ฟอนต์ลูกทุ่ง: เทคโนโลยีดิจิทัลกับการก่อร่างตัวตนของคนทำป้าย

โดย

นายสรัช สินธุประมา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต
สาขาวิชามานุษยวิทยา
คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Ref. code: 25615808030646PUM

ฟอนต์ลูกทุ่ง: เทคโนโลยีดิจิทัลกับการก่อร่างตัวตนของคนทำป้าย

โดย

นายสรัช สินธุประมา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต
สาขาวิชามานุษยวิทยา
คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปีการศึกษา 2561

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Ref. code: 25615808030646PUM

COUNTRY FONTS: DIGITAL TECHNOLOGY AND THE MAKING OF THAI SIGN MAKER'S IDENTITY

BY

MR. SARAJ SINDHUPRAMA

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS IN ANTHROPOLOGY
FACULTY OF SOCIOLOGY AND ANTHROPOLOGY
THAMMASAT UNIVERSITY
ACADEMIC YEAR 2018
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

Ref. code: 25615808030646PUM

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

วิทยานิพนธ์

ของ

นายสรัช สินธุประมา

เรื่อง

ฟอนต์ลูกทุ่ง: เทคโนโลยีดิจิทัลกับการก่อร่างตัวตนของคนทำป้าย

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา

เมื่อ วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2562

ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ______________________
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ แรงกล้า)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ______________________
(ศาสตราจารย์ ดร. เสมอชัย พูลสุวรรณ)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ______________________
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงห์ สุวรรณกิจ)

คณบดี ______________________
(รองศาสตราจารย์ ดร. อนุสรณ์ อุณโณ)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	ฟอนต์ลูกทุ่ง: เทคโนโลยีดิจิทัลกับการก่อร่างตัวตนของคนทำป้าย
ชื่อผู้เขียน	นายสรัช สินธุประมา
ชื่อปริญญา	สังคมวิทยาและมานุษยวิทยามหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชามานุษยวิทยา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ศาสตราจารย์ ดร. เสมอชัย พูลสุวรรณ
ปีการศึกษา	2561

บทคัดย่อ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำรวจตัวตนของ “คนทำป้าย” ซึ่งเคยทำงานเป็นช่างเขียนป้ายในพื้นที่ต่างจังหวัดของประเทศไทย พวกเขาปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลในการทำฟอนต์ และรวมกลุ่มกันเป็นชุมชนออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความคิดและประสบการณ์ของพวกเขาเอง ด้วยการมองผ่านกรอบทฤษฎี Actor-Network-Theory (ANT) ผู้เขียนได้พยายามแสดงให้เห็นความเกี่ยวโยงที่สลับซับซ้อนระหว่างมนุษย์และสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ (non-human) ในเวทีของการก่อร่างตัวตนของกลุ่มคนทำฟอนต์นี้ ในทางวิธีวิทยาผู้เขียนเพ่งความสนใจที่วิถีปฏิบัติ (practice) ของการทำป้ายและการทำฟอนต์ และเก็บข้อมูลด้วยการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มเฟสบุ๊ก (Facebook) ของพวกเขา สัมภาษณ์ในพื้นที่จริง และไปฝึกงานในร้านป้ายที่จังหวัดหนองบัวลำภู.

ผู้เขียนพบว่าคนทำป้ายยังคงสามารถนำความรู้ที่ฝังอยู่ในร่างกายและประสบการณ์ในยุคก่อนดิจิทัลที่พวกเขามีร่วมกันมาใช้กับธุรกิจการทำป้ายบนฐานดิจิทัลในปัจจุบัน ผลก็คือพวกเขาได้พัฒนาทักษะการทำงานแบบด้นสดขึ้นมาเพื่อเอาชนะความตายตัวในทางเทคนิคของการใช้ฟอนต์สมัยใหม่ ในแง่ของความสร้างสรรค์ พวกเขาประสบความสำเร็จยิ่งกว่าคู่แข่งที่เป็นธุรกิจแบบอุตสาหกรรม ในการนำพลังของฝีแปรงมาใช้ออกแบบฟอนต์ดิจิทัลสำหรับการใช้งานที่หลากหลายในแวดวงของพวกเขาเอง เช่น ตัดสติ๊กเกอร์แต่งรถ และพิมพ์ป้ายไวนิล รูปแบบของฟอนต์กลุ่มนี้อาจเรียกได้ว่าเป็น “ฟอนต์ลูกทุ่ง” ซึ่งเป็นที่รับรู้ในฐานะผลผลิตร่วมและเครื่องอ้างอิงตัวตนของวัฒนธรรมการทำป้ายในต่างจังหวัด สิ่งที่สร้างและกำกับสภาวะการทำงานแบบใหม่ของคนทำป้ายซึ่งมีส่วนในการปรับรูปร่างวัฒนธรรมและตัวตนของพวกเขาไม่มากก็น้อย ยังรวมไปถึงปัจจัยทางกายภาพจำนวนมากที่มนุษย์ไม่อาจควบคุมได้เบ็ดเสร็จ เช่น เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทอาจถูกรบกวนการทำงานได้อย่าง

ง่ายดายจากสัตว์ที่ไม่พึงประสงค์ในบริเวณใกล้เคียงหรือความผกผันของอุณหภูมิและความชื้นในอากาศ

คำสำคัญ: ฟอนต์, ช่างฝีมือ, ช่างเขียนป้าย, ป้ายไวนิล, สติ๊กเกอร์, ดิจิทัล, ความสร้างสรรค์, ANT

Ref. code: 25615808030646PUM

Thesis Title	COUNTRY FONTS: DIGITAL TECHNOLOGY AND THE MAKING OF THAI SIGN MAKER'S IDENTITY
Author	Mr. Saraj Sindhuprama
Degree	Master of Arts
Major Field/Faculty/University	Anthropology Faculty of Sociology and Anthropology Thammasat University
Thesis Advisor	Professor Samerchai Poonsuwan, Ph.D.
Academic Years	2018

ABSTRACT

This research explores the cultural identity of Thai "sign makers", formerly living their lives as sign hand-painters in rural Thailand. They have adapted successfully to the digital technology of font making and formed an online community of their own for circulation of information and exchange of ideas and experience. Looking through the lens of the Actor-Network-Theory (ANT), the author attempted to illustrate the complex association between the human and non-human agents involving in the arena of identity formation of this group of font-makers. Methodologically, I approached my subjects through being connected with their Facebook group, field interviews and my sign-making internship in one of the local shops in Nongbua Lamphu province, northeastern Thailand.

It appealed to me that the sign makers could still freely employ the embodied knowledge, collectively achieved during their past pre-digital experience, in the current digital platform of sigh-making business. Consequently, they have developed a relatively improvising skill of working to overcome various technical rigidities of modern font usage. In terms of creativity, they were more successful than did their competing industrial business on evoking the spirituality of "hand writing" in designing the digital fonts suitable for various usages in their circle, i.e., sticker cutting, motor-vehicle decoration and vinyl-banner printing. The style of fonts could deliberately be called the "Country Fonts" (ฟอนต์ลูกทุ่ง), perceived as a

collective product and the identity symbol of the "sign-making" culture in rural Thailand. Building up and determining the new working environment for the rural sign-makers, which had been more or less shaped their culture and identity, were also various physical factors which were not totally controllable by Man, for example, the inkjet printer with its functions easily disturbed by unwanted animals in the vicinity of the machine or by variation of temperature and humidity.

Keywords: font, craftsmanship, sign painter, vinyl banner, sticker, digital, creativity

Ref. code: 25615808030646PUM

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สามารถลุล่วงลงได้หากปราศจากบุคคลและสิ่งต่างๆ ดังต่อไปนี้

ศาสตราจารย์ ดร. เสมอชัย พูลสุวรรณ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ซึ่งได้ช่วยขัดเกลางานเขียนชิ้นนี้ด้วยความอดทนและเมตตา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประเสริฐ แรงกล้า และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สิงห์ สุวรรณกิจ กรรมการวิทยานิพนธ์ อาจารย์ ดร. สายพิณ ศุพุทธมงคล อาจารย์พรรณราย โอสถาภิรัตน์ และรองศาสตราจารย์ ดร.จักรกริช สังขมณี ซึ่งได้ช่วยทำให้ความคิดหลายประการในงานชิ้นนี้เป็นรูปเป็นร่างขึ้น คุณวิชัย แสงดาวฉาย และคุณศิริภัทร จุ้ยเปี่ยม เจ้าหน้าที่โครงการที่ได้ช่วยอำนวยการด้านธุรการด้วยไมตรีตลอดมา สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ภายใต้โครงการทุนวิจัยมหาบัณฑิตสกว. ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ รุ่นที่ 14 และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วสันต์ ปัญญาแก้ว ซึ่งได้ให้ความเห็นในการสัมมนารายงานความก้าวหน้าภายใต้โครงการดังกล่าวทั้ง 2 ครั้ง

คุณสมาน จันทร์เทพ ที่กรุณาให้ไปฝึกงานที่ร้าน ทีมงานสีสันการป้ายทุกคนที่ได้ช่วยสอนงานและก้อยกะปอมให้กิน คุณวิทวัส โถมประดับ คุณพรชัย คล้ายโพธิ์ทอง ตลอดจนคนทำป้ายทุกคนที่กรุณาให้ข้อมูลและแวะเวียนกันมาให้กำลังใจตลอดการทำงานชิ้นนี้ คุณจุมพล บุญวิโรจน์ฤทธิ์ เลขาธิการสมาคมไทยธุรกิจโฆษณา คุณปรัชญา สิงห์โต แห่งเว็บ F0nt และคณะ The Rambutan ที่ได้ให้ความรู้เกี่ยวกับวงการธุรกิจป้าย การออกแบบฟอนต์ และการออกแบบกราฟิก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จุฑามาศ ตั้งสันติกุล ที่พาไปรู้จักกับอาจารย์สันติ ลอรัชวี และมอบแรงบันดาลใจให้อย่างล้นเหลือทุกครั้งที่ได้บังเอิญพบกัน

Macbook Pro รุ่น Mid 2012 ที่ทำงานร่วมกันมาเป็นอย่างดีจนตลอดรอดฝั่ง เก้าอี้รุ่นเรียนเบอร์แย็ต ท็อปโต๊ะและขาโต๊ะรุ่นลินมูน ที่รองรับร่างกาย โน้ตบุ๊ก และกองหนังสืออย่างทนทาน ร้านค้าอาหาร ร้านกาแฟ และบาร์ทุกร้านในย่านสะพานควาย รถเมล์สาย 524, 44, 3 และเรือด่วนเจ้าพระยาที่พาไปมหาวิทยาลัย

การเดินทางที่นำมาสู่วิทยานิพนธ์เล่มนี้เริ่มต้นจากบรรยากาศที่หดหู่และสิ้นหวังในปี พ.ศ. 2557 แต่บรรดามิตรทั้งหลายที่คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยาก็ได้ช่วยพยุงความหวังบางอย่างในใจเราไว้ตลอดมา ขอบคุณ เควินทร์ ชัชชล รวิวรรณ สิริกร อนุพงษ์ ที่เป็นเพื่อนทำวิทยานิพนธ์มาด้วยกันจนจบ ขอบคุณแม่ พ่อ น้อง บ้านที่อบอุ่นเป็นที่พักพิง และวรมนที่เป็นแรงใจให้เขียนมาได้จนถึงหน้านี้

สรัช สินธุประมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(3)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	5
1.3 คำถามวิจัย	5
1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
1.4.1 ตัวอักษร	5
1.4.1.1 วัตถุสภาวะของข้อความ	5
1.4.1.2 มานุษยวิทยาการออกแบบ (design anthropology)	10
1.4.2 ช่างฝีมือ	14
1.4.2.1 ช่างฝีมือกับเครื่องจักร	16
1.4.2.2 ช่างพิมพ์กับเทคโนโลยีดิจิทัล	20
1.4.2.3 ช่างเขียนป้าย	22
1.4.3 ความสร้างสรรค์	26
1.4.3.1 เมืองและเศรษฐกิจสร้างสรรค์	27
1.4.3.2 กฎหมายลิขสิทธิ์	30
1.5 แนวคิดและทฤษฎี	32
1.5.1 Actor-Network-Theory (ANT)	32
1.5.1.1 ความสร้างสรรค์ของสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์	35

Ref. code: 25615808030646PUM

1.5.1.2 การสร้าง (enactment) 37
1.6 วิธีดำเนินการวิจัย 39
1.6.1 ขอบเขตการวิจัย 39
1.6.2 การรวบรวมข้อมูล 39
1.7 เนื้อหาของวิทยานิพนธ์โดยสังเขป 40

บทที่ 2 พู่กันและงานป้ายยุคแรกเริ่ม 42

2.1 การก่อร่างตัวตนของช่างเขียนและป้าย 42
2.1.1 ช่างเขียน 44
2.1.1.1 เปรื่อง แสงเถกิง 44
2.1.1.2 ป.สุวรรณสิงห์ 45
2.1.2 ป้าย 45
2.1.2.1 ตัวอักษรแบบใหม่ 45
2.1.2.2 ช่างฝีมือชนิดใหม่ 47
2.2 กลายมาเป็นช่างเขียนป้าย 48
2.2.1 นันและพ่อ 50
2.2.2 บุญสม คนเมืองโค 51
2.2.3 วัส โวยวาย ป้ายทุกชนิด 51
2.2.4 สมาน คนทำฟอนต์ 53
2.3 ทักษะการใช้พู่กันกับตัวตนของช่างเขียนป้าย 57
2.3.1 บังเหียนของจินตนาการ 57
2.3.2 วัด โรงเรียน และช่างเขียนป้ายอิสระ 58
2.3.3 การเคลื่อนย้าย 59
2.4 เริ่มต้นการเดินทาง 60

บทที่ 3 คนทำป้าย vs เครื่องจักรยุคดิจิทัล 62

3.1 ทักษะการด้นสด 62
3.1.1 ป๋าหม่อง ชวาลศิลป์ 63

Ref. code: 25615808030646PUM

3.1.2 ธงชัย ศรีเมือง 64

3.1.3 ความรู้งานป้ายสำหรับมือใหม่ 65

3.1.3.1 เมล่อนยักษ์ 65

3.1.3.2 ซุ้มจักรยาน Bike อุ่นไอรัก 66

3.1.3.1 ป้ายวงกลม 67

3.1.4 นักด้นสด 68

3.2 การออกแบบพื้นผิวป้ายในยุคดิจิทัล 69

3.2.1 เครื่องตัดสติ๊กเกอร์ 70

3.2.1.1 วัสดุเอนกประสงค์ 71

3.2.1.2 เครื่องจักรทำเงิน 72

3.2.1.3 ดีไอวายในยุคเปลี่ยนผ่าน 73

3.2.1.4 เครื่องจักรของคน "แอนตี้" เทคโนโลยี 74

3.2.2 เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท 76

3.2.2.1 คนทำป้ายหน้าใหม่ 76

3.2.2.2 ราคาและเครือข่ายของงานออกแบบไวนิล 80

3.2.2.3 เครื่องจักรเอาใจยาก 83

3.2.2.4 การออกแบบป้ายไวนิล 86

3.3 คนทำป้ายกับอินเทอร์เน็ต 90

3.3.1 ยุคก่อนเฟซบุ๊ก 91

3.3.2 ยุคเฟซบุ๊ก 93

บทที่ 4 พลัง "ลูกทุ่ง" ในฟอนต์และฝีแปรงดิจิทัล 95

4.1 ฟอนต์อุตสาหกรรมและฟอนต์ลูกทุ่ง 96

4.1.1 คนกรุงเทพไม่มีเทศกาล 98

4.1.2 มาตรฐานและราคาของฟอนต์ 100

4.1.2.1 สไตล์ 101

4.2.2.2 การกำกับพิกเซล 102

4.1.3 ดิจิทัลกับความเป็นพื้นถิ่น 103

4.2 ฝีแปรงดิจิทัล 104

4.2.1 เสน่ห์ที่ขาดหายไป 105

4.2.2 วัตถุสภาวะในการผลิต 110
4.3 ตัวอักษรมีชีวิตชีวา 112
4.3.1 ผู้ช่วยช่างกราฟิก 113
4.3.2 พลังลูกทุ่ง 116

บทที่ 5 ยานยนต์กับการสร้างสรรค์ฟอนต์ลูกทุ่ง 118

5.1 ความสร้างสรรค์จากท้องถนน 118
5.1.1 ความเร็ว 120
5.1.2 การขาดหายไปของระบบขนส่งมวลชน 122
5.2 สุนทรียภาพตลาดล่าง 124
5.2.1 ต้นทุนของเด็กแว้น 125
5.2.2 ฟอนต์ซิ่ง 129

บทที่ 6 สรุป: ตัวตนกับความสร้างสรรค์ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี 137

6.1 ตัวตนของคนทำป้าย 137
6.1.1 ตัวตนในสังเวียนมวยวัด 138
6.1.2 ความสร้างสรรค์ในงานช่างฝีมือดิจิทัล 141
6.2 บทสรุป: ก้าวให้พ้นตัวตน 143

รายการอ้างอิง 145

ภาคผนวก 153

ภาคผนวก ก ใบสำคัญแสดงสิทธิ์การใช้งานฟอนต์ KT_Smarn 154
ภาคผนวก ข ใบสำคัญแสดงสิทธิ์การใช้งานฟอนต์ DB 155
ภาคผนวก ค ใบสำคัญแสดงสิทธิ์การใช้งานฟอนต์ PSL 156

ประวัติผู้เขียน 157

Ref. code: 25615808030646PUM

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1 โครงสร้างตัวอักษร G และ H ของแบบอักษรโรมาง ดู รัว	9
1.2 ปกหนังสือ *Meggs' History of Graphic Design* (2014) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 6	11
1.3 ภาพประกอบข่าว “ฮาก๊าก ! ฝีมือโฟโต้ชอปป้าย ‘สวัสดีปีใหม่ไทย’ ระดับ อบต.”	15
1.4 ภาพประชาสัมพันธ์นิทรรศการ “I am a Thai Graphic Designer”	23
1.5 กลุ่มเฟซบุ๊กแบบปิด “ฉันทำงานป้าย”	23
2.1 อัตราการรู้หนังสือของประชากรไทย พ.ศ. 2480-2533	43
2.2 “โป้งแซ” ตัวเรียงพิมพ์ โดยนายแซ ช่างแกะชาวจีน ถูกใช้กับโฆษณาทุกชนิด	46
2.3 รูปประจำตัวของธงชัย ศรีเมือง	49
2.4 วัส (ขวาสุด) เล่นดนตรีร่วมกับเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ที่ร้านคมวรรณกรรม จังหวัดสุพรรณบุรีเมื่อราวปี พ.ศ. 2540	53
2.5 สมาน จันทร์เทพ ที่ร้านสีสันการป้ายในราวปีพ.ศ. 2545	56
3.1 อาจารย์ชวาลศิลป์ กำลังใช้เลื่อยฉลุไฟฟ้า	63
3.2 ฟอนต์ TS-Somtam ในโปสเตอร์ของร้านอาหารเอ็มเค และในแอพพลิเคชันตกแต่งรูปภาพสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ใน Play Store ของ Google	64
3.3 เมล่อนจำลองในวิดีโอประชาสัมพันธ์งาน “เกษตรเมล่อนและโคขุน” พ.ศ. 2562 ของอำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี	66
3.4 แบบซุ้มของกรมโยธาธิการและผังเมือง	67
3.5 ป้ายผ้าใบเขียนด้วยพู่กันของร้านป้ายแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครซึ่งปิดตัวไปแล้ว	70
3.6 ลูกมือร้านสีสันการป้ายกำลังลอกสติ๊กเกอร์สีดำส่วนที่ไม่ใช่ตัวอักษรออกจากรถตำรวจ	71
3.7 ด้านหน้าของเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ยี่ห้อ Mimaki รุ่น CG-60st หน้ากว้าง 60 เซนติเมตร	79
3.8 รูปประจำกลุ่มผู้ใช้เครื่องพิมพ์หัว DX-5 จัดวางองค์ประกอบคล้ายงานพิมพ์ไวนิล	79
3.9 รูปประจำกลุ่มผู้ใช้เครื่องพิมพ์หัว DX-11 จัดวางองค์ประกอบคล้ายงานพิมพ์สติ๊กเกอร์	79
3.10 รูปถ่ายป้ายไวนิลที่ลูกค้าต้องการให้ทำเลียนแบบ	81
3.11 ไฟล์ที่ช่างต้นดาวน์โหลดมาจากกลุ่มแจกไฟล์ป้าย	81
3.12 งานพิมพ์ไวนิลราคา 120 บาท/ตรม.	82

Ref. code: 25615808030646PUM

3.13 งานพิมพ์ไวนิลราคา 150 บาท/ตรม. 82
3.14 ตารางอ้างอิงสีสำหรับงานพิมพ์ 87
3.15 ขอบเขตของสีที่ดวงตามองเห็น ขอบเขตของสีในระบบ RGB และ CYMK 87
3.16 ทีมงานปีนังโฆษณากำลังติดตั้งป้ายไม้อัดที่วัสเป็นผู้เขียน เมื่อปี พ.ศ. 2549 89
3.17 ลำดับเวลาแสดงจุดเริ่มต้นของกิจกรรมและชุมชนของคนทำป้ายในอินเทอร์เน็ต ระหว่างปี พ.ศ. 2545-2562 91
4.1 ตัวอย่างฟอนต์ วัส@ศารทวิษุวัตร ของ วัส โวยวาย 95
4.2 เปรียบเทียบฟอนต์ เคทีสมาน สมูท, PSL Imperial, วัส@ปีนัง และ DB Erawan 96
4.3 ตัวอย่างฟอนต์ วัส@ปีนัง ที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ f0nt.com 97
4.4 ฟอนต์ เคทีสมาน และ TS-Somtam ในป้ายไวนิลประชาสัมพันธ์ “งานวัด” จำลอง ของห้างสรรพสินค้า Terminal 21 บนทางเชื่อมสถานีรถไฟฟ้าอโศก 99
4.5 การจัดรายการลดราคาฟอนต์จาก 300 บาทเหลือเพียงฟอนต์ละ 200 บาท 100
4.6 ไฟล์ฟอนต์ทั้ง 4 สไตล์ของครอบครัวฟอนต์ TH Sarabun New 101
4.7 เปรียบเทียบการแสดงผลฟอนต์แบบเวคเตอร์และราสเตอร์ในขนาดต่างๆ 103
4.8 สมานแจกไฟล์สำหรับทำป้ายงานลอยกระทง 104
4.9 เปรียบเทียบพื้นที่ของสระไอในฟอนต์ DB Erawan, วัส@ประเทือง, PSL Butterfly และเคทีสมานอัญมณี 105
4.10 การประสมคำที่ทำให้หางของอักขระในฟอนต์เคทีสมานอัญมณี ซ้อนทับกัน 106
4.11 ไฟล์แบบร่างฟอนต์เคทีสมานอัญมณีฉบับที่ 20 107
4.12 ชุดคำที่สมานใช้ทดสอบฟอนต์ซึ่งในภายหลังมีชื่อว่า “เคทีสมานอภิรมย์” 108
4.13 ฟอนต์เคทีสมานที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกัน 109
4.14 ฟอนต์ ทีเอส แก้วเพชร ของธงชัย ศรีเมือง 110
4.15 วัสโพสต์ตัวอย่างตัว ส.เสือ ให้เพื่อนในเฟซบุ๊กช่วยกันโหวตเลือกแบบที่ชอบ 111
4.16 เครื่องแกะสลัก CNC กำลังแกะแผ่นโรว์มาร์ค (rowmark) สำหรับทำป้ายชื่อ 112
4.17 การแสดงตัวอย่างฟอนต์สุขุมวิท ตัดใหม่ โดยบริษัทคัดสรร ดีมาก 114
4.18 การแสดงตัวอย่างฟอนต์ DB Wittayu X โดยบริษัทดีบี ดีไซน์ 114
4.19 การแสดงตัวอย่างฟอนต์ เคทีสมาน ยากูซ่า 115
4.20 การแสดงตัวอย่างฟอนต์ วัส@ธิติวรรณ 115
4.21 การแสดงตัวอย่างฟอนต์ เคทีสมาน เอกลักษณ์ไทย บนพื้นผิวหินจำลอง 115
4.22 ฟอนต์ทีเอส แก้วเพชร ถูกนำไปใช้ออกแบบภาพปกเพลง “เสด็จประทับอยู่” ของวง “Paradox” 117

5.1 ตัวอย่างฟอนต์เคทีสมาน เบญรงค์ 119

5.2 ตัวอย่างฟอนต์เคทีสมานบนแผ่นป้ายความยาวประมาณ 2 เมตรบนผนังด้านหนึ่งของร้าน 120

5.3 ด้านข้างและกระจกหน้าของรถกระบะซึ่งใช้รับงานวิ่งส่งสินค้าจากบริษัทหนึ่ง 121

5.4 สติ๊กเกอร์ของรถดูดส้วมหมายเลข 009 122

5.5 เปรียบเทียบจำนวนรถประเภทต่างๆ ในกรุงเทพและส่วนภูมิภาค 122

5.6 สติ๊กเกอร์แบบพิมพ์อิงค์เจ็ท ติดข้างรถกระบะ 124

5.7 สติ๊กเกอร์แบบตัดประกอบ ติดกระจกท้ายรถตู้โดยสาร 124

5.8 นัทกำลังใช้เครื่องเชื่อมโลหะซ่อมแซมตระกร้าหน้ารถมอเตอร์ไซค์ 127

5.9 สติ๊กเกอร์ที่เฟิร์สออกแบบ 128

5.10 แบบสติ๊กเกอร์พิมพ์อิงค์เจ็ท ออกแบบโดยเฟิร์สและผู้เขียน 129

5.11 ตัวอย่างฟอนต์ เคทีสมาน สปอร์ต 131

5.12 จิ้งกับโมเดลโฟมยานอวกาศจากภาพยนตร์เรื่องสตาร์วอร์ส 132

5.13 สติ๊กเกอร์ที่ออกแบบและตัดประกอบที่ร้านจิ้งสติ๊กเกอร์ ราคา 80-120 บาท 133

5.14 ตัวอย่างฟอนต์ เจเคจิ้ง 134

5.15 สมุดบันทึกวลีเด็ดและร่างแบบฟอนต์ของจิ้ง 135

5.16 ตัวอย่างฟอนต์เจเคจิ้ง สิงโต 136

6.1 รูปแทนตัวและลายเซ็น “คนทำฟอนต์” ของสมาน 139

6.2 รูปประจำตัวของ “วัส โวยวาย” 140

6.3 การแช่หัวพิมพ์อิงค์เจ็ทด้วยถาดรองที่ค้ำด้วยแกนไวนิล 142

6.4 ผู้เขียนใช้พู่กันทาสีลงในร่องตัวอักษรซึ่งแกะสลักโดยเครื่อง CNC โดยใช้ฟอนต์ของสมาน 143

Ref. code: 25615808030646PUM

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

สถานการณ์ที่ 1: หลังวางสายโทรศัพท์ลูกค้า ช่างใหญ่ของร้านป้ายก็หันไปสั่งลูกน้องให้นำไม้อัดออกมาตัดให้เป็นขนาดตามสั่ง "กลิ้งสีขาว" รองพื้นด้วยสีอะคริลิก (acrylic emulsion) ผสมน้ำด้วยสัดส่วน 1 ต่อ 3 ทาด้วยลูกกลิ้งให้ไม้ดูดซับน้ำก่อนรอบหนึ่ง จากนั้นผสมสีให้ข้นขึ้นด้วยสัดส่วน 1 ต่อ 2 กลิ้งทับอีกรอบ พักไว้ให้แห้ง ตีเส้นแบ่งพื้นที่ด้วยดินสอ ตัวหนังสือขนาดใหญ่ใช้แบบอักษรเรียบๆ ที่เรียกว่า "ตัวยู" เพื่อให้ง่ายต่อการคำนวณพื้นที่ป้าย ขั้นตอนนี้ต้องทำอย่างละเอียดคำนวณความกว้างของอักษรแต่ละตัวพร้อมช่องไฟให้พอดีกับขนาดไม้ จากนั้นช่างใหญ่ลงสีเส้นขอบแล้วให้ลูกน้องลงสีเติมด้านใน ส่วนตัวหนังสือขนาดเล็ก ช่างใช้การคะเนด้วยสายตาแล้วปาดพู่กันลงไปเลยโดยไม่ต้องร่าง เป็นแบบอักษรฟรีแฮนด์ (freehand) ที่มีลักษณะเฉพาะตัวเป็นของช่างเขียนป้ายแต่ละคน เมื่อสีแห้งดีแล้วทาเคลือบด้วยแล็กเกอร์ (lacquer) เพื่อให้สีติดทน จากนั้นวางพิงผนังเอาไว้รอลูกค้ามารับ

สถานการณ์ที่ 2: หลังตอบข้อความลูกค้าในไลน์ (Line) "ช่างกราฟิก" ช่างใหญ่ของร้านป้ายก็หันไปสั่งลูกน้องให้เอาม้วนไวนิลขึ้นเครื่องพิมพ์ตามขนาดของงานที่จะพิมพ์ ช่างเปิดโปรแกรม Photoshop ตั้งค่าขนาดชิ้นงาน เลือกฟอนต์ "KT_Smarn Smooth" ซึ่งมีลักษณะแบบเดียวกับตัวยูแล้วพิมพ์ข้อความลงไป จากนั้นใช้เครื่องมือปรับรูปร่าง (transform) ดึงตัวหนังสือให้พอดีเต็มขนาดชิ้นงาน บันทึกไฟล์สกุล .tiff ลงในแฟลชไดรฟ์ (flash drive) ส่งให้ลูกน้องนำไปเสียบที่คอมพิวเตอร์ซึ่งเชื่อมต่อกับเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท (inkjet printer) เปิดโปรแกรม RIP (raster image processors) แปลงไฟล์ดังกล่าวให้เป็นไฟล์สำหรับส่งให้เครื่องพิมพ์ ตั้งค่าระยะห่างของไวนิลที่ขึ้นไว้จากขอบเครื่องพิมพ์เพื่อให้พิมพ์ออกมาตรงชิ้นงาน กดสั่งพิมพ์ เปิดพัดลมช่วยเป่าให้หมึกแห้งเร็วขึ้น และหมั่นดึงส่วนที่พิมพ์ออกมาแล้วอย่าให้พับทบติดกัน ทิ้งไว้ครู่หนึ่งให้หมึกแห้งดีแล้วม้วนเก็บไว้รอลูกค้ามารับ

ทั้งสองสถานการณ์ข้างต้นนี้ เกิดขึ้นที่ร้านป้ายแห่งเดียวกันในคนละช่วงเวลา สถานการณ์แรกเกิดขึ้นในทศวรรษ 2530-2540 ส่วนสถานการณ์หลังเกิดขึ้นในช่วงต้นทศวรรษ 2550 เมื่อต้นทุนการพิมพ์อิงค์เจ็ท (inkjet) มีราคาต่ำลงมาก ป้ายไวนิลที่ผลิตได้อย่างรวดเร็วและใส่ภาพประกอบได้อย่างง่ายดาย เข้ามาแทนที่การเขียนป้ายด้วยมือแบบเก่าในเวลาอันสั้น กระนั้นร้านรับเขียนป้ายส่วนใหญ่ก็มิได้เลิกกิจการไปแต่อย่างใด คอมพิวเตอร์และเครื่องพิมพ์ถูกยกเข้ามาตั้งในบริเวณที่เคยใช้เขียนป้าย ม้วนไวนิลเข้ามาตั้งแทนที่ผ้าดิบ หมึกพิมพ์เข้ามาแทนที่สีอะคริลิกและสี

Ref. code: 25615808030646PUM

โปสเตอร์ แต่คนยังคงเป็นคนเดิม สองมือที่เคยถือกระป๋องสีและพู่กัน คือมือคู่เดียวกับที่ปัจจุบันจับเมาส์และคีย์บอร์ด ความเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับร้านป้ายแห่งใดแห่งหนึ่ง แต่เกิดขึ้นกับร้านป้ายทั่วประเทศไทยไม่ว่าใหญ่หรือเล็ก

แม้ช่างเขียนป้ายจะปรับตัวมาเป็น "คนทำป้าย" ที่ใช้เครื่องจักรผลิตป้ายหลากหลายรูปแบบได้อย่างรวดเร็ว แต่ก็มีปัญหาใหญ่เกิดขึ้นตามมา คือปัญหาว่าด้วยลิขสิทธิ์ ในสถานการณ์ที่ 1 แบบอักษรที่ใช้เขียนป้ายสามารถที่จะปรับเปลี่ยนเลื่อนไหลไปตามฝีแปรงของช่างได้ตลอดเวลา แบบในความคิดถูกถ่ายทอดออกมาโดยร่างกายที่ฝึกฝนจนชำนาญผ่านการลากฝีแปรงตามอาจารย์ หรือช่างใหญ่คนก่อนหน้ามากมายนับไม่ถ้วน แบบอักษรจึงเป็นสิ่งที่ฝังติดอยู่กับร่างกายและถูกหยิบยืมต่อยอดกันไปมาไม่สิ้นสุดในหมู่ช่างเขียนป้าย กระทั่งแบบอักษรที่ลอกเลียนมาจากสิ่งพิมพ์เช่น ฟอนต์ดีบี เอราวัณ (DB Erawan) หรือ "ตัวยู" ที่ช่างนิยมใช้เขียนกัน ก็มีรายละเอียดที่แตกต่างกันออกไปในฝีแปรงของช่างแต่ละคน

ทว่าในสถานการณ์ที่ 2 แบบอักษรที่ใช้ในการพิมพ์อยู่ในรูปแบบของ "ฟอนต์" (font) ซึ่งจัดเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ชนิดหนึ่ง แต่เดิมคำนี้ถูกใช้เรียกชุดตัวตะกั่วเรียงพิมพ์ (moveable type) ของแบบอักษร (typeface) ขนาดใดขนาดหนึ่ง เทคโนโลยีดิจิทัลได้สลายข้อจำกัดทางวัตถุของตัวเรียงพิมพ์ ทำให้เราสามารถปรับเปลี่ยนขนาดตัวอักษรได้อย่างสะดวกสบาย กระนั้นฟอนต์ดิจิทัลก็ยังถ่ายทอดแบบอักษรออกมาอย่างคงเส้นคงวาเช่นเดิม หรือยิ่งกว่าเดิมด้วยซ้ำ กล่าวคือแบบอักษรในสถานการณ์ที่ 2 อยู่ในรูปที่คงตัว บรรจุอยู่ในรหัสดิจิทัลอันเป็นทรัพย์สินที่ถือครองได้ เมื่อแบบอักษรที่เคยเป็นตัวเรียงพิมพ์และเป็นฝีแปรงมาก่อนถูกทำให้อยู่ในรูปของฟอนต์ดิจิทัล ลิขสิทธิ์จึงตกเป็นของผู้จัดทำฟอนต์นั้น ฟอนต์อักษรไทยส่วนใหญ่ที่ยังคงถูกใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณามาจนถึงปัจจุบัน ถือลิขสิทธิ์โดย 2 บริษัทใหญ่คือ ดีบี ดีไซน์ เจ้าของฟอนต์ตระกูล[1] DB และ พีเอสแอล สมาร์ทเล็ตเตอร์ เจ้าของฟอนต์ตระกูล PSL และเป็นบริษัทหลังนี้เองที่ส่งคนออกตรวจลิขสิทธิ์และดำเนินคดีกับร้านป้ายที่ใช้ฟอนต์เถื่อนอย่างจริงจังในช่วงที่ช่างเขียนป้ายเริ่มปรับตัวมาใช้เครื่องพิมพ์

การเรียกร้องค่าเสียหายเริ่มต้นจากหลักหมื่นไปจนถึงหลักแสน ขึ้นอยู่กับจำนวนฟอนต์และจำนวนคอมพิวเตอร์ที่มีการละเมิดลิขสิทธิ์ คนทำป้ายที่เพิ่งจะก้าวเข้ามาสู่โลกอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ต่างหวาดกลัวว่าวันใดวันหนึ่งอาจมีคนมาเคาะประตูขอตรวจลิขสิทธิ์ ไม่เพียงแค่ฟอนต์เท่านั้นแต่ยังรวมถึงโปรแกรมออกแบบกราฟิก รวมไปจนถึงระบบปฏิบัติการ (operating system) ซึ่งเป็น

---

[1] แบบอักษรมักมีรูปแบบตัวหนา ตัวบาง ตัวเอียง อยู่ในฟอนต์เดียวกัน เรียกชุดของฟอนต์รูปแบบต่างๆ ในแบบอักษรเดียวกันนี้ว่า "ครอบครัว" (family) จึงมีการเรียกกลุ่มที่ใหญ่กว่าว่า "ตระกูล" ตามชื่อต้นของฟอนต์เช่น TH Sarabun กับ TH Baijam อยู่ในตระกูล TH ซึ่งโดยมากใช้ตัวย่อจากชื่อผู้ออกแบบ ชื่อบริษัทเจ้าของลิขสิทธิ์ หรือชื่อโครงการที่พัฒนาฟอนต์ดังกล่าวนำหน้าชื่อฟอนต์

พื้นฐานของกิจกรรมทุกอย่างในสถานการณ์ที่สอง โปรแกรมทั้งหมดในคอมพิวเตอร์ของร้านป้าย ล้วนแล้วแต่เป็นของละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งสิ้น ช่างเขียนป้ายซึ่งสั่งสมเอกลักษณ์ฝีแปรงเฉพาะตัวมาทั้งชีวิต กลับกลายเป็นคนบ่อนทำลายความสร้างสรรค์ เป็นนักละเมิดลิขสิทธิ์ไปในชั่วเวลาไม่กี่ปี แม้ในภายหลังร้านป้ายจะหันมาใช้โปรแกรมถูกกฎหมายกันมากขึ้น แต่ก็ยังคงตกเป็นเป้าของการตรวจจับลิขสิทธิ์ลักษณะอื่น และมักถูกนำเสนอข่าวราวกับทำความผิดร้ายแรง เช่น “ทลายแหล่งลักลอบผลิตสติ๊กเกอร์ละเมิดลิขสิทธิ์” “หนุ่มหัวใสลอบผลิตสติ๊กเกอร์ละเมิดลิขสิทธิ์ สุดท้ายไปไม่รอดโดนรวบ” (สยามรัฐออนไลน์, 2561)

ความไม่ลงรอยกันระหว่างความคิดว่าด้วยการครอบครองแบบอักษรในงานร้านป้าย กับกฎหมายลิขสิทธิ์ที่ร่างขึ้นมาคุ้มครองอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ นำมาสู่การรวมตัวกันของกลุ่มคนทำป้ายในเฟซบุ๊ก (facebook) เพื่อทำฟอนต์ขึ้นใช้เองในราวปี พ.ศ. 2552 ในชื่อกลุ่ม “กันตัน” ฟอนต์ตัวแรกสำเร็จออกมาในปี พ.ศ. 2556 ใช้ชื่อว่า “เคทีสมาน” เป็นตัวอักษรพลิ้วๆ จากฝีแปรงของสมาน จันทร์เทพ เจ้าของร้านป้ายแห่งหนึ่งในจังหวัดหนองบัวลำภู ในขณะที่ฟอนต์ดีบีและพีเอสแอล อาจมีราคาเริ่มต้นที่หลักพันไปจนถึงหลักแสน ขึ้นอยู่กับการนำไปใช้งานและจำนวนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ติดตั้ง ฟอนต์ของสมานจำหน่ายในราคา 300 บาท อนุญาตให้นำไปใช้งานได้ทุกประเภท รวมถึงไม่จำกัดจำนวนคอมพิวเตอร์ที่ติดตั้งฟอนต์ในร้านป้ายหนึ่งร้าน

หลังฟอนต์เคทีสมานประสบความสำเร็จ คนทำป้ายหลายคนก็เริ่มผลิตฟอนต์ตามออกมา จากสมาชิกกลุ่มกันตันในจังหวัดสุพรรณบุรี กาญจนบุรี นครศรีธรรมราช ฯลฯ ในเวลาเพียง 4-5 ปี ตัวอักษร “พลิ้วๆ” ที่เคยมีให้เลือกเพียงไม่กี่แบบก็เพิ่มจำนวนขึ้นเป็นหลักร้อย ฟอนต์แจกฟรีหลายแบบถูกนำไปใช้ทั่วประเทศ ไม่เพียงแต่บนป้ายไวนิล แต่รวมไปถึงสื่อสิ่งพิมพ์ สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า เว็บไซต์ วิดีโอยูทูบ (Youtube) กระทั่งโฆษณาของบริษัทรายใหญ่ที่ออกแบบโดยนักออกแบบกราฟิกมืออาชีพ คนทำป้ายหลายคนทำรายได้จากการขายฟอนต์ได้กระทั่งเริ่มมีการเรียกตนเองว่า “คนทำฟอนต์” หรือ “คนเขียนฟอนต์”

เมื่อคนทำป้ายผันตัวมาเป็นนักออกแบบอักษร (type designer) พวกเขาก็ได้ก้าวข้ามจากการเป็นช่างฝีมือที่ทำงานโดยการลอกเลียน มาเป็นนักออกแบบที่สร้างสรรค์ผลงานต้นฉบับ สลับบทบาทจากผู้ใช้ที่ปลายน้ำ มาเป็นผู้ผลิตตัวอักษรที่ต้นน้ำของอุตสาหกรรม กลับกลายเป็นว่ากลุ่มคนที่ถูกมองว่าไม่สร้างสรรค์นี้เอง พลิกกลับมาเป็นผู้สร้างสีสันให้กับวงการออกแบบตัวอักษรของไทยอย่างที่ไม่มีใครคาดฝันมาก่อน นอกจากนี้พวกเขายังมาจากร้านป้ายขนาดเล็กในต่างจังหวัดทั้งสิ้น และแทบทั้งหมดไม่ได้อยู่ในเมืองใหญ่อีกด้วย ปรากฏการณ์งานสร้างสรรค์ซึ่งมาจากคนที่ไม่คาดคิด และแหล่งที่ไม่คาดฝันนี้ นำมาสู่ความท้าทายสองประการ คือท้าทายต่อการศึกษาช่างฝีมือ (craftsmen) และต่อแนวคิดว่าด้วยความสร้างสรรค์ (creativity) ในฐานะกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ

ความท้าทายแรก คือการที่วิถีปฏิบัติ (practice) ของช่างเขียนป้ายแทบจะขาดสะบั้นลง พวกเขาทิ้งพู่กันหันมาใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ไม่ต่างไปจากนักออกแบบกราฟิก (graphic designer) ได้อย่างรวดเร็ว ทว่าพวกเขายังเลือกที่จะเรียกตัวเองว่า “ช่างกราฟฟิก” หรือ “คนทำป้าย” เพราะธุรกิจร้านป้ายของพวกเขายังคงดำเนินสืบมา ในขณะที่สกุลช่างไม้ในจังหวัดเพชรบุรีล่มสลายลงเพราะสภาพเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป (ชนัญญ์ เมฆหมอก, 2560) และช่างทอผ้าชาวอินเดียจำนวนหนึ่งตัดสินใจจบชีวิตตนเองเพราะงานอันทรงเกียรติถูกเครื่องจักรเข้ามาแทนที่ (Liebl & Roy, 2004, p.54) ความภาคภูมิใจของช่างเขียนป้ายไม่ได้ถูกพรากไปพร้อมกับฝีแปรง ซ้ำยังกลับมาโลดแล่นอยู่ทั้งบนแผ่นป้ายและอินเทอร์เน็ตในรูปแบบฟอนต์ดิจิทัล ความชำนาญของพวกเขาไม่ได้ถูกนิยามโดยวัสดุแต่เป็นตัวอักษรซึ่งแปลงเป็นดิจิทัลได้ ในยุคสมัยที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การศึกษาช่างฝีมือโดยมุ่งสนใจวิถีปฏิบัติ (วิภาส ปรัชญาภรณ์, 2544) และสังคมของช่างฝีมือ (บุญรัตน์ เจริญชัย, 2541; Nash, 1993) จึงอาจไม่เพียงพออีกต่อไป

ความท้าทายประการที่สอง ไม่ใช่เพียงประเด็นศึกษาในทางวิชาการ แต่ยังท้าทายต่อกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจซึ่งมีอิทธิพลไปทั่วโลกด้วย กระแสดังกล่าวคือการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วย “ความคิดสร้างสรรค์” ซึ่งเริ่มต้นในช่วงต้นทศวรรษ 2000 แนวคิดที่กลายมาเป็นคำยอดนิยมในหมู่นักนโยบายอย่าง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” (creative economy) (Hawkin, 2001) และ “เมืองสร้างสรรค์” (creative cities) (Landry, 2000) ต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจภาคเมืองและเชื่อว่าเมืองที่มีบรรยากาศของศิลปะและความหลากหลาย จะดึงดูด “ชนชั้นสร้างสรรค์” (creative class) เข้ามาเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Florida, 2002) “คนทำฟอนต์” อยู่เหนือกฎเกณฑ์ทั้งหมดที่ว่ามานี้ พวกเขามาจากเมืองที่มีขนาดไม่สู้ใหญ่โตนัก ไม่มีหอศิลป์ โรงละคร หรือแหล่งสร้างแรงบันดาลใจในความหมายนี้เลย ยิ่งไปกว่านั้น พื้นที่อันเป็นจุดเริ่มต้นของฟอนต์เหล่านี้ก็มิได้มาจากเมืองใดเมืองหนึ่งเลย ทว่าเกิดขึ้นในพื้นที่เครือข่ายสังคมออนไลน์

จะเห็นว่าความท้าทายทั้งสองข้อข้างต้น เกี่ยวโยงกับการมาถึงของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยแทนที่เทคโนโลยีใหม่เหล่านี้จะเข้ามาทำลายวิถีชีวิตและงานฝีมือแบบเดิมอย่างที่มักกลัวกัน ในกรณีนี้กลับจุดประกายให้เกิดผลงานสร้างสรรค์ขึ้นอย่างน่าประหลาดใจ เส้นทางของช่างเขียนป้ายที่กลายมาเป็นคนทำป้ายและยืนหยัดอยู่ได้ในโลกอุตสาหกรรมการพิมพ์ กระทั่งในที่สุดมาเป็นคนทำฟอนต์ จึงเรียกร้องให้ต้องทบทวนถึงวิธีคิดว่าด้วยตัวตนและความคิดสร้างสรรค์ ที่พ้นไปจากการนิยามโดยมนุษย์แต่เพียงฝ่ายเดียว แต่จะต้องให้ความสำคัญกับวัตถุ เครื่องมือ เทคโนโลยีที่ไม่ได้เป็นแค่สิ่งของซึ่งอยู่นิ่งรอให้มนุษย์ไปหยิบจับมาใช้ แต่ยังอาจมีส่วนร่วมในการก่อร่างตัวตนและสังคมของเรา

1.2 วัตถุประสงค์

ในการศึกษาเบื้องต้น ผู้เขียนพบว่าข้อมูลเกี่ยวกับช่างเขียนป้ายและการทำป้ายมีอยู่อย่างจำกัด และยังไม่มีงานศึกษาเกี่ยวกับงานฝีมือชนิดนี้ในไทยมาก่อนเลย จึงเป็นเรื่องน่าเสียดายและน่าสนใจไปพร้อมๆ กันที่งานชนิดนี้เปลี่ยนรูปร่างมาอยู่ในบริบทใหม่แล้ว งานชิ้นนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาความเปลี่ยนแปลงและบันทึกเรื่องราวของช่างฝีมือกลุ่มนี้เอาไว้ เพื่อที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาช่างฝีมือชนิดอื่นๆ ในบริบทดิจิทัลต่อไปด้วย

1.3 คำถามวิจัย

1.3.1 ทำความเข้าใจ “ตัวตน” ของคนทำป้าย

1.3.2 อธิบายการก่อร่างตัวตนดังกล่าว โดยสัมพัทธ์กับทักษะช่างฝีมือที่มีอยู่เดิม ภาวะดิจิทัลที่ถูกแนะนำเข้ามาใหม่ และบริบทเชิงพื้นที่และสังคม

1.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4.1 ตัวอักษร

1.4.1.1 วัตถุสภาวะของข้อความ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ใช้ฟอนต์ชื่อ “TH Sarabun New” ขนาด 16 พอยท์ แสดงเนื้อหา รวมถึงจัดหน้ากระดาษ ตั้งระยะขอบ (margin) และย่อหน้า ตามแบบ (template) ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์กำหนดตลอดทั้งเล่ม ในชั่วเวลาสั้น ๆ ที่ผู้อ่านเริ่มไล่สายตาไปบนหน้ากระดาษ ก่อนจะปะติดปะต่อตัวอักษรเป็นถ้อยคำและความหมาย องค์ประกอบข้างต้นนี้ก็ได้บอกใบ้ถึงประเภทของเนื้อหาที่ท่านกำลังจะอ่านแล้วเรียบร้อย ดังที่จอห์น เบอร์เจอร์ (John Berger) กล่าวว่า “การมองเห็นมาก่อนถ้อยคำ” และในเมื่อ “เด็ก ๆ เรียนรู้และจดจำก่อนพูดได้” (Berger, 1972) นั่นแปลว่าแม้แต่คนที่ไม่รู้ภาษา ก็สามารถคาดเดาได้ตั้งแต่แวบแรกที่มองเห็น ว่าเนื้อหาในหน้านี้จะมีความจริงจังและเป็นทางการ มากกว่าในหน้ากระดาษผิวมันที่ประกอบด้วยแถวแคบ ๆ ของตัวอักษรไม่มีหัว บนพื้นหลังที่มีรูปภาพสวยงามอย่างแน่นอน

วัตถุสภาวะ (materiality) ของข้อความสามารถบอกเล่าเรื่องราวที่อยู่นอกเหนือไปจากเนื้อความได้ ยิ่งไปกว่านั้น ในบางกรณียังจำเป็นต่อการทำให้เนื้อความมีความหมายขึ้นมาตั้งแต่ต้น เช่นในการศึกษาที่เรียกว่า “อักขรวิทยาโบราณ” (Paleography) ซึ่งเป็นการมุ่งอ่านแปลรหัส (decipher) และระบุช่วงเวลาที่จารึกหรือเอกสารโบราณต่าง ๆ ถูกจาร เขียน แกะสลัก ขึ้น

Ref. code: 25615808030646PUM

อย่างคร่าวๆ โดยอาศัยการวิเคราะห์รูปแบบของตัวอักษร ตลอดจนเทคนิคที่ใช้ทำให้เกิดรอยประกอบการอ่าน จึงกล่าวได้ว่าลักษณะทางกายภาพของตัวอักษรโบราณเป็นพื้นฐานสำคัญของการตีความหลักฐานต่อไปไม่ว่าในทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ หรือภาษาศาสตร์

สิ่งที่น่ากังขาก็คือ การศึกษารูปลักษณ์ (visuality) ของอักษรเพื่อนำไปสู่การเข้าใจสังคมในอดีตนั้นยุติลงเมื่อตัวอักษรกลายเป็นตัวพิมพ์ (type) ราวกับว่าแบบอักษร (typeface) มากมายที่พัฒนาต่อมาภายหลังโยฮันเนิส กูเทินแบร์ค (Johannes Gutenberg) ประดิษฐ์แท่นพิมพ์ขึ้นในคริสต์ศตวรรษที่ 15 ไม่มีนัยทางสังคมหรือวัฒนธรรมใดๆ อีกต่อไป การศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์มักให้ความสำคัญกับเทคนิคการพิมพ์ และเนื้อหาของสิ่งพิมพ์เป็นหลัก และหากจะมีการพาดพิงถึงแบบอักษรก็มักกล่าวถึงอย่างสั้นๆ เท่านั้น ในหนังสือ *The Coming of the Book: The Impact of Printing 1450-1800* (1997) ซึ่งมุ่งสำรวจแง่มุมต่าง ๆ ของการพิมพ์ในยุคต้นอย่างรอบด้าน ใช้พื้นที่ไม่ถึง 6 หน้ากล่าวถึงอักษรฮิวแมนนิสติก (Humanistic script) ซึ่งมาแทนที่อักษรโกธิค (Gothic script) กระทั่งได้รับความนิยมมาจนถึงปัจจุบัน โดยไม่ได้ลงรายละเอียดในแง่ของการออกแบบแต่อย่างใด (Febvre & Martin, 1997) เช่นเดียวกับ *สยามพิมพการ: ประวัติศาสตร์การพิมพ์ในประเทศไทย* (2549) ซึ่งจัดว่าเป็นงานภาษาไทยที่ครบถ้วนมากที่สุดเล่มหนึ่ง ก็บรรยายถึงแบบอักษรที่หมอบรัดเลย์ (Dan Beach Bradley) ใช้พิมพ์หนังสือเพียงว่า “ไม่งดงามสม่ำเสมอ” หรือ “สวยงามเป็นระเบียบมาก” (ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ และคณะ, 2549, น.12, 16) แต่ไม่ได้อภิปรายถึงรูปลักษณ์ของอักษรในรายละเอียด และไม่ได้กล่าวถึงแบบอักษรอื่น ๆ อีกเลยตลอดเนื้อหาที่เหลือ

การศึกษาเชิงอักขรวิทยาโบราณในไทยมักจำกัดอยู่ในสมัยสุโขทัย (ธวัช ปุณโณฑก, 2522; อนันต์ ทรงวิทยา, 2524) อยุธยา (จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ, 2555) เรื่อยมาจนถึงรัตนโกสินทร์ตอนต้น และยุติลง ณ จุดที่เริ่มมีการพิมพ์ในสยาม (จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ, 2554) ราวกับว่าการพิมพ์ได้ทำให้รูปอักษรไทยมีมาตรฐานที่คงตัวและไม่มีพัฒนาการใด ๆ นับแต่นั้นมา จึงไม่จำเป็นที่จะต้องศึกษา “อักษรและอักขรวิธีที่ใช้กันเป็นปกติ หลังจากรัชกาลพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวลงมา แต่จะศึกษาเฉพาะอักษรและอักขรวิธีเฉพาะแบบที่ต่างออกไปเท่านั้น” (อิงอร สุพันธุ์วณิช, 2527, น.639) อักษรที่ต่างออกไปที่ว่านี้ได้แก่ อักษรอริยกะ ของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งใช้เขียนภาษาบาลีในหมู่สงฆ์ธรรมยุตเท่านั้น ส่วน “อักขรวิธีเฉพาะแบบ” ได้แก่อักขรวิธีแบบใหม่ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวและ จอมพล ป. พิบูลสงคราม ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับรูปลักษณ์ของตัวอักษรแต่อย่างใด

ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับแบบอักษรนับแต่ยุคการพิมพ์เป็นต้นมา ตกเป็นของช่างพิมพ์ และในที่สุดมาอยู่ในมือนักออกแบบกราฟิก กลายเป็นความรู้ที่เรียกว่า “การจัดวางตัวอักษร” (typography) ศิลปะและเทคนิคในการใช้งานตัวอักษรถือเป็นพื้นฐานสำคัญของการ

ออกแบบกราฟิก (graphic design) จอห์น ทริมเบอร์ (John Trimbur) ชี้ว่าทักษะเฉพาะทางนี้ มักถูกมองว่าเรื่องของพาณิชยศิลป์ (commercial art) หรือแย่กว่านั้นคือเป็นเครื่องมือของการสร้างวัฒนธรรมการบริโภค เป็นความรู้ที่มุ่งตอบสนองต่อความต้องการของตลาดมากกว่ามุ่งสร้างข้อถกเถียงในเชิงวิพากษ์วิจารณ์ เขาอธิบายว่าเหตุที่วงวิชาการละเลยวัตถุสภาวะ (materiality) ของตัวพิมพ์ตลอดมา เป็นผลมาจากอิทธิพลของกระแสความคิดสมัยใหม่ (modernity) ที่เชื่อว่าความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการพิมพ์จะนำพาสังคมไปสู่ความเป็นเหตุเป็นผล เพราะการอ่านตัวพิมพ์แทบไม่ต้องอาศัยการตีความลายมือซึ่งแปรผันตามผู้เขียน การพิมพ์จึงทำให้ถ้อยความใสกระจ่าง (transparent) ราวกับมองทะลุไปยังความหมายที่แท้จริงได้โดยปราศจากอุปสรรคใด ๆ ทริมเบอร์มองว่าวิธีคิดนี้บกพร่องอย่างร้ายแรงตรงที่มองไม่เห็นว่าการพิมพ์เองก็ได้สร้างชั้นของความหมายแบบใหม่ขึ้นมาฉาบทับถ้อยความเช่นกัน (Trimbur, 2002) และอาจกล่าวได้ว่าเป็นการฉาบเคลือบที่แยบยลยิ่งกว่าเดิมด้วยซ้ำ เพราะชั้นของความหมายนี้เล็ดลอดได้กระทั่งจากสายตาของผู้ที่มุ่งศึกษาสื่ออย่างถี่ถ้วน

"สื่อก็คือสาร" (the medium is the message) เป็นประโยคอันโด่งดังซึ่งปรากฏครั้งแรกในหนังสือของมาร์แชล แมคลูฮาน (Marshall Mcluhan) ชื่อ *Understanding Media: The Extensions of Man* (1964) และถูกนำมาตั้งเป็นชื่อหนังสืออีกเล่มต่างหากในเวลาต่อมา แมคลูฮานเสนอว่าสื่อไม่ได้เป็นเพียงเครื่องนำสาร แต่ยังเป็นสารในตัวเองด้วย แม้กระทั่งหลอดไฟซึ่งไม่ได้มีเนื้อหาในตัวเองก็เป็นสื่อแบบหนึ่ง เพราะแสงสว่างเป็นเงื่อนไขให้มนุษย์ทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ งานของเขาจึงให้ความสำคัญกับอิทธิพลที่สื่อมีต่อสังคม นับตั้งแต่หนังสือ การพิมพ์ เงินตรามาจนถึงโทรทัศน์ และภาพยนตร์ อาจกล่าวได้ว่าสิ่งที่แมคลูฮานสนใจคือสิ่งเดียวกับที่ทริมเบอร์เรียกว่าวัตถุสภาวะ (materiality) แต่เป็นวัตถุสภาวะของสื่อ มิใช่ของข้อความ (text) อย่างที่ทริมเบอร์ต้องการเสนอ ถึงที่สุดแล้วแมคลูฮานก็ยังมองว่าคุณูปการของการพิมพ์และการจัดวางตัวอักษร (typography) คือความสามารถในการทำซ้ำ (repetition) และการทำให้สารมีความเป็นแบบแผนเดียวกัน (uniformity) (Mcluhan, 1964) ซึ่งก็คือการมองว่าตัวพิมพ์ทำให้ถ้อยความกระจ่างใสอยู่ดี

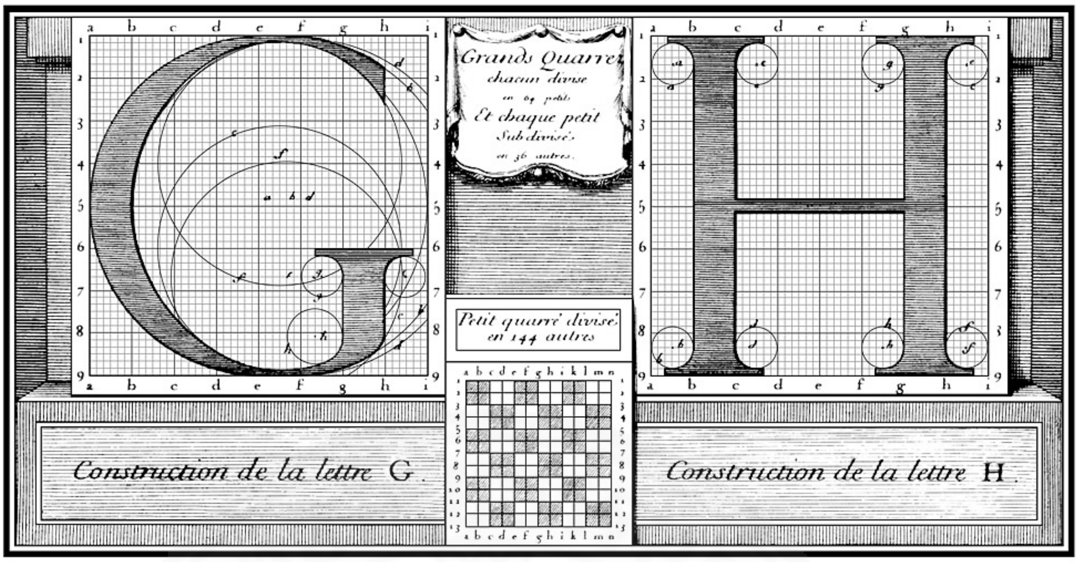
อิทธิพลของแมคลูฮานส่งต่อมายัง วอลเตอร์ ออง (Walter Ong) ลูกศิษย์ของเขา ผลงานชิ้นสำคัญของอองชื่อ *Orality and Literacy: The Technologizing of the World* (1982) เสนอว่าการพูด (speech) นั้นถูกเคลือบทับไว้ด้วยน้ำเสียง อารมณ์ และบุคลิกของผู้พูด และการเขียนคือจุดเริ่มต้นของการทำให้เสียง (sound) และคำ (word) แยกขาดจากกัน เปลี่ยนคำให้กลายเป็นวัตถุเงียบๆ สำหรับมองด้วยสายตา แต่สิ่งที่ทำให้กระบวนการนี้รุดหน้าไปอย่างมากคือการพิมพ์ เพราะในลายมือยังทิ้งร่องรอยของน้ำเสียงและบุคลิกของผู้เขียนเอาไว้ ในขณะที่การพิมพ์ "ทำให้ถ้อยคำกลายเป็นวัตถุมากเสียยิ่งกว่าที่การเขียนเคยทำมา" (Ong, 1982, pp.19-21) การเปลี่ยน

Ref. code: 25615808030646PUM

จากการรู้ภาษาแบบมุขปาฐะ (orality) มาเป็นการรู้ภาษาด้วยสายตา (visual literacy) นี้เอง ทำให้ชาวตะวันตกเชิดชูผัสสะการมองเห็นให้อยู่เหนือผัสสะอื่น ๆ (Ong, 1982) แม้งานของเขาจะมุ่งขับเน้นให้เห็นอิทธิพลของสื่อที่มีต่อการสื่อสารของมนุษย์ แต่ในขณะเดียวกันข้อเสนอของเขาก็ยิ่งตอกย้ำความเชื่อที่ว่าการมองเห็นของมนุษย์สามารถมองเห็นถ้อยความแท้จริง (true literacy) แทงทะลุผ่านตัวพิมพ์ได้โดยไม่สนใจรูปลักษณ์ของมัน

เลสเตอร์ เฟกลีย์ (Lester Faigley) วิพากษ์แนวคิดข้างต้นนี้อย่างละเอียดลออใน *Material Literacy and Visual* Design บทหนึ่งของหนังสือชื่อ *Rhetorical Bodies* (1999) เขาชี้ว่าการความเชื่อมั่นในดวงตาและการพิมพ์อย่างล้นเกินของชาวตะวันตกนี้ มาจากความเชื่อในความเป็นเหตุเป็นผล (rationality) ในยุครู้แจ้ง (enlightenment) ซึ่งสัมพันธ์กับบริบทการเติบโตขึ้นของการพิมพ์ท่ามกลางความขัดแย้งระหว่างคริสต์นิกายคาธอลิกและโปรเตสแตนท์การตีพิมพ์คัมภีร์ไบเบิล ไม่เพียงท้าทายการผูกขาดทางศาสนาของคาธอลิก แต่ยังถือเป็น “ภารกิจของโปรแตสแตนท์ที่ต้องการจะกำจัดความงมงายไร้สติในการได้ยิน การมองเห็น และการรับรู้กลิ่นของพวกคาธอลิก ด้วยพลังของความเป็นเหตุผลที่แสดงออกผ่านการพิมพ์” (Faigley, 1999, pp.174-175)

ความเป็นเหตุผลของตัวพิมพ์ที่เห็นได้เด่นชัดที่สุด ปรากฏในแบบอักษรที่ชื่อว่า “โรมาง ดู รัว” (Romain du Roi) (ภาพที่ 1.1) ชื่อซึ่งอาจแปลได้ว่า “อักษรของกษัตริย์” มีที่มาจากการที่พระเจ้าหลุยส์ที่ 14 (Louis XIV) มีรับสั่งให้ออกแบบอักษรชนิดใหม่นี้ขึ้นเพื่อใช้ในการพิมพ์ของพระราชวังในปี 1692 โดยให้ใช้หลักการทางวิทยาศาสตร์อย่างเคร่งครัด คณะทำงานซึ่งนำโดย นิโคลาส จอเจียน (Nicolas Jaugeon) จึงคิดค้นกรรมวิธีออกแบบตัวอักษรขึ้นใหม่ โดยตีตารางแบ่งสี่เหลี่ยมจัตุรัสออกเป็น 8x8 ช่อง ก่อนจะแบ่งย่อยลงไปอีกช่องละ 6x6 ได้เป็นตารางที่ประกอบด้วย 2,304 ช่อง สำหรับใช้กำกับโครงสร้างของตัวอักษร นอกจากนี้ยังใช้รูปทรงเรขาคณิตมากำกับเส้นโค้งต่าง ๆ ให้มีเหตุผลรองรับทั้งหมด (Meggs & Purvis, 2011, p.122) นับแต่นั้น การเดินเส้นตัวอักษรจึงไม่ใช่เรื่องตามใจชอบอีกต่อไป สัดส่วน ความหนาบาง องศาของเหลี่ยมมุม ความโค้งของเส้นสามารถถูกวัด และคำนวณได้อย่างแม่นยำ โรแมง ดู รัว สะท้อนให้เห็นความทะเยอทะยานของปรัชญาในยุครู้แจ้ง ที่ต้องการมองหาเหตุผลในทุกสิ่งด้วยสายตาอันเป็นวิทยาศาสตร์ พร้อมทั้งพยายามทำให้สิ่งที่เป็นหน่วยย่อยที่สุดของการส่งผ่านความรู้ คือตัวอักษรนั้นมีความเป็นกลางอย่างสัมบูรณ์



ภาพที่ 1.1 โครงสร้างตัวอักษร G และ H ของแบบอักษรโรมาง ดู รัว
จาก http://thepoliticsofdesign.com/blog/thekingstype

ด้วยเหตุนี้ ระบบการเขียนด้วยตัวอักษรแทนเสียง (alphabetic writing) จึงถูกมองว่าเหนือกว่าระบบการเขียนแบบอื่น เช่น ระบบพยางค์ (syllabic writing) หรือระบบอักษรภาพ (logographic writing) พร้อมทั้งขับไล่สัญลักษณ์ และรูปภาพออกไปจากการรู้ภาษา ดังจะเห็นได้จากการสอนภาษาให้เด็กที่มุ่งแต่การเรียนรู้ตัวอักษรเท่านั้น ในสายตาของชาวตะวันตก รูปลักษณ์หรือองค์ประกอบด้านการมองเห็นจึงเป็นเพียงสิ่งประดับประดา ไม่เป็นสาระ และยังบิดเบือนสารที่แท้จริงอีกด้วย (Faigley, 1999, p.174, 188)

คุณสมบัติในการบิดเบือน (manipulative) ที่ว่านี้ บางครั้งถูกเรียกว่า “อำนาจ” ดังที่หยูปิง เยน (Yuehping Yen) และบริงค์ลีย์ เมสสิก (Brinkley Messick) มองว่า “ศิลปะการเขียนอักษร” (calligraphy) เกี่ยวพันกับอำนาจและการเมืองกระทั่งในสังคมปัจจุบัน งานของเยนชื่อ *Calligraphy and Power in Contemporary Chinese Society* (2004) สำรวจบทบาทของการเขียนอักษรจีนซึ่งมิได้สิ้นสุดบทบาทลงแม้เทคโนโลยีการพิมพ์จะก้าวหน้าขึ้นตามลำดับมาเป็นเวลานับพันปีแล้ว การเขียนอักษรจีนเป็นทั้งเครื่องมือเลื่อนชั้นทางสังคม เป็นวิธีแสดงออกความจงรักภักดีต่อพรรคคอมมิวนิสต์ กระทั่งใช้ต่อรองกับเจ้าหน้าที่รัฐเสียเอง เช่นที่ร้านค้าต่าง ๆ มักนิยมให้ผู้มีตำแหน่งสูงเขียนป้ายชื่อร้านให้ เพื่อเป็นการแสดงความใกล้ชิดกับผู้มีอำนาจ เปรียบได้กับกระบี่อาญาสิทธิ์ (尚方宝剑) ที่ทำให้เจ้าพนักงานมีความเกรงใจในการดำเนินการต่างๆ กระทั่งเชื่อว่าจะช่วยให้ถูกเก็บภาษีน้อยลง (Yen, 2004) เช่นเดียวกัน ในงานของเมสสิกชื่อ *The Calligraphic State: Textual Domination and History in a Muslim Society* (1992) ก็แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่อง

ของการเขียนในสังคมเยเมนที่ยังคงมีบทบาทต่อมาภายหลังมีการพิมพ์ ธรรมเนียมที่ให้ความสำคัญกับการจดจำ และตีความข้อเขียนทางศาสนา กำกับชีวิตในทุกด้านของสังคมมุสลิม รวมไปจนถึงเป็นพื้นฐานของกฎหมายและการสถาปนาอำนาจของรัฐขึ้นมาบนวิธีการที่ต่างไปจากสังคมตะวันตก (Messick, 1992) ในด้านหนึ่ง งานทั้งสองชิ้นนี้สนับสนุนความคิดที่ว่าตัวเขียนถูกฉาบเคลือบไว้ด้วยชั้นความหมายที่บิดเบือนสาระของข้อความได้ แต่ในขณะเดียวกันก็แสดงให้เห็นว่ารูปลักษณ์ของอักษรนั้นมิใช่เรื่องเล็กน้อยไร้น้ำหนัก อาจเรียกได้ว่าเป็นสารในตัวเองอย่างที่แมคลูฮานเสนอด้วยซ้ำ และยังชวนให้ย้อนกลับมาตั้งคำถามว่า ตัวพิมพ์ของชาวตะวันตกเป็นนวัตกรรมทางภาษาที่ใสกระจ่าง เป็นกลาง ปราศจากการบิดเบือนได้จริง ๆ หรือเป็นเพียงโวหารที่ใช้ต่อกรกับศาสนจักรในบริบทของยุโรปเท่านั้น

ชาวตะวันตกเชื่อว่าการกดทับรูปลักษณ์ของตัวอักษรเอาไว้ให้เรียบง่ายที่สุด ทำให้คำกลายเป็นวัตถุสำหรับจ้องมองทะลุไปยังหน่วยเสียงได้อย่างเที่ยงตรง โดยมองไม่เห็นว่าการเขียนนั้นเต็มไปด้วยองค์ประกอบที่ไม่ออกเสียง (nonphonetic) มาตั้งแต่ต้น อาทิ การเว้นวรรค (space) เครื่องหมายวรรคตอน (punctution) อักษรเงียบ (silent letter) ความสามารถในการจำแนกคำพ้องเสียงออกจากกัน ดังนั้นการเขียนจึงไม่ใช่รูปแบบหนึ่งของคำพูด (speech) แต่เป็นระบบของการสื่อความด้วยการมองที่มีโวหารและเทคนิคการสร้างความหมายในรูปแบบของตัวเอง (Trimbur, 2002) ดังที่ อดอล์ฟ ลูส์ (Adolf Loos) สถาปนิกและนักออกแบบกราฟิกชาวออสเตรียได้กล่าวไว้ว่า “ไม่มีใครพูดเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ได้หรอก” (Helfland & Maeda, 2001, p.106)

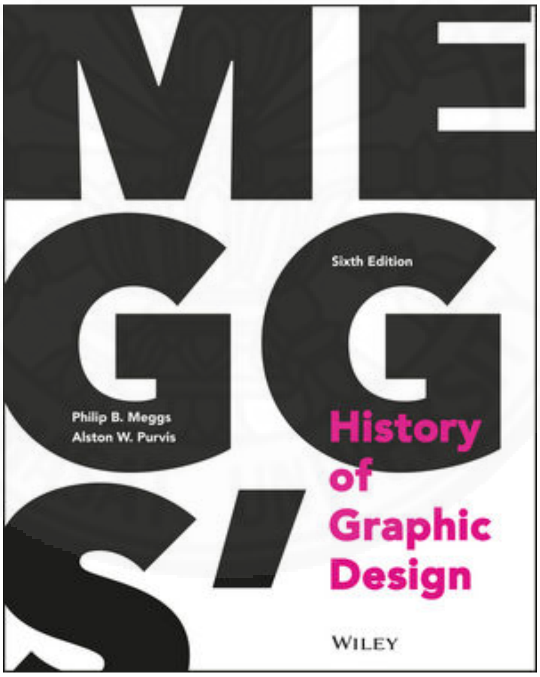
สิ่งที่สนับสนุนข้อเสนอของทริมเบอร์และเฟกลีย์ได้เป็นอย่างดี คือการที่นักออกแบบกราฟิกจำแนกความชัดเจนของตัวอักษร (legibility) หรือความอ่านง่าย ออกจากบุคลิก (personality) ของตัวอักษรอย่างชัดเจน ปริญญา โรจน์อารยานนท์ นักออกแบบตัวอักษรชาวไทยที่มีชื่อเสียงท่านหนึ่งกล่าวว่า “ฟอนต์ที่ดูดีแต่อ่านยาก” อาจเปรียบได้กับ “พิธีกรที่บุคลิกดี แต่พูดติดอ่าง!” (ปริญญา โรจน์อารยานนท์, 2554) เมื่อพูดถึงการเลือกแบบอักษรหรือฟอนต์ นักออกแบบไม่เพียงคำนึงถึงน้ำเสียงที่มาพร้อมกับถ้อยคำ แต่ยังหมายรวมถึงบุคลิกภาพของตัวอักษรที่จะถูกมองเห็นก่อนจะเอื้อนเอ่ยถ้อยคำใด ๆ ด้วยซ้ำ ดังที่ได้อ้างถึงไปแล้วว่า “การมองเห็นมาก่อนถ้อยคำ”

1.4.1.2 มานุษยวิทยาการออกแบบ (design anthropology)

แม้รูปลักษณ์ของตัวพิมพ์จะถูกทำให้กลายเป็นสิ่งไม่สลักสำคัญในทางสังคมศาสตร์ แต่ในแวดวงนักออกแบบกราฟิกเองก็มีความพยายามที่จะพิจารณามิติทางสังคมและวัฒนธรรมในแบบอักษรต่าง ๆ อยู่เนือง ๆ งานชิ้นสำคัญซึ่งบุกเบิกการศึกษาประวัติศาสตร์ของการออกแบบกราฟิกคือ *A History of Graphic* Design (1983) หนังสือโดยฟิลิปส์ เม็กส์ (Philip Meggs) นักออกแบบกราฟิกชาวอเมริกัน หนังสือเล่มนี้เริ่มต้นจากการอภิปรายถึงการเขียนอักษรภาพก่อนประวัติศาสตร์ จุดเริ่มต้นของการพิมพ์ ไล่เรียงมาจนถึงยุคดิจิทัล โดยมีแบบอักษรเป็นแกนสำคัญใน

Ref. code: 25615808030646PUM

การเล่าพัฒนาการของความรู้ด้านการจัดวางตัวอักษร (typography) ตลอดทั้งเล่ม แม้จะมีการเชื่อมโยงแบบอักษรกับบริบททางสังคมและเหตุการณ์ต่าง ๆ แต่เนื้อหาเกือบทั้งหมดก็เป็นการเล่าเรียงตามลำดับเวลาต่อกันไปมากกว่าที่จะมุ่งวิเคราะห์ประเด็นใดเป็นพิเศษ อย่างไรก็ตาม ด้วยความที่ยังไม่เคยมีใครรวบรวมเนื้อหาลักษณะนี้มาก่อน หนังสือของเมกส์จึงกลายเป็นตำรามาตรฐานของนักเรียนวิชาออกแบบไปอย่างรวดเร็ว (Heller, 2004) หนังสือเล่มนี้ได้รับความนิยมอย่างสูงในแวดวงนักออกแบบ และได้รับการปรับปรุงเพิ่มเติมเนื้อหาให้ทันสมัยขึ้นต่อมาหลายครั้ง แต่สิ่งที่น่าสนใจคือตั้งแต่ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 4 เป็นต้นมา ชื่อของผู้เขียนได้ถูกเพิ่มเข้าไปในชื่อหนังสือเป็น *Meggs' History of Graphic Design* (2005) ยิ่งไปกว่านั้นคือ ในฉบับปรับปรุงครั้งที่ 6 เมื่อปี 2014 ชื่อของเขาถึงกับถูกนำมาจัดวางเต็มพื้นที่ปกหนังสือ (ภาพที่ 1.2) หนังสือของเขาถูกใช้อ้างอิงอย่างกว้างขวาง แต่แทนที่จะนำไปสู่การสร้างข้อถกเถียงในเชิงวิพากษ์ กลับกลายเป็นการเชิดชูตัวผู้เขียนจนมีสถานะยิ่งใหญ่กว่าตัวหนังสือเองไปเสีย



ภาพที่ 1.2 ปกหนังสือ *Meggs' History of Graphic Design* (2014) ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 6

เอลเลน ลัปตัน (Ellen Lupton) นักออกแบบกราฟิกชาวอเมริกันเผชิญกับปัญหาข้างต้นนี้เมื่อเธอเริ่มสอนวิชาการจัดวางตัวอักษร (typography) ที่สถาบันศิลปะแห่งหนึ่งในปี 1997 เธอพบว่าหนังสือเกี่ยวกับความรู้เรื่องการจัดวางตัวอักษรที่มีอยู่ หากไม่อัดแน่นไปด้วยข้อมูลมากมายจนน่าเบื่อ ก็มักมีน้ำเสียงยกตนข่มท่าน มุ่งแสดงผลงานของตนเองมากกว่านำเสนอความคิด เธอจึงลงมือเขียนหนังสือขึ้นเองชื่อ *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers,*

Writers, Editors, & Students (2004) ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นหนังสือเกี่ยวกับการจัดวางตัวอักษรเพียงไม่กี่เล่มที่พยายามถกเถียงกับแนวคิดทฤษฎีทางปรัชญา ภาษา และการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ดังที่เห็นในชื่อรอง ลัปตันเขียนหนังสือเล่มนี้ขึ้นเพื่อใช้สอนและเพื่อให้นักออกแบบนำไปใช้คิดงานออกแบบเป็นหลัก การอ้างถึงแนวคิดต่าง ๆ จึงมักเป็นไปอย่างรวบรัดและไม่ได้อภิปรายเพื่อนำไปสู่ข้อถกเถียงใดเป็นพิเศษ

เช่นเดียวกับในต่างประเทศ งานวิชาการของนักออกแบบไทยก็มีลักษณะมุ่งสร้างความรู้ด้านการออกแบบมากกว่ามุ่งสร้างข้อถกเถียงในทางสังคมและวัฒนธรรมไม่ต่างกัน ตัวอย่างเช่นวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโทของธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ ชื่อ *การใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อสารบุคลิกลักษณะในงานออกแบบเรขศิลป์* (2543) เป็นการจำแนกฟอนต์ไทยออกเป็นกลุ่มย่อยๆ ตามบุคลิกของแบบอักษร เช่น “ลำลอง” (casual) ได้แก่ฟอนต์ที่ดูเรียบๆ สบายๆ “ทันสมัย" (modern) ได้แก่ฟอนต์ที่มีโครงสร้างชัดเจน เน้นประโยชน์ใช้สอย “ชวนฝัน” (romantic) ได้แก่ฟอนต์ที่มีลักษณะพลิ้วไหว นุ่มนวล น่าดึงดูดใจ “สะโอดสะอง” (elegant) ได้แก่ฟอนต์ตัวผอมที่ดูเรียบเฉย มีความเป็นผู้หญิง ในขณะที่ฟอนต์ในกลุ่ม “โอ่อ่า” (dandy) เป็นฟอนต์ตัวหนาที่ให้ความรู้สึกมั่นคงเป็นผู้ชาย ฯลฯ และยังมีการแบ่งย่อยลงไปอีก 5 กลุ่มย่อยในแต่ละกลุ่ม งานชิ้นนี้มุ่งหวังให้เกิดเป็นแนวทางในการเลือกใช้ตัวอักษรในงานออกแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ, 2543, น.48, 141-142)

ในเวลาต่อมาธีรวัฒน์และไพโรจน์ ธีระประภา มาร่วมงานกันในชื่อกลุ่ม “เซียมไท้” (siam type) ศึกษาแบบอักษรบนป้ายของ “ช่างสกุลปวน” ที่สืบทอดมาจากช่างทำป้ายชื่อ “ปวน สุวรรณสิงห์” ผู้ทำป้ายให้กับห้างร้านจำนวนมากในจังหวัดลำปาง งานดังกล่าวใช้วิธี “แกะ DNA โครงสร้างชิ้นส่วนตัวอักษร” ซึ่งก็คือการวิเคราะห์รูปลักษณ์ของตัวอักษรแยกตามองค์ประกอบต่างๆ อันได้แก่ ลำตัว (body) แนวแกนขา (stem) การจบปลาย (terminal & tail) และเชิง (serif) ของตัวอักษรเท่าที่ปรากฏบนป้าย นำมาประกอบขึ้นเป็นตัวอักษรอื่นๆ ที่ยังขาดไปให้มีโครงสร้างเดียวกัน แล้วจัดทำเป็นฟอนต์ดิจิทัล งานชิ้นนี้ให้เหตุผลในการเลือกทำงานกับแบบอักษรของ “ช่างสกุลปวน” ว่า เป็นตัวอักษรที่ “มีลีลาชัดเจน มีความเฉพาะตัวสูง พบเฉพาะหัวเมืองภาคเหนือ” โดยมุ่งหวังให้ฟอนต์ที่ผลิตออกมาสามารถนำไปใช้เป็น “ฟอนต์อัตลักษณ์ของลำปาง” (ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ และ ไพโรจน์ ธีระประภา, 2560, น.8) แม้ว่างานในยุคต่อมาของธีรวัฒน์จะเกี่ยวข้องกับงานทำป้ายและประวัติชีวิตของช่างฝีมือในพื้นที่เฉพาะ ทว่าจุดเน้นของงานในมุมมองนักออกแบบยังคงแบบอักษรที่อยู่พ้นกาลและสถานที่ เป็นการมุ่งอนุรักษ์แบบอักษรที่น่าสนใจ และแตกต่างโดดเด่นไปจากแหล่งอื่น โดยมุ่งเป้าไปที่การนำไปใช้ประโยชน์ในงานออกแบบเป็นสำคัญ

งานภาษาไทยชิ้นสำคัญที่เชื่อมโยงแบบอักษรเข้ากับประเด็นทางสังคมคือ *แกะรอยตัวพิมพ์ไทย: หนังสือประกอบนิทรรศการ "10 ตัวพิมพ์กับสังคมไทย”* (2545) ของ

ประชา สุวีรานนท์ ซึ่งแสดงให้เห็นพัฒนาการของตัวพิมพ์ไทยในยุคสมัยต่างๆ ว่าสัมพันธ์กับเทคโนโลยีการพิมพ์และบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองอย่างไรบ้าง เช่น แผ่นอักษรลอก (dry-transfer letter) ที่ทำให้การออกแบบตัวอักษรใหม่ๆ เป็นไปได้ง่ายและมีต้นทุนต่ำลง แบบอักษรลอกจึงมีรูปลักษณ์ที่ทันสมัยตอบโจทย์ความต้องการทั้งในเชิงการแสดงออกความเห็นทางการเมืองที่ท้าทาย และในเชิงเทคนิคที่ทำให้กลุ่มนักศึกษาต่าง ๆ สามารถออกแบบโปสเตอร์ได้เองในช่วงเหตุการณ์ 14 ตุลา 2516 (ประชา สุวีรานนท์, 2545) อาจกล่าวได้ว่างานชิ้นนี้เป็นเหมือน Meggs' History of Graphic Design ฉบับประวัติศาสตร์กราฟิกไทย เพราะเป็นงานชิ้นบุกเบิกที่ยังมีสถานะโดดเด่นตลอดมาเพียงชิ้นเดียว และนำเสนอสิ่งที่ทริมเบอร์เรียกว่า “เรื่องเล่าของรูปอักษร” (narrativity of letterforms) (Trimbur, 2004, p.266) เช่นเดียวกัน

นอกจากประชาแล้ว ยังมีนักออกแบบกราฟิกชาวไทยอีกหลายคนที่แสดงความสนใจประเด็นทางสังคมในตัวอักษร คนหนึ่งคือ สันติ ลอรัชวี เขาเขียนบทความชื่อ *แบบไทยนริศ : บนสู่ล่าง แคบสู่กว้าง* (2558) เสนอว่าความเชื่อที่ว่าแบบอักษรไทยแบบดั้งเดิมคือแบบมีหัว อาจเป็นความเชื่อที่ไม่ถูกนัก เพราะแบบอักษรไทยตัวแรกที่แพร่หลายอย่างกว้างขวางคือ “แบบไทยนริศ” ซึ่งริเริ่มโดยสมเด็จกรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ เขียนด้วยปลายพู่กันปากแบน ซึ่งเป็นตัวอักษรที่ มีการประกอบโครงสร้างอย่างเป็นระบบ มีลำดับในการลากเส้นชัดเจน ทำให้ง่ายต่อการเรียนรู้ และทำให้กลายเป็นแบบอักษรที่กระจายไปสู่ช่างฝีมือ และในหมู่ประชาชนทั่วไปในที่สุด (สันติ ลอรัชวี, 2558) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มของนักออกแบบของ คัดสรร ดีมาก บริษัทออกแบบฟอนต์เฉพาะสำหรับองค์กร (custom font) รายแรกของประเทศไทย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา คัดสรร ดีมากเริ่มเผยแพร่บทความขนาดสั้นในเว็บไซต์ของบริษัทอย่างต่อเนื่อง บทความหลายชิ้นขบคิดกับประเด็นในเชิงภาษาศาสตร์ และการสื่อสาร (ภาณุวัฒน์ อู้สกุลวัฒนา, 2560; ศิริน กันคล้อย, 2561; อนุทิน วงศ์สรรคกร, 2561) ไม่ต่างไปจากงานของเอลเลน ลัปตัน แต่แน่นอนว่าบทความเหล่านี้ไม่ได้เขียนขึ้นเพื่อสร้างข้อถกเถียงทางวิชาการ เพราะถึงอย่างไรคัดสรร ดีมากก็เป็นบริษัทออกแบบที่มุ่งผลิตงานออกแบบไม่ใช่ความรู้ทางวิชาการ

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นได้ชัดเจนว่ามีรอยปริแยกบางอย่างกั้นกลางอยู่ระหว่างความรู้ด้านการออกแบบกับความรู้ทางสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ แม้ว่าต่างฝ่ายต่างแสดงความสนใจในเรื่องที่เหลื่อมทับกัน แต่กลับไม่เกิดบทสนทนาระหว่างกัน นักวิชาการมักหยิบฉวยเรื่องการจัดวางอักษรมาใช้อย่างฉาบฉวย ไม่ต่างไปจากที่นักออกแบบอ้างถึงแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ เพียงเพื่อจะนำไปสู่การทำงานออกแบบมากกว่า คีธ เมอร์ฟี (Keith Murphy) หนึ่งในผู้บุกเบิกแนวทางการศึกษามานุษยวิทยาการออกแบบ (design anthropology) ตั้งข้อสังเกตว่าการศึกษาของนักมานุษยวิทยามีแนวโน้มที่จะอิงอยู่กับการวิเคราะห์รูปแบบของสิ่งที่เสร็จสิ้นไปแล้วในอดีต หรือที่

จับต้องได้ในปัจจุบัน ในขณะที่การออกแบบเป็นการสร้างสิ่งใหม่ ภาวะใหม่ ที่จะผลักชีวิตและสังคมมนุษย์ไปข้างหน้าในอนาคตมากกว่า (Murphy, 2016)

ในบทความชื่อ *Design and Anthropology* (2016) เมอร์ฟีอภิปรายว่า ประเด็นเกี่ยวกับการออกแบบปรากฏในงานมานุษยวิทยามาโดยตลอด นับตั้งแต่ในยุคที่ยังเชื่อว่ามีนักออกแบบที่ยิ่งใหญ่อยู่เบื้องหลังสิ่งต่าง ๆ เช่น พระเจ้า หรือ พลังวิวัฒนาการของดาร์วิน (Charles Darwin) แต่ในเวลาต่อมา บทบาทของนักออกแบบในทางวัฒนธรรมก็ค่อยๆ จางหายไป เพราะนักมานุษยวิทยามักมุ่งเป้าไปที่รูปแบบ (design-as-form) ของสิ่งของ มากกว่ากระบวนการออกแบบ (design-as-action) เช่น เวลาเราสนใจการบริโภค เรามักสนใจว่า สินค้าส่งผลอย่างไรต่อชีวิตผู้บริโภคและสังคม หรือการผลิตส่งผลอย่างไรต่อชีวิตคนงาน แต่ไม่ว่าจะมุ่งเป้าไปที่การผลิตหรือการบริโภค นักมานุษยวิทยาก็สนใจอยู่แค่คุณลักษณะของวัตถุสินค้านั้น ไม่ได้สนใจกระบวนการออกแบบก่อนที่มันจะเป็นรูปร่างขึ้นมา หรือที่กำลังจะก่อรูปขึ้นเป็นสิ่งใหม่ (Murphy, 2016) มานุษยวิทยาการออกแบบจึงให้ความสนใจกับประเด็นความต่อเนื่องของเวลา (temporality) (Shearer, 2016) และทำงานบนสมมติฐานที่มอง “มนุษย์ในฐานะผู้สร้างอนาคต (future makers) และอนาคตในฐานะความเป็นจริงทางสังคม (cultural facts)” (Appadurai, 2013)

งานศึกษาด้านมานุษยวิทยาการออกแบบ มองว่าความเป็นนักออกแบบมีอยู่ในตัวมนุษย์ทุกคน ดังนั้นงานในกลุ่มนี้จึงมักสนใจการออกแบบในชีวิตประจำวัน การใช้สิ่งของ การจัดสรรพื้นที่ของคนทั่วไป (Clarke, 2010) แต่มีเพียงน้อยชิ้นที่จะสนใจการออกแบบอย่างตรงไปตรงมา คือศึกษางานออกแบบของคนที่เรียกตัวเองว่า “นักออกแบบ” (Murphy, 2016) ยังไม่ต้องพูดถึงนักออกแบบกราฟิกซึ่งที่จริงแล้วพยายามนำเทคนิคในเชิงชาติพันธ์นิพนธ์ (ethnography) ไปใช้กับงานออกแบบ (Cossu, 2016) แต่งานของพวกเขายังไม่เคยเป็นวัตถุในการศึกษาทางมานุษยวิทยาเลย

รอยแยกของความรู้ที่ขวางกั้นนักออกแบบกับนักวิชาการนี้ ทำให้ความรู้ด้านการออกแบบกราฟิกและตัวอักษรถูกมองเป็นเพียงเรื่องของความสวยงามและการกระตุ้นยอดขาย ส่วนนักวิชาการเอง ไม่เพียงมองข้ามความแยบยลของการตลาดที่ฉาบทับข้อความ แต่ยังมองไม่เห็นปรากฏการณ์อันน่าตื่นตาตื่นใจของฟอนต์ที่หลั่งไหลมาจากร้านป้ายทั่วประเทศ ทั้ง ๆ ที่ฟอนต์เหล่านั้นก็ปรากฏอยู่ต่อหน้าต่อตาในชีวิตประจำวัน การเชื่อมสองฟากฝั่งความรู้นี้เข้าหากัน จึงเป็นพื้นฐานสำคัญของการทำความเข้าใจปรากฏการณ์นี้

1.4.2 ช่างฝีมือ

ผู้สัญจรบนถนนในต่างจังหวัดจะคุ้นเคยกับป้ายไวนิลสีสันฉูดฉาดขนาดใหญ่ที่ติดตั้งไว้ตามไหล่ทาง เนื้อหาบนป้ายเหล่านี้มักเกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์งานเทศกาล งานบุญต่าง ๆ ในท้องถิ่น และมีการจัดองค์ประกอบคล้าย ๆ กัน คือมีภาพศิลปิน นักร้องที่มาแสดงในงาน

และใบหน้าของผู้บริหารส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงานดังกล่าวเป็นองค์ประกอบหลักของป้าย ตัวอักษรมักถูกจัดวางจนเต็มพื้นที่ป้าย และบ่อยครั้งถูกบีบหรือยืดจนเสียสัดส่วน เพื่อให้พอดีกับพื้นที่ ผลงานของคนทำป้ายเหล่านี้อาจดูไม่มีความเป็นมืออาชีพ หากนำไปเปรียบเทียบกับป้ายขนาดไล่เลี่ยกันในเมืองใหญ่ซึ่งออกแบบโดยนักออกแบบกราฟิก เนื้อหาบนป้ายกลุ่มหลังนี้มักเกี่ยวข้องกับการโฆษณาสินค้าและบริการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์งานที่จัดโดยบริษัทขนาดใหญ่ หรือหน่วยงานรัฐส่วนกลางซึ่งมีงบประมาณในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์สูงกว่าป้ายกลุ่มแรก องค์ประกอบของป้ายกลุ่มนี้มักแตกต่างกันออกไปตามโอกาสและสารที่ต้องการสื่อ ตัวอักษรและรูปภาพต่าง ๆ มักถูกจัดวางตามหลักการออกแบบที่นักออกแบบกราฟิกถูกฝึกฝนมา

ภาพที่ 1.3 ภาพประกอบข่าว “ฮาก๊าก ! ฝีมือโฟโต้ชอปป้าย ‘สวัสดีปีใหม่ไทย’ ระดับ อบต.” จาก https://news.mthai.com/social-news/489474.html

แน่นอนว่ากลุ่มเป้าหมายของสารบนป้ายสองกลุ่มข้างต้นแตกต่างกันอยู่พอสมควร ประสิทธิภาพด้านการสื่อสารของป้ายทั้งสองแบบจึงไม่สามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้อย่างตรงไปตรงมา แต่ความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนก็คือนักออกแบบกราฟิกดูจะลงแรงไปกับการออกแบบให้มีความสดใหม่มากกว่า ซึ่งก็หมายถึงราคาของงานที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย การนำมาเปรียบเทียบกันเช่นนี้ทำให้ป้ายชนิดแรกดูราวกับเป็นงานที่ไม่ต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์มากนัก เป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ของคนทำป้ายที่นอกจากจะชอบละเมิดลิขสิทธิ์แล้ว ยังนำโปรแกรมและฟอนต์ไปใช้โดยไม่คำนึงถึงหลักการออกแบบที่ดีอีกด้วย ดังนั้น แม้ช่างกราฟิกจะใช้โปรแกรมตกแต่งรูป

เดียวกับที่นักออกแบบกราฟิกใช้ พวกเขาก็มักถูกจัดให้เป็นเพียงผู้ใช้ “โฟโต้ชอประดับ อบต.” (ณ เฌอ, 2559) เท่านั้น

นอกจากงานออกแบบกราฟิกแล้ว คนทำป้ายยังมีความชำนาญที่ก้ำกึ่งอยู่ระหว่างช่างอีกหลายประเภท พวกเขาสามารถทำงานไม้ เชื่อมโลหะ ไปจนถึงต่อวงจรไฟฟ้า แต่แน่นอนว่าเครื่องมือและความเชี่ยวชาญของพวกเขาก็ไม่ได้มีมากเท่ากับช่างเทคนิคในแต่ละด้านโดยตรง นอกจากนี้ กระทั่งในสมัยที่ยังเขียนป้ายด้วยมือซึ่งเป็นงานที่ฟังดูเก่าแก่ ช่างเขียนป้ายเองก็ไม่ใช่ช่างจารีตมาตั้งแต่ต้น เพราะงานชนิดนี้น่าจะเพิ่งมีความสำคัญมากขึ้นเมื่อประชากรไทยเริ่มรู้หนังสืออย่างทั่วถึงในราวทศวรรษ 2500 - 2510 นี้เอง (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2513) อาจกล่าวได้ว่า พวกเขาเป็นศิลปินในสายตาช่างเทคนิค แต่ก็เป็นช่างเทคนิคในสายตานักออกแบบ และยังเป็นช่างฝีมือกลางเก่ากลางใหม่ที่จัดประเภทไม่ได้แน่ชัด เพื่อจะเข้าใจว่าเหตุใดคนทำป้ายจึงตกอยู่ในสถานะเช่นนี้ จะต้องย้อนกลับไปพิจารณาเส้นทางในประวัติศาสตร์ของศิลปินและช่างฝีมือกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งค่อย ๆ แยกเส้นทางเดินไปบนความรู้คนละฟากฝั่งดังที่กล่าวไปในตอนต้น

1.4.2.1 ช่างฝีมือกับเครื่องจักร

จนถึงศตวรรษที่ 17 ศิลปินและช่างฝีมือแทบไม่มีความแตกต่างกันเลย คือต่างก็เป็นผู้เชี่ยวชาญเชิงเทคนิคบางประการเช่นเดียวกัน ดังจะเห็นว่าคำ “art” ซึ่งมาจากคำละติน “artem” มีความหมายกว้างๆ หมายถึงความชำนาญ ความเป็นช่างฝีมือ ผู้เชี่ยวชาญเชิงอาชีพ (Mitchell, 2005, p.6) แต่การเติบโตของทุนนิยมอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 17 นี้เองที่แบ่งแยกงานที่ใช้ทักษะความคิดเชิงสร้างสรรค์ ออกจากงานที่ใช้ทักษะร่างกาย แยกศิลปินออกจากช่างผู้ควบคุมเครื่องจักรที่มาทำงานแทนร่างกายมนุษย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า (Ingold, 2007, p.127) เรย์มอนด์ วิลเลียมส์ (Raymond Williams) ชี้ว่าความเข้าใจที่ว่าช่างฝีมือเป็นเพียง “แรงงานที่ปราศจากจุดประสงค์ในเชิงความคิด จินตนาการ หรือความสร้างสรรค์” เพิ่งจะเริ่มลงหลักปักฐานในอังกฤษในตอนปลายของศตวรรษที่ 18 นี้เอง (Williams, 1976, p.33) ส่วนข้อสังเกตเกี่ยวกับการแยกแยะ “ศิลปะ” (art) ออกจาก “งานฝีมือ” (industry) ในไทยมีปรากฏในรายงานการจัดการบำรุงวิชาช่าง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2453 (ศรันย์ ทองปาน, 2534, น.110) หรือหลังจากอังกฤษราวหนึ่งร้อยปี ซึ่งเป็นช่วงเวลาไล่เลี่ยกับการก่อตั้งวิทยาลัยเพาะช่าง ในปี พ.ศ. 2456 (ถนอม บรรณประเสริฐ และรัชดา โชติพานิช, 2560)

ในหนังสือ *อักขราภิธานศรับท์* หมอบรัดเลย์ให้ความหมายของ “ช่าง” ไว้ว่า “คนที่รู้จักทำการต่าง ๆ เหมือนอย่างการ ช่างทอง ช่างไม้ เป็นต้น” (Bradley, 1873, p.175) ช่างในความรับรู้โดยทั่วไปนี้คือ ช่างเทคนิค (technician) ซึ่งถูกฝึกฝนมาเพื่อทำงานกับวัสดุหรือเทคโนโลยีใดหนึ่งโดยเฉพาะ ช่างในความหมายนี้เกิดขึ้นพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนความหมายของคำ “เทคโนโลยี” (technology) จากรากเดิมในภาษากรีก “tekhne” ซึ่งหมายถึง “ศิลปะหรืองานฝีมือ”

มาสู่ความหมายสมัยใหม่ซึ่งหมายถึงการประยุกต์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาเพื่อใช้ในทางอุตสาหกรรม ในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม (Ross, 2005, p.342) กล่าวคือศิลปะและเทคโนโลยีต่างก็เป็นสิ่งเดียวกันมาก่อนภายใต้ความเป็นช่างฝีมือ (craftsmanship) ก่อนที่จะกลายมาเป็นสองสิ่งที่อยู่ตรงข้ามกัน และทำให้ดูราวกับว่างานศิลปะอาศัยความคิดแต่เพียงอย่างเดียว ตัวอย่างเช่น คำ “creativity” ที่นิยมแปลเป็นไทยว่า “ความคิดสร้างสรรค์” ในขณะเดียวกันก็ทำให้เทคโนโลยีกลายเป็นสิ่งไร้หัวใจที่รุกคืบแทนที่การผลิตของช่างฝีมือดั้งเดิมด้วยเครื่องจักร

ในปี ค.ศ.1811 เกิดเหตุวุ่นวายลุกลามไปทั่วประเทศอังกฤษ เมื่อกลุ่มบุคคลปกปิดใบหน้าบุกเข้าไปใช้ค้อนเหล็กทุบทำลายเครื่องจักรทอผ้าของโรงงานแห่งหนึ่ง ก่อนจะขยายแนวร่วมไปทั่วประเทศในชื่อขบวนการ “ลัดไดท์” (The Luddite) กระทั่งรัฐบาลต้องออกกฎหมายให้การทุบทำลายเครื่องจักรทอผ้ามีโทษถึงประหารชีวิต (Conniff, 2011) แม้ในเวลาต่อมาจะมีการเสนอว่าเครื่องจักรอาจไม่ใช่ศัตรูของพวกลัดไดท์โดยตัวของมันเอง ทว่าเป็นการจ้างงานที่ไม่เป็นธรรมในระบบการผลิตใหม่มากกว่า (Thomis, 1970) แต่ชื่อ “ลัดไดท์” ก็ถูกจดจำในฐานะกลุ่มคนที่ต่อต้านความก้าวหน้า รวมถึงถูกนำมาใช้เรียกคนที่ต่อต้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาจนถึงปัจจุบัน

ความตึงเครียดระหว่างช่างฝีมือดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้การศึกษาช่างฝีมือส่วนใหญ่ทั้งในไทยและต่างประเทศ มุ่งสนใจการปรับตัวของช่างฝีมือต่อเทคโนโลยีและระบบเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป เช่น *Crafts in the World Market: The Impact of Global Exchange on Middle American Artisans* (Nash, 1993) ที่ศึกษาช่างหัตถกรรมในอเมริกากลางและพบว่างานหัตถกรรมกลายเป็นอนาคตและความหวังในทางเศรษฐกิจของช่างพื้นเมืองที่แต่เดิมผลิตของเพื่อใช้ในชุมชนเท่านั้น แต่กระแสความนิยมของแปลก (exotics) ในตลาดโลกเข้ามาเปลี่ยนวิถีการผลิตของพวกเขาให้เปลี่ยนมาเป็นช่างที่ผลิตงานฝีมือแบบอุตสาหกรรม แน่นอนว่าการปรับตัวก็มีทั้งที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว เช่นในงานชื่อ *Handmade in India: traditional craft skills in a changing world* ที่พบว่าช่างทอผ้าในอินเดียเผชิญกับความยากลำบากเมื่อการทอผ้าด้วยเครื่องจักรเข้ามาแทนที่พวกเขา และทำให้งานช่างที่เคยเปี่ยมไปด้วยศักดิ์ศรีนี้กลายเป็นสิ่งที่ไม่มีใครต้องการอีกต่อไป ช่างทอผ้ากลายเป็นฝ่ายต้องไปวิงวอนของงานทำ และหลายคนเลือกที่จะจบชีวิตของตนเองเพื่อยุติความน่าอับอายนี้ (Liebl and Roy, 2004) บทความดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของหนังสือ *Poor People's Knowledge: Promoting Intellectual Property in Developing Countries* ซึ่งเสนอว่าทางออกของงานช่างฝีมือในประเทศโลกที่สามคือการปรับตัวเข้าหาตลาด และใช้กลไกของกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาคุ้มครอง (Finger & Schuler, 2004)

งานศึกษาช่างฝีมือในไทยมีจุดเน้นเช่นเดียวกัน แต่มักสนใจช่างฝีมือที่มีสถานะสูงกว่าช่างฝีมือทั่วไป คือช่างสัมพันธ์อยู่กับสถาบันทางสังคมที่มีความสำคัญ เช่นงานของศรัณย์ ทองปาน เรื่อง *ชีวิตทางสังคมของช่างในสังคมไทยภาคกลางสมัยรัตนโกสินทร์ก่อน พ.ศ. 2448* ที่

เสนอว่าช่างฝีมือในสังคมไทยภาคกลางช่วยต้นรัตนโกสินทร์สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มคือ "ช่างหลวง" ที่ประจำกรมกองของราชการ "ช่างเชลยศักดิ์" ที่อยู่ในความอุปถัมภ์ของขุนนาง "ช่างของวัด" ซึ่งประกอบด้วยพระสงฆ์และฆราวาสที่ทำงานเกี่ยวกับกิจกรรมทางศาสนา และ "ช่างชาวบ้าน" ในชุมชนช่างหรือ "บ้านช่าง" ที่ผลิตงานเพื่อขายในตลาด (ศรัณย์ ทองปาน, 2534) งานชิ้นนี้ชี้ว่าแม้ชีวิตทางสังคมของช่างจะเปลี่ยนแปลงไปมากเมื่อมีการติดต่อกับชาติตะวันตกในสมัยรัชกาลที่ 4-5 ทำให้งานช่างเคลื่อนมาสู่การรับจ้างมากขึ้น รวมถึงได้รับอิทธิพลในการก่อตั้งสถาบันช่าง และแบ่งแยกงานช่างออกจากงานศิลปะ แต่ศรันย์ก็ยังเน้นย้ำว่าสถาบันวัดยังคง "มีบทบาทในการรักษารูปแบบความสัมพันธ์ในการผลิตงานช่างแบบดั้งเดิมสืบต่อมาได้บ้าง" (ศรัณย์ ทองปาน, 2534, น.2) ในทำนองเดียวกัน งานของบุญรัตน์ เจริญชัย ที่ศึกษาการปรับตัวของช่างปูนปั้นในจังหวัดเพชรบุรี พบว่าช่างมีการแบ่งกันทำงานตามความเชี่ยวชาญเฉพาะมากขึ้น และเคลื่อนมาสู่การทำงานในระบบรับจ้างมากขึ้นโดยมีวัดเป็นผู้อุปถัมภ์รายใหม่ (บุญรัตน์ เจริญชัย, 2541) งานอีกชิ้นที่ศึกษาสกุลช่างในจังหวัดเพชรบุรีในช่วงเวลาต่อมาคือ *โครงการสำนักและการสืบสานงานช่างไม้สายสกุลช่างเพชรบุรี* (2560) พบว่าช่างไม้ก็มีการปรับตัวแบบที่คล้ายคลึงกับในงานของบุญรัตน์ แต่ถึงที่สุดแล้วสกุลช่างต่าง ๆ ก็ล่มสลายลงเพราะขาดผู้สืบทอด (ชนัญญู เมฆหมอก, 2560) งานทั้งหมดในกลุ่มนี้ มุ่งเน้นไปที่วิกฤตการณ์ของช่างจารีต (traditional craftsmen) ในโลกที่เทคโนโลยีและระบบเศรษฐกิจเปลี่ยนแปลงไป และมักเป็นการศึกษาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออนุรักษ์งานช่างฝีมือเหล่านี้ไว้ในทางใดทางหนึ่ง

วิภาส ปรัชญาภรณ์ ชี้ว่างานช่างแบบจารีตเพิ่งจะถูกยกย่องให้มีฐานะเป็น "มรดกทางศิลปวัฒนธรรม" ที่ควรอนุรักษ์เอาไว้โดยการตีความตามใจชอบในสมัยหลัง ในขณะที่ความเป็นจริงแล้ว งานช่าง "เป็นเรื่องของคนที่อยู่ชายขอบ" และเป็นการพัฒนาฝีมือแรงงานให้กับคนด้อยโอกาสมากกว่า (วิภาส ปรัชญาภรณ์, 2544, น.11) ข้อนี้เห็นได้ชัดในทำเนียบศิษย์เก่าที่มีชื่อเสียงของวิทยาลัยเพาะช่าง ซึ่งมักมีชื่อเสียงในฐานะของศิลปินแห่งชาติ ตัวอย่างเช่น ชลูด นิ่มเสมอ ถวัลย์ ดัชนี เฉลิมชัย โฆษิตพิพัฒน์ ฯลฯ (สมาคมศิษย์เก่าเพาะช่าง, 2536) เขาเหล่านี้ทำงานช่างในแบบจารีต คืองานจิตรกรรมหรือประติมากรรมทั้งสิ้น ในขณะที่แผนกวิชาใหม่ ๆ เช่น ช่างพิมพ์บล็อกสกรีน กลับไม่ถูกกล่าวถึงเลย ด้วยเหตุนี้จึงไม่น่าแปลกใจที่งานศึกษาในกรอบข้างต้นจะพบว่าช่างฝีมือล้วนแต่ตกอยู่ในภาวะวิกฤต เพราะงานส่วนใหญ่มุ่งเป้าไปที่ช่างจารีตเพียงบางกลุ่มเท่านั้น ในขณะที่ยังมีช่างฝีมือชนิดใหม่ที่น่าสนใจจำนวนไม่น้อย เกิดขึ้นเคียงข้างเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดมา โดยเฉพาะผู้ชำนาญการบางประเภทที่ถูกจัดให้เป็นช่างในภาษาไทย เช่น ช่างทำผม ช่างแต่งหน้า ช่างถ่ายรูป รวมไปจนถึงช่างเขียนป้าย

ในหนังสือชื่อ The Craftsman (2009) ริชาร์ด เซนเนตต์ (Richard Sennett) โต้แย้งว่าการมองว่าความเป็นช่างฝีมือ (craftsmanship) คือวิถีชีวิตซึ่งค่อย ๆ จางหายไปเนื่องจากการเติบโตของสังคมอุตสาหกรรมนั้นไม่ถูกต้องนัก เพราะสำหรับเขา

> งานช่างฝีมือมีพื้นฐานอันคงทน คือความปรารถนาของมนุษย์ที่จะทำงานให้ดีเพื่อตัวของมันเอง งานช่างฝีมือจึงกินความกว้างขวางไปมากกว่าแรงงานฝีมือ แต่รวมไปจนถึงโปรแกรมเมอร์ แพทย์ ศิลปิน กระทั่งการเลี้ยงดูบุตรก็พัฒนาขึ้นได้เมื่อทำอย่างเป็นงานฝีมือ (Sennett, 2009, p.9)

กล่าวคือ ความเป็นช่างฝีมือเป็นเรื่องของการมีวิถีปฏิบัติอันมุ่งมั่น มากกว่าการสังกัดอยู่ในสถาบันทางสังคมใดหนึ่ง และความมุ่งมาดที่จะทำงานให้ดีขึ้นนี้เอง คือบ่อเกิดของความภาคภูมิใจในงานของตน ไม่ว่าจะเป็นงานที่สูงส่งหรือต้อยต่ำเพียงใด (Sennett, 2009) งานภาษาไทยที่เคลื่อนจากการศึกษาช่างจารีตมาสู่ช่างในบริบทสังคมอุตสาหกรรม คือ *ช่างไม้: ความรู้และตัวตน* (2544) ของวิภาส ปรัชญาภรณ์ เขาใช้แนวคิดเรื่องวิถีปฏิบัติ (practice) ของ ปิแอร์ บอร์ดิยู (Pierre Bourdieu) มาศึกษาช่างไม้ในโรงงานเฟอร์นิเจอร์ และชี้ให้เห็นว่าตัวตนของช่างไม่ได้มีลักษณะตายตัว ทว่ามีตัวตนที่หลากหลายและยังเคลื่อนไปอยู่ตลอด เช่นเดียวกับความรู้ที่ต้องเรียนรู้เรื่อยไปไม่จบสิ้น (วิภาส ปรัชญาภรณ์, 2544)

ในแง่หนึ่ง การเปลี่ยนจากวิธีนิยามตัวตนด้วยสังกัดของช่าง เช่น ช่างเชลยศักดิ์ ช่างวัด ช่างบ้าน มาสู่การนิยามด้วยวิถีปฏิบัติของช่างที่มีพลวัต ช่วยให้ก้าวพ้นปัญหาวิกฤตตัวตนของช่างและเปิดมุมมองเกี่ยวกับความเป็นช่างฝีมือในโลกสมัยใหม่ แต่ในอีกด้านหนึ่ง ความละเอียดอ่อนในการศึกษาตัวตนนี้ก็แลกมาด้วยการละไว้ซึ่งความซับซ้อนของระบบเศรษฐกิจ ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะทำให้มองข้ามปัญหาความไม่เป็นธรรมในภาพใหญ่ รวมถึงอาจยังไม่เพียงพอต่อการอธิบายตัวตนในบริบทความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีระลอกใหม่ซึ่งซับซ้อนกว่าเดิมมาก เช่นในกรณีของช่างเขียนป้าย วิถีปฏิบัติของพวกเขาไม่ได้เพียงเคลื่อนไป แต่ถูกแปลงเป็นดิจิทัล (digitized) จนทำให้แทบจะกลายเป็นคนละคน นอกจากปฏิบัติการในชีวิตประจำวันแล้ว เงื่อนไขของเทคโนโลยีและความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากเทคโนโลยีนั้นก็เป็นสิ่งที่มองข้ามไปไม่ได้เลย

เพื่อที่จะทำความเข้าใจปรากฏการณ์นี้อย่างรอบด้าน ผู้เขียนเสนอให้ย้อนกลับไปตั้งคำถามต่อการแบ่งแยกงานฝีมือกับความคิดสร้างสรรค์ มนุษย์กับเครื่องจักร ศิลปะกับเทคโนโลยี ซึ่งเป็นพื้นฐานของสมมติฐานว่าด้วยตัวตนของช่างฝีมือมาตั้งแต่ต้น เพราะเส้นแบ่งนี้กำลังถูกท้าทายและทำให้เลือนลงด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ฟอนต์จากฝีแปรงช่างเขียนป้ายสามารถยืนยันในข้อนี้ได้เป็นอย่างดี

สาเหตุที่ช่างเขียนป้ายไม่ได้ลุกฮือขึ้นมาทุบทำลายเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทแบบพวกลัดไดท์ หรือสูญสิ้นศักดิ์ศรีของช่างฝีมือแบบช่างทอผ้าชาวอินเดีย อาจเป็นเพราะพวกเขาเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจในลักษณะที่แตกต่างกันอย่างมาก ช่างทอผ้าทั้งสองกลุ่มข้างต้นเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่การผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักรขับเคลื่อน ส่วนช่าง

Ref. code: 25615808030646PUM

เขียนป้ายในประเทศไทยเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่การผลิตในยุคดิจิทัล ในข้อนี้จะเห็นได้ชัดเจนเมื่อเปรียบเทียบกับช่างฝีมือที่ใกล้ชิดช่างเขียนป้ายมากที่สุด นั่นคือช่างพิมพ์

1.4.2.2 ช่างพิมพ์กับเทคโนโลยีดิจิทัล

ในปัจจุบัน ดูเหมือนว่าใครก็สามารถทำงานออกแบบกราฟิกได้ โปรแกรมพื้นฐานอย่างเช่น "Word" หรือ "Powerpoint" สามารถจัดวางตัวอักษรและรูปภาพออกมาเป็นการ์ด หรือนามบัตรอย่างง่ายๆ โดยผู้ใช้เพียงคนเดียว ยังไม่ต้องกล่าวถึงโปรแกรมเฉพาะทางที่อนุญาตให้นักออกแบบสามารถสร้างสรรค์โปสเตอร์ที่ซับซ้อน หรือจัดหน้าหนังสือทั้งเล่มได้โดยลำพัง กระบวนการออกแบบและผลิตสิ่งพิมพ์ก่อนยุคดิจิทัล มีขั้นตอนที่ยุ่งยากกว่านี้มาก การคลิกสั่งให้เครื่องพิมพ์ (printer) แปลงภาพจากหน้าจอออกมาเป็นภาพบนกระดาษ ในอดีตต้องอาศัยช่างพิมพ์ (printer) ที่มีความชำนาญเฉพาะทางแยกย่อยลงไปอีกจำนวนมาก ในสารคดีชื่อ *Graphic Means: A History of Graphic Design Production* (2016) ไบรอา เลวิท (Briar Levit) แสดงให้เห็นขั้นตอนที่ซับซ้อนของการออกแบบในยุคก่อนคอมพิวเตอร์ ระหว่างทำแบบ (artwork) นักออกแบบกราฟิกจะต้องโทรศัพท์หาโรงหล่อตัวพิมพ์ (type foundry) เพื่อสั่งตัวอักษรที่ต้องการมาให้ช่างเรียงพิมพ์ (typesetter) จัดวาง จากนั้นช่างประกอบฟิล์ม (stripper) จะนำองค์ประกอบต่างๆ มารวมกันส่งให้ช่างทำเพลท (plate maker) เพื่อนำไปเข้าเครื่องพิมพ์ต่อไป (Levit, 2016) ทั้งหมดนี้เป็นการกล่าวถึงกระบวนการอย่างคร่าวๆ แต่ก็ทำให้เห็นว่างานออกแบบจะออกมาดีหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับการทำงานร่วมกันและความสามารถของช่างพิมพ์ด้วย

หากย้อนหลังกลับไปอีก ก็จะพบว่าการ "ออกแบบกราฟิก" นี้เป็นสิ่งที่ช่างพิมพ์ทำกันมาตั้งแต่ศตวรรษที่ 18 แล้ว หนังสือของเดวิด จูรี (David Jury) ชื่อ *Graphic Design before Graphic Designers: The Printer as Designer and Craftsman 1700 - 1914* แสดงให้เห็นว่าช่างพิมพ์นั้นเป็นทั้งช่างฝีมือและนักออกแบบที่ใช้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในเวลาเดียวกัน และความรู้ที่พวกเขาพัฒนาขึ้นตลอด 2 ศตวรรษนี้เองคือพื้นฐานของการออกแบบกราฟิกในเวลาต่อมา (Jury, 2012) เหตุที่จูรีเลือกปี 1914 เป็นจุดสิ้นสุด เพราะเป็นปีที่สถาบันศิลปะกราฟิกอเมริกา (American Institute of Graphic Arts) หรือ AIGA ถูกก่อตั้งขึ้น โดยมุ่งหวังที่จะยกระดับการทำงานออกแบบในสื่อสิ่งพิมพ์ให้มีสถานะเป็นศิลปะแขนงหนึ่ง (Meggs and Purvis, 2011, p.VII) การเกิดขึ้นของ AIGA แสดงให้เห็นว่าในช่วงเวลาดังกล่าว งานช่างฝีมือกับงานศิลปะเดินมาถึงจุดที่ไม่อาจร่วมทางกันได้อีกต่อไป ดังนั้นคนทำงานสิ่งพิมพ์จึงต้องพยายามทำให้ศิลปะกราฟิก (graphic arts) กลายเป็นสถาบันเพื่อจัดวางตัวตนของพวกเขาเข้ากับการทำงานศิลปะ อย่างไรตาม อาจกล่าวได้ว่าความพยายามนี้ไม่ได้ประสบผลตามที่ต้องการเสียทีเดียว เพราะแทนที่จะได้รับการยอมรับในฐานะสถาบันศิลปะแขนงใหม่ พวกเขาได้สถาปนาสถาบันความเชี่ยวชาญชนิดใหม่ขึ้นมาต่างหาก วิลเลียม ดวิกกินส์ (William Addison Dwiggins) นักออกแบบหนังสือชาวอเมริกันและหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง

AIGA เป็นผู้ริเริ่มใช้คำ “ออกแบบกราฟิก” (graphic design) เป็นครั้งแรกในปี 1922 (Meggs and Purvis, 2011, p.VII) และกลายเป็นคำที่ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว แม้กระนั้น AIGA ก็ยังคงชื่อเดิมเอาไว้และเป็นสถาบันด้านการออกแบบกราฟิกที่ทรงอิทธิพลมาจนถึงปัจจุบัน

ทิม อินโกลด์ (Tim Ingold) มองว่าในอุตสาหกรรมการพิมพ์สมัยใหม่ ความคิดสร้างสรรค์ทั้งหมดถูกยกให้เป็นผลงานของนักออกแบบกราฟิก ในขณะที่ช่างพิมพ์ (printer) ที่ทำงานกับตัวอักษรถูกลดฐานะลงเป็นเพียง “ช่างคำ” (wordsmith) ที่ทำหน้าที่ถ่ายทอดงานออกแบบให้ออกมาเป็นสิ่งพิมพ์โดยไม่ได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ใดๆ เฉกเช่นช่างพิมพ์ในอดีต (Ingold, 2007, p.128) งานของช่างพิมพ์ถูกทยอยแทนที่ด้วยเครื่องจักรที่ก้าวหน้าขึ้นตามลำดับ ช่างเรียงพิมพ์ที่ใช้มือหยิบตัวตะกั่วจัดเป็นคำทีละตัว ถูกแทนที่ด้วยเครื่องเรียงพิมพ์แบบโมโนไทป์ (monotype) ซึ่งมีแป้นคีย์บอร์ดให้ป้อนตัวอักษรที่ต้องการ แล้วเครื่องจะหล่อตัวพิมพ์ขึ้นใหม่ทุกครั้ง เครื่องเรียงพิมพ์ชนิดนี้ถูกนำเข้ามาใช้ในประเทศไทยโดยโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช ในราวปี พ.ศ. 2500-2505 หลังจากนั้นเพียงไม่นาน ในปี พ.ศ. 2517 โรงพิมพ์ไทยรัฐก็นำระบบโฟโตไทป์เซ็ตติ้ง (phototypesetting) เข้ามาใช้ การเรียงพิมพ์ระบบหลังนี้ไม่ต้องใช้ตะกั่วอีกต่อไป แต่ใช้วิธีฉายแสงผ่านแผ่นฟิล์มเนกาทีฟ (negative film) ถ่ายทอดตัวพิมพ์ลงบนกระดาษอัดรูปแทน เครื่องเรียงพิมพ์ชนิดหลังนี้ไม่เพียงทำงานได้รวดเร็วเทียบเท่าช่างนับสิบคน แต่ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับตะกั่ว และการเก็บรักษาตัวตะกั่วได้อีกมาก ทำให้โรงหล่อตัวพิมพ์และช่างเรียงพิมพ์แบบเดิมทยอยตกงานไปอย่างรวดเร็ว (ประชา สุวีรานนท์, 2545, น.90, 99-101)

หากพิจารณาช่วงเวลาที่เทคโนโลยีการพิมพ์ต่างๆ เข้ามาในประเทศไทย จะเห็นว่าเครื่องจักรชนิดใหม่ๆ ที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นในต่างประเทศใช้เวลาเดินทางมาถึงไทยน้อยลงเรื่อยๆ เครื่องเรียงพิมพ์แบบโมโนไทป์ถูกนำเข้ามาภายหลังการคิดค้นราว 70 ปี ในขณะที่โฟโตไทป์เซ็ตติ้งใช้เวลาเพียง 20 ปี และการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์ (desktop publishing) ถูกนำเข้ามาในปีเดียวกับที่เริ่มได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในสหรัฐอเมริกา (Ruiter, 1988) คือในปี พ.ศ. 2528 น่าสนใจว่าห้วงเวลาเดียวกับที่เทคโนโลยีใหม่เข้ามาแทนที่ช่างพิมพ์นี้ เป็นช่วงเดียวกับที่เริ่มมีการเปิดสอนวิชาออกแบบกราฟิกในประเทศไทย คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากรเปิดสอน “การออกแบบนิเทศศิลป์” ในปีพ.ศ. 2517 (คณะมัณฑนศิลป์, 2558) ส่วนจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เปิดสอนสาขา “เรขศิลป์” ในภาควิชานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ ซึ่งเริ่มรับนิสิตเข้าศึกษาในปี พ.ศ. 2528 (คณะศิลปกรรมศาสตร์, ม.ป.ป.) ความรู้ด้านการออกแบบกราฟิกที่เข้ามาในไทยจึงเป็นความรู้ระลอกใหม่ที่เติบโตแยกขาดออกจากการเป็นช่างฝีมือแบบเดิมมากแล้ว รวมถึงเข้ามาในจังหวะเวลาที่เป็นขาลงของช่างพิมพ์อีกด้วย

บทความในเว็บไซต์ของศูนย์ความรู้ด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ไทย (TCDC) ให้นิยามว่างานออกแบบกราฟิกคือ “การออกแบบเพื่อการสื่อสาร ที่ผสาน

ศิลปะเข้ากับเทคโนโลยี ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ส่งผลให้การส่งสารดังกล่าวไปถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุด” (วิสาข์ สอตระกูล, 2552) และแบ่งขั้นตอนการทำงานของนักออกแบบกราฟิกออกเป็น 4 ขั้น ได้แก่ ค้นและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวโน้มความเป็นไปได้ (discover) ประมวลผลและพัฒนาแผนการทำงาน (define) พัฒนางานออกแบบ (develop) และผลิตงานออกแบบ (deliver) ในขั้นตอนสุดท้ายนี้หมายถึง

> นำงานออกแบบที่พัฒนาขึ้นแล้วเข้าสู่กระบวนการพิมพ์และผลิตจริง นักออกแบบต้องช่วยตรวจสอบคุณภาพความถูกต้อง ประสานงานให้กระบวนการผลิตดำเนินไปอย่างราบรื่น และส่งมอบงานให้กับลูกค้า เช่น ช่วยดูแลการเลือกกระดาษพิมพ์ ดูความถูกต้องของสีหมึกพิมพ์ (วิสาข์ สอตระกูล, 2552)

จะเห็นว่าการออกแบบกราฟิกให้ความสำคัญอย่างมากกับการคิดวิธีสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ก่อนจะเริ่มลงมือทำแบบขึ้นมาจริง ๆ ส่วนการผลิตในขั้นตอนสุดท้าย ก็เป็นเพียงการกำกับให้โรงพิมพ์หรือร้านป้ายพิมพ์แบบออกมาให้ตรงกับความคิดมากที่สุด เทคโนโลยีดิจิทัลอนุญาตให้การออกแบบและผลิตเป็นอิสระจากกันมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น การสื่อสารซึ่งสะดวกรวดเร็วขึ้นก็ทำให้กิจกรรมทั้งสองนี้จะอยู่ห่างไกลกันเพียงใดก็ได้ นักออกแบบมือสมัครเล่นสามารถทำงานออกแบบอย่างง่ายๆ ได้เอง ส่งไฟล์ให้ร้านป้ายทางอีเมล (e-mail) รอคนส่งของขับมอเตอร์ไซค์นำป้ายไวนิลมาส่งถึงที่ โดยไม่ต้องพบหน้าช่างร้านป้ายเลยแม้แต่น้อย และอาจไม่เคยทราบเลยว่าหมึกโซลเวนท์ของเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทมีกลิ่นเหม็นรุนแรงอย่างไร ช่างพิมพ์ในกรณีของร้านป้ายในยุคดิจิทัล จึงอาจไม่ได้ถูกมองเป็น “ช่างคำ” อย่างที่อินโกลด์เสนอเสียด้วยซ้ำ ทว่าเป็นเหมือนเครื่องพิมพ์ (printer) ที่เพียงกดปุ่มก็ถ่ายทอดแบบจากหน้าจอออกมาได้โดยที่ผู้สั่งไม่ต้องสนใจเลยว่า ภายในเครื่องพิมพ์นั้นทำงานอย่างไร

1.4.2.3 ช่างเขียนป้าย

ชะตากรรมของช่างพิมพ์ ดูเหมือนจะตอกย้ำเรื่องราวของช่างฝีมือที่ค่อยๆ สูญเสียสถานะของคนทำงานสร้างสรรค์ให้แก่เครื่องจักร และพ่ายแพ้ให้กับเทคโนโลยีใหม่ในที่สุด แต่ในขณะเดียวกันก็ยิ่งทำให้น่าสงสัยว่าเหตุใดช่างเขียนป้ายจึงไม่ได้ลงเอยเช่นเดียวกัน

จุดอ่อนของการกรอบการมองโดยจัดวางมนุษย์และเทคโนโลยีให้อยู่ตรงกันข้าม คือทำให้มองเห็นแต่เพียงปรากฏการณ์ของงานช่างฝีมือที่กำลังล้มหายตายจากไป แต่มองไม่เห็นงานช่างฝีมือที่กำลังก่อร่างสร้างตัวขึ้นใหม่ พิจารณาจากกรณีของเทคโนโลยีการพิมพ์ข้างต้นจะเห็นว่า แม้งานสร้างสรรค์ในกระบวนการพิมพ์จะถูกผูกขาดโดยนักออกแบบกราฟิกมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ในทางกลับกัน ก็เปิดกว้างต่อคนทั่วไปมากขึ้นด้วย แบบอักษรในรูปตัวตะกั่วที่เคยถูกผูกขาดโดยโรงพิมพ์ใหญ่ไม่กี่แห่ง เริ่มมีให้เลือกใช้งานหลากหลายขึ้นในรูปของอักษรลอกที่หาซื้อได้จากร้านเครื่องเขียน และในที่สุด เพียงแค่มีการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ใครก็สามารถเลือกดาวน์โหลด (download) แบบอักษรในรูปของฟอนต์จากเว็บไซต์มาใช้ได้อย่างง่ายดาย กระทั่งสามารถทำฟอนต์

ขึ้นใช้เองได้ด้วยโปรแกรมอย่าง “Fontographer”[1] ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นสิ่งที่ “นำประชาธิปไตยมาสู่การออกแบบอักษร” (Jack Yan & Associates, 1995)

ในปี พ.ศ. 2552 สมาคมนักออกแบบเรขศิลป์ไทย (ThaiGa) เป็นเจ้าภาพร่วมจัดนิทรรศการ “ฉันเป็นนักออกแบบกราฟิกไทย (I am a Thai Graphic Designer)” แสดงภาพถ่าย “นำเสนอตัวตน” โดยให้นักออกแบบถ่ายภาพตนเองถือผลงานออกแบบตัวอักษรที่มีข้อความตามชื่อนิทรรศการไว้ในมือ กิจกรรมนี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี มีผลงานเข้าร่วมจัดแสดงถึง 1,146 ชิ้น ส่วนมากเป็นของนักศึกษาสาขาออกแบบ หรือศิลปะ และจำนวนไม่น้อยเป็นนักเรียนระดับมัธยมศึกษา (Practical Design Studio, 2009) การเป็นนักออกแบบกราฟิกในยุคดิจิทัลไม่ได้จำกัดอยู่ในโรงพิมพ์ บริษัทหรือสถาบันการศึกษาด้านการออกแบบอีกต่อไป เพราะใครก็ตามที่เข้าถึงเทคโนโลยีใหม่นี้ก็สามารถฝึกฝนด้วยตนเองเพื่อเป็นนักออกแบบกราฟิกได้ รวมถึงช่างเขียนป้ายด้วย

ภาพที่ 1.4 ภาพประชาสัมพันธ์นิทรรศการ “I am a Thai Graphic Designer”
จาก http://www.portfolios.net/events/i-am-a-thai-graphic-designer-1

ภาพที่ 1.5 กลุ่มเฟซบุ๊กแบบปิด “ฉันทำงานป้าย”

[1] ต่อมาถูกควบรวมมาอยู่ภายใต้ชื่อโปรแกรม “FontLab”

Ref. code: 25615808030646PUM

น่าสนใจว่าในอีก 5 ปีต่อมา เจ้าของร้านป้ายและอดีตช่างเขียนป้ายจำนวนหนึ่งซึ่งหันมาใช้คอมพิวเตอร์แล้ว ก็มารวมตัวกันในชื่อกลุ่ม "ฉันทำงานป้าย" ซึ่งในเวลาต่อมาเปลี่ยนเป็น "ชมรมคนทำป้ายแห่งประเทศไทย" และมีการเลือกใช้ประโยคเดียวกันนี้เพื่อนำเสนอตัวตน แต่แทนที่จะเป็น "นักออกแบบกราฟิก" พวกเขาเลือกจะเรียกตัวเองว่า "คนทำป้าย"

แม้คอมพิวเตอร์จะเริ่มมีบทบาทสำคัญในวงการสิ่งพิมพ์ตั้งแต่ในทศวรรษ 2530 แต่ข้อจำกัดของการพิมพ์ลงบนกระดาษก็คือ ชิ้นงานไม่อาจมีขนาดใหญ่ไปมากกว่าหน้ายกกระดาษซึ่งคิดเป็นพื้นที่ราว 1 ตารางเมตรเท่านั้น ยังไม่ต้องพูดถึงความทนทานต่อสภาพลมฟ้าอากาศภายนอกอาคาร และเงื่อนไขของวัสดุที่รองรับชิ้นงานนั้น การถ่ายทอดตัวอักษรลงบนพื้นผิวขนาดใหญ่ซึ่งอาจเป็นสังกะสี ผ้าดิบ ปูน กระจก ฯลฯ จึงยังต้องอาศัยการเขียนด้วยมือและความชำนาญเชิงช่างประกอบด้วยตลอดมา

นิทานเรื่อง "สแล็ปปี ฮูเปอร์ ช่างเขียนป้ายผู้ยิ่งใหญ่ที่สุด ว่องไวที่สุด ผู้ยอดเยี่ยมที่สุดของที่สุดในโลก" (Slappy Hooper, World's Biggest, Fastest, and Bestest Sign Painter) ถูกบันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรครั้งแรกในหนังสือ *A Treasury of American Folklore* (1944) เป็นเรื่องราวของช่างเขียนป้ายมหัศจรรย์ที่สามารถเหาะเหินไปเขียนตัวอักษรบนท้องฟ้า และเขียนป้ายโฆษณาได้สมจริงราวกับมีชีวิตจนเกิดปัญหาตามมา เช่น ภาพเตาไฟบนป้ายของเขาเปล่งความร้อนออกมาจนบ้านตรงข้ามไฟไหม้ นกอินทรีบนผนังที่ทำการไปรษณีย์ก็ออกมากระพือปีกจนตึกพัง ในที่สุดเขาจึงตัดสินใจนำอุปกรณ์ไปทิ้งน้ำและเลิกทำงานนี้ คำพูดของตัวละครหนึ่งในฉบับนิทานภาพปี 1946 แสดงให้เห็นถึงความตึงเครียดที่มีต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ว่า

> ยุคสมัยเปลี่ยนไปแล้ว คนเดี๋ยวนี้ไม่ชื่นชมคนอย่างสแล็ปปี อีกต่อไป ต้องโทษสิ่งประดิษฐ์ใหม่ๆ อย่างเครื่องบินพ่นควัน (smoke-writing) และตัวอักษรสำเร็จรูป (stencil) ที่ทำให้คนเลิกให้ความสำคัญกับช่างเขียนป้ายที่ใช้แค่กล้ามเนื้อในร่างกายเขียนตัวอักษรออกมา (Bontemps & Conroy, 1946, p.2)

เห็นได้ชัดว่าความกังวลนี้ไม่เป็นจริงนัก เพราะในที่สุดแล้วเครื่องบินพ่นควันไม่ได้มาแทนที่ช่างเขียนป้าย ส่วนเครื่องมือใหม่ๆ อย่างแบบอักษรเจาะรู ก็เพียงทุ่นแรงได้บ้าง แต่ไม่ได้ทำให้งานมีคุณภาพทัดเทียมกับฝีแปรงของช่างที่ชำนาญ งานช่างชนิดนี้จึงยังคงความสำคัญต่อมาอีกยาวนาน เรื่องเล่าเดียวกันนี้ในฉบับนิทานภาพปี 1993 ยังมีตอนจบที่งดงามกว่าอีกด้วย คือในเมื่อผลงานของสแล็ปปีดีเกินไปสำหรับป้ายโฆษณา บริษัทป้ายสวรรค์ (Heavenly Sign Company) จึงมาชวนให้เขาขึ้นไปทำงานวาดสายรุ้งบนท้องฟ้าแทน (Shepard, 1993) ปมในฉบับหลังนี้ไม่ใช่ความขัดแย้งระหว่างงานฝีมือกับเทคโนโลยีอีกต่อไป ทว่าเป็นความขัดแย้งระหว่างการทำงานในเชิงพาณิชย์กับการทำงานเชิงศิลปะ และลงเอยอย่างมีนัยว่างานฝีมือชนิดนี้มีคุณค่าในเชิงศิลปะมากกว่า

กว่าที่เครื่องจักรจะเริ่มทำงานทดแทนฝีมือของช่างเขียนป้ายได้ก็คือในราวปี 1996 เมื่อบริษัท Encad ผลิตเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ตหน้ากว้าง (wide-format inkjet printer) ที่สามารถผลิตงานพิมพ์ที่ทนทานต่อการใช้งานภายนอกเครื่องแรกออกสู่ตลาด (“ENCAD, Incorporated -- Company History,” 2012) และต้องใช้เวลาต่อจากนั้นอีกหลายปีกว่าที่ต้นทุนการผลิตจะต่ำลงพอจะแข่งขันกับการเขียนป้ายด้วยมือได้ กล่าวได้ว่างานช่างชนิดนี้อาจไม่เคยถูกแบ่งแยกทักษะเชิงเทคนิคออกจากทักษะเชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการผลิตแบบอุตสาหกรรมมาก่อนเลยจนกระทั่งสิ้นสุดศตวรรษที่ 20

ปรากฏการณ์ที่เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทมาแทนที่ช่างเขียนป้ายเกิดขึ้นทั่วโลก สารคดีเรื่อง *Sign Painters* (2014) ติดตามชีวิตของช่างเขียนป้ายในอเมริกาซึ่งเลิกทำงานเขียนป้ายกันเกือบหมดแล้ว แสดงให้เห็นว่างานช่างชนิดนี้กำลังค่อยๆ เลือนหายไปเหมือนกับผลงานของพวกเขาซึ่งถูกเรียกว่า “ป้ายผี” (ghost sign) ป้ายที่ลงสีด้วยมือตามผนังอาคารจากยุคเก่าที่สีจางลงไปมากแต่ยังคงเห็นร่องรอยเดิมอยู่พอสมควร อย่างไรก็ตามสารคดีชิ้นนี้พบว่างานช่างเขียนป้ายกำลังกลับมาได้รับความนิยมอีกครั้งในตลาดเฉพาะที่ต้องการสร้างบรรยากาศเก่าแก่ (vintage) และมีช่างเขียนป้ายรุ่นใหม่ๆ เข้ามาสู่วงการนี้ด้วยวิธีการทำงานซึ่งแตกต่างไปจากเดิม (Levine and Macon, 2014)

สถานการณ์ที่ใกล้เคียงกับไทยมากเกิดขึ้นในอินเดีย หากพิจารณาการนำเข้าหมึกพิมพ์ของอินเดีย จะพบว่าหมึกราคาถูกจากประเทศจีนมีปริมาณนำเข้ามากเป็นอันดับหนึ่งในปี พ.ศ. 2550 และเพิ่มปริมาณเป็นสองเท่าในเวลาเพียง 3 ปี (“List of supplying markets for a product imported by India” n.d.) ส่วนไทยก็เริ่มนำเข้าหมึกพิมพ์จากจีนเป็นปริมาณมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในปี พ.ศ. 2552 และเพียง 4-5 ปีถัดมา ไทยก็นำเข้าหมึกพิมพ์จีนคิดเป็นปริมาณมากที่สุด แซงญี่ปุ่นและเกาหลีซึ่งครองตลาดนี้มาก่อนในยุคสิ่งพิมพ์กระดาษ (“List of supplying markets for a product imported by Thailand” n.d.) หากพิจารณามูลค่าการนำเข้าในทั้งสองประเทศ จะพบว่าหมึกพิมพ์จีนไม่ได้มีมูลค่าสูงที่สุด ทั้งๆ ที่มีปริมาณนำเข้ามากที่สุด แนวโน้มนี้แสดงว่าการเติบโตของตลาดสิ่งพิมพ์ขยายไปสู่การผลิตต้นทุนต่ำ ซึ่งอนุมานได้ว่าส่วนหนึ่งคืองานพิมพ์อิงค์เจ็ทที่ไม่ได้จำกัดแต่ในวงการป้ายโฆษณาขนาดใหญ่อีกต่อไป แต่กลายเป็นสินค้าที่คนทั่วไปเข้าถึงได้

ช่างเขียนป้ายรายย่อยในอินเดียจำต้องเลิกงานเขียนป้ายไปอย่างรวดเร็ว นักออกแบบชื่อฮานิฟ กุเรชี (Hanif Kureshi) ซึ่งทำงานกับบริษัท Wieden+Kennedy บริษัทโฆษณาที่มีชื่อเสียงในระดับโลก จึงริเริ่มโครงการรวบรวมแบบอักษรจากช่างเขียนป้ายทั่วประเทศนำมาแปลงเป็นฟอนต์ดิจิทัลเผยแพร่ทางเว็บไซต์ชื่อ “handpaintedtype.com" เพื่อรักษาแบบอักษรที่กำลังจะหายไปเพราะถูกแทนที่ด้วยฟอนต์และการพิมพ์ไวนิล ซึ่งเขาอธิบายว่า “เร็วกว่า ถูกกว่า และน่าเกลียดกว่าด้วย” (Kureshi, 2011)

แม้ว่าพื้นฐานในทางเทคนิคของฟอนต์และการพิมพ์อิงค์เจ็ทบนไวนิลจะเหมือนกันทั่วโลก แต่จะเห็นว่าช่างเขียนป้ายในแต่ละแห่งตอบสนองต่อเทคโนโลยีนี้ต่างกัน ช่างเขียนป้ายในอเมริกาปรับตัวหาตลาดใหม่ ในขณะที่ช่างเขียนป้ายในอินเดียกลายเป็นเพียงกรณีศึกษาของนักออกแบบ ส่วนช่างเขียนป้ายชาวไทยเลือกที่จะผันตัวมาเป็นผู้ผลิตฟอนต์และพิมพ์อิงค์เจ็ตเสียเอง หนังสือ *Digital Anthropology* (Horst & Miller, 2012) เสนอแนวทางการศึกษาดิจิทัลในทางมานุษยวิทยาเอาไว้ในข้อแรกสุดว่าดิจิทัลมีลักษณะวิภาษ (dialectic) กล่าวคือดิจิทัลอาจทำให้เกิดความเป็นสากล (universality) แต่ในขณะเดียวกันเทคโนโลยีต่างๆ ก็ถูกนำไปใช้ทำให้เกิดความเฉพาะเจาะจง (particularity) มากขึ้นด้วย นอกจากนี้ดิจิทัลยังอาจมีทั้งด้านที่ดีและเลวไปพร้อมๆ กัน ซึ่งไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่ในวัฒนธรรมมนุษย์แต่อย่างใด การศึกษาดิจิทัลจึงไม่ควรเป็นการศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีต่อวัฒนธรรมที่มีมาก่อนหน้า (pre-digital life) แต่เป็นการศึกษาวัฒนธรรมในบริบทดิจิทัลอย่างรอบด้าน (holism) ซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญของการศึกษาในทางมานุษยวิทยา (Miller and Horst, 2012)

งานชิ้นนี้เลือกที่จะใช้ข้อเสนอข้างต้นเป็นจุดยืนในการศึกษางานฝีมือโดยไม่มองว่าดิจิทัลเป็นภาวะที่มาคุกคามวิถีชีวิตแต่เก่าก่อน ทว่ามีความต่อเนื่องสัมพันธ์กับชีวิตของผู้คนในหลายมิติ อย่างไรก็ตาม ในขณะที่งานในกลุ่มมานุษยวิทยาดิจิทัลมักมุ่งสนใจประเด็นเกี่ยวกับการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต เช่นเครือข่ายสังคมออนไลน์ (social media) (Miller et al., 2016) เว็บแคม (webcam) (Miller & Sinanan, 2012) หรือโทรศัพท์มือถือ (smart phone) (Miller, 2017) งานชิ้นนี้ไม่เพียงสนใจว่า กลุ่มคนทำป้ายใช้เทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ (online) อย่างไร แต่รวมไปถึงความเป็นดิจิทัลในกระบวนการออกแบบ พิมพ์ และผลิตชิ้นงานต่างๆ ในพื้นที่ออฟไลน์ (offline) ซึ่งสัมพันธ์กับความเป็นช่างฝีมือโดยตรงด้วย

1.4.3 ความสร้างสรรค์

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นว่าเป็นการยากที่จะจัดวางฟอนต์ของคนทำป้ายลงไปในพื้นที่ของการศึกษาใดหนึ่ง แต่สิ่งที่จะเชื่อมโยงประเด็นต่างๆ เข้าด้วยกันคือความคิดว่าด้วย "ความสร้างสรรค์" (creativity) ซึ่งสัมพันธ์กับทั้งตัวตนของช่างฝีมือ เทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ไปจนถึงระบบเศรษฐกิจยุคหลังอุตสาหกรรม ข้อหลังสุดนี้ยังเป็นบริบทของงานช่างฝีมือแทบทุกชนิดในเศรษฐกิจโลกยุคใหม่ซึ่งความริเริ่มสร้างสรรค์กลายเป็นต้นทุนสำคัญยิ่งกว่าเครื่องจักร แม้งานชิ้นนี้จะมีจุดสนใจที่ตัวตนของช่างฝีมือ แต่ตัวตนของพวกเขาไม่ได้เพียงโยงใยอยู่กับสังคมในท้องถิ่น หรือมีพลวัตที่เคลื่อนไปในขอบเขตจำกัดแห่งใดแห่งหนึ่งอีกต่อไป แต่เป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจโลก เช่นเมื่องานฝีมือถูกลอกเลียนโดยคนจากอีกฟากโลก กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property) จึงถูกเริ่มนำมาใช้ปกป้อง "ภูมิปัญญาท้องถิ่น" ทั้งๆ ที่คนในท้องถิ่นอาจไม่ได้มีแนวคิดเกี่ยวกับการผูกขาดความรู้เป็นของตน (ownership) มาก่อนเลย (Fowler, 2004,

pp.111-113) ดังนั้นนอกจากจะต้องกลับไปทบทวนความสร้างสรรค์ในความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทคโนโลยีดังที่กล่าวไปข้างต้นแล้ว ยังจะต้องผนวกเอาบริบทในภาพใหญ่เข้าไปในการวิเคราะห์ด้วย

1.4.3.1 เมืองและเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เดือนสิงหาคม ปี พ.ศ. 2552 ทุกภาคส่วนของราชการและเอกชนไทยต่างพากันตื่นเต้นกับคำว่า "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" (creative economy) หลังนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นแถลงเปิดตัวโครงการ "ไทยสร้างสรรค์ ไทยเข้มแข็ง" ตามแผนปฏิบัติการไทยเข้มแข็ง จัดสรรงบประมาณวงเงิน 2 หมื่นล้านบาท เป็นงบประมาณผูกพัน 3 ปี มีเป้าหมายในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จากเดิม 10% ให้เป็น 20% ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ภายในปี 2555 ("'มาร์ค' ตั้งเป้าไทยเป็นฮับศก.สร้างสรรค์ในอาเซียน," 2552)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการมุ่งปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศ จากการพึ่งพาปัจจัยการผลิตที่ราคาถูกและสิ้นเปลืองไปสู่การผลิตที่เน้นประสิทธิภาพและนวัตกรรม โดยให้ความสำคัญกับความคิดสร้างสรรค์ และการ "สร้างแรงบันดาลใจจากรากวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมของสังคม" (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2552) นายอภิสิทธิ์กล่าวว่า "วันนี้สิ่งที่จะนำพาเศรษฐกิจเดินไปข้างหน้า คือ การมองไปในอดีตและมองไปในอนาคต ซึ่งการมองไปในอดีต คือ การนำเอาจุดแข็งของประเทศที่ถูกละเลย โดยเฉพาะทุนทางวัฒนธรรม นำมาใช้เพื่อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ" ("อภิสิทธิ์เน้นศก.สร้างสรรค์เพื่อพัฒนาปท.ให้เข้มแข็ง," 2552)

แนวนโยบายดังกล่าวเป็นกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นทั่วโลกได้รับอิทธิพลมาจากหนังสือ 2 เล่ม ซึ่งตีพิมพ์ในปี พ.ศ. 2544 ได้แก่ *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* (2002) โดยจอห์น โฮว์กินส์ (John Howkins) ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มใช้คำ "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" และ *The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life* (2002) โดยริชาร์ด ฟลอริดา (Richard Florida) ซึ่งเสนอว่าการเติบโตของเมืองไม่ได้ขึ้นอยู่กับอุตสาหกรรมแบบเก่าที่สร้างตำแหน่งงานและดึงดูดคนอีกต่อไป เพราะในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ แหล่งที่อยู่ของนักสร้างสรรค์กลับกลายเป็นสิ่งที่ดึงดูดบริษัทต่างๆ เข้ามาตั้งในเมือง เช่น ย่านอ่าวซานฟรานซิสโก (San Francisco Bay Area) เป็นต้น หนังสือเล่มนี้คือต้นกำเนิดของกระแสการพัฒนาเมืองให้มี ถนนคนเดิน (pedestrianized streets) ทางจักรยาน (bike lane) และแหล่งดึงดูดทางวัฒนธรรมอย่างแกลอรีศิลปะ (art galleries) (Wetherell, 2017) โดยมุ่งหวังว่าสภาพแวดล้อมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต (lifestyle) ของคนทำงานสร้างสรรค์จะดึงดูดคนกลุ่มนี้เข้ามาสู่เมือง

อย่างไรก็ตาม ในอีก 15 ปีถัดมา ฟลอริดากลับพบว่าอิทธิพลทางความคิดของเขาไม่ได้นำไปสู่สิ่งที่วาดหวังเอาไว้ ชนชั้นสร้างสรรค์อันเป็นเป้าหมายในการพัฒนากลับกลายเป็นปัญหาใหม่ของเมือง เพราะคนที่ได้รับประโยชน์มากที่สุดกลับกลายเป็นคนผิวขาวการศึกษาสูงที่ฐานะดีอยู่แล้ว เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงกลายเป็นตัวการของความไม่เท่าเทียม และการพัฒนาที่ผลักไสคนจนออกไปจากเมือง (gentrification) (Florida, 2017) แม้โครงการผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยจะไปไม่ถึงฝั่งฝัน งบประมาณ 1,000 ล้านบาทในปีแรกลดลงเหลือเพียง 90 ล้านบาทในปีถัดมา (“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ส่อแววล่ม หลังรัฐตัดงบเละ,” 2553) และผลการดำเนินงานของโครงการต่างๆ ก็ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้ (“สภาพัฒน์ชี้ศก.สร้างสรรค์เผชิญปัญหาสารพัด,” 2554) รวมถึงเป็นการมุ่งเน้นพัฒนาสินค้าและสื่อบันเทิงมากกว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเมือง (“กรมศิลป์ เร่งผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์,” 2553) แต่ก็จะเห็นร่องรอยอิทธิพลของแนวคิดนี้ได้ทั่วไปในประเทศไทย เช่นการปรับปรุงพื้นที่เมืองให้เป็นย่านสร้างสรรค์ (“#TCDC2017: เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในวัน Thailand 4.0” 2560) ถนนคนเดิน ทางจักรยาน ร้านกาแฟสำหรับนั่งทำงานที่ผุดขึ้นทุกมุมเมือง รวมไปจนถึงการไล่รื้อชุมชนเมืองเพื่อนำไปพัฒนาเป็นพื้นที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ (“ทางออกปฏิบัติการ ‘ไล่รื้อชุมชนเมือง’103 แห่ง,” 2560)

อาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยได้รับผลกระทบทางอ้อมจากอิทธิพลของแนวคิดชนชั้นสร้างสรรค์ไม่ต่างจากเมืองใหญ่ทั่วโลกมานานแล้ว ทว่านับตั้งแต่แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจด้วยความสร้างสรรค์เริ่มปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) มูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศก็ยังไม่ได้เพิ่มขึ้นดังหวังแต่อย่างใด ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อม แนวคิดดังกล่าวยังถูกนำกลับมาปัดฝุ่นอีกครั้งในรัฐบาลทหารของ พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา แต่ก็เป็นเพียงการคิดคำพูดใหม่ (“เศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเทศชาติเข้มแข็ง,” 2557) ตั้งหน่วยงานใหม่ (“ครม.ไฟเขียวตั้งสนง.เศรษฐกิจสร้างสรรค์,” 2560) แต่ยังคงอ้างอิงหนังสือ 2 เล่มเดิม (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2559)

น่าสนใจว่าในช่วงที่กระแสของแนวคิดนี้เริ่มต้นในไทย คือช่วงเวลาเดียวกับที่ช่างเขียนป้ายค่อยๆ เลิกกิจการแบบเดิมไปเนื่องจากเทคโนโลยีใหม่เข้ามาแทนที่ แต่ในรายงานการศึกษาเบื้องต้นของเพื่อผลักดันยโนบายดังกล่าว โดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) ซึ่งแบ่งประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ คือ การสืบทอดทางวัฒนธรรม (Heritage) ศิลปะ (Arts) และสื่อ (Media) ไม่ปรากฏว่ามีงานช่างเขียนป้ายอยู่ในกลุ่มใดเลย ในหมวดย่อยงานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) ภายใต้กลุ่มการสืบทอดทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์งานจักสานถักทอ เครื่องหนัง ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนจากไม้ ดอกไม้ประดิษฐ์ เซรามิก โลหะมีค่าหรือเพชรพลอยเจียระไน ส่วนในกลุ่มสื่อเน้นไปที่การพิมพ์และสื่อการพิมพ์ (Publishing) แม้ว่างานเขียนป้ายจะมีคุณสมบัติต้องตรงกับเป้าหมายของโครงการนี้ทุกประการ ทว่างานเขียนป้ายไม่อาจจัดลง

หมวดหมู่ใดๆ ภายใต้กรอบคิดเกี่ยวกับความสร้างสรรค์แบบนี้ เพราะเป็นงานช่างแบบสมัยใหม่ที่เป็นชายขอบของสังคมมากกว่าที่จะเป็นงานช่างจารีตที่ "สั่งสมภูมิปัญญา" ของสังคมเอาไว้ เป็นงานในเชิงพาณิชย์อย่างเต็มตัว ทว่าในขณะเดียวกันก็ไม่ใช่งานออกแบบกราฟิกในอุตสาหกรรมการพิมพ์

กลับกลายเป็นว่า ในอีก 4-5 ปีต่อมา ช่างที่ถูกหลงลืมกลุ่มนี้ เป็นผู้นำต้นทุนด้านงานฝีมือในอดีตมาแปลงเป็นฟอนต์ โดยไม่เคยได้รับการสนับสนุนจากรัฐเลยแม้แต่น้อย ไม่ว่าจะในเชิงการผลักดันต่อยอด "ทุนวัฒนธรรม" หรือประโยชน์จากการพัฒนาเมืองตามแนวคิดต้นทาง หนองบัวลำภู สุพรรณบุรี กาญจนบุรี ไม่ได้มีศูนย์กลางเมืองขนาดใหญ่ มีหอศิลป์ หรือพื้นที่ทางศิลปะนับแห่งได้หรือไม่มีเลย ยังไม่ต้องพูดถึงศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบซึ่งมีเพียงแค่ในกรุงเทพกับเชียงใหม่เท่านั้น

ในหนังสือ *อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์* (2561) วิริยะ สว่างโชติ ได้ทบทวนที่มาของกระแสการพัฒนานี้อย่างละเอียดลออ โดยชี้ให้เห็นว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Howkin, 2002) ชนชั้นสร้างสรรค์ (Florida, 2002) และเมืองสร้างสรรค์ (Landry, 2000) มีจุดร่วมกันคือการให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจภาคเมืองซึ่งจะนำไปสู่การบ่มเพาะ "ความคิดสร้างสรรค์" ซึ่งเป็นปัจจัยหลักของการพัฒนาทุนในปัจจุบัน แนวคิดในกลุ่มนี้ โดยเฉพาะงานของแลนดรี มักถูกนำไปใช้ในลักษณะของต้นแบบการพัฒนาเพื่อ "ฟื้นฟูเมืองในยุคหลังอุตสาหกรรม" ในยุโรป และเมื่อมาถึงเอเชียก็กลายเป็นแม่แบบการพัฒนา "เมืองชายขอบ" เพื่อให้เข้าไปเป็นผู้เล่นในอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมในระดับโลก วิริยะมองว่า "ตัวแบบ" การพัฒนานี้อาจไม่ได้สอดคล้องกับความเป็นเมืองสร้างสรรค์ในแบบเอเชีย ซึ่งอาจมีทิศทางที่ไม่ได้เป็นไปตามกรอบคิดของแลนดรีเลยก็ได้ "แต่ที่ผ่านมาก็ยังไม่ได้มีการศึกษาถึงการก่อตัวของเมืองที่สร้างสรรค์ ... ตลอดจนการพิจารณาการสร้างเครือข่ายของกลุ่มคนที่ทำงานสร้างสรรค์ในเอเชีย" (วิริยะ สว่างโชติ, 2561, น. 148-151)

ผู้เขียนเห็นด้วยกับข้อเสนอนี้ แต่จะขออภิปรายต่อไปว่า งานทั้ง 3 ชิ้นข้างต้นต่างก็เขียนขึ้นโดยไม่ได้คาดคิดถึงการเกิดขึ้นของเครือข่ายสังคมออนไลน์ การพัฒนาพื้นที่เมืองซึ่งเป็นศูนย์รวมทรัพยากรจึงถูกให้ความสำคัญมาก แต่คำถามในอีกเกือบ 2 ทศวรรษถัดมา ไม่ควรเป็นเพียงว่า เมืองหนองบัวลำภูจะสร้างแนวทางการเป็นเมืองสร้างสรรค์ในแบบของตัวเองอย่างไร เพราะเทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารชนิดใหม่ได้ตัดข้ามพื้นที่เมืองแบบเดิม เกิดเป็น "ชมรมคนทำป้ายแห่งประเทศไทย" ซึ่งตั้งอยู่ในพื้นที่ออนไลน์ก็ได้ แม้กระนั้น ก็อาจเป็นการด่วนสรุปเกินไปที่จะกล่าวว่าพื้นที่เมืองแบบเดิมไม่มีความสำคัญอีกต่อไป ใน *Rethinking Digital Anthropology* (2012) ทอม โบเอลสตอฟ (Tom Boellstorff) เสนอว่าแม้พื้นที่ในโลกจริง (actual) และโลกเสมือน (virtual) จะแตกต่างกัน ทว่าทั้งสองบริเวณนี้ไม่ได้แยกขาดจากกัน และมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันอยู่ตลอดเวลา สิ่งที่

Ref. code: 25615808030646PUM

เกิดขึ้นในพื้นที่ออนไลน์จึงไม่ได้หลุดออกไปจากความเป็นจริงของสังคมที่มีอยู่ก่อน และด้วยเหตุนั้นทั้งสองบริเวณนี้จึงอาจไม่ได้มีพื้นที่ใดจริงมากน้อยไปกว่านั้น (Boellstorff, 2012)

ในกรณีของชุมชนคนทำป้าย เห็นได้ชัดว่าอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างชุมชนคนทำงานสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นนอกบริบทเมืองใหญ่ แต่คำถามยังคงมีต่อไปว่าพื้นที่ต่างๆ ที่อินเทอร์เน็ตเชื่อมโยงเข้าด้วยกันนั้น มีลักษณะและเงื่อนไขอย่างไรที่เอื้อให้เกิดคนทำงานสร้างสรรค์ขึ้น ไม่ใช่เพียงในร้านป้ายแห่งใดแห่งหนึ่ง แต่มาจากหลายจังหวัดในแทบทุกภาคของประเทศไทยด้วย

1.4.3.2 กฎหมายลิขสิทธิ์

กฎหมายลิขสิทธิ์เริ่มต้นมาจากการคุ้มครองงานวรรณกรรมซึ่งตีพิมพ์เป็นหนังสือ กฎหมายลักษณะนี้ฉบับแรกของไทยคือประกาศหอพระสมุดวชิรญาณ ซึ่งมีใจความว่าห้ามมิให้ผู้ใดคัดลอกข้อความจากหนังสือของหอสมุดไปเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาต (นราธิประพันธ์พงษ์, 2435: น. 180-181) ภายหลังเข้าร่วมเป็นภาคีในความตกลงและอนุสัญญาหลายฉบับ อาทิ อนุสัญญากรุงเบอร์น (Berne convention) ในปี พ.ศ. 2474 และความตกลงทริปส์ (Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights) ในปี พ.ศ. 2538 (“Thailand,” n.d.) ประเทศไทยก็ได้ปรับปรุงกฎหมายลิขสิทธิ์ให้สอดคล้องกับข้อตกลงเหล่านั้น ขยายความคุ้มครองให้ครอบคลุมงานหลายชนิดมากขึ้น กระทั่งในพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 จึงมีการแก้ไขเพิ่มเติมนิยามของ “วรรณกรรม” ให้รวมถึง “โปรแกรมคอมพิวเตอร์” ด้วย โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หมายถึง “คำสั่ง ชุดคำสั่ง หรือสิ่งอื่นใดที่นำไปใช้กับคอมพิวเตอร์ เพื่อให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทำงานหรือให้ได้ผลอย่างหนึ่งอย่างใด” (“พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์,” 2537)

งานของธมลวรรณ สมปอง เรื่อง *สถานะของคอมพิวเตอร์ฟอนต์ภายใต้กฎหมายไทย* (2547) ซึ่งน่าจะเป็นงานวิจัยด้านกฎหมายไทยเพียงชิ้นเดียวที่ศึกษาในประเด็นนี้ ชี้ว่าหลักเกณฑ์ของกฎหมายข้างต้นให้ความสำคัญกับความเป็นต้นฉบับ (originality) ของงานสร้างสรรค์ซึ่งหมายถึงเป็นงานที่ต้องอาศัยต้นทุนทักษะ ความมานะ และระยะเวลาเพื่อสร้างสรรค์งานที่ไม่ใช่การลอกเลียนงานของผู้อื่นมา แต่ฟอนต์ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของอักษรไทยนั้นมีสถานะที่ไม่ชัดเจนนัก เมื่อเกิดกระแสสังคมถกเถียงปัญหาเรื่องลิขสิทธิ์ฟอนต์ขึ้นในราวปี พ.ศ. 2545 ความเห็นจึงแบ่งออกเป็น 2 ฝ่าย ฝ่ายที่มองว่าฟอนต์ไม่ควรได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ ให้เหตุผลว่าการนำอักขระไทยไปทำให้มีลักษณะสวยงามนั้นยังไม่มีความเป็นต้นฉบับเพียงพอ ในขณะที่ฝ่ายผู้ออกแบบอ้างว่าฟอนต์มีลักษณะเป็นชุดคำสั่งที่กำกับการแสดงผลตัวอักษรให้เป็นไปตามมาตรฐานการพิมพ์ ความเห็นของฝ่ายหลังนี้ได้ถูกรับรองโดยศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศกลาง ซึ่งมีคำพิพากษาในคดีละเมิดลิขสิทธิ์ ระบุว่าฟอนต์เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่ควรได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ ในคดีหมายเลขแดงที่ อ.3106/2545 และคดีหมายเลขแดงที่ อ.645/2546

(ธมลวรรณ สมปอง, 2547, น.40-44) บริษัทพีเอสแอล สมาร์ทเล็ตเตอร์ซึ่งเป็นผู้ฟ้องร้องในคดีดังกล่าว ได้นำส่วนหนึ่งของเอกสารคำพิพากษานี้เผยแพร่ในเว็บไซต์ของบริษัทเพื่อยืนยันว่าฟอนต์ได้รับการคุ้มครองในฐานะ “วรรณกรรมคอมพิวเตอร์” อีกด้วย (“เกี่ยวกับฟอนต์ PSL,” ม.ป.)

หลักเกณฑ์ที่มีขึ้นนี้ เป็นการคุ้มครองเครื่องมือถ่ายทอดแบบอักษรเท่านั้น ไม่ได้คุ้มครองรูปลักษณ์ (visuality) ของแบบอักษร หมายความว่าหากช่างเขียนป้ายลอกแบบอักษรของพีเอสแอลไปเขียนด้วยมือ ก็ไม่ถือเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์แต่อย่างใด แต่ในทางกลับกัน หากนักออกแบบฟอนต์นำแบบอักษรเก่า จากเอกสาร นิตยสาร หรือกระทั่งป้าย ไปพัฒนาเป็นฟอนต์ ลิขสิทธิ์จะตกอยู่กับผู้พัฒนาฟอนต์นั้น ฟอนต์จำนวนมากของบริษัทดีบี ดีไซน์ มาจากการดัดแปลงแบบอักษรในยุคก่อน ตัวอย่างเช่นฟอนต์ “ดีบี บรัดเลย์” ที่ดัดแปลงมาจากตัวพิมพ์ของหมอบรัดเลย์ หรือ “ดีบี ดำรงธรรม” ที่ดัดแปลงมาจากแบบอักษรประดิษฐ์บนตาลปัตรพัดดำรงธรรมซึ่งออกแบบโดยกรมพระยานริศรานุวัดติวงศ์ (ปริญญา โรจน์อารยานนท์, 2553; 2554) กฎหมายลิขสิทธิ์ไม่ได้ทำให้บริษัทดีบีดีไซน์เป็นเจ้าของแบบอักษรเหล่านี้ เพียงแต่ให้ความคุ้มครองในฐานะที่ได้ลงแรงไปกับการแปลงแบบอักษรหนึ่งให้เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่สามารถนำไปแสดงผลได้ในรูปแบบดิจิทัล บุคคลทั่วไปยังคงสามารถลอกเลียนแบบอักษรเก่าเหล่านี้ไปใช้ กระทั่งนำไปพัฒนาเป็นฟอนต์ขึ้นใหม่ต่างหากได้โดยเสรี

กฎหมายลิขสิทธิ์ของประเทศส่วนใหญ่ยึดหลักการเดียวกันนี้ กฎหมายรัฐบาลกลาง (Code of Federal Regulations) สหรัฐอเมริกา ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าแบบอักษรที่เป็นแบบอักษรเฉยๆ (typeface as typeface) เป็นสิ่งที่ไม่ได้รับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ (material not subject to copyright) (e-CFR, n.d.) ส่วนกฎหมายลิขสิทธิ์ของญี่ปุ่นก็ไม่คุ้มครองแบบอักษรเช่นกัน ทั้งสองกรณีมีการให้เหตุผลที่คล้ายคลึงกัน คือแบบอักษรมีหน้าที่หลักคือการสื่อสารข้อมูล มากกว่าจะเป็นวัตถุที่น่าชื่นชมในเชิงสุนทรีย์ (Karjala & Sugiyama, 1988) ประเทศที่มีการคุ้มครองลิขสิทธิ์แบบอักษรในฐานะงานสร้างสรรค์อย่างชัดเจนอาจมีเพียงสองประเทศเท่านั้นคือเยอรมัน ซึ่งออกกฎหมายว่าด้วยตัวอักษร (Schriftzeichengesetz) ในปี 1891 (Karow, 2012) และอังกฤษ ซึ่งคุ้มครองตามกฎหมายลิขสิทธิ์ การออกแบบ และสิทธิบัตร ในปี 1989 แต่เป็นการคุ้มครองเพียงบางส่วนเท่านั้น กล่าวคืออนุญาตให้นำไปใช้เพื่อการสื่อสารทั่วไปที่ไม่ใช่งานศิลปกรรมได้ (“Copyright, Designs and Patents Act 1988,” 1988)

จะเห็นว่ากฎหมายลิขสิทธิ์ถูกนำมาตีความเพื่อคุ้มครองฟอนต์อย่างครึ่งๆ กลางๆ ถึงที่สุดแล้วเป็นการคุ้มครองเฉพาะงานในเชิงเทคนิคคือตัวโปรแกรมเท่านั้น ไม่ได้คุ้มครองในฐานะงานสร้างสรรค์ ดูเผินๆ ตรรกะของกฎหมายนี้อาจเป็นเรื่องของการชั่งน้ำหนักระหว่างประโยชน์ใช้สอยกับความสวยงามของตัวอักษร แต่หากย้อนกลับไปพิจารณาพัฒนาการของเทคโนโลยีการเขียนและการพิมพ์ จะเห็นว่าปัญหานี้เกิดจากการที่ตัวอักษรถูกแยกขาดออกจากตัวบุคคล ให้

กลายเป็นวัตถุที่ซื้อขายได้ ในขณะที่รูปลักษณ์ของอักษรในแบบดั้งเดิมนั้นผูกติดอยู่กับร่างกายและตัวบุคคลอย่างแน่นแฟ้น

1.5 แนวคิดและทฤษฎี

จากที่กล่าวมาข้างต้น ดูเหมือนว่าคำอธิบายสังคมและวัฒนธรรมแบบเดิมกำลังถูกท้าทายโดยเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งพัฒนาด้วยอัตราเร่งที่สูงขึ้นทุกที เพื่อจะเร่งฝีเท้าให้ทัน เราจะต้องหันกลับมาทบทวนนิยาม “ความคิดสร้างสรรค์” เสียใหม่ เช่นเมื่อร้านทำป้ายที่ดูคล้ายกับจะเป็นเพียงเครื่องพิมพ์ (printer) ของวงการสิ่งพิมพ์ กลายเป็นแหล่งสร้างสรรค์แบบอักษรเสียเอง สิ่งที่ควรทำเป็นอย่างแรกคือการเปิดฝาดูว่าภายในเครื่องจักรนั้นมีกลไกอย่างไร การแง้มฝาเครื่องพิมพ์ออกดูนี้เอง คือการเปิดรับความคิดที่ว่า ความริเริ่มสร้างสรรค์อาจไม่จำเป็นต้องมาจากความคิดของมนุษย์เพียงแหล่งเดียว แต่ยังมีความเป็นไปได้ที่จะก่อเกิดขึ้นมาจากวัตถุสิ่งของด้วยเช่นกัน ผู้เขียนจะทดลองนำทฤษฎีในกลุ่มที่มีสมมติฐานข้างต้น หรือที่เรียกว่า ANT มาใช้อธิบายปรากฏการณ์ดังกล่าว

1.5.1 Actor-Network-Theory (ANT)

การศึกษาสังคมผ่านสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ไม่ใช่การอุปโลกน์ให้ข้าวของมีชีวิตจิตใจลุกขึ้นมากระโดดโลดเต้นราวกับใช้เวทมนตร์ แต่มาจากการตั้งคำถามต่อการแยกขาดมนุษย์ออกจากสิ่งที่อยู่รอบตัว ในบทความชื่อ *Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts* บรูโน ลาตูร์ (Bruno Latour) ชี้ให้เห็นว่าสิ่งของในชีวิตประจำวันเช่น ประตู ลูกบิด กุญแจ ก็ทำงานเป็นพนักงานเฝ้าประตู ไม่ต่างไปจากมนุษย์คนหนึ่ง มิหนำซ้ำยังทำหน้าที่ได้อย่างเที่ยงตรงกว่า ไว้ใจได้มากกว่าด้วยซ้ำ เขาเรียกวัตถุที่ถูกมองข้ามไปเหล่านี้ว่า “สสารที่หายไป” (the missing masses) จากการทำความเข้าใจสังคมของเรา (Latour, 1992) ลาตูร์มองว่าสังคมไม่สามารถดำรงอยู่ได้โดยอาศัยความคิด ความเชื่อ ของมนุษย์เพียงลำพัง เพราะมนุษย์ผู้มีความนึกคิดย่อมไม่สามารถจะทำสิ่งต่างๆ ให้สำเร็จได้หากปราศจากข้าวของ เครื่องมือ รวมถึงความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกิดขึ้นก็จะตั้งมั่นอยู่ไม่ได้หากปราศจากวัตถุที่ทนทานถาวรค้ำจุนไว้ (Latour, 1990) แทนที่จะถือเอามนุษย์เป็นผู้กระทำ (actor) ซึ่งเป็นศูนย์กลางของทุกสิ่ง ลาตูร์เสนอให้จัดวางความสัมพันธ์ของมนุษย์กับสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ (nonhuman) เสียใหม่ ให้อยู่ในระนาบเดียวกัน ในข่ายใย (network) ที่มนุษย์และสิ่งอื่นๆ มีสถานะเป็นตัวการ (actant) เท่าๆ กัน กิจกรรมทางสังคมต่างๆ จึงไม่ได้เกิดมาจากการกระทำ (action) ของใครคนใดคนหนึ่งแต่เป็นผลรวมของตัวการมากกว่าหนึ่งชนิดซึ่งรวมกันเป็นไฮบริด (hybrid) (Latour, 2005)

ในเบื้องต้นที่สุด ข้อเสนอของลาตูร์อาจเทียบได้กับสำนวน "ตบมือข้างเดียวไม่ดัง" คือลำพังมนุษย์ฝ่ายเดียวย่อมไม่สามารถบรรลุการกระทำได้ หากขาดวัตถุที่จะมาตอบรับการกระทำนั้น ในสำนวนนี้ มืออีกข้างที่ว่านั้นไม่ได้หมายถึงมือของเราเอง แต่หมายถึงมือของคนอื่นซึ่งไม่ได้อยู่ในการควบคุมของเรา พอดีกับที่ลาตูร์อธิบายว่าโดยปกติแล้วเรามักมองไม่เห็นความเป็นผู้กระทำการ (agency) ในสิ่งของที่ทำงานอยู่อย่างราบรื่น จนกระทั่งเกิดอุบัติเหตุที่ทำให้พวกมันพังหรือยุติการทำงานลงอย่างฉับพลัน (Latour, 2005, p.81) หากไฟฟ้าดับลง การอ่านวิทยานิพนธ์ฉบับนี้อาจต้องสะดุดลง เพราะแสงสว่างไม่เพียงพอ อากาศร้อนเกินไป หรืออ่านไม่ได้เลยหากอยู่ในรูปแบบดิจิทัลซึ่งต้องการกระแสไฟฟ้าหล่อเลี้ยงตลอดเวลา

ฮาร์วีย์ โมล็อทช์ (Harvey Molotch) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกันอภิปรายว่าสิ่งของยังมีส่วนในการสร้างลักษณะทางกายภาพและจิตใจให้กับมนุษย์ด้วย โดยยกตัวอย่างการนั่งเก้าอี้ ที่อาจเริ่มต้นมาจากการแสดงสถานะทางสังคมอย่างการนั่งบัลลังก์ และการแสดงความเคารพด้วยการเชิญให้นั่งลง แน่นอนว่ามนุษย์เป็นผู้ประดิษฐ์เก้าอี้ แต่เมื่อเวลาผ่านไปร่างกายมนุษย์เริ่มปรับตัวจนคุ้นชินกับการนั่งเก้าอี้ไปพร้อมๆ กับที่การนั่งเก้าอี้กลายเป็นบรรทัดฐานทางสังคมที่คาดหวังว่าคนปกติจะต้องรู้จักนั่งเก้าอี้ และทำให้คนที่ไม่นั่ง หรือนั่งเก้าอี้ไม่ได้กลายเป็นคนที่ผิดปกติไปโดยปริยาย ไฮบริด มนุษย์-เก้าอี้ (human-chair) จึงไม่ใช่เพียงการนั่งของใครคนใดคนหนึ่ง แต่เป็นการนั่งในทางสังคมด้วย (Molotch, 2011, p.103)

ในช่วงแรก ANT ถูกนำไปใช้กับการศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (science and technology studies) หรือ STS เป็นหลัก งานชิ้นสำคัญของเขาคือ *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society* (1987) เสนอว่าเทคโนโลยีต่างๆ มักถูกมองเหมือนเป็นกล่องดำ (blackbox) ที่คนป้อนคำสั่งเข้าไปแล้วได้ผลลัพธ์ออกมาโดยไม่จำเป็นต้องทราบว่าเครื่องมือนั้นทำงานอย่างไร รวมถึงไม่เคยรับรู้ว่าก่อนที่จะมาเป็นเครื่องมือชิ้นนั้นมันได้ผ่านกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับผู้คนและสิ่งต่างๆ มากกว่า เขาจึงเสนอว่าแทนที่จะมองวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเป็นสิ่งที่ปราศจากความสัมพันธ์ทางสังคม และเป็นกลาง ควรจะต้องติดตามไปดูว่าวิทยาศาสตร์ในระหว่างปฏิบัติการ (science in the making) ทำงานอย่างไรบ้าง

งานของลาตูร์มักถูกวิจารณ์ว่ามีลักษณะเป็นข้อถกเถียงทางปรัชญามากจนเกินไป (Chua & Salmond, 2012) แต่เมื่อความคิดของเขาคลี่คลายต่อมาเป็นหนังสือชื่อ *Reassembling the Social* (2005) ความคิดเกี่ยวกับกล่องดำก็ถูกนำมาขยายเป็นแนวทฤษฎีที่กว้างขวางยิ่งขึ้น และลาตูร์เองถึงกับระบุไว้อย่างเป็นรูปธรรมว่าเราจะมองเห็นความเป็นผู้กระทำการ (agency) ของวัตถุสิ่งของในสถานการณ์ใดบ้าง ในข้อแรกสุดก็คือการศึกษานวัตกรรม (innovation) ซึ่งอยู่ในระหว่างการพัฒนา เช่น ในห้องทำงานของช่างฝีมือ (artisan) "ซึ่งเป็นพื้นที่ก่อนที่นวัตกรรมต่างๆ จะถูกทำให้มองไม่เห็น (invisible) เป็นเพียงสื่อกลาง (intermediaries) และปราศจากความ

เป็นสังคม (asocial)” (Latour, 2005, p.80) พื้นที่ก่อนที่แบบอักษรจะกลายเป็นเพียงตัวหนังสือบนป้ายไวนิลในตลาดนัดที่คนมองเห็น อ่าน แต่กลับมองข้ามรูปลักษณ์ของมันไปอย่างง่ายดาย ก็คือร้านทำป้ายนั่นเอง

ในหนังสือเล่มดังกล่าว ลาตูร์ตั้งคำถามว่าในโลกที่มีเทคโนโลยีใหม่ งานใหม่ กฎหมายใหม่ เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา เราจะสามารถมั่นใจได้อย่างไรว่า สิ่งต่างๆ ที่เราเคยรู้จักจะยังมีความหมายเหมือนเดิมอยู่หรือเปล่า เพราะเราค่อยๆ ถูกผูกโยงด้วยสายสัมพันธ์แบบใหม่ๆ ที่ไม่ใช่สายสัมพันธ์ทางสังคมแบบที่เคยมีมาอยู่ตลอด ด้วยเหตุนี้มโนทัศน์ว่าด้วยสังคมจะต้องถูกปรับปรุงใหม่ เขาวิพากษ์ตรรกะที่วกวน (tautology) ในการศึกษาทางสังคมวิทยา (sociology) แบบดั้งเดิมซึ่งใช้พลังทางสังคม (sui generis) มาเป็นทางลัดในการอธิบายว่าเหตุใดสายใยทางสังคม (social tie) จึงดำรงอยู่ได้ ทว่าไม่เคยอธิบายว่าพลังดังกล่าวมาจากที่ใด ลาตูร์จึงเสนอให้นำวัตถุสิ่งของรวมเข้าไปเป็นองค์ประกอบของสังคมด้วย และเสนอให้เปลี่ยนมาใช้คำว่า “ส่วนรวม” (collective) แทนคำว่า “สังคม” (social) เพื่อที่จะเคลื่อนสังคมวิทยา จากเดิมที่เป็นศาสตร์ของการศึกษาสังคม (science of the social) มาเป็นการแกะรอยความเกี่ยวโยง (tracing the association) ระหว่างสิ่งต่างๆ ซึ่งไม่ได้มีสายใยทางสังคมอยู่ก่อน หากแต่เป็นการแกะรอยตามสิ่งต่างๆ ไปเพื่อให้เห็นว่าวัตถุ สิ่งของ และผู้คนมาพัวพันเข้าด้วยกันจนประกอบเป็น “ส่วนรวม” ได้อย่างไรบ้าง (Latour, 2005)

ลาตูร์เตือนว่าการแกะรอยความเกี่ยวโยงนี้จำเป็นจะต้องใช้เวลาและความอดทนอย่างสูง เนื่องจากตัวการที่ไม่ใช่มนุษย์ไม่สามารถพูดได้ด้วยตัวของมันเอง ผู้วิจัยจะต้องค่อยๆ ติดตามวัตถุต่างๆ ไปดูว่าความเกี่ยวโยงค่อยๆ ก่อร่างขึ้นได้อย่างไร เช่น การศึกษากฎหมายลิขสิทธิ์จะไม่ใช่เพียงการสืบสาวว่าตรรกะในข้อบังคับต่างๆ มีที่มาจากโครงสร้างสังคมอย่างไรแต่เป็นการติดตามไปดูว่าแนวคิดลิขสิทธิ์ทำให้การเกี่ยวโยง (association) หนึ่งๆ คงอยู่และขยายของเขตออกไปอย่างไรบ้าง การเดินทางนี้ จะถูกขัดจังหวะ และแทรกแซงด้วยความไม่แน่นอนอยู่เสมอไป (Latour, 2005, p.7 , 25) แต่เพื่อที่จะตอบคำถามวิจัยที่ท้าทาย ผู้เขียนก็เลือกที่จะยอมรับความเสี่ยงในการเดินทางไปบนเส้นทางนี้

อย่างไรก็ตาม ทางสายนี้ไม่ได้เงียบเหงานัก เพราะ ANT ได้กลายมาเป็นฐานคิดสำคัญของแนวคิดวัตถุสภาวะ (materiality) ของแดเนียล มิลเลอร์ (Daniel Miller) ซึ่งทำความเข้าใจวัฒนธรรมผ่านกระบวนการที่มนุษย์และวัตถุต่างก็สร้างกันและกันขึ้นมาตลอดประวัติศาสตร์ “เราจึงไม่อาจรู้จักตนเอง หรือมาเป็นตัวเราได้ เว้นแต่จะมองสะท้อนผ่านสิ่งของ ซึ่งก็คือโลกทางประวัติศาสตร์ที่สร้างขึ้นโดยบรรพบุรุษของเรา เผชิญหน้าเราในรูปของวัตถุวัฒนธรรม และยังคงวิวัฒน์ต่อไปผ่านตัวเรา” (Miller, 2005, p.8) กล่าวคือ มนุษย์ไม่ได้เติบโตขึ้นมาอย่างเปล่าเปลือย แต่ลืมตาขึ้นมาเผชิญกับโลกที่เต็มไปด้วยวัตถุวัฒนธรรมที่มีคนมากมายสร้างเอาไว้ ดำเนินชีวิตรวมถึงสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ บนพื้นฐานของสิ่งที่มีมาก่อน) มิลเลอร์เป็นผู้ริเริ่มนำ ANT ไปใช้ในการวิจัย

Ref. code: 25615808030646PUM

แบบชาติพันธ์นิพนธ์ (ethnography) (Chua & Salmond, 2012) ซึ่งในที่สุดได้กลายเป็นพื้นฐานของพื้นที่การศึกษามานุษยวิทยาการออกแบบ (Murphy, 2016) และมานุษยวิทยาดิจิทัล (Horst & Miller, 2012) ด้วย

แนวคิดของมิลเลอร์เริ่มต้นมาจากการแก้ปัญหาการแบ่งขั้วระหว่าง subject กับ object ในวิธีคิดแบบตะวันตก โดยใช้แนวคิดการทำให้เกิดวัตถุ (objectification) จากข้อเขียนของ Hegel ชื่อ *Phenomenology of Spirit* ซึ่งตีพิมพ์ในปี 1807 แนวคิดดังกล่าวอธิบายว่า subject และ object สัมพันธ์กันอย่างวิภาษวิธี (dialectical) คือในการสร้างวัตถุสิ่งหนึ่งขึ้นตัวตนของมนุษย์ก็เกิดขึ้นในกระบวนการเดียวกันนั้นด้วย (Miller, 1997) แนวทางนี้สอดคล้องพอดีกับข้อสังเกตของลาตูร์ที่ว่าสังคมศาสตร์ได้สร้างเส้นแดนระหว่างการศึกษาในเชิง "สัญลักษณ์" (symbolic) กับ "ธรรมชาติ" (natural) ขึ้นตั้งแต่ในศตวรรษที่ 19 และ "ได้ละทิ้งวัตถุสิ่งของให้เป็นงานของนักวิทยาศาสตร์และวิศวกรนับแต่นั้นมา" (Latour, 2005, p.83) ในที่นี้ผู้เขียนจะขอเพิ่มเติมว่า นอกจากนั้นสังคมศาสตร์ยังได้ละทิ้งแบบอักษรให้เป็นงานของนักออกแบบมาโดยตลอดเช่นกัน

ความท้าทายของการนำ ANT มาใช้ในกรณีนี้ จึงเป็นการรวมเอาวัตถุกลับเข้ามาในงานสร้างสรรค์ นำแบบอักษรที่ถูกแยกออกไปจากตัวมนุษย์กลับเข้ามาเป็นส่วนรวม เพื่อเปิดช่องให้กับความเป็นไปได้นี้ ผู้เขียนจึงเลือกที่จะใช้คำ "ความสร้างสรรค์" แทน "ความคิดสร้างสรรค์" ตลอดเนื้อหาที่เหลือต่อจากนี้

1.5.1.1 ความสร้างสรรค์ของสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์

เมื่อไฟฟ้าดับกะทันหัน กิจกรรมของมนุษย์ก็พลันชะงักลง ทฤษฎีข้างต้นเผยให้เห็นว่าวัตถุเป็นเงื่อนไขให้มนุษย์ทำสิ่งต่างๆ ได้หรือไม่ได้อย่างไรบ้าง อย่างไรก็ดี เจน เบนเน็ต (Jane Bennett) มองว่าวัตถุยังมีศักยภาพที่พ้นไปจากการควบคุมของมนุษย์มากกว่านั้นอีกเธอเสนอแนวคิดที่เรียกว่า "วัตถุนิยมมีชีวิต" (vital materialism) ซึ่งมีรากฐานทางปรัชญามาจากความคิดเรื่องโหมด (mode) ของสปิโนซา (Spinoza) ที่กลับไปตั้งคำถามต่อการแบ่งแยกสิ่งมีชีวิตกับสิ่งไม่มีชีวิต ตัวอย่างที่วัตถุสามารถมีชีวิตขึ้นมาเช่นในเหตุการณ์ต่อไปนี้

ในปี 2003 เกิดเหตุการณ์ไฟฟ้าดับขนาดใหญ่ที่ส่งผลกระทบต่อคนราว 50 ล้านคนในหลายรัฐทางตะวันออกเฉียงเหนือของอเมริกา และบางส่วนของแคนาดา รวมถึงเตาปฏิกรณ์นิวเคลียร์ 22 แห่ง ภายหลังเหตุการณ์นี้ หนังสือพิมพ์หัวหนึ่งลงข่าวว่า "เครือข่ายไฟฟ้ามีชีวิตและตายลงไปด้วยกฎเกณฑ์ลึกลับของมันเอง" เนื่องจากหลังจากผ่านไปหลายวันก็ยังไม่สามารถหาข้อสรุปได้ว่าใคร หรืออะไร เป็นต้นเหตุของอุบัติเหตุครั้งนี้ เบนเน็ตอธิบายว่าเหตุการณ์นี้เป็นการประกอบกัน (assemblage) ของตัวการ (actant) จำนวนมาก อันดับแรกคือไฟฟ้า ซึ่งก็คือกระแสของอิเล็กตรอนที่ไหลไปตามสายไฟ คลื่นของกระแสอิเล็กตรอน 2 เส้นที่เคลื่อนขึ้นลงเป็นจังหวะเดียวกัน เรียกว่า "กำลังไฟฟ้าจริง" (active power) ซึ่งใช้กับหลอดไฟส่องสว่าง และเครื่องใช้ไฟฟ้า

ทั่วๆ ไป แต่ก็จะมีอุปกรณ์บางอย่าง เช่นมอเตอร์ในตู้เย็น และเครื่องปรับอากาศ ที่ต้องใช้ "กำลังไฟฟ้าสูญเสีย" (reactive power) ซึ่งมีคลื่นอิเล็กตรอนสองเส้นที่เหลื่อมกันด้วย แม้ว่ากำลังไฟฟ้าสูญเสียนี้จะไม่ได้มีส่วนในการหมุนมอเตอร์ แต่มีบทบาทในการรักษาแรงดันไฟฟ้า และรักษาสนามแม่เหล็กของระบบไฟฟ้าโดยรวม ส่วนตัวการมนุษย์คือสภาคองเกรสซึ่งลงมติด้วยความเชื่อมั่นในเสรีนิยมใหม่ ผ่านกฎหมายให้ผู้ผลิตไฟฟ้า สามารถแยกออกจากผู้จัดจำหน่ายและกระจายไฟฟ้าได้ในปี 1992 ทำให้บริษัทจัดจำหน่ายสามารถซื้อไฟฟ้าจากโรงงาน แล้วส่งไปยังที่ห่างไกลได้ ปัญหาคือเมื่อส่งไฟฟ้าไกลขึ้นก็ต้องใช้กำลังไฟฟ้าสูญเสียมากขึ้นด้วย และกำลังไฟฟ้าชนิดนี้ก็เดินทางไกลได้ไม่ดีนัก ในทางเทคนิคแล้ว โรงไฟฟ้าในเครือข่ายสามารถผลิตกำลังไฟฟ้าสูญเสียได้เพียงพอ แต่ในทางปฏิบัติ การผลิตกำลังไฟฟ้าชนิดนี้เพิ่มขึ้น ก็จะไปลดปริมาณไฟฟ้าที่จะขายได้ลงด้วย เมื่อประกอบกับวิถีชีวิตของชาวอเมริกันที่นิยมใช้เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีมอเตอร์เป็นจำนวนมาก กำลังไฟฟ้าสูญเสียจึงเริ่มไม่เพียงพอและในที่สุดนำมาสู่เหตุการณ์ "ลึกลับ" นี้ เมื่อไฟป่าเล็กๆ ทำให้สายไฟขาด และไฟฟ้าเกินกำลังหม้อแปลง ช่องโหว่ในโปรแกรมระบบเตือนภัยของบริษัทจ่ายไฟฟ้า ฉนวนสายไฟที่ทนความร้อนได้มากเกินไป นำไปสู่พฤติกรรมแปลกประหลาดของอิเล็กตรอนที่เริ่มไหลกลับทาง และเริ่มเวียนเป็นวง (loop) ทวนเข็มนาฬิกาจากเพนซิลวาเนีย ไปนิวยอร์ค ออนตาริโอและมิชิแกน ไปในทิศทางที่ผู้ซื้อไม่ได้ซื้อ กระทั่งทำให้เครือข่ายไฟฟ้าล้มเหลวลงทั้งหมดในที่สุด (Bennett, 2010, pp.24-28)

ด้วยแนวอธิบายแบบ ANT เบนเน็ตชี้ว่าในการประกอบกันนี้ เราไม่สามารถโทษใครหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งแต่เพียงผู้เดียว ไม่เพียงเท่านั้น เธอยังเสนอต่อไปว่า การวางนโยบายที่ยั่งยืน จะต้องรวมเอาวัตถุสิ่งของที่มีชีวิตชีวาเข้าไปในสมการทางการเมืองด้วย นอกจากอิเล็กตรอนที่มีชีวิตลึกลับในแบบของมันเอง ในหนังสือ *Vibrant Matter: A Political Ecology of Things* (2010) เบนเน็ตยังแสดงให้เห็นถึงเส้นแบ่งที่พร่าเลือนของการมีหรือไม่มีชีวิต ในตัวมนุษย์และสิ่งอื่นๆ เช่น สารอาหารที่กินเข้าไปอาจส่งผลต่ออารมณ์และการตัดสินใจของมนุษย์ได้ด้วยซ้ำ วัตถุจึงไม่ได้เป็นเพียงสิ่งที่นอนรอให้มนุษย์หยิบจับไปใช้ หรือมอบความหมายให้ แต่มีพลังอำนาจในตัวเอง เป็น "วัตถุ-อำนาจ" (thing-power) ที่อาจดลบันดาลให้เกิดเรื่องเหนือความคาดหมายได้ (Bennett, 2010) ดังที่จอร์ช คองกุยเฮม (Georges Canguilhem) นักปรัชญาชาวฝรั่งเศสกล่าวว่า "แน่นอนว่าเราสามารถแทรกแซงโลกของวัตถุได้ แต่เปล่าควบคุมมัน เพราะยังมีพลังที่อยู่นอกเหนือไปจากนั้นเสมอ" (Canguilhem, 1952, p.121, as cited in Bennet, 2010)

แม้ว่าจะมีงานที่นำสิ่งของเข้ามาร่วมอยู่ในการอธิบายความสร้างสรรค์มาก่อน เช่น *Art and Agency* (1998) โดยอัลเฟรด เจลล์ (Alfred Gell) แต่เมื่อพูดถึงงานสร้างสรรค์ในเชิงศิลปะ มนุษย์ก็ยังถูกจัดให้เป็นผู้ทำการหลัก และสิ่งของเป็นผู้ทำการรองอยู่ดี (Gell, 1998) เจลล์เสนอแนวคิดที่เรียกว่า "การลักพาตัวผู้ทำการ" (abduction of agency) ซึ่งชี้ว่าวัตถุศิลปะมีความ

เป็นผู้ทำการในตัวของมันเอง ทว่าถึงที่สุดแล้วกระบวนการสร้างสรรค์ทั้งหมดจะไม่เกิดขึ้นหากขาดศิลปินที่เป็นมนุษย์

ใน *Merleau-Ponty for Architects* (2016) โจนาธาน เฮล (Jonathan Hale) สถาปนิกชาวอังกฤษชี้ให้เห็นว่านักออกแบบเองก็เป็นเพียงตัวการหนึ่งที่ร่วมประชันกับตัวการอื่นๆ อีกมากมายในกระบวนการของการออกแบบ เช่น พื้นผิวของกระดาษ ปากกา และหมึก ที่มีส่วนร่วมกำหนดทิศทางของการร่างแบบขึ้นมาด้วย (Hale, 2016) ในแง่นี้ การทำงานของนักออกแบบจึงเกิดขึ้นจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างความคิดในหัวมนุษย์กับมือและวัตถุในโลกข้างนอกไม่ต่างไปจากการทำงานของช่างฝีมือ (Sennett, 2008) สำหรับเจลล์ ลำพังวัตถุต่างๆ ย่อมไม่สามารถมารวมกันเป็นแบบอาคารได้หากปราศจากสถาปนิกที่เป็นตัวการมนุษย์ แต่สำหรับเบนเน็ต สิ่งของมีพลังในการสร้างความประหลาดใจ และสามารถสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นแบบฉบับในตัวของมันเองโดยไม่ต้องมีมนุษย์ ถุงมือ แพเกสรดอกไม้ ซากหนูตาย ฝาขวดพลาสติก และแท่งไม้ที่มากองรวมกันอยู่บนตะแกรงท่อระบายน้ำหน้าร้านขนมปัง อาจดูเป็นเศษขยะที่ไม่น่าสนใจ แต่สิ่งเหล่านี้เป็น “หน่อเนื้อ” (protobodies) ที่สามารถมารวมร่างกันเป็นสิ่งที่กระทบต่อจิตใจ (affective body) ซึ่งไม่ได้แอบอิงอยู่กับบุคคลใดหนึ่ง (impersonal) และไม่ใช่พลังอำนาจเหนือธรรมชาติที่เข้าไปสิงสู่ในสิ่งของ แต่เป็นวัตถุ-อำนาจที่มีพลังสร้างสรรคในตัวเอง (Bennett, 2009)

ข้อเสนอคล้ายกันนี้ปรากฏใน *Thinking Through Things: theorizing Artefacts Ethnographically* หนังสือรวมบทความที่มุ่งทลายข้อจำกัดเชิงภววิทยา (ontology) โดยอาศัยงานศึกษาเชิงชาติพันธุ์นิพนธ์ เพื่อก้าวข้ามการทำความเข้าใจวัฒนธรรมผ่านโลกทัศน์ (worldview) ของมนุษย์ไปสู่การทำความเข้าใจผ่าน “โลก” (world) กล่าวคือแทนที่นักมานุษยวิทยาจะมุ่งวิเคราะห์ว่าคนอื่นคิดอย่างไรกับโลก ตัวนักมานุษยวิทยาเองจะต้องเปลี่ยนวิธีคิดเพื่อรับรู้โลกในอีกแบบหนึ่ง (Henare, Holbraad, & Wastell, 2007) ตัวอย่างเช่น ผงแป้ง (powder) ที่ใช้ในพิธีกรรมของชาวคิวบา อาจไม่ได้สื่อถึงอำนาจ (power) ทว่าทั้งแป้งและอำนาจอาจเป็นสิ่งเดียวกันในตัวของมันเอง (Holbraad, 2007) ในขณะที่เบนเน็ตมุ่งถกเถียงในเชิงปรัชญาเป็นหลัก หนังสือเล่มหลังนี้สร้างข้อถกเถียงจากวิธีวิทยา (methodology) กลับขึ้นไป แต่ถึงอย่างนั้นก็จะเห็นว่าความสะดวกสบายประการหนึ่งของนักมานุษยวิทยาคือ สิ่งที่พวกเขาสนใจนั้นมีแนวโน้มที่จะอยู่ห่างไกลออกไปจากโลกแบบยูโร-อเมริกัน (Euro-American) อยู่แล้ว ในขณะที่เบนเน็ตซึ่งเป็นนักทฤษฎีการเมือง (political theorist) พยายามมองหาสิ่งเดียวกันนี้ในวัฒนธรรมของเธอเอง

1.5.1.2 การสร้าง (enactment)

จากแนวคิดว่าด้วยการประกอบกัน (assemblage) ลาตูร์กล่าวว่ามนุษย์ไม่เคยเป็นผู้กระทำ (act) “เราแค่ประหลาดใจเล็กน้อยจากสิ่งที่เราทำเสมอ” (Latour, 2000, p.281) คำอธิบายนี้อาจฟังดูเข้าใจได้ดีสำหรับกิจกรรมอย่างเช่นการเปิด-ปิดประตู หรือการนั่งเก้าอี้ แต่ใน

ธรรมเนียมของงานผลิตงานศิลปะ ถึงที่สุดแล้วยังคงมีมนุษย์หนึ่งคนขึ้นไปเป็นผู้รับผิดชอบต่อรูปแบบของร่องรอยที่เกิดขึ้น เป็นผู้ถือครอง (owner) ที่ชี้ชะตาว่างานชิ้นนั้นจะถูกนำไปแสดง ขาย หรือแลกเปลี่ยนอย่างไร หากเรามุ่งที่จะทำความเข้าใจความสร้างสรรค์เสียใหม่โดยรวมเอาสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์เข้าไปด้วย ก็จำเป็นที่จะต้องทบทวนวิถีปฏิบัติในการออกแบบ (design practice) ด้วยเช่นกัน

การทบทวนข้อมูลที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าความขัดแย้งที่ช่างฝีมือกลุ่มนี้มีต่อแนวคิดว่าด้วยความสร้างสรรค์กระแสหลัก ก็คือพื้นฐานของวิถีปฏิบัติแบบช่างซึ่งไม่ได้แยกศิลปะและเทคโนโลยีออกจากออกจากกันอย่างเด็ดขาด การจะทำความเข้าใจฟอนต์ที่พวกเขาทำขึ้นจึงไม่อาจมองผ่านกระบวนการออกแบบในลักษณะเดียวกับที่นักออกแบบกราฟิกทำ แต่จะต้องมองการออกแบบในฐานะของการสร้าง (enactment)

คำดังกล่าวถูกใช้อธิบายสิ่งที่อยู่ในบริบทซึ่งแตกต่างห่างไกลไปจากกรณีนี้โดยสิ้นเชิง ทว่ามีความพ้องต้องกันกับวิถีปฏิบัติที่ผู้เขียนต้องการศึกษาอย่างน่าสนใจ สิ่งที่ว่านั้นได้แก่ปลาแซลมอน (salmon) ในประเทศนอร์เวย์ ในบทความชื่อ *'Emergent Aliens': On Salmon, Nature, and Their Enactment* (Lien & Law, 2011) มารีแอน อลิซาเบธ เลียน (Marianne Elisabeth Lien) และ จอห์น ลอว์ (John Law) ตั้งคำถามต่อวิธีคิดเบื้องหลังเกณฑ์ในการจำแนกแซลมอนเลี้ยง (domesticate salmon) ในฟาร์มออกจากแซลมอนตามธรรมชาติ (wild salmon) แบบวิทยาศาสตร์ที่มีปัญหาว่าจะขีดเส้นแบ่งอย่างไร บทความนี้เสนอว่าการนิยามว่าแซลมอนคืออะไร ไม่สามารถขีดเส้นที่ตายตัวขึ้นมาได้โดยปราศจากบริบทของวิถีปฏิบัติ (practice) เช่น การให้อาหาร เทคนิคการนับจำนวน การกัก และจำแนกปลาโดยคนในฟาร์ม ซึ่งในแต่ละฟาร์มก็มีรายละเอียดแตกต่างกันออกไปตามพื้นที่ อุณหภูมิ กระแสน้ำในบริเวณนั้นๆ นอกจากนี้ การทำให้เชื่อง (domesticate) ก็ไม่ใช่กระบวนการที่มนุษย์กระทำต่อธรรมชาติเพียงฝ่ายเดียว ทว่าเป็นปฏิสัมพันธ์สองทางซึ่งทำให้มีวิถีปฏิบัติที่หลากหลายมาก่อนที่จะมาเป็นหลักเกณฑ์เดียวกันภายใต้กรอบคิดแบบวิทยาศาสตร์ที่เกิดขึ้นในภายหลัง แซลมอนจึงเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้น (enacted) ในบริบทที่เฉพาะเจาะจง และเส้นแบ่งระหว่างแซลมอนเลี้ยงกับแซลมอนธรรมชาติ ระหว่างวัฒนธรรมกับธรรมชาติจึงเป็นเส้นที่ยุ่งเหยิง แซลมอนที่เราเข้าใจจึงเป็นเพียงเป็นเสี้ยวหนึ่งของความเป็นจริงที่มีนับไม่ถ้วนเท่านั้น (Lien & Law, 2011, pp.82-83)

ผู้เขียนจะอาศัยกรอบคำอธิบายนี้มาใช้เพื่อทำความเข้าใจคนทำป้ายและคนทำฟอนต์ ผ่านการพิจารณาวิถีปฏิบัติในการออกแบบป้ายและฟอนต์ของพวกเขา โดยมองการออกแบบในฐานะที่เป็นการสร้าง (enactment) ซึ่งนำมาสู่สมมติฐานที่ว่าตัวตนที่ก่อร่างขึ้นใหม่ในยุคดิจิทัลอาจไม่ได้มีลักษณะเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่ได้มีสารัตถะ (essence) ที่ตายตัว ทว่าเป็นตัวตนที่อ้างอิงกับวิถีปฏิบัติซึ่งมีมากกว่าหนึ่ง

1.6 วิธีดำเนินการวิจัย

1.6.1 ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาการทำงานของคนทำฟอนต์ ในพื้นที่ทำงานของคนทำฟอนต์เพื่อแกะรอยวัตถุ เครื่องมือ เทคโนโลยีที่มาประกอบกันเป็นตัวตนใหม่ของพวกเขา ผู้เขียนเลือกร้านสีสันการป้ายของสมาน จันทร์เทพ ที่จังหวัดหนองบัวลำภูเป็นพื้นที่หลักเนื่องจากเป็นช่างเขียนป้ายรายแรกของกลุ่มที่เริ่มทำฟอนต์ออกมาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน และมีผลงานจำนวนมากที่สุด

ศึกษาชุมชนออนไลน์ของกลุ่มคนทำป้าย ซึ่งได้แก่กลุ่มเฟซบุ๊ก “ชมรมคนทำป้ายแห่งประเทศไทย” “ความรู้งานป้ายสำหรับมือใหม่ ksn” ซึ่งเป็นสองกลุ่มหลักที่มีสมาชิกมากที่สุดและมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ และ “งานป้าย จากสองมือ” ซึ่งช่างเขียนป้ายรุ่นเก่านำผลงานที่ยังใช้วิธีเขียนมือแบบเดิม หรือภาพถ่ายเก่าเมื่อครั้งทำงานเขียนป้ายมาแบ่งปันกัน

1.6.2 การรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับธุรกิจการทำป้ายที่เป็นเอกสารมีอย่างจำกัด หรือแทบไม่มีบันทึกอยู่เลย การรวบรวมข้อมูลทั้งหมดในการวิจัยนี้จึงมาจากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมทั้งหมด โดยในช่วงแรกเป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงพิมพ์ และตัวแทนขายเครื่องพิมพ์เพื่อเก็บข้อมูลภาพรวมของธุรกิจป้าย และต่อมาเป็นการสัมภาษณ์ผู้ดูแลเว็บ f0nt.com อดีตช่างเขียนป้ายที่ยังคงทำร้านป้ายจำนวน 2 คน และคนที่หันมาทำฟอนต์จำนวน 3 คน โดยเลือกจากคนที่ทำงานอย่างต่อเนื่องและมีปริมาณมากที่สุด แม้ 3 คนจะเป็นจำนวนน้อย แต่หากพิจารณาว่าฟอนต์ที่พวกเขาผลิตขึ้นรวมกันจำนวนเกือบ 300 ฟอนต์ ได้ถูกนำไปใช้ทั่วประเทศ รวมถึงในสื่อโฆษณาของบริษัทใหญ่ในกรุงเทพ จะเห็นว่าประชากรขนาดเล็กนี้สร้างผลสะเทือนต่ออุตสาหกรรมการออกแบบของทั้งประเทศ

การเก็บข้อมูลที่ร้านสีสันการป้าย ใช้วิธีสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม เนื่องจากผู้วิจัยมีทักษะการใช้โปรแกรมออกแบบในระดับพื้นฐาน จึงขอเข้าไปฝึกงานเป็นระยะเวลาต่อเนื่อง 1 เดือน และกลับไปเก็บข้อมูลอีกรวม 3 ครั้งในช่วงเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 - กรกฎาคม พ.ศ. 2562

การเก็บข้อมูลในสนามออนไลน์ทำควบคู่ไปกับสนามในพื้นที่จริง ผู้วิจัยค่อยๆ สะสมสายสัมพันธ์เพื่อนในเฟซบุ๊กเพื่อเข้าร่วมกลุ่มปิด (closed group) ซึ่งสงวนไว้สำหรับผู้ประกอบธุรกิจทำป้ายเท่านั้น และการมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์นี้ยังนำไปสู่การสัมภาษณ์เพิ่มเติมทางโทรศัพท์และเดินทางไปสัมภาษณ์ในพื้นที่ทำงานด้วย

1.7 เนื้อหาของวิทยานิพนธ์โดยสังเขป

เนื้อหาของวิทยานิพนธ์แบ่งออกเป็น 6 บทดังนี้

บทที่ 1 - บทนำ แสดงให้เห็นที่มาและความสำคัญของปัญหา กำหนดคำถามวิจัย ทบทวนงานวิจัยเพื่อระบุพื้นที่ในการถกเถียงของงานชิ้นนี้ และปูพื้นฐานความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิก ฟอนต์ และกฎหมายลิขสิทธิ์ ในส่วนของการทบทวนทฤษฎี จะแสดงให้เห็นความเป็นไปได้ที่จะนำทฤษฎี ANT มาใช้กับการอธิบายประเด็นเกี่ยวกับตัวตน และสุดท้ายแสดงว่าจะดำเนินการวิจัยอย่างไร

บทที่ 2 – พู่กันและงานป้ายยุคแรกเริ่ม เป็นการย้อนกลับไปพิจารณาจุดเริ่มต้นของอาชีพช่างเขียนป้ายในประเทศไทย ซึ่งเริ่มมาจากช่างเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนัง ผู้เขียนกำหนดกรอบเวลาอย่างกว้างๆ ซึ่งเป็นไปได้ว่าอาชีพนี้เป็นที่แพร่หลายไปถึงต่างจังหวัดในราวทศวรรษ 2510-2520 จากการที่อัตราการรู้หนังสือของประชากรไทยเพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับการเขียนป้ายที่อาศัยเพียงทักษะและพู่กัน ทำให้ช่างเขียนเป็นอิสระจากสถาบันที่สังกัดอยู่ ไม่ต้องอ้างอิงตัวเองกับผู้อุปถัมภ์งานช่าง แต่เป็นเครื่องมือและทักษะของตนเองที่ใช้เลี้ยงชีพได้ในตัวเอง

บทที่ 3 - คนทำป้าย vs เครื่องจักรยุคดิจิทัล แสดงให้เห็นว่า แม้ทักษะการเขียนพู่กันจะถูกแทนที่ด้วยเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท แต่ทักษะในการพลิกแพลงและด้นสดของช่างเขียนป้ายยังคงใช้ได้ดี คนทำป้ายกับเทคโนโลยีดิจิทัลต่างเปลี่ยนแปลงซึ่งกันและกัน ทั้งในระดับของการผลิตในร้านและสังคมออนไลน์ในเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ภาวะดิจิทัลได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการทำป้ายอย่างขาดไม่ได้ นอกจากเทคโนโลยีดิจิทัลจะไม่ได้เป็นศัตรูกับช่างฝีมือในตัวของมันเองแล้ว ยังทำให้เกิดเครือข่ายของคนทำป้ายที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงเป็นเงื่อนไขที่ให้เกิดการทำฟอนต์ขึ้นต่อไปด้วย

บทที่ 4 - พลัง "ลูกทุ่ง" ในฟอนต์และฝีแปรงดิจิทัล เผยให้เห็นความไม่ลงรอยระหว่างคนทำป้ายกับมาตรฐานฟอนต์สากล ทั้งในแง่ของเทคนิคการใช้งาน และบริบททางพื้นที่และสังคมที่แตกต่างกับฟอนต์ที่ออกแบบเพื่อธุรกิจในเมือง ฟอนต์จากร้านป้ายไม่ได้ถูกออกแบบและให้คำนิยามโดยคนทำฟอนต์เพียงผู้เดียว แต่ประกอบขึ้นจากสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ เช่น วัสดุ เครื่องจักร และเพลงลูกทุ่งในแบบที่ไม่ได้เป็นเพียงแรงบันดาลใจ แต่เป็นสิ่งที่มีพลังสร้างสรรค์ในตัวเอง

บทที่ 5 – ยานยนต์กับการสร้างสรรค์ฟอนต์ลูกทุ่ง บทนี้จะถอยออกมาจากร้านป้ายเพื่อพิจารณาความเชื่อมโยงของงานช่างฝีมือกับบริบทที่กว้างขวางยิ่งขึ้น ข้อมูลแสดงให้เห็นว่า รถ อะไหล่ยนต์และการขับขี่ด้วยความเร็วก็ยังสามารถเป็นแหล่งกำเนิดความสร้างสรรค์ และก่อให้เกิดฟอนต์ลูกทุ่งในรูปแบบเฉพาะตัวที่ต่างออกไป

Ref. code: 25615808030646PUM

บทที่ 6 – สรุป: ตัวตนและความสร้างสรรค์ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ย้อนกลับมาคลี่คลายปัญหาว่าด้วยตัวตนเพื่อตอบคำถามวิจัย โดยเชื่อมโยงประเด็นจากบทต่างๆ เข้ากับข้อเสนอว่าตัวตนของ “คนทำป้าย” นั้นนิยามโดยวิถีปฏิบัติที่ไม่ได้มีเพียงหนึ่ง ซึ่งก่อให้เกิดความเป็นไปได้ของความสร้างสรรค์ที่นับไม่ถ้วน

Ref. code: 25615808030646PUM

บทที่ 2
พู่กันและงานป้ายยุคแรกเริ่ม

ช่างเขียนป้ายไม่ได้เป็นช่างจารีตที่เก่าแก่ยาวนานนัก ก่อนที่จะไปถึงการเปลี่ยนแปลงมาสู่งานทำป้ายในปัจจุบันจึงควรย้อนกลับไปสำรวจที่มาที่ไปของช่างฝีมือชนิดนี้พอสังเขป แม้ช่างชนิดนี้จะตกหล่นไปจากสารบบประวัติศาสตร์ช่างฝีมือไทย แต่ด้วยสมมติฐานว่าด้วยการที่มนุษย์และวัตถุร่วมกันก่อร่างตัวตนขึ้นนี้ ในบทนี้ผู้เขียนจะแกะรอยการกำเนิดขึ้นของช่างเขียนป้ายในประเทศไทยโดยอาศัยร่องรอยของวัตถุ สถานที่ และเครื่องมือชิ้นสำคัญคือพู่กัน จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์เท่าที่พอจะเชื่อมโยงถึงงานฝีมือชนิดนี้ได้ และจากการสัมภาษณ์อดีตช่างเขียนป้ายที่ยังคงทำธุรกิจเกี่ยวกับป้ายมาจนถึงปัจจุบัน

2.1 การก่อร่างตัวตนของช่างเขียนและป้าย

"เขียนป้ายไปปักไว้ บอกคนทั้งหลายว่าอยากขายที่นา"

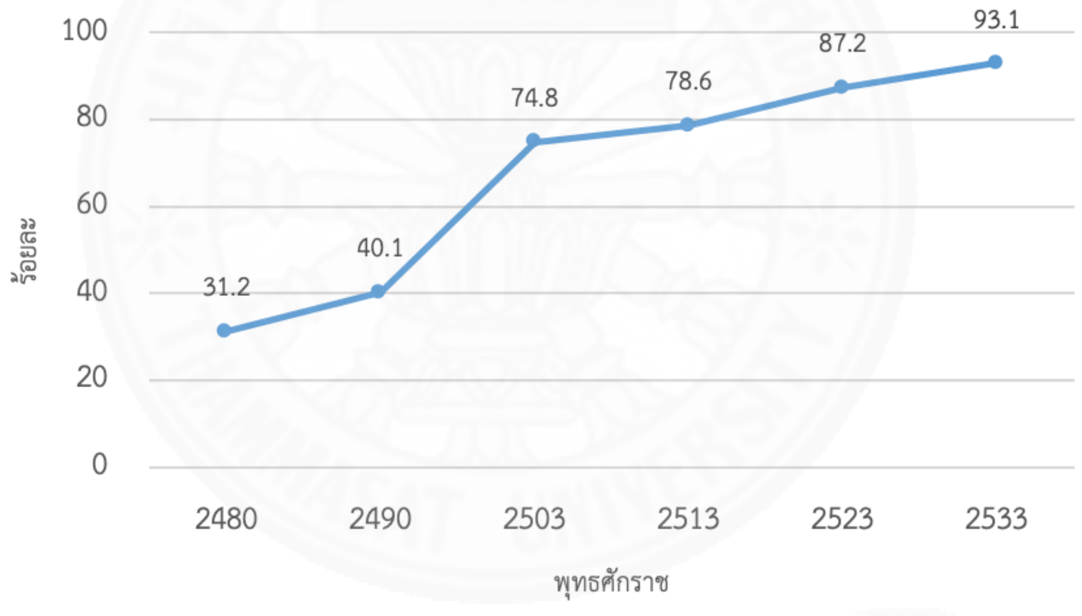
คือท่อนแรกของเพลง "ซาอุดร" ในอัลบั้ม "อเมริโกย" ของคาราบาว ซึ่งออกวางจำหน่ายในปี พ.ศ. 2528 เพลงนี้ว่าด้วยความหวังของเกษตรกรที่จะเดินทางไปทำงานในต่างประเทศเพื่อสร้างเนื้อสร้างตัว จึงขายที่นาเพื่อเป็นค่าตั๋วเครื่องบิน แม้จะไม่มีหลักฐานยืนยันได้แน่ชัดว่าอาชีพช่างเขียนป้ายมีขึ้นทั่วไปเมื่อใด แต่สันนิษฐานได้ว่าอาจเกิดขึ้นก่อนเพลงนี้ไม่ช้านานนัก พิจารณาจากอัตราการรู้หนังสือของประชากรไทยที่เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 90 ในทศวรรษ 2520 (ภาพที่ 2.1) และโครงการแก้ไขปัญหาการไม่รู้หนังสือที่ดำเนินการในช่วงทศวรรษ 2520-2530 ซึ่งมุ่งเป้าไปที่ประชากรในพื้นที่ต่างจังหวัดเป็นหลัก (ประกอบ เอื้อไพบูลย์, 2531, น.16-23) กล่าวคือแม้อัตราการรู้หนังสือจะเพิ่มสูงขึ้นมากแล้วในทศวรรษ 2590 แต่เชื่อได้ว่าประชากรที่รู้หนังสือยังจำกัดอยู่เฉพาะในเขตเมืองเท่านั้น

ป้ายเป็นระบบการสื่อความหมายที่มาพร้อมกับการกลายเป็นเมือง (urbanization) ประชา สุวีรานนท์เสนอว่าทศวรรษ 2460 นับเป็น "ยุครุ่งเรืองของป้ายร้านค้าในเมืองไทย และตรงกับยุคแห่งการก้าวเข้าสู่สมัยใหม่" ป้ายทำให้การอ่านซึ่งเป็นเรื่องส่วนตัว เช่น การอ่านหนังสือพิมพ์กลายเป็นการอ่านในที่สาธารณะซึ่งจำเป็นต่อพื้นที่เมืองที่ทุกคนแปลกหน้าต่อกัน (ประชา สุวีรานนท์, 2560) ประชาตั้งข้อสังเกตต่อไปว่าภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลงนับเป็น "ยุคทองของป้ายและช่างทำป้าย" โดยอ้างอิงจากนิยาย "เกิดสำเพ็ง" โดย ป.อินทรปาลิต ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนทั่วไปรู้หนังสือกันมากขึ้นแล้ว และ "ศาลเตี้ย" โดย ถนอม มหาเปารยะ ซึ่งมีการบรรยายถึงป้ายหน้าโรงงาน

Ref. code: 25615808030646PUM

อันเป็นฉากของนิยายในปี พ.ศ. 2493 (ประชา สุวีรานนท์, 2560) หลักฐานที่ประชายกมา สอดคล้องกับข้อมูลในแผนภูมิที่ 1 เป็นอย่างดี ทว่าภาพของป้ายและการกลายเป็นเมืองที่ว่าก็จำกัดอยู่แต่ในกรุงเทพเท่านั้น กว่าที่ระบบการสื่อสารด้วยป้ายจะเป็นที่แพร่หลายไปจนถึงต่างจังหวัดอย่างทั่วถึง ถึงขั้นประกาศขายที่นาด้วยการปักป้ายได้ จึงน่าจะใช้เวลาต่อมาอีกหลายปี เป็นไปได้ว่าคือในราวทศวรรษ 2510-2520 นี้เอง

ในช่วงปี 2490-2503 ประชากรไทยเพิ่มจำนวนขึ้นด้วยอัตราสูงสุดในประวัติศาสตร์ เฉลี่ยร้อยละ 3.2 ต่อปี ประชากร 17 ล้านคนในปี 2490 เพิ่มเป็น 26 ล้านคนในปี 2503 (บุญเลิศ เลียวประไพ, 2557) ดังนั้นแม้อัตราการรู้หนังสือจะสูงขึ้นมาก แต่จำนวนผู้ไม่รู้หนังสือก็ไม่ได้ลดลงมากเท่าที่ควร เพราะจำนวนประชากรก็เพิ่มสูงขึ้นมากเช่นกัน ในปี 2503 ประชากรอายุ 10 ปีขึ้นไปที่ไม่รู้หนังสือยังมีมากถึง 4.3 ล้านคน (ประกอบ เอื้อไพบูลย์, 2531, น.14)



ภาพที่ 2.1 อัตราการรู้หนังสือของประชากรไทย พ.ศ. 2480-2533

หมายเหตุ: พ.ศ. 2480-2503 หมายถึงประชากรอายุ 10 ปีขึ้นไป จาก ประกอบ เอื้อไพบูลย์. (2531). ความคิดเห็นของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกรมการศึกษานอกโรงเรียนเกี่ยวกับสภาพการปฏิบัติงานจริง สภาพการปฏิบัติงานที่ต้องการและสภาพปัญหาอุปสรรคของโครงการรับบริจาคหนังสือสู่ชนบท. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะครุศาสตร์; พ.ศ. 2513-2533 หมายถึงประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป จาก สำมะโนประชากรและเคหะ สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

การจะเรียกงานเขียนป้ายด้วยพู่กันว่าเป็นการเขียนป้ายแบบ “ดั้งเดิม” จึงทำได้ไม่เต็มปากนัก ไม่เพียงเพราะเพิ่งจะเกิดขึ้นไม่ช้านานนัก แต่ป้ายในสมัยแรก ซึ่งเริ่มมาจากป้ายชื่อร้านค้าก็มัก

อยู่ในรูปของปูนปั้นหรือไม้แกะสลัก ป้ายลักษณะนี้มีความคงทนและถูกให้ความสำคัญมากกว่าป้ายเขียนซึ่งน่าจะใช้กับการสื่อสารที่มีลักษณะชั่วคราว และต้องการความคงทนน้อยกว่า เช่น ประกาศขายที่ดิน เป็นต้น งานช่างเขียนป้ายน่าจะเกิดขึ้นได้เมื่อประชากรรู้หนังสืออย่างทั่วถึงมากในระดับที่การอ่านเขียนถูกใช้ในการสื่อสารทั่วไป กระทั่งมีความต้องการป้ายมากพอจะทำให้ยึดถือการเขียนตัวอักษรเป็นอาชีพได้

การพิจารณาความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ช่วยให้เห็นบริบท ที่ระบบการสื่อสารด้วยป้ายเริ่มต้นขึ้นในสังคมไทย แต่ยังคงต้องการคำอธิบายต่อไปว่าผู้ผลิตป้ายมาจากที่ใด แม้ป้ายจะเป็นสิ่งใหม่ในสังคม แต่งานช่างชนิดนี้ไม่ใช่งานช่างเทคนิคที่จำเป็นต้องนำเข้าเทคโนโลยีและความรู้จากต่างประเทศแบบช่างพิมพ์ ช่างยนต์ หรือช่างไฟฟ้า ช่างไทยใช้พู่กันทำจากขนหูวัวมาช้านานในงานเขียนจิตรกรรมฝาผนัง ลายรดน้ำ ลงรักปิดทอง ฯลฯ แม้ไม่เคยมีขนบของการเขียนตัวหนังสือขนาดใหญ่มาก่อน แต่เมื่อมีความต้องการป้ายเกิดขึ้น ช่างเขียนซึ่งชำนาญการเขียนภาพจิตรกรรมก็สามารถนำความชำนาญแต่เดิมนั้นมาประยุกต์ทำงานช่างแบบใหม่ได้อย่างรวดเร็วตั้งแต่ในสมัยแรกเริ่มมีงานป้ายแล้ว ดังจะเห็นได้จากนักออกแบบตัวอักษรไทยรุ่นบุกเบิกสองคนซึ่งมีชีวิตและทำงานช่างอยู่ในห้วงเวลาเดียวกัน

2.1.1 ช่างเขียน

2.1.1.1 เปรื่อง แสงเถกิง

คนแรกได้แก่ เปรื่อง แสงเถกิง (พ.ศ. 2438-2505) นายเปรื่องเกิดที่จังหวัดอ่างทอง เดินทางมาอาศัยเรียนหนังสืออยู่ที่วัดจักรวรรดิราชาวาส ในพระนคร ตั้งแต่อายุยังน้อย ครั้นอายุได้ 17 ปีก็เข้าศึกษาวิชาช่างวาดเขียนที่โรงเรียนเพาะช่าง สอบได้ประกาศนียบัตรประโยคครูประถมวาดเขียน แล้วรับราชการครูที่โรงเรียนเพาะช่างกระทั่งได้รับพระราชทานสัญญาบัตรยศอำมาตย์เป็นรองอำมาตย์ตรี เมื่อปี พ.ศ. 2469 ได้รับเงินเดือน 70 บาทซึ่งถือว่าเป็นจำนวนไม่น้อยในสมัยนั้น ทั้งยังถือว่ามีการงานที่มั่นคง อย่างไรก็ตาม ในปีถัดจากนั้นนายเปรื่องก็ตัดสินใจลาออกจากราชการ “เพื่อประกอบอาชีพวิชาช่างด้วยตนเองตามที่มีใจสมัครรักนั้น” ในหนังสืองานศพของเขาระบุเหตุผลไว้ ความว่า

> อันศิลปการช่างนี้ย่อมสร้างเสริมจิตใจคนเราให้อ่อนไหวไม่อยู่นิ่ง ชอบที่จะคิดเห็นสรรพสิ่งต่าง ๆ ไปในแง่ศิลป์ ให้ตรึกตรองดัดแปลงแก้ไขหรือสร้างสรรค์สิ่งที่คิดเห็นให้ดีประณีตยิ่งๆ ขึ้นไปอยู่เสมอ การดังกล่าวนี้เป็นงานที่จะต้องจัดทำตามอารมณ์ คือเกิดความรู้สึกนึกคิดดีขึ้นมาเมื่อใด ไม่ว่าเวลาใด ก็ต้องลงมือทำทันที ไม่เลือกว่าเป็นเวลาค่ำคืนดึกดื่นอย่างไร (พระราชสิทธิมุนี, 2506, น.จ-ฉ)

Ref. code: 25615808030646PUM

นายเปรื่องออกมาประกอบธุรกิจเล็กๆ รับทำบล๊อก[1] ให้กับหนังสือพิมพ์ชื่อ "บางกอกการเมือง" อยู่พักหนึ่ง ก่อนจะสมัครเข้าไปเป็นช่างเขียนกรมศิลปากรในโครงการเขียนภาพรามเกียรติ์ บนผนังด้านในพระระเบียง พระอุโบสถวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ในปี พ.ศ. 2473 ผลงานในครั้งนั้นนำชื่อเสียงและลูกค้ามาสู่ร้านของเขาเป็นอันมาก แม้หนังสือพิมพ์บางกอกการเมืองจะเลิกกิจการไป แต่กิจการของนายเปรื่องกลับยังรุ่งเรืองขึ้น ขยับขยายเป็นร้าน "คณะช่าง" ซึ่งรับทำงานช่างหลากหลาย ตั้งแต่ออกแบบ เขียนป้าย ทำบล๊อก ตรายาง แกะสลัก ไปจนถึงพิมพ์หนังสือ ถึงแม้คณะช่างจะประสบความสำเร็จเป็นที่เลื่องลือในยุคนั้น ความกระตือรือร้นในการพัฒนางานช่างของเขาก็ไม่เคยหยุดนิ่งครั้งหนึ่งถึงกับลงทุนเดินทางไปดูงานการช่างและการพิมพ์ที่ญี่ปุ่นและซื้อเครื่องพิมพ์ระบบออฟเซ็ต (offset) กลับมาเครื่องหนึ่งซึ่งถือว่าเป็นเครื่องแรกในประเทศไทยด้วย (พระราชสิทธิมุนี, 2506)

2.1.1.2 ป.สุวรรณสิงห์

คนที่สองได้แก่ ปวน สุวรรณสิงห์ (พ.ศ. 2440 - 2508) ชาวลำปางเชื้อสายพม่าซึ่งมีโอกาสได้รับการถ่ายทอดวิชาจากพระยาอนุศาสน์จิตรกร ช่างหลวงและช่างภาพประจำพระองค์ในพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อครั้งไปกำกับดูแลการก่อสร้างวัดบุญวาทย์วิหารที่จังหวัดลำปาง นายปวนทำงานเป็นผู้ช่วยช่างได้น่าประทับใจ กระทั่งได้รับพระราชทานนามสกุล "สุวรรณสิงห์" เพราะเขียนภาพและปั้นรูปสิงห์ทองได้งดงามกว่าใคร หลังจากนั้นเขาได้เขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังให้วัดอีกหลายแห่งในจังหวัดลำปาง ก่อนจะเริ่มรับทำป้ายอักษรไม้ฉลุที่ใต้ถุนบ้านตนเอง ผลงานภาพจิตรกรรมฝาผนังและผลงานตัวอักษรที่มีลักษณะโดดเด่นเฉพาะตัว ทำให้ "ป.สุวรรณสิงห์" มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วลำปางรวมถึงจังหวัดใกล้เคียง (ThaiPBS, 2560)

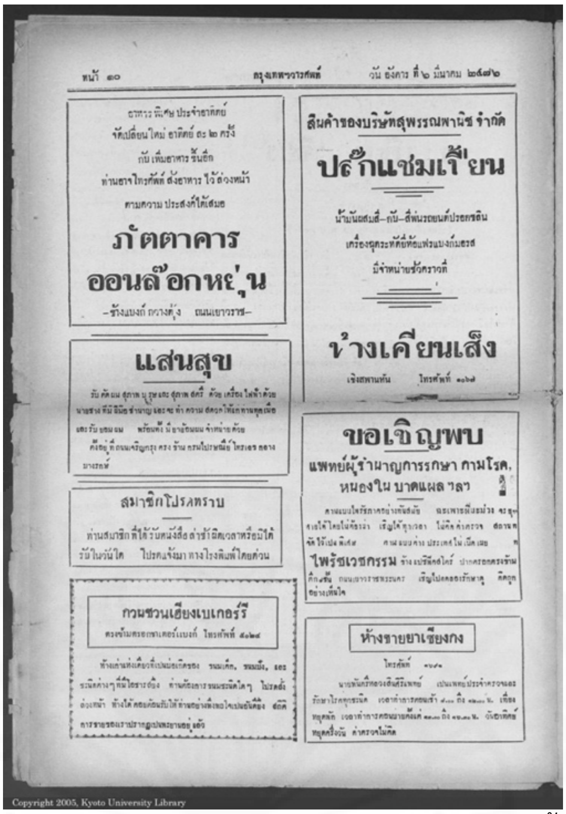
2.1.2 ป้าย

2.1.2.1 ตัวอักษรแบบใหม่

เป็นไปได้มากทีเดียวว่าในวัยเด็กของนายเปรื่องและนายปวน ป้ายยังไม่ใช่สิ่งที่มีอย่างแพร่หลายนัก ทั้งสองคนเริ่มต้นชีวิตช่างฝีมือด้วยการใช้พู่กัน สร้างชื่อเสียงให้กับตนเองด้วยการเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังในวัด สถาบันและสำนักช่างที่พวกเขาเข้าไปสังกัดอยู่รวมถึงเครื่องมือที่ใช้ ทำให้ทั้งคู่กลายเป็น "ช่างเขียน" ตามนิยามซึ่งเป็นที่เข้าใจกันมานานนับร้อยปีก่อนหน้า แต่แล้ววันหนึ่งพวกเขาก็หันเหเอาทักษะช่างนั้นมาประกอบอาชีพใหม่ ออกแบบตัวอักษรใหม่ๆ สำหรับใช้ในรูปแบบและความหมายที่ต่างออกไปในงานโฆษณาและงานป้ายซึ่งมีตัวอักษรเป็นองค์ประกอบเด่น อาจกล่าวได้ว่าตัวอักษรได้กลายมาเป็นงานจิตรกรรมในตัวของมันเอง จากที่เคยเป็นเพียงองค์ประกอบเล็กๆ ในมุมหนึ่งของภาพจิตรกรรมเท่านั้น

---

[1] กรอบที่เป็นรูปภาพ หรือตัวอักษรประดิษฐ์สำหรับเป็นหัวข้อ ชื่อคอลัมน์ หรือโฆษณา สำหรับนำไปจัดลงในเพลท (plate) รวมกับตัวอักษรเรียงพิมพ์



หน้า ๑๐ กรุงเทพวารศัพท์ วัน อังคาร ที่ ๖ มีนาคม ๒๔๗๖

อาหาร พิเศษ ประจำอาทิตย์
จัดเปลี่ยนใหม่ อาทิตย์ ละ ๒ ครั้ง
กับ เพิ่มอาหาร ขึ้นอีก
ท่านอาจโทรศัพท์ สั่งอาหาร ไว้ล่วงหน้า
ตามความ ประสงค์ได้เสมอ

ภัตตาคาร
ออนล๊อกหยุ่น

–ข้างแบงก์ กวางตุ้ง ถนนเยาวราช–

สินค้าของบริษัทสุพรรณพานิช จำกัด

ปรึ๊กแชมเจี๊ยน

น้ำมันผสมสี–กับ–สีพ่นรถยนต์ประกอบชิน
เครื่องสุกระทัดยี่ห้อแฟรแบงก์มอรส
มีจำหน่ายชั่วคราวที่

ห้างเคียนเส็ง

เชิงสพานหัน โทรศัพท์ ๑๐๖๗

แสนสุข

สมาชิกโปรดทราบ

ท่านสมาชิกที่ได้รับหนังสือล่าช้าผิดเวลาหรือมิได้รับในวันใด โปรดแจ้งมา ทางโรงพิมพ์โดยด่วน

ขอเชิญพบ

แพทย์ผู้ชำนาญการรักษา กามโรค, หนองใน บาดแผล ฯลฯ

ไพรัชเวชกรรม

กวนชวนเฮียงเบเกอร์รี่

ตรงข้ามตรอกชาเตอร์แบงก์ โทรศัพท์ ๕๐๒๔

ห้างขายยาเซียงกง

Copyright 2005, Kyoto University Library

ภาพที่ 2.2 “โป้งแซ” ตัวเรียงพิมพ์ โดยนายแซ ช่างแกะชาวจีน ถูกใช้กับโฆษณาทุกชนิด

ตัวอย่างโฆษณาหนังสือพิมพ์ในปีพ.ศ. 2476 ในภาพที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่าเหตุใดแบบอักษรใหม่ๆ จึงเป็นที่ต้องการ การตีพิมพ์โฆษณาในยุคแรกๆ อาศัยเพียงตัวอักษรที่เรียกกันว่า “ตัวโป้ง” ตามลักษณะตัวอักษรที่หนาดึงดูดสายตา ตัวพิมพ์แกะไม้โดยช่างชาวจีน ซึ่งมีให้เลือกเพียง 3-4 แบบเท่านั้น โฆษณาต่าง ๆ จึงดูเหมือนๆ กันไปทั้งหมด นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าอักษรหลายตัวแหว่งไป เนื่องจากตัวเรียงพิมพ์ขนาดใหญ่พิเศษเหล่านี้แกะจากไม้เพื่อให้มีราคาถูก จึงไม่ทนทานเท่าใดนัก แน่นอนว่ากิจการร้านค้า โฆษณา หน้าปกนิยาย ย่อมต้องการให้สินค้าและโฆษณาของตนพิเศษโดดเด่นเป็นที่จดจำ กิจการ “ร้านบล๊อก” จึงเติบโตอย่างรวดเร็ว เพราะบล็อกโลหะพิมพ์ได้คมชัดและทนทานกว่า รวมถึงมีภาพประกอบและตัวอักษรประดิษฐ์ที่สวยงามแตกต่าง นอกจากคณะช่างแล้วยังมีร้านที่มีชื่อเสียงอีกมากมาย อาทิ ศิลปกรรม ศิลปาคาร คณะเหม สยามศิลป์ ฯลฯ ร้านบล๊อกเหล่านี้เป็นแหล่งที่ช่างฝีมือดีมารวมตัวกันเป็น “สำนัก” แต่แทนที่จะเป็นสำนักหรือสกุลช่างที่สังกัดกับเจ้านายหรือวัด อุปสงค์งานโฆษณาและงานช่างเพื่อการพาณิชย์ในเวลานั้น ได้เพิ่มขึ้นจนถึงเกณฑ์ที่สำนักช่างจะดำรงอยู่ได้ในฐานะบริษัทเอกชน กิจการประเภทนี้รุ่งเรืองที่สุดในช่วงหลังจากสงครามโลกครั้งที่สองสงบลงจนถึงในราวทศวรรษ 2510 เมื่อการพิมพ์ระบบออฟเซ็ต (offset) ซึ่งไม่ต้องอาศัยบล็อกโลหะอีกต่อไปเข้ามาแทนที่ (ประชา สุวีรานนท์, 2545, น. 83-87)

นอกจากให้บริการงานออกแบบและงานช่างครบวงจร ราวกับเป็นบริษัทโฆษณา (advertising agency) แล้ว สำนักช่างแบบใหม่เหล่านี้ยังผลิตตำราการประดิษฐ์อักษรของตัวเองออกจำหน่ายด้วย หลักฐานเก่าที่สุดที่พบคือประกาศโฆษณาหนังสือของสยามศิลป์ ในหนังสือพิมพ์ประมวญวัน ฉบับวันที่ 2 ตุลาคม พ.ศ. 2479 (เอนก, 2551, น.157) หนังสือลักษณะนี้จะประกอบด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับเทคนิคการเขียนตัวอักษรเบื้องต้น การจัดช่องไฟ วางเส้นเปอสเปคถีฟ (perspective) อย่างสั้นๆ และใช้พื้นที่ส่วนใหญ่ไปกับการแสดงแบบอักษรต่าง ๆ ครบชุด ก-ฮ สำหรับให้ลอกไปใช้งาน แม้กิจการร้านบล็อกจะค่อย ๆ ทยอยเลิกไป แต่ตำราการประดิษฐ์อักษรนี้ก็มีประโยชน์ต่อมาในยุคการพิมพ์ออฟเซ็ตซึ่งสามารถเขียนตัวอักษรลงในอาร์ตเวิร์ค (artwork) ได้โดยตรง การทำอักษรประดิษฐ์ที่ง่ายขึ้น ประกอบกับการเติบโตของการพิมพ์และการโฆษณาทำให้หนังสือชนิดนี้ถูกผลิตขึ้นต่อมาอีกหลายทศวรรษ เล่มที่เป็นที่รู้จักกันดี เช่น *การเขียนตัวอักษร และภาพประกอบตัวอักษร* โดยนิพนธ์ ทวีกาญจน์ (2523) และ *คู่มือประดิษฐ์อักษร* โดยเชิดชัย เพชราพันธ์ (2524) ผลงานที่น่าสนใจชุดหนึ่งเป็นของ เสน่ห์ ธนารัตน์สฤษดิ์ นักเขียนการ์ตูนรุ่นบุกเบิกและอาจารย์พิเศษโรงเรียนเพาะช่าง ซึ่งได้รวบรวมแบบอักษรออกมาเป็นหนังสือหลายเล่มตั้งแต่ในยุคที่ร้านบล๊อกยังรุ่งเรือง เรื่อยมาในยุคการพิมพ์ระบบออฟเซ็ต กระทั่งในยุคที่มีฟอนต์คอมพิวเตอร์แล้ว ซึ่งได้แก่ *อักษรประดิษฐ์ ฉบับสมบูรณ์* (2503) *อักษรศิลป์ อักษรลายศิลป์* (2516) และ *ประดิษฐ์อักษรชุดพิเศษ* (2548) ตามลำดับ

2.1.2.2 ช่างฝีมือชนิดใหม่

ความสัมพันธ์ระหว่างช่างเขียน ป้าย และเทคโนโลยีการพิมพ์ใหม่ที่เกิดขึ้นตลอดศตวรรษที่ผ่านมาซึ่งได้ค้นคว้ามาข้างต้น ขัดแย้งกับความเข้าใจโดยทั่วไปเกี่ยวกับงานช่างฝีมือและช่างเขียนป้าย 2 ประการด้วยกัน

ประการแรกคือการเปลี่ยนทางเศรษฐกิจไม่ได้ส่งผลในทางลบต่อสำนักหรือสกุลของช่างฝีมือเสมอไป ในทางตรงข้าม เงื่อนไขทางเศรษฐกิจแบบใหม่กลับส่งเสริมให้ช่างฝีมือที่มี “จิตใจอ่อนไหวไม่อยู่นิ่ง” สามารถจะก้าวออกจากขนบธรรมเนียมและสถาบันที่กำกับตัวของเขาอยู่ เพื่อใช้จินตนาการและความสร้างสรรค์เชิงช่างได้อย่างอิสระดังใจต้องการเช่นกัน

ประการที่สองคือ ช่างเขียนป้ายไม่เคยอยู่ในฐานะที่เป็นปฏิปักษ์ต่อเทคโนโลยีการพิมพ์มาก่อนเลย กลับกลายเป็นว่าผู้ที่นำเครื่องพิมพ์ระบบออฟเซ็ตเครื่องแรกเข้ามาในประเทศไทย คือช่างเขียนฝีมือเอกที่เคยเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังระเบียงคดวัดพระแก้วมาแล้ว นอกจากนี้ตำราอักษรประดิษฐ์ก็ยังถูกนำไปใช้ในการพิมพ์หลายยุคสมัย ก่อนที่ช่างเขียนป้ายจะลอกเลียนฟอนต์มาใช้เขียนป้ายบ้างในเวลาต่อมา ช่างเขียนที่กลายมาเป็นช่างศิลป์หรือช่างเขียนป้ายในไทย แม้ไม่ได้พัฒนาขึ้นเป็นสถาบันการออกแบบอย่างในอเมริกา แต่จะเห็นว่าสิ่งที่พวกเขามีร่วมกันคือความเป็นนักออกแบบกราฟิกที่มีมาก่อนกาล เป็นผู้บุกเบิกมากกว่าที่จะเป็นเหยื่อของเทคโนโลยี

อย่างไรก็ตาม เรื่องราวของนายเปรื่องก็มิใช่เรื่องราวของช่างเขียนทุกคน และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เกิดในบริบทที่แตกต่างจากการเป็นช่างเขียนในจังหวัดลำปางของนายปวนโดยสิ้นเชิง ความต้องการป้าย สิ่งพิมพ์ งานโฆษณาในช่วงเวลาเดียวกันที่ลำปาง ย่อมเทียบไม่ได้กับบรรยากาศงานช่างในพระนครที่เกื้อหนุนให้นายเปรื่องต่อยอดกิจการ ลงทุนกับเครื่องไม้เครื่องมือใหม่ๆ ถึงขั้นเดินทางไปซื้อหามาจากญี่ปุ่นได้ แม้อย่างนั้น นายปวนก็ยังเลือกที่จะทำกิจการร้านป้ายเล็ก ๆ เช่นนั้นเรื่อยมา ฝากผลงานแบบอักษรซึ่งโดดเด่นไม่เหมือนที่ใดในประเทศไทยไว้ทั่วเมืองลำปาง ป้ายของ ป.สุวรรณสิงห์ ชวนให้เกิดความสงสัยเช่นเดียวกับฟอนต์จากร้านป้ายต่างจังหวัดมากมายในอีกหลายสิบปีต่อมา คือผลงานอันน่าทึ่งเหล่านี้เกิดขึ้นในบริบทเช่นนั้นได้อย่างไร ในกรณีของนายปวนเป็นคำถามทางประวัติศาสตร์ที่อาจต้องหาคำตอบในโอกาสอื่น แต่เรื่องของเขาก็เป็นหลักฐานของความเป็นไปได้ว่ายังมีปัจจัยอื่นนอกเหนือจากสถาบันทางสังคมและเศรษฐกิจ ที่สามารถทำให้เกิดความสร้างสรรค์ขึ้นได้จากการทำงานช่าง ผู้เขียนจะแกะรอยความเป็นไปได้นี้ต่อไปในช่างรุ่นถัดมา

2.2 กลายมาเป็นช่างเขียนป้าย

"นักรบผู้ฉกาจ ถ้าหากขาดอาวุธที่ดี ก็เปรียบเหมือนจิตรกรที่ไร้พู่กันอันถูกมือ"

โฆษณาวิทยุขายพู่กันของสง่า มะยุระ (พ.ศ. 2452-2521) พูดถึงพู่กันในฐานะที่ไม่ใช่เพียงเครื่องมือช่างซึ่งถูกครอบครองและรอให้มนุษย์หยิบฉวยไปใช้งาน หากแต่เป็นสิ่งที่เติมเต็มตัวผู้ใช้งาน แน่นอนว่าข้อความข้างต้นนี้เป็นโฆษณา แต่ก็อาจไม่ใช่คำกล่าวที่เกินจริงไปนัก

ก่อนที่สง่า มะยุระจะเปิดโรงงานผลิตพู่กัน เขาผ่านการฝึกฝนในขนบของช่างเขียนมาก่อน ระหว่างบวชเรียนได้มีโอกาสร่วมเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดพระแก้วในคราวเดียวกับนายเปรื่อง และทำงานที่ร้านคณะช่างอยู่พักหนึ่ง ก่อนจะมาเริ่มต้นกิจการของตนเองในปี พ.ศ. 2479 (ม.ป., 2521) กลายเป็น "ราษฎรแสนขยันที่ผลิตพู่กันคนแรกในเมืองไทย" โฆษณาจึงว่า "สง่า มะยุระ เป็นช่างเขียน จึงรู้จักวิธีสร้างพู่กันที่ละเอียดและทนทานที่สุด เป็นที่นิยมของช่างเขียนโดยทั่วไป..."

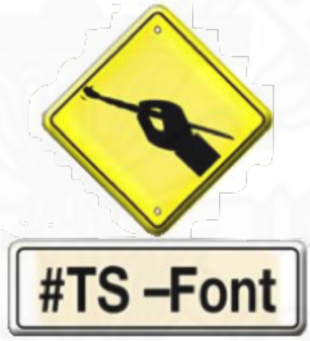
ทันทีที่พบคลิปเสียงโฆษณาชิ้นนี้ ผู้เขียนก็นำไปโพสต์ในกลุ่มเฟซบุ๊ก "งานป้ายจากสองมือ" กลุ่มรวมอดีตช่างเขียนป้ายที่มีแนวคิดว่า "เก่าแต่เก๋า 'รวมวิธีทำงาน' ของช่างป้ายรุ่นพี่ในยุคที่มี 'เครื่องมือ' ไม่มาก" ความเห็นต่างเป็นไปในทางเดียวกันว่าพู่กันของสง่า มะยุระนั้นเป็นที่นิยมโดยทั่วไปจริง และเป็นตัวเลือกต้นๆ สำหรับงานที่ต้องใช้ความละเอียด สมาชิกท่านหนึ่งเล่าถึงประสบการณ์การใช้งานพู่กันยี่ห้อนี้ว่า "ซื้อมาต้องเอามาเหลาแต่งก่อนให้ปลายพลิ้ว ๆ"

เรื่องราวของพู่กันสง่า มะยุระ แสดงให้เห็นว่าแม้แต่ใน "ยุคที่ยังมีเครื่องมือไม่มาก" เครื่องมือง่ายๆ อย่างพู่กันก็มิได้เป็นสิ่งที่อยู่นิ่งตายตัว สง่า มะยุระฝึกปรือทักษะการใช้พู่กันจนได้เป็น

Ref. code: 25615808030646PUM

ช่างเขียน ประสบการณ์ทำงานช่างเขียนทำให้เขารู้ดีว่าจะพัฒนาพู่กันที่ดียิ่งขึ้นได้อย่างไร สินค้าของเขาจึงได้รับความนิยมไปทั่ว กระนั้นช่างเขียนป้ายบางคนก็เห็นว่ายังเหมาะมือไม่พอ จึงต้องนำมาปรับแต่งเพิ่มอีกเล็กน้อย พู่กันที่ดีทำให้ช่างทำงานได้ดียิ่งขึ้น ในขณะเดียวกันช่างก็ดัดแปลงพู่กันให้ดียิ่งขึ้นด้วย ช่างเขียนป้ายจึงแยกขาดออกจากเครื่องมือของเขาไม่ได้ แต่เป็นผลรวมของทั้งคนและเครื่องมือที่แต่งเติมซึ่งกันและกัน

ในยุคที่มีเครื่องมือมากมาย ช่างจำเป็นต้องมีเครื่องคอมพิวเตอร์อย่างน้อย 2 เครื่อง เครื่องหนึ่งมีไว้ทำงานออกแบบ อีกเครื่องหนึ่งมีไว้ควบคุมเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท หากมีเครื่องแกะสลัก CNC ก็ต้องเพิ่มขึ้นมาอีกเครื่องหนึ่ง ส่วนเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ซึ่งมีขนาดเล็กสามารถติดตั้งบนขาตั้งเหล็กมีล้อ เคลื่อนย้ายไปเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์เครื่องใดก็ได้ แม้เครื่องจักรเหล่านี้จะกลายมาเป็นเครื่องมือหลักของคนทำป้าย แต่พู่กันก็มิได้หายไปจากร้านป้ายอย่างสิ้นเชิงแต่อย่างใด



ภาพที่ 2.3 รูปประจำตัวของธงชัย ศรีเมือง

พู่กันยังคงถูกใช้งานร่วมกับเครื่องจักร เช่น ใช้ทาสีลงในร่องไม้ โป๊วสีตัวอักษรพลาสวูดจากการแกะสลักของเครื่อง CNC กระทั่งใช้เขียนป้ายหากมีลูกค้าต้องการป้ายแบบเก่า และแม้ฟอนต์จะกลายเป็นเครื่องมือหลักสำหรับถ่ายทอดตัวอักษรแทนร่างกายช่าง พู่กันก็ยังไปปรากฏอยู่ในรูปประจำตัวของนักออกแบบฟอนต์ซึ่งเคยเป็นช่างเขียนป้ายมาก่อน เช่น รูปประจำตัวของธงชัย ศรีเมือง อดีตช่างเขียนป้ายจากนครศรีธรรมราช สมาชิกคนสำคัญของกลุ่มกันตันและเจ้าของฟอนต์ตระกูล TS ในภาพที่ 2.3

เห็นได้ชัดว่าพู่กันเป็นเครื่องมือชิ้นสำคัญที่ช่างใช้นิยามตัวเอง แม้ร้านป้ายจะทำงานหลากหลายประเภทมาตั้งแต่ในสมัยที่ "ยังมีเครื่องมือไม่มาก" ตั้งแต่ทำตัวอักษรโลหะ งานสกรีน ไปจนถึงตัดสติ๊กเกอร์ด้วยมือ แต่ เลื่อย คัทเตอร์ และเครื่องมืออื่นๆ ก็ไม่ใช่สิ่งที่ใกล้ชิดกับตัวตนของช่างมากเท่ากับพู่กัน อีกข้อที่เห็นได้ชัดคือการตั้งชื่อร้านป้ายซึ่งไม่จำเป็นต้องมีคำว่า "ป้าย" ประกอบอยู่ด้วยเสมอไป ตรงกันข้าม คำที่พบมากได้แก่ "โฆษณา" "ศิลป์" หรือ "อาร์ต" ซึ่งครอบคลุมงานที่ทำ

ได้ครบถ้วนมากกว่า แต่เมื่อมาถึงการนิยามตัวตนของช่างเอง พวกเขามักเลือกที่จะเรียกตัวเองว่า "ช่างเขียนป้าย"

หลักฐานก่อนหน้านี้แสดงให้เห็นว่างานเขียนป้ายเป็นงานช่างที่เพิ่งเกิดขึ้นไม่ช้านาน เรื่องราวของช่างเขียนป้ายรุ่นถัดมา จะทำให้เห็นภาพชัดเจนยิ่งขึ้นว่าช่างเขียนป้ายเริ่มเป็นอาชีพในต่างจังหวัดขึ้นในห้วงเวลาใด ในเงื่อนไขทางวัตถุและบริบททางเศรษฐกิจเช่นไร

2.2.1 นันและพ่อ

การเริ่มต้นตามหาและทำความรู้จักอดีตช่างเขียนป้ายคนอื่นๆ เป็นไปตามแบบแผนนี้ทุกครั้ง คือเริ่มต้นจากการสนทนาผ่านเฟซบุ๊ก ส่วนมากผู้เขียนเป็นฝ่ายทักไปก่อน และมีบ้างที่ผู้ให้ข้อมูลส่งคำขอเป็นเพื่อน (add friend) มาถึงที่ หลังจากนั้นจึงนัดสัมภาษณ์สั้นๆ ทางโทรศัพท์ และบางครั้งนำไปสู่การนัดหมายพบกันจริงๆ

ผู้เขียนรู้จัก "นัน" จากการที่เขาโพสต์วิดีโอการเขียนป้ายไม้อัดเวทีคอนเสิร์ต พร้อมข้อความประกอบ "เมื่อเค้ากำหนดมาให้เจ้าสร้างสีสันบนเวที ไม่มีเทคโนโลยีจะแทนที่เจ้าได้ .. ลูกค้าเน้นต้องการป้ายไม้อัดเขียนสีสะท้อนแสง...ไวนิลไม่เอาไม่ชอบ..จัดไปครับ" แม้งานเขียนด้วยมือจะมีให้ทำนาน ๆ หน แต่ชายหนุ่มในวิดีโอ ยังคงจับพู่กันตวัดตัดเส้นขอบสีดำให้ตัวอักษรสีเขียวสะท้อนแสงอย่างคล่องแคล่ว แรกทีเดียวผู้เขียนเข้าใจไปว่าชายหนุ่มในวิดีโอคือลูกมือของเขา แต่กลับกลายเป็นว่าคนในวิดีโอนั้นคือตัวเขาเอง ชายหนุ่มวัยเพียง 28 ปีผู้เป็นอดีตช่างเขียนป้าย และปัจจุบันเป็นเจ้าของร้านป้ายซึ่งรับพิมพ์ไวนิลอยู่ที่จังหวัดสุโขทัย หลังจากคุยกันผ่านข้อความได้ครู่หนึ่ง ผู้เขียนก็นัดหมายสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ได้ในเวลาพักเที่ยง ราวหนึ่งชั่วโมงถัดมา เราก็ได้สนทนากันผ่านโทรศัพท์ นันเล่าว่าพ่อของเขาเป็นครูสอนศิลปะ เขาจึงโตมากับพู่กัน กับสี ช่วยพ่อเขียนป้ายผ้า มาตั้งแต่เล็ก กระทั่งต้นปี 2545 เมื่อเขามีอายุได้ 12 ขวบ พ่อก็ออกลาออกจากโรงเรียนมาเปิดร้านเพราะเขามีคดีร้ายแรง พานันหนีไปด้วยกันสองคน และไปเปิดร้านป้ายอยู่ที่บางพลี สมุทรปราการ เขาว่า "สมัยก่อนคือเรามีพู่กันอยู่มัดหนึ่ง ก็รับงานได้ มันไม่ต้องลงทุนอะไรมาก" หลังจากนั้นก็มีช่างอีกหลายคนตามมาอาศัยอยู่ด้วยกัน ส่วนมากไม่ได้ร่ำเรียนทางนี้แต่เป็นพระที่สนิทกับพ่อสมัยที่เป็นครูวิทยากร เดินสายไปสอนศิลปะตามจังหวัดต่าง ๆ เมื่อพ่อติดต่อไป พระเณรที่รู้จักกันมาก่อนในจังหวัดขอนแก่นและแพร่ สึกออกมาทำร้านด้วยกัน ทำอยู่ที่บางพลีจนถึงปี 2559 นันเห็นว่าพ่อแก่แล้ว จึงตัดสินใจกลับบ้านที่สุโขทัย มาเปิดร้านที่ทำอยู่จนถึงปัจจุบัน

ผู้เขียนยกเรื่องของนันขึ้นมาเป็นเรื่องแรกเพราะเป็นตัวแทนเรื่องราวชีวิตของช่างป้ายในรุ่นพ่อของนัน หรือคนที่เกิดในทศวรรษ 2500-2510 ซึ่งมักมีองค์ประกอบหลายอย่างร่วมกันอย่างน่าสนใจ เช่น ความรักในงานศิลปะตั้งแต่วัยเด็ก การเติบโตมาท่ามกลางเครื่องมือช่าง การเดินทางตระเวนฝึกฝีมือ และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความเกี่ยวข้องกับวัดและโรงเรียนในทางใดทางหนึ่ง ดังจะพบได้อีกในเรื่องราวของช่างเขียนป้าย 3 คนถัดจากนี้

2.2.2 บุญสม คนเมืองโค

การเข้าถึงอดีตช่างเขียนป้ายแต่ละคน ใช้เวลาทำความคุ้นเคยและสร้างความไว้วางใจมากน้อยต่างกันไป บางคนเข้าถึงยากจนผู้เขียนต้องถอดใจไปในที่สุด แต่บางครั้งการมีส่วนร่วมในชุมชนออนไลน์ของอดีตช่างเขียนป้ายก็พาเรื่องเล่ามาหาผู้เขียนเสียเอง “สม” หรือบุญสม อดีตช่างเขียนป้ายชาวโคราชวัย 58 ปี มีฉายาในวงการป้ายว่า “คนเมืองโค โคราชา” ณ เวลาที่ผู้เขียนโพสต์ถามเรื่องพู่กันในกลุ่ม “งานป้าย จากสองมือ” สมและผู้เขียนมีเพื่อนร่วมกัน (mutual friends) อยู่แล้ว 10 คน ซึ่งล้วนแต่เป็นคนในวงการป้ายซึ่งเป็นที่รู้กันดี เมื่อสมส่งคำขอเป็นเพื่อนมา ผู้เขียนก็ตอบรับในทันที เขาเล่าถึงพู่กันด้ามแรกในความทรงจำว่า

> ใช้พู่กันครั้งแรกเลยตัดไม้ไผ่มาเหลาเป็นทรงพู่กัน แล้วทุบให้แบน เอาปูนกินหมากยายแทนสี ไม่มีเงินซื้อสีครับ ฝึกเขียนเรื่อย สมัยเรียนประถมนะครับ พอมีตังค์ซื้อพู่กันได้อันนึง ก็มีน้าให้ไปเขียนป้ายรถสองแถว ได้ 20 บาท ดีใจมาก แล้วอาศัยครูพักลักจำครับ (บุญสม คนเมืองโคโคราชา,สัมภาษณ์, 10 พฤษภาคม พ.ศ.2562)

แรงบันดาลใจในการเป็นช่างเขียนป้ายของสม เริ่มมาจากการนั่งดูครูสอนศิลปะสมัยประถมเขียนป้ายสำหรับใช้ในงานแข่งกีฬาของโรงเรียน ครูท่านนี้นอกจากสอนหนังสือและเขียนป้ายให้โรงเรียนก็ยังรับจ้างเขียนป้ายอื่นๆ ด้วยเป็นครั้งคราว นอกจากนี้แหล่งฝึกวิชาของสมอีกแห่งหนึ่งก็คือศาลาวัดในตัวอำเภอซึ่งมักถูกใช้เป็นที่เขียนป้ายคัตเอ๊าท์ขนาดใหญ่ ที่ศาลาของวัดสมุทรการ หรือวัดแซะ ในตัวอำเภอครบุรีนี้เอง สมได้รับถ่ายทอดวิชาจากช่างเขียนป้ายรุ่นพี่ฝีมือเยี่ยมคนหนึ่งซึ่งใช้ศาลานี้เป็นที่ทำงาน ฉายาของเขาคือ “ประทีปศิลป์วัดแชะ บุรุษผู้หมักชีวิตไว้ในไหสุรา” สมเล่าถึงรุ่นพี่คนนี้ด้วยน้ำเสียงชื่นชมว่า “ฉายานี้แกเขียนไว้ที่ไม้ทีของแกเลยน้า”

บุรุษผู้นี้เขียนป้ายให้วัดมาตั้งแต่ครั้งเป็นสามเณร แต่การเป็นพระก็ไม่เหมาะกับแนวทางการทำงานแบบ “เขียนไปก๊งไปยันเช้า” ของกลุ่มช่างเขียนป้ายเท่าใดนัก ในที่สุดเขาก็ลาสิกขามาเป็นช่างเขียนป้ายเต็มตัว แต่ยังคงอาศัยศาลาวัดเป็นที่ทำงานตลอดมา สมเขียนป้ายอยู่กับกลุ่มช่างที่วัดนี้จนอายุได้ราว 37 ปี ก็มีช่วงเวลาหนึ่งที่เกิดความรู้สึกอยากจะพัฒนาฝีมือของตัวเอง จึงตัดสินใจเดินทางเข้ากรุงเทพ ไปทำงานอยู่ที่ร้านป้ายแห่งหนึ่งย่านงามวงศ์วาน แม้จะมีประสบการณ์เขียนป้ายมานานแล้ว แต่เนื่องจากที่ร้านมีช่างเขียนป้ายอยู่แล้ว สมจึงต้องถอยลงไปทำงานลูกมือ ล้างพู่กัน เติมสี ทาสีรองพื้น แม้จะเป็นเพียงลูกมืออยู่ได้ไม่นาน แต่สมก็ได้สะสมประสบการณ์มากมายจากร้านป้ายขนาดใหญ่ในกรุงเทพกลับมาใช้ที่บ้านเกิดของตัวเองมาจนถึงปัจจุบัน

2.2.3 วัส โวยวาย ป้ายทุกชนิด

วิทวัส โฉมประดับ หรือฉายาในวงการป้าย “วัส โวยวาย ป้ายทุกชนิด” เกิดที่จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อปี พ.ศ. 2514 พ่อของวัสมักรับเขียนป้ายโฟมที่บ้าน กลิ่นสีและพู่กันจึงเป็น

ส่วนหนึ่งของชีวิตเขานับตั้งแต่จำความได้ พ่อของเขามีงานประจำเป็นครูประชาบาลอยู่ที่โรงเรียนวัดวังจิก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สมัยนั้น คือในราวปี พ.ศ. 2520 ร้านป้ายในจังหวัดสุพรรณบุรีหาได้น้อยแห่ง เมื่อมีการจัดงานบวช งานแต่ง ชาวบ้านก็จะมาที่บ้านครูประเทือง โฉมประดับ ขอให้ช่วยเขียนป้ายให้ วัสเป็นทั้งลูกชาย ลูกมือ และลูกศิษย์ของพ่อทั้งที่บ้านและที่โรงเรียน พ่อมักฝึกให้วัสเขียนตัวอักษรโดยคัดลอกแบบจากตัวหนังสือในนิตยสารและหนังสือพิมพ์ เขายังจำบทกลอนที่พ่อใช้ให้คัดเป็นป้ายติดหน้าห้องเรียนชั้น ป.4 ข. โรงเรียนวัดวังจิกได้ขึ้นใจมาจนถึงทุกวันนี้ ตัวอักษรที่ใช้เขียนป้ายดังกล่าว วัสได้นำมาทำเป็นฟอนต์ชื่อ “วัสประเทือง” เพื่อระลึกถึงพ่อที่ล่วงลับไปแล้วด้วย (วิทวัส โฉมประดับ, 2560)

พ่อของวัสเสียชีวิตลงอย่างกะทันหันเมื่อเขามีอายุได้ราว 17 ปี ขณะนั้นวัสกำลังเรียนปวช. หลักสูตรช่างเชื่อมชั้นปีที่ 2 หลังงานศพพ่อ วัสไม่ได้กลับไปเรียนอีก อย่างไรก็ดี แม้จะเป็นเด็กหนุ่มมาดนักดนตรีที่เรียนไม่จบ คนก็ยังคงมาหาลูกชายของครูประเทือง ขอให้ช่วยเขียนป้ายโฟมให้ มาถามว่า “เขียนแทนพ่อได้มั้ย เขียนแทนให้หน่อย” วัสมองว่าตนเป็นแค่ลูกมือของพ่อมาโดยตลอด เขาสามารถเขียนตัวอักษรฟรีแฮนด์โดยไม่ต้องร่างก็จริง ทว่าไม่เคยเขียนโดยไม่มีใครกำกับมาก่อน เขาจึงไม่มั่นใจนักแต่ก็ตอบตกลงในที่สุด

ในที่สุดวัสก็ได้เลื่อนขั้นจากลูกมือเป็นช่างเขียนป้ายเต็มตัวโดยไม่เต็มใจนัก เขาบอกว่าหลังจากนั้นก็ “หัดเขียนก๊อกๆ แก๊กๆ มาเรื่อย” แต่ปรากฏว่าฝีมือของเขาก็เป็นที่พอใจของลูกค้า ดูเหมือนว่าทักษะทางร่างกายของพ่อได้ถูกถ่ายทอดมาสู่วัสโดยที่เขาไม่รู้ตัว และลูกค้าก็ยังคงมองเห็นครูประเทืองอยู่ในลายมือลูกชายของแก

หลังจากบวชพระเมื่ออายุครบ 20 ปี วัสก็เริ่มทำตามฝันอย่างหนึ่งของตน คือการเป็นนักดนตรี แต่สิ่งที่เขาไม่ได้คาดฝันก็คือการมีเรื่องทะเลาะวิวาทจนเป็นเหตุให้ต้องย้ายไปอยู่กับญาติที่โคราช หลังจากนั้นวัสก็ไม่เคยอยู่ติดที่อีกเลย หนุ่มสุพรรณผมยาวหยักโศก สวมเสื้อยีนส์สีซีดสะพายกีต้าร์คู่ใจเดินทางไปตามจังหวัดต่างๆ เริ่มจากการฝึกงานที่ร้าน “เสียงอาร์ต” ได้ราวปีหนึ่งก่อนจะออกไปทำงานกับเพื่อนนักดนตรีที่รับเขียนป้ายและทำงานสกรีนด้วย แม้จะไม่ได้ประกอบธุรกิจเป็นร้านป้ายจริงจัง แต่การทำงานที่นี่ทำให้วัสสามารถเขียนป้ายควบคู่ไปกับการเล่นดนตรีได้ เขาเริ่มเล่นกีต้าร์ให้กับวง “ลำดวน หินโคนดง” รับงานแสดงเพลงโคราช ก่อนจะตระเวนไปอีกหลายจังหวัด พบรักกับแฟนที่สีลม และกลับมาบ้านเกิดในวัย 30 ปี

ภาพที่ 2.4 วัส (ขวาสุด) เล่นดนตรีร่วมกับเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ที่ร้านคมวรรณกรรม จังหวัดสุพรรณบุรีเมื่อราวปี พ.ศ. 2540

เป็นธรรมดาที่นักดนตรีจะต้องมีชื่อที่เรียกง่ายและน่าจดจำ วัสเล่าว่า “ตอนนั้นมันก็มี ‘หลง ลงลาย’ ‘แก้ว ลายทอง’ เราก็เลยเอาชื่อ ‘วัส โวยวาย’ แล้วกัน ทีแรกก็เรียกกันเล่นๆ แต่เขาก็เรียกกันมาเรื่อย ก็เลยกลายเป็นฉายาไป” วัส โวยวาย กลับมาสุพรรณบุรีพร้อมฝีมือการเขียนป้ายที่ช่ำชองและฉายาเอาเรื่อง เขาทำงานเป็นช่างเขียนป้ายที่ “เซ็นทรัลมีเดีย” ร้านป้ายใหญ่ในตัวเมืองสุพรรณบุรี ควบคู่ไปกับการเล่นดนตรีโฟล์คซองที่ร้าน “คมวรรณกรรม” แหล่งรวมศิลปิน กวี และนักดนตรีเพื่อชีวิตที่มีชื่อเสียงในเวลานั้น การเล่นดนตรีนี้เองพาเขาไปพบกับเพื่อนนักดนตรีคนหนึ่งที่ใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ออกแบบปกอัลบั้มเพลงอย่างง่ายๆ วัสจึงขอให้ช่วยสอนเขาบ้าง และนำมาสู่การซื้อคอมพิวเตอร์เครื่องแรกมาหัดใช้เองในที่สุด ไม่มีใครคาดเดาได้เลยว่ามือกีต้าร์หนุ่มที่เล่นดนตรีคลอเสียงขลุ่ยของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ และบทเพลงของหงา คาราวาน ในวันนั้นจะกลายมาเป็น “คนเขียนฟ้อนต์” ซึ่งมีผลงานที่ถูกนำไปใช้ทั่วประเทศ

วัสเปิดร้านป้ายเล็กๆ ของตัวเองในราวปี พ.ศ. 2542 ชื่อร้าน “ปีนังโฆษณา” ซึ่งตั้งตามชื่อลูกคนแรก การมีร้านของตัวเองไม่ได้ทำให้ความเป็นคน “ชอบเที่ยว” ของวัสต้องยุติลงแต่อย่างใด ปัจจุบันปีนังโฆษณามักรับงานประเภทตู้ไฟ และงานติดตั้งป้ายนอกสถานที่ซึ่งทำให้วัสได้เดินทางไปตามจังหวัดใกล้เคียงอยู่เสมอ และยังคงขึ้นเวทีคอนเสิร์ตอยู่เป็นครั้งคราว

2.2.4 สมาน คนทำฟอนต์

สมาน จันทร์เทพ หรือที่รู้จักกันในชื่อ “สมาน คนทำฟอนต์” เจ้าของผลงานฟอนต์ตระกูล “เคทีสมาน” เกิดที่อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ ในปี พ.ศ. 2511 เป็นลูกคนแรกใน

บรรดาพี่น้อง 3 คน เขาเล่าถึงจุดเริ่มต้นของการเข้าสู่วงการป้ายและการออกแบบตัวอักษรว่า “ใจมันรักมาตั้งแต่เด็กแล้ว ชอบหาไม้มาขีดๆ เขียนๆ บนพื้นดินมาตั้งแต่เด็กๆ สมัยมัธยมต้น ครูก็ชอบใช้เขียนโน่นเขียนนี่ เขียนกระดาน เขียนป้ายในโรงเรียน เรียนรู้ด้วยตัวเองหมด วิชาศิลปะในโรงเรียนมันก็มีแค่วิชาเดียวเท่านั้นเอง เกี่ยวกับการดรออิ้งพื้นๆ ไม่ได้อะไรมาเยอะหรอก” แม้จะมีใจรัก แต่สมานก็ไม่ได้เรียนต่อทางด้านศิลปะแต่อย่างใด เมื่อจบชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 เขาเข้าเรียนต่อวิทยาลัยครูได้พักหนึ่งก่อนจะมีลูกชายกับแฟนคนแรก

หลังจากนั้นไม่นาน สมานตัดสินใจมุ่งหน้าเข้ากรุงเทพเพื่อใช้ชีวิตในแบบของตัวเอง ไปลงเอยที่โรงงานผลิตเสื้อผ้าแห่งหนึ่งในอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ทำงานในแผนกบรรจุภัณฑ์หาเลี้ยงตัวไปพลาง แต่ก็ตั้งใจทำงานอย่างขยันขันแข็ง จนหัวหน้าถึงกับเอ่ยปากชวนให้ย้ายไปรับตำแหน่งและเงินเดือนที่สูงขึ้น แต่สมานปฏิเสธข้อเสนอนี้ทันที เขาว่า “อยู่ไปๆ ก็ชักเบื่อโรงงาน ทีแรกเขาจะส่งไปทำงานที่ไต้หวันแล้ว แต่พี่ไม่เอา เบื่อแล้ว” เหตุของความเบื่อก็อาจเป็นเพราะ “พู่กันมัดหนึ่ง” ของเขาได้เริ่มต้นขึ้นแล้วที่โรงงานแห่งนี้เอง สมานเล่าว่า

> ตอนอยู่โรงงานก็เริ่มเขียนรูปขาย ขายคนที่โรงงานนี่แหละ ถ้าวันไหนไม่มีโอทีก็ทำ ไปซื้อไม้อัดมาแผ่นนึง เขียนได้คืนละแผ่น หรือถ้าวันหยุดก็ได้สองรูป เช้าก็เอามาตั้ง คนหนึ่งมาซื้อ อีกคนเห็น เขาก็มาสั่งไปเรื่อยๆ ขายรูปละ 300 บาท เขียนพวกวิวบ้านนอกเนี่ยแหละ คนสมัยก่อนมาอยู่กรุงเทพมันไม่มีอินเทอร์เน็ต ไม่มีอะไร มันก็คิดถึงบ้านไง เราก็เขียนพวกรูปทุ่งนา ภูเขา วิถีชีวิต ก่อไฟ หาปลา อะไรพวกนี้ เขาก็ซื้อไปติดในห้องพัก ไว้ดูแก้คิดถึงบ้าน (สมาน จันทร์เทพ, สัมภาษณ์, 6 กรกฎาคม พ.ศ. 2560)

รายได้เล็กๆ น้อยๆ จากการทำสิ่งที่ชอบ ทำให้เขามั่นใจว่า ใจที่รักในศิลปะของเขาไม่ควรจะมาหยุดอยู่กับการทำงานโรงงาน หลังเลิกงานในเย็นวันหนึ่ง สมานจึงเดินดุ่มเข้าไปยังร้านป้ายซึ่งตั้งอยู่ไม่ไกลจากโรงงาน บอกกับช่างที่ร้าน “ปุยโฆษณา ท่าข้าม” ว่าอยากจะขอฝึกงานด้วย ครู่หนึ่งพู่กันก็มาอยู่ในมือเขาเพื่อทดสอบว่าพอจะทำอะไรเป็นบ้าง สมานจุ่มพู่กัน ปาดสีเป็นตัวอักษรแสดงฝีมือซึ่งฝึกปรือมาตั้งแต่เด็ก เขายืนยันว่า พวกช่างที่ร้านถึงกับงงเลยว่า “ไม่เคยทำงานร้านป้าย เขียนได้ไงขนาดนี้” นับแต่นั้น สมานจึงได้ใช้เวลาหลังเลิกงานโรงงานเป็นลูกมือในร้านป้าย ทำอยู่ได้ราว 6 เดือน ก็ตัดสินใจลาออกจากโรงงาน

เมื่อตัดสินใจว่าจะเดินบนเส้นทางนี้ ประจวบกับช่างคนหนึ่งแนะนำว่า ที่ฟาร์มจระเข้สามพรานมีตำแหน่งงานช่างศิลป์ว่างอยู่ สมานก็กระโจนเข้าหาโอกาสแรกนี้ทันที จากพนักงานโรงงานซึ่งไม่ได้เล่าเรียนวิชาศิลปะ อาศัยเพียงใจรักฝึกฝนด้วยตนเอง การได้มารับตำแหน่งหัวหน้าแผนกช่างศิลป์ถือเป็นเรื่องไม่ธรรมดา ปัญหาก็มีอยู่เพียงว่า ทั้งแผนกนี้มีเขาคนเดียวเท่านั้น สมานรับหน้าที่เขียนป้ายประกาศ โฆษณาประชาสัมพันธ์ แจ้งรอบการแสดงต่างๆ ของทั้งฟาร์มจระเข้ด้วยตัว

คนเดียว เขากัดฟันสู้งานหนักอยู่ได้เพียงเดือนเดียวก็จำต้องขอลาออก กลับมาทำงานที่ร้านปุย โฆษณาเต็มตัว

แม้สมานจะพอมีทักษะการใช้พู่กันอยู่พอตัว การเข้าไปทำงานในร้านป้ายเต็มเวลา ก็ทำให้เขารู้ว่ายังมีสิ่งที่ต้องเรียนรู้อีกมาก บทเรียนสำคัญซึ่งเขาได้ประสบมากับตัวก็คือการบริหารทรัพยากรทั้งวัสดุและแรงงานเพื่อทำงานปริมาณมาก ตามคำสั่งของลูกค้าในเวลาที่จำกัด ลำพังทักษะการใช้พู่กัน อาจใช้เขียนภาพตามอารมณ์ศิลปิน หรือเขียนป้ายประกาศจำนวนมากได้ แต่กับการเขียนตัวอักษรขนาดใหญ่บนอาคาร การเขียนป้ายหาเสียงเลือกตั้งจำนวนมาก ช่างเขียนป้ายจำเป็นต้องมีทักษะการบริหารทรัพยากรวัสดุและบุคคลที่ดีเยี่ยม รวมถึงมีไหวพริบในการเฟ้นหาเทคนิควิธีทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ที่ร้านป้ายนี้เอง สมานได้รู้จักกับเทคนิคการฉายภาพด้วยเครื่องฉายแผ่นใสเพื่อเขียนรูปภาพผู้สมัครรับเลือกตั้งลงบนป้ายไม้อัดขนาดใหญ่ เทคนิคการเขียนป้ายผ้าจำนวนมากโดยเอาผ้าดิบมาซ้อนกัน ลงสีลงไปคราวเดียวเพื่อให้ประหยัดเวลาร่าง แล้วจึงนำผืนด้านล่างมาเก็บรายละเอียด ซ้อนต่อไปเรื่อยๆ เท่าที่ยังไม่เพี้ยนไปจากต้นฉบับบนผืนแรกมากนัก เทคนิคเหล่านี้สมานยังนำมาใช้และต่อยอดที่ร้านของเขาในเวลาต่อมาด้วย

ในขณะที่ชีวิตช่างเขียนป้ายของสมานกำลังจะไปได้สวย โชคชะตาก็พลิกผันให้เขาเข้าไปเกี่ยวข้องกับคดีความร้ายแรงอย่างหนึ่งโดยไม่ได้ตั้งใจ แม้จะเจรจาไกล่เกลี่ยกันได้ แต่เขาก็ต้องเสียเงินชดเชยให้กับคู่กรณีเป็นจำนวนไม่น้อย สมานเดินทางกลับบ้านด้วยความหดหู่ ไม่มีจิตใจจะลุกขึ้นมาทำอะไรอยู่นานหลายเดือน สิ่งที่ฉุดเขาขึ้นมาจากช่วงเวลาที่มืดมนนี้คืองานบุญผะเหวดในปี พ.ศ. 2539 ญาติคนหนึ่งชักชวนให้สมานไปเขียนภาพฝาผนังวัดแห่งหนึ่งในจังหวัดหนองบัวลำภู เป็นภาพประกอบเรื่องมหาเวสสันดรชาดก 13 กัณฑ์ จำนวน 13 ภาพ สมานใช้เวลาเขียนอยู่ร่วม 2 เดือนจึงเสร็จสมบูรณ์ หลังหักลบค่าใช้จ่ายทั้งหมดจากค่าจ้างจำนวน 40,000 บาท สมานเหลือเงินราว 2,000 บาท กับสีจำนวนหนึ่งและพู่กันอีกหนึ่งมัด ทุนที่เหลือทั้งหมดนี้ประกอบกับการมีชื่อเป็นช่างเขียนภาพงานบุญผะเหวดก็เพียงพอสำหรับการเปิดร้านป้ายขึ้นเองแล้ว

หนองบัวลำภูเคยเป็นส่วนหนึ่งของจังหวัดอุดรธานี ก่อนจะถูกยกสถานะขึ้นเป็นจังหวัดเมื่อปี พ.ศ. 2536 ในเวลาที่สมานไปเขียนภาพฝาผนังที่หนองบัวลำภู ในตัวเมืองอาจมีร้านป้ายอยู่เพียง 4 ร้านเท่านั้น แม้เขาจะไม่รู้จักใครในพื้นที่เลย แต่ก็เล็งเห็นว่าการเติบโตของธุรกิจในจังหวัดใหม่นี้ย่อมมีความต้องการป้ายที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในเวลานั้น “ห้องเช่าแทบจะยังหาไม่ได้” สมานต้องไปอาศัยเช่าโรงรถของบ้านหลังหนึ่งแถบบ้านเหนือเปิดเป็นร้านสีสันการป้าย ก่อนจะย้ายร้านอีกหลายครั้งจึงมาอยู่ที่ตึกแถวเยื้องตลาดแลงในปัจจุบัน

ภาพที่ 2.5 สมาน จันทร์เทพ ที่ร้านสีสันการป้ายในราวปีพ.ศ. 2545

สมานกลับมาตั้งตัวได้อีกครั้ง มีร้านเล็กๆ ซึ่งทำงานได้ด้วยตัวคนเดียว เขาพบรักกับภรรยาคนปัจจุบันหลังจากเปิดร้านได้ไม่นาน อย่างไรก็ตาม ภาพอนาคตที่เขาวาดเอาไว้เมื่อตอนเปิดร้านในปี พ.ศ. 2539 ก็เป็นอันล้มครืนลงในเวลาถัดมาเพียงไม่ถึงปี เมื่อรัฐบาลประกาศลอยตัวค่าเงินบาทในปี พ.ศ. 2540 สมานเล่าถึงความทรงจำในช่วงวิกฤตต้มยำกุ้งว่า “โอ้โห เงินติดกระเป๋าซักกะบาทเดียวสลึงเดียวยังไม่มี มันล้มพังพินาศไปหมดเศรษฐกิจไทยตอนนั้นน่ะ งานไม่มีเลย จนต้องถามตัวเองว่าเรามาทำอะไรอยู่วะเนี่ย อยู่บ้านเฉยๆ เราก็มีข้าวกินแท้ๆ” แต่เขาก็ไม่ได้หันหลังกลับไปแต่อย่างใด เพราะการออกจากบ้านมาเปิดร้านในครั้งนี้ สมานตั้งใจเอาไว้แล้วว่าหากไม่ประสบความสำเร็จ จะไม่กลับบ้านอย่างเด็ดขาด เงินที่ช่วยจุนเจือในช่วงเวลานั้นมาจากการทำงานในโครงการมิยาซาว่าของแฟน ก่อนที่เศรษฐกิจจะเริ่มฟื้นตัวในราวปี 2541 และร้านสีสันการป้ายก็เติบโตขึ้นเรื่อยมานับแต่นั้น เป็นเวลาอีกราว 20 ปีถัดมาสมานจึงได้กลับไปพบหน้าพ่อเป็นครั้งแรกในฐานะ “คนทำฟอนต์” ที่ประสบความสำเร็จที่สุดในวงการป้าย

Ref. code: 25615808030646PUM

2.3 ทักษะการใช้พู่กัน

2.3.1 บังเหียนของจินตนาการ

พู่กันทำให้คนคนหนึ่งสามารถทำ หรือเป็นอะไรได้หลายอย่าง ขึ้นอยู่กับว่ามันจุ่มลงไปในอะไร อุ้มของเหลวนั้นไปปาดลงบนพื้นผิวของวัสดุชนิดใด ในครั้งแรก ๆ สิ่งต่าง ๆ ข้างต้นนี้อาจรวมกับมนุษย์เป็นเด็กมือบอน ทว่าเมื่อเวลาผ่านไป ผลรวมอาจเปลี่ยนเป็นศิลปินหรือช่างเขียนป้าย

เมื่อครั้งที่มีปรากฏการณ์สุริยุปราคาเต็มดวงซึ่งสังเกตได้ในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2538 ผู้เขียนมีอายุได้ 5 ขวบ ภาพของดวงอาทิตย์ซึ่งค่อยๆ ถูกดวงจันทร์บดบังจนเป็นเงาดำเต็มดวง ยังให้เกิดความอัศจรรย์ใจแก่เด็กชายอย่างมาก หลังจากเหตุการณ์สิ้นสุดลงได้ไม่กี่นาที เด็กคนนั้นก็วิ่งเข้าบ้าน และหยิบปากกาเคมีวาดรูปสุริยุปราคาบนพื้นผิวที่เขาเห็นว่าเหมาะสมที่สุด นั่นคือฝาผนังบ้าน ผู้เขียนจำไม่ได้แน่ชัดว่าอะไรเป็นแรงจูงใจให้กระทำเช่นนั้น แต่ความเป็นไปได้ก็คือบริเวณบ้านในวัยเด็กของผู้เขียนไม่มีลานดินหรือไม้ไผ่ พฤติกรรมที่เด็กหยิบฉวยสิ่งใกล้ตัวมาขีดเขียนให้เกิดรอย เป็นสิ่งสากลและมีมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์แล้ว (Isabella, 2014) การขีดเขียนบนพื้นดินเป็นความทรงจำแรกสุดของช่างเขียนป้ายหลายคน เช่น สมาน และลูกศิษย์คนหนึ่งของ ป. สุวรรณสิงห์ (ThaiPBS, 2560) ความเป็นไปได้ของพื้นผิวและวัสดุสำหรับทำให้เกิดรอยนั้นมีไม่จำกัด ในขณะที่เครื่องมือของผู้ใหญ่มักมีกฎเกณฑ์บางอย่างกำกับอยู่ ข้อนี้ทำให้เด็กไม่เข้าใจผู้ใหญ่ และผู้ใหญ่ไม่เข้าใจเด็ก

หากนำเครื่องมือของผู้ใหญ่ไปใช้ผิดวิธี เด็กอาจถูกดุหรือถูกตี ดังนั้นอุปกรณ์บางอย่างก็ต้องนำไปเล่นตามกติกาของผู้ใหญ่ ความประทับใจของบุญสมที่มีต่อทักษะการใช้พู่กันของครูที่โรงเรียน นำไปสู่การประดิษฐ์พู่กันของตัวเองขึ้นจากไม้ไผ่ ใช้ปูนกินหมากของยายแทนสี เพื่อทดลองเขียนตัวอักษรเอง เมื่อยินยอมที่จะทำตามกฎ สม นัน วัส และสมานก็เริ่มเข้าสู่ขั้นของการเป็นลูกมือ (apprentice) โดยไม่รู้ตัว วิธีการฝึกเขียนป้ายขั้นแรกๆ ช่างจะเขียนตัดเส้นขอบตัวอักษรแล้วให้ลูกมือเติมรายละเอียด การฝึกลักษณะนี้คล้ายกับการคัดลายมือตามเส้นประ แต่มีรายละเอียดมากกว่า ทั้งการจุ่มสีให้พอเหมาะ การบังคับขนพู่กัน และลงน้ำหนักให้ถูกต้อง และในขณะที่เด็กทุกคนคัดลายมือตามเส้นประแบบเดียวกัน ลูกมือช่างจะลากเส้นตามฝีแปรงของนายช่างซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

สิ่งที่ถ่ายทอดสู่ลูกมือไม่ใช่เพียงแบบหรือสไตล์ของตัวอักษรเท่านั้น ลำพังการมองด้วยตาไม่อาจช่วยให้เลียนแบบครูได้อย่างสมบูรณ์ หากขาดทักษะร่างกายสำหรับควบคุมพู่กัน ก็ย่อมบรรลุสไตล์นั้นไม่ได้ การลงมือทำซ้ำๆ จึงมีความสำคัญ และด้วยเหตุนี้ ในกรณีที่ครูและศิษย์ใกล้ชิดกันมาก ตัวตนของครูก็ยิ่งถ่ายทอดสู่ศิษย์มากขึ้นตามไปด้วย เช่นในกรณีของวัส ซึ่งรับเอาลายมือของ

พ่อมาเป็นส่วนหนึ่งของตนตั้งแต่ยังเล็ก ทำให้ลูกค้ามองว่าฝีมือของเขาทดแทนพ่อที่เสียชีวิตได้ และแม้ว่าหลังจากนั้นวัสจะเดินทางตระเวนไปทำงานกับร้านป้ายหลายแห่ง แต่คนที่วัสบอกว่ามีอิทธิพลต่อสไตล์การเขียนของเขามากที่สุด คือรุ่นพี่คนที่ชวนเขาออกไปเล่นดนตรีพร้อมๆ กับทำงานป้ายไปด้วย ความเชื่อของนักเขียนอักษรจีนที่ว่านิสัยใจคอสามารถส่งต่อกันผ่านตัวอักษรได้ (Yen, 2004) จึงอาจไม่ใช่เรื่องเหนือธรรมชาติเสียทีเดียว ความสัมพันธ์ระหว่างครูกับศิษย์ดังที่กล่าวมา ล้วนไม่ได้อยู่ในรูปแบบของสถาบันการศึกษา ไม่มีใครเรียนวิชาเขียนป้ายจากห้องเรียน แต่มักเป็นการสืบทอดจากพ่อสู่ลูก หรือจากบุคคลต้นแบบที่มีวิถีชีวิตน่าชื่นชมสู่ลูกมือที่ปรารถนาเจริญรอยตาม การส่งต่อฝีแปรงจึงมีมิติของจรรยา (moral) และการก่อร่างความเป็นบุคคล (personhood) ซึ่งอยู่นอกเหนือไปจากการสอนความรู้เชิงความคิด (discursive knowledge)

ในขณะที่โรงเรียนพยายามขัดเกลานักเรียนให้มีระเบียบวินัย และประพฤติตนตามบรรทัดฐานของสังคม เช่น การคัดลายมือที่เป็นมาตรฐานเดียวกันในสมุดหนังสือที่กำหนดไว้ เด็กที่มีโอกาสได้ใกล้ชิดกับครูช่างเขียนป้ายของพวกเขา ก็ได้รับการสอนให้มีระเบียบวินัยเช่นกัน แต่เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม คือฝึกระเบียบร่างกายตามครู จนกระทั่งสามารถเขียนตัวอักษรที่มีแบบฉบับเฉพาะของตนเองออกมา แทนที่จินตนาการของพวกเขาจะถูกจำกัดให้อยู่ในกรอบ พู่กันกลับกลายเป็นบังเหียนของจินตนาการที่ดึงเอาศักยภาพในการสร้างสรรค์ออกมาเป็นผลงานที่มีคุณค่าได้ จึงไม่น่าแปลกใจที่ช่างเขียนป้ายหลายรายมักเรียนไม่จบ หรือเลือกที่จะหันหลังให้กับเส้นทางอาชีพตามระบบการศึกษา เพราะพวกเขาได้ค้นพบวิธีการเขียนตัวตนของตัวเองแล้ว แต่การที่จะเดินบนเส้นทางนี้ได้ก็ย่อมต้องมีบริบทแวดล้อมรองรับอยู่เช่นกัน

2.3.2 วัด โรงเรียน และช่างเขียนป้ายอิสระ

จากทั้ง 4 เรื่องข้างต้น จะเห็นว่าวัดหรือพุทธศาสนายังคงมีอิทธิพลต่อชีวิตของช่างเขียนป้ายในรุ่นถัดมา เรื่องราวของนายเปรื่องและนายปวนที่พิสูจน์ฝีมือและสร้างชื่อเสียงจากการเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังวัด แทบจะเป็นเรื่องเดียวกับของสมานในอีกหลายสิบปีถัดมา วัดยังคงเป็นแหล่งบ่มเพาะฝีมือของช่างพระที่มีเวลาว่างสำหรับฝึกฝีมือเหมือนที่เคยเป็นมาเมื่อเกือบร้อยปีก่อน (ศรัณย์ ทองปาน, 2534) ดังที่เห็นได้ในกรณีของนัน และบุญสม

อย่างไรก็ตาม การอธิบายว่าวัดเป็นสถาบันทางสังคมที่อุปถัมภ์ช่างฝีมือชนิดที่เพิ่งถือกำเนิดขึ้นใหม่นี้ น่าจะไม่ถูกต้องนัก เพราะการเขียนป้ายไม่ใช่งานช่างที่เกี่ยวข้องกับกิจการทางศาสนามาแต่เดิมด้วยซ้ำ เช่นเดียวกับที่โรงเรียนไม่เคยเป็นสถาบันที่มุ่งผลิตช่างเขียนป้าย ในที่สุดพระหลายรูปจึงลาสิกขาออกมาประกอบอาชีพนี้ แน่นอนว่าสิ่งที่วัดและโรงเรียนมีร่วมกันคือเป็นสถานที่สอนให้คนอ่านออกเขียนได้ แต่เห็นได้ชัดว่าการวิเคราะห์เชิงหน้าที่โดยมองทั้งสองแห่งนี้เป็นสถาบันทางสังคม ไม่สามารถใช้ได้กับช่างซึ่งจะเป็นช่างจารีตก็ไม่ใช่ ช่างสมัยใหม่ก็ไม่เชิง วัดอาจเคยอุปถัมภ์

ช่างเขียนหรือช่างปั้น และโรงเรียนบางแห่งมีไว้เพื่อผลิตช่างเทคนิคโดยเฉพาะ แต่ช่างเขียนป้ายไม่เข้าข่ายใดในที่นี้เลย

ทักษะการใช้พู่กันของคนกลุ่มนี้ ประจวบพอดีเข้ากับบริบทสังคมที่คนรู้หนังสือเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว นอกจากเป็นที่ที่มีคนรู้หนังสือแล้ว วัดและโรงเรียนยังเสนอสิ่งที่สำคัญต่องานช่างฝีมือ คือพื้นที่สำหรับทำงาน (workshop) เช่นที่รุ่นพี่ของบุญสมอาศัยศาลาวัดเป็นเหมือนร้านป้ายของตนเอง กระทั่งตั้งเป็นฉายา “ประทีปศิลป์วัดแซะ บุรุษผู้หมักชีวิตไว้ในไหสุรา” ซึ่งมีท่อนขยายที่ไม่สอดคล้องกับเป้าหมายทางศาสนาของวัดเท่าใดนัก เมื่อป้ายและการอ่านเป็นสิ่งแพร่หลาย โรงเรียนและวัดจึงเป็นแห่งแรกๆ ที่มี “แผนกช่างศิลป์” เป็นของตนเอง ในลักษณะที่ไม่ต่างไปจากฟาร์มจระเข้ซึ่งสมานไปทำงานอยู่เดือนหนึ่ง ช่างเขียนป้ายประจำเหล่านี้อาจเทียบได้กับนักออกแบบกราฟิกประจำบริษัท (in-house graphic designer) ในปัจจุบันซึ่งมีหน้าที่ออกแบบการสื่อสารในงานประจำวันขององค์กร ทำงานลักษณะเดิมซ้ำๆ (routine) โดยไม่ต้องอาศัยความสร้างสรรค์มากนัก เป็นไปได้ว่าความต้องการงานเขียนป้ายในราวทศวรรษ 2510 เริ่มมีมากขึ้น แต่ก็อาจจะยังไม่มากพอที่พระและครูจะลาออกมาประกอบเป็นอาชีพได้โดยลำพัง โดยเฉพาะในต่างจังหวัด

ในระหว่างนั้น พื้นที่วัดและโรงเรียนก็ได้เอื้อให้เกิดการถ่ายทอดวิชาสู่ลูกมือในฐานะพระ เณร หรือนักเรียนไปด้วย ดังนั้นเมื่อถึงจุดที่อุปสงค์งานป้ายมีมากพอ “จิตใจที่อ่อนไหวไม่อยู่นิ่ง” ของช่างประจำองค์กรเหล่านี้ก็มีทั้งตลาด และบุคลากรที่พร้อมรองรับการเปิดร้านป้ายเป็นของตัวเอง ณ จุดนี้เอง สถานะครึ่งๆ กลางๆ ที่ไม่ใช่ทั้งช่างจารีตหรือช่างเทคนิคของช่างเขียนป้าย ได้กลายเป็นจุดแข็ง เพราะพวกเขาไม่ใช่ช่างจารีตที่ต้องพึ่งพางานในสถาบันทางสังคมที่มีบทบาทลดน้อยลงทุกขณะ ในขณะเดียวกันงานเขียนป้ายก็ไม่ต้องอาศัยเครื่องมือราคาแพงแบบที่ทำให้ช่างเทคนิคสมัยใหม่ต้องพึ่งพิงอยู่กับนายทุนเจ้าของเครื่องจักร

ช่างเขียนป้ายต้องการเพียง “พู่กันมัดหนึ่ง” เพื่อเริ่มต้นธุรกิจของพวกเขาเอง สถานการณ์นี้คล้ายคลึงกับสิ่งที่เกิดขึ้นกับนักออกแบบกราฟิกในโรงพิมพ์อย่างยิ่ง คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลแบบพกพา (laptop) ที่อนุญาตให้คนคนเดียวสามารถทำงานออกแบบได้ทั้งกระบวนการ ประกอบกับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่รวดเร็วและมีราคาถูกลงมาก ทำให้เกิดอาชีพนักออกแบบกราฟิกอิสระ (freelance) เช่นเดียวกับที่พู่กันและอัตราการรู้หนังสือที่สูงขึ้นมากทำให้เกิดช่างเขียนป้ายอิสระ

2.3.3 การเคลื่อนย้าย

ช่างฝีมือชาวยุโรปในยุคกลางรวมตัวกันเป็นกิลด์ (guild) สมาคมช่างซึ่งกำกับควบคุมมาตรฐานงานฝีมือและการค้าในแต่ละพื้นที่ ภายใต้การกำกับของกิลด์ ผู้ที่จะเป็นช่างฝีมือจะต้องเริ่มต้นจากการเป็นลูกมือ (apprentice) เรียนรู้ทักษะพื้นฐานจนสอบผ่านเป็นผู้ชำนาญงาน (journeyman) เมื่อถึงขั้นนี้พวกเขาสามารถจะเดินทางไปตามเมืองต่างๆ เพื่อสั่งสมประสบการณ์จาก

การเป็นลูกจ้าง โดยมีเพียงบางคนเท่านั้นที่จะได้รับเลื่อนชั้นเป็นนายช่าง (master) สืบทอดกิจการต่อจากนายช่างคนก่อนหรือเปิดกิจการของตนเอง (Sennet, 2009) แม้องค์กรช่างลักษณะนี้ไม่เคยเกิดขึ้นในประเทศไทย แต่แบบแผนการเดินทางท่องโลกเพื่อสะสมประสบการณ์เช่นนี้กลับปรากฏในเรื่องราวของอดีตช่างเขียนป้ายเกือบทุกคน การเดินทางของพวกเขามีหลายเหตุผลด้วยกัน

เมื่อฟอนต์กลายมาเป็นเครื่องมือหลักของการถ่ายทอดแบบอักษร ป้ายนับตั้งแต่เหนือจรดใต้ของประเทศไทยก็สามารถพิมพ์ตัวอักษรที่เหมือนกันได้ไม่มีผิดเพี้ยน แต่ในยุคของการเขียนมือ สไตล์ของตัวอักษรในแต่ละอำเภอจะไม่ซ้ำกันเลย วัสเล่าว่าเขาเป็นคนชอบดูป้ายมาตั้งแต่ไหนแต่ไร เมื่อได้เดินทางไปตามจังหวัดต่างๆ ก็มักจะดูว่าช่างในที่นั้นๆ เขียนอย่างไร บางครั้งก็จดจำบางตัวมาทดลองเขียนในแบบของตัวเอง นอกจากนี้ช่างเขียนป้ายที่มีฝีมือดีก็มักมีลายเซ็นที่ช่างเขียนป้ายด้วยกันสังเกตได้ด้วยการมองเพียงปราดเดียวก็รู้ว่าป้ายนี้เป็นฝีมือของใคร การเดินทางจึงยังเป็นการสั่งสมแนวทางการเขียนป้ายจากการดูฝีมือของกันและกันด้วย

ในหลายกรณี การเดินทางไม่ได้เริ่มต้นด้วยความยินยอมพร้อมใจนัก การเข้าไปเกี่ยวข้องกับคดีความทำให้ช่างหลายคนต้องทิ้งงานที่กำลังทำอย่างจำใจ แต่ทักษะการเขียนป้ายกับพู่กันเพียงมัดหนึ่งก็อนุญาตให้พวกเขาเริ่มต้นอาชีพครั้งใหม่ได้เสมอ ไม่ว่าจะในบ้านเพื่อนนักดนตรีหรือโรงรถของคนแปลกหน้าในจังหวัดที่ไม่เคยเหยียบย่างไปมาก่อน แน่นอนว่าการเดินทางเคลื่อนย้ายไปหางาน หรือสะสมทุนทางเศรษฐกิจ เป็นเรื่องปกติของคนหลากหลายอาชีพ แต่การเดินทางของช่างเขียนป้ายยังเป็นการเดินทางของตัวตนในทางศิลปะของพวกเขาด้วย การเดินทางไม่ว่าโดยเต็มใจหรือไม่จึงมักยังให้เกิดความก้าวหน้าในอาชีพ ช่วยเพิ่มพูนประสบการณ์ หรือนำไปสู่การเลื่อนระดับเป็นนายช่าง (master) ที่มีร้านเป็นของตนเอง

2.4 เริ่มต้นการเดินทาง

คนที่รับเขียนป้ายในระยะเริ่มแรกคือผู้ที่รู้หนังสือและมีทักษะการใช้พู่กันเช่น ช่างเขียนครู หรือพระ น่าจะเป็นคนกลุ่มนี้เองที่เริ่มต้นกิจการร้านป้ายขึ้น พู่กันเป็นเครื่องมือชิ้นสำคัญสำหรับงานช่างที่เกิดขึ้นใหม่นี้ ทว่าพู่กันกลับไม่ได้เชื่อมโยงผู้ใช้กับสถาบันซึ่งอุปถัมภ์ช่างฝีมืออีกต่อไป เมื่อการใช้พู่กันเคลื่อนห่างออกจากความศักดิ์สิทธิ์ (sacred) มาสู่ความเป็นสาธารณ์ (mundane) จากทักษะเชิงศิลปะที่มีไว้เพื่อรับใช้เจ้านายและพุทธศาสนา กลายมาเป็นงานพาณิชย์ศิลป์ (commercial art) ที่รับใช้ลูกค้า ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจลักษณะนี้มักถูกมองว่าเป็นภัยคุกคามต่องานช่างฝีมือจารีต ทว่าในขณะเดียวกันก็เป็นจุดเริ่มต้นของงานฝีมือชนิดใหม่ และความสร้างสรรค์ในการออกแบบตัวอักษรไทยขึ้นได้เช่นกัน

Ref. code: 25615808030646PUM

เมื่อย้อนกลับไปพิจารณาการจับพู่กันของช่างตั้งแต่ครั้งอดีต จะเห็นว่าการใช้พู่กันกำกับตัวตนของผู้ใช้งานอยู่เสมอ ขึ้นอยู่กับว่าเขียนขึ้นที่ใด เขียนให้กับใคร ตั้งแต่ในสมัยต้นรัตนโกสินทร์ ช่างฝีมืออาจเคลื่อนย้ายไปมาระหว่างสังกัดได้ก็จริง (ศรันย์ ทองปาน, 2538) แต่ก็ยังต้องอยู่ภายใต้การกำกับในลักษณะใดหนึ่ง ความสัมพันธ์ระหว่างช่างกับเครื่องมือของนายเปรื่อง แสงเถกิง เป็นตัวแทนของ “จิตใจที่อ่อนไหวไม่อยู่นิ่ง” ของช่างฝีมือที่ถูกฉุดรั้งเอาไว้โดยตำแหน่งหน้าที่การงานในสถาบันที่มีกฎเกณฑ์คงตัว การพิจารณาวัตถุสภาวะของงานฝีมือนี้ช่วยเปิดมุมมองที่ต่างออกไปว่านอกจากสภาวะทางเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไปจะมิได้คุกคามงานฝีมือแล้ว ยังปลดปล่อยช่างและพู่กันให้เป็นอิสระ เปิดให้พวกเขาออกเดินทางสั่งสมประสบการณ์และก่อร่างเป็นฝีแปรงเฉพาะตัวขึ้นได้

ความสัมพันธ์ระหว่างเครื่องมือและช่างที่ไม่เคยหยุดนิ่งในบทนี้ ช่วยยืนยันอีกครั้งว่า สิ่งที่น่าสนใจต่อไปไม่ใช่การหาคำตอบว่าช่างเขียนป้ายปรับตัวต่อเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างไร แต่เป็นการติดตามดูว่าความสัมพันธ์ดังกล่าวพัฒนาต่อไปอย่างไรในยุคที่มีเครื่องมือเพิ่มขึ้นมาก

Ref. code: 25615808030646PUM

บทที่ 3
คนทำป้าย vs เครื่องจักรยุคดิจิทัล

ช่างเขียนป้ายทุกคนไม่ได้กลายมาเป็นคนทำป้าย และมีเพียงน้อยคนที่มาเป็นคนทำฟอนต์ ในทางกลับกันคนทำป้ายก็ไม่ได้มีเพียงอดีตช่างเขียนป้าย แต่ยังประกอบด้วยคนจากหลายอาชีพที่ก้าวเข้ามาสู่ธุรกิจนี้เนื่องจากเทคโนโลยีเปิดโอกาสให้ ในบทที่ 3 นี้ ผู้เขียนจะแกะรอยการก่อร่างตัวตนใหม่ของช่างเขียนป้าย ทั้งที่กลายเป็น คนทำป้าย คนทำฟอนต์ ฯลฯ โดยพิจารณากระบวนการนี้ในฐานะที่เป็นการประกอบกัน (assemblage) ของมนุษย์ วัสดุ และเครื่องมือที่เพิ่มขึ้นมา เพื่อที่จะทำดังว่า ผู้เขียนจำเป็นจะต้องทำความรู้จักและเข้าใจการทำงานของเครื่องมือเหล่านี้เสียก่อนดังจะนำเสนอไว้ในบทนี้

3.1 ทักษะการด้นสดในงานป้าย

นอกจากจะใช้พู่กันได้อย่างถนัดถนี่แล้ว คุณสมบัติที่สำคัญอีกประการหนึ่งของช่างเขียนป้ายคือไหวพริบในการดัดแปลงและด้นสด ทักษะอย่างหลังนี้เป็นสิ่งชี้ขาดว่าช่างเขียนป้ายคนหนึ่งจะกลายมาเป็นเจ้าของร้านป้ายที่ดีได้หรือไม่ เพราะลำพังการใช้พู่กันเขียนวัสดุทั่วๆ ไปเช่นผ้า หรือไม้อัดยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าที่มักมาในรูปแบบที่แปลกใหม่ออกไปอยู่เสมอ โดยปกติแล้วช่างจะเขียนงานทุกชนิดบนพื้นราบภายในร้านแล้วจึงยกชิ้นงานไปติดตั้ง แต่งานบางประเภทก็จำเป็นต้องไปทำที่ "หน้างาน" เท่านั้น ตัวอย่างเช่น การเขียนตัวอักษรบนผนังตึก นอกจากช่างจะต้องคิดวิธีพาตัวเองขึ้นไปทำงานอย่างปลอดภัยแล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงแรงดึงดูดที่กระทำต่อสีด้วย แม้จะเรียกตัวเองว่าช่างเขียนป้าย แต่ในความเป็นจริงแล้วพวกเขายังเป็นนักแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งใช้เครื่องมือหลายชนิดเพื่อบรรลุผลเป็นป้ายที่ลูกค้าวาดฝันเอาไว้ ดังนั้นแม้งานเขียนป้ายจะค่อยๆ หายไป แต่ทักษะอย่างหลังนี้ยังคงเป็นหัวใจสำคัญของงานป้าย ซึ่งทำให้พวกเขายังคงเป็น "คนทำป้าย" ต่อมา

ในวงการป้าย ผู้ที่มีความสามารถโดดเด่นในการประดิษฐ์คิดค้นเทคนิคการทำงานแบบใหม่ๆ จะได้รับความเคารพนับถืออย่างสูง และมักมีเรื่องเล่าขานทำนองว่าเทคนิคที่ใช้กัน เรียนมาจากไหน ใครเป็นคนริเริ่ม ช่างเขียนป้ายที่มีชื่อเสียงในด้านนี้ได้แก่ ธงชัย ศรีเมือง และ "ป๋าหม่อง ชวาลศิลป์" ทั้งสองท่านนี้เป็นสมาชิกกลุ่มกันตันมาตั้งแต่แรกเริ่ม ทำงานเขียนป้ายก่อนวัส และสมานมาเป็นเวลานาน ถือเป็นผู้อาวุโสในวงการป้ายและมักถูกเรียกว่า "อาจารย์" โดยช่างเขียนป้ายรุ่นน้อง

3.1.1 ป๋าหม่อง ชวาลศิลป์

ชวาลศิลป์ ธนะพิบูลย์โสภณ หรือ “ป๋าหม่อง” เกิดเมื่อปี พ.ศ. 2502 ชื่นชอบการเขียนตัวอักษรตั้งแต่เรียนชั้นประถม เห็นครูเขียนก็ทดลองเลียนแบบเองบ้าง ภายหลังจากเรียนจบหลักสูตรช่างอิเล็กทรอนิกส์ เขาพบว่างานช่างชนิดนี้ไม่ใช่งานที่เขาอยากทำ พี่สาวจึงฝากให้ไปทำงานในร้านป้ายซึ่งทำให้เขากลายมาเป็น “อาจารย์ชวาลศิลป์” ของบรรดาคนทำป้ายในเวลาต่อมา ร้านป้ายที่อำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี เป็นแหล่งที่คนทำป้ายมักขอไปดูเครื่องทุ่นแรงในการขึ้นโครงอักษรโลหะที่เขาประดิษฐ์ขึ้นเอง ซึ่งเขาก็ยินดีที่จะสาธิตการทำงานให้ดูอย่างไม่หวงวิชา คำพูดติดปาก “เรียนให้รู้ ดูให้จำ ทำให้จริง” ของเขาจึงกลายเป็นคติประจำใจในการทำงานของคนทำป้ายที่ฝากตัวเป็นศิษย์หลายต่อหลายคน ทั้งที่เคยพบกันและที่ติดตามผ่านทางเฟซบุ๊ก

ภาพที่ 3.1 อาจารย์ชวาลศิลป์ กำลังใช้เลื่อยฉลุไฟฟ้า

จาก https://drive.google.com/open?id=18xcyaGUlawJshe0opggnDlg_eSIUUuU7

“เค อาร์ต” ผู้ก่อตั้งและตั้งชื่อกลุ่มกันตัน ประกอบธุรกิจร้านป้ายอยู่ที่จังหวัดเพชรบูรณ์ แต่ไปมาหาสู่กับป๋าหม่องอยู่เสมอ เขานับถือป๋าหม่องเป็นครูคนสำคัญที่ทำให้เขาหาเลี้ยงชีพด้วยการทำป้ายมาได้กระทั่งทุกวันนี้ เช่นเดียวกับวัส สมาน และช่างเขียนป้ายอีกหลายคนซึ่งมักกล่าวถึง “ป๋าหม่อง” ด้วยความเคารพรักและชื่นชมอย่างสูง เมื่อป๋าหม่อง ชวาลศิลป์ เสียชีวิตลงอย่างกะทันหันด้วยวัย 60 ปี สมานถึงกับโพสต์สถานะเฟซบุ๊กว่า “ทั้งชีวิต ผมไม่เคยได้เจอหน้ากับป๋าเลย เรารู้จักกัน ในแค่โลกเฟซบุ๊ก ทำไมผมร้องไห้.... สู่สุคติครับป๋า” คนทำป้ายหลายคนเปลี่ยนรูปประจำตัว (profile picture) เป็นรูปตัวการ์ตูน “อิคิวซัง” จากเรื่อง “เณรน้อยเจ้าปัญญา” ตามภาพที่ “ป๋า” ใช้อยู่เป็นประจำเสมอมา แต่เปลี่ยนเป็นสีขาวดำ และมีคนทำป้ายไปร่วมงานศพจำนวนมาก

3.1.2 ธงชัย ศรีเมือง

ควรระบุให้ชัดเจนไว้ในที่นี้ว่า ช่างเขียนป้ายที่หันมาออกแบบฟอนต์คนแรกนั้นไม่ใช่สมาน ก่อนหน้าสมานยังมี “ตง บางลี่” เจ้าของร้านบางลี่โฆษณาในจังหวัดสุพรรณบุรีซึ่งทำฟอนต์ออกมาได้เพียง 8 แบบก็เลิกไป และก่อนตง บางลี่ยังมี ธงชัย ศรีเมือง ช่างเขียนป้ายรุ่นราวคราวเดียวกับชวาลศิลป์ จากจังหวัดนครศรีธรรมราช เขาใช้โปรแกรม Corel Draw ดราฟต์ (draft) แบบอักษรที่ใช้เขียนป้ายให้อยู่ในรูปเวคเตอร์ (vector) แจกจ่ายให้คนทำป้ายนำไปใช้มาก่อนเป็นเวลานานแล้ว ตั้งแต่ในราวปี พ.ศ. 2545 อย่างไรก็ตาม ในระยะแรกตัวอักษรเหล่านี้ไม่ได้ถูกบรรจุให้อยู่ในรูปของโปรแกรมฟอนต์ ผู้ใช้ต้องคัดลอกไปจัดวางเองทีละตัว ไม่สามารถพิมพ์ผ่านคีย์บอร์ดได้โดยตรง และตัวที่เป็นฟอนต์ก็ยังไม่ได้เข้ารหัสแบบยูนิโค้ด (unicode) ซึ่งเป็นมาตรฐานการเข้ารหัสสากลที่ใช้ได้กับอักขระทุกภาษาในปัจจุบัน (The Unicode Consortium, 2018)

ภาพที่ 3.2 ฟอนต์ TS-Somtam ในโปสเตอร์ของร้านอาหารเอ็มเค และในแอปพลิเคชั่นตกแต่งรูปภาพสำหรับอุปกรณ์เคลื่อนที่ใน Play Store ของ Google

ฟอนต์ตระกูล TS ของเขาหลายตัวได้รับความนิยมอย่างสูงและถูกนำไปใช้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะ ทีเอส-ส้มตำ (TS-Somtam) และ ทีเอส-แก้วเพชร (TS-Kaewpet) ผู้เขียนจะอภิปรายถึงแนวคิดในการออกแบบฟอนต์ของธงชัยในบทที่ 4 โดยละเอียดอีกครั้ง แต่สิ่งที่น่าสนใจในที่นี้ก็คือ ธงชัยเริ่มดราฟต์ตัวอักษรขึ้นก่อนที่เครื่องพิมพ์ไวนิลจะเป็นที่แพร่หลายนานหลายปี ผู้เขียนสันนิษฐานว่าการที่ร้านป้ายโดยทั่วไปนิยมใช้โปรแกรม Corel Draw มากกว่า Illustrator ซึ่งเป็น

Ref. code: 25615808030646PUM

โปรแกรมลักษณะเดียวกันจากอีกค่ายซึ่งนักออกแบบกราฟิกนิยมใช้มากกว่า ก็อาจเป็นอิทธิพลจากช่างเขียนป้ายชาวนครศรีธรรมราชผู้นี้ด้วย

เรื่องราวของ “ปรมาจารย์งานป้าย” ทั้งสองท่านข้างต้น แสดงให้เห็นว่าช่างเขียนป้ายให้คุณค่ากับการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ อย่างสูง สมานเรียกผลงานของทั้งสองคนนี้ว่า “งานดีไอวาย” ซึ่งมาจากคำภาษาอังกฤษ “Do It Yourself”

3.1.3 ความรู้งานป้ายสำหรับมือใหม่

เพื่อที่จะสำเร็จวิชาดีไอวาย ช่างเขียนป้ายในอดีตจะต้องเดินทางไปเรียนรู้กับอาจารย์ที่มีความสามารถเป็นเวลายาวนาน กว่าที่จะเก็บเกี่ยวประสบการณ์จนรู้ จำ และทำได้จริง อาจารย์ชวาลศิลป์กล่าวไว้ว่าต้องอดทนเป็นเวลาอย่างน้อย 3 ปี อย่างไรก็ตาม ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ย่นระยะเวลานี้ให้สั้นลงมาก ดังจะเห็นได้จากการสนทนาแลกเปลี่ยนเทคนิคการทำงานในกลุ่มเฟซบุ๊ก “ความรู้งานป้ายสำหรับมือใหม่ KSN” (Knowledge Signage Newgen) ซึ่งจะยกเป็นตัวอย่าง 3 เรื่องดังต่อไปนี้

3.1.3.1 เมล่อนยักษ์

คำจำกัดความของ “ป้าย” และสิ่งที่ร้านป้ายสามารถทำได้นั้นค่อนข้างที่จะหาขอบเขตที่แน่นอนได้ยาก ช่างเขียนป้ายบางคนที่มีทักษะด้านประติมากรรมยังคงรับงานแกะสลักน้ำแข็งในงานเลี้ยงของโรงแรมมาจนถึงทุกวันนี้ และยังมีงานอื่นๆ อีกมากที่ลูกค้าจะเดินไปหาร้านป้ายเพื่อขอให้ทำสิ่งที่ไม่ใกล้เคียงกับป้ายนัก ร้านปีนังโฆษณาของ “วัส โวยวาย ป้ายทุกชนิด” อยู่ในข่ายของร้านป้ายที่จะรับงานเช่นนี้ งานที่ว่าคือการทำลูกเมล่อนจำลอง ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 เมตร สำหรับตกแต่งในงาน “เกษตรเมล่อนและโคขุน” ของอำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี

ถึงแม้วัสไม่เคยทำงานแบบนี้มาก่อนแต่ก็มั่นใจว่าทำได้ เขาตัดสินใจว่าจะใช้ผ้าดิบพันโครงเหล็ก แล้วทาทับด้วยน้ำยากันรั่วซึมเป็นพื้นฐานของโครงเมล่อน แต่ปัญหาที่ยังขบคิดไม่แตกก็คือจะใช้วัสดุใดทำเป็นลวดลายที่ผิวของเมล่อนจึงจะดูใกล้เคียงของจริง ทนแดดทนฝน และใช้งบประมาณไม่สูงเกินไป โชคดีที่เขาไม่ต้องแก้ปัญหานี้โดยลำพัง เพราะมีเพื่อนคนทำป้ายช่วยออกความเห็นในกลุ่มเฟซบุ๊กอย่างอุ่นหนาฝาคั่ง วัสดุที่ถูกนำเสนอมีตั้งแต่ เชือกมะนิลา (Manila rope) ทาทับด้วยอีพ็อกซีเรซิ่น (epoxy resin) โฟมเม็ดผสมปูน (โฟมกรีต) ไปจนถึงกาวพียูแบบพ่น (Polyurethane foam) วัสนำเกือบทุกวิธีไปทดลองจนได้ผลเป็นที่น่าพอใจ ใช้เวลาราว 3 วัน เมล่อนจำลองขนาดใหญ่ก็ปรากฏขึ้นที่สนามหญ้าของที่ทำการอำเภอหนองหญ้าไซ ดึงดูดให้ผู้ที่พบเห็นเข้าไปถ่ายรูปด้วยจำนวนมาก

เพื่อที่จะทำงานดังกล่าวให้ลุล่วง ทีมงานปีนังโฆษณาจำเป็นจะต้องใช้ทักษะงานช่างหลากหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นงานเชื่อมโลหะ งานก่อสร้าง งานทาสี และที่สำคัญคือความสร้างสรรค์ในการ “ดีไอวาย” ลวดลายเมล่อน ในอดีต ช่างต้องพึ่งพาประสบการณ์ของตนเป็น

หลัก และอาจขอคำแนะนำเล็กๆ น้อยๆ จากคนรู้จักทางโทรศัพท์ แต่ปรมาจารย์งานป้ายในปัจจุบันได้มารวมตัวกันอยู่ในกลุ่มเฟซบุ๊กและพร้อมจะให้ความช่วยเหลือด้วยความยินดี

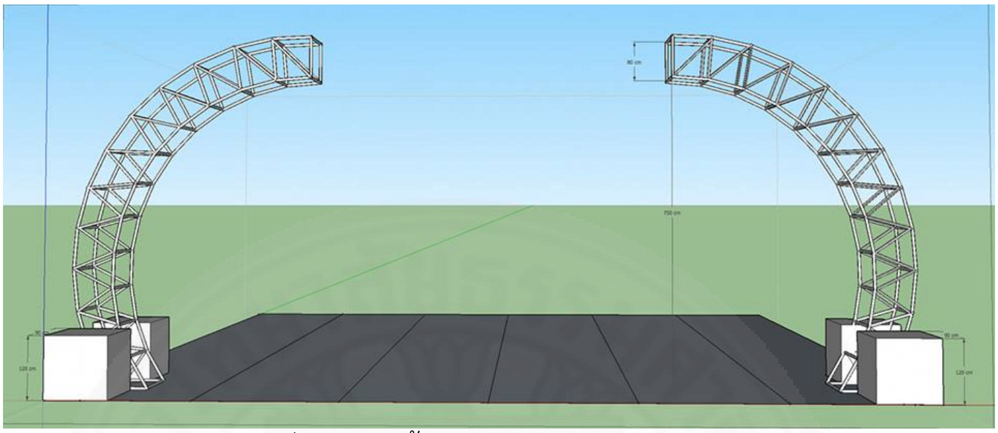
ภาพที่ 3.3 เมล่อนจำลองในวิดีโอประชาสัมพันธ์งาน "เกษตรเมล่อนและโคขุน" พ.ศ. 2562 ของอำเภอหนองหญ้าไซ จังหวัดสุพรรณบุรี

3.1.3.2 ซุ้มจักรยาน Bike อุ่นไอรัก

เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 มีการจัดกิจกรรม "Bike อุ่นไอรัก" ขึ้นที่กรุงเทพมหานครก่อนจะขยายไปทั่วประเทศ ทุกครั้งที่มีการจัดงาน หรือพิธีของรัฐในลักษณะนี้ กรมโยธาธิการและผังเมืองจะเขียนแบบซุ้มสำหรับใช้ประกอบพิธีเพื่อเป็น "แนวทางการออกแบบ" ให้กับส่วนท้องถิ่นในจังหวัดต่างๆ แนวทางดังกล่าวนี้ไม่ได้หมายถึงให้นำไปดัดแปลงต่อเติมจากเดิม แต่หมายความว่าให้ทำออกมาให้ใกล้เคียงแบบของส่วนกลางมากที่สุดเท่าที่งบประมาณของส่วนท้องถิ่นจะอำนวย

เมื่องานทำซุ้มมาถึงร้านป้ายในท้องถิ่น แม้ช่างจะไม่ต้องออกแบบอะไรเพิ่มเลย แต่ไม่ได้หมายความว่าช่างไม่ได้ใช้ความสร้างสรรค์ในการทำงานนี้ กลับกันคือประดาคนทำป้ายจะต้องมารวมตัวช่วยกันคิดหาทางผลิตซุ้มนี้ขึ้นด้วยวัสดุและวิธีการต่างๆ ให้เหมาะสมกับงบประมาณที่แต่ละร้านได้รับมา ในภาพที่ 3.4 คือแบบจากส่วนกลางซึ่งกำหนดให้ซุ้มโค้งจุดเริ่มต้นทางจักรยานทำจากโครงเหล็กหุ้มด้วยพลาสวูด (plastwood sheet) ความสูง 7.5 เมตร พลาสวูดเป็นวัสดุเทียมไม้ที่ได้รับความนิยมสูง เพราะมีความสวยงามและแข็งแรงทนทาน แต่ก็มีราคาสูงเช่นกัน อีกทั้งมีน้ำหนักค่อนข้างมาก โครงเหล็กที่จะรองรับจึงต้องมั่นคงมากตามไปด้วยซึ่งหมายถึงต้นทุนที่

สูงขึ้นอีก ร้านป้ายแต่ละแห่งจึงต้องเขียนแบบขึ้นใหม่เพื่อเสนอส่วนราชการท้องถิ่น ใช้วัสดุเดิมแต่ลดขนาดลง หรือคงขนาดใกล้เคียงเดิมแต่เปลี่ยนวัสดุ ในจังหวัดขนาดเล็ก ซุ้มอาจลดขนาดลงเหลือเพียงกึ่งหนึ่ง เปลี่ยนไปใช้โครงเหล็กหุ้มด้วยไม้อัด หรือไวนิล ซึ่งมีน้ำหนักเบาและใช้เหล็กขนาดเล็กได้



ภาพที่ 3.4 แบบซุ้มของกรมโยธาธิการและผังเมือง

อาจกล่าวได้ว่ากระบวนการทำงานของคนทำป้ายเหล่านี้คือการ “ก๊อป” หรือลอกเลียนแบบ แต่เป็นการลอกเลียนที่ราชการพึงประสงค์ เพราะจุดประสงค์ของการจัดงานลักษณะนี้คือการแสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของคนในชาติซึ่งจะเกิดขึ้นไม่ได้โดยปราศจากวัตถุที่มีรูปลักษณ์อันเป็นเอกภาพ ภาพของการปล่อยตัวนักปั่นตั้งแต่เหนือจรดใต้ที่ดูราวกับว่าออกตัวจากจุดเดียวกับพระเจ้าอยู่หัวนั้น แท้จริงแล้วต้องอาศัยความสร้างสรรค์ในเชิงช่างหลากหลายรูปแบบจึงเกิดเป็นรูปร่างขึ้นมาได้ ชุมชนจินตกรรม (imagined community) ในที่นี้จึงไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะบนพื้นผิวป้ายที่ตัวพิมพ์อันเป็นแบบแผนถาวร (Anderson, 1983) ปรากฏอยู่ แต่ยังรวมไปถึงโครงสร้างที่รองรับตัวพิมพ์เหล่านั้นมาตั้งแต่รากฐาน

3.1.3.3 ป้ายวงกลม

ป้ายตู้ไฟเป็นป้ายอีกชนิดหนึ่งที่นิยมทำกันมาก เพราะสามารถมองเห็นได้ชัดเจนในเวลากลางคืน และสามารถติดยื่นออกมาจากตัวอาคารทำให้มองเห็นได้แต่ไกล แม้จะพบเห็นได้ทั่วไป ทว่าการทำป้ายที่ดูธรรมดานี้ก็อาจท้าทายไม่แพ้สองงานที่ผ่านมา เมื่อลูกค้าต้องการป้ายตู้ไฟแบบวงกลม

ป้ายตู้ไฟโดยทั่วไปมักเป็นทรงสี่เหลี่ยม ช่างอาศัยเพียงทักษะในการเชื่อมโลหะขั้นพื้นฐานก็สามารถประกอบตู้ขึ้นมาได้เอง แต่เมื่อเป็นวงกลมหรือทรงกระบอก ความท้าทายก็เกิดขึ้น เสริมศักดิ์ สุวรรณรัตน์ ผู้ดูแล (admin) กลุ่มความรู้งานป้ายสำหรับมือใหม่ ตั้งกระทู้เกี่ยวกับการทำป้ายแบบนี้ขึ้นเพื่อเป็นแนวทางให้กับสมาชิกคนทำป้าย มีช่างมือเก่าเข้ามาแลกเปลี่ยนเทคนิค

หลายคน วิธีการหนึ่งซึ่งเป็นที่แนะนำคือการนำเหล็กกล่อง (เหล็กทรงสี่เหลี่ยมด้านในกลวง) ไปดัด หรือ "รีด" ให้โค้งเป็นวงกลม กระบวนการนี้ต้องใช้เครื่องจักรเฉพาะทางซึ่งอาจพบได้ที่ร้านท่อไอเสีย หรือโรงกลึงที่มีลูกรีดซึ่งสามารถรีดเหล็กกล่องได้ งานลักษณะนี้เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งของงานป้ายที่ช่างไม่สามารถทำได้โดยลำพัง แม้คนทำป้ายจะมีทักษะหลากหลาย แต่จินตนาการของลูกค้าก็มีความเป็นไปได้ไม่สิ้นสุดเช่นกัน นอกจากรู้รอบเรื่องเครื่องมือแล้ว พวกเขายังต้องมีเครือข่ายช่างฝีมือที่ชำนาญงานเฉพาะทางด้วย เพื่อจะนำองค์ประกอบทั้งหมดมารวมกันให้บรรลุเป็นชิ้นงาน ในอดีตช่างเขียนป้ายจะต้องสร้างเครือข่ายลักษณะนี้ขึ้นเองในพื้นที่ของตน แต่ในปัจจุบันคนทำป้ายสามารถแก้โจทย์เชิงการผลิตนี้ได้ในกลุ่มเฟซบุ๊ก นับตั้งแต่วิธีการ ไปจนถึงหาช่างเฉพาะทางที่จะรับทำงานดังกล่าว

3.1.4 นักด้นสด

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นว่าทักษะในการด้นสดเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าใหม่ๆ เป็นคุณสมบัติพื้นฐานประการสำคัญของงานป้าย "ความรู้งานป้ายสำหรับมือใหม่" นั้นจึงไม่ได้หมายถึงความรู้คนทำป้ายที่เพิ่งเริ่มทำธุรกิจร้านป้ายเท่านั้น เพราะแม้แต่คนทำป้ายมือเก่าก็ยังอาจเผชิญกับโจทย์ใหม่อยู่เสมอ ทักษะการเขียนและการทำ "งานดีไอวาย" เป็นสองสิ่งที่แยกออกจากกันไม่ได้ ในการทำป้ายซึ่งต้องใช้ความสร้างสรรค์และทักษะหลายรูปแบบเพื่อทำจินตนาการของช่างและลูกค้าให้กลายเป็นรูปร่าง (materialize) ขึ้นจริง นับตั้งแต่ป้ายชื่อร้าน โมเดลสินค้าเกษตร ไปจนถึงสิ่งนามธรรมอย่างความเป็นชาติ

จากเรื่องที่ยกตัวอย่างในส่วนก่อนหน้านี้ จะเห็นว่างานเกี่ยวกับโครงสร้างของป้ายอาจไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนักเมื่อเทียบกับในสมัยก่อนดิจิทัล แต่สิ่งที่เปลี่ยนไปโดยสิ้นเชิงก็คืองานบนพื้นผิว (surface) ที่ติดตั้งบนโครงสร้างป้ายอีกทีหนึ่ง ซึ่งได้เปลี่ยนจากการใช้พู่กันมาเป็นคอมพิวเตอร์และเครื่องจักรอีกหลายชนิด ดังที่เคยกล่าวไปแล้วว่า โดยทั่วไปงานศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลมักมุ่งความสนใจไปที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในที่นี้ผู้เขียนจะนำเสนอ "ดิจิทัล" ในแง่ที่ต่างออกไป คือมุ่งความสนใจไปที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างคน เครื่องจักร และวัสดุที่ใช้ผลิตป้ายด้วย

คำ "ดีไอวาย" (Do-It-Yourself) ที่คนทำป้ายใช้กันนี้ ตรงกันพอดีกับคำว่า "bricolage" ในภาษาฝรั่งเศสซึ่งโคลด เลวี-สโตรส (Claude Lévi-Strauss) นำมาใช้อธิบายแบบแผนความคิดเชิงปรัมปราของชนพื้นเมืองในหนังสือ The Savage Mind (1966) เขาให้นิยามคำดังกล่าวว่าเป็นทักษะในการนำสิ่งที่มีอยู่ในมือมาดัดแปลงสร้างสิ่งใหม่ และเรียกผู้ที่ทำเช่นนี้ว่า "bricoleur" ซึ่งอาจแปลได้ว่า "นักด้นสด" นักด้นสดคิดไปพร้อมๆ ลงมือทำ หรือที่เลวี-สโตรสเรียกว่า "การสนทนากับวัตถุดิบและวิธีลงมือทำ" (Levi-Strauss, 1966, p.29) ไม่ใช่เรื่องบังเอิญที่คนทำป้ายเลือกใช้คำเดียวกันนี้ เพราะการทำงานของพวกเขาเองใกล้เคียงกับนิยามดังกล่าวมาก

วัตถุดิบ (material) ในความหมายเดิมหมายถึงวัตถุดิบในเชิงความคิดไม่ใช่วัตถุสิ่งของ แต่นักมานุษยวิทยาที่สนใจงานออกแบบมองว่าวิธีคิดดังกล่าวนำมาใช้อธิบายการผลิตนวัตกรรมในเชิงศิลปะหรือกระทั่งวิทยาศาสตร์ได้เช่นกัน และการศึกษาเชิงสังคมควรหันมาสนใจการคิดในเชิงวัสดุ (material thinking) ที่สิ่งของไม่ได้เป็นเพียงเครื่องประกอบความคิดของมนุษย์ด้วย (Küchler, 2015) กรณีของคนทำป้ายท้าทายมากกว่านั้น เพราะนอกจากจะใช้เครื่องมือที่มีอยู่แล้วดัดแปลงทำงานใหม่ พวกเขายังนำเครื่องมือใหม่มาดัดแปลงใช้กับงานเดิมด้วย

3.2 การออกแบบพื้นผิวป้ายในยุคดิจิทัล

ความประทับใจแรกที่ผู้เขียนมีต่อร้านสีสันการป้าย เมื่อก้าวลงจากรถสองแถวฝั่งตรงข้ามศาลากลางจังหวัดหนองบัวลำภู ในตอนบ่ายวันหนึ่งของเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2561 คือเพลง “คำแพง” ของ “แซ็ค ชุมแพ” ที่ดังกระหึ่มมาจากลำโพงซึ่งมีเบสทุ้มหนัก และหมึกโซลเวนท์ที่ส่งกลิ่นอบอวลออกมาจากเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทซึ่งกำลังพิมพ์สติ๊กเกอร์ป้ายแสดงข้อมูลโครงการก่อสร้างขององค์การบริหารส่วนตำบลแห่งหนึ่ง ในเวลาต่อมาผู้เขียนพบว่าสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญของชีวิตประจำวันในร้านป้าย ทว่าไม่ใช่สิ่งที่สำคัญเท่ากับงานแรกที่ผู้เขียนได้ลงมือทำในฐานะลูกมือร้านป้ายเลย

คนที่ชะโงกหน้าออกมาจากหลังหน้าจอคอมพิวเตอร์ คือ “ต้น” หรือ “ช่างต้น” ช่างกราฟิกประจำร้านวัย 30 ปี ซึ่งเป็นเจ้านายของผู้เขียนตลอดระยะเวลาที่ทำงานในร้านป้ายแห่งนี้ ต้นเริ่มทำงานในร้านป้ายตั้งแต่อายุ 16 เขาหัดเขียนพู่กัน และหัดใช้โปรแกรมออกแบบกับครูคนเดียวกันที่ชื่อสมาน จันทร์เทพ ปัจจุบันสมานใช้เวลาส่วนใหญ่ออกแบบฟอนต์อยู่ที่บ้านซึ่งอยู่ไม่ไกลจากร้าน ต้นจึงได้รับความไว้วางใจให้เลื่อนขึ้นมาเป็นช่างใหญ่ มีลูกน้อง 3 คน รวมผู้เขียนด้วย

จนถึงเวลานั้น ผู้เขียนยังคงมีสมมติฐานว่าเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทที่ส่งกลิ่นอบอวลอยู่นั้นคือเครื่องจักรชิ้นสำคัญที่มาเปลี่ยนแปลงการทำงานของช่างเขียนป้าย ยิ่งเมื่อช่างต้นต้องใช้เวลาไปกับการปรับแต่งความตึงของม้วนสติ๊กเกอร์ สั่งหยุดและเริ่มพิมพ์ใหม่หลายครั้งเนื่องจากหมึกเลอะ ผู้เขียนก็ยิ่งปักใจเชื่อว่าร่องรอยของการเปลี่ยนจากช่างเขียนป้ายมาเป็นคนทำป้ายจะต้องพัวพันอยู่กับเครื่องพิมพ์ขนาดใหญ่นี้จนแทบไม่ได้สังเกตว่ายังมีเครื่องจักรขนาดเล็กซึ่งทำงานอย่างเรียบง่ายกว่ามาก เชื่อมต่ออยู่กับคอมพิวเตอร์เครื่องหลักที่ใช้ออกแบบป้าย

ช่างต้นสั่งให้ลูกมือสองคนช่วยกันนำแผ่นอะคริลิก (acrylic sheet) สีน้ำเงินออกมาตัดเป็นขนาดที่ลูกค้าสั่ง ครู่เดียวเขาก็นำแผ่นสติ๊กเกอร์สีขาวที่ออกมาจากเครื่องจักรเล็กๆ นั้นมาวางที่โต๊ะกระจกหน้าร้าน ฉีดน้ำสบู่ชโลมแผ่นอะคริลิก แนบแผ่นสติ๊กเกอร์ลงไป น้ำสบู่ช่วยหล่อลื่นให้เขาขยับสติ๊กเกอร์ให้ขนานตรงกับแนวป้าย จากนั้นใช้แผ่นรีดสติ๊กเกอร์รีดน้ำสบู่ออกให้กาวสติ๊กเกอร์แนบ

สนิทติดกับแผ่นป้าย ล้วงหยิบกระดาษลอกลายสีดำ (carbon trace paper) ใต้โต๊ะมาถูบนผิวสติ๊กเกอร์ ละอองสีดำจากกระดาษลอกลายก็ลงไปติดอยู่ในร่องตัวอักษรที่ถูกตัดมาเรียบร้อยแล้วปรากฏขึ้นเป็นตัวอักษร ช่างต้นส่งแผ่นป้ายนี้ให้ลูกมือใช้คัทเตอร์สะกิดขอบสติ๊กเกอร์ให้เปิดออก แล้วค่อยๆ ลอกส่วนที่ไม่ต้องการออกอย่างระมัดระวังทว่าคล่องแคล่ว เพียงอึดใจเดียวป้ายอักษรสีขาวบนพื้นสีน้ำเงินก็เสร็จสมบูรณ์ ผู้เขียนต้องใช้เวลาอีกประมาณ 10 นาทีเพื่อทำแบบเดียวกับลูกมือคนนี้ ทั้งยังเผลอทำสระตัวหนึ่งหลุดหายไปด้วย เหตุการณ์นี้ทำให้ผู้เขียนได้รู้จักกับเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ (cutting plotter) เป็นครั้งแรก และเครื่องจักรชนิดนี้เองคือเงื่อนงำสำคัญในการแกะรอยตัวตนของคนทำป้ายในยุคดิจิทัล

3.2.1 เครื่องตัดสติ๊กเกอร์

เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทไม่ใช่เครื่องจักรดิจิทัลเครื่องแรกของร้านอย่างที่ผู้เขียนตั้งสมมติฐานเอาไว้ แต่เป็นเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ ซึ่งปรากฏว่าได้เข้ามาตั้งอยู่เคียงคู่กระป๋องสีและพู่กันก่อนหน้าเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทนานหลายปีแล้ว ไม่ใช่เฉพาะกับร้านสีสันการป้ายเท่านั้นแต่ช่างเขียนป้ายจำนวนมากก็ทำเช่นเดียวกันนี้ (ภาพที่ 3.5) เหตุผลคืองานตัดสติ๊กเกอร์เป็นงานที่มีสัดส่วนกำไรสูงกว่างานชนิดอื่นมานานแล้ว ตั้งแต่ในสมัยที่ยังใช้มือกับคัทเตอร์ล้วนๆ สมานกับต้นถึงกับเคยยกโต๊ะที่ร้านไปตั้งในงานกาชาดของจังหวัดหนองบัวลำภูเพื่อรับตัดสติ๊กเกอร์ตามสั่งมาแล้ว ปัจจุบันโต๊ะตัวนี้ยังคงวางอยู่หน้าร้าน แต่เปลี่ยนเป็นที่ตั้งคอมพิวเตอร์ และหากดูผ่านๆ ก็ไม่มีทางทราบได้เลยว่าสติ๊กเกอร์ชื่อร้านที่ติดอยู่บนโต๊ะนั้นถูกตัดด้วยมือไม่ใช่เครื่องตัด

ภาพที่ 3.5 ป้ายผ้าใบเขียนด้วยพู่กันของร้านป้ายแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานครซึ่งปิดตัวไปแล้ว

เครื่องตัดสติ๊กเกอร์มักจะถูกนำไปติดตั้งบนขาตั้งเหล็กที่มีลูกกลิ้งอยู่ด้านล่างสำหรับวางม้วนสติ๊กเกอร์ เพื่อป้อนแผ่นสติ๊กเกอร์เข้ามาทางด้านหลัง การทำงานของเครื่องนี้

คล้ายคลึงกับเครื่องพิมพ์ (printer) ที่มีหัวพิมพ์วิ่งบนราง เพียงแต่เปลี่ยนจากหัวพ่นหมึกเป็นใบมีดเคลื่อนไปในแนวซ้าย-ขวา และแผ่นสติ๊กเกอร์สามารถถูกดึงให้เดินหน้า-ถอยหลังได้ เครื่องจึงสามารถตัดสติ๊กเกอร์เป็นรูปร่าง 2 มิติอย่างไรก็ได้ตามแต่จะออกแบบในคอมพิวเตอร์ สามารถตัดได้ละเอียดแม่นยำ และที่สำคัญคือรวดเร็วกว่าใช้มือตัดหลายเท่า

3.2.1.1 วัสดุอเนกประสงค์

คุณสมบัติความเหนียว และสีที่ทนทานของแผ่นสติ๊กเกอร์ทำให้ชิ้นงานสติ๊กเกอร์สามารถนำไปใช้ได้กับวัสดุที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น ไม้ หิน กระจก พลาสติก ผนังปูน ไปจนถึงตัวถังรถยนต์ พื้นผิววัสดุที่จะติดตั้งไม่จำเป็นต้องเรียบเสมอกันเพราะแผ่นสติ๊กเกอร์สามารถโค้งงอไปตามพื้นผิว เข้าไปในซอกมุมต่างๆ ได้ นอกจากนี้ยังใช้งานได้ทั้งในร่มและกลางแจ้ง ความเอนกประสงค์ของวัสดุชนิดนี้ทำให้มันถูกนำไปใช้ในทุกพื้นที่ ใช้สร้างความหมายทางสังคมให้กับสิ่งของและพื้นที่ซึ่งมากำหนดการใช้ชีวิตของเราโดยไม่รู้ตัว สติ๊กเกอร์ถูกใช้ทำป้ายราคาติดกระจกร้านเสริมสวย ติดป้ายบอกว่าประตูบานหนึ่งต้องเปิดด้วยวิธีดึง ผลัก หรือเลื่อน ไปจนถึงตัดเป็นตราและชื่อหน่วยงานราชการติดข้างรถ รถกระบะคันหนึ่งจะกลายเป็นรถตำรวจที่สมบูรณ์ได้ก็จะต้องอาศัยสติ๊กเกอร์นี้เอง

ภาพที่ 3.6 ลูกมือร้านสีสันการป้ายกำลังลอกสติ๊กเกอร์สีดำส่วนที่ไม่ใช่ตัวอักษรออกจากรถตำรวจ

ช่วงสายวันหนึ่ง ผู้เขียนได้มีโอกาสรับงานจากลูกค้าเป็นครั้งแรก เนื่องจากลูกมือทั้งสองคนคือเฟิร์สและนัท กำลังง่วนอยู่กับการตัดแผ่นอะคริลิกอยู่ที่หลังร้าน ส่วนช่างต้นก็กำลังคุยติดพันกับลูกค้าอีกรายหนึ่ง หญิงวัยกลางคนยื่นกรอบรูปภาพบุคคลของผู้หญิงคนหนึ่งให้ผู้เขียน พร้อมกระดาษที่มีข้อความระบุวันชาตะ-มรณะ ซึ่งเป็นวันเดียวกับที่มาสั่งตัดสติ๊กเกอร์นั้นเอง เป็นเรื่องบังเอิญว่างานสติ๊กเกอร์ติดอะคริลิกซึ่งกำลังตัดอยู่ด้านหลังร้านก็สั่งทำโดยวัดแห่งหนึ่ง ผู้เขียนจึงได้ใช้เวลาช่วงบ่ายวันนั้นไปกับการนั่งลอกสติ๊กเกอร์ระบุขั้นตอนพิธีการฌาปนกิจศพ โดยมี

รูปภาพของผู้ตายท่านหนึ่งวางอยู่ใกล้ๆ และในอีกไม่กี่วันถัดมา ลูกค้าอีกรายหนึ่งก็มาสั่งทำป้ายหินสำหรับเป็นฝาช่องเก็บอัฐิ งานนี้ร้านสีสันการป้ายไม่สามารถทำเองได้ ช่างต้นเพียงแต่ออกแบบขอบป้ายให้มีลวดลายสวยงาม จัดวางตัวอักษรแล้วตัดสติ๊กเกอร์ตามแบบดังกล่าวออกมาม้วนส่งให้ร้านป้ายหินนำไปแกะ ร้านป้ายหินติดสติ๊กเกอร์ลงบนแผ่นหิน ลอกส่วนที่เป็นตัวอักษรออก จากนั้นใช้เครื่องพ่นทรายกร่อนเนื้อหินบริเวณที่ถูกเปิดออกจนเป็นร่องลงไป ก่อนจะทาสีทองลงไปในร่องนั้น สองวันถัดมาป้ายหินสลักอักษรสีทองก็กลับมายังร้านสีสันการป้าย พร้อมส่งมอบให้ลูกค้า ความสามารถในการไปติดอยู่บนวัสดุได้หลายชนิดนี้ทำให้สติ๊กเกอร์แทรกเข้าไปมีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนกระทั่งในพิธีกรรมเกี่ยวกับความตาย และในขณะเดียวกันความต้องการใช้สารพัดรูปแบบนี้ก็ทำให้งานตัดสติ๊กเกอร์กลายมาเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของร้านป้ายอีกด้วย

3.2.1.2 เครื่องจักรทำเงิน

เครื่องตัดสติ๊กเกอร์มีด้วยกันหลายขนาด ขนาดซึ่งเป็นที่นิยมที่สุดคือขนาดหน้ากว้าง 60 เซนติเมตร เพราะงานสติ๊กเกอร์ส่วนมากเป็นงานชิ้นเล็ก จะแยกตัดทีละส่วนไปประกอบเป็นชิ้นใหญ่ก็ได้เช่นกัน จึงไม่จำเป็นต้องใช้ขนาดกว้างมาก และที่สำคัญคือมีราคาถูกพอที่ร้านป้ายขนาดเล็กจะหาซื้อได้ ปัจจุบันเครื่องมือหนึ่งมีราคาอยู่ระหว่างหมื่นต้นๆ ไปจนถึงประมาณ 6 หมื่นบาท ในขณะที่เมื่อราวปี พ.ศ. 2547 ราคาเฉลี่ยสูงถึงประมาณ 7 หมื่นบาท และเครื่องมือสองก็ยังมีราคาสูงถึง 2-3 หมื่นบาท แต่สมานก็เห็นว่าเงินจำนวนนี้น่าจะคุ้มค่าต่อการลงทุนเพราะงานสติ๊กเกอร์ทำกำไรดีอยู่แล้ว น่าจะคืนทุนได้ในเวลาอันสั้น ประกอบกับที่ร้านมีคอมพิวเตอร์เก่าที่ได้มาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 ตั้งอยู่แล้วแต่แทบไม่ได้ใช้งาน จึงเป็นโอกาสดีที่จะได้นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เขาจึงตัดสินใจซื้อเครื่องตัดสติ๊กเกอร์มือสองยี่ห้อ Mimaki รุ่น CG-60st มาพร้อมกับแผ่นซีดีรวมไฟล์ตัดสติ๊กเกอร์ในปี พ.ศ. 2547 ซื้อหนังสือสอนใช้โปรแกรม Corel Draw มาหัดเอง และหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตเท่าที่โมเด็ม 56k (dial-up modem) ในเวลานั้นจะอำนวย

ภาพที่ 3.7 ด้านหน้าของเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ยี่ห้อ Mimaki รุ่น CG-60st หน้ากว้าง 60 เซนติเมตร

สมานอธิบายให้ผู้เขียนเข้าใจถึงความสำคัญของเครื่องจักรนี้อย่างง่ายๆ ว่า “สมัยเขียนป้ายใช้ทุนน้อยก็จริงนะ ป้าย 3 เมตรเนี่ยใช้สีกระป๋องเล็ก ¼ แกลลอนก็พอ แต่ได้เงินยากมาก เขียน 3 ชั่วโมงได้เงิน 300 บาทเอง” เขาชี้ไปยังป้ายอะคริลิกที่ผู้เขียนเพิ่งมีส่วนร่วมในการทำไปเมื่อครู่แล้วกล่าวต่อว่า “สติ๊กเกอร์ม้วนละ 1,500 นะ แต่กำไรสูงกว่ากันมาก ป้ายพวกนี้ใช้สติ๊กเกอร์แผ่นนิดเดียว รวมต้นทุนแผ่นอะคริลิกแล้วตีว่า 300 บาท แต่มันขายได้ 1,500 บาทเลยนะ”

งานสติ๊กเกอร์กลายมาเป็นรายได้หลักของร้านในช่วงปี พ.ศ. 2555-2556 ซึ่งกระแสแต่งลายประตูรถกระบะเฟื่องฟูถึงขีดสุด ถึงขั้นที่สมานสามารถเก็บเงินสร้างบ้านและซื้อรถได้ในเวลาเพียงปีเดียว เขาว่า “รถคันนี้ บ้านหลังนี้ มีได้เพราะเครื่องตัดตัวเดียวนี่แหละ ผมนี่รักมันมากเลย” และด้วยรายได้จากการตัดสติ๊กเกอร์นี้เอง ร้านสีสันการป้ายจึงสามารถขยับขยายลงเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทเครื่องแรกในปี พ.ศ. 2557 ความผูกพันที่สมานมีต่อเครื่องตัดตัวแรกนี้ มากถึงขั้นที่ว่าหลังจากเครื่องชำรุดจนต้องตัดสินใจขายทิ้งไปเพื่อหาตัวใหม่มาทดแทน ในเวลาต่อมาสมานได้ขอร้องให้เพื่อนคนหนึ่งช่วยหาซื้อเครื่องเก่ารุ่นเดียวกันนี้เพื่อนำกลับมาตั้งไว้เป็นที่ระลึกในมุมหนึ่งของร้าน (ภาพที่ 3.7) ปัจจุบันที่ร้านสีสันการป้ายจึงมีเครื่องตัดทั้งหมด 3 ตัวแต่ใช้จริงเพียง 2 ตัวเท่านั้น เพราะรุ่น CG-60st ใช้พอร์ทแบบพาราเรล (pararell) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเก่า ในขณะที่เครื่องรุ่นใหม่ใช้พอร์ทยูเอสบี (USB) ทั้งหมดแล้ว

3.2.1.3 ดีไอวายในยุคเปลี่ยนผ่าน

ย้อนกลับไปในปี พ.ศ. 2547 งานสติ๊กเกอร์ยังมีไม่มากเท่าทุกวันนี้ แต่เพื่อให้คุ้มค่ากับเงินที่เสียไปแล้ว สมานจึงพยายามคิดหาทางใช้งานเครื่องตัดให้คุ้มค่ายิ่งขึ้น แม้จะได้ชื่อว่าเครื่องตัด (cutting plotter) แต่ในความเป็นจริงแล้ว คู่มือของเครื่องมีการระบุไว้ชัดเจนว่าหัวตัดใบมีดนั้นสามารถเปลี่ยนเป็นปากกาลูกลื่นเพื่อเขียนบนกระดาษได้ (Mimaki Engineering, 2004, p.10) ในวันหนึ่งสมานจึงเกิดความคิดอันยอดเยี่ยมที่จะใช้เครื่องจักรนี้ทำในสิ่งที่วิศวกรของบริษัทมิมากิอาจคาดไม่ถึง นั่นคือการทำให้เครื่องตัดกลายเป็นเครื่องร่างป้ายผ้าดิบ

งานเขียนป้ายผ้าดิบมักจะถูกสั่งทำในปริมาณมาก หากเขียนไม่ทันใช้ ก็จำเป็นจะต้องกระจายงานออกไปให้กับร้านที่รู้จักกันช่วยเขียน งานเขียนจำนวนมากนี้ประกอบไปด้วยขั้นตอนหนึ่งซึ่งลูกมือร้านป้ายเข็ดขยาด คือการร่างเส้นบรรทัดและช่องไฟที่คำนวณมาอย่างดีแล้วให้ตัวอักษรมีขนาดพอดีกับป้ายและเพื่อให้ตัวอักษรจัดอยู่ในแนวกลาง ซึ่งจะต้องทำไปทีละผืนเป็นจำนวนหลายสิบหรือร้อยครั้ง สมานแก้ปัญหานี้มาก่อนด้วยหลายวิธีด้วยกัน วิธีหนึ่งคือการตัดกระดาษชาร์ตแข็งเป็นบล็อค ก-ฮ ทุกขนาดเก็บไว้ เมื่อคำนวณพื้นที่เสร็จก็นำบล็อกไปทาบเพื่อร่างตัวอักษรได้อย่างรวดเร็ว อาจเรียกได้ว่าเป็นฟอนต์ของยุคเขียนมือได้เลย แต่ปัญหาอย่างหนึ่งของบล็อคเหล่านี้ก็คือมักจะมีคนมาขอยืมไปใช้แล้วไม่คืน นอกจากนี้แทนที่จะร่างผ้าทุกผืน สมานก็ใช้วิธี

วางผ้าทับกันเพื่อให้สีจากป้ายผืนบนซึมลงไปติดป้ายผืนล่าง เมื่อเก็บรายละเอียดผืนล่างสีก็จะซึมลงไปยังผืนถัดลงไปเรื่อยๆ แต่ก็อาจใช้ได้เพียงไม่กี่ครั้งเท่านั้นก่อนที่ตัวอักษรจะเริ่มเพี้ยน

ทั้งหมดนี้ยังไม่ดีพอสำหรับสมาน เขาจึงคิดค้นวิธีใหม่ซึ่งช่วยย่นเวลาตั้งแต่ขั้นของการคำนวณไปจนถึงการร่าง โดยการใช้โปรแกรม Corel Draw กำหนดความยาวชิ้นงานตามขนาดผ้าดิบ จากนั้นพิมพ์ตัวอักษรลงไป ปรับขนาด จัดวางตำแหน่งให้พอดี จากที่ต้องใช้เวลาเป็นชั่วโมงในการกดเครื่องคิดเลขและทดลงในกระดาษ ก็สามารถคำนวณเสร็จในพริบตาได้มากครั้งเท่าที่ต้องการ ความท้าทายยังมีต่อไป คือในขณะที่ป้ายผ้าสามารถยาวได้ไม่จำกัดแต่ความกว้างของเครื่องตัดมีแค่ 60 เซนติเมตรเท่านั้น และป้ายผ้ามีความกว้างมากกว่านั้นเสมอ สมานจึงพับผ้าให้พอดีความกว้าง แบ่งร่างสองครั้งต่อผ้าหนึ่งผืน เมื่อเขากดปุ่มเริ่มทำงาน ก็มีสองสิ่งเกิดขึ้นในร้านสีสันการป้าย สิ่งแรกคือต้นแบบของเครื่องพิมพ์ป้าย สิ่งต่อมาคือการละเมิดลิขสิทธิ์ฟอนต์อย่างเป็นทางการ สมานเล่าว่าครั้งหนึ่งเคยมีพนักงานตรวจลิขสิทธิ์มาถึงหน้าร้านแล้ว แต่ “มองเข้าไปก็เห็นพู่กันยังจุ่มน้ำอยู่เลย” และพนักงานก็อาจคาดไม่ถึงว่าจะมีคนนำฟอนต์มาช่วยร่างป้ายผ้าดิบ เขาจึงรอดตัวมาได้ในครั้งนั้น

โดยอาศัยวิธีการใหม่นี้ เมื่อมีการรณรงค์ให้ประชาชนไปออกเสียงลงประชามติรับร่างรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ในปี พ.ศ. 2550 สีสันการป้ายจึงสามารถเขียนป้ายผ้ารณรงค์ได้เป็นจำนวนมากอย่างที่ไม่เคยทำได้มาก่อน สมานเล่าว่าเพื่อนช่างเขียนป้ายคนหนึ่งได้ทดลองนำวิธีนี้ไปใช้บ้าง แต่ก็พบว่าไม่สามารถทำให้เครื่องร่างตัวอักษรออกมาได้ตรงอย่างที่เขาทำ เพราะในการที่จะบรรลุวิธีนี้ ช่างจำเป็นจะต้องคุ้นเคยกับวัสดุและตัวเครื่องจักรเป็นอย่างดี จึงจะสามารถปรับแต่งให้ได้ดังใจหวัง กล่าวคือทักษะงานช่างฝีมือ ยังคงสำคัญต่อการประสานเครื่องจักรกับวัสดุเข้าด้วยกัน แม้จะเป็นเครื่องจักรที่ควบคุมด้วยคำสั่งดิจิทัลแล้วก็ตาม การดัดแปลงเครื่องตัดมาเป็นต้นแบบเครื่องพิมพ์ป้ายนี้จึงไม่ใช่ “ความคิดสร้างสรรค์” ของสมานแต่เพียงผู้เดียว แต่เป็นความสร้างสรรค์ที่ต้องสั่งสมประสบการณ์จากการคลุกคลีกับเครื่องมือและวัสดุต่างๆ ด้วย

ยิ่งไปกว่านั้น สมานยังมิได้เป็นฝ่ายสร้างนิยามใหม่ให้กับเครื่องตัดสติ๊กเกอร์เพียงฝ่ายเดียว เพราะในขณะเดียวกันความสามารถของเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ก็เปิดให้เขาเห็นความเป็นไปได้ใหม่ และจุดประกายความฝันอย่างหนึ่งให้เกิดขึ้นในตัวเขา นั่นคือความใฝ่ฝันที่จะทำฟอนต์เป็นของตัวเอง อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนว่าในตอนนี้ยังมีตัวการไม่มากพอที่จะโน้มนำให้เกิดการทำฟอนต์ขึ้นจริงๆ

3.2.1.4 เครื่องจักรของคน “แอนตี้” เทคโนโลยี

เนื่องจากทักษะสำคัญของช่างเขียนป้ายแบ่งออกเป็นสองด้าน ช่างเขียนป้ายแต่ละคนจึงให้น้ำหนักกับฝีมือแต่ละด้านไม่เท่ากัน และช่างจำนวนไม่น้อยก็เลือกที่จะให้น้ำหนักกับฝีแปรงของตนมากกว่าการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ๆ เรื่องราวของพวกเขาจึงแตกต่างออกไปจากของสมานอยู่บ้างแต่ไม่ใช่โดยสิ้นเชิง ดังจะเห็นจากเรื่องของ “จิ้ง” และ “ต้น เกษตรศิลป์” เมื่องานเขียน

ป้ายทยอยถูกแทนที่ด้วยเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท ทั้งสองคนเลือกที่จะผันตัวไปทำงานในแบบเฉพาะเจาะจงมากขึ้นเพื่อรักษางานฝีมือของตนเองไว้ จิ้งกลายเป็น “ช่างสติ๊กเกอร์” ส่วนต้นเรียกตัวเองใหม่ว่า “คนแกะหิน” แต่สิ่งที่พวกเขายังมีร่วมกันก็คือเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ซึ่งใช้ฟอนต์ควบคุม

จิ้งเป็นช่างเขียนป้ายชาวกาญจนบุรี เขาเล่าว่าช่วงปี พ.ศ. 2548-2549 เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ททำให้งานเขียนป้ายมีน้อยมากจนแทบจะอยู่ไม่ได้ เขาว่า “ผมเคว้งอยู่ปีนึงเลย ส่วนหนึ่งก็เพราะผมเป็นคนที่เรียกว่า แอนตี้เทคโนโลยีด้วย” จิ้งมองว่าเครื่องพิมพ์ทำให้งานฝีมือของช่างหมดความสำคัญไป แต่ในเมื่อจำเป็นจะต้องปรับเปลี่ยนไปตามกระแสสังคม เขาก็เลือกงานที่ยังคงต้องพึ่งทักษะความชำนาญของช่าง นั่นคือการตัดสติ๊กเกอร์ จะต้องเข้าใจก่อนว่าสติ๊กเกอร์แบ่งออกเป็น 2 แบบ คือแบบพิมพ์และแบบตัดประกอบ แบบแรกสามารถใส่รายละเอียดได้มากกว่า เพราะเป็นการผสมสีหมึกลงไปบนสติ๊กเกอร์สีขาว ส่วนแบบที่สองเป็นการตัดสติ๊กเกอร์สีต่างๆ มาประกอบเข้าด้วยกันด้วยมือ รายละเอียดจึงน้อยกว่ากันมาก แต่ก็ทนทานและมีสีสดกว่าแบบแรกมาก บางชนิดสามารถสะท้อนแสงได้ด้วย แบบแรกจึงมักใช้กับสลากสินค้าและงานพิมพ์ภายใน ส่วนแบบหลังนิยมใช้ภายนอกโดยเฉพาะใช้ตกแต่งรถ เมื่อจิ้งหันมาทำสติ๊กเกอร์ตัดประกอบเป็นงานหลัก สไตล์งานออกแบบที่เขาทำจึงแปรผันไปตามคุณสมบัติของวัสดุ คือเป็นงานแนวโฉบเฉี่ยวสำหรับติดรถ ซึ่งในที่สุดทำให้เขาหันมาทำฟอนต์สไตล์นี้โดยเฉพาะ ใช้ชื่อตระกูลว่า “เจเคจิ้ง” (JK_Jing) ผู้เขียนจะขยายความเกี่ยวกับฟอนต์ของเขาต่อไปในบทที่ 5

“ต้น เกษตรศิลป์” เป็นช่างเขียนป้ายชาวอุบลราชธานีซึ่งเลือกที่จะหันเหเส้นทางอาชีพไปสู่การทำป้ายหินแกะสลักโดยเฉพาะ ชื่อของเขาจึงเปลี่ยนเป็น “ต้น เกษตรศิลป์ ป้ายหินแกะสลัก” มีฉายาว่า “ราชาป้ายม่วงสามสิบ” ซึ่งอาจไม่ใช่การโฆษณาเกินจริงนัก เพราะชื่อเสียงของทีมงาน “คนแกะหิน” ร้านเกษตรศิลป์เป็นที่เลื่องลือในภาคอีสานตอนล่างข้ามไปจนถึงฝั่งลาว ฝีมือของราชาป้ายผู้นี้เป็นที่ยอมรับของช่างเขียนป้ายด้วยกันมาก่อนแล้ว สมานถึงกับนำสไตล์ลายมือของเขาไปทำเป็นฟอนต์ “เคทีสมาน เกษตรศิลป์” ด้วย งานแกะสลักหินเป็นงานที่ยังต้องอาศัยฝีมือช่างมาก แต่ก็ยังหนีไม่พ้นเครื่องตัดสติ๊กเกอร์อยู่ดี สติ๊กเกอร์ถูกนำมาใช้กับเครื่องพ่นทราย (sand blasting machine) โดยแทนที่จะลอกพื้นหลังออก ก็ลอกตัวอักษรออกแทน แล้วพ่นทรายลงไปกร่อนเนื้อหินส่วนที่ถูกแกะสติ๊กเกอร์ออก จากนั้นถึงใช้เครื่องเจียรทำงานต่อ ถึงแม้เขาจะหลีกเลี่ยงการใช้เครื่องพิมพ์ไวนิล และเปลี่ยนตัวเองเป็น “คนแกะหิน” แต่ท้ายที่สุดแล้วเขาก็ยังคงอยู่ในเครือข่ายของคนทำป้ายซึ่งใช้ฟอนต์เช่นเดียวกัน

นอกจากนี้สติ๊กเกอร์ยังถูกนำไปใช้กับป้ายที่มีลักษณะพิเศษอีกชนิดหนึ่ง คือป้ายโลหะกัดกรด ซึ่งผลิตโดยหลักการเดียวกับเครื่องพ่นทรายเพียงแต่เปลี่ยนวัสดุเป็นโลหะและใช้น้ำกรดกร่อนเนื้อโลหะแทน รูปลักษณ์ของป้ายลักษณะเฉพาะเหล่านี้อาจดูไม่ต่างไปจากในยุคทำมือมากนัก แต่ในปัจจุบันก็ได้เปลี่ยนมาผลิตด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลแทบทั้งสิ้นแล้ว ความเอนกประสงค์ของ

สติ๊กเกอร์ทำให้แม้แต่ช่างที่ปฏิเสธเทคโนโลยีก็ยังต้องหันมาใช้เครื่องจักรชนิดนี้ ทำให้พวกเขาเป็นผู้ใช้ฟอนต์ซึ่งยังคงโยงใยอยู่กับชุมชนของคนทำป้ายในยุคดิจิทัล

3.2.2 เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท

ในสัปดาห์แรกของการทำงานที่ร้านสีสันการป้าย งานส่วนใหญ่ที่ผู้เขียนทำคือการลอกสติ๊กเกอร์ ช่วยลูกมือคนอื่นๆ ยกม้วนไวนิลป้อนเครื่องพิมพ์ หัดใช้โปรแกรมเตรียมไฟล์เพื่อสั่งพิมพ์ นั่งเฝ้าเครื่องพิมพ์เพื่อหยุดการทำงานในกรณีที่งานพิมพ์มีปัญหา คอยดึงงานพิมพ์ออกมาไม่ให้หมึกที่ยังไม่แห้งพับทบกัน และเมื่อพิมพ์เสร็จก็ตัดออกมาพับขอบติดกาวให้เรียบร้อย ใช้เครื่องตอก "ตาไก่" ที่ขอบป้ายสำหรับให้ลูกค้านำไปร้อยเชือก งานที่เกี่ยวข้องกับเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทนี้แม้จะดูซับซ้อน มีหลายขั้นตอนแต่เป็นระบบและเรียนรู้ได้ไม่ยาก ใช้เวลาเพียงหนึ่งสัปดาห์ ผู้เขียนก็สามารถทำงานกับเครื่องพิมพ์นี้แทนลูกมือคนอื่นได้เกือบทุกขั้นตอน ในเวลาเท่ากันนี้ ผู้เขียนยังคงลอกสติ๊กเกอร์ได้ช้าและไม่เรียบร้อยที่สุดในร้าน และยังทำคัทเตอร์บาดนิ้วตัวเองจนต้องพันปลาสเตอร์ไว้ถึง 4 นิ้ว

เมื่อเปรียบเทียบกับงานตัดสติ๊กเกอร์ แน่นอนว่างานพิมพ์ง่ายกว่า เพราะเครื่องพิมพ์ทำงานส่วนใหญ่ให้แล้ว และเรียกร้องทักษะการใช้มือที่ไม่ยุ่งยากนัก ตั้งแต่วันแรกของการทำงาน ผู้เขียนได้มีโอกาสจัดองค์ประกอบป้ายไวนิลโฆษณารถยนต์ยี่ห้อหนึ่ง เนื่องจากสาขาใหญ่ส่งไฟล์ Ai สำหรับเปิดด้วยโปรแกรม Illustrator มาให้โชว์รูมสาขา แต่คอมพิวเตอร์ที่ร้านป้ายมักใช้ Corel Draw ซึ่งไม่สามารถเปิดไฟล์ดังกล่าวได้ ผู้เขียนจึงได้รับงานนี้มาทำในคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กจากนั้นช่างต้นสาธิตวิธีตั้งค่าบันทึกไฟล์ อธิบายการทำงานของเครื่องพิมพ์ สอนวิธีการแปลงไฟล์เพื่อสั่งพิมพ์ให้ดู แล้วให้ผู้เขียนทดลองทำกับงานพิมพ์ชิ้นถัดมา เพียง 2-3 ชิ้น ผู้เขียนก็เริ่มจดจำขั้นตอนรายละเอียดในการตั้งค่า รวมถึงการใช้โปรแกรมสั่งพิมพ์ได้แล้ว

ประสบการณ์ทำงานวันแรกของผู้เขียนอาจเทียบได้กับการ "เทรนเครื่อง" ซึ่งบริษัทขายเครื่องพิมพ์จะส่งพนักงานมาติดตั้ง และอบรมวิธีใช้งานให้แก่ช่างของร้านที่สั่งซื้อกระบวนการนี้มักกินเวลา 1-2 วันแล้วแต่บริษัท ลูกค้าจะมีโอกาสได้ทดลองทำงานพิมพ์ทุกรูปแบบเท่าที่เครื่องพิมพ์จะทำได้ และสามารถบำรุงรักษาเครื่องพิมพ์เบื้องต้นได้เอง จากเดิมที่ลูกมือจะต้องฝึกฝนฝีมือกับนายช่างเป็นเวลาแรมปี สั่งสมประสบการณ์หลายปีเพื่อเปิดร้านของตนเอง ปัจจุบันนักออกแบบมือสมัครเล่นใช้เพียงเงินทุนจำนวนหนึ่ง กับทักษะการใช้โปรแกรมออกแบบเบื้องต้นเท่านั้น

3.2.2.1 คนทำป้ายหน้าใหม่

ในขณะที่เครื่องตัดสติ๊กเกอร์ ทำให้ช่างเขียนป้ายแยกสายความชำนาญไปทำป้ายชนิดต่างๆ กัน เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ททำในทางกลับกัน คือดึงดูดผู้ที่ไม่ได้มีทักษะการเขียนป้ายมาก่อนเข้ามาสู่ธุรกิจนี้ โดยเฉพาะคนในธุรกิจสิ่งพิมพ์ซึ่งมาบรรจบกับธุรกิจร้านป้ายด้วยเครื่องจักรชนิดนี้เอง ตัวอย่างเช่นนักธุรกิจสองคนต่อไปนี้

คนแรกคือ “ชัย” เจ้าของเครือธุรกิจโรงพิมพ์วัย 60 ปีซึ่งมีสาขามากกว่า 10 แห่งในกรุงเทพมหานคร เขาเริ่มต้นอาชีพช่างพิมพ์ในโรงพิมพ์องค์การค้าของคุรุสภา ทำงานเป็นช่างจัดหน้าอยู่ได้ราว 10 ปีตั้งแต่ใช้ตัวเรียงพิมพ์กระทั่งใช้คอมพิวเตอร์แมคอินทอชซึ่งทำให้ถูกเปลี่ยนชื่อตำแหน่งเป็น “นักออกแบบกราฟิก” แต่ยังคงทำงานจัดหน้าหนังสือเช่นเดิม ชัยออกมาเริ่มต้นธุรกิจโรงพิมพ์ของตนเองในปี พ.ศ. 2537 โดยเน้นงานพิมพ์หนังสือ ใบเสร็จ เป็นหลัก ชัยบอกว่าเทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัลทำให้งานพิมพ์สะดวกขึ้นมากแต่ก็เปลี่ยนแปลงการทำงานของโรงพิมพ์ไปมากเช่นกัน เขาสังเกตว่านับตั้งแต่ราวปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา ลูกค้าเริ่มเป็นฝ่ายออกแบบเองเพื่อมาสั่งพิมพ์ที่ร้านมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แนวโน้มนี้ทำให้ช่างกราฟิกหลักของร้านมักไม่ได้เป็นผู้ที่เรียนจบทางตรงสายอีกต่อไป ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่จบการศึกษาระดับ ปวช. หรือ ปวส. ที่มาฝึกฝนเป็นลูกมือที่ร้านกระทั่งพัฒนาฝีมือขึ้นมาเป็นช่างกราฟิกหลักได้ในที่สุด “งานออกแบบลดความสำคัญลงเหลือซัก 10% เท่านั้น ที่เหลือเป็นงานบริการ” ชัยกล่าว “ป้ายทุกชนิดมันมีแบบแผนของมันอยู่แล้ว พวกที่จบ ปวช.นี่ดี เพราะพิมพ์เร็ว ทำตามลูกค้าสั่งแป๊บเดียวเสร็จ การออกแบบมาเรียนรู้เอาทีหลังได้ แล้วส่วนใหญ่พวกนี้จะเก่งแซงหน้าพวกช่างอารมณ์ศิลปินที่อยู่มาก่อนด้วย” แม้ร้านของเขาจะเริ่มต้นมาจากการเป็นโรงพิมพ์ แต่ในปัจจุบันร้านทั้งหมดรับพิมพ์ไวนิล ฉลากสินค้า และตัดสติ๊กเกอร์ไม่ต่างไปจากร้านป้ายทั่วไปซึ่งทำให้เขาเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจร้านป้ายด้วย

คนที่สองคือ “ใหญ่” เจ้าของร้านป้ายแห่งหนึ่งในอำเภอคลองหลวง ก่อนจะมาเปิดร้านของตัวเองร่วมกับหุ้นส่วนอีกคนในปี พ.ศ. 2552 ใหญ่เป็นเซลล์มาก่อน เริ่มตั้งแต่เป็นพนักงานขายลูกบิด กระทั่งไต่เต้าขึ้นเป็นผู้จัดการฝ่ายขายวัสดุที่บริษัทขายฟิล์มเคลือบแห่งหนึ่ง เขามีคนรู้จักและเส้นสายในวงการวัสดุสิ่งพิมพ์เป็นอย่างดี จึงเล็งเห็นโอกาสทางธุรกิจอย่างชัดเจนในช่วงที่เครื่องพิมพ์หน้ากว้างเริ่มมีราคาถูกลง ใหญ่เล่าว่าเขารู้จักไวนิลอิงค์เจ็ทครั้งแรกในปี พ.ศ. 2533 และจำได้แม่นว่ามีการพิมพ์ไวนิลมาใช้ในการชุมนุมก่อนเหตุการณ์พฤษภาทมิฬในปี พ.ศ. 2535 ด้วย แต่ในสมัยนั้นราคาพิมพ์ยังสูงกว่าพันบาทต่อตารางเมตร และกระทั่งผ้าไวนิลเกรดดีที่สุดที่ใช้เส้นใยหนา 1000x1000[1] ความถี่ 12x12 เส้นต่อตารางนิ้วขึ้นไป ก็ยังอาจมีอายุการใช้งานไม่เกิน 3 ปีเท่านั้น งานพิมพ์ไวนิลจึงถูกสั่งทำโดยบริษัทที่มีเงินทุนสูงและใช้กับป้ายบิลบอร์ดขนาดใหญ่เป็นหลัก กระทั่งในราวปี พ.ศ. 2549 เป็นต้นมาราคาพิมพ์จึงลดลงอย่างรวดเร็ว จากที่เคยมีราคาถึงราว 2,000 บาท/ตรม. ก็ลดลงเหลือราว 500 บาท/ตรม. ในเวลาเพียงสองถึงสามปี และปัจจุบันต่ำกว่า 100 บาท/ตรม. สาเหตุคือเครื่องพิมพ์จากจีนซึ่งมีราคาถูกกว่าเครื่องพิมพ์ญี่ปุ่นเกินครึ่ง เริ่มเข้ามาทำตลาดในประเทศไทย

---

[1] หมายความว่าเส้นใยเส้นหนึ่งประกอบด้วยเส้นใยเล็กๆ จำนวน 1,000 เส้น ทั้งเส้นในแนวตั้งและแนวนอน โดยทั้งสองแนวอาจไม่จำเป็นต้องหนาเท่ากัน เช่น 300x200 ก็ได้

Ref. code: 25615808030646PUM

ผู้เขียนตามรอยเครื่องจักรชนิดนี้ไปยังงานแสดงเทคโนโลยีการพิมพ์ “Printtech & LED Expo 2017” ซึ่งจัดเป็นประจำทุกปีที่เมืองทองธานี ในปีดังกล่าวจัดในอาคารชาเลนเจอร์ซึ่งมีห้องจัดแสดงจำนวนมาก แต่ผู้เขียนก็พบห้องจัดแสดงงานนี้ได้โดยง่ายด้วยการตามกลิ่นหมึกโซลเวนท์จากเครื่องพิมพ์หลายสิบเครื่องที่กำลังแข่งขันกันแสดงศักยภาพแก่ผู้ชม สิ่งที่ตามกลิ่นฉุนของหมึกมาติดๆ คือเสียงพูดภาษาจีนจากซุ้มจัดแสดงขนาดใหญ่ที่หน้าประตู ช่างของบริษัทเครื่องพิมพ์ที่เป็นผู้สนับสนุนหลักของงานนี้ล้วนแต่เป็นชาวจีน ส่วนพนักงานขายก็เป็นชาวจีนที่พูดภาษาไทยได้ชัดถ้อยชัดคำ หนึ่งในซุ้มใหญ่ที่ตั้งอยู่ในทำเลดีที่สุดคือ “ยูไนเต็ด ดิจิตอล ซัพพลาย จำกัด” เป็นบริษัทจดทะเบียนในไทย มีกรรมการบริษัทคือนายผิง เซียว และนายไต้ จู โอว จดทะเบียนเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน พ.ศ. 2550 มีทุนจดทะเบียน 82 ล้านบาทซึ่งถือว่าสูงกว่าบริษัทอื่นๆ มาก เมื่อสืบค้นต่อไปก็พบว่าบริษัทที่ตั้งซุ้มอยู่ข้างกันล้วนมีนักธุรกิจชาวจีนร่วมจดทะเบียนด้วยแทบทั้งสิ้น และจดในเวลาไล่เลี่ยกัน คือในช่วงปี พ.ศ. 2550 - 2553 สอดคล้องกับคำบอกเล่าของใหญ่และเจ้าของร้านป้ายอีกหลายคนที่บอกว่าราคาเครื่องพิมพ์ถูกลงมากในช่วงนี้

ในขณะที่ราคาเครื่องพิมพ์ญี่ปุ่นและอเมริกันอย่าง Epson และ HP มีราคาเริ่มต้นอยู่ที่ราว 4-5 แสนบาท ราคาเครื่องพิมพ์ยี่ห้อจีนเริ่มต้นที่ 1-2 แสนบาทเท่านั้น และราคาหมึกพิมพ์ก็ถูกกว่าครึ่งต่อครึ่งเช่นกัน เครื่องพิมพ์ยี่ห้อจีนเหล่านี้ผลิตตัวเครื่องขึ้นเองแต่ชิ้นส่วนที่ละเอียดอ่อนอย่างหัวพิมพ์ยังคงใช้ของบริษัทญี่ปุ่น ที่นิยมมากที่สุดได้แก่หัวพิมพ์ของ Epson Konica และ Seiko วิธีการนี้ทำให้ราคาของเครื่องพิมพ์ถูกลงมาก และยังอนุญาตให้ร้านป้ายบำรุงรักษาตัวเครื่องด้วยตนเองได้ ในขณะที่เครื่องญี่ปุ่นรับประกันทั้งเครื่องและหัวพิมพ์รวมกันทั้งหมด ช่างไม่สามารถเปิดฝาเครื่องมาซ่อมแซมเองได้ ยิ่งไปกว่านั้นบริษัทจีนยังนำวัสดุการพิมพ์เกรดต่ำกว่าเข้ามาด้วย โดยหวังจะทำกำไรในตลาดงานพิมพ์เกรดล่าง ปัจจุบันไวนิลชนิดที่นิยมใช้พิมพ์ป้ายไวนิลขนาดไม่เกิน 4-5 เมตร คือชนิดที่เรียกตามน้ำหนักว่า 360g ใช้เส้นใยขนาด 300x200 และมีความถี่เพียง 5-6 เส้นต่อตารางนิ้วซึ่งมีราคาถูกกว่าไวนิลเกรดสูงหลายเท่า ไวนิลสำหรับพิมพ์งานขนาดเล็กนี้ โดยทั่วไปมีอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปี และสีจะซีดจางลงมากหลังจากผ่านไป 6 เดือน อย่างไรก็ตามวัสดุนี้ก็ตอบโจทย์การใช้งานแบบชั่วคราว มีราคาถูก ลูกค้าสามารถเลือกสีได้ตามใจชอบ และยังใส่รูปใบหน้าตนเอง ลูกหลาน กระทั่งสัตว์เลี้ยงลงไปในป้ายได้อย่างง่ายดายในราคาที่ใกล้เคียงป้ายเขียนมาก และยังสามารถนำไปใช้งานลักษณะอื่นได้หลังจากที่เริ่มขาดยุ่ยแล้ว จึงไม่น่าแปลกใจที่ป้ายชนิดนี้จะมาแทนที่ป้ายเขียนได้อย่างรวดเร็ว

ต้นทุนการพิมพ์ที่ต่ำลงทำให้ร้านป้ายขนาดเล็กในต่างจังหวัดสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีนี้ รวมถึงเปิดให้ร้านถ่ายเอกสาร โรงพิมพ์ และนักออกแบบกราฟิกมือสมัครเล่นสามารถเข้ามาสู่ธุรกิจร้านป้ายได้เช่นกัน สถานการณ์ที่คนภูมิหลังหลากหลายมารวมตัวกันเป็นชุมชนในสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่ได้มีวิถีปฏิบัติร่วมกันอย่างชัดเจน ทำให้เกิดความพยายามที่จะคิดคำใหม่

ขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมสมาชิกในกลุ่ม เช่น “สมาคมผู้ใช้เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท” ในเว็บไซต์ที่มีชื่อว่า “Inkjetsociety.com” ซึ่งในภายหลังถูกผนวกเป็นส่วนหนึ่งของเว็บ “thaisignmaker.com นอกจากนี้ยังมีกลุ่มย่อยๆ เกิดขึ้นตามมาอาทิ กลุ่มผู้ใช้เครื่องพิมพ์ที่ใช้หัวพิมพ์รุ่น DX-5 ที่มีชื่อว่า “DX5 FC” และกลุ่มผู้ใช้หัวพิมพ์รุ่น DX-11 ที่มีชื่อว่า “DX11 Printclub” ซึ่งน่าสนใจว่าล้วนแต่เป็นการอ้างอิงตัวเองเข้ากับเครื่องจักรทั้งสิ้น

หัวพิมพ์เป็นตัวกำหนดว่าเครื่องพิมพ์นั้นเหมาะจะนำไปใช้พิมพ์งานประเภทใด ที่นิยมใช้กันมากคือ Epson รุ่น DX-5 ซึ่งมีราคาค่อนข้างถูก ใช้กับการพิมพ์ไวนิลทั่วไป ส่วน DX-11 ซึ่งราคาแพงกว่าและมีความละเอียดสูงกว่า มักใช้พิมพ์สติ๊กเกอร์สำหรับแต่งรถ หรือฉลากสินค้า ดังนั้นนอกจากผู้ใช้หัวพิมพ์ที่แตกต่างกันทั้งสองกลุ่มนี้จะเผชิญกับปัญหาในการบำรุงรักษาที่ต่างกันแล้ว ยังมีแนวโน้มที่จะทำงานออกแบบคนละสไตล์อีกด้วย ในที่สุดแล้ว การรวมกลุ่มของผู้ใช้หัวพิมพ์รุ่นเดียวกัน ไม่ได้เป็นเพียงการแลกเปลี่ยนความรู้เชิงเทคนิค แต่ยังเป็นแหล่งอ้างอิงตัวตนของพวกเขาในวงการป้ายด้วย ดังจะเห็นจากรูปปก (cover) ประจำกลุ่ม ที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด แน่นอนว่าหัวพิมพ์เป็นแค่องค์ประกอบหนึ่งของคนทำป้าย และบางคนอาจใช้หลายเครื่องและหลายหัวพิมพ์ในเวลาเดียวกัน แต่ความแตกต่างนี้จะชัดเจนยิ่งขึ้นในกลุ่มผู้ใช้หน้าใหม่

ภาพที่ 3.8 รูปประจำกลุ่มผู้ใช้เครื่องพิมพ์หัว DX-5 จัดวางองค์ประกอบคล้ายงานพิมพ์ไวนิล

ภาพที่ 3.9 รูปประจำกลุ่มผู้ใช้เครื่องพิมพ์หัว DX-11 จัดวางองค์ประกอบคล้ายงานพิมพ์สติ๊กเกอร์

งานออกแบบไวนิลส่วนใหญ่เป็นการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ทำตามสั่งลูกค้าเป็นหลัก แทนที่จะต้องร่างแบบ คำนวณพื้นที่ป้ายก่อนลงมือเขียนทุกครั้ง ช่างกราฟิกสามารถจะนำไฟล์ป้ายร้านเสริมสวยร้านหนึ่งมาเปลี่ยนสี เปลี่ยนฟอนต์ พิมพ์ชื่อใหม่ได้ในเวลาไม่กี่นาที สิ่งที่นิยามอาชีพของคนทำป้ายที่ไม่เคยผ่านงานเขียนมาก่อนจึงอิงอยู่กับเครื่องจักรมากกว่า เพราะในงานไวนิล ความสำคัญของทักษะเชิงศิลปะลดลงไปมาก คงเหลือเพียงทักษะเชิงเทคนิคในการใช้เครื่องพิมพ์ ทำให้พวกเขามีแนวโน้มที่จะผูกพันกับเครื่องจักรนี้ไม่ต่างจากที่ช่างเขียนป้ายรุ่นก่อนผูกพันกับพู่กัน ดังจะเห็นจากชื่อกลุ่มที่เลือกใช้คำ “แฟนคลับ” (FC) หรือ “ชมรมคนรัก Dx5” และการกล่าวถึงเครื่องพิมพ์ราวกับเป็นลูกคนหนึ่ง เช่นเรียกค่าซ่อมว่า “ค่าหมอ” เป็นต้น

อดีตช่างเขียนป้ายคนหนึ่งแลกเปลี่ยนความรู้สึกที่เขามีต่อเครื่องพิมพ์ชนิดนี้ในกลุ่ม “งานป้าย จากสองมือ” ว่า “ช่างรุ่นเก่า..เค้าให้ความสำคัญและเคารพในอาชีพกับคำว่า ‘ฝีมือ’ ครับ… เด็กรุ่นใหม่เขียนไม่เป็น มีเงินซื้อเครื่องพิมพ์ไวนิล เค้าดูถูกงานฝีมือ งานเขียนของพวกเราเหลือเกินครับ” สมาชิกอีกคนหนึ่งสมทบว่า “จริงครับ เด็กรุ่นใหม่เคยมาคุยเล่นที่ร้าน บอกว่าเสียเวลามานั่งเขียน พิมพ์เอาแป๊บเดียว เพราะเค้าไม่เห็นคุณค่าของงานฝีมือนี่แหละครับ”

3.2.2.2 ราคาและเครือข่ายของงานออกแบบไวนิล

“ค้าบ” เป็นคำเริ่มต้นบทสนทนาง่ายๆ ที่บอกให้ลูกค้ารู้ว่าต้องคุยกับใคร ช่างต้นกล่าวกับพลทหารในเครื่องแบบนายหนึ่งที่จอดมอเตอร์ไซค์หน้าร้านและกำลังเดินเข้ามา พลางหรี่เสียงเพลงลูกทุ่งที่เปิดไว้สร้างบรรยากาศในร้านลงเพื่อคุยกับลูกค้า

“ทำป้ายไวนิลครับ” พลทหารตอบ

“ขนาดเท่าไหนครับ”

“1x2 เมตร แบบนี้เลยครับ แต่เปลี่ยนเป็นตำบลหัวนา” พลทหารเปิดหน้าจอโทรศัพท์มือถือให้ดู เป็นภาพถ่ายป้ายไวนิลโครงการ “ไทยนิยม ยั่งยืน” ที่คลี่วางกับพื้น มีแสงสะท้อนจากไฟเล็กน้อย และมีความละเอียดภาพไม่สูงนัก (ภาพที่ 3.10) ช่างต้นขอให้พลทหารส่งภาพถ่ายดังกล่าวมาทางไลน์ (Line) โดยให้เขาใช้มือถือสแกนคิวอาร์โค้ด (QR code) ที่ติดอยู่หน้าร้าน

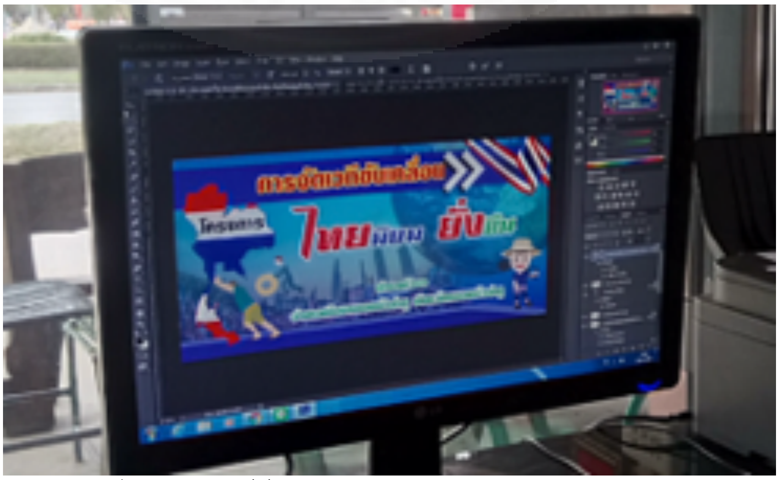
“ป้ายนี้เท่าไหร่ครับ”

“400 บาทครับ” ช่างต้นคิดราคาอย่างรวดเร็ว บอกให้พลทหารมารับป้ายในวันรุ่งขึ้นเนื่องจากขณะนั้นเป็นเวลาใกล้ปิดร้านแล้ว และงานที่สั่งมีรายละเอียดมากจึงไม่สามารถทำให้ได้ในทันที เช้าวันต่อมาเมื่อช่างต้นมาถึงร้านในเวลาประมาณแปดโมงครึ่ง เขาก็เปิดภาพถ่ายนี้ขึ้นมาดูเป็นอย่างแรกและพูดว่า “เอ้า! นี่มันฟอนต์น้ำหมาน” พร้อมหันมาพยักพเยิดให้ผู้เขียนดู

ภาพที่ 3.10 รูปถ่ายป้ายไวนิลที่ลูกค้าต้องการให้ทำเลียนแบบ

“แบบนี้ก็ง่ายเลย” ผู้เขียนกล่าวให้เชิงให้กำลังใจ เนื่องจากงานที่มีองค์ประกอบหลายส่วนเช่นนี้น่าจะต้องใช้เวลาไม่น้อยจึงจะทำออกมาได้ใกล้เคียงกับที่ลูกค้าสั่ง แต่ในเมื่อทราบฟอนต์ที่ใช้แล้วก็ย่อมจะทำงานได้ง่ายขึ้น โดยที่ไม่ทราบแม้แต่น้อยว่าความจริงแล้วงานนี้ง่ายกว่านั้นมาก การที่ป้ายไวนิลดังกล่าวใช้ฟอนต์ของสมาน แปลว่ามีความเป็นไปได้สูงที่ร้านซึ่งออกแบบป้ายนี้จะอยู่ใน “กลุ่มแจกไฟล์ป้าย” เดียวกับที่ช่างต้นเป็นสมาชิกอยู่ เขาเปิดเฟซบุ๊ก เลื่อนดูโพสต์ในกลุ่มครู่หนึ่งก็พบไฟล์ต้นฉบับที่ตรงกับในภาพถ่ายไม่มีผิดเพี้ยน ช่างต้นดาวน์โหลดไฟล์มาจัดองค์ประกอบใหม่เล็กน้อย เปลี่ยนชื่อตำบลก็เป็นอันเสร็จ

“เสร็จแล้ว! เป็นไงผมทำเร็วมั้ย” ช่างต้นหันมาพร้อมรอยยิ้มกริ่ม ยื่นแฟลชไดรฟ์ให้ผู้เขียนนำไปสั่งพิมพ์ที่เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท



ภาพที่ 3.11 ไฟล์ที่ช่างต้นดาวน์โหลดมาจากกลุ่มแจกไฟล์ป้าย

การคิดค่าพิมพ์ป้ายไวนิลที่ร้านสีสันการป้าย มี 4 อัตราด้วยกัน คือ 120 บาท/ตรม. สำหรับพิมพ์ไฟล์ที่ลูกค้าเตรียมมาแล้ว หรือต้องการจัดวางตัวหนังสือเพียงเล็กน้อย (ภาพที่ 3.12) งานพิมพ์ลักษณะนี้ลูกค้าสามารถรอรับได้ทันทีหากสั่งทำจำนวนน้อย หากงานพิมพ์ต้องจัดวางตัวอักษรมากขึ้นและมีรูปภาพประกอบเล็กน้อยจะคิดราคาเพิ่มเป็น 150 บาท/ตรม. (ภาพที่ 3.13) ในกรณีที่ป้ายมีองค์ประกอบจำนวนมาก เช่นมีตัวอักษรต้องจัดวางเต็มพื้นที่ หรือมีภาพประกอบที่ต้องตกแต่ง (retouch) หรือตัดพื้นหลังออก (die cut) จะคิดราคา 200 บาท/ตรม. และในกรณีพิเศษเท่านั้นจึงจะคิดราคา 60 บาท/ตรม. ราคาทุนสำหรับพิมพ์ให้กับร้านป้ายที่รู้จักกันซึ่งไม่มีเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทเป็นของตัวเอง

ภาพที่ 3.12 งานพิมพ์ไวนิลราคา 120 บาท/ตรม. *ภาพที่ 3.13* งานพิมพ์ไวนิลราคา 150 บาท/ตรม.

จะเห็นว่าการคิดราคาเป็นการคิดตามขนาดของงานพิมพ์ หรือคำนวณเอาจากต้นทุนวัสดุเป็นสำคัญ หากหักลบราคาทุนที่พิมพ์ให้กับร้านพันธมิตรออกจากค่าพิมพ์ขั้นต่ำ ก็เท่ากับว่าค่าออกแบบป้ายไวนิลผืนหนึ่ง เริ่มต้นที่ตารางเมตรละ 60 บาทเท่านั้น แต่เงินจำนวนนี้ก็ไม่ได้เป็นการคิดค่าออกแบบโดยตรง เป็นการคิดจากฐานของความยุ่งยากและเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานมากกว่า กล่าวคือราคาที่เพิ่มขึ้นมานี้เป็น “ค่าเตรียมไฟล์” มากกว่าจะเป็นค่าออกแบบ สมานอธิบายว่า “พิมพ์ไวนิลมันกำไรน้อย เราต้องทำยังไงก็ได้ให้มันเสร็จไวที่สุด ถ้ามัวนั่งออกแบบเนี่ยไม่คุ้มหรอก” ดังนั้นงานออกแบบป้ายไวนิลจึงมักใช้วิธีดึงองค์ประกอบจากป้ายที่เคยทำมาแล้ว ดาวน์โหลดภาพจากอินเทอร์เน็ตหรือกลุ่มแจกไฟล์ป้ายมาวางประกอบกันเพื่อให้จบงานได้อย่างรวดเร็ว

ไฟล์ป้ายในกลุ่มเฟซบุ๊กที่ว่านี้มีทั้งที่แจกฟรีและขาย แบบที่ขายมีทั้งที่ขายเป็นรายชิ้น ชิ้นละ 200-300 บาท และแบบเสียค่าเข้ากลุ่มซึ่งมีทั้งแบบจ่ายครั้งเดียวและจ่ายเป็นรายปี คิดค่าเข้ากลุ่มที่ราคา 3,000 บาท เจ้าของกลุ่มเหล่านี้เกือบทั้งหมดเป็นเจ้าของร้านป้ายที่รับ

พิมพ์ป้ายไวนิลและอยู่ในธุรกิจนี้มานานแล้ว แต่เนื่องจากการพิมพ์ป้ายไวนิลมีสัดส่วนกำไรไม่สูงนัก พวกเขาจึงหารายได้เพิ่มจากการนำไฟล์ที่ออกแบบไว้มาขายให้ร้านป้ายอื่นๆ นำไปใช้ด้วย ส่วนคนทำป้ายมือใหม่ก็สามารถทดแทนต้นทุนของทักษะเชิงศิลปะรวมถึงเวลาในการออกแบบด้วยการซื้อไฟล์สำเร็จรูปเหล่านี้ไปปรับแต่งเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ไฟล์ป้ายที่มีขายครอบคลุมตั้งแต่ป้ายร้านค้าทั่วๆ ไป เช่น ลูกชิ้นปิ้ง ข้าวมันไก่ ร้านเสริมสวย ป้ายงานเทศกาลเช่น สงกรานต์ ลอยกระทง ไปจนถึงป้ายโครงการของรัฐ กลุ่มส่วนใหญ่เปิดให้สมาชิกดาวน์โหลดไฟล์ย้อนหลังได้ทั้งหมดไม่น้อยกว่า 1,000 ไฟล์ และมีแบบป้ายใหม่ๆ เพิ่มเข้ามาตามเทศกาลหรือความต้องการในเวลานั้นๆ หมายความว่าตั้งแต่แรกเข้ากลุ่ม ราคาของไฟล์ป้ายเหล่านี้อยู่ที่เฉลี่ยไฟล์ละ 2-3 บาทเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม ค่างานออกแบบไม่ได้สิ้นสุดเพียงเท่านี้ กลุ่มแจกไฟล์เหล่านี้มักมีสายสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นกับคนทำป้ายที่ผันตัวมาทำฟอนต์ ฟอนต์แบบใหม่ๆ ทำให้ไฟล์ป้ายของพวกเขาโดดเด่น เตะตามากขึ้น ไฟล์ป้ายกับฟอนต์เป็นสองส่วนที่แยกจากกัน หากสมาชิกดาวน์โหลดไฟล์ไปใช้โดยไม่มีฟอนต์ที่ใช้ในไฟล์นั้น เขาจะสามารถปรับขนาด สี และรูปลักษณ์ข้อความนั้นได้เล็กน้อย แต่ไม่สามารถแก้ไขข้อความได้ เพราะการพิมพ์ข้อความลงไปใหม่จำเป็นต้องใช้ฟอนต์เพื่อแสดงผลออกมา แน่นอนว่าสมาชิกยังคงใช้ประโยชน์จากพื้นหลัง ขอบ ภาพประกอบที่ตัดต่อและจัดวางมาอย่างสวยงาม และเปลี่ยนไปใช้ฟอนต์ที่ตนมีอยู่แล้วแทนได้ แต่ก็ย่อมไม่สวยงามเท่ากับใช้ฟอนต์ที่ออกแบบมาตั้งแต่แรก กระทั่งไฟล์ที่แจกฟรีจึงเป็นพื้นที่โฆษณาฟอนต์ในตัวของมันเองไปโดยปริยาย

สมานจะส่งฟอนต์ใหม่ๆ ให้เจ้าของกลุ่มแจกไฟล์ป้ายเหล่านี้นำไปใช้ฟรี ฟอนต์จากหนองบัวลำภูจะถูกส่งไปให้ร้าน “สนมอิงค์เจ็ท” ในจังหวัดสุรินทร์ “แม็ค ลำพูนดีไซน์” ที่ลำพูน “เอ๊กซ์ เมืองกาญจน์” ที่กาญจนบุรี “บุ๊ก นาเชือก” ที่มหาสารคาม ใช้ออกแบบป้ายเพื่อแจกหรือขายให้กับคนทำป้ายทั่วประเทศ วิธีการนี้ทำให้ ฟอนต์ “เคทีสมาน” มียอดขายเพิ่มขึ้น และมีลูกค้าจากหลายช่องทางมากขึ้นอีก ฟอนต์และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการพิมพ์ป้ายไวนิล ไม่ใช่สำหรับร้านป้ายแห่งใดแห่งหนึ่ง แต่เป็นเครือข่าย ที่ต่างต้องพึ่งพากัน แบบอักษรและไฟล์สำเร็จรูปช่วยลดต้นทุนให้คนทำป้ายหน้าใหม่ ในขณะเดียวกันร้านป้ายไวนิลที่เพิ่มจำนวนขึ้นก็กลับมาเป็นลูกค้าที่สร้างรายได้และยกระดับคนทำป้ายรุ่นเก่าให้กลายเป็นนักออกแบบ ค่าออกแบบ 60 บาทในการพิมพ์ไวนิลที่ร้านแห่งหนึ่งจึงอาจไม่ใช่ค่าตอบแทนของช่างกราฟิกประจำร้านนั้นเพียงคนเดียว แต่ยังส่งต่อไปยังนักออกแบบที่อยู่เบื้องหลังอีกหลายคนในหลายจังหวัดด้วย

3.2.2.3 เครื่องจักรเอาใจยาก

เมื่อปัจจัยสำคัญในการทำป้ายไวนิลสามารถใช้เงินซื้อได้ทั้งหมด นับตั้งแต่เครื่องพิมพ์ แบบอักษร ไปจนถึงงานออกแบบ งานพิมพ์ไวนิลอาจดูง่ายดายราวกับว่าคนทำป้ายเพียงแต่กดปุ่มสั่งงานเครื่องพิมพ์เท่านั้น ผู้เขียนแทบจะใช้งานเครื่องจักรนี้เป็นตั้งแต่วันแรกๆ ของ

การทำงาน ทว่าเมื่อเวลาผ่านไป แทนที่การใช้เครื่องพิมพ์นี้จะง่ายลง ผู้เขียนกลับพบว่ามีเรื่องยุ่งยากมากขึ้นทุกที ดังที่มักถูกเรียกว่าเป็นเครื่องจักรที่ “เอาใจยากที่สุด” ในร้านป้าย

เครื่องจักรที่ใช้ในร้านป้ายอาจแบ่งได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ ตามหลักการทำงานคือใช้วิธีเคลื่อนวัสดุ (roll to roll) หรือให้วัสดุอยู่นิ่งๆ (flatbed) วิธีแรกใช้ลูกกลิ้งหมุนป้อนแผ่นวัสดุให้เคลื่อนตามยาวผ่านหัวพิมพ์หรือหัวตัดที่เคลื่อนบนสายพานในแนวขวาง ส่วนวิธีหลังวัสดุจะถูกยึดให้แผ่ราบเหมือนอยู่บนเตียง แล้วหัวพิมพ์หรือหัวตัดเคลื่อนผ่านทั้งในแนวขวางและแนวยาว เครื่องพิมพ์หน้ากว้างสำหรับพิมพ์ป้ายมีทั้ง 2 ลักษณะที่ว่ามานี้ แต่ที่นิยมใช้กันมากกว่า และมีราคาถูกกว่าคือแบบแรก

สิ่งที่ต้องระมัดระวังในการใช้เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทแบบ roll to roll คือการทำงานของกลไกทั้ง 2 แกนจะต้องสอดประสานกันพอดี ผิววัสดุจะต้องเรียบเสมอกัน ไม่มีรอยยับ ไม่บวม ลูกกลิ้งจะต้องหมุนเคลื่อนวัสดุทีละน้อย เพื่อให้หัวพิมพ์แล่นผ่านพ่นหมึกลงมาทีละแถว สำหรับการพิมพ์ไวนิล หัวพิมพ์แล่นผ่านเพียง 2 ครั้ง (2-pass) ก็เพียงพอที่จะทำให้สีติดสมบูรณ์ เพราะหมึกโซลเวนท์ (solvent) มีคุณสมบัติในการกัดเนื้อพลาสติกของผ้าไวนิล หมึกจึงติดเข้าเนื้ออย่างรวดเร็วและทนทานโดยไม่จำเป็นต้องเคลือบอีก แต่หากพิมพ์วัสดุอื่น เช่น สติ๊กเกอร์ อาจต้องตั้งค่าให้พ่นหมึก 3 ครั้ง (3-pass) ขึ้นไป หัวพิมพ์บนสายพานจะเคลื่อนขนานไปกับแถบอ่านตำแหน่งหัวพิมพ์ (encoder strip) เพื่อให้พ่นหมึกซ้ำตำแหน่งเดิมได้อย่างแม่นยำ แถบนี้จึงต้องสะอาดปราศจากฝุ่นตลอดเวลา หากชิ้นส่วนใดๆ ก็ตามที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการนี้ทำงานผิดพลาดเพียงเล็กน้อย สีอาจเหลื่อมกันทำให้งานพิมพ์ไม่เรียบร้อย

ชิ้นส่วนที่ละเอียดอ่อนที่สุดของเครื่องพิมพ์คือหัวพิมพ์ ถังบรรจุหมึกสีที่ตั้งอยู่ข้างๆ เครื่องพิมพ์จะถูกปั๊มผ่านท่อเล็กๆ มายังหัวพิมพ์ซึ่งใช้ประจุไฟฟ้าควบคุมการพ่นละอองหมึกให้ออกมาผสมกันเป็นสีต่างๆ ทุกครั้งที่เปิดเครื่อง ช่างจะต้องกดปั๊มหมึกจากหัวพิมพ์ทั้ง 4 สีทิ้งไปเล็กน้อย จนหมึกไหลออกเป็นสายเล็กๆ สม่ำเสมอ หัวพิมพ์นี้สามารถอุดตันได้ง่าย เพื่อป้องกันการอุดตัน หัวพิมพ์จะพ่นละอองหมึกปริมาณน้อยออกมาตลอดเวลาแม้ไม่มีการสั่งพิมพ์ใดๆ ดังนั้นช่างจะเริ่มเปิดเครื่องเมื่อมีลูกค้ามาสั่งพิมพ์เท่านั้น เพราะการเปิดเครื่องไว้โดยไม่มีการสั่งพิมพ์คือการสูญเสียหมึกไปทุกวินาทีโดยไม่ได้ผลตอบแทน เมื่อปิดเครื่อง ช่างจะต้องหาวิธีหล่อเลี้ยงหัวพิมพ์ไว้ด้วยน้ำยาโซลเวนท์ ที่ร้านสีสันการป้ายใช้กระดาษทิชชูชุบโซลเวนท์รองด้วยถาดอะลูมิเนียมแล้วใช้ที่หนีบกระดาษหนีบติดไว้ทุกเย็นเมื่อปิดร้าน และจะต้องไม่ลืมนำออกทุกครั้งที่เปิดเครื่อง

นอกจากการบำรุงรักษาชิ้นส่วนต่างๆ ให้ทำงานเป็นปกติแล้ว ช่างยังต้องคำนึงถึงปัจจัยภายนอกที่ควบคุมได้ยากอีกหลายเรื่อง เช่น อุณหภูมิ ช่างต้นบอกว่า “เครื่องพิมพ์พวกนี้มันชอบอากาศเย็น ถ้าวันไหนร้อนๆ เครื่องมีปัญหาละ” อุณหภูมิที่เครื่อง “ชอบ” (operation temperature) ถูกระบุไว้ในสติ๊กเกอร์สีเหลืองบนฝาเครื่อง ว่าอยู่ที่ระหว่าง 18-28 องศาเซลเซียส

รวมถึงควรมีความชื้นอากาศอยู่ระหว่าง 40-60% แม้จะอ่อนไหวต่อสภาพอากาศมากแต่ช่างก็ไม่สามารถตั้งเครื่องนี้ในห้องติดเครื่องปรับอากาศ เพราะหมึกโซลเวนท์มีกลิ่นแรง จำเป็นจะต้องตั้งอยู่ในที่อากาศถ่ายเทสะดวกเท่านั้น ในวันที่อากาศร้อน ช่างอาจแก้ปัญหาเบื้องต้นโดยการปรับกระแสไฟฟ้าที่ควบคุมหัวพิมพ์สีที่มีปัญหา และร้านป้ายบางแห่งใช้วิธีแช่ถังหมึกพิมพ์ในถังน้ำแข็ง

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ช่างกลัวที่สุด ไม่ใช่อากาศร้อนแต่เป็นหนู เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทมีขนาดใหญ่และประกอบด้วยซอกมุมมากมาย จึงตกเป็นเหยื่อของหนูที่ชอบมาอาศัยอยู่ในเครื่องพิมพ์อุ่นๆ และสายไฟที่ถูกหนูแทะเพียงเส้นเดียวอาจทำให้ระบบล่มไปทั้งเครื่อง รวมถึงอาจเป็นอันตรายต่อช่างด้วย การวางกรงดักหนูจึงจัดเป็นส่วนหนึ่งของงานป้าย และในการวินิจฉัยสาเหตุเมื่อเครื่องทำงานผิดปกติ นอกจากจะต้องไล่เรียงดูชิ้นส่วนทั้งหมดที่ว่ามาข้างต้นแล้ว ก็ยังต้องมองหาร่องรอยเท้าของหนูตัวเล็กๆ บนเครื่องพิมพ์ด้วยเช่นกัน

การใช้งานเครื่องพิมพ์ที่ดูง่ายดายในตอนแรก แท้จริงแล้วยังคงต้องอาศัยความคุ้นเคยกับเครื่องจักรและวัสดุอยู่ไม่น้อย สำหรับผู้เขียน ขั้นตอนที่ยากที่สุดของงานพิมพ์ไวนิลคือการยกม้วนไวนิลขึ้นและลงจากเครื่องพิมพ์ ขั้นตอนนี้ต้องใช้สองคนช่วยกันตั้งแต่การยกม้วนไวนิลวางบนลูกกลิ้ง คนหนึ่งดึงไวนิลออกจากม้วน สอดไวนิลจากหลังเครื่อง ให้อีกคนหนึ่งดึงออกและกดคันโยกหนีบไวนิลด้านหน้าเครื่อง ในระหว่างขั้นตอนนี้จะต้องระวังไม่ให้มือไปถูกผิวไวนิล เพราะเหงื่อและไขมันจากมืออาจทำให้หมึกไม่ติดหรือเป็นรอยด่าง บริเวณที่จับได้จึงเป็นส่วนขอบเท่านั้น ในขณะเดียวกันก็ต้องระวังไม่ให้เกิดรอยยับ ลูกมือที่ทำหน้าที่นี้จึงต้องคุ้นเคยกับจังหวะการหมุนของลูกกลิ้งเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังต้องคุ้นเคยกับม้วนไวนิลที่มีหลายขนาดอีกด้วย จนกระทั่งวันท้ายๆ ของการทำงานผู้เขียนจึงได้รับความไว้วางใจให้ทำหน้าที่นี้บ้าง และยังคงต้องใช้ตลับเมตรวัดขนาดไวนิลทุกครั้งก่อนจะยกขึ้นเครื่อง

งานพิมพ์ไวนิลจึงไม่ได้อาศัยเพียงการกดปุ่ม แต่ยังต้องใช้ทักษะอีกหลายประการ เมื่อสั่งพิมพ์แล้วยังต้องคอยเฝ้าดูการทำงานอย่างใกล้ชิด เพราะหากเกิดอาการสีไม่ติด สีเหลื่อม เพี้ยน หรือขัดข้องในทางใดหนึ่งจะได้หยุดการทำงานได้ทันท่วงที เพื่อไม่ให้หมึกและไวนิลเสียไปโดยสูญเปล่า มีหลายครั้งที่ผู้เขียนรับหน้าที่นั่งเฝ้าเครื่องพิมพ์แต่กลับไม่สังเกตเห็นรายละเอียดความผิดเพี้ยนเล็กๆ เช่น สีฟ้าฟุ้งกระจายบริเวณขอบตัวหนังสือ แต่ช่างต้นและลูกมือคนอื่นๆ มองเห็นในทันที ความชำนาญที่กล่าวมาข้างต้นนี้เกิดจากประสบการณ์และการฝึกฝน งานพิมพ์ไวนิลจึงไม่ใช่งานไร้ทักษะอย่างที่มักถูกกล่าวหา แต่ยังคงมีลักษณะของงานฝีมือที่ต้องอาศัยทักษะในเชิงเทคนิคของผู้ใช้งานเครื่องพิมพ์ด้วย เป็นความจริงที่ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลอนุญาตให้คนทำป้ายรุ่นใหม่บางคนไม่ต้องทำงานออกแบบเองเลยแม้แต่น้อย แต่ก็จะต้องไม่ลืมว่าการที่ตัวอักษรและรูปภาพในไฟล์ที่ส่งมาจากที่อื่นจะปรากฏขึ้นบนแผ่นไวนิลได้อย่างคมชัด สวยงาม ก็ต้องใช้ไหวพริบ ความชำนาญหลายด้านเพื่ออำนวยการให้เครื่องจักรที่เอาใจยากเครื่องนี้ทำงานถ่ายทอดแบบออกมาได้ตรงความต้องการ

อดีตช่างเขียนป้ายหลายคนที่ยังคงทำงานป้ายอยู่ เช่น วัส ตัดสินใจที่จะไม่ซื้อเครื่องจักรชนิดนี้มาใช้ที่ร้าน แม้ว่าพวกเขาจะหันมาใช้คอมพิวเตอร์ทำงานออกแบบได้ และเครื่องพิมพ์จะมีราคาถูกลงมากแล้วก็ตาม เหตุผลสำคัญคือปัญหาจุกจิกในการดูแลเครื่องพิมพ์นี้เอง ด้วยความที่ร้านป้ายในต่างจังหวัดมักจะมีเครือข่ายของร้านป้ายในพื้นที่ คนทำป้ายจำนวนหนึ่งจึงรับงานพิมพ์ป้ายไวนิลโดยไม่ต้องมีเครื่องพิมพ์เป็นของตัวเอง เมื่อรับงานและออกแบบให้ลูกค้าเป็นที่น่าพอใจแล้วก็เพียงแค่ส่งไฟล์ให้กับเพื่อนคนทำป้ายที่มีเครื่องอิงค์เจ็ทช่วยพิมพ์ให้แทน

3.2.2.4 การออกแบบป้ายไวนิล

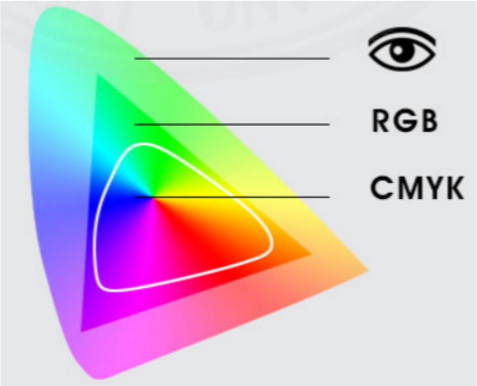
ป้ายไวนิลที่ออกแบบโดยช่างกราฟิกของร้านป้าย มีลักษณะเด่นคือการเลือกใช้สีสันฉูดฉาดและจัดองค์ประกอบเต็มพื้นที่ป้าย แนวทางดังกล่าวมักจะถูกนำไปเปรียบเทียบกับงานของนักออกแบบกราฟิกมืออาชีพที่มักจะเลือกใช้ชุดสีซึ่งมีโทนจัดจ้านน้อยกว่า และมักจะมีการ “ทิ้งสเปซ” หรือจัดวางองค์ประกอบให้มีพื้นที่ว่างรอบๆ องค์ประกอบที่ต้องการขับเน้น เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว แนวทางแรกมักถูกมองว่าเป็นผลมาจากความสุกเอาเผากินและขาดความคิดสร้างสรรค์ ข้อนี้ดูเหมือนจะสอดคล้องกับข้อมูลในส่วนก่อนหน้า อย่างไรก็ดี งานของช่างกราฟิกซึ่งเน้นหนักไปที่กระบวนการผลิต ก็มิได้ทำให้พวกเขาทอดทิ้งงานออกแบบไปโดยสิ้นเชิง ในทางตรงข้ามกระบวนการผลิตที่พวกเขาชำนาญการนี้ยังย้อนกลับมามีอิทธิพลต่องานออกแบบตั้งแต่ต้นด้วย

บนผนังเหนือที่นั่งทำงานของช่างต้น จะมีตารางอ้างอิงสีขนาดใหญ่ติดอยู่ ช่างต้นจะแหงนหน้าดูรหัสสีเป็นครั้งคราวขณะออกแบบป้าย ยกเว้นสีหลักๆ ที่ใช้เป็นประจำซึ่งเขาสามารถจำรหัสสีได้ขึ้นใจ นอกจากนี้ตารางสีนี้ยังใช้ประกอบการคุยกับลูกค้า โดยลูกค้าป้ายไวนิลสามารถเดินไปจิ้มสีที่ต้องการได้ แต่โดยมากมักเป็นการสั่งอย่างคร่าวๆ เช่น สีฟ้า สีชมพู และสีที่ว่านี้หมายถึงสีที่สว่างและสดที่สุดเสมอ ลูกค้าที่จิ้มเลือกสีเองมักเลือกสีใน 3 แถวบนสุด กระทั่งจิ้มสีเดียวกับที่ช่างต้นใช้เป็นประจำก็มี ดังนั้นแม้จะมีให้เลือกถึง 240 สี แต่สีที่ถูกใช้เป็นประจำมีอยู่ราวๆ 10 สีเท่านั้น

Ref. code: 25615808030646PUM

ภาพที่ 3.14 ตารางอ้างอิงสีสำหรับงานพิมพ์

เหตุผลที่ต้องเลือกสีจากตารางนี้แทนที่จะดูจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ เป็นเพราะสีที่แสดงผลในหน้าจอกับสีจากเครื่องพิมพ์นั้นไม่ตรงกันเสียทีเดียว สีในหน้าจอใช้ระบบผสมสีที่เรียกว่า RGB ซึ่งมาจากการผสมแสงสีแดง (red) เขียว (green) และน้ำเงิน (blue) ส่วนสีในการพิมพ์ใช้ระบบการผสมสีที่เรียกว่า CMYK ซึ่งมาจากการผสมสีฟ้า (cyan) บานเย็น (magenta) เหลือง (yellow) และดำ (key)[1] ระบบแรกมีสีน้อยกว่าเพราะสามแสงสามารถผสมกันเป็นแสงสีขาว และสีดำหมายถึงการที่ไม่มีแสงใดๆ ส่วนระบบหลังเป็นการผสมสีบนพื้นสีขาวและสีหลักทั้งสามผสมกันได้เป็นสีเทาเข้มที่ไม่ดำสนิท จึงต้องมีสีดำแยกต่างหาก สีในระบบ RGB จะแสดงผลได้ใกล้เคียงสีที่ดวงตาเห็นมากกว่า เนื่องจากมีความสว่างในตัวเอง ในขณะที่หมึกสี CMYK สะท้อนแสงเข้าสู่ดวงตาอีกทีหนึ่ง (ภาพที่ 3.15) ความเข้มของสีหมึกพิมพ์จึงขึ้นอยู่กับว่าวัสดุที่ใช้พิมพ์สามารถดูดซับสีและสะท้อนแสงได้มากน้อยเพียงใดอีกด้วย



ภาพที่ 3.15 ขอบเขตของสีที่ดวงตามองเห็น ขอบเขตของสีในระบบ RGB และ CYMK
จาก http://www.thaisignmaker.com/inkjetsociety/fundamental/09-primary-color/

---

[1] ใช้ K “key” แทน “black” เพื่อป้องกันไม่ให้สับสนตัวย่อ B เป็น Blue

Ref. code: 25615808030646PUM

นักออกแบบกราฟิกหรือผู้ใช้โปรแกรมมือสมัครเล่น มักคุ้นเคยกับการมองสีในระบบ RGB มากกว่า เพราะงานออกแบบที่พวกเขาทำอาจไม่จำเป็นต้องนำไปผลิตเลยด้วยซ้ำ เช่น ใช้ในเว็บไซต์ หรือสื่อสังคมออนไลน์ หากนำไปผลิตเป็นสิ่งพิมพ์ก็มักเป็นการแปลงสีให้เป็นระบบ CMYK แล้วจึงติดตามไปควบคุมให้สีออกมาใกล้เคียงกับที่ออกแบบไว้ในตอนแรกมากที่สุด สิ่งที่มักเกิดขึ้นกับนักออกแบบมือสมัครเล่นคือการเลือกสีที่อยู่นอกขอบเขต (range) ของสีหมึกพิมพ์ ทำให้เมื่อพิมพ์ออกมาแล้วสีซีด กลืนไปกับสีอื่น หรือมืดจนมองไม่เห็นรายละเอียด ในทางกลับกัน ช่างกราฟิกคุ้นเคยกับการมองสี CMYK มากกว่า เพราะการดูแลกระบวนการพิมพ์ของเครื่องอิงค์เจ็ทคืองานหลักของพวกเขา แม้จะใช้โปรแกรมเดียวกัน แต่ช่างกราฟิกไม่ได้มองเห็นสีเดียวกับที่นักออกแบบกราฟิกเห็น พวกเขามองผ่านไปยังผลสุดท้ายของการพิมพ์เสมอ ช่างกราฟิกจึงเลือกสีจากตารางอ้างอิงระบบ CMYK แล้วกรอกรหัสกลับเข้าไปเป็น RGB เพื่อให้มั่นใจว่าสีที่พิมพ์ออกมาจะตรงกับที่ตาเห็นในตอนแรก นอกจากนี้ การออกแบบป้ายไวนิลยังต้องคำนึงถึงการใช้งานของลูกค้าซึ่งมักนำไปใช้กลางแจ้ง และตั้งใจว่าจะใช้เป็นเวลานาน เมื่อเจ้าของร้านเสริมสวยบอกว่า “พี่ชอบสีชมพู” ช่างจึงเปิดหน้าต่างรหัสสีขึ้นมากรอกค่า R:255 G:0 B:255 สีชมพูสีสดและสว่างที่สุดลงไปทันที (ดูตัวอย่างได้จากภาพที่ 3.13) เพราะสีชมพูสดนี้ย่อมจะคงความสดไว้ได้ในเดือนแรกเท่านั้น ก่อนจะค่อยๆ ซีดจางลงไปตามเวลา

หลักเกณฑ์การเลือกสีข้างต้นนี้เป็นบทเรียนแรกที่ผู้เขียนได้รับในสัปดาห์แรกของการทำงานออกแบบในร้านป้าย บทเรียนต่อมาคือป้ายจะต้องจัดองค์ประกอบให้เต็มแน่นเสมอ หากมีพื้นที่ว่างก็อาจเพิ่มตัวการ์ตูน หรือภาพประกอบลงไปได้โดยไม่ต้องปรึกษาลูกค้าก่อน ครั้งหนึ่งช่างต้นถึงกับเพิ่มสโลแกน “รวดเร็ว..ทันใจ” ลงไปในป้ายร้านบริการส่งแก๊สหุงต้มซึ่งเป็นป้ายแนวตั้ง แต่ข้อความที่ลูกค้าสั่งมามีเพียงไม่กี่บรรทัด ป้ายจึงมีที่ว่างมากเกินไป ในทัศนะของช่างต้นการปล่อยให้มีที่ว่างทำให้ป้ายดูโหรงเหรงและไม่สวย ในสัปดาห์แรกผู้เขียนพยายามจัดองค์ประกอบให้ได้ตามนี้ แต่ช่างต้นและลูกค้าก็มักมีความเห็นว่าแบบที่ผู้เขียนทำยังโล่งไปเสมอ ดังนั้นเรื่องนี้จึงไม่ใช่รสนิยมของช่างเพียงฝ่ายเดียว แต่รวมถึงลูกค้าด้วย

แนวทางการออกแบบข้างต้นนี้ไม่ใช่สิ่งที่เพิ่งเกิดขึ้น หากย้อนกลับไปดูงานเขียนป้ายยุคก่อนหน้า ก็จะเห็นว่าองค์ประกอบและสีของป้ายเป็นเช่นนี้มานานแล้ว ตั้งแต่ในสมัยที่นักออกแบบกราฟิกยังทำงานกับโรงพิมพ์เป็นหลัก ป้ายเป็นสื่อสำหรับใช้กลางแจ้งที่ถูกมองจากระยะไกล และอาจใช้เวลามองไม่นานนัก โดยเฉพาะป้ายริมถนนในต่างจังหวัด ดังนั้นข้อความจึงต้องชัดเจน เห็นได้แต่ไกล นอกจากนี้สาร (message) ของป้ายก็มักสั้นและเรียบง่าย เช่น ให้ข้อมูลว่าร้านนี้ขายอะไร ถ้อยคำที่ใช้โฆษณาก็มักเป็นคุณสมบัติของสินค้าหรือบริการนั้น เช่น “สดใหม่” “รวดเร็ว” และอาจเพิ่มความน่าเชื่อถือด้วยชื่อของเจ้าของธุรกิจนั้น กลวิธีสื่อสารต่างๆ เหล่านี้ยังคงใช้ต่อมาใน

ยุคดิจิทัล ที่เพิ่มเติมขึ้นมาคือป้ายไวนิลสามารถเพิ่มรูปสินค้า หรือใบหน้าของลูกค้าลงไปได้ตามความต้องการ

ในอีกด้านหนึ่ง สิ่งพิมพ์ซึ่งออกแบบโดยนักออกแบบกราฟิกเป็นสื่อที่ถูกมองจากระยะใกล้กว่า และใช้เวลามองนานกว่ามาก เช่นในหน้าหนังสือ นิตยสาร หรือโปสเตอร์ หรือแม้แต่ป้ายโฆษณาขนาดใหญ่ในเวลาต่อมาก็มักถูกออกแบบให้ถูกมองโดยเชื่อมโยงกับตราสัญลักษณ์ สี แบบอักษร หรือที่เรียกว่าอัตลักษณ์องค์กร (corporate identity) ซึ่งปรากฏอยู่ทั่วไป ไม่ใช่ป้ายที่สื่อสารจบในตัวของมันเอง ป้ายโฆษณาของแบรนด์ที่มีมูลค่าสูงไม่จำเป็นต้องให้ข้อมูลว่าสินค้าของพวกเขามีวางจำหน่ายที่ไหนเลยด้วยซ้ำ เพราะสารของป้ายลักษณะนี้ไม่ได้มุ่งชี้ทางไปยังสินค้าโดยตรง จอห์น เบอเจอร์ เรียกสิ่งที่ป้ายโฆษณาต้องการนำเสนอว่า “ความเย้ายวน” (glamour) ซึ่งชวนให้ผู้มองจินตนาการว่าตนเองได้เป็นเจ้าของสิ่งเหล่านั้น กระทั่งนึกอิจฉาตัวเองในมโนภาพนั้น (Berger, 1972) ความรู้ด้านการออกแบบกราฟิกพัฒนาขึ้นมาบนพื้นฐานของความต้องการที่จะบรรลุผลดังว่า

เป้าหมายที่แตกต่างกัน นำมาสู่แนวทางการออกแบบที่แตกต่างกัน เพื่อจะบรรลุเป้าหมายแบบแรก ป้ายต้องมีสีสด ใช้พื้นที่ป้ายให้เต็มที่เพื่อให้เห็นชัด และให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนที่สุดเท่าที่จะบรรจุลงไปได้ ความคุ้นเคยที่คนทั่วไปมีต่อป้ายลักษณะนี้ทำให้แนวทางการออกแบบนี้กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไปในที่สุด เมื่อช่างเขียนป้ายหันมาใช้คอมพิวเตอร์ พวกเขาจึงพยายามคงแนวทางนี้เอาไว้ อย่างไรก็ตาม แม้การออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์จะทำให้การผสมสีและใส่รูปภาพสะดวกขึ้น แต่สิ่งที่กลายเป็นอุปสรรคก็คือการจัดวางตัวอักษร เพราะในสมัยที่เขียนมือ ช่างสามารถที่จะเขียนตัวอักษรให้แคบ กว้าง หนา บาง ปรับไปตามพื้นที่ป้ายได้ราวกับมี สไตล์ (style) ไม่จำกัด ทว่าฟอนต์ในคอมพิวเตอร์อาจมีให้เลือกอย่างมากที่สุดราว 20 แบบเท่านั้น และยิ่งมีหลายน้ำหนัก ราคาก็ยิ่งแพงขึ้นตามไปด้วยจนอาจเกินกำลังซื้อของร้านป้ายขนาดเล็ก

ภาพที่ 3.16 ทีมงานปีนังโฆษณากำลังติดตั้งป้ายไม้อัดที่วัสเป็นผู้เขียน เมื่อปี พ.ศ. 2549

จากตัวอย่างป้ายเขียนมือในภาพที่ 3.16 จะเห็นว่าแม้แต่ในบรรทัดเดียวกัน ตัวอักษรเดียวกันก็ไม่ได้มีสัดส่วนตรงกันเลย ตัว พ.พาน อาจถูกบีบให้สอบลงเพื่อรับกับแนวโค้งของบรรทัด ส่วนปลายของ ณ.เณร สามารถหนาขึ้นและล้ำออกไปในที่ว่างที่ปลายบรรทัดได้เช่นเดียวกับตัว น.หนู และไม้หันอากาศในบรรทัดล่างสุด การเขียนแบบฟรีแฮนด์ (freehand) ทำให้เกิดจังหวะระหว่างตัวอักษรทุกตัวโดยธรรมชาติ และทำให้ช่างเขียนป้ายทุกคนเป็นเหมือนนักจัดวางตัวอักษร (typographer) แต่ไม่ได้ใช้ตัวพิมพ์ (type) การจัดวางตัวอักษรของช่างเขียนป้ายเกิดขึ้นอย่างลื่นไหลต่อเนื่องในคราวเดียวด้วยการขยับร่างกายตวัดพู่กัน ในขณะที่นักจัดวางตัวอักษรที่ทำงานออกแบบกราฟิก นำตัวพิมพ์ที่คงรูปร่างแน่นอนมาจัดวาง

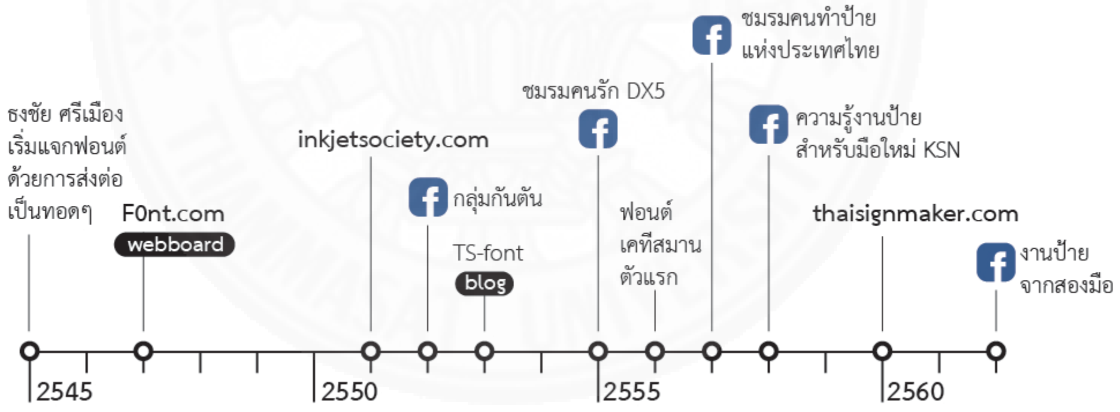
เมื่อตัวอักษรอยู่ในรูปดิจิทัล นักออกแบบกราฟิกจึงทำงานสะดวกขึ้นมาก เพราะพวกเขาสามารถดัดแปลงตัวอักษรได้มากกว่าที่เคย ทว่าในทางกลับกัน ช่างเขียนป้ายไม่เพียงแต่ทำงานออกแบบยากขึ้น แต่ยังสูญเสียพื้นที่ในการแสดงตัวตนของพวกเขาไปในคราวเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้นยังถูกมองว่าขาดความรู้ความเข้าใจในการออกแบบอีกด้วย ช่างกราฟิกมักทำในสิ่งที่นักออกแบบมืออาชีพถือว่าเป็นเรื่องต้องห้าม คือการบีบหรือยืดตัวหนังสือให้ผิดไปจากสัดส่วนเดิม นักออกแบบกราฟิกถือว่าฟอนต์ถูกออกแบบมาอย่างดีแล้ว สิ่งที่ทำได้คือการนำไปจัดองค์ประกอบให้สวยงามลงตัวเท่านั้น ที่ถือกฎเกณฑ์เช่นนี้เพราะนักออกแบบกราฟิกทำงานบนสมมติฐานของการบริหารที่ว่างให้เกิดจังหวะ ฟอนต์จึงสามารถจัดให้ลงตัวระหว่างที่ว่างได้เสมอ ส่วนช่างกราฟฟิกที่เป็นอดีตช่างเขียนป้าย ทำงานบนสมมติฐานที่จะใช้ที่ว่างให้คุ้มค่าที่สุด ในสัปดาห์แรกๆ ผู้เขียนรู้สึกอึดอัดอย่างยิ่งที่ต้องใช้เครื่องมือปรับขนาด (transform) โดยไม่กดปุ่ม shift (ไม่คงสัดส่วนเดิม) แต่เมื่อผ่านไปเกือบหนึ่งเดือน จึงได้พบว่าความจริงแล้วการปรับโดยอิสระนี้มีหลักการบางอย่างอยู่ คือสามารถบีบหรือยืดได้พอประมาณ เท่าที่จะไม่ทำให้รู้สึกว่าน่าเกลียดเท่านั้น และในหลายกรณีช่างต้นก็พยายามอธิบายเรื่องนี้กับลูกค้าว่า ป้ายแนวตั้งไม่สามารถจะใส่ข้อความยาวๆ ในบรรทัดเดียวกันได้ กระทั่งหาทางออกให้กับลูกค้าได้ในที่สุด การจัดองค์ประกอบให้เต็มแน่นจึงไม่ได้เกิดจากการขาดความรู้ในการออกแบบ ทว่าเป็นผลมาจากสมมติฐานการใช้ที่ว่างซึ่งแตกต่างกัน และการปรับตัวอักษรผิดสัดส่วนก็เป็นความพยายามที่จะชดเชยสิ่งที่ขาดหายไป

3.3 เครือข่ายช่างฝีมือกับอินเทอร์เน็ต

ข้อมูลที่ผ่านมาในบทนี้ ว่าด้วยการทำป้ายสองส่วน ได้แก่โครงสร้าง (structure) และพื้นผิว (surface) ของป้ายตามลำดับ จะเห็นว่าวิธีการทำงานในส่วนแรกไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปมากนักและได้รับประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตอย่างชัดเจน ในขณะที่ส่วนที่สองถูกพลิกโฉมไปโดยสิ้นเชิง การเปลี่ยนแปลงในส่วนหลังนี้ได้เคลื่อนวิถีปฏิบัติ (practice) ของการทำป้ายให้มาอยู่ในพื้นที่ดิจิทัลอย่าง

ที่ช่างฝีมือชนิดอื่นๆ ไม่สามารถทำได้ ช่างทอผ้า ช่างปูนปั้น อาจใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ หรือแบบสำหรับผลิตชิ้นงานได้ แต่ยังคงต้องใช้ทักษะร่างกายเป็นหลักในการผลิตชิ้นงานเช่นเดิม ในขณะที่คนทำป้ายสามารถแลกเปลี่ยนฟอนต์และไฟล์เพื่อใช้งานกับเครื่องจักรได้โดยตรง

ข้อมูลในส่วนก่อนหน้าแสดงให้เห็นว่ากระบวนการที่เครื่องจักรถูกผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของร้านป้ายไม่ได้เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน แต่มีพัฒนาการอย่างค่อยเป็นค่อยไป ช่างแต่ละคนไม่ได้เปลี่ยนแปลงการทำงานในรูปแบบเดียวกันไปเสียทั้งหมด และไม่ได้สัมพันธ์กับการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตโดยตรง จะเห็นว่าสมานยังต้องอาศัยหนังสือและแผ่นซีดีเมื่อเริ่มหัดใช้งานคอมพิวเตอร์และเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ในช่วงแรก กล่าวคือทักษะการด้นสดปรับเข้าหาเทคโนโลยีดิจิทัลตั้งแต่ก่อนหน้าเครือข่ายสังคมออนไลน์ แล้วจึงเป็นเงื่อนไขที่ทำให้การทำงานป้ายสามารถเชื่อมต่อกันผ่านอินเทอร์เน็ตได้ในเวลาต่อมา ในข้อนี้สอดคล้องกับข้อเสนอของแดเนียล มิลเลอร์ (Daniel Miller) ซึ่งชี้ว่าผู้คนเป็นฝ่ายมีอิทธิพลต่อสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าจะเป็นในทางกลับกัน ตามชื่อหนังสือ *How the World Changed Social Media* (Miller et al., 2016) กลุ่มเฟซบุ๊กและเครือข่ายคนทำป้ายซึ่งเป็นพื้นที่แบ่งปันปัจจัยการผลิต เป็นผลรวมของวิถีปฏิบัติในร้านป้ายและชุมชนออนไลน์หลายชุมชนที่มีมาก่อนดังสรุปไว้ในรูปที่ 3.17



รูปที่ 3.17 ลำดับเวลาแสดงจุดเริ่มต้นของกิจกรรมและชุมชนของคนทำป้ายในอินเทอร์เน็ตระหว่างปี พ.ศ. 2545-2562

3.3.1 ยุคก่อนเฟซบุ๊ก

ผู้เขียนเรียกช่วงเวลาก่อนปี พ.ศ. 2555 ว่า “ยุคก่อนเฟซบุ๊ก” พิจารณาจากการก่อตั้งกลุ่มเฟซบุ๊กที่กระจุกตัวกันอยู่นับตั้งแต่ปีดังกล่าวเป็นต้นไป แม้จะมีบางกลุ่มก่อตั้งขึ้นก่อนหน้าแต่ยังไม่ใช่การรวมตัวกันเป็นกลุ่มขนาดใหญ่ที่มีสมาชิกหลายพันคน

ธงชัย ศรีเมือง ผู้เป็น “อาจารย์” ของสมาชิกกลุ่มกันตัน เริ่มทดลองทำฟอนต์ใช้มาตั้งแต่ในราวปี พ.ศ. 2545 ส่งต่อผ่านอีเมล (e-mail) และฝากเผยแพร่ทางเว็บไซต์ของคนรู้จักที่เป็น

การเผยแพร่ทางเดียวเป็นหลัก ฟอนต์ TS ของเขากระจัดกระจายอยู่ตามแหล่งต่างๆ จนกระทั่งเขาเปิดบล็อกเป็นของตนเองในปี พ.ศ. 2553 แม้กระนั้น ฟอนต์จำนวนมากที่พัฒนาเอาไว้ในสมัยที่ยังเข้ารหัสแบบแอสกี (ascii) ก็ยังไม่ถูกนำมาปรับปรุงให้เป็นยูนิโค้ด (unicode) จนกระทั่งหลังปี พ.ศ. 2556

ช่างเขียนป้ายหลายคนเริ่มใช้อินเทอร์เน็ตหาความรู้และดาวน์โหลดไฟล์ทั้งที่ถูกและไม่ถูกกฎหมายมาก่อนที่เฟซบุ๊กจะเป็นที่นิยม ชุมชนออนไลน์ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการทำฟอนต์โดยมือสมัครเล่น คือเว็บบอร์ดชื่อ f0nt (แทนที่ตัว o ด้วยเลข 0 อารบิก) จุดเริ่มต้นของเว็บไซต์นี้เกิดขึ้นจากการที่ปรัชญา สิงห์โต (ไอ้แอนนนนน) นักศึกษาคณะสถาปัตยกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากรอยากทดลองทำฟอนต์ลายมือของตัวเองเพื่อใช้นำเสนองานวิทยานิพนธ์ต่ออาจารย์ โดยตั้งชื่อฟอนต์ตัวแรกว่า iannnnnUBC ล้อเลียนตระกูล UPC ซึ่งถูกใช้กันอย่างแพร่หลาย ผลปรากฏว่า เมื่อนำมาเผยแพร่ในบล็อกส่วนตัวก็ได้รับความนิยมอย่างสูง ถูกดาวน์โหลดไปใช้จำนวนมาก ประกอบกับการที่มีคนจำนวนหนึ่งในเว็บบอร์ด “freemac.net” กำลังสนใจการทำฟอนต์ เขาจึงตัดสินใจจดทะเบียนเว็บไซต์และสร้างเว็บบอร์ดใหม่เพื่อการนี้โดยเฉพาะ (ปรัชญา สิงห์โต, 2548) อย่างไรก็ดี เขาเล่าว่าในช่วงแรก กลุ่มคนที่เข้ามาใช้งานเว็บบอร์ดส่วนใหญ่เป็นนักเรียน นักศึกษา หรือก็คือ “คนที่มีตังค์ต่อเน็ต” ในช่วงปีแรกๆ เว็บ f0nt จึงไม่ได้เป็นเว็บฟอนต์เท่าใดนัก แต่เป็นที่ซึ่งคน “มาหาสังคม” ในยุคก่อนที่เครือข่ายสังคมออนไลน์ยังไม่เป็นที่นิยม ฟอนต์ส่วนใหญ่ในระยะแรกจึงมักเป็น “ฟอนต์ลายมือแบบลำลองๆ ไม่ได้มืออาชีพมาก” โดยผู้ที่สามารถเข้าถึงคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตอยู่แล้ว และเพียงแค่อยากจะทดลองทำฟอนต์สักแบบหนึ่งเช่นเดียวกับที่ปรัชญาทำมาก่อน บทสนทนาในเว็บบอร์ดเกินครึ่ง เป็นเรื่องที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำฟอนต์ แต่เป็นการคุยเรื่องสัพเพเหระ เรื่องตลก การเมือง ไปจนถึงการวางแผนอนาคตชีวิตของแต่ละคน

สถานการณ์นี้เริ่มเปลี่ยนไปหลังปี พ.ศ. 2552 เขาเล่าว่า “พอโซเชี่ยลมันเกิด มันก็เติบโตไปตามการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต คนก็ยักย้ายถ่ายเทไปอยู่ที่อื่น” สมาชิกเว็บฟอนต์ทยอยหันไปใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์อื่นๆ และเข้ามาใช้เว็บบอร์ดน้อยลงเรื่อยๆ แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีสมาชิกกลุ่มใหม่ซึ่งปรัชญาเรียกว่า “เซียนป้าย” เข้ามาเป็นสมาชิกใหม่ คนกลุ่มนี้ก็คือสมาน วัส ธงชัย และสมาชิกกลุ่มกันตันนั่นเอง สมาชิกกลุ่มใหม่นี้เข้ามาด้วยวัตถุประสงค์ที่แน่วแน่เพียงประการเดียวเท่านั้น คือการหาความรู้เพื่อทำฟอนต์ใช้เอง และทำให้ห้องสนทนาในหมวดหมู่ที่เกี่ยวกับการทำฟอนต์คึกคักขึ้นมาก ปรัชญากล่าวว่า “กลายเป็นว่าตอนนี้คนที่ยังใช้เว็บ f0nt อยู่ส่วนใหญ่คือคุยกันเรื่องฟอนต์ ตลกดี มันกลายเป็นเว็บฟอนต์จริงๆ” (ปรัชญา สิงโต, สัมภาษณ์, 12 ธันวาคม 2560)

แม้การรวมกลุ่มกันตันจะเริ่มต้นในเฟซบุ๊ก แต่เว็บบอร์ด f0nt.com ซึ่งเป็นแพลทฟอร์ม (platform) ที่เก่ากว่า กลับมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาฟอนต์ของคนทำป้ายอย่างยิ่ง เหตุเพราะเว็บบอร์ดมีรูปแบบการบันทึกการสนทนาที่เป็นระเบียบคล้ายตู้เอกสาร มีการแบ่งหมวดหมู่

เป็นลิ้นชักย่อยๆ มีหัวเรื่องที่ชัดเจนและสืบค้นได้ง่าย ต่างจากสื่อสังคมออนไลน์ที่เน้นการสนทนาที่ทันต่อปัจจุบัน (real time) ซึ่งทำให้การพูดคุยลื่นไหลต่อเนื่องมากกว่าเว็บบอร์ด แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้บทสนทนาในอดีตยากแก่การค้นคืนเช่นกัน

3.3.2 ยุคเฟซบุ๊ก

จุดอ่อนข้างต้นของเฟซบุ๊ก ทำให้เว็บไซต์ซึ่งเป็นการสื่อสารแบบด้านเดียวกลับมามีบทบาทอีกครั้ง เว็บ inkjetsociety.com และ typosociety.com ถูกควบรวมเข้ากับ thaisignmaker.com ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งทำให้เว็บไซต์หลังสุดนี้กลายเป็นแหล่งข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการทำงานป้ายที่ครบถ้วนที่สุด นับตั้งแต่การออกแบบ การเลือกใช้ฟอนต์ การพิมพ์ไวนิล การทำอักษรโลหะ ไปจนถึงการทำป้ายไฟ LED และที่สำคัญคือมีหน้าแสดงตัวอย่างฟอนต์ที่จัดหมวดหมู่เพื่อให้สืบค้นได้ง่าย สามารถกรอกตัวกรอง (filter) เพื่อเลือกดูฟอนต์เฉพาะแนวต่างๆ เช่น คลาสสิก ทางการ ลายมือ สปอร์ต ฯลฯ อย่างไรก็ตาม เมื่อผู้ชมตัดสินใจคลิกสัญลักษณ์รถเข็น “สั่งซื้อ” เว็บไซต์ดังกล่าวไม่ได้พาผู้ใช้ไปยังหน้าเลือกชำระเงินแบบเว็บไซต์ขายสินค้าออนไลน์แต่อย่างใด ผู้ใช้จะถูกนำทางไปยังหน้าเฟซบุ๊กส่วนตัวของสมาน และการซื้อขายทั้งหมดจะเกิดขึ้นผ่านกล่องข้อความโดยการสนทนากับสมานโดยตรง

เฟซบุ๊กเป็นแพลทฟอร์ม (platform) สังคมออนไลน์ที่คนทำป้ายนิยมใช้มากที่สุด กลุ่มที่มีการคัดกรองสมาชิกอย่างเข้มงวดที่สุดได้แก่ “ชมรมคนทำป้ายแห่งประเทศไทย” มีสมาชิกกว่า 2 พันคน ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2557 และ “ความรู้งานป้ายสำหรับมือใหม่ KSN” เป็นกลุ่มที่เข้มงวดน้อยกว่า ก่อตั้งขึ้นในปีถัดมา กลุ่มหลังนี้มีสมาชิกถึงกว่า 1 หมื่นคน และมีการโพสต์สอบถามแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับงานป้ายในปริมาณสูงกว่ามาก แต่มีกฎห้ามไม่ให้คุยเรื่อง “ราคาทุน” ในขณะที่กลุ่มแรกเปิดให้คุยได้อย่างเปิดเผย กลุ่มเฟซบุ๊กเหล่านี้จึงไม่ได้เพียงกำหนดหัวข้อหรือเนื้อหาของการสนทนาแบบห้องสนทนาในเว็บบอร์ด แต่ยังมีระดับชั้นของการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ต่างกัน มีกติกาและข้อห้ามที่แตกต่างกันออกไปด้วย

ช่วงเวลาที่กลุ่มเหล่านี้ก่อตั้งขึ้น สอดคล้องกับที่พนักงานขายในงานแสดงสินค้าและเทคโนโลยีการพิมพ์หลายรายให้ข้อมูลกับผู้เขียนว่า เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทเคยเป็นสินค้าที่ขายดีมากมาจนถึงในราวปี พ.ศ. 2557 บางบริษัทสามารถขายได้มากกว่า 10 เครื่องต่อเดือน แต่เมื่อผู้เขียนเริ่มเก็บข้อมูลในปี พ.ศ. 2560 ยอดขายเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทลดลงมาเหลือเพียงเดือนละ 2-3 เครื่องเท่านั้น แม้จะเป็นผู้ค้ารายใหญ่ก็ตาม กล่าวคือตลาดเครื่องพิมพ์เริ่มอยู่ตัวและเป็นการซื้อเพื่อทดแทนเครื่องเดิมมากกว่าที่จะเป็นการซื้อเครื่องแรก จะเห็นว่ากลุ่มเฟซบุ๊กที่ตั้งขึ้นเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องพิมพ์อย่าง “ชมรมคนรัก DX5” ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 ในช่วงที่ยังมีผู้ใช้หน้าใหม่เพิ่มขึ้นมาก และเมื่อสมานทำฟอนต์ตัวแรกออกมาในปี พ.ศ. 2556 จำนวนผู้ใช้เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทก็มีมาก

พอที่จะเป็นฐานรองรับการซื้อขายฟอนต์และไฟล์ป้าย ทำให้คนทำป้ายกลุ่มหนึ่งสามารถเลื่อนชั้นขึ้นไปเป็น "คนทำฟอนต์" หรือผู้ผลิตไฟล์ป้ายได้

ในกลุ่มที่มีสมาชิกจำนวนมากที่สุดอย่าง "ความรู้งานป้ายสำหรับมือใหม่ KSN" จะมีการโพสต์ราววันละ 6-7 โพสต์ และมีการแสดงความเห็นอย่างมาก 10-15 ครั้งในโพสต์นั้น ขึ้นอยู่กับว่าเนื้อหาของโพสต์นั้นน่าสนใจและชวนให้มีส่วนร่วมแสดงความเห็นมากน้อยเพียงใด โพสต์ถามคำถามบางประเภทจบการสนทนาตั้งแต่ความเห็นแรกที่ให้คำตอบเป็นที่น่าพอใจ บางคำถามเรียกร้องให้มีการถกเถียงกันต่อมา แต่ในบรรดาหัวข้อสนทนาเกี่ยวกับเทคนิคการพิมพ์ การติดตั้งงาน ถามชื่อฟอนต์ ชวนคุยเรื่องแบบงานป้ายของส่วนราชการ ฯลฯ ประเด็นที่คนทำป้ายให้ความสนใจแสดงความเห็นอย่างเผ็ดร้อนที่สุดเสมอ คือเรื่องว่าด้วยการจับลิขสิทธิ์

เมื่อมีข่าวการจับกุมและยึดเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ของร้านสติ๊กเกอร์แห่งหนึ่งที่จังหวัดชัยภูมิ ในเดือนกรกฎาคมปี พ.ศ. 2561 (สยามรัฐออนไลน์, 2561) กลุ่มเฟซบุ๊กของคนทำป้ายทั้งหมดก็กลายเป็นพื้นที่ระบายความเดือดดาลต่อความไม่ยุติธรรมในการเลือกดำเนินคดีกับคนทำป้ายรายเล็กๆ ในทันที โพสต์ข่าวเดียวกันนี้ในทุกกลุ่มมีสมาชิกร่วมแสดงความเห็นนับร้อยรายการภายในวันเดียว แน่นอนว่าเหตุการณ์ลักษณะนี้เป็นเรื่องปกติในอินเทอร์เน็ตโดยทั่วไป แต่คนทำป้ายไม่ได้หยุดเพียงเท่านั้น พวกเขาสามารถระดมเงินช่วยเหลือหลายหมื่นบาท ส่งความช่วยเหลือไปยังชัยภูมิในเวลาสองถึงสามวันถัดมา และช่วยให้เจ้าของร้านคนนั้นสามารถกลับมาเริ่มต้นทำงานได้อีกครั้ง

เครือข่ายของคนทำป้ายที่แบ่งปันข้อมูลข่าวสาร สืบทอดความรู้ แลกเปลี่ยนปัจจัยการผลิต และปกป้องซึ่งกันและกันคล้ายกับเป็นกิลด์ช่างนี้ ไม่ได้เกิดขึ้นโดยเป็นผลพวงจากการมีเฟซบุ๊ก จะเห็นว่าทักษะการด้นสดที่ผนวกเอาเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของงานป้าย การริเริ่มทำฟอนต์ หรือแม้แต่การสร้างเครือข่ายช่างเขียนป้ายในพื้นที่ของตน เป็นวิถีปฏิบัติของช่างที่ทำต่อเนื่องมาก่อนหน้าแล้ว เฟซบุ๊กเพียงแต่เป็นช่องทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่เหมาะเจาะและมีพื้นที่สำหรับสนทนาที่ตอบโจทย์การรวบรวมคนทำป้ายจำนวนมากเข้ามารวมอยู่ในที่เวกัน คำ "คนทำป้าย" ที่ถูกประดิษฐ์ขึ้นจึงเป็นผลรวมของกระบวนการที่กินเวลายาวนาน มากกว่าจะเป็นเพียงผลจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์สร้างขึ้นมาอย่างง่ายดาย

เครือข่ายที่เกิดขึ้นนี้เป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้สมาชิกกลุ่มกันต้นที่รวมตัวกันมาตั้งแต่ พ.ศ. 2552 เริ่มผลิตฟอนต์ออกมาอย่างจริงจัง เพราะฟอนต์ที่พวกเขามุ่งมาดปรารถนาที่จะทำออกมานั้น ไม่ใช่เพียงเพื่อทดแทนฟอนต์ลิขสิทธิ์ที่มีราคาแพง แต่ยังเป็นฟอนต์จากรูปแบบตัวอักษรจากฝีแปรงในอดีตของพวกเขาเองด้วย แบบอักษรที่ว่าไม่เคยเป็นสมบัติส่วนตัวของใครมาก่อน เพราะเป็นสิ่งที่สั่งสม สืบทอดต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นในหมู่ช่างเขียนป้าย เครือข่ายออนไลน์ของคนทำป้ายทำให้เกิดสภาวะที่เอื้อให้ฟอนต์จากฝีแปรงเหล่านี้ก่อตัวขึ้นดังจะแสดงให้เห็นในบทถัดไป

บทที่ 4
พลัง “ลูกทุ่ง” ในฟอนต์และฝีแปรงดิจิทัล

เพื่อให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจ ผู้เขียนจะเรียกฟอนต์จากร้านป้ายว่า “ฟอนต์ลูกทุ่ง” ตามคำเรียกแบบอักษรสไตล์หนึ่งที่คนทำป้ายนิยมใช้กัน และที่มาของฟอนต์ซึ่งเกิดขึ้นในร้านป้ายขนาดเล็กในต่างจังหวัด เรียกฟอนต์จากบริษัทออกแบบฟอนต์ว่า “ฟอนต์อุตสาหกรรม” เนื่องจากแบบอักษรส่วนใหญ่ของฟอนต์กลุ่มหลังนี้เป็นแบบที่ถูกใช้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์มาตั้งแต่ก่อนการพิมพ์ระบบดิจิทัล เมื่อเปลี่ยนมาอยู่ในรูปดิจิทัล ฟอนต์เหล่านี้ยังคงมาตรฐานของตัวพิมพ์สำหรับการผลิตจำนวนมาก (mass production) ที่เป็นระเบียบและใช้งานได้อย่างครอบจักรวาล (universal) ต่อมา ในอีกด้านหนึ่ง ฟอนต์กลุ่มแรกก้าวกระโดดมาสู่การผลิตในยุคดิจิทัลซึ่งไม่ได้มีแค่เครื่องพิมพ์ แต่ยังมีเครื่องจักรหลายชนิดที่ทำงานโดยใช้ฟอนต์ ทั้งยังสามารถผลิตได้ในจำนวนน้อย ความ “ลูกทุ่ง” ในที่นี้จึงมีลักษณะพื้นถิ่น (vernacular) ที่เฉพาะเจาะจงและไม่ได้มีมาตรฐานตายตัวร่วมกัน

ในบทนี้ผู้เขียนจะแกะรอยกระบวนการออกแบบฟอนต์ลูกทุ่ง โดยพิจารณาวัสดุ เครื่องจักร และบริบททางพื้นที่และสังคมที่อยู่รายรอบ ในฐานะที่ไม่ได้เป็นเพียงแรงบันดาลใจของผู้ออกแบบ แต่เป็นวัตถุที่มีชีวิตชีวา (vibrant matter) ซึ่งมีพลังสร้างสรรค์ในตัวเอง และก่อให้เกิดรูปแบบอักษรอันเป็นแบบฉบับอย่างที่หาไม่ได้ในฟอนต์อุตสาหกรรม

ภาพที่ 4.1 ตัวอย่างฟอนต์ วัส@ศารทวิษุวัตร ของ วัส โวยวาย

4.1 ฟอนต์ที่ไม่กระด้าง

วัสอธิบายถึงฟอนต์ของเขาว่า “ลักษณะมันจะสนุกสนาน คือมันจะไม่กระด้างน่ะ” ฟังเผินๆ แล้วคำอธิบายนี้ชวนให้เข้าใจว่าเป็นเรื่องรูปลักษณ์ “พลิ้วๆ” ของฟอนต์ที่คนทำป้ายนิยมกัน แต่ความหมายของคำ “กระด้าง” นี้มีนัยที่ลึกซึ้งไปกว่าสิ่งที่ปรากฏต่อสายตา แต่ยังเกี่ยวข้องกับสิ่งที่อยู่เบื้องหลังการปรากฏตัวของแบบอักษรหลายลักษณะด้วยกัน

ฟอนต์จำนวนมากของ “วัส โวยวาย” “สมาน คนทำฟอนต์” และ ธงชัย ศรีเมือง เป็นแบบอักษร “พลิ้วๆ” ที่ให้อารมณ์สนุกสนาน แต่หากพิจารณาผลงานของทั้ง 3 คนนี้รวมกว่า 400 ฟอนต์ ก็จะพบว่าแม้ฟอนต์รูปแบบนี้จะมีมากที่สุดคือราวกึ่งหนึ่งของทั้งหมด แต่ก็ยังมีฟอนต์รูปแบบอื่นอีกหลายแนวด้วยกัน เช่น แนว “ไทยๆ” แนวทางการ การ์ตูน สปอร์ตโฉบเฉี่ยว ไปจนถึงแนวญี่ปุ่น เกาหลี และแบบอักษรเก่าจากสิ่งพิมพ์ ซึ่งพบได้ในฟอนต์อุตสาหกรรมเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้นฟอนต์บางตัวของสมานยังทำขึ้นเพื่อใช้งานทดแทนฟอนต์อุตสาหกรรมโดยเฉพาะเลยด้วยซ้ำ เช่น ฟอนต์ชื่อ “เคทีสมาน สมูท” (ภาพที่ 4.2 ซ้ายบน) ซึ่งคล้ายกับ PSL Imperial (ซ้ายล่าง) อย่างยิ่ง มองเผินๆ อาจคิดว่าเป็นฟอนต์เดียวกันได้

ภาพที่ 4.2 เปรียบเทียบฟอนต์ เคทีสมาน สมูท, PSL Imperial, วัส@ปีนัง และ DB Erawan

นอกจากนี้ “วัส@ปีนัง” ฟอนต์แรกของวัส (ภาพที่ 4.2 ขวาบน) ก็ไม่ใช่แบบอักษรพลิ้วๆ แต่กลับเป็นฟอนต์ตัวตั้งตรง เส้นขนานค่อนข้างเป็นระเบียบ วัสให้เหตุผลที่เลือกทำฟอนต์นี้ออกมาเป็นตัวแรกว่า “มันถนัดที่สุดไง มันอยู่ในจินตนาการอยู่แล้ว มันได้ทุกตัว” เมื่อครั้งที่วัสเริ่มไปฝึกงานที่ร้านเขียนป้ายอย่างจริงจัง ที่ร้านป้ายแห่งหนึ่งในจังหวัดนครราชสีมา ช่วงปี พ.ศ. 2542 - พ.ศ. 2545 เขามีพื้นฐานการเขียนอักษร “ทรงริบบิ้น” หรือ “ตัวหวานๆ” สำหรับงานบวชงานแต่งเท่านั้น “แต่เมื่อไปทำงานที่ร้านป้ายจริงๆ ต้องเขียนฟอนต์ที่เป็นทรงมาตรฐาน โดยการร่างตามแบบ ส่วนมากก็จะเป็น เอราวัณ เป็นส่วนใหญ่” (วิทวัส, 2558)

Ref. code: 25615808030646PUM

อักษร "ทรงมาตรฐาน" นี้เป็นแบบที่ถูกใช้กับการเขียนป้ายข้อความทั่วๆ ไป รวมถึงเป็นตัวพื้น (text) บนป้าย จึงเป็นแบบอักษรที่ใช้บ่อยและสัมพันธ์กับชีวิตการทำงานเป็นช่างเขียนป้ายอย่างแนบแน่น ตัวอักษรทั้งหมดปรากฏอย่างแจ่มชัดอยู่แล้วในความจำของวัส แต่แทนที่จะถ่ายทอดออกมาด้วยพู่กัน เขาต้องใช้เวลาร่วมเดือนในการดราฟต์ (draft) เป็นเส้นเวกเตอร์ (vector) ออกมาก่อนจะส่งให้โต๊ก สมาชิกกลุ่มกันต้นช่วย "ทำแล็บ" ออกมาเป็นฟอนต์ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2559 แล้วเผยแพร่ทางเว็บ F0nt ในเดือนถัดมา

เมื่อเปรียบเทียบกับ DB Erawan ฟอนต์ต้นฉบับ (ภาพที่ 4.2 ขวาล่าง) จะเห็นว่าแม้โครงสร้างของตัวอักษรจะคล้ายคลึงกันอยู่บ้าง แต่ก็ถูกดัดแปลงจนกลายเป็นฟอนต์คนละแบบไปอย่างเห็นได้ชัด วัสอธิบายว่าในสมัยที่หัดเขียนตัวเอราวัณในร้านป้าย "การฟรีแฮนด์เป็นทรงพวกนี้โดยไม่ร่างนั้น เป็นการยากมากสำหรับมือใหม่ จึงต้องดัดแปลงให้มันง่ายกว่าฟอนต์พวกนั้น อย่างเส้นโค้งยากๆ ก็ดัดแปลงเป็นเส้นตรงเสีย ส่วนเส้นโค้งง่ายๆ ก็คงไว้ตามเดิม" (วิทวัส, 2558) ในภาษาของนักออกแบบกราฟิก ฟอนต์ที่มีลักษณะเชื่อมโยงกับการเขียนด้วยมือจริงๆ เรียกว่าฟอนต์ฮิวแมนนิสต์ (humanist) ในสองกรณีข้างต้นนี้ อาจกล่าวได้ว่าทั้งเคทีสมาน สมูท และ วัส@ปีนัง เป็นเหมือนรูปแบบฮิวแมนนิสต์ของ PSL Imperial และ DB Erawan ตามลำดับ เห็นได้ชัดที่สุดในตัวอักษร "อ.อ่าง" ซึ่งทั้งคู่เลือกปรับให้เป็นทรงกลมซึ่งง่ายต่อการลากพู่กันมากกว่า การออกแบบใหม่นี้จึงไม่ได้เกิดขึ้นในเวลาหนึ่งเดือน แต่เกิดจากการเขียนพู่กันซ้ำๆ มาตลอดเวลาหลายปี

ภาพที่ 4.3 ตัวอย่างฟอนต์ วัส@ปีนัง ที่เผยแพร่ทางเว็บไซต์ f0nt.com

การเขียนพู่กัน "ฉับ..ฉับ..ฉับ" ดัดแปลงรูปลักษณ์ตัวอักษรไปในตัว ทำให้เกิดรูปแบบที่น่าสนใจขึ้น เช่น การทำมุมแหลมของตัว น.หนู ม.ม้า และ ฉ.ฉิ่ง หรือการลากพู่กันยาวในคราวเดียวที่ทำให้ ร.เรือ หน้าตาเหมือนตัว "S" ลำพังวัตถุสถาวะของการเขียนพู่กัน จึงสามารถก่อให้เกิดแบบอักษรใหม่ที่มีรูปลักษณ์น่าจดจำได้เช่นกัน แม้วัสจะบอกว่าเป็น "แรงบันดาลใจ" แต่แรงบันดาลใจ

ที่ว่านี้ไม่ได้เป็นเพียงสิ่งน่าประทับใจที่ยังให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ทว่าเป็นงานช่างฝีมือที่ทั้งเครื่องมือและตัวเขาในอดีตร่วมกันสร้างสรรค์เอาไว้ เมื่อช่างเขียนป้ายค่อยๆ เปลี่ยนเครื่องมือของตนดังที่แสดงให้เห็นในบทก่อนหน้า จนใช้งานโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ชำนาญเพียงพอ แบบอักษรที่สั่งสมไว้ในตัวของพวกเขาก็พรั่งพรูออกมาเป็นฟอนต์จำนวนหลายร้อยแบบในเวลาเพียงไม่กี่ปี

อย่างไรก็ตาม หากกลับไปพิจารณาภาพที่ 4.2 จะเห็นว่าฟอนต์อุตสาหกรรมที่มีมาก่อนมีระเบียบและสม่ำเสมอมากกว่าอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับฟอนต์ของวัสซึ่งเพิ่งทำเป็นตัวแรก คำว่า “มาตรฐาน” ที่เขาใช้ในภาพที่ 4.3 จึงน่าสนใจอย่างยิ่ง เพราะวัสไม่ได้กำลังหมายถึงมาตรฐานของฟอนต์ในอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์หรือการออกแบบกราฟิก แต่กำลังพูดถึงประเภทของฟอนต์ที่ใช้งานในวงการป้ายซึ่งมีแนวคิดแตกต่างออกไปอย่างสิ้นเชิง ตัวมาตรฐานในที่นี้คือแบบอักษรที่ “อ่านง่าย” (legibility) แน่นอนว่านักออกแบบกราฟิกให้ความสำคัญกับสิ่งนี้ และจำแนกแบบอักษรออกเป็นสองประเภทใหญ่ตามการใช้งาน คือตัวพื้น (text) ในภาษาไทยมักมีหัว (terminal loop) เรียบๆ เพื่อให้อ่านง่าย ใช้สำหรับแสดงข้อความยาวๆ อีกประเภทคือตัวดิสเพลย์ (display) ในภาษาไทยอาจมีหรือไม่มีหัวก็ได้ มีเส้นหนาเพื่อดึงดูดสายตา และมีลูกเล่นน่าสนใจสำหรับแสดงข้อความขนาดใหญ่ DB Erawan จัดเป็นฟอนต์ประเภทดิสเพลย์ แต่ถูกนำมาใช้เพื่ออ่าน จะเรียกว่าถูกนำมาใช้เป็นตัวพื้นก็อาจไม่ถูกต้องนัก เพราะตัวอักษรทั้งหมดบนป้ายคือตัวดิสเพลย์ บางครั้งตัวเขียนที่ค่อนข้างอ่านยากมากกว่ากลับทำหน้าที่เหมือนตัวพื้นเสียด้วยซ้ำ (ภาพที่ 3.16)

หลักการใช้ตัวอักษรที่มีพื้นฐานมาจากสิ่งพิมพ์ กลับตาลปัตรในงานป้าย ตัวพื้นกลายเป็นตัวดิสเพลย์ ตัวดิสเพลย์กลายเป็นตัวพื้น ข้อหลังนี้แปลว่าตัวพิมพ์แบบดิสเพลย์ที่มีอยู่ ก็ยังไม่แสดงอารมณ์มากเพียงพอที่จะเป็นตัวดิสเพลย์ของช่างเขียนป้าย ในสมัยที่เขียนป้าย พู่กันสามารถตอบสนองความต้องการนี้เท่าที่ความสามารถของช่างจะพาไปได้ แต่ฟอนต์เท่าที่มีอยู่นั้น “กระด้าง” เกินไปสำหรับการใช้งานบนป้ายบางประเภท สิ่งนี้ผลักดันให้คนทำป้ายลุกขึ้นมาทำฟอนต์ของตัวเอง อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่ใหญ่กว่าการไม่มีฟอนต์ที่ถูกใจให้ใช้คือลิขสิทธิ์และราคาของฟอนต์จากบริษัทใหญ่ที่ค่อนข้างแพง เรื่องนี้ดูเหมือนไม่เกี่ยวข้องกับรูปลักษณ์ของตัวอักษร แต่ความจริงแล้วโยงใยอยู่กับความคิดว่าด้วย “มาตรฐาน” ที่ไม่ลงรอยกันทั้งสิ้น

4.1.1 คนกรุงเทพไม่มีเทศกาล

จุมพล บุญวิโรจน์ฤทธิ์ เลขาธิการสมาคมส่งเสริมไทยธุรกิจโฆษณา (TABDA) อธิบายถึงต้นตอของปัญหาลิขสิทธิ์ฟอนต์ที่คนในธุรกิจโฆษณาหรือร้านป้ายต้องเผชิญว่า เกิดจากความต้องการใช้ฟอนต์ที่แตกต่างออกไปจากมาตรฐานของฟอนต์อุตสาหกรรมที่มีอยู่เดิม เขามองว่างานเทศกาลเป็นแหล่งสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนทำฟอนต์ และคนอยู่ในกรุงเทพยากที่จะผลิตผลงานแบบนี้ได้ “เพราะคนกรุงเทพไม่มีเทศกาลไง แรงบันดาลใจเลยไม่มากเท่า” (จุมพล บุญวิโรจน์ฤทธิ์,

สัมภาษณ์, 11 พฤศจิยายน 2561) ความเห็นนี้อาจฟังดูไม่ยุติธรรมนักสำหรับนักออกแบบในกรุงเทพ แต่จะเห็นได้ชัดว่าเกณฑ์สำหรับวัดคุณภาพฟอนต์ในที่นี้ไม่สามารถใช้บรรทัดฐานเดียวกันได้อย่างตรงไปตรงมา เพราะที่มาของ “แรงบันดาลใจ” ของนักออกออกแบบกราฟิกกับคนทำป้ายต่างก็ก่อกำเนิดมาจากบริบทการทำงานคนละแบบ อย่างไรก็ตาม รูปลักษณ์ของตัวอักษรนี้ไม่ได้ทำให้คนสองกลุ่มนี้ขัดแย้งจนไปด้วยกันไม่ได้ ฟอนต์ลูกทุ่งมักถูกนำมาใช้จำลองบรรยากาศงานเทศกาลแบบต่างจังหวัดขึ้นในกรุงเทพ เช่นเดียวกับที่ฟอนต์อุตสาหกรรมยังคงถูกใช้งานอยู่ในร้านป้ายจำนวนมาก

ภาพที่ 4.4 ฟอนต์ เคทีสมาน และ TS-Somtam ในป้ายไวนิลประชาสัมพันธ์ “งานวัด” จำลองของห้างสรรพสินค้า Terminal 21 บนทางเชื่อมสถานีรถไฟฟ้าอโศก

แน่นอนว่างานพิมพ์ป้ายไม่ได้มีแต่ป้ายงานเทศกาล ที่ให้อารมณ์สนุกสนานแบบเดียวเท่านั้น และในความเป็นจริงแล้วพีเอสแอลเองก็ผลิตฟอนต์ชื่อ “Butterfly” ซึ่งคล้ายคลึงกับ “เคทีสมาน” อย่างยิ่งมาก่อน แม้กระนั้น คนทำฟอนต์ก็ยังผลิตฟอนต์พลิ้วๆ ออกมาอีกหลายสิบฟอนต์ ความไม่ลงรอยกันนี้จึงไม่ได้เป็นเรื่องของรูปลักษณ์ภายนอกเท่านั้น แต่เกี่ยวพันกับรายละเอียดในเชิงเทคนิคที่อยู่เบื้องหลังการแสดงผลซึ่งมีผลโดยตรงต่อต้นทุนและราคาขายของฟอนต์

สมาคมไทยธุรกิจโฆษณาเกิดจากการรวมตัวของผู้ประกอบการหลายกลุ่ม โดยมีสมาคมสิ่งพิมพ์อิงค์เจ็ทเป็นแกนนำ จุมพลเล่าว่าสมาคมเคยพยายามเจรจากับบริษัทพีเอสแอล โดยได้รับข้อเสนอให้ผู้ประกอบการรวมตัวกันให้ได้ 200 แห่งแล้วพีเอสแอลจะขายฟอนต์รวม 300 ชุดให้ในราคาพิเศษ ปัญหาก็คือการรวมกันให้ได้ครบจำนวนไม่ใช่เรื่องง่าย และที่สำคัญคือ “พีเอสแอลไม่ได้ทำฟอนต์สำหรับงานป้ายไง ใน 300 ฟอนต์นี่อาจจะได้ใช้จริงๆ ไม่กี่ตัวเท่านั้น แต่อย่างฟอนต์ของสมานเนี่ย ทำมาสำหรับร้านอิงค์เจ็ทโดยเฉพาะ”

หากเปรียบเทียบราคาขายระหว่างฟอนต์จากสองแหล่งนี้ จะเห็นว่าฟอนต์อุตสาหกรรมมีราคาสูงกว่าเกือบเท่าตัวแต่ก็ไม่ได้สูงมากจนเกินกำลังซื้อของร้านป้าย ตัวอย่างเช่น ฟอนต์ DB Erawan ซึ่งขายรวมเป็นชุด 11 ฟอนต์ราคารวมภาษีมูลค่าเพิ่มแล้ว 5,885 บาท เฉลี่ย

ฟอนต์ละ 535 บาท ส่วนสมาน วัส จิ้ง และคนทำฟอนต์จากร้านป้ายทั้งหมดขายในราคาเดียวกันคือฟอนต์ละ 300 บาท และมักมีการจัดรายการลดราคาลงไปอีก เช่น 10 ฟอนต์ 2,000 บาท แต่ในขณะที่ฟอนต์ของดีบีและพีเอสแอลต้องซื้อเป็นชุดเท่านั้น ร้านป้ายไม่สามารถเลือกฟอนต์ที่ต้องการได้เป็นรายตัว ฟอนต์ลูกทุ่งขายแยกเป็นรายฟอนต์ และการขายเป็นชุดก็เปิดให้เลือกซื้อฟอนต์ที่ต้องการได้ทั้งหมด ฟอนต์กลุ่มหลังนี้จึงมีราคาถูกและคุ้มค่ากว่ามากสำหรับร้านป้าย

ภาพที่ 4.5 การจัดรายการลดราคาฟอนต์จาก 300 บาทเหลือเพียงฟอนต์ละ 200 บาท

4.1.2 มาตรฐานและราคาของฟอนต์

สิ่งที่ทำให้ฟอนต์อุตสาหกรรมมีราคาสูงกว่าเกือบเท่าตัว คือมาตรฐานที่รองรับการใช้งานหลากหลายรูปแบบ ฟอนต์สามารถที่จะนำไปใช้ในสื่อสิ่งพิมพ์ หน้าจอ เว็บไซต์ วิดีโอ ผู้ผลิตฟอนต์จึงต้องคำนึงถึงการถ่ายทอดตัวอักษรผ่านเทคโนโลยีหลายรูปแบบซึ่งจะไปปรากฏต่อสายตาผู้คนในเงื่อนไขต่างๆ กัน จำนวนครั้งที่ฟอนต์จะถูกเห็นในสื่อต่างชนิดกันยังถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์ในการคิดราคาฟอนต์เพิ่มเติมอีกด้วย

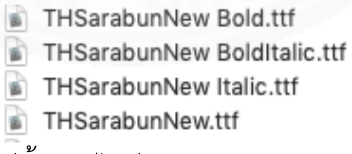
ราคาฟอนต์ของบริษัทดีบีซึ่งอยู่ที่ฟอนต์ละ 535 บาทนั้น ถือเป็นค่า “สิทธิ์ในการใช้” สำหรับใช้งานทั่วไป ใช้ในบริษัทรับออกแบบหรือในร้านป้าย สิทธิ์ในการใช้หมายความว่าลูกค้าต้องซื้อสิทธิ์นี้ตามจำนวนเครื่องของคอมพิวเตอร์ที่จะนำไปใช้ เช่น หากร้านป้ายมีคอมพิวเตอร์ 3 เครื่องสำหรับงานไวนิล สติ๊กเกอร์ และเครื่องแกะสลัก CNC ก็จะต้องซื้อสิทธิ์ในการใช้ 3 สิทธิ์ตามจำนวนเครื่อง นอกจากนี้หากลูกค้าของร้านต้องการนำฟอนต์ไปใช้เพื่อการเผยแพร่เป็นประจำ ลูกค้าจะต้องซื้อ “สิทธิ์ในการเผยแพร่” ฟอนต์นั้นด้วย สิทธิ์ในการเผยแพร่ฟอนต์ของดีบีทางเว็บไซต์ คิดราคาฟอนต์ละ 5,350 บาทต่อหนึ่งชื่อเว็บ (domain name) หากใช้กับนิตยสาร ราคาจะอยู่ที่ฟอนต์ละ 10,700 - 21,400 บาท ต่อนิตยสารหนึ่งหัว หากนำฟอนต์ตัวใดหนึ่งของดีบีไปใช้เป็น ชื่อ,

ตราสัญลักษณ์, คำขวัญ, คำโปรย ของบริษัท หน่วยงาน องค์กรเพื่อให้เป็นมาตรฐานสม่ำเสมอ ราคาจะสูงขึ้นไปถึง 53,500 บาทต่อแบรนด์ และหากแบรนด์นำฟอนต์นั้นไปใช้กับสื่อหลากหลายชนิด เช่น โทรทัศน์ ภาพยนตร์ เว็บไซต์ ราคาจะเพิ่มขึ้นอีกเท่าตัวเป็นฟอนต์ละ 107,000 บาท (ดีบี ดีไซน์, 2550) กล่าวคือราคาสูงที่สุดสำหรับ 1 ฟอนต์มากกว่าราคาปกติถึง 200 เท่า ในการใช้งานแบบหลังสุดนี้ หากแบรนด์เลือกใช้ฟอนต์ของสมาน วัส หรือธงชัย ฟอนต์จะมีราคา 300 บาทไม่เปลี่ยนแปลง และให้ใช้ได้ภายในร้านป้ายหนึ่งร้านโดยไม่จำกัดจำนวนเครื่อง

ในเมื่อเป็นเช่นนี้ บริษัทห้างร้านต่างๆ น่าจะหันมาใช้ฟอนต์ลูกทุ่งเสียให้หมด อย่างไรก็ตามฟอนต์ของคนทำป้ายก็ไม่สามารถตอบสนองการใช้งานดังว่าได้ ฟอนต์ลูกทุ่งมีแบบอักษรที่ทดแทนฟอนต์อุตสาหกรรมได้เพียงบางตัวเท่านั้น และยังมีเหตุผลเชิงเทคนิค 2 ประการสำคัญที่ทำให้ฟอนต์ทั้งสองแนวนี้มีราคาแตกต่างกันมาก

4.1.2.1 สไตล์

สไตล์หมายถึงรูปแบบอ้วน ผอม หนา บาง เอียง ฯลฯ ของฟอนต์เดียวกัน ความแตกต่างที่สำคัญคือความหนาของเส้นจึงมักบอกจำนวน “น้ำหนัก” (weight) ประกอบด้วย เช่น ฟอนต์ TH Sarabun ที่เผยแพร่ให้ใช้โดยทั่วไปจะประกอบด้วย 2 น้ำหนัก รวม 4 สไตล์ ได้แก่ ปกติ (regular) *เอียง* (italic) **หนา** (bold) และ ***หนาเอียง*** (bold italic) ในการเลือกสไตล์ ผู้ใช้อาจสั่งให้ตัวอักษรเปลี่ยนเป็นหนาและเอียงตามลำดับ แต่เบื้องหลังการทำงานฟอนต์ไม่ได้ถูกเพิ่มความหนาแล้วจึงถูกปรับให้เอียง แต่ฟอนต์ทั้ง 4 สไตล์นี้ถูกออกแบบแยกกันต่างหากอยู่ก่อนแล้วเป็น 4 ไฟล์แยกจากกัน ในทางเทคนิคแล้วทั้ง 4 ไฟล์นี้ถือว่าเป็นคนละฟอนต์กัน เรียกรวมสไตล์ทั้งหมดของแบบอักษรเดียวกันว่า “ครอบครัว” (family) ดังนั้นหากผู้เขียนติดตั้งฟอนต์ไม่ครบ ก็ย่อมไม่สามารถใช้ฟอนต์บางสไตล์ได้ และไม่สามารถบรรลุข้อบังคับในการจัดรูปแบบหน้าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้



ภาพที่ 4.6 ไฟล์ฟอนต์ทั้ง 4 สไตล์ของครอบครัวฟอนต์ TH Sarabun New

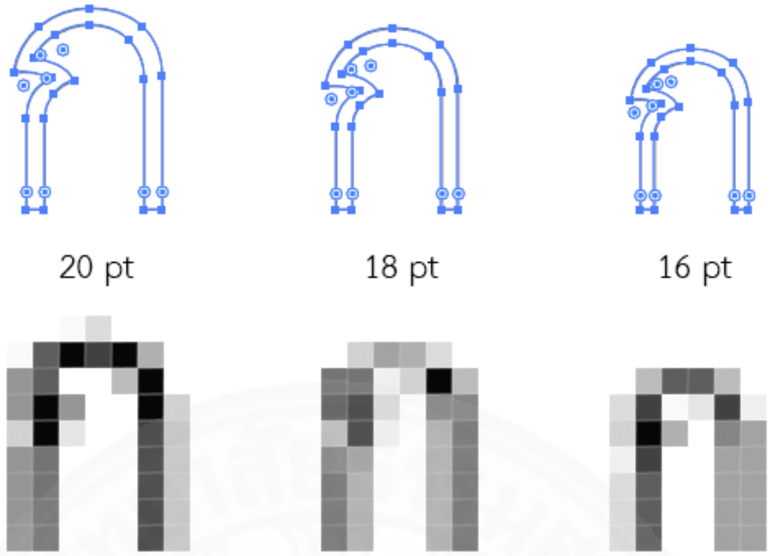
ในทำนองเดียวกัน การออกแบบเพื่อใช้งานกับสื่อที่หลากหลายก็ต้องการสไตล์ที่แตกต่างกัน และยิ่งต้องการมากขึ้นเป็นทวีคูณ โดยทั่วไปฟอนต์ของดีบีและพีเอสแอลมี 4 สไตล์เป็นมาตรฐาน แต่บางครอบครัวก็มีการแบ่งย่อยลงไปอีกเป็น บางพิเศษ (ultra light) บางมาก (thin) บาง (light) ปานกลาง (medium) กึ่งหนา (semi-bold) หนา (bold) หนามาก (extra bold) การตั้งชื่อสไตล์ต่างๆ นี้ขึ้นอยู่กับผู้ออกแบบ ดังนั้นฟอนต์แต่ละครอบครัวอาจใช้ชุดของชื่อสไตล์ต่างกันได้

ครอบครัวหนึ่งอาจมีสไตล์เพิ่มขึ้นเป็น 10 ระดับความหนา ซ้อนแบบเอียงเข้าไปอีกเป็น 20 สไตล์ และอาจมีรูปแบบอื่นๆ ซ้อนเข้าไปได้อีกเช่น แคบ (condensed) หรือกว้าง (extended) ฟอนต์ของดีบีที่มีสไตล์มากที่สุดได้แก่ดีบี เฮเวนท์ (DB Heavent) ซึ่งมีมากถึง 56 สไตล์ ขายในราคา 5,885 บาท เฉลี่ยสไตล์ละ 105 บาทเท่านั้น

เมื่อพิจารณาว่าฟอนต์อุตสาหกรรมครอบครัวหนึ่งสามารถใช้งานได้ถึง 56 รูปแบบโดยยังคงเอกลักษณ์เดิมไว้เสมอ ราคาดังกล่าวก็ถือว่าสมเหตุสมผลมากทีเดียว ในขณะที่ฟอนต์ของสมานและวัสแทบทั้งหมดมีเพียง 1 สไตล์เท่านั้น ในแง่นี้กลับกลายเป็นว่าภายใต้รูปลักษณ์ที่ดูพลิ้วไหว ฟอนต์ลูกทุ่งกลับ “กระด้าง” ยิ่งกว่าด้วยซ้ำเพราะไม่มีสไตล์ที่ยืดหยุ่นเลย การเพิ่มสไตล์ของฟอนต์เพียงแบบเดียว หมายถึงการดัดแปลงตัวอักษร ก-ฮ สระ วรรณยุกต์ ตัวเลข และเครื่องหมายพิเศษทั้งหมดอีก 1 รอบ สำหรับคนทำฟอนต์ที่ทำงานเพียงคนเดียวจึงถือว่าเป็นงานหนัก แต่ก็เป็นงานที่ไม่จำเป็นแต่อย่างใด เพราะฟอนต์พลิ้วๆ หวานๆ ที่มีความหนาลงตัวเพียงสไตล์เดียวก็เพียงพอแล้วสำหรับร้านป้าย ในทางกลับกันคือหากคนทำป้ายซื้อดีบี เฮเวนท์ มาใช้ เขาอาจไม่มีโอกาสใช้สไตล์ “บางพิเศษ” เลยแม้แต่ครั้งเดียว เพราะเป็นสไตล์ที่บางเกินไปสำหรับใช้บนป้าย

4.1.2.2 การกำกับพิกเซล

การกำกับพิกเซล (hinting) คือการกำกับ หรือใบ้ (hint) ให้ฟอนต์สามารถแสดงผลได้ชัดเจนและสวยงามในขนาดที่เล็กมากบนหน้าจอ ฟอนต์ที่ได้มาตรฐานจะต้องผ่านกระบวนการนี้เพื่อรับประกันว่าจะแสดงผลได้ชัดไม่ว่าใหญ่หรือเล็ก การแสดงผลขนาดใหญ่หมดปัญหาไปเมื่อใช้การแสดงผลแบบเวคเตอร์ (vector) ซึ่งเป็นการคำนวณเส้นโค้งจากจุดต่อจุด ทำให้ขยายขนาดได้อย่างไม่จำกัด อย่างไรก็ตาม ในที่สุดแล้วฟอนต์ที่ออกแบบเป็นเส้นเวคเตอร์ยังคงต้องแสดงผลแบบราสเตอร์ (raster) บนหน้าจอต่างๆ ซึ่งหากไม่ได้รับการกำกับโดยละเอียด ตัวอักษรจะเริ่มบิดเบี้ยว ดูไม่สบายตาเมื่อมีขนาดเล็กลง ในปัจจุบันแม้หน้าจอจะมีความละเอียดสูงขึ้นมาก และมีโปรแกรมอัตโนมัติในการทำขั้นตอนนี้ แต่การกำกับโดยมนุษย์ก็ยังคงมีความสำคัญอยู่ การออกแบบระดับพิกเซลทำให้งานออกแบบฟอนต์มีภาระเพิ่มขึ้นอีกหลายเท่า เพราะนักออกแบบจะต้องกำกับการแสดงผลให้ฟอนต์แต่ละสไตล์ ทีละตัว ทีละขนาด ปรับตำแหน่งและความเข้มของพิกเซล (pixel) ไปทีละจุด ดังนั้นยิ่งฟอนต์มีสไตล์มาก งานกำกับพิกเซลก็ยิ่งมากขึ้นเป็นเท่าทวีคูณ

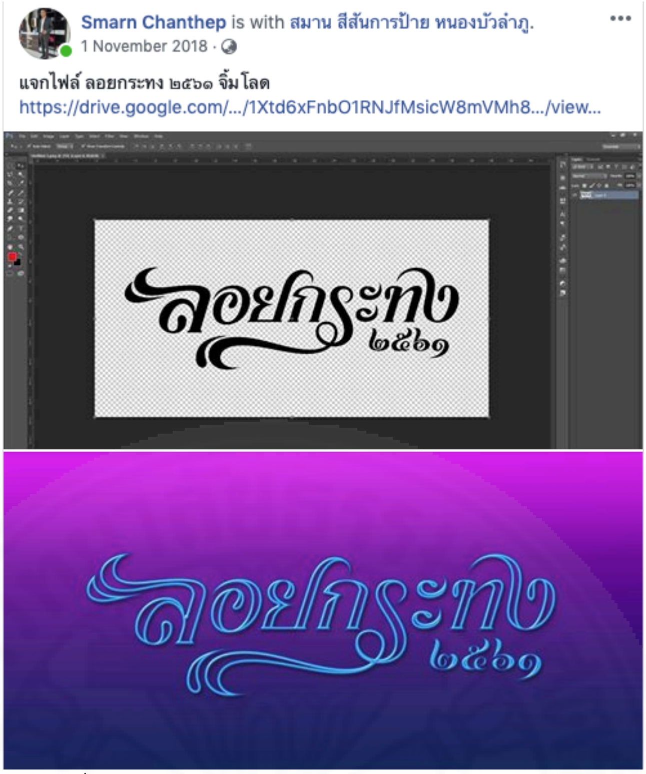


ภาพที่ 4.7 เปรียบเทียบการแสดงผลฟอนต์แบบเวคเตอร์และราสเตอร์ในขนาดต่างๆ

ภายใต้ตัวอักษรเรียบๆ บนหน้าจอซึ่งผู้อ่านสามารถไล่สายตาผ่านไปได้อย่างราบรื่น ต้องใช้เวลาและแรงงานของนักออกแบบจำนวนมากทุ่มเทให้กับการกำกับรายละเอียดเล็กๆ เหล่านี้ ซึ่งล้วนแต่เป็นต้นทุนของฟอนต์อุตสาหกรรมทั้งสิ้น ในอีกด้านฟอนต์ลูกทุ่งกลับไม่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการนี้เลย เพราะเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทมีความละเอียดสูงพออยู่แล้ว และเนื่องจากฟอนต์ลูกทุ่งเกือบทั้งหมดเป็นฟอนต์ที่เหมาะสำหรับการดิสเพลย์ เมื่อมีการนำมาใช้กับสื่อวิดีโอ หรือเว็บไซต์ ก็มักจะถูกใช้ในขนาดที่ใหญ่พอเสมอ ฟอนต์ลูกทุ่งราคา 300 บาทที่มีเพียงสไตล์เดียวและไม่ผ่านการกำกับพิกเซลจึงเป็นตัวเลือกที่สมเหตุสมผลและดีพอสำหรับงานป้าย ในขณะที่ฟอนต์อุตสาหกรรมมาพร้อมกับคุณสมบัติราคาแพงที่คนทำป้ายไม่ได้ใช้จริง

4.1.3 ดิจิทัลกับความเป็นพื้นถิ่น

จากปัญหาเรื่องมาตรฐานข้างต้น จะเห็นว่าฟอนต์อุตสาหกรรมถูกออกแบบมาเพื่อใช้งานในขอบเขตที่กว้างขวางมากกว่า แต่ละฟอนต์จึงมีรูปแบบที่แตกต่าง (variation) จำนวนมาก เพื่อให้ครอบคลุมบริบทการใช้งานอย่างทั่วถึง (universal) ในขณะที่ฟอนต์ลูกทุ่งฟอนต์หนึ่งทำขึ้นโดยมุ่งหวังให้นำไปใช้ในบริบทที่เฉพาะเจาะจงเพียงไม่กี่แบบเท่านั้น ถึงขั้นที่ว่าอาจไม่จำเป็นต้องเป็นฟอนต์ที่มีตัวอักษรครบสมบูรณ์เลยด้วยซ้ำ ดังจะเห็นจากการแจกไฟล์สำหรับงานเทศกาลต่างๆ ซึ่งบรรดาคนทำฟอนต์ และคนทำป้ายที่ทำกราฟิกขายมักออกแบบตัวอักษรรูปแบบเฉพาะสำหรับงานนั้นๆ แจกให้เพื่อนคนทำป้ายนำไปใช้งานได้ฟรี โดยไม่ได้ออกแบบตัวอักษรอื่นๆ ให้ครบถ้วน เพราะเพียงแค่ 8 ตัวอักษร “ลอยกระทง” ก็เพียงพอแก่การใช้งานแล้ว



ภาพที่ 4.8 สมานแจกไฟล์สำหรับทำป้ายงานลอยกระทง

ความเฉพาะเจาะจงเช่นนี้อาจเรียกได้ว่าเป็นลักษณะ “พื้นถิ่น” (vernacular) ซึ่งถึงที่สุดแล้ว ทำให้ฟอนต์ลูกทุ่งไม่ได้เป็นคู่ตรงข้ามของฟอนต์อุตสาหกรรมที่ใช้งานได้อย่างครอบจักรวาล (universal) เสียทีเดียว เพียงแต่เป็นผลมาจากการกระโดดข้ามการผลิตแบบอุตสาหกรรมมาสู่การผลิตแบบดิจิทัลซึ่งอนุญาตให้ถ่ายทอดแบบลงบนวัสดุโดยตรง ไม่จำเป็นต้องมีสื่อกลางอันคงทนเป็นมาตรฐานอย่างที่การพิมพ์ในยุคก่อนดิจิทัลต้องใช้ตัวตะกั่วเรียงพิมพ์ เทคโนโลยีดิจิทัลทำให้การผลิตในปริมาณมากหรือน้อยมีต้นทุนต่อชิ้นแทบไม่ต่างกัน เอื้อให้ผู้ประกอบการรายย่อยอย่างคนทำป้ายในต่างจังหวัดเข้าถึงได้ และเปิดให้มีการผลิตชิ้นงานที่มีลักษณะเฉพาะตัวได้มากขึ้น การก้าวกระโดดของฝีแปรงพู่กันมาสู่ยุคดิจิทัลนี้ทำให้แบบอักษรของคนทำป้ายไม่ต้องผ่านกระบวนการจัดระเบียบอย่างที่ตัวพิมพ์ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ทำมาก่อน และยังคงรักษาความเป็นพื้นถิ่นเอาไว้ได้ดังจะแสดงให้เห็นในส่วนต่อไป

4.2 ฝีแปรงดิจิทัล

การออกแบบตัวอักษรไม่ใช่การสร้างสรรค์งานศิลปะ 44 ชิ้น แต่เป็นการออกแบบระบบของการใช้งานที่ตัวอักษรจะต้องมาสอดประสานกันอย่างกลมกลืนและเป็นเอกภาพ ไม่เพียงแต่ต้องทำ

Ref. code: 25615808030646PUM

ให้มีรูปลักษณ์ที่คงเส้นคงวา แต่ยังต้องคำนึงถึงการมารวมกันเป็นคำ ชื่อ วลี ประโยคต่างๆ โดยไม่ขัดกันเองด้วย คุณสมบัติขั้นพื้นฐานประการสำคัญของฟอนต์ที่มีมาตรฐาน คือตัวอักษรจะต้องแสดงผลได้โดยไม่เหลื่อมทับกัน ข้อนี้เป็นความท้าทายของผู้ออกแบบตัวอักษรไทยมาตั้งแต่แรกเริ่มมีตัวพิมพ์ เพราะภาษาไทยประกอบด้วย สระ วรรณยุกต์ ที่กินพื้นที่ขึ้นไปทั้งด้านบน ด้านล่าง และด้านข้าง ต่างจากภาษาที่ใช้อักษรโรมันซึ่งเรียงตัวอยู่ในระนาบเดียวกันทั้งหมด อักขระหลายตัวจึงต้องถูกจัดระเบียบให้อยู่ในขอบเขตพื้นที่สี่เหลี่ยมของตัวเรียงพิมพ์ ลักษณะนี้ยังคงถ่ายทอดมาถึงฟอนต์ในปัจจุบันแม้ว่าการแสดงผลในระบบดิจิทัลจะอนุญาตให้เกิดการเหลื่อมทับกันได้แล้วก็ตาม ข้อนี้ไม่เคยเป็นปัญหาของช่างเขียนป้ายมาก่อน เพราะการเขียนพู่กันอนุญาตให้พวกเขาตวัดปลายอักษรหลบหลีกกันได้ในทุกสถานการณ์ เมื่อหันมาทำฟอนต์ พวกเขาจึงแก้ปัญหานี้ด้วยวิธีที่ต่างออกไป ไม่ใช่ในเชิงวิธี “คิด” แต่เป็นวิธี “ทำ” ซึ่งทำให้ฟอนต์ลูกทุ่งเป็นมากกว่าการนำตัวอักษรในอดีตมาแปลงเป็นไฟล์ ทว่าเป็นความสร้างสรรค์อันเกิดจากผลรวมของวัสดุ เครื่องมือ ดนตรี ฝีมือช่าง อัดแน่นอยู่ในสิ่งที่ผู้เขียนเรียกว่า “ฝีแปรงดิจิทัล”

ภาพที่ 4.9 เปรียบเทียบพื้นที่ของสระไอในฟอนต์ DB Erawan, วัส@ประเทือง, PSL Butterfly และเคทีสมานอัญมณี

4.2.1 เสน่ห์ที่ขาดหายไป

สมานกล่าวว่าหลักการในการออกแบบฟอนต์ของเขาประกอบด้วย 3 ข้อด้วยกัน ข้อแรกคือความชอบส่วนตัว ซึ่งคนอื่นอาจจะไม่ชอบเหมือนกันก็ได้ ดังนั้นจึงต้องมีข้อต่อมา คือต้องคำนึงถึงบริบทการนำไปใช้ ข้อสุดท้ายซึ่งสำคัญที่สุดคือต้องมุ่ง “เติมสิ่งที่มันขาด ที่มันหาไม่ได้” สิ่งนี้สมานเรียกว่า “เสน่ห์” ส่วนวัสซึ่งก็พูดในทำนองเดียวกันเรียกว่า “จุดเท่” ของฟอนต์

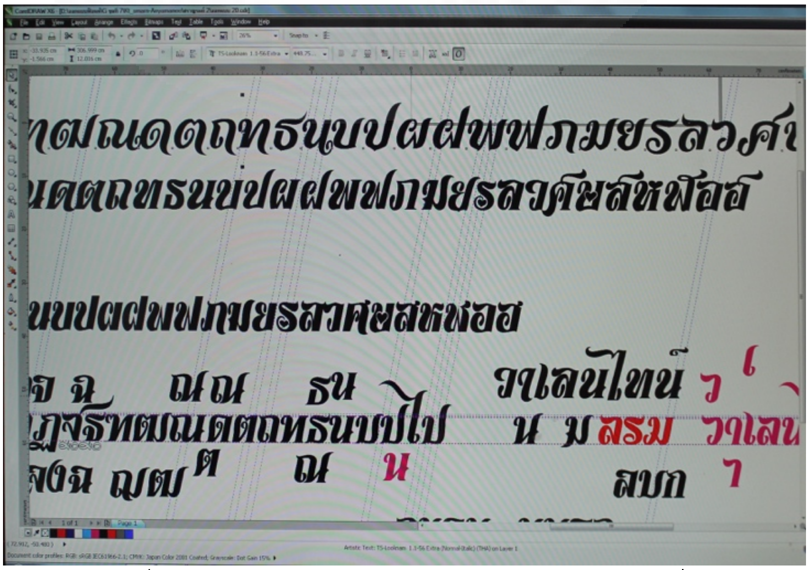
จากตัวอย่างในภาพที่ 4.9 วัสบอกว่าจุดเท่ของฟอนต์วัส@ประเทือง คือตัว “อ.อ่าง” ซึ่งจะเห็นว่ามีความกว้างมากกว่าตัวอักษรอื่นๆ ในฟอนต์เดียวกัน ทำให้รู้สึกถึงน้ำหนักการลากพู่กันที่มากเป็นพิเศษ ส่วนเสน่ห์ของฟอนต์เคทีสมานอัญมณี อยู่ที่การเล่นกับเส้นโค้งที่รับกันเป็นจังหวะหลายลูกคลื่น สังเกตว่าเส้นโค้งที่ฐาน อ.อ่าง ษ.ฤๅษี และ ย.ยักษ์ สอดรับต่อเนื่องกัน นอกจากนี้จะงอยแหลมของ ษ.ฤๅษี สระไอ ท.ทหาร และ ย.ยักษ์ ก็โค้งรับกันเป็นทอดๆ และยังมีเส้นโค้งอีกหลายจุดที่ทำให้เกิดความพลิ้วไหวขึ้นเมื่อไล่สายตาไปเรื่อยๆ ลูกเล่นนี้ค่อนข้างละเอียดอ่อนและอาจไม่สะดุดความสนใจของผู้อ่านเท่ากับปลายของ “สระไอ” ที่สะบัดพลิ้วออกไปข้างหน้า ตัวอย่างคำ “อักษรไทย” มีพื้นที่ว่างเหนือตัวอักษรให้ปลายของสระไออวดเสน่ห์หรือจุดเท่ของมันได้อย่างเต็มที่ แต่หากเป็นกรณีซึ่งที่ว่างถูกสระหรือวรรณยุกต์ใช้ไปก่อนแล้ว เช่น “จากนี้ไป” เสน่ห์ที่ว่านี้อาจไปพาดทับจนทำให้ยากต่อการอ่านและไปขัดจังหวะความลื่นไหลเสียเอง หรือหางของ ส.เสือ ที่อาจดูสวยงามในคำ “มงคลสมรส” ที่อักษรทั้งหมดอยู่ในแนวเดียวกัน เปิดโอกาสให้ ส.เสือ ลากตวัดออกไปอย่างสวยงาม แต่เมื่อมีสระบนพยัญชนะตัวถัดมา หางเสน่ห์ก็กลายเป็นหายนะของการอ่านได้เช่นกัน

ภาพที่ 4.10 การประสมคำที่ทำให้หางของอักขระในฟอนต์เคทีสมานอัญมณี ซ้อนทับกัน

ลักษณะของหางตัวอักษรที่ตวัดออกไปเช่นนี้แทบไม่ปรากฏในฟอนต์อุตสาหกรรม จะเห็นว่าสระไอของ DB Erawan หดสั้นลงอยู่ในพื้นที่ของตัวเองอย่างปลอดภัย และกระทั่งฟอนต์ PSL Butterfly ฟอนต์อุตสาหกรรมที่มีความเป็นลูกทุ่งมากที่สุดก็ยังพยายามรั้งปลายของสระไอเอาไว้ให้ยื่นออกไปเพียง 1 ช่วงตัวอักษรและทำให้ปลายลีบเล็กที่สุดจนอาจดูไม่สมส่วน ในขณะที่ทั้งฟอนต์ปีนังและอัญมณีลากหางสระไอออกไปถึง 2 ช่วงตัวอักษร นักออกแบบตัวอักษรคนหนึ่งให้ความเห็นเกี่ยวกับปัญหานี้ในกระทู้หนึ่งของเว็บบอร์ด f0nt.com ว่าหางสระไอลักษณะนี้ถือว่าเป็นการออกแบบที่ “กล้าหาญ” มาก เพราะแม้จะรู้อยู่แก่ใจว่าอาจเกิดปัญหาในการใช้งาน แต่ก็ยังคงยืนยันที่จะรักษาเสน่ห์หรือจุดเท่ในฟอนต์เอาไว้ กล่าวคือเป็นการเลือกที่จะให้น้ำหนักกับอารมณ์

ความรู้สึกเหนือมาตรฐานในการใช้งาน ดังนั้นถึงแม้ว่าฟอนต์ Butterfly จะมีรูปลักษณ์ที่คล้ายกับฟอนต์ลูกทุ่งมาก แต่ในเชิงเทคนิคแล้วยังคงเป็นฟอนต์อุตสาหกรรมที่ยึดถือมาตรฐานการแสดงผลเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม วัสและสมานก็ไม่ได้ลากหางตัวอักษรออกไปโดยไม่คิดหน้าคิดหลัง จะเห็นว่าพวกเขาทำให้ปลายสระไอสูงขึ้นไปเพื่อให้มีพื้นที่ว่างข้างใต้ปลายมากขึ้น แต่ก็ระมัดระวังไม่ให้สูงมากเกินไปจนดูโดดเมื่อไม่มีสระหรือวรรณยุกต์ข้างใต้ เสน่ห์จึงเป็นสิ่งที่ต้องบริหารจัดการ และสำหรับสมาน กระบวนการบริหารเสน่ห์นี้ต้องผ่านการปรับแต่งไม่น้อยกว่า 80 ครั้งต่อฟอนต์หนึ่งชุด จุดเริ่มต้นของฟอนต์บางตัวเริ่มต้นจากความประทับใจที่มีต่ออักษรเพียงตัวเดียวเท่านั้น ตัวอย่างเช่น “เคทีสมานเบญรงค์” ซึ่งเริ่มต้นมาจากตัว “ญ” ตัวเดียวก่อนจะขยายออกไปจนครบ ก-ฮ การดราฟต์ตัวอักษรมักไม่ได้เรียงไปตามลำดับ แต่เป็นการประกอบคำที่มีความหมายเข้ากับบุคลิกของตัวอักษรนั้นขึ้นมาทีละคำ และตัวอักษรหลายตัวสามารถเป็นโครงให้กับตัวอื่นๆ ได้ทันทีเช่น เมื่อร่าง “น.หนู” เสร็จก็สามารถนำบางส่วนไปทำเป็นตัว ม บ ป ได้ทันที ในระหว่างนี้สมานจะต้องเริ่มบริหารจัดการกับรูปลักษณ์อันเป็นเสน่ห์ที่อาจขัดแย้งกันเอง การเพิ่มปลายโค้งหนึ่ง อาจทำให้ต้องลบบางส่วนของอักษรตัวอื่น แต่ก็อาจเปิดช่องให้อักษรอีกหลายตัวขยับขยายได้ด้วยในคราวเดียวกัน เสน่ห์บางแบบอาจมีมาตั้งแต่ต้น ค้นพบเพิ่มหรือหายไประหว่างทาง ดังนั้นเมื่อร่างตัวอักษรได้จำนวนหนึ่ง สมานจะบันทึกไฟล์เก็บไว้แล้วแก้ไขต่อในไฟล์ที่ทำซ้ำแยกออกมา (save as) เพื่อรักษาองค์ประกอบที่อาจหายไประหว่างทาง แต่อาจนำกลับมาใช้ได้ในภายหลัง สมานทำเช่นนี้ไม่น้อยกว่า 80 ครั้งจึงจะได้ผลงานสุดท้ายที่สวยงามลงตัว กระบวนการทำงานของเขาแสดงให้เห็นว่าฟอนต์ลูกทุ่งก็มีมาตรฐานบางอย่างที่ต้องทุ่มเทเวลาและเรี่ยวแรงไม่น้อยเพื่อบรรลุถึงจุดนั้น



ภาพที่ 4.11 ไฟล์แบบร่างฟอนต์เคทีสมานอัญมณีฉบับที่ 20

Ref. code: 25615808030646PUM

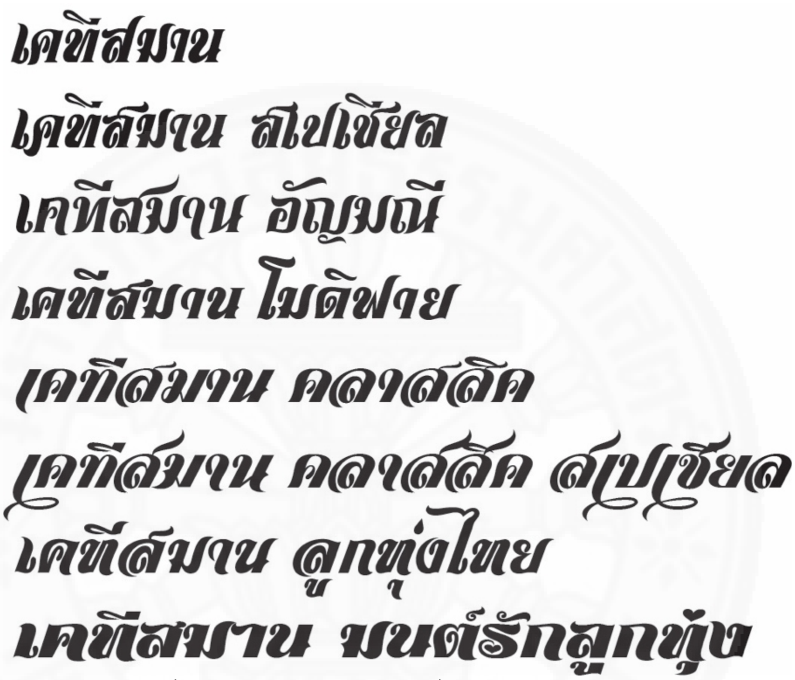
เมื่อถึงจุดที่ฟอนต์เริ่มเข้าที่เข้าทาง สมานจะเริ่ม “เทสต์ฟอนต์” โดยจินตนาการว่าฟอนต์ที่มีรูปลักษณ์ดังกล่าวน่าจะเหมาะกับการนำไปใช้งานแบบใด เช่น ตัวหวานๆ สำหรับงานแต่ง ตัวพลิ้วๆ สำหรับงานเทศกาล ป้ายเวทีหมอลำ ไปจนถึงตัวเหลี่ยมแข็งๆ สำหรับตัดสติ๊กเกอร์แต่งรถ แล้วนำตัวอักษรมาเรียงเป็นคำที่เกี่ยวข้องกับการใช้งานลักษณะนั้นๆ ในขั้นตอนนี้สมานมักจะเผยแพร่ภาพตัวอย่างการใช้งาน (specimen) ในเฟซบุ๊กส่วนตัวเพื่อหยั่งเสียงลูกค้าและโฆษณาไปพร้อมๆ กัน หลายครั้งเขาถึงกับเปิดให้คนร่วมสนุกด้วยการประกวดตั้งชื่อฟอนต์ ก่อนจะมอบฟอนต์ที่เสร็จสมบูรณ์ให้กับผู้ที่เสนอชื่อได้ถูกใจเขามากที่สุดนำไปใช้ฟรี

ภาพที่ 4.12 ชุดคำที่สมานใช้ทดสอบฟอนต์ซึ่งในภายหลังมีชื่อว่า “เคทีสมานอภิรมย์”

ตัวอักษรไทยทั้งหมดสามารถนำมารวมกันเป็นรูปแบบไม่จำกัด แต่แทนที่จะจำกัดตัวอักษรให้อยู่ที่กรอบที่จะแสดงผลได้อย่างเหมาะสมในทุกกรณี สมานเลือกที่จะทำฟอนต์สำหรับการใช้งานในแบบที่เฉพาะเจาะจงให้มีประสิทธิภาพสูงสุด บรรดาเสน่ห์ของตัวอักษรที่ต้องเลือกจะถูกคัดกรองด้วยหลักเกณฑ์ที่ว่า มันมีหน้าตาอย่างไรในชื่อประเพณีสำคัญและนักร้องลูกทุ่ง ปลายของ “สระไอ” อาจวาดลวดลายออกไปได้มากเท่าที่จะไม่ไปบดบังไม้หันอากาศและไม้โทในคำ “บั้งไฟ” และหางของ ส.เสือ ย่อมตวัดออกไปได้หากนักร้องยอดนิยมในห้วงเวลานั้นชื่อ “เพชร สหรัตน์” ไม่ใช่ “เพชรี สหัสรัตน์” ซึ่งหางพยัญชนะจะรบกวนสระตัวอื่น ในกรณีนี้ ฟอนต์ไม่ได้เป็นผลงานของนักออกแบบที่จะไปสร้างน้ำเสียงหรือบุคลิกให้กับข้อความแต่ฝ่ายเดียว ทว่าข้อความที่มีความหมายกลับมาแทรกแซงรูปลักษณ์ของตัวอักษรตั้งแต่ต้นด้วยเช่นกัน

Ref. code: 25615808030646PUM

ขั้นตอนทดสอบฟอนต์เผยให้เห็นว่า กระบวนการออกแบบฟอนต์ข้างต้นนี้ไม่ได้ถูกกำกับโดยนักออกแบบแต่เพียงผู้เดียว ทว่ายังมีตัวการที่อยู่นอกเหนือการควบคุมเข้ามาร่วมออกแบบด้วย เมื่อฟอนต์ถูกร่างขึ้นในบริบทการใช้งานของร้านป้ายต่างจังหวัด เพลงลูกทุ่งไม่ได้เพียงแต่บรรเลงเป็นแรงบันดาลใจอยู่ในพื้นหลังของการทำงาน แต่มีพลังมากพอที่จะเอื้อมเข้าไปดัดเส้นโค้งเวคเตอร์ให้ขยับพ้นออกไปจากมาตรฐานฟอนต์ที่มีอยู่เดิมได้ด้วย



ภาพที่ 4.13 ฟอนต์เคทีสมานที่มีรูปแบบคล้ายคลึงกัน

อย่างไรก็ดี เสน่ห์บางอย่างก็ยากที่จะทำใจทิ้งไป สมานว่า “เสน่ห์มันเกิดในเฉพาะคำ พอมารวมกันแล้วมันไม่ได้ เราก็ต้องเอาออก แต่บางทีมันก็เสียดายไง ก็เลยทำเป็นตัวเรียกว่าสเปเชียล ตัว SP ก็คือตัวที่เสียดายนี่แหละ ส่วนมากจะเป็นพวกตัวฟรีแฮนด์ ตัวไทยๆ ที่มีหางยาวๆ” ตัวอย่างฟอนต์ที่มีฉบับ “SP” คือเคทีสมานตัวแรกสุด และ “เคทีสมาน คลาสสิค” ตัวหลังนี้จะเห็นความแตกต่างได้ชัดเจนจากปลาย “สระเอ” ที่ม้วนตวัด และหางของ “ส.เสือ” ที่ลากยาวออกไป ผู้ใช้สามารถใช้ฟอนต์ทั้งสองฉบับนี้ประสมคำรวมกันเพื่อให้ไม่เกิดการซ้อนทับ โดยที่ยังคงเอกภาพของรูปลักษณ์ไว้เช่นเดิม ลักษณะเช่นนี้ฟอนต์อุตสาหกรรมเรียกว่า “ตัวสำรอง” (substitution) ซึ่งสามารถฝังลงไปในโปรแกรมฟอนต์ได้เลย โดยเมื่อพิมพ์บางตัวอักษรต่อกัน ตัวอักษรตัวใดตัวหนึ่งหรือทั้งคู่จะเปลี่ยนรูปร่างเข้าหากัน เช่น “ฤ” กับ “า” พิมพ์ต่อกันจะกลายเป็นตัวแฝด (ligature) “ฤา” โดยอัตโนมัติ แต่การโปรแกรมเช่นนี้ค่อนข้างยุ่งยาก และยิ่งซับซ้อนขึ้นอีกในกรณีของฟอนต์ลูกทุ่งซึ่งมีการตวัดหางอย่างสวิงสวาย นอกจากนี้เป้าหมายของฟอนต์ลูกทุ่งยังไม่ใช่

Ref. code: 25615808030646PUM

การรักษารูปลักษณ์และอารมณ์ของฟอนต์เอาไว้ในทุกกรณี พิจารณาภาพที่ 4.13 จะเห็นว่าฟอนต์หลายตัวของสมานมีรูปแบบที่คล้ายคลึงกันมาก เนื่องจากในสมัยที่ยังจับพู่กัน ช่างเขียนตัวอักษรสำหรับชื่อหรือคำที่เฉพาะเจาะจงขึ้นใหม่ทุกครั้ง แบบอักษรทั้งหมดนี้คือฝีแปรงของคนคนเดียวซึ่งต่อมาถูกข้อจำกัดของเทคโนโลยีบังคับให้ตายตัว และจึงต้องแบ่งย่อยออกเป็นหลายฟอนต์ต่างหาก การจะบรรจุรูปแบบที่แตกต่างกันทั้งหมดจากประสบการณ์เขียนป้ายนับสิบปีลงไปเป็นตัวสำรองในฟอนต์เดียวกันจึงแทบเป็นไปไม่ได้ ดังนั้นแม้ฟอนต์หลายชุดจะมีบุคลิกคล้ายๆ กันไปหมด ทว่าฟอนต์แต่ละแบบก็มีเสน่ห์เฉพาะในแบบของตัวเองที่อาจรวมกันเป็นคำบางคำได้สวยงามเป็นพิเศษ

ภาพที่ 4.14 ฟอนต์ ทีเอส แก้วเพชร ของธงชัย ศรีเมือง

กระบวนการออกแบบฟอนต์ที่ต่างออกไปจากฟอนต์อุตสาหกรรม ยังนำมาสู่การสร้างกติกาใหม่ขึ้นเอง ไม่ต่างไปจากการที่สมานนำเครื่องตัดสติ๊กเกอร์มาร่างป้ายผ้า ดังจะเห็นได้ในฟอนต์ “ทีเอส แก้วเพชร” ของธงชัย ศรีเมือง ซึ่งหากอธิบายตามมาตรฐานแล้วมีเพียง 1 น้ำหนักเท่านั้น แต่ธงชัยใช้ชื่อสไตล์ bold สำหรับตัวเลือกเส้นตวัดโดยไม่ได้เพิ่มความหนาของเส้นแต่อย่างใด ลักษณะเช่นนี้ไม่มีปรากฏในฟอนต์อุตสาหกรรม และเส้นตวัดเหล่านี้ก็อาจไม่ถูกนับว่าเป็นสไตล์หรือเป็นส่วนหนึ่งของตัวอักษรจึงไม่มีชื่อเรียกที่เป็นมาตรฐาน

4.2.2 วัตถุสภาวะในการผลิต

นอกจากต้องคำนึงถึงการใช้งานในเชิงเนื้อหาแล้ว กระบวนการออกแบบฟอนต์ลูกทุ่งยังต้องคำนึงถึงการใช้งานในเชิงเทคนิคซึ่งเกี่ยวข้องกับเครื่องจักรหลายชนิด ตัวอย่างเช่น ในระหว่างออกแบบฟอนต์ชุดหนึ่ง วัสได้โพสต์ขอความคิดเห็นจากเพื่อนคนทำป้ายให้ช่วยเลือกหางของตัว ส.เสือ คนส่วนใหญ่โหวตให้กับแบบแรกซ้ายมือ (ภาพที่ 4.15) ซึ่งมีจะงอยหยักเป็นจุดเท่ที่ทำให้ดู

น่าสนใจ แต่ก็มีบางคนชี้ว่าองค์ประกอบนี้อาจสร้างปัญหาเมื่อนำไปใช้ตัดสติ๊กเกอร์ เพราะเมื่อใช้เครื่องตัดแล้ว ช่างจะต้องลอกส่วนที่ไม่ต้องการออก และ “ติ่ง” ที่หันสวนทางอาจลอกเปิดออกโดยไม่ตั้งใจ ในท้ายที่สุด วัสจึงแยกฟอนต์ตัวนี้ออกมาเป็น 2 ฉบับชื่อ “เบญจมินทร์” และ “จัสมินทร์” ซึ่งเหมือนกันแทบทุกประการยกเว้นหางของตัว “ส” นี้เอง

ภาพที่ 4.15 วัสโพสต์ตัวอย่างตัว ส.เสือ ให้เพื่อนในเฟซบุ๊กช่วยกันโหวตเลือกแบบที่ชอบ

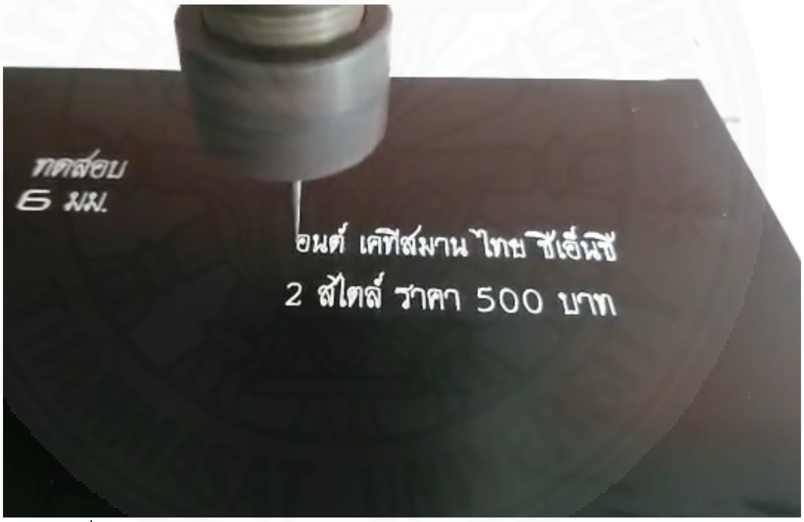
วัสดุและเครื่องจักรไม่เพียงแต่เป็นอีกหนึ่งตัวการที่ร่วมอยู่ในกระบวนการออกแบบ แต่บางครั้งยังเป็นตัวการที่เรียกร้องให้เกิดการออกแบบขึ้นตั้งแต่ต้น เช่นในกรณีของฟอนต์ “เคทีสมาน ซีเอ็นซี” ซึ่งทำขึ้นเพื่อใช้กับงานแกะสลักด้วยเครื่องซีเอ็นซี โดยเฉพาะ

CNC ย่อมาจาก Computer Numerical Control ซึ่งหมายถึงเครื่องจักรใดๆ ก็ตามที่ควบคุมการทำงานด้วยคอมพิวเตอร์ อาจเป็นหัวตัดพลาสมา หรือหัวฉีดน้ำแรงดันสูงก็ได้ แต่สำหรับคนทำป้าย เครื่องซีเอ็นซีมักหมายถึงเครื่องประเภทเซาะร่อง (router) เครื่องจักรชนิดนี้เป็นชนิดที่ทำงานโดยยึดชิ้นงานให้อยู่กับที่ (flatbed) มีรางให้หัวเจาะคล้ายสว่านสามารถเคลื่อนไปมาในแกนตั้ง แกนนอน และขึ้นลงในแนวดิ่ง กล่าวคือเป็นการทำงานแบบ 3 มิติ

แม้หัวเจาะจะทำงานตามเส้นเวคเตอร์ของฟอนต์ แต่น้ำหนักและรูปร่างของฟอนต์ที่จะเกิดขึ้นยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางกายภาพภายนอกด้วย ฟอนต์เดียวกันจะถูกทำให้เกิดเป็นร่องตัวอักษรที่มีความหนา มีลักษณะขอบอย่างไร ขึ้นอยู่กับการเลือกชนิดและตั้งค่าหัวเจาะ นอกจากนี้ วัสดุแต่ละชนิดก็รองรับแรงเจาะได้ต่างกัน ในกรณีของแผ่นพลาสวูด อะคริลิค หรือโฟม การกำหนดรอบการหมุนของดอกสว่านก็อาจเพียงพอ แต่ในกรณีที่วัสดุที่จะแกะสลักเป็นไม้จริงซึ่งมัก

มีพื้นผิวที่ไม่ได้เรียบเสมอกันอย่างสมบูรณ์ ช่างจะต้องค่อยๆ กำหนดความลึกของการเจาะไปทีละส่วน ไม่เช่นนั้นตัวอักษรบนแผ่นป้ายอาจมีความหนาไม่เท่ากัน

โดยมากเครื่องจักรชนิดนี้ใช้ทำชิ้นงานขนาดใหญ่ซึ่งให้กำไรดี ประกอบกับการทำงานที่หัวเจาะจะเดินตามเส้นรอบนอกของฟอนต์ก่อนแล้วจึง “ขุด” พื้นที่ด้านใน คนทำป้ายจึงมักเรียกเครื่องจักรชนิดนี้ว่า “เครื่องขุดเงิน” อย่างไรก็ตาม ปัญหาของการใช้งานกับฟอนต์ที่มีโดยทั่วไป คือ ฟอนต์ไม่บางพอที่จะใช้กับการแกะสลักตัวอักษรขนาดเล็ก เพราะแม้แต่ฟอนต์ที่มีน้ำหนักบางที่สุดก็ยังคงมีการเดินเส้น 2 เส้นขนานกันไป เมื่อหัวเจาะเดินตามเส้นสองรอบก็มักจะกินเนื้อวัสดุลงไปมากจนมีความหนามากเกินความต้องการ สมานจึงทำฟอนต์สำหรับการนี้ขึ้นมาโดยเฉพาะ เป็นแบบอักษรลายมือตัวบรรจงสำหรับทำป้ายชื่อ ความพิเศษคือฟอนต์นี้ไม่มีน้ำหนักโดยสิ้นเชิง คือเดินเส้นเป็นเส้นเดี่ยวๆ เปิดให้ผู้ใช้นำไปกำหนดน้ำหนักของตัวอักษรเองด้วยชนิดของดอกแกะสลักและการตั้งค่าหัวเจาะ



ภาพที่ 4.16 เครื่องแกะสลัก CNC กำลังแกะแผ่นโรว์มาร์ค (rowmark) สำหรับทำป้ายชื่อ

4.3 ตัวอักษรมีชีวิตชีวา

การทำฟอนต์ชุดหนึ่งตั้งแต่เริ่มต้นอักษรตัวแรกจนสิ้นสุดเป็นแบบสุดท้าย สมานอาจใช้เวลาเพียง 3 วันไปจนถึงเกือบ 2 เดือน และมีจำนวนไม่น้อยที่ยังคงค้างคาอยู่ในไฟล์ที่ไม่เคยเสร็จสมบูรณ์ “ใช้เวลามากหรือน้อยไม่ได้แปลว่ามันยากหรือง่ายนะ บางตัวคิดว่ายากแต่ทำแป๊บเดียวเสร็จ บางตัวคิดว่าง่ายแต่ใช้เวลาเป็นเดือนก็มี” สมานยอมรับว่ามีสิ่งที่เขาอธิบายไม่ได้อยู่ในกระบวนการทำฟอนต์ เช่น ครั้งหนึ่งระหว่างที่สมานกำลังออกแบบฟอนต์จนได้รูปร่างที่สวยงามลงตัวมาก ไฟฟ้าที่บ้านก็ดับลงโดยที่เขาไม่ทันได้บันทึกไฟล์ หลังจากกระแสไฟฟ้ากลับมา เขารีบเปิดคอมพิวเตอร์ขึ้นมา

ดัดตัวอักษรใหม่อีกครั้ง แต่ไม่ว่าพยายามอย่างไร ตัวอักษรซึ่งงามที่สุดก่อนไฟดับก็ไม่เผยตัวออกมาอีก ในท้ายที่สุด ฟอนต์ “เคทีสมาน เทพวิษณุ” ที่วางจำหน่ายทุกวันนี้จึงไม่ใช่ฉบับที่งามที่สุดดังที่สมาน ตั้งใจเอาไว้

ข้อมูลในบทนี้ แสดงให้เห็นว่าการออกแบบฟอนต์ลูกทุ่งไม่ได้เป็นเพียงกระบวนการคิดในหัวของมนุษย์เท่านั้น ทว่ามีตัวการหลายชนิดที่ขับเคี่ยวกันอยู่ ต่างฝ่ายต่างยึดยื้อเส้นเวคเตอร์ให้โค้งไปในทางของตน แน่นอนว่ามนุษย์ซึ่งเป็นผู้ลงมือดัดเส้นโค้งเวคเตอร์ ย่อมมีความคิดเกี่ยวกับแบบอักษรที่ต้องการอยู่ในใจ อย่างไรก็ตาม แบบนั้นจะต้องถูกทดสอบโดยชุดคำที่เฉพาะเจาะจง ชั่งน้ำหนักระหว่างสเน่ห์หรือจุดเท่กับการใช้งานในรูปแบบต่างๆ ซึ่งท้ายที่สุดแล้วอาจมีน้ำหนักมากเท่าๆ กันจนเกิดการแตกตัว (bifurcate) (Latour, 2000, p.281) ออกเป็นฟอนต์ฉบับ “สเปเชียล” หรือเป็นสองฟอนต์ที่มีชื่อต่างกันไปเลยเช่นในกรณีฟอนต์เบญจมินทร์และจัสมินทร์ของวัส ในกรณีหลังนี้ หากวัสไม่ได้ทำงานสติ๊กเกอร์ การแตกตัวก็อาจไม่เกิดขึ้น การออกแบบฟอนต์ที่สัมพันธ์กับวิถีปฏิบัติในการทำป้ายอย่างแนบแน่น ทำให้ฟอนต์ลูกทุ่งแต่ละตัวถูกสร้าง (enacted) ขึ้นท่ามกลางชุดของตัวการที่อาจไม่ซ้ำหน้ากันเลย แม้กระทั่งในการทำงานของคนทำฟอนต์คนเดียวกัน และแบบอักษรก็ยังอาจกลาย (mutate) ไปเป็นแบบอื่นได้จากการที่กระแสไฟฟ้าดับเข้ามาขัดจังหวะ

สิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ (nonhuman) อย่างเช่น สติ๊กเกอร์ หัวสว่าน CNC และกระแสไฟฟ้าที่รวมอยู่ในวิถีปฏิบัติของการออกแบบ (design practice) ข้างต้น จึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือที่มนุษย์จะควบคุม หยิบจับมาสร้างสรรค์งานได้ดั่งใจ แต่เป็นวัตถุที่มีชีวิตชีวาในตัวเอง (vibrant matter) (Bennett, 2010) สิ่งที่น่าสนใจในกรณีของฟอนต์ก็คือ ชีวิตของวัตถุเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบ (affect) ในห้วงเหตุการณ์ (event) หนึ่ง เพราะบุคลิกของฟอนต์เป็นเครื่องถ่ายทอดความรู้สึกที่จะยังถูกทำซ้ำและส่งต่อไปอีกไม่จำกัด

4.3.1 ผู้ช่วยช่างกราฟิก

วัสมักกล่าวถึงฟอนต์ของตนอย่างติดตลกว่า แม้จะ “ไม่มาดถานแต่ใช้ได้จริง” คือ ถึงจะไม่เป็นไปตามมาตรฐานสากล แต่ก็ใช้กับงานป้ายได้เป็นอย่างดี ฟอนต์ลูกทุ่งอาจมีรูปลักษณ์หลายแนวไม่จำกัดเฉพาะแบบพลิ้วๆ เท่านั้น แต่สิ่งที่ทุกฟอนต์มีร่วมกันคือการพัวพันอยู่ในบริบทการใช้งานที่เฉพาะเจาะจงอย่างยิ่ง ทั้งในเชิงการสื่อสาร เช่น เพื่อใช้กับป้ายงานเทศกาล งานมงคลสมรส และในเชิงเทคนิคเช่น ใช้ตัดสติ๊กเกอร์ หรือใช้แกะสลักแผ่นป้าย ฟอนต์ลักษณะนี้สอดคล้องกับการทำงานในร้านป้ายที่ช่างกราฟิกต้องรับผิดชอบงานควบคุมการผลิตมากกว่าใช้เวลาไปกับการออกแบบ ฟอนต์ลูกทุ่งจึงเป็นมากกว่าเครื่องมือของช่างกราฟิก แต่เป็นเหมือนผู้ช่วยข้างกายที่รู้ใจช่างเป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากการแสดงตัวอย่างการใช้งานของฟอนต์ลูกทุ่งซึ่งแตกต่างจากฟอนต์อุตสาหกรรมอย่างสิ้นเชิง

การแสดงตัวอย่างฟอนต์เพื่อประกอบการตัดสินใจก่อนซื้อของฟอนต์อุตสาหกรรมโดยทั่วไป จะใช้ตัวอักษรสีดำบนพื้นขาว แสดงให้เห็นการใช้งานในขนาดและสไตล์ที่แตกต่างกัน เพื่อให้ผู้ซื้อสามารถพิจารณารูปลักษณ์ของตัวอักษรได้อย่างถนัด วิธีการนี้ช่วยให้ลูกค้าสามารถจินตนาการถึงการนำไปใช้ในรูปแบบต่างๆ จากแนวทางของอารมณ์ความรู้สึกที่ปรากฏในชุดคำซึ่งมักสัมพันธ์กับชื่อหรือบุคลิกของฟอนต์นั้น

ภาพที่ 4.17 การแสดงตัวอย่างฟอนต์สุขุมวิท ตัดใหม่ โดยบริษัทคัดสรร ดีมาก

ภาพที่ 4.18 การแสดงตัวอย่างฟอนต์ DB Wittayu X โดยบริษัทดีบี ดีไซน์

ในอีกด้านหนึ่ง ฟอนต์ลูกทุ่งมักแสดงตัวอย่างฟอนต์ในบริบทการสื่อสารและการผลิตเป็นชิ้นงานอย่างเจาะจง เช่น เป็นสติ๊กเกอร์ติดรถ หรือป้ายไวนิลงานวัด ฟอนต์จึงถูกแสดง

พร้อมสีสันและการตกแต่งที่ผ่านการออกแบบแล้ว บางครั้งถึงขั้นจำลองพื้นผิว (texture) ให้เห็นถึงการใช้งานกับวัสดุด้วย เช่น ทำเป็นป้ายหินแกะสลัก

ภาพที่ 4.19 การแสดงตัวอย่างฟอนต์ เคทีสมาน ยากูซ่า

ภาพที่ 4.20 การแสดงตัวอย่างฟอนต์ วัส@ธิติวรรณ

ภาพที่ 4.21 การแสดงตัวอย่างฟอนต์ เคทีสมาน เอกลักษณ์ไทย บนพื้นผิวหินจำลอง

การแสดงตัวอย่างเช่นนี้อาจก่อให้เกิดความสับสนได้ว่ารูปลักษณ์ที่แท้จริงของฟอนต์เป็นอย่างไรแน่ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นการโฆษณาให้เห็นประสิทธิภาพของฟอนต์ซึ่งจะช่วยให้

การออกแบบของช่างกราฟิกง่ายขึ้นมาก ฟอนต์ลูกทุ่งซึ่งไม่ได้ออกแบบมาให้ใช้งานได้ในทุกกรณีอย่างสมบูรณ์ ย่อมไม่เหมาะกับการนำเสนอที่เปิดให้ลูกค้าจินตนาการถึงการนำไปใช้จัดวางแบบต่างๆ แต่เหมาะกับการนำเสนอว่า ส่วนประกอบหางตวัด เสน่ห์ จุดเท่ของตัวอักษร จะเปล่งพลังออกมาในบริบทการใช้งานแบบใด

4.3.2 พลังลูกทุ่ง

เจน เบนเนตต์เรียกองค์ประกอบย่อยๆ ของวัตถุต่างๆ ที่อาจเหนี่ยวนำให้เกิดความรู้สึกว่า “หน่อเนื้อ” (protobodies) ของความรู้สึก (Bennett, 2009, p.31) ซึ่งเมื่อไปประกอบเข้ากับหน่อเนื้ออื่นๆ แล้วสามารถจะก่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกบางประการขึ้นมาได้ในตัวของมันเอง แนวคิดนี้คล้ายคลึงกับสิ่งที่พอลลิน การ์วีย์ (Pauline Garvey) เรียกว่า “คุณสัญลักษณ์” (qualisign) (Garvey, 2013) การ์วีย์อาศัยการอ่านความหมายเชิงสัญศาสตร์แบบเพิซเชียน (Piercian) มาใช้อธิบายว่าคุณลักษณะของวัสดุต่างๆ อาทิ ความแข็ง ความลื่น ความยืดหยุ่น มีความหมายซึ่งไม่ได้เกิดมาจากภาพแทนที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์เท่านั้น ทว่าคุณสมบัติเหล่านี้มีศักยภาพที่จะโน้มน้าวให้เกิดความรู้สึกในเชิงผัสสะ (sensous) อยู่ก่อนที่มนุษย์จะให้ความหมายกับมันแล้ว

หากพิจารณาโดยเรียงลำดับ ก-ฮ องค์ประกอบที่เป็นหางตวัด เสน่ห์ จุดเท่ของตัวอักษร เหล่านี้อาจดูเป็นเพียงลักษณะที่คนทำป้ายหยิบยืมมาจากอดีตอันรุ่งเรืองของการเขียนป้าย ทว่าเมื่อพิจารณาการมารวมกันเป็นคำที่เกิดความสอดประสานกันขึ้น จะเห็นว่าแนวโค้งเป็นคลื่น จะงอยแหลม เส้นหนาหนักแน่น ฯลฯ ไม่ได้เป็นเพียงรูปลักษณ์ภายนอกที่นักออกแบบกำกับขึ้นตามอำเภอใจ ความรู้สึกแหลมคม ลื่นไหล แข็งกร้าว ที่เปล่งออกมาไม่ได้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นหลังจากออกแบบเสร็จสิ้นแล้ว ทว่าเกิดขึ้นตั้งแต่ในระหว่างการร่างฟอนต์ที่พัวพันอยู่กับวัสดุ เครื่องจักร และวัฒนธรรมที่ใช้งานฟอนต์นั้น องค์ประกอบในรูปร่างตัวอักษรเหล่านี้จึงเก็บงำศักยภาพในการสื่อความ และหน่อเนื้อของอารมณ์ความรู้สึกเอาไว้ในตัวของมันเอง มาตั้งแต่ยุคเขียนพู่กันจนถึงยุคดิจิทัล กล่าวคือ ตัวอักษรในฟอนต์ลูกทุ่งไม่เพียงแต่ประกอบขึ้นด้วยวัตถุที่มีชีวิตชีวา (vibrant matter) หลายชนิด แต่ตัวมันเองยังเป็นตัวอักษรที่มีชีวิตชีวา (vibrant letter) อีกด้วย

เมื่อฝีแปรงอยู่ในรูปดิจิทัล มันก็สามารถถูกทำซ้ำและส่งผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตไปได้ทุกที่ในโลก ฝีแปรงซึ่งแต่เดิมผูกติดอยู่กับร่างกาย ถูกแบ่งออกเป็นสินค้ารายการย่อยๆ ซึ่งทำเงินให้สมานได้หลายหมื่นบาทต่อเดือน กระทั่งสามารถวางมือจากการทำงานป้ายเต็มเวลามานั่งออกแบบฟอนต์อยู่ที่บ้านได้ ฝีแปรงดิจิทัลในรูปของฟอนต์ลูกทุ่งทำให้ชื่อสมาน คนทำฟอนต์ (KT_Smarn) วัส โวยวาย (Was) ธงชัย ศรีเมือง (TS) จิ้ง สติ๊กเกอร์ (JK_Jing) และอีกหลายคนที่ไม่ได้กล่าวถึงมาก่อน เช่น สมบูรณ์ (SB font) กระจิ๊ดริด คนป้ายสายศิลป์ (KJR) ไปปรากฏอยู่ในรายการฟอนต์เคียงข้างฟอนต์ตระกูล UPC TH JS DB PSL ฯลฯ

ในกรณีที่คนทำป้ายด้วยกันนำไปใช้ ตัวอักษรเหล่านี้อาจเป็นผู้ช่วยที่ทำงานอย่างแข็งขัน แต่หากอยู่พ้นออกไปนอกวิถีปฏิบัติของการทำป้าย นอกบริบทดั้งเดิมอย่างที่ฟอนต์ถูกสร้างขึ้น ผู้ใช้ซึ่งอาจเป็นนักออกแบบกราฟิกทั้งมืออาชีพและมือสมัครเล่น จะกลายเป็นผู้ใช้ฟอนต์ลูกทุ่งมือสมัครเล่น พวกเขาจะต้องเรียนรู้กติกาและมาตรฐานในแบบฟอนต์ลูกทุ่ง รวมถึงเผชิญกับรูปลักษณ์ที่พาหน่อเนื้อของความรู้สึกในบริบทดั้งเดิมติดตัวมาด้วย เมื่อตัวอักษรซึ่งปฏิเสธจะจำกัดตัวอยู่ในที่ทางอันเป็นมาตรฐาน เดินทางออกไปติดตั้งในคอมพิวเตอร์เครื่องอื่น มันก็พร้อมที่จะออกมาครอบครองพื้นที่ว่างในงานออกแบบด้วยกติกาแบบลูกทุ่งของมันเองทันทีที่ผู้ใช้กดปุ่มบนแป้นพิมพ์ ผู้ใช้ฟอนต์ที่คุ้นเคยกับการใช้ฟอนต์อุตสาหกรรมอาจต้องประหลาดใจ เมื่อพบว่าฟอนต์ทีเอสแก้วเพชร ประพฤติตัวแตกต่างออกไปอย่างมาก แทนที่นักจัดวางตัวอักษร (typographer) จะเป็นผู้กำกับการใช้พื้นที่ในงานออกแบบ ทีเอสแก้วเพชรมาพร้อมกับหางตวัดที่ลากยาวออกไปทั้งด้านล่างและซ้ายขวาซึ่งทำให้ผู้ใช้ต้องจัดวางตัวอักษรข้างเคียงให้สอดรับไปตามนั้น เช่น ตัวอย่างในภาพที่ 4.23 จะเห็นว่าการจัดวางคำว่า “ประทับ” และกระทั่งตัว “ย” ในคำว่า “อยู่” เป็นผลมาจากการปฏิสัมพันธ์กับหางตวัดของตัว “จ” และ “อ” ซึ่งมาพร้อมกับฟอนต์ตั้งแต่แรก ฟอนต์ลูกทุ่งจึงเป็นวัตถุ-พลัง (thing-power) ที่มีพลังในตัวเอง เป็นฟอนต์ที่ “ไม่มาดถาน” และอาจสร้างปัญหาให้กับผู้ใช้ที่ไม่คุ้ยเคยกับมัน แต่ในขณะเดียวกันก็เต็มเปี่ยมไปด้วยพลังลูกทุ่งซึ่งมีแบบฉบับไม่เหมือนใครในทุกๆ ฟอนต์

ภาพที่ 4.22 ฟอนต์ทีเอส แก้วเพชร ถูกนำไปใช้ออกแบบภาพปกเพลง “เสด็จประทับอยู่” ของวง “Paradox” หมายเหตุ: จาก https://www.youtube.com/watch?v=rAfK9yHFH4w

Ref. code: 25615808030646PUM

บทที่ 5
ยานยนต์กับการสร้างสรรค์ฟอนต์ลูกทุ่ง

แม้จะเข้าใจวิถีปฏิบัติในการทำป้ายและทำฟอนต์แล้ว อีกคำถามหนึ่งที่ยังไม่กระจ่างคือ เหตุใดฟอนต์ของคนทำป้ายจึงมีจุดเริ่มต้นมาจากร้านป้ายในต่างจังหวัดทั้งสิ้น ในบทนี้ผู้เขียนจะนำเสนอวิถีปฏิบัติในการออกแบบฟอนต์ลูกทุ่งที่ต่างออกไปจากบทก่อนหน้า โยงใยกับวัสดุและเครื่องจักรที่พ้นออกไปจากบริเวณของร้านป้าย เพื่อแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงของปรากฏการณ์ฟอนต์ลูกทุ่งกับบริบทในภาพกว้างมากยิ่งขึ้น ในขณะที่เครื่องจักรในบทก่อนหน้าตั้งอยู่กับที่ เครื่องจักรในบทนี้เคลื่อนที่ไปบนถนน ผู้เขียนจะแสดงให้เห็นว่ารถกระบะ รถมอเตอร์ไซค์ และอะไหล่ยนต์ก็มีศักยภาพในการสร้างสรรค์ และมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบฟอนต์ได้เช่นกัน

5.1 ความสร้างสรรค์จากท้องถนน

บ่ายวันหนึ่งของเดือนมกราคม พ.ศ. 2561 ขณะที่สมานกำลังยืนสูบบุหรี่อยู่หน้าร้านของเขาซึ่งตั้งอยู่ริมทางหลวงหมายเลข 210 ตัวการที่ไม่คาดฝันว่าจะมีความสร้างสรรค์ชุดหนึ่ง ก็ได้ก่อตัวขึ้นเป็นฟอนต์โดยที่ไม่มีใครคาดคิดมาก่อน แม้กระทั่งตัวสมานเอง เนื่องจากเป็นเส้นทางหลักที่เชื่อมต่อระหว่างจังหวัดอุดรธานีผ่านหนองบัวลำภูไปยังจังหวัดเลย ถนนสายนี้จึงมีรถบรรทุกแล่นผ่านตลอดวัน โดยเฉพาะรถบรรทุกอ้อยซึ่งมีปลายทางคือโรงน้ำตาลใหญ่ในอำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย ที่เพิ่งเริ่มเปิดหีบรับซื้ออ้อยปลายปีก่อน ไฟจราจรที่ถูกตั้งโปรแกรมอัตโนมัติเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นเหลืองและแดง หยุดรถบรรทุกคันหนึ่งให้จอดบริเวณหน้าร้านสีสันการป้ายพอดี เสียงเบรคลม “อื้อ.. ชี่ ชี่ ชี่” ดังขึ้นเป็นเสียงที่คนในย่านนี้ได้ยินทุกวันจนชิน ที่ข้างรถบรรทุกที่ดูธรรมดาคันนี้มีตัวอักษรจากการแกะพ่นสี สีขาว ตัวใหญ่ เอียง ความหนาเส้นไม่สม่ำเสมอ ปลายตัวอักษรมีริ้วหยักประดับประดา เขียนเป็นคำว่า “เบญจรัตน์” สมานรู้สึกได้ทันทีว่าตัวอักษรสไตล์นี้ ยังไม่มีฟอนต์ไหนทำมาก่อน โดยเฉพาะตัว “ญ” ที่ดูสวยงามน่าหลงใหล เขาดับบุหรี่ เปิดโปรแกรม Corel Draw ขึ้นมาร่างตัว ญ.หญิง และตัวอื่นๆ เป็นคำตามที่เห็นโดยไม่รอช้า จากนั้นไม่กี่สัปดาห์ถัดมา ตัวอักษร 9 ตัวก็ถูกขยายเพิ่มเป็นพยัญชนะ 44 ตัว พร้อมสระ วรรณยุกต์ และตัวเลขครบชุด สมานปรับเปลี่ยนชื่อเล็กน้อยเพื่อให้เป็นคำที่มีความหมายทั่วไปมากขึ้นแต่ยังคงเสน่ห์ในตัว ญ.หญิง เอาไว้ เป็นชื่อฟอนต์ “เคทีสมาน เบญรงค์”

เนื่องจากแบบอักษรชุดนี้มีรูปลักษณ์ที่ชวนให้นึกถึงลายไทย ประจวบเหมาะกับชื่อที่คิดขึ้นได้ไปพ้องเข้ากับวัตถุอันเป็นตัวแทนของ “ความเป็นไทย” ในบางลักษณะ สมานจึงวางจุดขายให้กับฟอนต์นี้ด้วยคำโปรยว่า “เคทีสมาน เบญรงค์ ธำรงความเป็นไทย”

ภาพที่ 5.1 ตัวอย่างฟอนต์เคทีสมาน เบญรงค์

ถนน รถบรรทุก อ้อย โรงงานน้ำตาล สี่แยก ไฟจราจร และบุหรี่อีกหนึ่งมวน คือตัวการที่พาหน่อเนื้อของความรู้สึกนี้มายังที่ทำงานของคนทำฟอนต์ ก่อนจะไปประชันกับตัวการอื่นๆ ในร้านป้าย กระทั่งรวมกันเป็นฟอนต์ที่ถูกแปล (translate) ให้กลายเป็น “ความเป็นไทย” เมื่อถูกบรรจุหีบห่อเป็นสินค้าในตอนท้าย การสร้าง (enactment) ฟอนต์ลูกทุ่งจึงไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะวิถีปฏิบัติในบริเวณของพื้นที่ทำงาน (workshop) ของคนทำป้ายเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวพันกับสิ่งที่อยู่ข้างนอกร้านอย่างการขับขี่ยานยนต์ต่างๆ ด้วย

ป้ายกับถนนเป็นสองสิ่งที่มีพัฒนาการควบคู่กันมาโดยตลอด ถนนสัมพันธ์กับการเติบโตของเมือง และความต้องการป้ายก็เติบโตขึ้นตามสภาพแวดล้อมความเป็นเมืองที่มีผู้คนมากหน้าหลายตามากขึ้นด้วย ในขณะเดียวกัน พ้นชานเมืองออกไป ถนนก็ยังสัมพันธ์กับขนาดและรูปแบบของป้าย เมื่อถนนใหญ่ขึ้น เรียบขึ้น รถแล่นได้เร็วขึ้น ป้ายก็มีขนาดใหญ่ขึ้นตามลำดับเพื่อจับสายตาของผู้สัญจรผ่านให้ทัน การเคลื่อนที่ของรถจึงสัมพันธ์กับธุรกิจป้ายและโฆษณาด้วย ตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของนวัตกรรมการทำป้ายที่ตอบสนองต่อการใช้รถใช้ถนนในต่างจังหวัด คือป้ายงานวัดที่แบ่งข้อความออกเป็นท่อนๆ ทำเป็นป้ายขนาดเล็ก “ขอ” “เชิญ” “ร่วม” “งาน” “ปิด” “ทอง” “ฝัง” “ลูก” “นิมิต” ปักเรียงต่อกันไปริมทาง ความสร้างสรรค์ลักษณะนี้จะไม่เกิดขึ้นในกรุงเทพซึ่งมีพื้นที่จำกัดและรถแล่นได้ช้าท่ามกลางการจราจรหนาแน่น

Ref. code: 25615808030646PUM

5.1.1 ความเร็ว

สำหรับงานพิมพ์ไวนิล หรือการตัดสติ๊กเกอร์ทั่วๆ ไป การได้ข้อสรุปเกี่ยวกับชนิดของวัสดุ ข้อความ ขนาด สี ถือว่าจบกระบวนการคุยงาน หลังจากนั้นช่างจะเป็นผู้เลือกฟอนต์ให้เหมาะสมกับงานของลูกค้าเอง เช่น ฟอนต์หวานๆ สำหรับป้ายงานแต่ง ฟอนต์พลิ้วๆ สำหรับไวนิลหมอลำ และตัวเรียบๆ มีหัวกลมสำหรับสติ๊กเกอร์ติดรถหน่วยงานราชการ ฯลฯ ยกเว้นงานชนิดหนึ่งซึ่งลูกค้าจะได้รับโอกาสให้เลือกฟอนต์ด้วยตนเอง

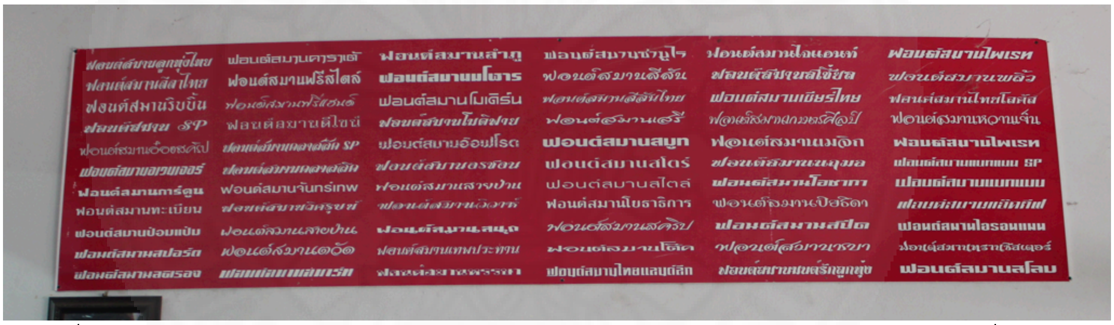
"ตัดสติ๊กเกอร์ติดหน้ารถครับ"

"ข้อความว่าอะไรครับผม" ช่างต้นถาม

"บารมีพ่อแม่ครับ ทำเป็นสองสีได้อยู่ไหมครับ สีแดงกับสีเหลือง"

"ได้ครับ เดี๋ยวเลือกแบบตัวหนังสือเลยครับ"

ช่างต้นผายมือขึ้นไปทางผนังด้านหนึ่งของร้าน ซึ่งมีตัวอย่างฟอนต์เรียงรายให้เลือก ลูกค้าพิจารณาอยู่ครู่หนึ่ง ชี้เลือกฟอนต์ที่อยู่มุมขวาบนสุดของป้าย



ภาพที่ 5.2 ตัวอย่างฟอนต์เคทีสมานบนแผ่นป้ายความยาวประมาณ 2 เมตรบนผนังด้านหนึ่งของร้าน

ช่างต้นพิมพ์ข้อความลงไปในโปรแกรม Corel Draw เลือกฟอนต์ "เคทีสมานไพเรท" หั่นตัวหนังสือออกเป็น 2 ซีก ป้อนสติ๊กเกอร์สีแดงและเหลืองเข้าไปในเครื่องตัดตามลำดับ จากนั้นส่งต่อให้เฟิร์สนำไปลอกสติ๊กเกอร์ส่วนที่ไม่ต้องการออก ติดเทปใสลงไปเพื่อยกตัวหนังสือออกจากกระดาษเดิมเพื่อนำไปติดหน้ารถ ระหว่างนั้นนัทก็ใช้น้ำสบู่เช็ดพื้นผิวกระจกให้สะอาด ใช้ตลับเมตรวัดหากึ่งกลาง ตีเส้นด้วยชอล์คเพื่อติดชิ้นงานให้ตรงแนว เฟิร์สทาบเทปใสที่มีตัวหนังสือติดอยู่ลงไปตามเส้นที่ตีไว้ ใช้ที่รีดพลาสติกลากกดให้สติ๊กเกอร์ติดแน่น ก่อนจะลอกเทปใสออก กระบวนการทั้งหมดนี้นับตั้งแต่ลูกค้าก้าวลงจากรถ จ่ายเงิน 300 บาทและขับรถออกไป ใช้เวลาเพียงประมาณ 30 นาทีเท่านั้น

Ref. code: 25615808030646PUM

ภาพที่ 5.3 ด้านข้างและกระจกหน้าของรถกระบะซิ่งใช้รับงานวิ่งส่งสินค้าจากบริษัทหนึ่ง

ในอดีต สติ๊กเกอร์ที่นิยมนำมาแต่งรถมักเป็นสติ๊กเกอร์ข้อความกวนๆ ซึ่งผลิตมาจากโรงพิมพ์ใหญ่ ใช้วิธีสกรีนสติ๊กเกอร์คราวละมากๆ ทำให้มีราคาถูก แม้จะมีข้อความให้เลือกหลายสิบแบบ แต่สีและแบบอักษรก็เหมือนกันไปทั้งหมด หากต้องการข้อความที่เฉพาะตัวและแบบที่ต่างออกไป เจ้าของรถจะต้องไปตามหาช่างสติ๊กเกอร์ที่รับตัดด้วยมือ ช่างที่มีฝีมือดีอาจตัดออกมาได้ใกล้เคียงกับเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ในปัจจุบันมาก แต่ก็แน่นอนว่าใช้เวลามากกว่ากันหลายเท่า ทั้งเครื่องพิมพ์และเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ที่มีราคาถูกลงมาก เปิดโอกาสให้ลูกค้าสามารถสั่งทำสติ๊กเกอร์ได้ในปริมาณน้อยจนถึงเพียงชิ้นเดียว และยังสามารถสั่งตัดให้เป็นไปตามความต้องการของตนเองได้ทุกประการ กระทั่งสามารถใส่หมายเลขสมาชิกลงไปในสติ๊กเกอร์ของกลุ่มหรือ “แก๊งค์” เป็นรายชิ้นได้อย่างง่ายดาย โดยให้โปรแกรม “รันเลข” ในจุดที่ต้องการ แต่องค์ประกอบที่เหลือยังคงเดิม

การสั่งตัดสติ๊กเกอร์ได้ตามต้องการและใช้เวลาไม่มาก ทำให้ผู้ขับขี่รถกระบะสามารถแวะ “เติม” ลวดลายและข้อความบนรถได้ตลอดเส้นทาง เขาอาจเห็นข้อความทำนองเดียวกันนี้มาจากรถคันอื่นที่จอดติดไฟแดงด้วยกัน หรือสวนกันในซอยเล็กๆ เมื่อสบโอกาสก็แวะจอดที่ร้านป้ายระหว่างทางเพื่อทำความคิดต่างๆ ให้ออกมาเป็นชิ้นงาน พร้อมๆ กับพักรถและคนขับไปด้วยในตัว สำหรับคนที่ทำงานขับรถ ส่งของ หรืองานที่ต้องเดินทางไกล รถและถนนก็เป็นเหมือนห้องทำงานของเขา แต่เป็นห้องทำงานที่เคลื่อนที่ไปบนถนน แน่นอนว่าพวกเขาถูกคาดหวังให้นำสินค้าไปส่งยังจุดหมายให้รวดเร็วที่สุด ความเร็วจึงเป็นเรื่องของประสิทธิภาพในการทำงาน และในขณะเดียวกันก็เป็นคุณสมบัติที่แรงงานกลุ่มนี้นำมาใช้นำเสนอตัวตนของพวกเขาผ่านสติ๊กเกอร์ด้วย คำที่นิยมตัดหรือพิมพ์เป็นสติ๊กเกอร์จึงมักมีคำว่า “ซิ่ง” ประกอบอยู่ด้วย คำนี้มักสามารถนำไปต่อท้ายชื่อบริษัทหรือสินค้าและบริการใดๆ ก็ได้ทั้งสิ้น เช่น “พัสดุซิ่ง” “เสาเข็มซิ่ง” “ปลาทูซิ่ง” ไปจนถึง “ส้วมซิ่ง”

Ref. code: 25615808030646PUM

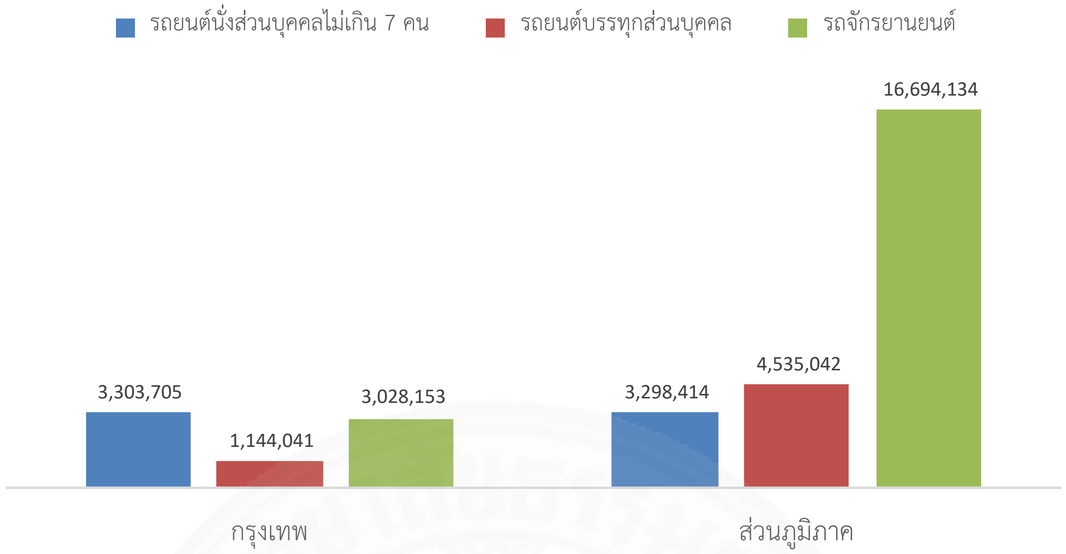
ภาพที่ 5.4 สติ๊กเกอร์ของรถดูดส้วมหมายเลข 009

ด้วยความที่สติ๊กเกอร์ติดรถ เป็นเครื่องมือในการแสดงออกตัวตนของคนขับ เจ้าของรถจึงได้รับโอกาสในการกำกับการออกแบบมากเป็นพิเศษ หากเป็นงานพิมพ์ไวนิล ลูกค้าอาจได้รับภาพแบบป้ายที่ออกแบบเสร็จแล้วทางไลน์ เพื่อขอคำรับรองเท่านั้น โดยมากมักไม่มีการขอแก้ไข หรือหากแก้ก็มักเป็นการแก้ข้อความเล็กน้อยเท่านั้น ในอีกด้านหนึ่ง การออกแบบสติ๊กเกอร์ข้างรถจะเป็นสถานการณ์เดียวที่จะได้เห็นช่างต้นทดลองพิมพ์ข้อความเป็นฟอนต์ต่างๆ ให้ลูกค้าที่นั่งข้างๆ ดูตัวอย่างโดยละเอียด มีการให้ความเห็นปรับแก้กันไปมาซึ่งทำให้ผู้เขียนนึกถึงการทำงานออกแบบกราฟิกที่มีผู้กำกับศิลป์ (art director) ยืนกำกับอยู่ข้างๆ

บางครั้งการร่วมกันออกแบบยังทำให้ช่างต้นเองถึงกับประหลาดใจ เช่นครั้งหนึ่งเมื่อลูกค้าเลือกฟอนต์ “เคทีสมาน ทรานซิสเตอร์” สำหรับตัดสติ๊กเกอร์แนวโฉบเฉี่ยว ช่างต้นก็ให้ความเห็นว่าถ้าใช้ฟอนต์ตัวตรงๆ ซิ่งๆ ไปเลยจะเหมาะกว่า แต่ลูกค้าก็ยืนกรานที่จะใช้ฟอนต์พลิ้วๆ สไตล์ลูกทุ่งตัวนี้ ปรากฏว่าเมื่อตัดออกมาและนำไปติดเรียบร้อย ช่างต้นก็ถึงกับอุทานว่า “เออ มันเข้าท่าเว้ย”

5.1.2 การขาดหายไปของระบบขนส่งมวลชน

หากพิจารณาจำนวนรถในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2556 จะเห็นว่ารถที่มีจำนวนมากที่สุดคือรถจักรยานยนต์ หรือมอเตอร์ไซค์ 20 ล้านคัน เป็นจำนวนเกินกึ่งหนึ่งของรถทั้งหมดในประเทศ 34 ล้านคัน รองลงมาคือรถยนต์นั่งส่วนบุคคลไม่เกิน 7 ที่นั่งหรือรถเก๋ง มีทั้งสิ้น 6.6 ล้านคัน ตามด้วยรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลหรือรถกระบะ รวม 5.7 ล้านคัน (กรมการขนส่งทางบก, 2556)



ภาพที่ 5.5 เปรียบเทียบจำนวนรถประเภทต่างๆ ในกรุงเทพและส่วนภูมิภาค

จาก กรมการขนส่งทางบก. (2556). จำนวนรถที่จดทะเบียนสะสม ณ วันที่ 30 กันยายน 2556.

เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของรถในกรุงเทพกับต่างจังหวัดแล้วจะเห็นว่ารถเก๋งในกรุงเทพมีมากกว่ารถเก๋งทั้งหมดจากทุกจังหวัดที่เหลือรวมกัน และเป็นรถที่มีมากที่สุดในกรุงเทพด้วย ในขณะที่แรงงานในกรุงเทพสามารถเลือกได้ว่าจะเดินทางไปทำงานโดยใช้รถส่วนตัว รถเมล์ หรือรถไฟฟ้า คนต่างจังหวัดซึ่งไม่มีระบบขนส่งมวลชนที่ทั่วถึงเพียงพอ จำเป็นจะต้องพึ่งพารถส่วนตัวเสมอ มอเตอร์ไซค์เป็นยานยนต์ที่รวดเร็วพอสมควรและราคาถูกที่สุด ส่วนรถกระบะสามารถนำไปรับจ้างขนของ ขนผลผลิตทางการเกษตร รวมถึงขนย้ายผู้คนได้ด้วย รถทั้งสองประเภทนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนต่างจังหวัดอย่างแยกไม่ออก และเป็นทั้งพาหนะสำหรับเดินทางและเป็นเครื่องทำมาหากินในเวลาเดียวกัน

"สติ๊กเกอร์ซิ่ง" มักมีข้อความขนาดใหญ่เป็นองค์ประกอบหลัก อาจมีตัวการ์ตูนวางข้างๆ 1-2 ตัว และมักรองพื้นด้วยชิ้นส่วนอะไหล่ยนต์และองค์ประกอบที่สื่อถึงกำลังเครื่องยนต์และความเร็ว เช่น ไฟที่พวยพุ่งออกมาจากเครื่องยนต์ หรือกลุ่มควัน ทำให้ดูราวกับว่าเป็นเรื่องของการปรับแต่งเครื่องยนต์เพื่อประลองความเร็ว แต่ทว่าข้อความซึ่งเป็นที่นิยมกันมาก มักเกี่ยวข้องกับการทำงานในทางใดทางหนึ่ง เช่น "นักซิ่งแข่งทำกิน" "หากินซามตาย" (หากินไปวันๆ) "น้ำพักน้ำแรง" "ชีวิตไม่สิ้นก็ดิ้นกันไป" "ไม่ได้ขับซิ่ง แต่วิ่งทำเวลา" และที่ได้รับความนิยมสูงมากคือ "วัยรุ่นทำกิน" หรือ "วัยรุ่นสร้างตัว"

ภาพที่ 5.6 สติ๊กเกอร์แบบพิมพ์อิงค์เจ็ท ติดข้างรถกระบะ

แม้จะแสดงออกถึงรสนิยมในการแต่งรถและความเป็นวัยรุ่นอย่างชัดเจนเต็มที่ แต่ก็เป็นวัยรุ่นที่ขยันขันแข็งตั้งใจทำงานเช่นกัน สติ๊กเกอร์ไม่เพียงแต่ทำให้รถคันหนึ่งมีคุณค่าและความหมายต่อผู้ขับ แต่ยังมีประโยชน์ใช้สอยในการประชาสัมพันธ์ธุรกิจและบริการอีกด้วย สติ๊กเกอร์ลักษณะนี้มักระบุช่องทางติดต่อ เช่นเบอร์โทรศัพท์ ไอดีไลน์ หรือเฟซบุ๊ก ไว้ที่มุมใดมุมหนึ่ง เช่น เช่น “ทีมงาน วัยรุ่นทำกิน รับเหมาต่อเติม” (ภาพที่ 5.5) นอกจากเป็นพาหนะส่วนตัว เป็นเครื่องมือทำกินแล้ว รถยังเป็นป้ายโฆษณาในตัวเองได้ด้วย

ภาพที่ 5.7 สติ๊กเกอร์แบบตัดประกอบ ติดกระจกท้ายรถตู้โดยสาร

5.2 สุนทรียภาพตลาดล่าง

วัฒนธรรมการแต่งรถซิ่งมักถูกตัดสินอย่างเหมารวมว่าเป็นบ่อเกิดของปัญหาสังคมหลายประการ ดังจะเห็นได้จากการเรียกวัยรุ่นที่รวมกลุ่มกันปรับแต่งและขับขี่มอเตอร์ไซค์ว่า “เด็กแว้น” คำนี้ได้รับการบัญญัติไว้ในพจนานุกรม มีความหมายว่า “วัยรุ่นผู้ชายที่ชอบเร่งเครื่องยนต์รถจักรยานยนต์ให้มีเสียงดังแว้นๆ” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2550, น.65) และนับตั้งแต่ช่วงกลางปี พ.ศ.

2561 เริ่มมีการใช้คำว่า “ตลาดล่าง” ซึ่งมีการให้คำนิยามใน “ปดจนานุกรม” ของเพจ (fanpage) เฟซบุ๊กแนวเสียดสีเพจหนึ่งว่าหมายถึง “ประชากรที่ด้อยทักษะทางด้านการใช้สมอง ... ไม่สามารถคิดอะไรที่ซับซ้อนได้ แต่สามารถขยายพันธ์ได้อย่างไม่จำกัด คุณภาพสวนทางกับจำนวน ... ใช้เป็นคำสุภาพเรียกกลุ่ม แว้น, สก๊อย” แม้ว่าความจริงแล้วจะให้ความรู้สึก “สะใจ” มากกว่า (ข่าวปด, 2018)

คำ “ตลาดล่าง” เป็นการเหมารวมที่กว้างขวางกว่า “เด็กแว้น” มาก เพราะคำหลังเป็นการนิยามโดยพฤติกรรมที่สังเกตได้ชัดเจน ส่วน “ตลาดล่าง” หมายถึงวิถีชีวิตของคนกลุ่มนี้ซึ่งเป็นการนำไปเชื่อมโยงกับนิยามในเชิงการตลาดที่หมายถึงกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อต่ำแต่มีประชากรขนาดใหญ่จึงเกิดเป็นมูลค่าในทางการตลาด กล่าวคือหมายถึงกลุ่มคนที่มีรสนิยมบางแบบซึ่งผู้ใช้คำนี้มองว่าน่ารังเกียจ แน่นอนว่าปัญหาการขับขี่รถหวาดเสียวและปัญหาความรุนแรง หรืออาชญากรรมอันเนื่องมาจากการรวมกลุ่มกันของวัยรุ่นขี่มอเตอร์ไซค์มีอยู่จริง แต่ไม่ใช่กับวัยรุ่นทุกคนที่ขี่มอเตอร์ไซค์ และยิ่งไม่ใช่กับประชากรที่ขับขี่มอเตอไซค์มากกว่า 16 ล้านคนในต่างจังหวัด อย่างไรก็ตามการใช้คำ “ตลาดล่าง” ก็เผยให้เห็นความตึงเครียดหรือความกังวลของชนชั้นกลางขึ้นไป ต่อการถูกคุกคามจากกลุ่มคนที่มีรสนิยมที่แตกต่างจากตน เพราะดูเหมือนว่าตลาดนี้จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ และผู้เขียนจะเสนอต่อไปว่ายังเป็นพื้นฐานที่ก่อให้เกิดความสร้างสรรค์และสุนทรียภาพ (aesthetics) ในแบบที่ชนชั้นกลางในเมืองไม่เข้าใจอีกด้วย

5.2.1 ต้นทุนของเด็กแว้น

ในช่วงบ่ายวันหนึ่งของเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 บรรยากาศของร้านสีสันการป้ายค่อนข้างเงียบเหงา เพราะนอกจากงานพิมพ์ป้ายไวนิล 2-3 ชิ้นและติดสติ๊กเกอร์ข้อความเล็กๆ ข้างรถตู้ในช่วงเช้า ก็ยังไม่มีลูกค้าแวะเข้ามาอีกเลย สมาชิกในร้านต่างแยกย้ายกันนั่งจับเจ่า จ้องหน้าจอมือถือในมุมของตัวเอง แต่แล้วบรรยากาศก็พลันเปลี่ยนเป็นคึกคักตามจังหวะเพลง เมื่อรถกระบะสีขาวติดตั้งแคป 2 ประตู เลี้ยวเข้ามาจอดหน้าร้าน คนขับรถขนของร้านขายยานำแผ่นสติ๊กเกอร์โฆษณายายี่ห้อหนึ่งมากางที่โต๊ะหน้าร้าน ต่อสายโทรศัพท์ให้เจ้านายเป็นผู้สั่งงาน ช่างต้นรับโทรศัพท์มา ฟังเพียงครู่หนึ่งก็ตอบว่า “ทำได้ครับ แน่ใจครับ ทำมาเยอะแล้วครับ สบายใจได้”

กระเป๋าเครื่องมือที่วางอยู่ใต้โต๊ะหน้าร้าน ถูกนำมากางออกบนพื้นคอนกรีตหน้าร้าน ช่างต้น เฟิร์ส นัทหยิบเครื่องมือคนละชิ้นสองชิ้นออกไปกลุ้มรุมแคปกระบะ คลายน็อต ถอดรีเว็ต (rivet) โดยแทบไม่พูดอะไรกัน ไม่กี่นาทีถัดมา ฝาแคปทั้ง 2 ด้านและชิ้นส่วนหลายสิบชิ้นก็ลงมากองอยู่ที่พื้น การจะทำงานให้เรียบร้อย จะต้องถอดชิ้นส่วนเหล่านี้ออกเพื่อติดสติ๊กเกอร์ลงไปบนพื้นผิวที่เรียบเสมอกัน แล้วจึงติดตั้งบานพับและกลอนประตูกลับลงไปทับสติ๊กเกอร์ แม้ว่าผู้เขียนจะคุ้นเคยกับงานช่างพื้นฐานในบ้านมาก่อน แต่ก็แทบไม่รู้จักเครื่องมือใดๆ ในกล่องนั้นเลย ได้แต่ยืนดูอย่างเก้กัง

เท่านั้น และในที่สุดจึงถามไปอย่างซื่อๆ ว่าทั้ง 3 คนใช้เครื่องมือเหล่านี้เป็นกันได้อย่างไร ช่างต้นบอกว่า “เค้าก็ทำเป็นกันทุกคนนั่นล่ะ”

เหตุการณ์นี้ทำให้ผู้เขียนนึกถึงงานชื่อ *On the Fireline: Living and Dying with Wildland Firefighters* (2009) ของแมทธิว เดสมอนด์ (Matthew Desmond) ที่ศึกษาชีวิตนักผจญเพลิงไฟป่า ในตอนหนึ่งซึ่งรถกระบะของทีมนักผจญเพลิงเกิดเสียกลางทาง เมื่อคนที่ลงไปตรวจดูเครื่องยนต์บอกว่าคาสเซิลนัท (castle nut) หลุดกระเด็นออกไป ทุกคนต่างก็เห็นพ้องว่าต้องกลับไปเอาสลักปลายแยก (cotter pin) มาซ่อม เดสมอนด์และวินซ์ (Vince) นักผจญเพลิงอีกคนหนึ่งไม่รู้จักชิ้นส่วนที่ว่านี้ ในขณะที่คนอื่นๆ ซึ่งเติบโตมากับวิถีชีวิตแบบผู้ชายชนชั้นแรงงานในชนบทต่างรู้จักมันเป็นอย่างดี ด้วยเหตุนี้แม้วินซ์จะทำงานมานานถึง 7 ปี แต่คนท้องถิ่นที่เข้ามาทำงานทีหลังกลับมีตำแหน่งแซงหน้าไปแล้วหลายคน เพราะสำหรับงานผจญไฟป่าที่ต้องคลุกคลีกับเครื่องมือเครื่องยนต์ต่างๆ ชายเหล่านี้แทบจะมีประสบการณ์มาทั้งชีวิต ในขณะที่วินซ์ซึ่งไม่ได้มีพื้นเพเช่นนี้มีประสบการณ์เพียง 7 ปีเท่านั้น (Desmond, 2009, pp.47, 51-52) ต้นทุนลักษณะนี้ มีอยู่ในตัวของทีมงานร้านสีสันการป้ายทั้ง 3 คนเช่นกัน

ราว 15 ปีก่อน สมาน จันทร์เทพ เจ้าของและช่างเขียนป้ายเพียงหนึ่งเดียวของร้านสีสันการป้าย เล็งเห็นว่าเด็กหนุ่มที่แบกท่อรถมอเตอร์ไซค์เดินไปเดินมา แต่งรถมอเตอร์ไซค์อยู่ข้างๆ ร้านป้าย น่าจะเรียกมาช่วยงานได้ โดยเฉพาะเวลาต้องยกของต่างๆ หลังจากนั้นไม่นานเด็กหนุ่มอายุ 16 คนนั้นก็ได้มาเรียนรู้การเขียนพู่กัน ถ่ายทอดฝีแปรงจากเขา กระทั่งกลายมาเป็นช่างต้นซึ่งได้รับความไว้วางใจให้เป็นช่างใหญ่ในปัจจุบัน เฟิร์สและนัทก็เช่นกัน พวกเขายอมรับว่าเข้าสู่วงการ “เด็กแว้น” มาตั้งแต่เด็ก เฟิร์สขี่มอเตอร์ไซค์เป็นตั้งแต่อายุ 12 ส่วนนัทเพิ่งจะมีมอเตอร์ไซค์ของตัวเองจากการช่วยพ่อทำงานก่อสร้างเมื่ออายุ 18 แต่รถคู่ใจของทั้งสองคนก็ได้รับการตกแต่งดัดแปลงให้โฉบเฉี่ยวไม่แพ้กัน ในช่วงที่ร้านว่างจากลูกค้า บางครั้งพวกเขาก็หยิบกระเป๋าเครื่องมือที่ว่าออกมาใช้งานกับมอเตอร์ไซค์ของตน ปรับแต่งตรงโน้นตรงนี้นิดหน่อยตามแต่จะนึกขึ้นมาได้ แม้จะผ่านการดัดแปลงและเพิ่มชิ้นส่วนต่างๆ เข้าไปมากแล้ว นัทก็ยังบอกว่า “ของผมนี่ ไม่เท่าไหร่หรอก ยังต้องทำอีกเยอะ”

มอเตอร์ไซค์เป็นโครงการที่ไม่มีวันสิ้นสุด ซึ่งต้องใช้ทักษะหลายอย่างประกอบกันเพื่อแต่งให้สมบูรณ์ยิ่งๆ ขึ้นไป แม้นัทและเฟิร์สจะเรียนจบเพียงหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานโดยไม่ได้ศึกษาต่อในโรงเรียนวิชาชีพ แต่ทั้งคู่ก็สามารถถอดชิ้นส่วนมอเตอร์ไซค์ ถอดฝาครอบล้อออกมาทำสี ใช้เครื่องเชื่อมโลหะซ่อมตะกร้า และประกอบชิ้นส่วนต่างๆ กลับเข้าไปได้อย่างคล่องแคล่ว นัทบอกว่าเขาเพียงแต่นั่งดูคนอื่นๆ ทำ ค่อยๆ เรียนรู้ไปจนในที่สุดก็ทำเป็นเอง ทักษะเหล่านี้สามารถนำมาใช้กับงานโลหะและทำสีในร้านป้ายได้เป็นอย่างดี ร้านสีสันการป้ายรับงานหลายชนิด งานอักษรโลหะหรือตู้ไฟไม่ได้มีเข้ามาบ่อยนัก แต่เมื่อมีสักชิ้นหนึ่งทีมช่างก็สามารถทำได้อย่างคล่องมือ เวลาที่

ผู้เขียนอยู่ในสนามไม่มากพอที่จะฝึกทักษะลักษณะนี้ หากจะทำให้เป็นอาจต้องใช้เวลาหลายปี และอาจไม่มีทางทำได้อย่างที่นัทและเฟิร์สฝึกฝนมาระหว่างพัฒนาโครงการตลอดชีวิตทั้งสองคันของพวกเขา

ภาพที่ 5.8 นัทกำลังใช้เครื่องเชื่อมโลหะซ่อมแซมตระกร้าหน้ารถมอเตอร์ไซค์

เดสมอนด์อธิบายที่มาของต้นทุนความรู้และทักษะเชิงช่างของชายหนุ่มชนชั้นแรงงานในชนบทด้วยแนวคิดฮาบิทัส (habitus) ของปีแอร์ บอดิยู (Pierre Bourdieu) แนวคิดดังกล่าวมาจากความพยายามที่จะแก้ปัญหาขั้วตรงข้ามระหว่างคำอธิบายเกี่ยวกับโครงสร้างสังคม (structure) กับความเป็นผู้กระทำ (agency) โดยอธิบายว่าโครงสร้างสังคมเป็นสิ่งที่ค่อยๆ ถูกฝังเข้าไปในตัวของมนุษย์จากการกระทำซ้ำๆ จนเกิดเป็นแนวโน้มเชิงพฤติกรรม (disposition) กล่าวคือ มนุษย์มีความสามารถในการคิดและเลือกที่จะทำสิ่งต่างๆ ทว่าก็เลือกอยู่ในกรอบของบริบทสังคมที่เติบโตมาอยู่ดี ฮาบิทัสจึงมักถูกนำไปใช้อธิบายความแตกต่างทางชนชั้น และสิ่งที่เผยให้เห็นปฏิบัติการณ์ของฮาบิทัสได้เป็นอย่างดีก็คือรสนิยม บอดิยูชี้ว่ารสนิยมสามารถใช้เป็นเครื่องยืนยันความต่างชนชั้นได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จากความรู้สึกคลื่นไส้ ขยะแขยงรสนิยมของคนอื่น รสนิยมจึงเป็นสิ่งที่ฝังอยู่ในตัวราวกับเป็นธรรมชาติ ทำให้เรารู้สึกว่ารสนิยมที่ต่างออกไปนั้นผิดธรรมชาติและเลวทราม (Bourdieu, 1984, p.56) แนวคิดนี้เผยให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมที่ซ่อนแฝงอยู่อย่างแนบเนียน แต่ในขณะเดียวกันก็สร้างคำอธิบายที่ชี้ว่าภาวะเช่นนั้นยากที่จะเปลี่ยนแปลง เช่น การครอบงำทางรสนิยมว่ารถบางแบบงาม และรถบางแบบทราม สามารถทำให้ชนชั้นนำสามารถรักษาสถานะของตนไว้ได้ แม้จะถูกแข่งขันในด้านการสะสมทุนทางเศรษฐกิจ (economic capital) ก็ตาม (Bourdieu, 1984) แต่ดูเหมือนว่าในกรณีนี้มีเงื่อนไขบางอย่างที่ทำให้การครอบงำนี้ต้องสะดุดลง

5.2.2 ดิจิทัลกับรสนิยมของชนชั้นแรงงาน

เมื่อนัทเล่าถึงการเดินทางไปยังอำเภอหรือจังหวัดข้างเคียง เขามักระบุด้วยว่าโดยปกติแล้วรถมอเตอร์ไซค์ทั่วไปใช้เวลากี่นาที และเขาใช้เวลาน้อยกว่านั้นกี่นาที นัทยอมรับว่าเคยเข้าร่วมกลุ่มวัยรุ่น “แว้นป่วนเมือง” มาก่อน แต่ปัจจุบันไม่ไปอีกแล้วเพราะแฟนขอให้เลิก เขาว่า “ให้เลิกแว้นยังพอได้ แต่จะให้ผู้ชายเลิกแต่งรถ มันเป็นไปไม่ได้หรอกพี่”

รสนิยมในการแต่งรถ อาจเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมอันตรายอยู่บ้าง เช่นการถอดกระจกมองหลังออกแล้วแทนที่ด้วยหัวน็อตสีไทเทเนียม เพราะกระจกมองหลังเป็นสิ่งที่ดู “ไม่เท่” ผู้เขียนตระหนักถึงความอันตรายข้อนี้เป็นอย่างดีเมื่อซ้อนท้ายนัทไปยังอู่แต่งรถมอเตอร์ไซค์ในคืนวันหนึ่ง ทุกครั้งที่นัทหันมามองด้านหลัง รถที่แล่นอยู่ด้วยความเร็วเกิน 100 กิโลเมตรต่อชั่วโมงก็จะส่ายเล็กน้อยซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาสำหรับนัทแต่ไม่ใช่สำหรับผู้เขียน อย่างไรก็ตาม แม้รูปลักษณ์การแต่งกาย การเจาะหูของเขาจะบ่งชี้ไปในทางว่าเป็น “เด็กแว้น” แต่พฤติกรรมของเขาไม่ได้เป็นอย่างที่มักถูกเหมารวมแต่อย่างใด หลังเลิกงานนัทจะขี่มอเตอร์ไซค์ไป “นั่งเล่น” ที่อู่แต่งรถแห่งหนึ่งระหว่างรอไปรับแฟนซึ่งทำงานล่วงเวลาในร้านขายยา นัทไม่ดื่มเครื่องดื่มมึนเมาทุกประเภท ดังนั้นแทนที่จะนั่งร่วมวงกับเพื่อน เขามักง่วนอยู่กับรถของตัวเองจนบางครั้งถูกล้อถึงความ “เนี้ยบ” ของรถและยางที่ถูกขัดให้ดำขลับอยู่เสมอ การแต่งรถกับพฤติกรรมอันเป็น “ปัญหาสังคม” จึงไม่ใช่เรื่องเดียวกันไปเสียทั้งหมด การออกไปแว้นป่วนเมืองเป็นสิ่งที่เลิกได้ แต่ความรักในการแต่งรถเป็นรสนิยมที่ฝังอยู่ในตัวราวกับเป็นธรรมชาติ การเลิกแต่งรถจึงเหมือนกับการขอให้เลิกแต่งตัวแบบนี้ ซึ่งไม่ถึงกับเป็นไปไม่ได้ แต่การเลิกทำเช่นนั้นก็เท่ากับเลิกเป็นตัวของตัวเองไปด้วยเช่นกัน

งานวิจัยที่มุ่งศึกษาวัยรุ่นกลุ่มนี้มักมุ่งสนใจด้านที่เป็นปัญหา และพยายามหาคำอธิบายให้กับที่มาของพฤติกรรมเสี่ยงภัยต่างๆ เช่น อธิบายว่าเป็นเรื่องของการแสดงออกตัวตนและความเป็นชาย (ปนัดดา ชำนาญสุข, 2551) แต่สิ่งที่ทำให้ผู้เขียนออกจากร้านป้าย และแกะรอยไปยังอู่แต่งรถซิ่ง ไม่เกี่ยวข้องกับปัญหาต่างๆ ที่กล่าวมา หากแต่เป็นสติ๊กเกอร์ชิ้นหนึ่งที่เฟิร์สเป็นคนออกแบบ ตัด และประกอบให้กับลูกค้าซึ่งเป็นเพื่อนแต่งรถร่วมอู่เดียวกัน

ภาพที่ 5.9 สติ๊กเกอร์ที่เฟิร์สออกแบบ

ระหว่างที่ผู้เขียนกำลังนั่งทำงานออกแบบป้ายชิ้นหนึ่ง เฟิร์สก็เดินออกมาจากที่นั่งในห้องเครื่องแกะสลัก CNC หลังร้าน ถามผู้เขียนว่า “วัยรุ่นยุค 90 นี่มันคืออะไรเหรอพี่” ผู้เขียนพยายามอธิบายซึ่งเป็นคำตอบที่เฟิร์สไม่พอใจนัก หลังจากเสร็จงานที่รับผิดชอบอยู่ ผู้เขียนแวะไปหลังร้านและพบว่าเฟิร์สกำลังง่วนอยู่กับการออกแบบสติ๊กเกอร์ในภาพที่ 5.9 เขาส่งแบบไปให้เจ้าของอู่ผู้สั่งทำ แก้แบบสองสามครั้ง แล้วตัดสติ๊กเกอร์มาประกอบกันเป็นชิ้นงานขนาดไม่ใหญ่นักสำหรับติดรถมอเตอร์ไซค์ งานสติ๊กเกอร์ซิ่งชิ้นเล็กๆ เหล่านี้สมานเรียกว่าเป็นงาน “จุกจิก” ซึ่งควร “ให้เด็กมันทำครับ ผมขี้เกียจ” งานลักษณะนี้มีราคาไม่สูงนัก เพราะการคิดราคาคิดตามพื้นที่ แต่ขนาดที่ค่อนข้างเล็กก็ทำให้การประกอบต้องใช้ความละเอียดและแม่นยำ การตัดประกอบสติ๊กเกอร์ซิ่งจึงเป็นงานที่ต้องมีทักษะเฉพาะทาง และเฟิร์สได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบหน้าที่นี้ที่ร้านสีสันการป้าย

เมื่อมีโอกาสได้ติดตามไปยังอู่แต่งรถดังกล่าว ผู้เขียนก็พบว่าป้ายไวนิล และสติ๊กเกอร์แทบทุกชิ้นในอู่แต่งรถนี้ผลิตมาจากร้านสีสันการป้ายทั้งสิ้น การที่มีลูกค้าคนอื่นๆ สั่งทำสติ๊กเกอร์บ่อยๆ เป็นแรงผลักดันให้เฟิร์สหัดใช้โปรแกรม Corel Draw เป็นในที่สุด และกลายมาเป็นช่างกราฟิกมือรองลงไปจากช่างต้น

การออกแบบสติ๊กเกอร์ตัดประกอบมีรูปทรงและรายละเอียดไม่มากนัก เพราะมีข้อจำกัดของสีสติ๊กเกอร์ที่จะต้องนำมาประกอบกัน แต่หากเป็นสติ๊กเกอร์แบบพิมพ์ รายละเอียดของงานออกแบบจะซับซ้อนขึ้นมาก ในการออกแบบสติ๊กเกอร์แบบหลังนี้ช่างกราฟิกจะต้องมีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการแต่งรถพอสมควร ขั้นพื้นฐานที่สุดคือต้องสามารถจำแนกอะไหล่รถมอเตอร์ไซค์กับอะไหล่รถยนต์ออกจากกันได้ นอกจากนี้การจัดองค์ประกอบยังต้องเข้าใจการวางตัวของชิ้นส่วนต่างๆ ด้วย เช่นกันสะบัด (steering damper) อาจจัดไว้ตรงไหนก็ได้แต่ห้ามกลับหัวกลับหาง โช้คแก๊สควรเอียงในองศาเดียวกับที่ติดตั้งจริง และบางชิ้นส่วนจัดไว้ข้างบนหรือข้างล่างข้อความแล้วจะดูเหมาะสมกว่า ผู้เขียนไม่มีความรู้ในเรื่องที่ว่ามานี้เลยเมื่อทำงานออกแบบสติ๊กเกอร์ชิ้นแรก และจำเป็นต้องขอคำปรึกษาจากนัทและเฟิร์สทุกเรื่อง นับตั้งแต่การทำสี “ไทเทเนียม” การไล่สีเลียนแบบโลหะไทเทเนียมที่ถูกเผาให้เป็นเหลือบสีน้ำเงิน-ม่วง-ชมพู-เหลือง ซึ่งเป็นความรู้ทางสุนทรียขั้นพื้นฐานมากสำหรับคนแต่งรถ

ภาพที่ 5.10 แบบสติ๊กเกอร์พิมพ์อิงค์เจ็ท ออกแบบโดยเฟิร์สและผู้เขียน

การพิมพ์สติ๊กเกอร์เปิดโอกาสให้วัยรุ่นผู้รักการแต่งรถนำชิ้นส่วนอะไหล่ต่างๆ มาใช้แสดงออกตัวตน บางคนอาจใช้ประกอบกับชื่อกลุ่ม ชื่อลูก บางคนอาจใช้ประกอบข้อความโดนใจที่สื่อถึงการทำมาหากิน แม้จะใช้สื่อสารข้อความต่างกันแต่สติ๊กเกอร์เหล่านี้มีภาษา หรือระบบสุนทรียร่วมกันอยู่ และผู้ที่จะมองเห็นว่าสติ๊กเกอร์แต่ละชิ้นงามหรือไม่งามอย่างไร จะต้องมีความรู้พื้นฐานดังที่กล่าวมา ไม่ต่างไปจากที่ผู้ชมภาพเขียนในแกลอรี่หรือพิพิธภัณฑ์จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ศิลปะ จึงจะมองเห็นความงามภายใต้รูปลักษณ์ที่อาจดูเลอะเทอะสำหรับคนทั่วไป

ฮาบิทัสของผู้ที่จะมาเป็นนักออกแบบสติ๊กเกอร์ลักษณะนี้ ไม่จำเป็นต้องเป็นฮาบิทัสของเด็กแว้นเสียทีเดียว การหันมาสนใจวัตถุวัฒนธรรมแทนที่จะเป็นปัญหาหรือพฤติกรรมเสี่ยงภัยของเด็กแว้น เผยให้เห็นว่าในหมู่คนที่รักการแต่งรถก็ยังแบ่งออกได้เป็นหลายแบบ เช่นเจ้าของช่างอู่แต่งรถที่ชื่นชอบการแสดงตัวว่าเป็น “วัยรุ่นยุค 90” และคนที่ไม่เข้าใจความเท่ของคำดังกล่าวอย่างเฟิร์ส ซึ่งสุดท้ายทำสติ๊กเกอร์ “วัยรุ่นยุค 61” (ปี พ.ศ. 2561) ออกมาแทน รวมถึงยังมีคนขับรถชนิดอื่นๆ ซึ่งมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับถนนและความเร็วในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของงานอยู่ด้วย

สุนทรียภาพแบบตลาดล่างจึงไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะเด็กแว้นบางกลุ่ม แต่เป็นรสนิยมที่คนต่างจังหวัดจำนวนมากมีร่วมกัน เป็นรูปแบบทางศิลปะที่ผูกพันกับการใช้รถยนต์และจักรยานยนต์อย่างแนบแน่น เทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งทำให้การผลิตสติ๊กเกอร์สามารถทำได้น้อยชิ้นลงเปิดให้ผู้ขับขี่ยวดยานที่มีรสนิยมเช่นว่า สามารถปรุงแต่ง (customized) สติ๊กเกอร์ให้แบบเฉพาะของตนได้อย่างเต็มที่ จากเดิมที่ทำได้เพียงซื้อสติ๊กเกอร์จากการสกรีนที่ผลิตแบบซ้ำๆ กันออกมาคราวละมากๆ เจ้าของรถก็สามารถสั่งตัด เลือกคำ ออกแบบสี เลือกองค์ประกอบอะไหล่ที่จะมาประกอบกันเป็นสติ๊กเกอร์ที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลกได้ หรือกระทั่งผลิตสติ๊กเกอร์แบบเดียวกันจำนวนมาก แต่มีหมายเลขเฉพาะตัวกำกับไว้ทุกชิ้น

เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นสิ่งที่เข้ามาแทรกแซงการครอบงำแบบฮาบิทัสที่ดำเนินไปอยู่แนบเนียน ทำให้เด็กแว้นคนหนึ่งกลายมาเป็นผู้ช่วยช่างกราฟิกได้ ข้อนี้ไม่ได้หมายความว่าเขาฉีกตัวออกจากฮาบิทัสเดิมไปสู่การ “เป็น” คนสร้างสรรค์ในตัวของเขาเอง ความสร้างสรรค์ในการออกแบบสติ๊กเกอร์จะไม่สามารถก่อรูปขึ้นได้หากปราสจากวัสดุที่มีคุณสมบัติเหนียวและทนทานอย่างสติ๊กเกอร์และเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ที่ทำให้ตลาดของสินค้าชนิดนี้เฟื่องฟูขึ้น รสนิยมของพวกเขายังคงเดิม และแน่นอนว่าจะยังคงถูกรังเกียจโดยคนหลายกลุ่ม แต่สิ่งที่เปลี่ยนไปคือรสนิยมที่มารวมกับภาวะดิจิทัลนี้ แม้จะเป็นตลาดล่าง แต่ก็เป็นตลาดที่เติบโตต่อเนื่อง กระทั่งก่อให้เกิดฟอนต์สำหรับใช้เพื่อการนี้โดยเฉพาะ

5.2.3 ฟอนต์ซิ่ง

ในประดาผลงานหลากหลายสไตล์มากกว่า 120 แบบของสมาน ฟอนต์ที่ขายดีที่สุดไม่ใช่ฟอนต์หวานๆ พลิ้วๆ หรือฟอนต์จากลายมือของสมาน ฟอนต์ที่มียอดขายสูงสุด 3 อันดับ

แรกคือ เคทีสมานโอซาก้า เคทีสมานสปีด และเคทีสมานสปอร์ต ล้วนแต่เป็นแบบอักษรที่เน้นการใช้เส้นตรง หนา ดูแข็งกร้าว และมักมีรอยบากเป็นร่องในแนวนอนซึ่งทำให้ดูเหมือนตัวอักษรกำลังเคลื่อนที่ไปด้วยความเร็วสูง บางครั้งเรียกฟอนต์แนวนี้ว่าฟอนต์แบบ “สปอร์ต” หรือ “ฟอนต์ซิ่ง” เนื่องจากเหมาะสำหรับการนำไปตัดสติ๊กเกอร์ติดข้างรถและทำสติ๊กเกอร์ซิ่ง

ภาพที่ 5.11 ตัวอย่างฟอนต์ เคทีสมาน สปอร์ต

ฟอนต์ลักษณะนี้ใช้งานได้อย่างคล่องตัวมากกว่าฟอนต์แนวพลิ้วๆ เพราะไม่มีการลากหางยาวกินพื้นที่ออกไป ทว่ากลับมีความต้องการแบบที่หลากหลาย เพราะสติ๊กเกอร์ถูกใช้เป็นเครื่องแสดงออกถึงตัวตนของคนขับ น้ำเสียงและบุคลิกของฟอนต์ที่หลากหลายจึงมีความสำคัญมาก ฟอนต์ลักษณะนี้ขายดีถึงขั้นที่ว่าคนทำฟอนต์บางคนแทบจะไม่ทำฟอนต์แนวอื่นเลยนอกจากฟอนต์ซิ่ง

ในบรรดาอดีตช่างเขียนป้ายที่ผู้เขียนสัมภาษณ์มาทั้งหมด มีเพียงรายเดียวที่จบการศึกษาทางศิลปะมาโดยตรง เขาคือ “จิ้ง”ช่างสติ๊กเกอร์และคนทำฟอนต์วัย 45 ปี เจ้าของร้านจิ้งสติ๊กเกอร์ ที่อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี และฟอนต์ เจเคจิ้ง (JK_Jing) จำนวนกว่า 60 ฟอนต์ จุดเริ่มต้นของการเป็นช่างเขียนป้ายของเขาคล้ายคลึงกับคนอื่นๆ จิ้งเริ่มหัดเขียนป้ายผ้าตั้งแต่เรียนมัธยม และมีโอกาสได้ศึกษาต่อระดับมหาวิทยาลัยในคณะศิลปกรรม เขาชื่นชอบการแต่งรถมาตั้งแต่สมัยเรียน หนังสือแต่งรถที่เขาชื่นชอบมาจากร้านของ “แดง สติ๊กเกอร์” ช่างสติ๊กเกอร์รุ่นใหญ่ที่ถือว่าเป็น “ตำนาน” ของวงการสติ๊กเกอร์มาจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการแต่งรถยังไม่ได้เป็นธุรกิจที่เฟื่องฟูโดยทั่วไปในเวลานั้น หลังเรียนจบ จิ้งสมัครเป็นลูกมือเขียนป้ายในห้างกนกกาญจน์ ห้างสรรพสินค้าท้องถิ่นในตัวเมืองกาจญนบุรีอยู่ 8 ปี หัดเขียนตัวแบบ DB Earawan และเริ่มหัดใช้โปรแกรม Corel Draw ที่แผนกศิลป์ของห้างนี้ ก่อนจะออกมาเปิดร้านของตัวเองในปี พ.ศ. 2543 การทำงานในแผนกช่างศิลป์ของห้าง ทำให้เขาได้ทำงานโฟมอยู่ตลอดเวลา นอกจากพู่กันแล้ว

Ref. code: 25615808030646PUM

คัทเตอร์จึงเป็นเครื่องมืออีกชิ้นหนึ่งซึ่งเป็นเสมือนส่วนหนึ่งของร่างกายที่สามารถควบคุมได้ดั่งใจนึก เมื่อมีร้านเป็นของตัวเอง เขาจึงรับตัดสติ๊กเกอร์ด้วย แต่งานหลักยังคงเป็นการเขียนป้าย

ภาพที่ 5.12 จิ้งกับโมเดลโฟมยานอวกาศจากภาพยนตร์เรื่องสตาร์วอร์ส

ในบรรดาคนทำฟอนต์ทั้ง 3 คนที่ผู้เขียนมีโอกาสได้พบต่อหน้า จิ้งเป็นคนที่เผชิญกับวิกฤตตัวตนและความเป็นช่างฝีมือของตัวเองมากที่สุด ดังที่ได้กล่าวถึงไปแล้วในบทที่ 3 ว่าจิ้งบอกว่าเขาเป็นคน “แอนตี้เทคโนโลยี” ซึ่งปฏิเสธที่จะทำงานพิมพ์ไวนิลโดยสิ้นเชิง ทางเลือกของเขาเองทำให้เขา “เคว้ง” อยู่ราวปีหนึ่ง ช่างเขียนป้ายมากประสบการณ์กลายเป็นคนตกงาน ได้แต่เฝ้าดูงานฝีมือที่เขาภาคภูมิใจล่มสลายลงต่อหน้าในเวลาเพียงไม่ถึงสองปี แม้จะต่อต้านเทคโนโลยี แต่ในที่สุดจิ้งก็ยอมเปิดใจให้กับเครื่องตัดสติ๊กเกอร์ เครื่องจักรที่เป็นผู้ช่วยช่างมากกว่าสิ่งที่มาทำงานแทน เขาซื้อเครื่องตัดเครื่องแรกในปี พ.ศ. 2550 เป็นเครื่องหน้ากว้าง 18 นิ้วยี่ห้อโรแลนด์ (Roland) ราคา 24,000 บาท

ใน “ยุคก่อนเฟซบุ๊ก” จิ้งต้องเดินทางไปถึงคลองถม เพื่อซื้อแบบสติ๊กเกอร์มาดราฟ์เป็นไฟล์ของตัวเอง แต่เพียงหนึ่งถึงสองปีหลังจากเริ่มใช้เครื่องตัด เขาก็ค้นพบว่ามีกลุ่มแบ่งปันไฟล์มากมายในเฟซบุ๊ก ซึ่งแน่นอนว่าไฟล์เหล่านี้จำนวนมากเป็นการละเมิดลิขสิทธิ์ทั้งตัวการ์ตูนและฟอนต์ เฟซบุ๊กพาจิ้งไปพบกับกลุ่มกันต้นในที่สุด แต่เช่นเดียวกับสมาชิกคนอื่นๆ เขาไม่ได้ทำฟอนต์ออกมาจนกระทั่งในปี พ.ศ. 2558 หรือ 6 ปีหลังจากการก่อตั้งกลุ่ม

ในช่วงแรกของการทำงานสติ๊กเกอร์เต็มตัว ลูกค้ายังมีไม่มากนักโดยเฉพาะในเวลากลางวัน จิ้งจึงตัดสินใจว่าต้องออกไปหาลูกค้าเอง ในช่วงปี พ.ศ. 2553-2554 เขาจะทำงานที่ร้าน

Ref. code: 25615808030646PUM

ในช่วงเช้า ปิดร้านเวลาบ่ายสองโมงเพื่อไปตั้งแผงขายสติ๊กเกอร์ที่ตลาดนัดในอำเภอท่าม่วงซึ่งช่วยให้ร้านเป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้เขายังคงรับงานเขียนป้ายผ้าที่นานๆ ครั้งจะมีเข้ามาแต่มักมาเป็นงานชิ้นใหญ่คราวละมากๆ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปยี่ห้อหนึ่งซึ่งมีที่ตั้งอยู่ย่านอ้อมน้อย มาสั่งทำป้ายผ้าความยาว 12 เมตร จำนวนกว่า 30 ผืนไกลถึงท่าม่วงเพื่อนำไปใช้ทั่วประเทศ งานเขียนป้ายยังเป็นแหล่งรายได้ส่วนหนึ่งของร้านมาจนถึงราวปี พ.ศ. 2555 ซึ่งกระแสการแต่งรถ “บูมมากถึงขีดสุด ณ เวลานั้น ทั้งอำเภอท่าม่วงมีร้านของเขาเพียงแห่งเดียวเท่านั้นที่ใช้เครื่องตัดสติ๊กเกอร์ ร้านที่เคยเงียบเหงาก็กลับมาคักคึก จิ้งไม่ต้องออกไปหาลูกค้าตามตลาดนัดอีกต่อไป เพราะลูกค้าเป็นฝ่ายตามมาหาถึงร้านแทน และงานสติ๊กเกอร์ก็ได้กลายมาเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะของเขาอย่างเต็มตัว

ภาพที่ 5.13 สติ๊กเกอร์ที่ออกแบบและตัดประกอบที่ร้านจิ้งสติ๊กเกอร์ ราคา 80-120 บาท

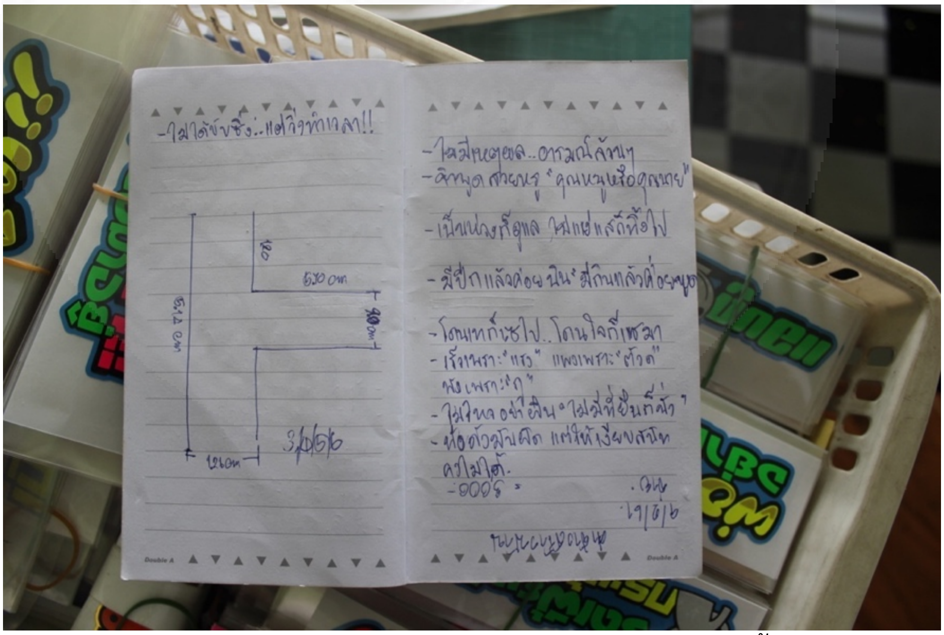
กระแสแต่งรถด้วยสติ๊กเกอร์นี้เป็นจุดเปลี่ยนที่ฟื้นคืนความภูมิใจในงานฝีมือกลับมาอย่างเต็มที่ แบบสติ๊กเกอร์ซิ่งของจิ้งแทบทั้งหมดมีความยาวเพียง 15 เซนติเมตรซึ่งทำให้ตัวอักษรบางบรรทัดมีความกว้างไม่ถึง 1 เซนติเมตร จึงต้องใช้ความชำนาญในการตั้งค่าหัวตัดและความคุ้นเคยกับสติ๊กเกอร์แบบต่างๆ ซึ่งมีความหนา ความเหนียวไม่เท่ากัน อีกทั้งต้องมีทักษะการลอกและประกอบสติ๊กเกอร์แต่ละสีเข้าด้วยกันอย่างแม่นยำ ยิ่งไปกว่านั้น สติ๊กเกอร์บางแบบยังมีรายละเอียดที่ซับซ้อนมากขึ้นอีกเช่น สติ๊กเกอร์คำว่า “สวยพี่สวย” ในภาพที่ 5.13 ประกอบด้วยสติ๊กเกอร์ทั้งหมด 6 สี ได้แก่สีฟ้าสำหรับรองพื้นขอบนอกสุด สีดำเป็นเงาตัวอักษร สีชมพูและเหลืองเป็นตัวอักษร และยังมีลวดลายเป็นสติ๊กเกอร์สะท้อนแสงของทั้งสองสีซ้อนเข้าไปอีกทีหนึ่ง ร้านป้ายทั่วไปซึ่งปกติไม่ได้ทำงานสติ๊กเกอร์ขนาดเล็กไม่สามารถตัดประกอบแบบสติ๊กเกอร์เหล่านี้ได้เลย บางร้านบอกกับผู้เขียนว่าตัวอักษรควรจะมีความกว้างไม่ต่ำกว่า 2 เซนติเมตรจึงจะตัดได้อย่างสวยงาม เมื่อผู้เขียนไปสำรวจสติ๊กเกอร์ตามรถเข็นขายสติ๊กเกอร์ต่างๆ ก็พบว่ามีแบบสติ๊กเกอร์ที่เป็นของจิ้งแขวนอยู่ ไม่ว่าจะเป็นแบบที่ซื้อมาอย่างถูกต้อง หรือ “ก๊อป” มาก็ตาม แบบของเขามักถูกขยายให้ใหญ่ขึ้นเล็กน้อยเพื่อให้ทำงานง่ายขึ้น

เมื่อสมานเริ่มทำฟอนต์ออกขายในปี พ.ศ. 2556 ร้านป้ายก็เริ่มมีทางเลือกในการใช้ฟอนต์ถูกกฎหมายที่ตรงกับความต้องการใช้งานมากขึ้น ทว่าแม้แต่ฟอนต์ซิ่งที่ขายดีของสมาน ก็มักเป็นฟอนต์สำหรับตัดเป็นสติ๊กเกอร์ขนาดใหญ่ติดข้างรถเก๋งหรือรถกระบะมากกว่า ในที่สุดจิ้งจึงต้องทำฟอนต์ของตัวเองออกมาเพื่อใช้กับงานสติ๊กเกอร์แต่งรถมอเตอร์ไซค์ด้วย โดยตัวแรกได้แก่ฟอนต์ “เจเคจิ้ง ฟอนต์ซิ่ง” ซึ่งเป็นแบบที่ยังคงขายดีเป็นอันดับต้นๆ ตลอดมา จะเห็นว่าการแสดงตัวอย่างในเว็บไซต์เป็นการนำฟอนต์มาเพิ่มขอบ ใส่สี จัดองค์ประกอบเป็นสติ๊กเกอร์แล้วเรียบร้อย

ภาพที่ 5.14 ตัวอย่างฟอนต์ เจเคจิ้ง จาก http://www.thaisignmaker.com/jingsticker

กลุ่มลูกค้าและวัฒนธรรมการแต่งรถซิ่งมีอิทธิพลเข้ามาในร้านหลายแง่ด้วยกัน ความต้องการสติ๊กเกอร์ที่จิ้งเรียกว่า “งานแว้น” ไม่เพียงแต่สร้างรายได้และช่วยให้จิ้งกลับมาตั้งตัวได้อีกครั้ง แต่ยังมีผลต่อวิธีการทำงานของเขาด้วย เพื่อผลิตงานให้ตามทันกระแส จิ้งจะจดบันทึกคำพูด วลี ประโยคที่กำลังเป็นที่นิยมในหมู่วัยรุ่นในช่วงเวลานั้นใส่สมุดส่วนตัวของเอาไว้ เมื่อมาถึงร้านในเวลา 8 โมงเช้า เขาจะใช้เวลาเงียบๆ ช่วงสายกับแมวไทยสองตัวชื่อ “เจเค” และ “สติ๊กเกอร์” เลือกวลีหนึ่งจากในสมุดมานั่งทำแบบสติ๊กเกอร์อย่างน้อย 1 แบบทุกวัน พอลูกมือและเด็กฝึกงานมาถึงร้านในเวลา 9:30 น. แบบสติ๊กเกอร์คำติดหูล่าสุดจากอินเทอร์เน็ตก็พร้อมตัดประกอบเพื่อให้เสร็จทันวางจำหน่ายในช่วงเย็นซึ่งมักมีลูกค้าแวะเวียนเข้ามามากเป็นพิเศษ

การทำแบบที่ทันต่อเหตุการณ์อยู่เสมอ ทำให้เขารู้สึกว่าฟอนต์ควรจะเป็นแบบใหม่ๆ ที่ไม่เหมือนใคร ในข้อนี้ไม่ต่างไปจากการตามหา “สิ่งที่ขาด ที่มันหาไม่ได้” ของสมาน แต่สำหรับจิ้ง การคลุกคลีอยู่กับวัยรุ่นอยู่ตลอดทำให้เขามองหาสิ่งที่พ้นไปจากอิทธิพลในอดีตให้ได้มากที่สุด แม้เขาจะบอกว่า “พื้นฐานการเขียนป้าย มันยังได้ใช้อยู่นะ ทำให้เรารู้ว่าจะไปยังไง จะทำให้ทุกตัวมันใกล้เคียงกันยังไง” แต่ “ฟอนต์เก่าๆ ก็ควรจะปล่อยให้มันตายไปกับเขา ไม่น่าเอาของคนรุ่นก่อนๆ มาทำเป็นของเรา”



ภาพที่ 5.15 สมุดบันทึกวลีเด็ดและร่างแบบฟอนต์ของจิ้ง

ฟอนต์เจเคจิ้งส่วนใหญ่เป็นฟอนต์แบบที่ “ไม่พลิ้ว ทือๆ เหลี่ยมๆ” จิ้งบอกว่าฟอนต์ลักษณะนี้ใช้กับคำกวนๆ จะขายดีเป็นพิเศษ แม้ตัวอักษรส่วนใหญ่ของฟอนต์แนวนี้จะไม่กินพื้นที่ออกไปนอกขอบเขตของตัวเองมากนัก แต่หากพิจารณาการจัดองค์ประกอบของสติ๊กเกอร์ซิ่งข้างต้นจะเห็นว่าตัวอักษรมักถูกจัดให้เรียงชิดติดกันอย่างแน่นขนัด และบางครั้งนำไปวางพาดทับกันอย่าง

ตั้งใจ การพาดทับจนเกิดเป็นเงาเหนือตัวอักษรอื่นๆ เป็นลักษณะที่ได้รับอิทธิพลจากงานกราฟิตี้ (graffiti) อย่างเห็นได้ชัด และถือว่าเป็นลักษณะที่ทำให้ดูสวยงามสำหรับสติ๊กเกอร์ซิ่ง

ภาพที่ 5.16 ตัวอย่างฟอนต์เจเคจิ้ง สิงโต

สำหรับฟอนต์อุตสาหกรรม การพาดทับกันของตัวอักษรถือเป็นสิ่งที่ควรหลีกเลี่ยง แต่กับฟอนต์ซิ่ง ลักษณะเช่นนี้กลับกลายเป็นสิ่งที่พึงประสงค์ การออกแบบช่องไฟ (kerning) ของฟอนต์เจเคจิ้ง จึงอยู่นอกเหนือไปจากหลักการออกแบบฟอนต์ที่เป็นสากลโดยสิ้นเชิง เพราะเป็นการออกแบบให้ตัวอักษรซ้อนทับกันตั้งแต่แรก หรือกระทั่งมีเส้นที่พาดทับกันในตัวเอง เช่น ฟอนต์เจเคจิ้ง สิงโต ในภาพที่ 5.16 จะเห็นว่าส่วนหัวของตัว ส.เสือ ง.งู และ ต.เต่า พาดทับกลับเข้าไปในตัวของมันเอง ฟอนต์ลักษณะนี้เป็นผู้ช่วยให้งานออกแบบของช่างสติ๊กเกอร์รวดเร็วและง่ายดายยิ่งขึ้นไม่ต่างไปจากฟอนต์ลูกทุ่งในบทก่อนหน้า ทว่าประกอบขึ้นด้วยชุดของตัวการอีกแบบหนึ่ง เป็นการสร้าง (enactment) ที่เกิดขึ้นจากวิถีปฏิบัติ (practice) ของช่างสติ๊กเกอร์ที่ต่างออกไป แต่แน่นอนว่ายังคงมีลักษณะพื้นถิ่น (vernacular) เช่นเดียวกับฟอนต์ลูกทุ่งอื่นๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในบริบทและจังหวะเวลาที่เฉพาะเจาะจง เช่น ฟอนต์เคทีสมานเบญจรงค์ในตอนต้นของบทนี้

บทที่ 6
สรุป: ตัวตนและความสร้างสรรค์ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เริ่มต้นขึ้นจากข้อสงสัยที่เรียบง่าย ว่าช่างเขียนป้ายกลายมาเป็นคนทำป้ายที่ใช้เครื่องจักรและทำฟอนต์ใช้เองได้อย่างไร ผู้เขียนมีสมมติฐานว่าการก่อร่างตัวตนใหม่นี้ไม่ได้เป็นเพียงการสร้างความหมายขึ้นโดยมนุษย์ แต่ยังมีบทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ถูกแนะนำเข้ามาสู่วิถีปฏิบัติของช่างฝีมือกลุ่มนี้ด้วย ดังนั้นการทำความเข้าใจตัวตนที่ว่าจึงไม่อาจทำผ่านการพูดคุยกับคนเพียงอย่างเดียว แต่ยังต้องแกะรอยการโยงใยของวัตถุ เครื่องมือ ที่มาประกอบกันเป็นสิ่งที่พวกเขาใช้อ้างอิงตัวตนด้วย

ผู้เขียนได้ย้อนกลับไปสำรวจความสัมพันธ์ของช่างกับพู่กัน การผนวกเอาเทคโนโลยีใหม่เข้ามาสู่การทำป้าย ติดตามไปดูการทำงานป้ายและออกแบบฟอนต์ในบริบทต่างๆ และพบว่ามีตัวการที่ไม่ใช่มนุษย์ (nonhuman) ซึ่งเปี่ยมไปด้วยชีวิตชีวาและความสร้างสรรค์ร่วมอยู่ในกระบวนการเหล่านี้ แน่นอนว่าสิ่งเหล่านี้ไม่พูด เครื่องจักรไม่พิมพ์ประโยคว่า “ฉันคือเครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ท” ออกมาด้วยความคิดของมันเอง แต่คนทำป้ายทำเช่นนั้น พวกเขายังเชื่อว่าตน “เป็น” อะไรบางอย่าง ยึดโยงตนเองเข้ากับกลุ่มก้อนทางสังคม และนำเสนอตัวตนของพวกเขาออกไม่หยุดหย่อน ในบทสุดท้ายนี้ผู้เขียนจะคลี่คลายปัญหาว่าด้วยตัวตน (identity) ซึ่งเป็นนิยามของมนุษย์ กับวัตถุสิ่งของที่แม้จะไม่พูด แต่ก็สามารถสำแดงพลังในแบบของมันเองในวิถีปฏิบัติ (practice) ของช่างท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีมาสู่ยุคดิจิทัล

6.1 ตัวตนของคนทำป้าย

ตัวตนของช่างฝีมือถูกสร้างและนิยามจากวิถีปฏิบัติ (practice) ที่ดำเนินไปไม่รู้จบ (วิภาส ปรัชญาภรณ์, 2544, น.99) ทักษะ ความรู้ ทั้งในเชิงศิลปะและเทคโนโลยีหลอมรวมอยู่ในร่างกายของช่างซึ่งทำงานซ้ำๆ ได้อย่างชำนิชำนาญ เมื่องานฝีมือชนิดหนึ่งถูกแทนที่ด้วยเครื่องจักรซึ่งแยกส่วนประกอบเหล่านี้ออกจากกัน ช่างฝีมือก็ดูเหมือนจะมีทางเลือกเพียงสองทาง คือหากไม่เลิกทำงานไปเสีย ก็กลายมาเป็นผู้ควบคุมเครื่องจักรที่ไม่ต้องใช้ทักษะหรือความคิดมากนัก (Ingold, 2007, p.128) ข้อมูลในงานชิ้นนี้บ่งชี้ว่าทางเลือกอย่างหลังอาจไม่ได้เป็นเช่นนั้นเสมอไป การย้อนกลับไปทบทวนที่มาของการเขียนป้ายในบทที่ 2 แสดงให้เห็นว่าช่างเขียนป้ายมีวิถีปฏิบัติที่ตัดข้ามงานแบบจารีตและสมัยใหม่มาตั้งแต่ต้น เพราะเป็นการนำทักษะการใช้พู่กันแบบช่างจารีตมาใช้ทำงานเชิงพาณิชย์ ใช้ศาลาวัดและลานวัดเขียนป้ายซึ่งไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับงานทางศาสนา กระทั่ง

นำเข้าเครื่องพิมพ์ที่ทันสมัยที่สุดเข้ามายังประเทศไทยเสียเอง ลักษณะลูกผสมของช่างฝีมือชนิดนี้ยังคงดำเนินต่อมาจนถึงยุคที่การพิมพ์ระบบดิจิทัลสามารถพิมพ์ป้ายขนาดใหญ่ได้

ข้อจำกัดของเทคโนโลยีการพิมพ์ในยุคก่อนดิจิทัล ทำให้งานป้ายยังคงต้องอาศัยพู่กันมาจนถึงในราวต้นทศวรรษ 2550 ในระหว่างนั้น ช่างเขียนป้ายหลายคนก็เริ่มข้ามเส้นแบ่งยุคสมัยมาก่อนแล้ว ธงชัย ศรีเมือง เริ่มทำฟอนต์ตั้งแต่ในราวปี พ.ศ. 2545 ในช่วงเวลาที่การพิมพ์ไวนิลยังมีราคาสูงถึงหลักพันบาทต่อตารางเมตร เป็นเทคโนโลยีที่อยู่ไกลเกินเอื้อมของช่างเขียนป้ายในร้านเล็กๆ ต่างจังหวัด ในช่วงเวลาไล่เลี่ยกันนี้ วัสเริ่มหัดใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ตามเพื่อนนักดนตรี ส่วนสมานลงทุนซื้อเครื่องตัดสติ๊กเกอร์และแผ่นซีดีรวมไฟล์สำเร็จรูปมาหัดใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 การด้นสดซึ่งเป็นทักษะสำคัญในการทำป้ายไม่ได้เป็นวิถีปฏิบัติที่จะสามารถหารูปแบบตายตัวได้ ยิ่งกระจัดกระจายออกไปอีกเมื่อเทคโนโลยีดิจิทัลนำเสนอเครื่องมือที่หลากหลายให้พวกเขานำไปใช้ และยังขยายขอบเขตออกไปนอกพื้นที่ทำงาน (workshop) ผ่านการเชื่อมต่อทางอินเทอร์เน็ต ภาวะเช่นนี้ทำให้ดูเหมือนว่าตัวตนของคนทำป้ายอาจเป็นสิ่งที่ไม่สามารถหาคำนิยามอีกต่อไป อย่างไรก็ตามการที่วิถีปฏิบัติของช่างฝีมือกลุ่มนี้เคลื่อนมาอยู่ในการทำงานแบบดิจิทัล ทั้งยังมีการรวมตัวกันเป็นเครือข่ายระดับประเทศอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อนก็ทำให้น่าตั้งคำถามว่า พวกเขายังคงนิยามตัวเองอย่างไรท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีนี้

6.1.1 ตัวตนในสังเวียนมวยวัด

"มวยวัด" เป็นคำที่วัส ธงชัย และสมาน มักใช้นิยามตนเอง ตัวอย่างฟอนต์ตัวแรกสุดของวัส ในเว็บบอร์ดของ F0nt.com เขียนเป็นประโยคว่า "มวยวัดอย่างผม พอจะมีสิทธิ์ขึ้นสังเวียนรึเปล่าครับ" (witawas, 2559) ความหมายของ "มวยวัด" เห็นได้ชัดเจนที่สุดในคำอธิบายฟอนต์ "ทีเอส ส้มตำ" ของธงชัย ศรีเมือง ซึ่งเผยแพร่ให้ดาวน์โหลดฟรีทางเว็บ f0nt.com ความว่า

> ชื่อส้มตำ จะเอายำรวมมิตรก็ได้ เพราะมันช่วยกันทำหลายโปรแกรมกว่าจะจบได้โรบินฮู้ดน่าจะรู้ดี ... ฟ้อนต์นี้เป็นยูนิโค้ดแล้ว คงไม่มีปัญหากับโปรแกรมใหม่ ก็ต้องขอขอบคุณแหล่งความรู้ต่างๆ ที่ผมเข้าไปมุบมิบแอบศึกษามาทั้งเว็บของไทยและต่างประเทศ ... ทำเป็นตัวปกติ และตัวเงา ... ตัวปกติ ก็เป็น Normal ตัวเงาก็ Bold แล้วทำไมไม่ใช้ shadow วะ ไม่รู้ ดูอย่างพวก Adobe ก็กลายเป็น Regular และ Italic ไป ช่างมันเถอะอย่าไปสนหลักการมันนักเลย มวยวัดหมัดเหวี่ยงหรือมันเดินมาชนหมัดเอง ให้โดนแล้วสลบก็พอแล้วอย่ามักมาก เอาแค่พอใช้ได้ ลองเอาไปใช้กันดู (ธงชัย ศรีเมือง, 2556)

การใช้ภาษาที่มีลีลายียวนพบได้ในบทสนทนาและข้อเขียนของคนทำฟอนต์ทุกคนที่ได้กล่าวถึงมาในงานชิ้นนี้ เช่นเดียวกับคำอธิบายฟอนต์ "ส้มตำ" ข้างต้นนี้ ซึ่งถือว่าแหวกขนบทั้งหมด

ของการเขียนอธิบายฟอนต์ที่มักพูดถึงแรงบันดาลใจด้วยภาษาที่ค่อนข้างเป็นทางการ คล้ายกับการนำเสนอผลงานในที่สาธารณะ เชื่อได้ว่าผู้อ่านจำนวนมากคงต้องเลิกคิ้วตั้งแต่ในประโยคแรกของธงชัย เขาอธิบายต่อไปถึงความพยายามที่จะปรับปรุงฟอนต์ให้ได้มาตรฐานยิ่งขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็นำเสนอมาตรฐานการทำฟอนต์แบบใหม่ที่ใช้สไตล์ตัวหนา (bold) มาแทนการใส่เงาให้ตัวอักษรโดยไม่สนใจมาตรฐานสากล ข้อนี้คล้ายกับที่วัสบอกว่า "ไม่มาดถาน แต่ใช้งานได้จริง"

ในเบื้องต้นที่สุด มวยวัดจึงหมายถึงลีลาที่เต็มไปด้วยการด้นสด ยากที่จะคาดเดา แต่ก็หมัดหนักพอจะทำให้โดนแล้วสลบไป ฟอนต์ส้มตำทำได้เช่นนั้นจริงๆ เพราะมันได้กลายมาเป็นฟอนต์ยอดนิยมตั้งแต่ในหมู่ร้านค้าตลาดนัด ไปจนถึงแฟรนไชส์ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า มีให้เห็นบนป้ายเล็กใหญ่ไปจนถึงเว็บไซต์และแอปโทรศัพท์มือถือ

เนื่องจากคนทำป้ายมีความสามารถในการใช้โปรแกรมออกแบบ ตัดต่อ วาดภาพ เพื่อทำงานออกแบบป้าย พวกเขาจึงมักนำทักษะนี้มาใช้กับการทำภาพแทนตัว (profile picture) แสดงออกว่าตนเป็นใครผ่านทางเฟซบุ๊กอยู่เสมอ โดยชื่อ ฉายา และคำนิยามก็อาจเปลี่ยนแปลงไปได้เรื่อยๆ ในหมู่คนที่ทำฟอนต์ขาย มีการสร้างคำเรียกตัวว่า "ฅนทำฟอนต์" และ "ฅนเขียนฟ้อนต์" ซึ่งสะกดต่างกันออกไปตามความพอใจ

ภาพที่ 6.1 ภาพแทนตัว และลายเซ็น "ฅนทำฟอนต์" ของสมาน จันทร์เทพ

ภาพที่ 6.2 ภาพประจำตัวของวัส โวยวาย

อย่างไรก็ตาม การนำเสนอตัวตนที่ว่านี้ไม่ได้เป็นการสร้างตัวตนเพื่อยืนยันความเป็นนักออกแบบในฐานะปัจเจก ในทางกลับกัน การนำเสนอตัวตนของพวกเขาเป็นการยืนยันความเป็นส่วนหนึ่งในชุมชนของคนทำป้าย สมานกล่าวว่าฟอนต์ของเขาจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่มีร้านป้าย โรงพิมพ์ ร้านปัก ร้านเสื้อสปอร์ต ร้านสติ๊กเกอร์ ร้านสกรีน และกลุ่มกันต้นคอยผลักดันให้เขาผลิตผลงานออกมา ผู้ใช้ฟอนต์เพื่อการผลิตแบบต่างๆ กัน มีส่วนร่วมกับการออกแบบฟอนต์ในขั้นตอนของการ “เทสต์” และบางครั้งถึงกับมีส่วนในการตั้งชื่อฟอนต์ด้วย ข้อมูลในบทที่ 4 แสดงให้เห็นว่าการออกแบบฟอนต์ลูกทุ่งแต่ละฟอนต์ ต่างตอบสนองต่อการใช้งานในรูปแบบที่ต่างกันออกไป ดังนั้นหากไม่มีกลุ่มผู้ใช้ที่ประกอบธุรกิจป้ายแบบต่างๆ ข้างต้น ฟอนต์ลูกทุ่งก็อาจไม่เกิดขึ้นตั้งแต่ต้น

นอกจากนี้ การนำเสนอตัวตนดังกล่าวยังเป็นการเลือกนำเสนอต่อคนทำป้ายด้วยกันมากกว่าที่จะเป็นต่อสาธารณะโดยทั่วไป ข้อนี้เห็นได้จากการที่สมานใช้คำ “มวยวัด” เพื่อปฏิเสธคำเชิญของสถาบันการศึกษาที่ติดต่อมาขอให้เขาไปบรรยายถึง “แนวคิด” ในการออกแบบฟอนต์ให้นักศึกษาฟัง สมานปฏิเสธทุกคำเชิญด้วยเหตุผลเดียวกันว่า “ผมมันแค่มวยวัด” อย่างไรก็ดี เมื่อเป็นงานที่จัดโดยเครือข่ายคนทำป้าย เช่นสมาคมส่งเสริมไทยธุรกิจโฆษณา (TABDA) สมานกลับไปร่วมงานด้วยความยินดีเสมอ ข้อนี้ยืนยันว่าฟอนต์ลูกทุ่งเป็นสิ่งที่แยกออกจากวิถีปฏิบัติไม่ได้ ไม่ใช่สิ่งที่จะสรุปใจความเป็นหลักการ หรือแนวคิดในการออกแบบซึ่งแยกขาดจากบริบท แม้ภาวะดิจิทัลจะอนุญาตให้ตัวตนในฝีแปรงของพวกเขาถูกทำซ้ำและส่งต่อไปได้ทั่วประเทศ แต่ตัวของ “คนทำฟอนต์” สไตล์มวยวัด ย่อมต้องขึ้นสังเวียนในงานเทศกาลที่มีผู้ชมเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

การนำเสนอตัวตนของคนกลุ่มเล็กๆ ที่ผลิตฟอนต์ให้กับคนทำป้ายทั่วประเทศ กลับไม่ได้เป็นการยืนยันอัจฉริยภาพในเชิงสร้างสรรค์ของตัวเอง เรื่องนี้อาจฟังดูขัดแย้งในตัวเองหากเข้าใจในกรอบความคิดสร้างสรรค์ที่แยกศิลปะออกจากเทคโนโลยี แยกมนุษย์ออกจากวัตถุ แต่สำหรับ

คนทำป้าย สิ่งเหล่านี้ไม่เคยถูกแยกขาดจากกันมาก่อน การกระโดดข้ามการผลิตแบบอุตสาหกรรมมาสู่การผลิตแบบดิจิทัลอนุญาตให้พวกเขายังคงรักษาวิถีปฏิบัติแบบช่างฝีมือเอาไว้ได้ต่อมา

วิถีปฏิบัติที่เคลื่อนมาสู่ยุคดิจิทัลนี้ ทำให้คนทำป้ายแต่ละคน ร้านป้ายแต่ละร้านไม่ได้ทำงานโดยลำพังอีกต่อไป ความรู้และปัจจัยการผลิตคือฟอนต์ลูกทุ่ง และไฟล์ป้ายสำเร็จรูป ที่ไหลเวียนอยู่ในรูปแบบของดิจิทัลทำให้แม้แต่คนที่มีทักษะน้อยที่สุดก็สามารถเปิดร้านพิมพ์ไวนิลได้ และในขณะเดียวกัน คนที่มีทักษะมากที่สุดก็สามารถผลิตฟอนต์และไฟล์เป็นงานเสริมได้อีกทางหนึ่ง เป็นอิสระจากการทำงานที่ร้านมากขึ้น และสามารถใช้เวลาไปกับการทำเกษตรหลังบ้าน หรือเล่นดนตรีควบคู่ไปได้ด้วย พวกเขาจะทำเช่นนี้ไม่ได้หากปราศจากการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและเครื่องจักรที่จะแปลงรหัสดิจิทัลให้ปรากฏออกมาเป็นตัวอักษร นอกจากภาวะดิจิทัลจะไม่ได้ทำลายงานช่างฝีมือชนิดนี้ลงแล้ว เหตุการณ์ยังเป็นไปในทางกลับกัน คือทั้งเครื่องจักรและอินเทอร์เน็ตได้กลายมาเป็นสิ่งที่พวกเขาต้องพึ่งพาอย่างขาดไปเสียไม่ได้

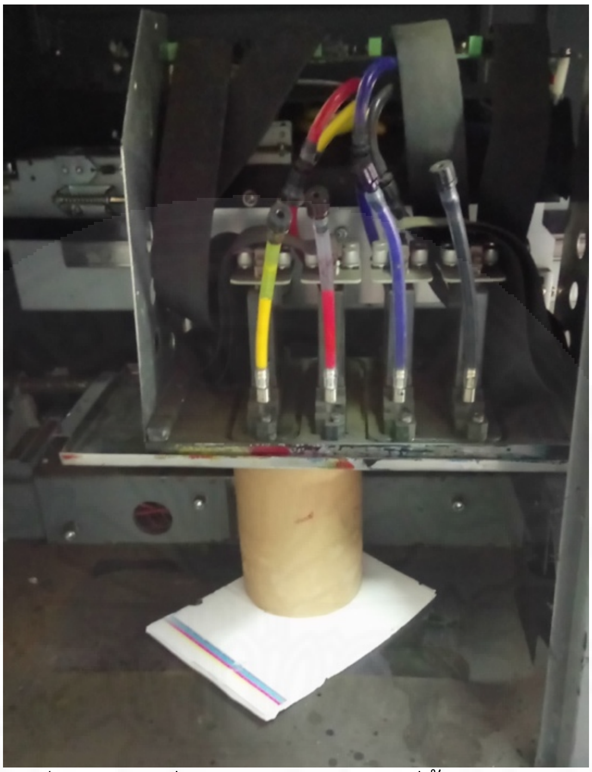
"คนทำป้าย" และ "คนทำฟอนต์" จึงไม่ได้เป็นเพียงนิยามตัวตนร่วม (collective identity) ใน "สังคม" ช่างฝีมือที่สร้างขึ้นจากความเชื่อมโยงของกระแสไฟฟ้าในระบบประสาทในสมองของมนุษย์ ทว่าเป็นคำเรียกตัวเองที่อ้างอิงอยู่กับส่วนรวม (collective) ของ "ความเป็นช่างฝีมือดิจิทัล" (digital craftsmanship) ที่ประกอบด้วยวัตถุ เครื่องจักร การเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตซึ่งหล่อเลี้ยงด้วยกระแสไฟฟ้าที่มีแรงดัน 220 โวลท์ (volt)

6.1.2 ความสร้างสรรค์ในงานช่างฝีมือดิจิทัล

ทุกๆ คนมีลายมือเป็นของตัวเอง แต่ไม่ใช่ทุกคนจะมีฟอนต์ลายมือเป็นของตัวเอง เช่นเดียวกับที่ช่างเขียนป้ายทุกคนมีฝีแปรงอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แต่ไม่ใช่ทุกคนที่จะทำฟอนต์ออกมาใช้ในร้านของตน แม้ฟอนต์ลูกทุ่งจะเป็นผลรวมของตัวการหลายๆ อย่างที่มากกว่าแค่ตัวช่าง แต่ถึงที่สุดแล้วคนทำป้ายก็จะยังจดจำฟอนต์ต่างๆ และบอกได้ทันทีว่าฟอนต์บนป้ายเป็น "ฟอนต์น้าหมาน" "ฟอนต์ตาวัส" หรือ "ฟอนต์อาจารย์ธงชัย" คนทำฟอนต์เหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งที่แยกจากเครือข่ายคนทำป้ายไม่ได้ก็จริง แต่สภาวะเช่นนี้ก็ทำให้ดูเหมือนว่าวิถีปฏิบัติแบบเดิมที่อนุญาตให้ช่างแต่ละคนแสดงตัวตนผ่านฝีแปรงได้ถูกกลืนเข้ามาอยู่ภายใต้เงาของช่างเพียงไม่กี่คน ผู้เขียนจะโต้แย้งว่าในความเป็นจริงแล้ว วิถีปฏิบัติของช่างฝีมือดิจิทัลไม่ได้ทำให้ป้ายเหมือนกันไปเสียหมด แม้จะใช้ฟอนต์ หรือกระทั่งไฟล์สำเร็จรูปเดียวกันก็ตาม

ในบทที่ 3 ผู้เขียนได้แสดงให้เห็นว่าแม้แต่การพิมพ์ไวนิลซึ่งดูเหมือนเป็นงานป้ายที่ง่ายดายที่สุดก็ยังเกี่ยวโยงกับสิ่งที่ควบคุมไม่ได้จำนวนมาก สำหรับคนทำป้าย เครื่องพิมพ์อิงค์เจ็ทเป็น "เครื่องจักรเอาใจยาก" ที่ "ชอบ" อุณหภูมิและความชื้นที่พอเหมาะ อีกทั้งยังต้องคอยปกป้องมันจากหนูที่จะมาแทะสายไฟในซอกหลืบที่มองเห็นได้ยาก ร้านป้ายที่ตั้งอยู่ในภูมิประเทศที่แตกต่างกันในภูมิภาคต่างๆ ย่อมเผชิญปัญหาที่แตกต่างกัน และทำให้วิถีปฏิบัติในการทำป้ายแตกละร้านแตกต่าง

กันออกไปโดยปริยาย ในกรณีที่อุณหภูมิในร้านเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ช่างอาจปรับแต่งค่ากระแสไฟฟ้าที่กระตุ้นหัวพิมพ์ได้ แต่หากอากาศร้อนมาก บางร้านก็เลือกที่จะแช่ถังหมึกในถังน้ำแข็งเพื่อรักษาความข้นของหมึกพิมพ์เอาไว้ให้พอเหมาะ



ภาพที่ 6.3 การแช่หัวพิมพ์ด้วยถาดรองที่ค้ำด้วยแกนไวนิล

วิถีปฏิบัตินี้ยังอาจเปลี่ยนแปลงไปด้วยกระทั่งในร้านเดียวกัน เช่นการจัดการกับปัญหาหัวพิมพ์อิงค์เจ็ทอุดตันที่ร้านสีสันการป้าย ซึ่งแต่เดิมใช้ที่หนีบกระดาษหนีบถาดสำหรับแช่โซลเวนท์เอาไว้เมื่อปิดเครื่อง แต่เมื่อผู้เขียนกลับไปที่ร้านอีกครั้งใน 4 เดือนถัดมา ก็ได้พบว่ามีการเปลี่ยนวิธีแก้ปัญหานี้ใหม่ โดยนำแกนกระดาษม้วนไวนิลใช้แล้วมาตัดให้มีความยาวพอดีแล้วนำไปค้ำถาดให้แนบสนิทกับหัวพิมพ์แทนการใช้ที่หนีบกระดาษซึ่งดูจะเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากกว่า (ภาพที่ 6.3)

แม้เครื่องจักรชนิดนี้จะมาแทนที่การเขียนป้ายด้วยมือ แต่ไม่ได้หมายความว่าคนทำป้ายจะกลายเป็นเพียงผู้ควบคุมเครื่องจักรที่ไม่ต้องใช้ความคิดใดๆ แต่การคิดของพวกเขานั้นไม่ใช่การคิดอย่างสร้างสรรค์ (creative thinking) ว่าจะกระทำอย่างไรต่อวัตถุแบบแนวคิดสมัยใหม่ที่แยกมนุษย์ออกจากสิ่งที่ไม่ใช่มนุษย์ วิถีปฏิบัติของช่างฝีมือเป็นการด้นสดที่ “คิดกับ” (think with) วัตถุที่พวกเขามีปฏิสัมพันธ์ด้วยทุกเมื่อเชื่อวัน หากปราศจากความคุ้นเคยกับคุณสมบัติของวัสดุและเครื่องมือ แล้ว การคิดอ่านดัดแปลงและด้นสดก็ไม่อาจเกิดขึ้นได้

ภาพที่ 6.4 ผู้เขียนใช้พู่กันทาสีลงในร่องตัวอักษรซึ่งแกะสลักโดยเครื่อง CNC โดยใช้ฟอนต์ของสมาน

ความสร้างสรรค์ที่น่าสนใจอีกแบบหนึ่ง เกิดขึ้นในการใช้เครื่องแกะสลักซีเอ็นซี ซึ่งเป็นงานป้ายที่นำวิถีปฏิบัติทั้งเก่าและใหม่มาบรรจบกัน เพราะเครื่องแกะสลักทำได้เพียงเซาะร่องวัสดุลงไปเท่านั้น หากต้องการลงสี เช่นทาสีทองให้กับป้ายแกะสลักเลขที่บ้านในภาพที่ 6.4 ช่างจะต้องลงมือด้วยตนเอง โดยใช้พู่กันป้ายสีลงไป กิจกรรมนี้ดูเผินๆ เหมือนกับการฝึกเขียนพู่กันตามเส้นขอบที่นายช่างร่างนำไว้ให้ในสมัยที่ยังเขียนด้วยพู่กัน เพียงแต่เป็นการลงสีตามแบบอักษรที่หัวเจาะเดินตามเส้นเวคเตอร์ของฟอนต์อีกทีหนึ่ง ทว่าในความเป็นจริงแล้ว ก่อนที่ร่องไม้จะปรากฏเป็นตัวอักษร ช่างจะต้องพิจารณาเนื้อไม้และพื้นผิวของไม้ ก่อนจะนำไปยึดกับแท่นให้พื้นผิวด้านที่จะแกะสลักขนานกับแท่นมากที่สุด เลือกชนิดหัวสว่าน กำหนดรอบการหมุน และคอยควบคุมความลึกในการเจาะแต่ละจุดของแผ่นไม้ที่ไม่เรียบเสมอกัน แม้จะดูออกได้ไม่ยากว่าตัวอักษรดังกล่าวใช้ฟอนต์เคทีสมานเทพประทาน แต่ร่องไม้ที่ผู้เขียนลากเส้นตามไปนั้นยังถูกสร้าง (enacted) ขึ้นท่ามกลางตัวการต่างๆ ข้างต้นนี้ด้วย ดังนั้นต่อให้ใช้ฟอนต์เดิม ไฟล์เดิม แต่เปลี่ยนไม้เป็นอีกแผ่นหนึ่ง ป้ายที่ชิ้นใหม่นี้ก็ยังจะแตกต่างออกไปอยู่ดี

6.2 บทสรุป: ก้าวให้พ้นตัวตน

โดยทั่วไป ตัวตนของช่างฝีมือถูกนิยามผ่านวิถีปฏิบัติ (practice) และอ้างอิงกับกลุ่มก้อนทางสังคมบางแบบ เช่น ช่างเขียนของกรมศิลปากร ช่างปูนปั้นของวัด ช่างทองของบ้านช่าง ช่างเขียนป้ายของฟาร์มจระเข้ เป็นต้น เมื่อวิถีปฏิบัติของช่างเขียนป้ายเคลื่อนมาสู่การทำป้ายแบบดิจิทัล พวกเขาเรียกตัวเองว่า “คนทำป้าย” รวมถึงเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายระดับประเทศอย่างที่

ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน อย่างไรก็ดี แม้คนทำป้ายจะยึดโยงกันด้วยชื่อเรียกเดียว แต่วิถีปฏิบัตินั้นมีมากกว่าหนึ่ง "คนทำป้าย" ประกอบด้วยช่างที่ทำงานพิมพ์ไวนิล ตัดสติ๊กเกอร์ แกะสลักซีเอ็นซี ปักเสื้อ ทำป้ายตู้ไฟ ทำซุ้มงานพิธี ไปจนถึงทำผลเมล่อนจำลอง และอะไรอีกมากตามแต่ลูกค้าจะจินตนาการ พวกเขาใช้เครื่องจักรชนิดๆ ต่างๆ กันไป แต่สิ่งที่มีร่วมกันคือการใช้ฟอนต์เพื่อควบคุมเครื่องจักร

ฟอนต์อุตสาหกรรมที่มีอยู่ก่อนตอบโจทย์การทำงานของคนทำป้ายได้ไม่เต็มที่นัก เพราะมีมาตรฐานที่สืบเนื่องมาจากการผลิตแบบอุตสาหกรรมในระบบการพิมพ์ยุคก่อนดิจิทัล ฟอนต์กลุ่มนี้ออกแบบมาเพื่อการใช้งานที่ครอบจักรวาล (universal) ทว่างานป้ายที่มีเงื่อนไขเฉพาะแบบ ขึ้นอยู่กับวัสดุ และเครื่องจักรในงานประเภทต่างๆ ต้องการฟอนต์ที่เฉพาะเจาะจงกับงานนั้นๆ ฟอนต์ที่คนทำป้ายทำขึ้นเพื่อใช้งานจึงมีลักษณะพื้นถิ่น (vernacular) ซึ่งแตกต่างกันออกไปในแต่ละฟอนต์

วิถีปฏิบัติของการออกแบบฟอนต์ที่ผู้เขียนเรียกว่า "ฟอนต์ลูกทุ่ง" ไม่ได้ผูกขาดความคิดสร้างสรรค์ไว้กับมนุษย์ผู้ออกแบบเท่านั้น แต่ยังโยงใยกับตัวการที่ไม่ใช่มนุษย์จำนวนมาก สุดท้ายแล้วฟอนต์อาจถูกตั้งชื่อและครอบครองโดยคนทำฟอนต์คนใดคนหนึ่ง แต่ ณ จังหวะเวลาที่ส่วนประกอบต่างๆ ในฟอนต์นั้นเกิดขึ้น เขาอาจบอกไม่ได้เลยว่าความงามนั้นเกิดจาก "หมัดเหวี่ยง" หรือ "มันเดินมาชนเอง" บางครั้งก็หายตัวไปพร้อมกับกระแสไฟฟ้าดับเสียดื้อๆ ในวิถีปฏิบัติแบบช่างฝีมือที่ไม่แยกศิลปะกับเทคโนโลยีออกจากกันนี้ การออกแบบฟอนต์แต่ละตัวเป็นการสร้าง (enactment) แบบอักษรขึ้นท่ามกลางบริบทที่ไม่ซ้ำกันเลย และแม้แบบอักษรอันเป็น "ฝีแปรงดิจิทัล" จะคงรูปไว้อย่างถาวร แต่เมื่อไปถึงขั้นตอนผลิต ไม่ว่าด้วยเครื่องจักรชนิดใด ป้ายที่ใช้ฟอนต์ลูกทุ่งก็จะถูกสร้าง (enacted) ขึ้นอีกครั้งในบริบทที่แตกต่างกันของร้านป้ายทั่วประเทศ

ถึงที่สุดแล้ว ตัวตนของ "คนทำป้าย" จึงไม่ใช่สิ่งที่ก่อร่างขึ้นเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน วิถีปฏิบัติของการทำป้ายและการทำฟอนต์ที่งานชิ้นนี้ศึกษาเป็นเพียงเสี้ยวหนึ่งของวิถีปฏิบัติที่นับไม่ถ้วน สายสัมพันธ์ของวัตถุและผู้คนในส่วนรวมของ "คนทำป้าย" ยังอาจขาดสะบั้นลง และโยงใยกันใหม่ด้วยเครื่องมือชนิดใหม่ วัสดุใหม่ กฎหมายใหม่ ผู้คนใหม่ๆ ต่อไป การจะเข้าใจวิถีปฏิบัติในการออกแบบ (design practice) ฟอนต์ลูกทุ่งจึงต้องก้าวให้พ้นตัวตนที่ตายตัว และขยับเท้าก้าวตามจังหวะการด้นสดแบบ "มวยวัด" ซึ่งแม้คาดเดาได้ยาก แต่เปี่ยมไปด้วยชีวิตชีวาและพลังสร้างสรรค์อันไม่สิ้นสุด

รายการอ้างอิง

หนังสือและบทความในหนังสือ

จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ. (2554). *จากลายสือไทยสู่อักษรไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2, ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ถนอม บรรณประเสริฐ, รัชดา โชติพานิช. (2560). *ประมวลเอกสารประวัติศาสตร์ โรงเรียนช่างในสมัยรัชกาลที่ 5-6*. จัดพิมพ์เป็นที่ระลึกในงานพระราชทานเพลิงศพ ศาสตรเมธี ปัญญา เพ็ชรชู.

ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ, ปรามินทร์ เครือทอง, ประยุกต์ บุนนาค, & นิภาพร รัชตพัฒนากุล. (2549). *สยามพิมพการ: ประวัติศาสตร์การพิมพ์ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: มติชน.

นราธิปประพันธ์พงศ์. (2435). ประกาศหอพระสมุดวชิรญาณ. *ราชกิจจานุเบกษา*. สืบค้นจาก http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2435/023/180_1.PDF

บุญเลิศ เลียวประไพ. (2557). *ประชากรไทย อดีต-ปัจจุบัน-อนาคต* (พิมพ์ครั้งที่ 1). นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

ปนัดดา ชำนาญสุข. (2551). *เร่ง รัก รุนแรง: โลกชายขอบของนักบิด*. ศูนย์วิชาการเพื่อความปลอดภัยทางถนน (ศวปถ.), มูลนิธิสาธารณสุขแห่งชาติ (มสช.).

ประชา สุวีรานนท์. (2545). *แกะรอยตัวพิมพ์ไทย: หนังสือประกอบนิทรรศการ “10 ตัวพิมพ์กับสังคมไทย.”* กรุงเทพฯ: บริษัทเอสซี แมทช์บอกซ์ จำกัด.

พระราชสิทธิมุนี. (2506). *พระธรรมเทศนา เรื่องธรรมนิยามสูตร กับตอบปัญหาธรรม เรื่อง บุญ บาป นรก สวรรค์ คนตายแล้วเกิดอีกจริงหรือไม่?* กรุงเทพฯ: คณะช่าง.

วิรุณ ตั้งเจริญ. (2536). โรงเรียนเพาะช่าง. ใน *ทำเนียบศิษย์เก่าเพราะช่าง เพาะช่างในสังคม*.

สมาคมศิษย์เก่าเพาะช่าง. (2536). *ทำเนียบศิษย์เก่าเพราะช่าง เพาะช่างในสังคม*.

อิงอร สุพันธุ์วณิช. (2527). *วิวัฒนาการอักษรและอักขรวิธีไทย*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บทความวารสาร

จุไรรัตน์ ลักษณะศิริ. (2555). อักษรไทยย่อในสมุดไทยเรื่องนันโทปนันทสูตรคำหลวงของเจ้าฟ้าธรรมธิเบศร ไชยเชษฐสุริยวงศ์. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, *10*(1), 29–51.

บทความนิตยสาร

ปริญญา โรจน์อารยานนท์. (2553a). A font a month: ดีบี ดำรงธรรม. *Idesign*, เมษายน.

ปริญญา โรจน์อารยานนท์. (2553b). A font a month: ดีบี บรัดเลย์. *Idesign*, เมษายน.

ไพโรจน์ ธีระประภา. (2560). ป้าย คือ แบรนด์. *Thai Sign Magazine*, (04), 190–226.

สมาน จันทร์เทพ. (2560). แขกรับเชิญ. *Thaisignmag*. สืบค้นจาก https://issuu.com/ thaisignmag /docs /thaisignmag_issue_05

วิทยานิพนธ์

ธวัช ปุณโณฑก. (2522). *อักษรไทยน้อย: การศึกษาในด้านอักษรวิทยา (Thai noi palaeography).* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะโบราณคดี, ภาควิชาภาษาตะวันออก, สาขาวิชาจารึกภาษาไทย.

ธีรวัฒน์ พงจน์วิบูลศิริ. (2543). *การใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อสารบุคลิกลักษณะในงานออกแบบเรขศิลป์.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะศิลปกรรมศาสตร์, ภาควิชานฤมิตศิลป์, สาขาวิชานฤมิตศิลป์.

บุญรัตน์ เจริญชัย. (2541). *ช่างเมืองเพชร: วิถีชีวิตร่วมสมัยของช่างปูนปั้นเพชรบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา,สาขามานุษยวิทยา.

ประกอบ เอื้อไพบูลย์. (2531). *ความคิดเห็นของผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ปฏิบัติการกรมการศึกษานอกโรงเรียนเกี่ยวกับสภาพการปฏิบัติงานจริง สภาพการปฏิบัติงานที่ต้องการและสภาพปัญหาอุปสรรคของโครงการรับบริจาคหนังสือสู่ชนบท* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะคุรุศาสตร์, ภาควิชาการศึกษานอกโรงเรียน.

วิภาส ปรัชญาภรณ์. (2544). *ช่างไม้: ความรู้และตัวตน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, สาขามานุษยวิทยา.

ศรัณย์ ทองปาน. (2534). *ชีวิตทางสังคมของช่างในสังคมไทยภาคกลางสมัยรัตนโกสินทร์ก่อน พ.ศ. 2448*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, สาขามานุษยวิทยา.

อนันต์ ทรงวิทยา. (2524). *ลักษณะอักษรและอักขรวิธีในจารึกสมัยสุโขทัย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะโบราณคดี, ภาควิชาภาษาตะวันออก, สาขาวิชาจารึกภาษาไทย.

วีดิทัศน์

aug035. (ม.ป.ป.). *ฟู่กัน สง่า มะยุระ เพลงโฆษณา*. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=_7mBzkxFc9A&fbclid=IwAR19_8aO_1o2ES8WL6Ep-fxRU29xWEfIKZ3O8etx68t91h-tJttyaQ4hY2s

ThaiPBS. (2560). *ก(ล)างเมือง: ป้ายหน้า ลำปาง*. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=X5lIL4FWlSE

The MATTER. (2019). *หยุดคิดแทน แล้วให้เด็กมีความรับผิดชอบ เปลี่ยนการศึกษากับ "เนติวิทย์"*. สืบค้นจาก https://www.youtube.com/watch?v=N86MQi_unOk

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

เกี่ยวกับฟอนต์ PSL. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก http://www.fontpsl.com/webpage/about_font/index.html

ฌ เฌอ. (2559). ฮาก๊าก! ฝีมือโฟโต้ชอปป้ายสวัสดีปีใหม่ไทยระดับ อบต. สืบค้นจาก https://news.mthai.com /social-news/489474.html

ดีบี ดีไซน์. (2550). DB Font: Font Order. สืบค้นจาก http://www.dbfont.biz/order.php

ธงชัย ศรีเมือง. (2556). TS-SOM TUM-NP (ส้มตำ). สืบค้นจาก https://www.f0nt.com/release/ts-som-tum-np/

ธงชัย ศรีเมือง. (2557). TS-Klinsee. สืบค้นจาก https://www.f0nt.com/release/ts-klinsee/

ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ. (2560). Design Excellence Award 2017 (DEmark). สืบค้นจาก http://demarkaward.net/th/demark_winner/detail/ 4736-ปวนและเสรี

ปริญญา โรจน์อารยานนท์. (2554). อะไรทำให้ฟอนต์ไทยอ่านยาก. สืบค้นจาก http://www.dbfont.biz/ fontarticle5.php

ปริญญา โรจน์อารยานนท์. (2555). อย่าใช้มั่ว! ว่าด้วยวัฒนธรรมการใช้ตัวพิมพ์ของไทย. สืบค้นจาก http://www.dbfont.biz/news3.php

ภาณุวัฒน์ อู้สกุลวัฒนา. (2560). เสียงที่มองเห็น • ภาพของความคิด (ตอนที่ 1). สืบค้นจาก https://cadsondemak.com/hearandfound01/

วิทวัส โถมประดับ. (2560). Was@prathueng (วัส@ประเทือง). สืบค้นจาก https://www.f0nt.com/release/was-prathueng/

วิสาข์ สอตระกูล. (2552). คู่มือฉบับย่อสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ เมื่อคุณต้องการใช้งานนักออกแบบกราฟิก (Graphic Designer). สืบค้นจาก http://www.tcdc.or.th/articles/business-industrial/8810/#คู่มือฉบับย่อสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจ-เมื่อคุณต้องการใช้งานนักออกแบบกราฟิก-Graphic-Designer-

ศิริน กันคล้อย. (2561). A Consideration of Contextual Interpretations. สืบค้นจาก https://cadsondemak.com/contextualinterpretations/

สภาพัฒน์ชี้ศก.สร้างสรรค์เผชิญปัญหาสารพัด. (2554). สืบค้นจาก https://www.posttoday.com/finance/news/80020

สยามรัฐออนไลน์. (2561). หนุ่มหัวใสลอบผลิตสติ๊กเกอร์ละเมิดลิขสิทธิ์ สุดท้ายไปไม่รอดโดนรวบ. สืบค้นจาก https://siamrath.co.th/n/35435

สันติ ลอรัชวี. (2558). แบบไทยนริศ: บนสู่ล่าง แคบสู่กว้าง. สืบค้นจาก https://santivithee.blog/2015/06/25/assembling-the-components-of-thai-naris-handwriting-script/

อนุทิน วงศ์สรรคกร. (2561). ความสามารถของการสื่อสาร. สืบค้นจาก https://cadsondemak.com/evolutionofcommunicationskills/

MGR Online. (2555). ปลุกกระแสเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดึงกูรูทั่วโลกเพิ่มค่าสินค้าท้องถิ่น. สืบค้นจาก https://mgronline.com/smes/detail/9550000033616

สัมภาษณ์

จุมพล บุญวิโรจน์ฤทธิ์. เลขาธิการสมาคมส่งเสริมไทยธุรกิจโฆษณา. (11 พฤศจิกายน 2561). สัมภาษณ์.

บุญสม คนเมืองโคโคราชา. คนทำป้าย. (10 พฤษภาคม 2562). สัมภาษณ์.

ปรัชญา สิงห์โต. เจ้าของและผู้ดูแลเว็บไซต์ F0nt.com. (12 ธันวาคม 2560). สัมภาษณ์.

สมาน จันทร์เทพ. คนทำฟอนต์. (6 กรกฎาคม 2560). สัมภาษณ์.

Books and Book Articles

Anderson, B. R. O. (1983). *Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism*. London: Verso.

Appadurai, A. (2013). *The Future as Cultural Fact: Essays on the Global Condition* (1 edition). London: Verso.

Bennett, J. (2010). *Vibrant Matter: A Political Ecology of Things* (unknown edition). Durham: Duke University Press Books.

Berger, J. (Ed.). (1972). *Ways of seeing*. London: British Broadcasting Corporation and Penguin Books.

Bontemps, A., & Conroy, J. (1946). *Slappy Hooper, the Wonderful Sign Painter* (1st edition). Houghton Mifflin.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Harvard University Press.

Clarke, A. J. (Ed.). (2010). *Design Anthropology* (2011 edition). Wien; New York: Springer Vienna Architecture.

Cossu, M. (2016). *Beyond Design Ethnography: How Designers Practice Ethnographic Research* (N. Nova & L. Léchot-Hirt, Eds.). Provinces Press.

Desmond, M. (2009). *On the Fireline: Living and Dying with Wildland Firefighters* (Reprint edition). Chicago, Ill.; Bristol: University of Chicago Press.

Faigley, L. (1999). Material literacy and visual design. In J. Selzer & S. Crowley (Eds.), *Rhetorical Bodies*. Univ of Wisconsin Press.

Febvre, L., & Martin, H.-J. (1997). *The Coming of the Book: The Impact of Printing 1450-1800*. Verso.

Finger, J. M., & Schuler, P. (2004). *Poor People's Knowledge: Promoting Intellectual Property in Developing Countries* (1st edition). Washington, D.C.: World Bank Publications.

Gell, A. (1998). *Art and Agency: An Anthropological Theory*. Oxford; New York: Oxford University Press.

Hale, J. (2016). *Merleau-Ponty for Architects*. Routledge.

Helfland, J., & Maeda, J. (2001). *Screen: Essays on Graphic Design, New Media, and Visual Culture* (1 edition). New York: Princeton Architectural Press.

Henare, A. J. M., Holbraad, M., & Wastell, S. (Eds.). (2007). *Thinking through things: Theorising artefacts ethnographically*. London; New York: Routledge/Taylor & Francis Group.

Holbraad, M. (2007). The power of powder: Multiplicity and motion in the divinatory cosmology of Cuban Ifá (or mana, again). In Holbraad, M. (Ed.). *Thinking*

through things: Theorising artefacts ethnographically (pp. 189–224). London; New York: Routledge/Taylor & Francis Group.

Horst, H. A., & Miller, D. (2012). The Digital and the Human: A Prospectus for Digital Anthropology. In Horst, H. A., & Miller, D. (Eds.). *Digital Anthropology*. London; New York: Berg Publishers.

Howkins, J. (2002). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin Books Limited.

Ingold, T. (2007). *Lines: A Brief History* (1st edition). London; New York: Routledge.

Jury, D. (2012). *Graphic Design before Graphic Designers: The Printer as Designer and Craftsman 1700 - 1914* (1st edition). New York, N.Y: Thames & Hudson.

Landry, C. (2000). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. Earthscan.

Latour, B. (2000). *Pandora's Hope: Essays on the Reality of Science Studies*.

Latour, B. (1987). *Science in Action: How to Follow Scientists and Engineers Through Society*. Harvard University Press.

Latour, B. (1992). Where Are the Missing Masses? The Sociology of a Few Mundane Artifacts. In *Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change*.

Latour, B. (2005). *Reassembling the social: An introduction to actor-network-theory*. Oxford; New York: Oxford University Press.

Levi-Strauss, C. (1966). *The savage mind*. Chicago: University of Chicago Press.

Lupton, E. (2004). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, & Students*. New York: Princeton Architectural Press.

McLuhan, H. M. (1964). *Understanding media: The extensions of man*. New York: McGraw-Hill.

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2011). *Meggs' History of Graphic Design* (5th edition). Hoboken, N.J: Wiley.

Messick, B. (1992). *The Calligraphic State: Textual Domination and History in a Muslim Society*. University of California Press.

Miller, D. (2005). *Materiality*. Duke University Press.

Miller, D., Costa, E., Haynes, N., McDonald, T., Nicolescu, R., Sinanan, J., … Wang, X. (2016). *How the World Changed Social Media* (1st ed., Vol. 1). Retrieved from http://www.jstor.org/stable/j.ctt1g69z35

Sennett, R. (2009). *The Craftsman* (1st edition). New Haven: Yale University Press.

Shepard, A. (1993). *The Legend of Slappy Hooper: An American Tall Tale* (1st edition). New York: Atheneum.

Williams, R. (1976). *Keywords: A Vocabulary of Culture and Society*. Oxford University Press, USA.

Yen, Y. (2004). *Calligraphy and Power in Contemporary Chinese Society*. Routledge.

Articles

Garvey, P. (2013). “Ikea sofas are like H&M trousers”: The potential of sensuous signs. *Journal of Business Anthropology*, *2*(1), 75–92.

Isabella, J. (2014). Child’s Play. *Archaeology*, *67*(1), 50–51.

Küchler, S. (2007). The String in Art and Science: Rediscovering the Material Mind. *TEXTILE*, *5*(2), 124–139. https://doi.org/10.2752/175183507X219416

Latour, B. (1990). Technology is Society Made Durable. *The Sociological Review*, *38*(1_suppl), 103–131. https://doi.org/10.1111/j.1467-954X.1990.tb03350.x

Miller, D., & Sinanan, J. (2012). Webcam and the theory of attainment. *Working Paper for EASA Media Anthropology Network 41st E-Seminar*, (9–23 October). Retrieved from http://www.mediaanthropology.net/file/miller_sinanan_webcam.pdf

Murphy, K. M. (2016). Design and Anthropology. *Annual Review of Anthropology*, *45*(1), 433–449. https://doi.org/10.1146/annurev-anthro-102215-100224

Trimbur, J. (2002). Delivering the message: Typography and the materiality of writing. *Rhetoric and Composition as Intellectual Work*, 188–202.

Ref. code: 25615808030646PUM

Electronic Media

Copyright, Designs and Patents Act 1988 [Text]. (1988). Retrieved from http://www.legislation.gov.uk/ukpga/1988/48/part/I/chapter/III/ crossheading /typefaces

e-CFR: Title 37: Patents, Trademarks, and Copyrights PART 202—PREREGISTRATION AND REGISTRATION OF CLAIMS TO COPYRIGHT., Title 37: Patents, Trademarks, and Copyrights PART 202—PREREGISTRATION AND REGISTRATION OF CLAIMS TO COPYRIGHT Electronic Code of Federal Regulations §. Retrieved from https://ecfr.io/Title-37/pt37.1.202

ENCAD, Incorporated Company History. (2012). Retrieved from http://www.company-histories.com/ENCAD-Incorporated-Company-History.html

List of supplying markets for a product imported by India | Product: 3215 Printing ink, writing or drawing ink and other inks, whether or not concentrated or solid. (n.d.). Retrieved from https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=1%7c699%7c%7c%7c%7c3215%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1

List of supplying markets for a product imported by Thailand | Product: 3215 Printing ink, writing or drawing ink and other inks, whether or not concentrated or solid. (n.d.). Retrieved from https://www.trademap.org/tradestat/Country_SelProductCountry_TS_Graph.aspx?nvpm=1%7c764%7c%7c%7c%7c3215%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c2%7c2%7c1

Thailand. (n.d.). Retrieved from https://wipolex.wipo.int/en/legislation/profile/TH

The Construction of Identity in Adolescent Personal Home Pages. (n.d.). Retrieved June 20, 2019, from http://visual-memory.co.uk/daniel/Documents/short /strasbourg.html

Ref. code: 25615808030646PUM

ภาคผนวก

Ref. code: 25615808030646PUM

ภาคผนวก ก

ใบสำคัญแสดงสิทธิ์การใช้ฟอนต์ KT_Smarn

คนทำฟอนต์

KT FONT

ใบสำคัญแสดงสิทธิ์การใช้ฟอนต์ในนามสิทธิ์ของ KT_Smarn

ใบสำคัญนี้ นายสมาน จันทร์เทพ (สมานคนทำฟอนต์)

มอบไว้เพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่า

โครงการวิจัย “ฟอนต์ลูกทุ่ง” เทคโนโลยีดิจิตัลกับการก่อร่างตัวตนของคนทำป้าย

ได้ซื้อสิทธิ์ฟอนต์ Kt_smarn ไว้อย่างถูกต้อง

สำหรับคอมพิวเตอร์ไม่จำกัดจำนวนเครื่อง

ภายในร้าน/บริษัท เท่านั้น ยกเว้นบริษัท/ห้างร้าน ที่มีหลายสาขา

ห้ามส่งต่อให้บุคคลอื่นเป็นเด็ดขาด

บุคคลใดทำซ้ำ ดัดแปลงโดยไม่ได้รับอนุญาต

จะดำเนินการตามกฎหมายสูงสุด

โปรดเก็บใบสำคัญนี้ไว้เพื่อแสดงสิทธิ์การใช้งานอย่างถูกต้อง

นายสมาน จันทร์เทพ

เจ้าของสิทธิ์แต่เพียงผู้เดียว

ภาคผนวก ข

ใบสำคัญแสดงสิทธิ์การใช้ฟอนต์ลิขสิทธิ์ของ DB

DB FONTS

ใบสำคัญแสดงสิทธิ์การใช้ฟอนต์ลิขสิทธิ์ของ DB

ใบสำคัญนี้ บริษัท ดีบี ดีไซน์ จำกัด มอบไว้เพื่อเป็นหลักฐานแสดงว่า..............................

...............**โครงการวิจัย ฟอนต์ลูกทุ่ง: เทคโนโลยีดิจิทัลกับการก่อร่างตัวตนของคนทำป้าย**.............

.............**โครงการบัณฑิตศึกษา คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**.........

..................**2 ถนนพระจันทร์ แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200**................

ได้ซื้อสิทธิ์ในการใช้ฟอนต์ลิขสิทธิ์ของ DB ชุดที่..........1..........*(Unicode Fonts)*..........จำนวน......1......ชุด

ใบเสร็จรับเงินเลขที่............**62-195**........ลงวันที่..........**15 ก.ค. 62**..........

สำหรับคอมพิวเตอร์จำนวนไม่เกิน 5 เครื่อง โดยมีเงื่อนไขตามสัญญาอนุญาตฯ

โปรดเก็บใบสำคัญนี้ไว้ เพื่อแสดงสิทธิ์การใช้งานอย่างถูกต้อง

บริษัท ดีบี ดีไซน์ จำกัด DB DESIGNS CO., LTD.

ภาคผนวก ค
จดหมายอิเล็กทรอนิกส์แสดงสิทธิ์การใช้ฟอนต์ลิขสิทธิ์ของ PSL

เรียนคุณสรัช

โปรดพิมพ์หรือเก็บหน้านี้ไว้เป็นหลักฐานการได้รับ license แบบ home use 1 ปี ตั้งแต่ 15-07-19
(License นี้ไม่สามารถนำไปใช้ในกิจการบริษัท หรือทำเว็บไซต์ หรือรับจ้างออกแบบ)

รหัสสมาชิกของคุณคือ : สส1509150720195612

ฟอนต์ที่คุณได้รับสิทธิ์การใช้คือ

1. PSL Butterfly Pro

ด้วยความขอบคุณ
พีเอสแอล

เรียนคุณสรัช

โปรดพิมพ์หรือเก็บหน้านี้ไว้เป็นหลักฐานการได้รับ license แบบ home use 1 ปี ตั้งแต่ 16-7-19
(License นี้ไม่สามารถนำไปใช้ในกิจการบริษัท หรือทำเว็บไซต์ หรือรับจ้างออกแบบ)

รหัสสมาชิกของคุณคือ : สส1509150720195612 (ใช้รหัสสมาชิกเดิม)

ฟอนต์ที่คุณได้รับสิทธิ์การใช้คือ

1. PSL Imperial Pro

ด้วยความขอบคุณ
พีเอสแอล

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นายสรัช สินธุประมา
วันเดือนปีเกิด	30 สิงหาคม พ.ศ. 2533
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2556: สังคมวิทยาและมานุษยวิทยาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ทุนการศึกษา	ปีงบประมาณ 2561: ทุนวิจัยมหาบัณฑิตสกว. ด้านมนุษยศาสตร์-สังคมศาสตร์ รุ่นที่ 14

ผลงานทางวิชาการ

สรัช สินธุประมา (2561). *วัตถุสภาวะของ “ฟอนต์ลูกทุ่ง” กับงานช่างฝีมือดิจิทัลของ “คนทำป้าย”.* การสัมมนาเครือข่ายนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ครั้งที่ 17 วันที่ 22-23 กุมภาพันธ์ 2561 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.

สรัช สินธุประมา (2561). *“สติ๊กเกอร์ซิ่ง” กับความสร้างสรรค์และงานออกแบบบนท้องถนนไทย.* การประชุมวิชาการประจำปีด้านมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา ครั้งที่ 1 หัวข้อ “เชื่อม ข้าม เผชิญหน้า ณ จุดตัด” วันที่ 24-25 สิงหาคม 2561 ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน), กรุงเทพมหานคร.

สรัช สินธุประมา (2561). *จากฝีแปรงสู่ฟอนต์ลูกทุ่ง:ความสร้างสรรค์ของคนทำป้ายในยุคดิจิทัล.* ‘อยู่ด้วยกัน’ โลก เทคโนโลยี ความเหลื่อมล้ำ และความเป็นอื่น: การจัดประชุมวิชาการระดับชาติ เวทีวิจัยมนุษยศาสตร์ไทย ครั้งที่ 12 วันที่ 7-8 กันยายน 2561 คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.