



สารนิพนธ์

เรื่อง อิทธิพลศิลปะกราฟฟิตี้ต่อสังคมและวัฒนธรรมในไต้หวัน

โดย

นางสาวพนิดา หิรัญราศีกุล

รหัสนักศึกษา 620510803

เสนอ

อาจารย์นวัต เลิศแสวงกิจ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์ อิทธิพลศิลปะกราฟฟิตี้ต่อสังคมและวัฒนธรรมในไต้หวัน

ผู้เขียน พนิดา ทิรัญราศีกุล รหัสนักศึกษา 620510803

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ อาจารย์นวัต เลิศแสงกิจ

สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ปีการศึกษา 2565

### บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่อง “อิทธิพลศิลปะกราฟฟิตี้ต่อสังคมและวัฒนธรรมในไต้หวัน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของศิลปะกราฟฟิตี้ต่อการขับเคลื่อนสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจในไต้หวัน เพื่อศึกษาแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตี้ไต้หวัน ในช่วงปี ค.ศ. 2010 – 2020 โดยผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบศิลปะ วัฒนธรรมของกราฟฟิตี้ไต้หวัน ภูมิทัศน์วัฒนธรรม การพัฒนาเมืองด้วยศิลปะและวัฒนธรรม ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เอกสาร จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนและหลังของพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่าศิลปะกราฟฟิตี้ในไต้หวันมีภาพลักษณ์ทั้งทางบวกและทางลบ ในอดีตคนในสังคมไม่ยอมรับ มองการกระทำเหล่านี้ว่าเป็นการทำลาย ถูกจัดให้เป็นสิ่งที่ผิดกฎหมาย แต่ในปัจจุบันผู้คนกลับให้ความสนใจ รัฐบาลมีการจัดสรรพื้นที่ให้สำหรับกราฟฟิตี้โดยเฉพาะ รวมถึงมุมมองและภาพจำที่เปลี่ยนไปจากอดีต โดยผู้วิจัยพบประเด็นที่สำคัญทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้ การส่งเสริมและผลักดันของกราฟฟิตี้ในพื้นที่ ปัญหาที่พบจากการจัดกิจกรรมและเข้าร่วมกิจกรรม มุมมองของคนในพื้นที่ต่อกราฟฟิตี้ และการสนับสนุนกราฟฟิตี้ในไต้หวัน ในอนาคตศิลปะกราฟฟิตี้ไต้หวันมีแนวโน้มที่จะมีวัฒนธรรมในแบบที่เป็นของไต้หวันเอง รูปแบบงานจะมีความหลากหลายมากกว่าเดิมและชัดเจนมากขึ้นโดยเฉพาะงานรูปแบบตัวละคร ซึ่งจะเป็นรูปแบบที่พัฒนาเร็วที่สุดและมีส่วนร่วมเป็นอย่างมาก ในเชิงพาณิชย์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในปัจจุบันนี้กราฟฟิตี้ของไต้หวันเป็นที่รู้จักและเริ่มแพร่หลายมากขึ้นในต่างประเทศ จึงคาดการณ์ได้ว่าในอนาคตชาวต่างชาติจะเข้ามาที่ไต้หวันมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมร่วมมือกับต่างประเทศ อย่างเช่น การแข่งขัน การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน การจัดนิทรรศการแสดงผลงาน เป็นต้น อีกทั้งมีองค์กรหรือบริษัทมาสนับสนุนมากขึ้น แต่การสนับสนุนจากรัฐบาลหรือการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดที่รัฐบาลเคยตั้งไว้อาจเป็นเรื่องยากหรือมีการดำเนินการที่ค่อนข้างช้า อย่างในเรื่องของการสนับสนุนงบประมาณ พื้นที่แสดงงาน และการจัดกิจกรรม รวมไปถึงภาพลักษณ์ของกราฟฟิตี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น ผู้คนในสังคมให้คุณค่าและความสำคัญกับศิลปะประเภทนี้มากขึ้น อีกทั้งมีส่วนร่วมและความเข้าใจที่มากกว่าเดิม

คำสำคัญ : ศิลปะกราฟฟิตี้

## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง อิทธิพลศิลปะกราฟฟิตี้ต่อสังคมและวัฒนธรรมในไต้หวัน เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450 112 การศึกษาเอกเทศ (Independent Study) บทความวิจัยชิ้นนี้สามารถสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับการสนับสนุนจากหลายท่านด้วยกัน

ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์นวัต เลิศแสงกิจ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่สละเวลาให้คำปรึกษาและคำแนะนำในการทำงานภายใต้กรอบการวิจัยได้ทันเวลากำหนดด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญในด้านศิลปะกราฟฟิตี้ ศิลปินกราฟฟิตี้คนไทยและไต้หวัน ทุกท่านซึ่งไม่อาจกล่าวชื่อได้ครบในหน้านี้ ที่มีส่วนร่วมในการวิจัยครั้งนี้ ที่มอบมิตรภาพ ความช่วยเหลือและข้อมูลที่มีประโยชน์ยิ่งในการวิจัยครั้งนี้

ขอขอบคุณนายธนวุฒิ รุจิทิพย์ ซึ่งคอยสนับสนุนและให้คำปรึกษาทางด้านภาษาจีน รวมถึงให้พลังใจในการฝ่าฟันอุปสรรคทางด้านภาษา

ขอขอบคุณครอบครัวหิรัญราศีกุล พ่อ แม่ ที่ให้ชีวิต คอยให้พลังใจและกำลังใจในการฝ่าฟันอุปสรรคในการทำงาน

ขอขอบคุณคณะอักษรศาสตร์ หลักสูตรเอเชียศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร คณาจารย์ เพื่อนพี่น้องชาวอักษรศาสตร์ จิตรกรรม และมณฑนศิลป์ ที่ให้คำแนะนำแนวทางการจัดการชีวิต เวลา สุขภาพ และกำลังใจ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ล้วนแล้วแต่เป็นความรู้ ที่มีค่ายิ่ง ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยไว้ ณ ที่นี้ด้วย และข้าพเจ้าจะมาถึงตรงจุดนี้มีได้เลยหากขาดคำแนะนำของทุกท่าน ขอให้ทุกท่านประสบความสำเร็จในสิ่งที่ปรารถนาทุกประการเช่นข้าพเจ้าด้วยเทอญ

นางสาวพนิดา หิรัญราศีกุล

ผู้วิจัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพ	จ
สารบัญตาราง	ช
<b>บทที่ 1. บทนำ</b>	
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย	3
1.4 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย	3
1.5 วิธีการศึกษาวิจัย	3
1.6 นิยามศัพท์	4
<b>บทที่ 2. การทบทวนแนวคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง</b>	
2.1 รูปแบบศิลปะในการทบทวนวรรณกรรม	5
2.2 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม	7
2.3 การพัฒนาเมืองด้วยศิลปะและวัฒนธรรม	20
<b>บทที่ 3. ระเบียบวิธีวิจัย</b>	
3.1 แหล่งข้อมูล	36
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	36
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	40
3.5 การนำเสนอข้อมูล	40

**บทที่ 4. วิเคราะห์ผลการศึกษา**

4.1 ทีม CITYMARX	41
4.2 ทีม KIDZ JAM	43
4.3 ทีม Mess-Age Taiwan	48
4.4 ศิลปิน Zayck	52
4.58 ศิลปิน DSUZone	54

**บทที่ 5. สรุปและอภิปรายผลการศึกษา**

5.1 ศึกษาบทบาทของศิลปะกราฟฟิตี้ต่อการขับเคลื่อนสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจในไต้หวัน	59
5.2 ศึกษาแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตี้ไต้หวัน	61
5.3 ข้อเสนอแนะของผลการวิจัย	62

<b>บรรณานุกรม</b>	<b>63</b>
-------------------	-----------

<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>65</b>
------------------------	-----------

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 “Taki 183” Spawns Pen Pals, The New York Time 1971	9
ภาพที่ 2 Banksy Wall Street Rat	12
ภาพที่ 3 Bus shelter poster 1996	12
ภาพที่ 4 คนงานทั้งสามที่หายไป ใน Huashan 2006	14
ภาพที่ 5 ชุดอักษรที่เรียกว่า FU และคาแรคเตอร์ Pink Bear & Blue Cat	15
ภาพที่ 6 sizzle – 2004	15
ภาพที่ 7 G-SHOCK 30th Anniversary 'Courage Package Tour Project' Graffiti Teaching	16
ภาพที่ 8 ผลงานลายฉลุของโคลาซ่า	17
ภาพที่ 9 ผลงานกราฟฟิตี้ของดีบีในงานแลกเปลี่ยนกราฟฟิตี้ 2020 ที่จัดโดย kidzjam	18
ภาพที่ 10 ผลงานของฟาโง่จากการประกวดกราฟฟิตี้ 2022 ที่จัดโดย inknomad	18
ภาพที่ 11 Latest piece Aserk at meetingofstylestaiwan	19
ภาพที่ 12 FASTER(2007) เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565	20
ภาพที่ 13 Beyond the Wall ที่งาน Taipei Biennale 2008	22
ภาพที่ 14 Beyond the Wall ที่งาน Taipei Biennale 2008	22
ภาพที่ 15 บรรยากาศในงาน POW! WOW! TAIWAN 2014	23
ภาพที่ 16 กราฟฟิตี้ในเมืองไทเป	26
ภาพที่ 17 Tag กราฟฟิตี้ในเมืองไทเป	26
ภาพที่ 18 Ximen Ding 1960-1990	27
ภาพที่ 19 American street, Taipei	28
ภาพที่ 20 กราฟฟิตี้ในย่านซีเหมินติง	29
ภาพที่ 21 พื้นที่กราฟฟิตี้ถูกกฎหมายในไทเปซีนิมาปาร์ค	29
ภาพที่ 22 Taipei Cinema Park 1934	31
ภาพที่ 23 Taipei Cinema Park ปัจจุบัน	32

## สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 24 Meiti riverside park wall	32
ภาพที่ 25 KIDZ JAM Street Graffiti Exchange 2019	33
ภาพที่ 26 KIDZ JAM Street Graffiti Exchange 2019	33
ภาพที่ 27 คาดฟ้าของมหาวิทยาลัย Ming Chi University of Technology	34
ภาพที่ 28 ผลงานกราฟฟิตีในงาน Gate Ready จัดโดย Mess-Age	34
ภาพที่ 29 กิจกรรมในงาน Gate Ready จัดโดย Mess-Age	35
ภาพที่ 30 พื้นที่กราฟฟิตีในไทเปซินีมาปาร์ค	42
ภาพที่ 31 โปรไฟล์เฟสบุ๊คของ Jimmy	42
ภาพที่ 32 ภาพบรรยากาศงานงาน KIDZ JAM Street Graffiti Exchange 2018	44
ภาพที่ 33 การสัมภาษณ์ผู้จัด KIDZJAM ผ่านZoom Video	46
ภาพที่ 34 โปรไฟล์ของ Aserk Chu บนอินสตาแกรม	46
ภาพที่ 35 2017.9.3 "Gate Ready" Graffiti Jam Day2	48
ภาพที่ 36 การสัมภาษณ์ผู้จัด Mess-Age ผ่านZoom Video	50
ภาพที่ 37 โปรไฟล์ของ Faso บนอินสตาแกรม	50
ภาพที่ 38 การสัมภาษณ์ศิลปินกราฟฟิตี Zayck ผ่านZoom	53
ภาพที่ 39 โปรไฟล์ของ Zayck บนอินสตาแกรม	53
ภาพที่ 40 แชนท์ข้อความการพูดคุยกับศิลปินกราฟฟิตี DSuzone	55
ภาพที่ 41 โปรไฟล์ของ DSuzone บนอินสตาแกรม	56

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านวัฒนธรรม	57
ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจ	58



## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

กราฟฟิตี (Graffiti) เป็นศิลปะแขนงหนึ่งที่ใช้สีสเปรย์พ่นลงบนกำแพงหรือผนังสาธารณะ เพื่อบอกเล่าเรื่องราว แสดงความรู้สึกนึกคิด หรือเป็นการแสดงอำนาจในพื้นที่นั้นๆ โดยมีรูปแบบงานที่หลากหลายทั้ง กราฟฟิก ตัวอักษร ที่เขียนชื่อแสดงตัวตน ภาพการ์ตูน คาแรคเตอร์ ลายเซ็น ที่เป็นเอกลักษณ์ไปจนถึงภาพที่ล้อเลียนกับเรื่องราวต่างๆในสังคมหรือบริบทที่ภาพนั้นตั้งอยู่ การใช้งานหรือแนวคิดในการทำงานของแต่ละพื้นที่ก็จะแตกต่างกันออกไป อย่างเช่น ใช้เพื่อเรียกร้อง เพื่อศิลปะสุนทรีย์ เป็นต้น

กราฟฟิตีมีต้นกำเนิดมาจากใต้ดิน (Underground) เติบโตมาพร้อมกับวัฒนธรรมฮิปฮอป อีกทั้งยังเป็นหนึ่งในวัฒนธรรมย่อยของวัฒนธรรมฮิปฮอป เริ่มเป็นที่รู้จักตอนที่แนวดนตรีฮิปฮอปรุ่งเรือง ในยุคสมัยที่มีการเหยียดสีผิว เกิดปัญหาทางด้านเชื้อชาติและเกิดช่องว่างระหว่างชนชั้น จึงทำให้คนผิวสีในอเมริกาออกมาพ่นสีตามที่สาธารณะ เพื่อระบายความคับแค้นใจและเรียกร้อง ในสมัยก่อนภาพลักษณ์ของกราฟฟิตีถูกมองว่าเป็นการทำลายทรัพย์สินสาธารณะ และสร้างมลพิษทางสายตา (Visual illusion) จนถึงขั้นจำกัดงานศิลปะแขนงนี้เป็นสัญลักษณ์ของ “อาชญากรรม” แต่ด้วยยุคสมัยโลกาภิวัตน์จึงทำให้เกิดการรับรู้มุมมองที่หลากหลายมากขึ้น จากศิลปะที่ต้องทำอย่างลึกลับ กลายมาเป็นนิทรรศการที่จัดขึ้นในระดับนานาชาติ มีพื้นที่ถูกกฎหมายสำหรับกราฟฟิตี รวมถึงมีการจัดกิจกรรมที่จะให้เหล่าศิลปินกราฟฟิตีได้ออกมาสร้างสรรค์ผลงาน ผสานเรื่องราวไปกับพื้นผิวของเมือง (Urban Surface) ได้อย่างลงตัว ทุกวันนี้กราฟฟิตีกลายเป็นแฟชั่นที่พบเห็นในชีวิตประจำวัน ทั้งลวดลายแท็กที่พบบนแบรนด์สินค้าแนวสตรีท อย่างเช่น เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น รวมถึงสื่อต่างๆอย่างโทรทัศน์ นิตยสาร หรือมิวสิกวิดีโอที่ใช้ฉากหลังเป็นภาพกราฟฟิตี

กราฟฟิตีในไต้หวันได้รับอิทธิพลมาจากตะวันตกผ่านสื่อต่างๆ อย่างนิตยสาร ศิลปะ กีฬาเอ็กซ์ตรีม และแนวดนตรี รวมถึงกลุ่มคนไต้หวันที่เคยไปอยู่ที่ยุโรป เมื่อกลับมาไต้หวันได้นำวัฒนธรรมเหล่านี้มาเผยแพร่เช่นกัน ในช่วงปลายทศวรรษ 1980 กราฟฟิตีสไตล์นิวยอร์ก (New York Style) เริ่มปรากฏในไต้หวันแพร่กระจายผ่านผลงานของวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น สารคดีฮิปฮอป “Style Wars” (1983) และภาพยนตร์เรื่อง “Wild Style” (1983) มีวิวัฒนาการไปพร้อมกับวัฒนธรรมฮิปฮอปในไต้หวัน แต่กราฟฟิตีที่ปรากฏตัวในไต้หวันมีบริบททางสังคมที่แตกต่างไปจากตะวันตก รวมถึงพื้นที่และความอิสระในการสร้างสรรค์งานมีความเสรีน้อยกว่า มีรูปแบบงานที่ต่างไปคือการใช้ตัวอักษรจีน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม หากมีเหตุผลร่วมกันระหว่างวัฒนธรรมในตะวันตกและไต้หวัน ก็เกิดจากความไม่พอใจต่อสภาพแวดล้อมในเมืองและบทบาทของศิลปินที่มีหน้าที่ต้องมีส่วนร่วม โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเข้าใจโดยปริยายว่าพลเมืองควรปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และต้องรักษาระเบียบทางสังคมเดิมที่มีอยู่

ในอดีตกราฟฟิตีที่ไต้หวันยังไม่เป็นที่ยอมรับ คนในสังคมมองการกระทำเหล่านี้เป็นการทำลายทรัพย์สินสาธารณะ ศิลปินมักจะถูกหน่วยงานของภาครัฐห้ามและขับไล่ออกจากเป็นพื้นที่สาธารณะ กราฟฟิตีในไต้หวันเริ่มเป็นที่ยอมรับเมื่อ Huang Wei'an บุคคลอาวุโสด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เป็นผู้

ริเริ่มและเสนอให้สำนักรถไฟรำลึกถึงการฝังใต้ดินของทางรถไฟที่กำลังจะเกิดขึ้น เขาได้นำทีมศิลปินมาสร้างสรรค์ผลงาน โดยหวังว่าจะบรรลุการส่งเสริมศิลปะและนำเทรนด์ศิลปะสู่ท้องถนนได้อย่างเต็มที่ หลังจากประสบความสำเร็จพื้นที่รถไฟแห่งนี้ได้มีชื่อเรียกว่า “โรงงานศิลปะรถไฟจิรู (Jiuru Street Art Factory)” และกลายเป็นพื้นที่กราฟฟิตี้ที่ได้รับการรับรองแห่งแรกของไต้หวันในปี 2011 จากเหตุการณ์ดังกล่าวได้กลายมาเป็นแผนปรับปรุงภูมิทัศน์เมืองเกาสง ในปี ค.ศ. 2012 และ ค.ศ. 2015 ตามลำดับ กราฟฟิตี้ไต้หวันได้รับการยอมรับและแพร่หลายมากขึ้น คนในสังคมเห็นถึงคุณค่าของงานศิลปะแขนงนี้ จึงทำให้ปัจจุบันไต้หวันมีพื้นที่กราฟฟิตี้ถูกกฎหมายในหลายเมืองอย่างเช่น ซีเหมินติงเป็นย่านเมืองในไทเปที่รู้จักในฐานะหัวใจของวัฒนธรรมเยาวชน เนื่องจากเป็นเมืองที่มีเอกลักษณ์ โดยเฉพาะวัฒนธรรมสตรีทสำหรับวัยรุ่น รวมถึงวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ สเก็ตบอร์ด ฮิปฮอป และดีเจ มีแลนด์มาร์คที่สำคัญคือ Taipei Cinema Park อยู่ห่างจากถนนที่พลุกพล่านในย่านซีเหมินติงเพียงไม่กี่ช่วงตึกเป็นเขตที่ได้รับอนุญาตสำหรับศิลปินกราฟฟิตี้ จิตรกร และนักเต้นข้างถนน ที่เมืองนี้พวกเขามีอิสระในการแสดงความคิดสร้างสรรค์ และแสดงผลงานศิลปะ นอกจากนี้ยังมีอีกหลายเมืองในไต้หวันที่มีนโยบายสนับสนุนศิลปะกราฟฟิตี้ และมีอีกหลายกลุ่มคนที่ให้ความสนใจและต้องการพัฒนาวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ไต้หวันให้มีความหลากหลายมากขึ้น

ผู้เขียนมีความสนใจในพัฒนาการและบทบาทของกราฟฟิตี้ไต้หวันไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงภูมิทัศน์เมืองโดยใช้ศิลปะกราฟฟิตี้มาสร้างสรรค์ให้บ้านเมืองมีความสวยงาม สะดุดตา มากกว่าการเป็นสิ่งปลูกสร้างธรรมดาที่เสื่อมโทรมลง อีกทั้งยังทำให้พื้นที่นั้นกลายเป็นแหล่งสร้างสรรค์ผลงาน เป็นแรงบันดาลใจให้กับศิลปิน เป็นแลนด์มาร์ค ส่งเสริมการค้าและภาพลักษณ์แก่พื้นที่นั้น รวมถึงกลายเป็นบทบันทึกวัฒนธรรมร่วมสมัยของสังคมด้วยการส่งเสริมให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การนำศิลปะกราฟฟิตี้มาสร้างมูลค่าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทรูปแบบของสินค้าที่สามารถส่งเสริมให้สินค้ามีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นและแพร่กระจายไปสู่ผู้คนทั่วโลก รวมถึงการจัดกิจกรรมและเทศกาลประจำปีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมฮิปฮอปของไต้หวัน ศิลปะและวัฒนธรรมย่อยนี้กำลังมีส่วนร่วมกับการนำผู้คนให้มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลเบื้องต้น ผู้เขียนจึงต้องการที่จะศึกษาบทบาทของศิลปะกราฟฟิตี้ต่อการขับเคลื่อนสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจในไต้หวัน ศึกษาแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตี้ไต้หวัน สามารถเติบโตมาจากวัฒนธรรมใต้ดินและกลายเป็นที่ยอมรับในไต้หวันได้อย่างไร การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมใหม่ รวมถึงวิธีที่คนไต้หวันรุ่นต่อไปกำลังมองหา

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบทบาทของศิลปะกราฟฟิตี้ต่อการขับเคลื่อนสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจในไต้หวัน
2. เพื่อศึกษาแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตี้ไต้หวัน

### 1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงบทบาทของศิลปะกราฟฟิตี้ต่อการขับเคลื่อนสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจในไต้หวัน
2. ทำให้ทราบถึงแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตี้ในไต้หวัน

### 1.4 ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

1.4.1 ศึกษาและวิเคราะห์กราฟฟิตี้ที่ปรากฏในเมืองไทเปและนิวไทเป ประเทศไต้หวัน

1.4.2 ศึกษาและวิเคราะห์กราฟฟิตี้ผ่านกิจกรรม เทศกาล หรืองานอีเว้นท์ที่จัดในไต้หวันช่วงปี ค.ศ. 2010 - 2020

1.4.3 ศึกษาและวิเคราะห์กราฟฟิตี้ไต้หวันในแง่มุมของวัฒนธรรม และศิลปะ

1.4.4 ศึกษาและวิเคราะห์กราฟฟิตี้ผ่านตัวแทนประชากรที่เป็นศิลปินกราฟฟิตี้ไต้หวันที่เข้าร่วมหรือเป็นผู้จัดกิจกรรมเกี่ยวกับกราฟฟิตี้ โดยเลือกตัวแทนประชากรแบ่งเป็นกลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1 ศิลปินกราฟฟิตี้ที่มีพลวัตทางการเมือง ได้แก่ Bbrother

กลุ่มที่ 2 ศิลปินกราฟฟิตี้ที่มีพลวัตทางเศรษฐกิจ ได้แก่ Jimmy Colasa

กลุ่มที่ 3 ศิลปินกราฟฟิตี้ที่มีพลวัตทางวัฒนธรรม ได้แก่ Reach Dzusone Debe

กลุ่มที่ 4 ศิลปินกราฟฟิตี้ที่มีพลวัตทางแรงบันดาลใจ ได้แก่ Aserk Faso Faster

### 1.5 วิธีการศึกษาวิจัย

เพื่อให้ทราบถึงอิทธิพลของศิลปะกราฟฟิตี้ในไต้หวันและแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตี้ในไต้หวัน จึงได้กำหนดวิธีการศึกษาเป็นลำดับดังนี้

1.5.1 ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือบทความในห้องสมุด บทสัมภาษณ์ที่เผยแพร่ และการสัมภาษณ์ รวมไปถึงสื่อออนไลน์

1.5.2 รวบรวมเอกสารและข้อมูลที่ได้

1.5.3 วิเคราะห์และเรียบเรียงผลการศึกษา

1.5.4 สรุปผลการศึกษา

## 1.6 นิยามศัพท์

**ศิลปะกราฟฟิตี้** หมายถึง ร่องรอยที่ถูกสร้างโดยคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มคนที่ต้องการจะระบายหรือแสดงออกทางทางความคิดเฉพาะตัวในเชิงสร้างสรรค์ออกมาโดยการใช้เทคนิควิธีการต่างๆ เช่น แปรงสี ปากกา ฟันสี หรือแสงเงา ลงบนพื้นที่สาธารณะ แล้วส่งผลทางด้านความงามหรือก่อให้เกิดสุนทรียภาพแก่ผู้คนที่ได้พบเห็น (ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ, 2559 : 7 )

## บทที่ 2

### การทบทวนแนวคิดและงานศึกษาที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง อิทธิพลศิลปะกราฟฟิตี้ต่อสังคมและวัฒนธรรมในไต้หวัน มีการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยซึ่งมีดังนี้

#### 2.1 รูปแบบศิลปะในการทบทวนวรรณกรรม

##### 2.1.1 ภูมิภาคศิลปะ

ภายใต้แนวคิดและรูปแบบที่มีความใกล้ชิดกับศิลปะติดตั้ง ภูมิภาคศิลปะเป็นรูปแบบการสร้างงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่และภูมิภาค ผลงานส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ภายนอกขนาดใหญ่โดยเฉพาะเมื่อเข้าสู่ปี 1968 ศิลปินอเมริกันและยุโรปกลุ่มเล็กๆได้พัฒนาแนวคิดและเทคนิค วัสดุและพื้นที่ ตลอดจนความคิดเกี่ยวกับขนาดของงานที่มีความแปลกใหม่และแตกต่างไปจากเดิม ภูมิภาคหรือพื้นที่ที่ถูกนำมาใช้ในฐานะที่เป็นวัสดุชิ้นหนึ่งทางศิลปกรรม โดยการที่ศิลปินได้เข้าไปปรับแต่งหรือจัดการกับพื้นที่เหล่านั้นคล้ายกับการเล่นเกม ศิลปินภูมิภาคศิลปะจะสร้างงานลงบนพื้นที่โดยตรงซึ่งมันได้แสดงถึงลักษณะเฉพาะตัวบางประการที่ไม่สามารถระบุว่าเป็นประติมากรรม สถาปัตยกรรมหรืองานออกแบบภูมิภาค ภูมิภาคศิลปะไม่มีนิยามที่สมบูรณ์ชัดเจนนำมาซึ่งการเปิดกว้างและตีความอย่างหลากหลาย (สรรเสริญ สันติธัญวงศ์, 2560 : 237)

##### 2.1.2 ศิลปะโลว์โบว์ (Lowbrow art)

เป็นความเคลื่อนไหวทางทัศนศิลป์ที่ได้รับความนิยมและแพร่หลายโดยมีจุดเริ่มต้นในช่วงทศวรรษ 1970 โลว์โบว์มีต้นกำเนิดจากวัฒนธรรมใต้ดินในแถบแคลิฟอร์เนีย เช่นการ์ตูนใต้ดิน ดนตรีฟังค์ วัฒนธรรมของกลุ่มที่นิยมการแข่งขันรถตามท้องถนน ศิลปะโลว์โบว์มักจะแสดงอารมณ์ขัน สนุกสนาน และบางครั้งประชดประชันงานลักษณะของการแสดงออกมีทั้งที่เป็นภาพเขียนและงานสามมิติและบางครั้งมีการนำเทคนิคเช่น การสร้างงานแบบดิจิทัลอาร์ตเข้ามาร่วมด้วย ความสำคัญของศิลปะโลว์โบว์ ในศิลปะหลังสมัยใหม่คือการสลายพรมแดนระหว่างศิลปะในวัฒนธรรมของปัญญาชนแบบเซอร์เรียลลิสม์กับวัฒนธรรมใต้ดินของคนระดับล่างและศิลปะมวลชน และส่วนหนึ่งเป็นการเปิดพื้นที่ในโลกศิลปะให้กับกลุ่มคนที่ถือว่าเป็นวัฒนธรรมแบบชายขอบของศิลปะกระแสหลัก (สรรเสริญ สันติธัญวงศ์, 2560 : 238)

##### 2.1.3 สตรีทอาร์ต

หมายถึงผลงานทัศนศิลป์ที่ถูกสร้างขึ้นในที่สาธารณะ โดยสตรีทอาร์ตมักไม่แสดงถึงลักษณะของการเข้าแทรกแซงผลงานศิลปะหรือบริบทของสถานที่และสิ่งแวดล้อมเช่นในกลุ่มของมโนทัศน์ศิลปะ ในส่วนหนึ่งสตรีทอาร์ตส่งผลต่อกระบวนทัศน์และมุมมองที่มีต่อศิลปะโดยเฉพาะพื้นที่ของศิลปะนอกกระแสหรือนอกวัฒนธรรมหลัก ส่วนหนึ่งเป็นการเชิดชูวัฒนธรรมชายขอบของคนกลุ่มที่สร้างงานด้วยเอกลักษณ์และแบบฉบับของตนเอง สตรีทอาร์ตให้ความสนใจในส่วนจากรูปแบบและสไตล์ซึ่งเป็นผลสำเร็จของงานและไม่ใส่ใจในเชิงแนวคิดที่เป็นกระบวนการ สตรีทอาร์ตเป็นการสร้างงานของกลุ่มคนที่ไม่จำเป็นต้องมีภูมิหลังทางศิลปะทั้งการศึกษาหรือเกียรติประวัติที่เป็นทางการ ลักษณะของสตรีทอาร์ตแสดงถึงการต่อต้านรูปแบบและแนวคิดของ

วัฒนธรรมและศิลปะกระแสหลักที่กำหนดโดยสถาบันศิลปะและห้องจัดแสดง (สรรเสริญ สันติธัญวงศ์, 2560 : 242)

#### 2.1.4 กราฟฟิตี

เป็นภาพวาดที่เกิดจากการขีดเขียน หรือพ่นสีสเปรย์ไปบนผนัง โดยเริ่มต้นจากเมืองฟิลาเดลเฟียในรัฐเพนซิลเวเนีย สหรัฐอเมริกา จากนั้นจึงแพร่หลายในนิวยอร์กช่วงยุคคริสต์ทศวรรษที่ 60 นอกจากนี้หนังสือ Freight Train Graffiti ได้นิยามกราฟฟิตีว่า

“กราฟฟิตีเป็นวัฒนธรรมนอกระแสที่เปรียบเหมือนสัญลักษณ์ของความเป็นขบถ รวบรวมว่ามันก่อให้เกิดความรู้สึกซาบซ่าน เป็นสุข เวลาที่ศิลปินกราฟฟิตีได้ท้าทายต่ออำนาจของเจ้าหน้าที่รัฐที่พยายามกดดันและกำจัดกราฟฟิตีให้หมดไป”

ซึ่งรูปแบบของศิลปะร่วมสมัยอย่างกราฟฟิตี<sup>1</sup> นั้นมีอยู่หลากหลายทั้งเป็นรูปแบบของ Typographic เป็นลักษณะของ Font design ที่เขียนชื่อแสดงตัวตนของตนเองไปจนถึงบ่งบอกแนวความคิดหรือสิ่งที่ยอยากจะบอกเล่าสู่สังคม บางแห่งเป็นรูปแบบของภาพไม่ว่าจะเป็นตัวการ์ตูนตัวคาแรคเตอร์ที่เป็นเอกลักษณ์ เป็นลายเซ็นที่ชัดเจนของศิลปินเอง ไปจนถึงภาพวิทวิททัศน์หรือภาพภาพที่ล้อเลียน (Parody) กับเรื่องราวต่างๆในสังคมหรือบริบทที่ภาพนั้นตั้งอยู่

##### 2.1.4.1 ประเภทของกราฟฟิตี

1. Tag ใช้แทนการเรียกชื่อนามปากกาของศิลปิน และอีกนัยหนึ่งหมายถึงรูปแบบการเขียนเฉพาะชื่อด้วยความรวดเร็ว โดยใช้ปากกาเคมี หรือสีสเปรย์
2. Throw-ups เป็นการพัฒนาต่อจาก Tag ซึ่งเป็นการเขียนเร็ว ๆ มักใช้สีเพียง 1-2 สี สีหนึ่งสำหรับระบายลงในตัวอักษร และอีกสีตัดขอบให้ดูมีมิติ ไม่นั้นสวยและละเอียด เพราะต้องรีบเขียน
3. Blockbuster การเขียน Tag ให้มีมิติมากขึ้น โดยใช้ตัวอักษรสีเหลี่ยมจัตุรัสและสีเหลี่ยมขนาดใหญ่ สามารถอ่านออกว่าเขียนอะไร ไม่มีความซับซ้อนมากนัก
4. Character การพ่นตัวละคร การ์ตูน หรือตัวละครที่ศิลปินออกแบบเองเป็นสัญลักษณ์ประจำตัว จากเรื่องราวที่มีความเกี่ยวข้องกับตัวเองจากอดีต หรือปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนออกมาเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว
5. Piece การพ่นที่เน้นรายละเอียดกว่าประเภทอื่น ใช้เวลานาน และเป็นผลงานของกราฟฟิตีเพียงคนเดียว

<sup>1</sup> สำนักงานบริหารและพัฒนาการองค์ความรู้, กราฟฟิตี ศิลปะเปลี่ยนโลก, เข้าถึงเมื่อ 25 กันยายน 2565, เข้าถึงได้จาก <https://www.okmd.or.th/blog/175/2001/>

6. Wildstyle เน้นสวยงามเหมือนกับ Piece แต่ตัวอักษรจะละเอียดและซับซ้อนมากขึ้น อ่านยาก เป็นการโชว์เหนือหรือแสดงเอกลักษณ์ของตัวเอง

7. 3D เป็นการสร้างตัวอักษรที่ทำให้ดูมีมิติ ตื้น ลึก หนา บาง ใช้หลักของแสงเงาเข้ามาช่วยให้ภาพดูโดดเด่น แปรกติตา มองลึกเข้าไปในภาพได้อย่างน่าสนใจยิ่งขึ้น

8. Stencil การใช้รูปทรงที่ทำจากกระดาษแข็ง กระดาษ หรือวัสดุอื่นๆ เพื่อสร้างภาพแบบฟอร์มที่ต้องการ จะถูกตัดออกจากวัสดุเหล่านี้และนำไปใช้กับสีสเปรย์บนผนังและพื้นผิวอื่นๆ

9. Production เป็นการรวมกราฟฟิตี้ทุกประเภทเข้าด้วยกัน โดยมีนักกราฟฟิตี้หลายคนช่วยกันสร้างสรรค์

## 2.2 ภูมิทัศน์วัฒนธรรม

แวนรวี ลาภเกิน และ รุ่งทิพย์ พุ่มดนตรี (2018 : 2-3) ได้อธิบายว่า ภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Cultural Landscape) หมายถึงการรับรู้สภาพทางกายภาพของพื้นที่ สภาพแวดล้อมที่อยู่ล้อมรอบตัวมนุษย์ ผ่านการเรียนรู้วัฒนธรรมของคนในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ ซึ่งการก่อรูปขึ้นของสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมนั้น เป็นผลมาจากการดำเนินชีวิตของมนุษย์ในสภาพแวดล้อมดังกล่าว สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมใช้กันหลายความหมาย เช่น สภาพแวดล้อมสรรค์สร้าง (Built Environment) นิเวศวิทยาวัฒนธรรม (Cultural Ecology) และ “ภูมิทัศน์” ซึ่งล้วนเป็นความหมายของภูมิทัศน์วัฒนธรรมทั้งสิ้น ผลลัพธ์ของการดำเนินไปของวัฒนธรรมมนุษย์บนธรรมชาติที่อยู่แวดล้อมนี้เอง ที่เป็นความหมายของคำว่า “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” (เกรียงไกร เกิดศิริ, 2551) ชุมชนมีศูนย์กลางอยู่ที่คน ซึ่งมีโครงสร้างสังคมและระบบเศรษฐกิจ ทั้งจากภายในและภายนอก อีกทั้งสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและอำนาจเหนือธรรมชาติ หรือระบบภูมิจักรวาลซึ่งก็คือ “ระบบความเชื่อ” (ศรีศักร วัลลิโภดม, 2551) การมองความเข้าใจเกี่ยวกับท้องถิ่นและชุมชนในปัจจุบัน นั่นคือ “ชุมชน” หมายถึง จำนวนของครัวเรือนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดียวกันที่นับเป็นหมู่ ๆ ในขณะที่ “ท้องถิ่น” หมายถึง หลายชุมชน หลายหมู่บ้านที่อยู่ในเขตการปกครองเดียวกันในระดับตำบลและอำเภอ ซึ่งมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งที่มีความเคลื่อนไหว มีการปรับตัวให้เหมาะสมสอดคล้องกับการบริบทในแต่ละช่วงเวลา วัฒนธรรมจึงไม่ใช่การแช่แข็ง หรือยึดติดตายตัว และผลลัพธ์ของการดำเนินไปของวัฒนธรรมก็คือ “มรดกทาง วัฒนธรรม” (Cultural Heritage)

### 2.2.1 วัฒนธรรมกราฟฟิตี้ตะวันตก

ในช่วงปลายทศวรรษที่ 1960 ถึง ต้นทศวรรษที่ 1970 มหานครนิวยอร์ก มีการกำเนิด และเคลื่อนไหวของกลุ่มคนหรือวัฒนธรรมย่อยที่มีชื่อเรียกขานกันว่า “Hip Hop” เป็นคำใช้เรียกวัฒนธรรมย่อยหรือกลุ่มคนเหล่านี้ Hip Hop มีองค์ประกอบต่าง ๆ หลากหลาย แต่มีสิ่งที่เป็นส่วนประกอบสำคัญเป็นโครงสร้างใหญ่ ๆ เช่น Graffiti MC DJ และ B-boy วัฒนธรรมต่าง ๆ เหล่านี้เกิดขึ้นจากแรงกดดัน ที่ส่งผลจากการที่คนผิวดำถูกปฏิเสธจากสังคมในมหานครนิวยอร์ก ที่มักถูกทางการหรือคนของ ภาครัฐเอาเปรียบเหยียด

หยาบ เนื่องจากส่วนใหญ่ยากจนและไร้ซึ่งการศึกษาองค์ประกอบต่างๆที่ กำเนิดขึ้นพร้อมกับ คำว่า Hip Hop ล้วนเป็นเครื่องมือเพื่อสื่อสารและปลดปล่อยพลังที่เกิดขึ้นจากกลุ่มคนเหล่านี้ ต่อสังคม ที่ดูเหมือนจะปฏิเสธความด้อยต่ำ ด้อยค่าของคนผิวดำ การร้องเพลงแร็ป (Rap) ของ MC ก็เป็นการสื่อสารเรื่องราวทางสังคมในที่เกิดขึ้นกับชีวิตของเขาช่องทางหนึ่งเช่นกัน ถ้อยคำหยาบคาย คำสบถต่าง ๆ พร่าพรูออกมาพร้อมกับ เนื้อหาในเพลงที่ด่าทอทำทนาย อำนาจรัฐ ตำรวจ หรือองค์กรต่าง ๆ ที่พวกเขารู้สึกถึงการไม่ได้รับความเป็นธรรมหรือการ ยอมรับ ขณะเดียวกันคำด่าทอคำหยาบคายต่าง ๆ ไม่เพียงแต่ถูกขับร้องออกมาในบทเพลง แร็ปเท่านั้น แต่ยังไปปรากฏอยู่บนกำแพง พื้นที่สาธารณะต่าง ๆ ในนิวยอร์กด้วย ในปี ค.ศ. 1968 “Julio204” นามแฝงหรือ Tag แรกที่เริ่มมีการเขียนลงบนกำแพงสาธารณะใน นิวยอร์ก เขาเป็นชาวเปอร์โตริโกที่อาศัยอยู่ในย่านแมนฮัตตัน แต่ในช่วงนั้น Julio204 เขาไม่ อาจมีชื่อเสียงมากนักเนื่องจากเขา Tag นามแฝงของเขาเพียงแคในละแวกบ้านของเขาที่อยู่ บนถนน 204th ในย่าน Inwood แมนฮัตตัน เขาจึงไม่ได้เป็นที่สนใจของสื่อหรือสังคมนัก แต่ ใน ระยะเวลาหลังจากนั้น ในปีค.ศ.1971 The New York Time หนังสือพิมพ์รายวันของ สหรัฐอเมริกา ได้ตีพิมพ์บทความในหัวข้อ “Taki183” Spaws Pen Pals. ส่งผลให้ Taki183 เป็น Tag ที่รู้จักในวงกว้างและถูกขนานนามว่าเป็นคนแรกที่ริเริ่มการทำ Graffiti เขาเขียน Tag ของเขาไปทั่วเมืองหรือแม้แต่ในขบวนรถไฟใต้ดินหลายขบวน หลังจากเรื่องราวของเขา ได้เผยแพร่ออกไปเป็นวงกว้าง ทำให้มีการเกิดขึ้นของ Graffiti writer หน้าใหม่จากหนุ่มสาวผู้ พบเห็นผลงานของ Taki183 จำนวนมากราวกับว่าพวกเขาเหล่านั้น ได้พบแล้วซึ่งช่องทาง ของการแสดงออกถึงความคิด ความกดดันที่ ได้รับจากสังคม รวมไปถึงการแสดงควมมี ตัวตนอยู่ของพวกเขา การเขียน Tag หรือข้อความต่างๆลงบนพื้นที่สาธารณะจึงเปรียบ เหมือนเป็นการใช้กระป๋องสเปรย์แทนไม้ขีดโครโฟน และตัวอักษรต่าง ๆ บนผนังเป็นเสียง ตะโกนของพวกเขา ที่ร้องเรียกหาการมีที่ยืนในสังคมให้สมกับฐานะความเป็นมนุษย์คนที่ควร ได้รับความเท่าเทียมในเมืองที่มีความเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในอันดับต้นของโลก จนกระทั่ง การแสดงออกต่าง ๆ เหล่านี้ได้แพร่กระจายสู่กลุ่มวัยรุ่นทั่วไป รวมถึงวัยรุ่นผิวขาวก็ตามและมี พัฒนาการด้านรูปแบบอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่องจนกระทั่งมาเป็นผลงานที่ดูมีความ สลับซับซ้อนและใช้ทักษะฝีมือทางศิลปะอย่างมากในปัจจุบัน (อาทิตย์ สังตะคุ, 2559 : 6)





ภาพที่ 1 “Taki 183” Spawns Pen Pals, The New York Time 1971 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <http://streetartnyc.org/blog/2015/06/29/the-legendary-taki-183-on-tagging-the-new-york-times-the-wall-on-207th-street-instafame-phantomart-graffiti-and-more/>

ในตอนทีกราฟฟิตีได้รับความนิยมในช่วงแรกๆ เครื่องมือของอาชีพนี้ส่วนใหญ่จะเป็นปากกามาร์กเกอร์หัวโต และสีสเปรย์ พวกมันถูกนำมาใช้ ไม่ใช่เพราะมันมีความสำคัญสำหรับตัวงาน แต่สำหรับนามแฝงที่ต้องการให้ดูโดดเด่น การแข่งขันได้เริ่มต้นรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ ในนิวยอร์กช่วงต้นปีทศวรรษ 1970 มันกลายเป็นว่า ต้องทำชื่อให้มีขนาดใหญ่กว่าและหนากว่า หลังจากช่วงนั้นได้ผ่านไป หลายคนก็ค้นพบว่า มันสามารถทำตัวหนังสือให้ตัวใหญ่ได้ รูปแบบเริ่มจากแค่ปลายเท้าไปจนถึงขนาดเท่าบานประตู ในตอนแรกการสร้างสรรค์งาน จะเริ่มจากการทำชื่อของตัวเองก่อน แล้วค่อยๆ พัฒนาไปเป็นงานในรูปแบบอื่น

A Top to Bottom (จากบนลงล่าง) เป็นรูปแบบหนึ่งที่ใช้เขียนลงบนรถไฟใต้ดิน ที่ครอบคลุมงานจากบนลงล่างด้วยงานเพียงชิ้นเดียว มันเป็นการยากที่จะบอกว่าใครเป็นคนริเริ่มการทำงานแบบนี้เป็นคนแรก และใครเป็นคนทำงานแบบนี้ได้ดีที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะว่ากราฟฟิตีมีความไม่แน่นอนและไม่ใช่ว่าตายตัวแต่ไหนแต่ไรแล้ว มีคนบางคนบอกว่า มันไม่มีประวัติศาสตร์ของกราฟฟิตี มันขึ้นอยู่กับที่ๆเราอาศัยอยู่ ปีที่เราเกิด ถนนที่เราขับรถผ่าน ซึ่งมันจะเป็นประวัติของกราฟฟิตี ส่วนตัวของเราได้ดีที่สุด มีหลายๆ รูปแบบและวิธีการที่จะบอกได้ถึงชนิดของกราฟฟิตี หลายคนต่างพยายามตั้งชื่อของมันในรูปแบบของตัวเองบ้างก็พยายามรวบรวมความเป็นต้นฉบับของมัน แต่ก็ไม่สามารถให้คำจำกัดความได้

อย่างไรก็ตาม ในที่นี้จะพยายามจัดหมวดหมู่งานประเภทนี้โดยแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบหลักๆ ที่มองเห็นอย่างชัดเจน ซึ่งถูกสร้างสรรค์ขึ้นโดยนักเขียน ดังนี้

1. Tag เป็นรูปแบบของการเขียนชื่อ

2. Throw up เป็นรูปแบบที่สร้างสรรค์ขึ้นอย่างรวดเร็วที่มีขนาดใหญ่กว่า Tag ส่วนใหญ่มันจะถูกทำมาจากตัวหนังสืออ้วน ๆ ที่เรียกกันว่า Bubble Letter ซึ่งใช้สีไม่เกิน 2 สี Subway Art จะเรียกวิธีการนี้ว่ามันเป็นการเพนท์ชื่อที่ใช้ความเร็ว ซึ่งเป็นการพ่นผิวเดียวที่ใช้สเปรย์พ่นเป็นตัวหนังสือออกมา และมีเส้นขอบของตัวหนังสือแค่นั้น

3. Burner เป็นรูปแบบที่มีความซับซ้อนมากขึ้นและมีการใช้ทักษะมากขึ้นในเชิงศิลปะ เป็นรูปแบบที่นักเขียนจะให้ความสนใจมาก ถึงแม้ว่าแบบที่ 1 และแบบที่ 2 จะสามารถทำให้เป็นรูปแบบสมบูรณ์และน่าสนใจได้ แต่มันก็ขึ้นอยู่กับนักเขียนว่าต้องการจะนำเสนอในรูปแบบใด

ออกจะเป็นการยากทีเดียวในการที่จะค้นหากำแพงที่มีความปลอดภัยในการทำงาน ซึ่งจะต้องใช้เวลาหลายชั่วโมงในการสร้างงาน นักเขียนบางคนพยายามมองหากำแพงว่างเปล่าที่ถูกกฎหมาย เพื่อที่จะใช้สร้างสรรค์ผลงานของพวกเขา แต่หนึ่งในทักษะของอาชีพนี้ก็คือต้องสามารถหาจุดยืนและทำสิ่งที่ต้องการทำ กำแพงที่ถูกกฎหมายยังเป็นสิ่งที่ยืนยันได้อย่างดีถึงความทะเยอทะยานของนักเขียน ศิลปินบางคนเลือกที่จะทำงานจิตรกรรมฝาผนังที่ถูกต้อง ถึงแม้ว่านักเขียนหัวรุนแรงบางคนจะถูกคนประเภทนี้ก็ตาม ในช่วงทศวรรษที่ 1970 ถึงกลางทศวรรษ 1980 รถไฟใต้ดินยังคงเป็นที่นิยมในการถูกนำมาใช้เป็นผืนผ้าใบหรือพื้นรองรับงานเขียน ในปลายปีทศวรรษ 1980 ในนิวยอร์ก กราฟฟิตีที่ถูกบังคับให้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปอย่างเป็นทางการ เพราะว่ากราฟฟิตีที่ทาลงบนรถไฟใต้ดินนั้นได้สิ้นสุดลงเมื่อ 12 พฤษภาคม 1989 ถึงแม้ว่าจะยังคงเห็นงานกราฟฟิตีที่อยู่นั้นบ้างก็ตาม แต่บางส่วนของงานกราฟฟิตีที่ทำกับขบวนรถไฟ ได้ถูกขัดถูทำความสะอาดไปในมหานครนิวยอร์กและเมืองอื่นๆ ต่างพยายามที่จะสร้างระบบรักษาความปลอดภัย การทำรั้วกัน การใช้สายไฟเปลือยมากขึ้นบริเวณลานจอดรถไฟ มีการออกกฎหมายและสร้างบทลงโทษที่เข้มงวดรุนแรงมากขึ้น ด้วยมาตรการดูแลและรักษาความปลอดภัยอย่างเอาจริงเอาจัง วิธีป้องกันดังกล่าวได้นำไปสู่ความเป็นความตายของงานกราฟฟิตีในที่สุด ในกรณีนี้ทำให้งานศิลปะของรถไฟใต้ดินได้สูญสลายไปนับเป็นเรื่องที่น่าเศร้า สืบเนื่องจากระบบเครือข่ายของรถไฟใต้ดินที่ได้ถูกนำมาใช้ มันส่งผลโดยตรงต่อนักเขียนซึ่งต้องขึ้นอยู่กับรถไฟ เพื่อที่จะต้องใช้สำหรับการแสดงงานของพวกเขาสู่สายตาประชาชนโดยเฉพาะอย่างยิ่งสายตาของนักเขียนคนอื่นๆ ในขณะที่ตัวรถแล่นไปยังเมืองต่างๆ

ในตอน ศิลปะในรถไฟใต้ดินได้หยุดลงไปในนั้น นักเขียนบางคนรู้สึกแยจจนถึงกับเลิกที่จะทำงานกราฟฟิตีไปเลยก็มี แต่ส่วนใหญ่พวกเขาเลือกที่จะสร้างสรรค์งานในที่อื่นต่อไป อย่างเช่นตามท้องถนน บนรถไฟ ซึ่งจะสามารถสร้างจินตนาการของเขาให้ผลงานได้โลดแล่นไปในพื้นที่ต่างๆ แต่ไม่ว่าจะวาดอะไรหรือว่าจะวาดที่ไหนก็ตาม พวกเขาจะต้องปฏิบัติตามกฎที่ได้วางไว้ ซึ่งได้กล่าวไว้ในส่วนหนึ่งของ Unwritten graffiti constitution และกล่าวรวมถึง

มารยาทในการสร้างงานกราฟฟิตี้ที่ว่า "ไม่ควรที่จะเขียนชื่อตัวเองทับบนชื่อของคนอื่น เพราะมันเป็นสิ่งที่ไม่สุภาพ" สำหรับหนังสือที่ชื่อ The faith of graffiti ถูกเขียนขึ้นมาในต้นปี 1970 เป็นหนังสือเล่มแรกที่เขียนถึงกราฟฟิตี้อย่างเต็มรูปแบบ อย่างไรก็ตามคุณต้องบอกได้ถึง ความแตกต่างระหว่างงานกราฟฟิตี้ของห้องน้ำผู้ชายและกราฟฟิตี้ในรถไฟใต้ดิน หรือกราฟฟิตี้ที่เขียนโดยมีวัตถุประสงค์และโดยผู้มีทักษะ และเช่นเดียวกัน บ่อยครั้งที่นักเขียนได้ฝ่าฝืน กฎข้อสำคัญที่ไม่ควรเขียนชื่อตัวเองทับชื่อคนอื่น ซึ่งได้ทำให้เกิดปัญหาอยู่บ่อยครั้ง เพราะว่ามันเป็นเหมือนบางสิ่งที่ได้บ่งบอกถึงเครดิตคนทำงาน มันคืองานโฆษณาเพื่อตัวเอง ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่จะทำให้ตัวเองเป็นที่รู้จัก นักเขียนจะต้องมีกลยุทธ์ทางการตลาด ต้องค้นหาว่าอะไรที่เป็นหนทางที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งจะทำให้ชื่อของศิลปินเป็นที่รู้จักและโด่งดังไปทั่ว และสำหรับใครบางคนที่มีกลยุทธ์หรือวาดภาพทาบลงไปบนงานโฆษณาของคุณ นั่นถือว่าการดูถูกเหยียดหยามและอาชญากรรมอันรุนแรง (Google Sites, ไม่ปรากฏ: ออนไลน์)

จากพัฒนาการของกราฟฟิตี้ทำให้กราฟฟิตี้ซึ่งเป็นองค์ประกอบของวัฒนธรรมฮิปฮอปไม่ได้เป็นเพียงแค่ภาพเลอะๆของคนสลัมบนผนังอีกต่อไป โลกยุคใหม่ได้ต้อนรับกราฟฟิตี้เป็นศิลปะวัฒนธรรมประชานิยม ที่เข้ามามีบทบาทใกล้ชิดกับชีวิตความเป็นอยู่มากขึ้น ผ่านลวดลายศิลปะในรูปแบบของกราฟฟิตี้ ผ่านบริบทรูปแบบของสินค้าที่สามารถส่งเสริมให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น แพร่กระจายไปสู่ผู้คนทั่วโลก ไปจนถึงการพัฒนาอันชุมชนปรับปรุงวิสัยทัศน์ของพื้นที่ เปลี่ยนแปลงเมือง แก้ไขปัญหาในระดับชาติ แต่ถึงรูปแบบจะพัฒนาเปลี่ยนแปลงไปเป็นอะไรก็ตาม “กราฟฟิตี้” ยังคงกลไกที่มาจากรากเหง้าวัฒนธรรมฮิปฮอป เป็นเครื่องมือที่ใช้ถ่ายทอดความคิด ทักษะ ทักษะ ความรู้สึกกับการต่อสู้ของระบบชนชั้นในสังคม เพียงแต่ติดอาวุธหนักเพิ่มเข้าไปในช่องทางการสื่อสารที่อาจจะไม่ได้เป็นเพียงแค่ผนังเก่าๆในตึกร้าง แต่เป็นสิ่งที่ทุกสิ่งทุกอย่างใกล้ตัวที่ทุกคนต้องใช้ในการชีวิตประจำวัน

#### 2.2.1.1 ศิลปินกราฟฟิตี้ตะวันตก

**Banksy** (แบงก์ซี่) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวอังกฤษ ผู้ทำงานด้านกราฟฟิตี้ สตรีทอาร์ตเป็นหลัก ซึ่งผลงานของแบงก์ซี่ส่วนมากจะเป็นการใช้เทคนิค stencil ในการทำงาน และยังมีโดดเด่นในเรื่องของเนื้อหาที่เน้นการเสียดสีเรื่องราวในสังคม ต่อต้านทุนนิยม บริโภค นิยม การเมือง สงคราม เรียกร้องอิสรภาพและเสรีภาพ โดยสัญลักษณ์ที่มักจะได้เห็นในงานของเขาเป็นประจำมักจะเป็นภาพของ หนู ลิง เด็ก ผู้หญิง ตำรวจ และทหาร โดยนำเสนอด้วยอารมณ์ขัน ประชดประชัน ไปจนถึงตลกร้าย (ชัยบูรณ์ บรรลือ, 2558 : 14)



ภาพที่ 2 Banksy Wall Street Rat เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565  
เข้าถึงได้จาก<https://wildenstein.wordpress.com/2010/10/10/banksy/>

Kaws (คอว์ส) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวอเมริกัน ที่ใช้สีสเปรย์วาดภาพทิวทัศน์โฆษณาที่ติดตั้งอยู่ในที่สาธารณะจนผลงานเป็นที่ติดตามและได้รับความนิยมในหมู่สาธารณะชน มีผลงานที่โดดเด่นคือการสร้างคาแรคเตอร์ตัวการ์ตูนในชื่อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Skully, Bendy, Companion ซึ่งผลงานของเขาถูกนำมาสร้างเป็นฟิกเกอร์จนโด่งดังไปทั่วโลก



ภาพที่ 3 Bus shelter poster 1996 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก  
<http://magazine.art21.org/2012/02/20/kaws-passing-through-the-high-museum-of-art/#.Y0FlznZBzIU>

## 2.2.2 วัฒนธรรมกราฟฟิตีไต้หวัน (Taiwan graffiti)

ในยุคที่แนวดนตรีฮิปฮอปรุ่งเรืองและได้แพร่ขยายเข้ามาในภูมิภาคเอเชีย ฮิปฮอปเป็นอิทธิพลทางวัฒนธรรมตะวันตกที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่นไต้หวัน ฮิปฮอปในไต้หวันมีความคล้ายคลึงกับต้นกำเนิดในอเมริกาอย่างมาก ประกอบไปด้วย Graffiti MC DJ และ B-boy ด้วยวัฒนธรรมที่พลิกโฉมศิลปะ การเต้นรำ สถานบันเทิง ยามค่ำคืน และแฟชั่นของประเทศ ทำให้ฮิปฮอปกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีการแสดงในกระแสหลัก รวมถึงการแสดงใต้ดินที่เฟื่องฟู โดยมี MC มาแร็พเกี่ยวกับประเด็นทางสังคมของไต้หวัน บอกเล่าความไม่พอใจต่อสภาพแวดล้อมในเมืองหรือระเบียบทางสังคมที่ต้องปฏิบัติตามคนรุ่นเก่า ประเด็นเหล่านี้ก็ถูกถ่ายทอดผ่านออกมาทางศิลปะบนกำแพงอย่างกราฟฟิตีเช่นเดียวกัน ด้วยกิจกรรมที่เพิ่มขึ้นทั้งในกระแสหลักและใต้ดิน ฮิปฮอปในไต้หวันยังคงเติบโตต่อไป ในขณะเดียวกันก็ได้จุดประกายวิสัยทัศน์ทางศิลปะใหม่ๆ ให้กับผู้คนในไต้หวันอีกด้วย ในช่วงปลายทศวรรษ 1980 กราฟฟิตีสไตล์นิวยอร์ก (New York Style) เริ่มปรากฏในไต้หวัน แพร่กระจายผ่านผลงานของวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น สารคดีฮิปฮอป “Style Wars” (1983) และภาพยนตร์เรื่อง “Wild Style” (1983) จากการที่ได้รับอิทธิพลจากสื่อทำให้เกิด นักเขียนในไต้หวันเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะในย่านเมืองที่เป็นแหล่งรวมวัฒนธรรมและศูนย์รวมของเยาวชน เหล่านี้เขียนต่างออกมาเขียน Tag แสดงทักษะการผันสีสเปรย์และเทคนิคเฉพาะบนผนังกำแพงตามพื้นที่สาธารณะ เพื่อแสดงออกถึงความคิด ความกดดันที่ได้รับจากสังคม รวมไปถึงการแสดงความคิดเห็นของพวกเขา แต่ด้วยบริบททางสังคมที่ต่างจากตะวันตกจึงเกิดเป็นวัฒนธรรมกราฟฟิตีไต้หวัน ซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะคือรูปแบบหรือสไตล์ของตัวอักษรที่ใช้มีทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีน การที่มีรากเหง้ามาจากวัฒนธรรมฮิปฮอปโดยแท้ และใช้กราฟฟิตีสร้างอัตลักษณ์ให้กับประเทศ

### 2.2.2.1 ศิลปินกราฟฟิตีไต้หวัน

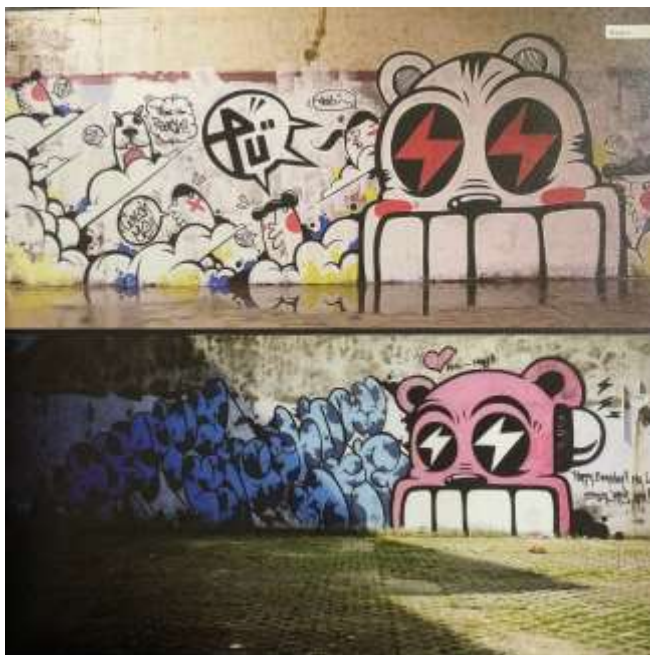
**Bbrother** (บีบราเทอร์) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตีชาวไต้หวัน เริ่มเขียนกราฟฟิตีในปี 2548 ใช้เทคนิคstencil ในการทำงาน งานของเขาปรากฏให้เห็นเป็นจำนวนมากตามท้องถนนในไทเป โดยมีเนื้อหาตั้งแต่การต่อต้านโลกาภิวัตน์ การต่อต้านอำนาจ การต่อต้านสงคราม ไปจนถึงความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน และการสนับสนุนนักศึกษา เขาเป็นศิลปินกราฟฟิตีคนแรกในไต้หวันเข้าสู่หอศิลป์ ด้วยผลงานที่มีชื่อว่า “Beyond the Wall” เขาเชื่อว่ากราฟฟิตีเป็นเพียงวิธีการหนึ่งที่สามารถแสดงความคิดเห็นได้ โดยบอกพวกเขาว่าเกิดอะไรขึ้นในเมือง และเชื่อว่าหากมันทำให้ผู้คนตื่นตระหนกคิดเกี่ยวกับปัญหาได้ ถือว่าประสบความสำเร็จ



ภาพที่ 4 คนงานทั้งสามที่หายไป ใน Huashan 2006 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://bbrother.tw/category/%e5%a0%b1%e5%b0%8e-%e8%a9%95%e8%ab%96/>

**Reach (รีช)** เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไต้หวัน ผู้ก่อตั้ง Soulskool crew กลุ่มกราฟฟิตี้กลุ่มแรกๆ ในไต้หวันปี 2000 เขาได้ชื่อว่าเป็นผู้บุกเบิกการเคลื่อนไหวแนวสตรีทอาร์ตที่มีอิทธิพลมากที่สุดคนหนึ่งของไต้หวัน การเดินทางของเขาเริ่มตั้งแต่ปี 1995 ส่วนมากผลงานของเขาจะเป็น wildstyle กับ 3D เป็นที่รู้จักเป็นอย่างดีจาก Pink Bear & Blue Cat อันเป็นเอกลักษณ์ของเขา เขาใช้สีที่สะอาด การคอนทัวร์ที่ชัดเจน และงานที่ออกแบบมาอย่างดี เพื่อสะท้อนถึงความ پاکเพียรในชีวิต นอกเหนือจากการเป็นศิลปินแล้ว ยังคงสำรวจและทดลองกับการออกแบบ การถ่ายภาพ และสื่อชั้นต่างๆ มากมาย ในปี 2008 เขาได้ตีพิมพ์ผลงานเรื่องแรกของเขา “TOOYA! Taiwan Graffiti ” ได้ร่วมมือกับอุตสาหกรรมใหญ่ๆ จำนวนมาก และยังคงสร้างผลงานบนแพลตฟอร์มระดับโลกอย่างต่อเนื่อง เขายังมีส่วนร่วมในทุกพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นการจัดแสดงในแกลเลอรีทั่วโลก วาดภาพบนผืนผ้าใบ ผนัง หรือสร้างภาพจิตรกรรมฝาผนังขนาดใหญ่ เขาตั้งเป้าที่จะปลูกจิตสำนึกด้านวัฒนธรรมผ่านผลงานของเขา ในปี 2014 ได้เข้าร่วม Pow! Wow! ฮาวายและต่อมาได้เขาทำหน้าที่เป็น Creative Director ให้กับ POW! Wow! ไต้หวัน เพื่อส่งเสริมและผลักดันวัฒนธรรมสตรีทอาร์ตท้องถิ่นสู่ต่างประเทศ





ภาพที่ 5 ชุดอักขระที่เรียกว่า FU และคาแรคเตอร์ Pink Bear & Blue Cat เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.reach-studio.com/painting.php?c=1>

Dzusone (ดีซัส) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไทยคนหนึ่ง ในสมาชิก Soulskool crew เขาเกิดและเติบโตในเกาะสูง เมืองที่ใหญ่ที่สุดในภาคใต้ของไต้หวัน เริ่มเขียนกราฟฟิตี้ปี 1999 ลายเส้นและจังหวะที่คล่องแคล่วของเขา เสริมด้วยสีสันและความสดใส ที่จะทำให้คนเดินถนนประหลาดใจที่มองผลงานของเขา ด้วยตัวอักษรจีนแบบ wildstyle เพื่อแสดงถึงความรักที่เขามีต่อรากเหง้าของเขา งานส่วนใหญ่ของจะเป็น wildstyle และเขายังมีสไตล์ที่เฉพาะตัวคือ Dzus's Side อีกทั้งงานของเขายังมีส่วนทำให้เกิดวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ของไต้หวัน



ภาพที่ 6 sizzle – 2004 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก [instagram.com/dzusone](https://www.instagram.com/dzusone)

Jimmy (จิมมี่) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไต้หวัน ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งทีม CITYMARX กลุ่มคนรักวัฒนธรรม HIP-HOP และมีประสบการณ์ 11 ปีในการจัดงาน FREE STREET PARTY ที่ก่อตั้งโดย BOBO สมาชิกของ 4CREW ซึ่งมีส่วนร่วมในการสร้างกราฟฟิตี้มาหลายปีแล้ว ในปี 2007 ทีม CITYMARX ได้เข้าร่วมกับช่างภาพ Chunpower ผู้ซึ่งชื่นชอบวัฒนธรรมสตรีทกราฟฟิตี้และได้ค้นคว้าเรื่องราวชีวิตของศิลปินกราฟฟิตี้แต่ละคนอย่างลึกซึ้ง สมาชิกปัจจุบันประกอบด้วยนักสร้างสรรค์งานศิลปะจากทั่วทุกมุมโลกที่รักวัฒนธรรมถนน ในปี 2010 เขาได้รับสิทธิ์ตัวแทนของแบรนด์ต่างประเทศที่มีชื่อเสียงอย่าง MONTANA ในการพ่นสีในไต้หวัน เพื่อผสมรวมวัฒนธรรมย่อยของไต้หวันเข้ากับมาตรฐานสากลอย่างแท้จริง ด้วยประสบการณ์หลายปีในการจัดกิจกรรมและความสามารถในการรวมเอาพรสวรรค์ด้านวัฒนธรรมย่อยตามท้องถนนเข้าไว้ด้วยกัน เขาได้ร่วมมือกับสมาคมพัฒนาวัฒนธรรมเพื่อดำเนินการพื้นที่ไทเปซีเนม่าพาร์ค



ภาพที่ 7 G-SHOCK 30th Anniversary 'Courage Package Tour Project' Graffiti Teaching เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก [https://www.facebook.com/photo/?fb\\_id=922089847844113&set=pb.1\\_00064390191432.-2207520000..](https://www.facebook.com/photo/?fb_id=922089847844113&set=pb.1_00064390191432.-2207520000..)

Colasa (โคลาซ่า) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไต้หวัน หนึ่งในทีม CITYMARX เขาศึกษาจิตรศิลป์มาตั้งแต่เด็ก และไม่พอใจกับระบบศิลปะบริสุทธิ์ที่เป็นทางการ และหันไปใช้การกบฏเพื่อแสดงลักษณะทางศิลปะของเขา เขาเป็นศิลปินกราฟฟิตี้ลายฉลุแนวหน้า เขาท้าทายขีดจำกัดของศิลปะอย่างต่อเนื่องผ่านลายฉลุ โดยใช้องค์ประกอบของความตาย ความมืด และความผิดปกติ มานำเสนอความเศร้าโศกของจิตวิญญาณภายใน เขามีประสบการณ์สร้างสรรค์มาหลายปีและได้เข้าร่วมในนิทรรศการศิลปะระดับนานาชาติและความร่วมมือทางการค้าหลายครั้ง เขาให้ความสำคัญกับทักษะที่ไม่จำกัดและพยายามผสมผสานเทคนิคการแสดงสื่อต่างๆเข้าด้วยกัน การแนะนำแนวคิดใหม่ๆ ประสิทธิภาพการมองเห็นที่เป็นเอกลักษณ์และการผสมผสานสไตล์หมึกตะวันออก ทำให้ได้รับความนิยมอย่างสูงในระดับสากล งานของเขามีผลต่อการนำศิลปะกราฟฟิตี้เข้าไปอยู่ในแกลเลอรี ทำให้



ศิลปะกราฟฟิตี้ที่อยู่ข้างถนน ได้เข้าไปมีบทบาทในแกลเลอรีที่ซึ่งผู้คนยอมรับและเห็นคุณค่าของงานศิลปะประเภทนี้ และได้รับการยอมรับการเข้าถึงศิลปะประเภทนี้ที่ซึ่งไม่จำเป็นต้องอยู่ในแกลเลอรีก็สามารถมีคุณค่าและมูลค่าต่อสังคมสภาพแวดล้อมนั้นได้



ภาพที่ 8 ผลงานลายฉลุของโคลาซ่า เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://citymarx176.wixsite.com/citymarx/blank-2>

Debe (ดีบี) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไต้หวัน เริ่มเขียนกราฟฟิตี้ในปี 2005 ไปรอบๆ เมืองด้วยกระป๋องสเปรย์ โดยได้รับแรงบันดาลใจจาก American Wild Style เขาจึงตัดสินใจใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า DEBE และสไตล์งานส่วนมากของเขาเป็น 3D งานของเขาสามารถสื่อสารความคิดที่นอกเหนือไปจากภาษาได้ เขาได้เสนอมุมมองให้เห็นว่ายิ่งเมืองมีกราฟฟิตี้มากเท่าไร เมืองก็ยังมีชีวิตชีวามากขึ้นเท่านั้น งานของเขาได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเมืองและธุรกิจในท้องถิ่น ทำให้เกิดพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์และสร้างสรรค์ ซึ่งกลายเป็นพื้นที่ยอดนิยมบนโซเชียลมีเดียด้วยในแง่ของศิลปะสาธารณะ เขาเชื่อว่าคนรุ่นปัจจุบันสนุกกับบางสิ่งที่หลากหลายและมีส่วนร่วมมากกว่ารุ่นก่อนมาก



ภาพที่ 9 ผลงานกราฟฟิตี้ของดีบีในงานแลกเปลี่ยนกราฟฟิตี้ 2020 ที่จัดโดย kidzjam เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.instagram.com/debetwomuch/>

Faso (ฟาโซ) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไต้หวัน เขามาจากเมืองเกาสง ทางใต้ของไต้หวัน เริ่มทำกราฟฟิตี้ครั้งแรกปี 2003 สไตล์ของFaso ส่วนมากเป็น Widestyle ได้รับอิทธิพลจากนักเขียนรุ่นแรกในบ้านเกิดของเขา เขายังเป็นผู้ก่อตั้งและผู้อำนวยการของ Mess-age Taiwan ที่เริ่มต้นขึ้นในปี 2016 โดยอุทิศให้กับการแบ่งปันบทความและข้อมูลกราฟฟิตี้ ตลอดจนการขายเครื่องมือกราฟฟิตี้และสินค้าของศิลปิน นอกจากการจำหน่ายสินค้าแล้ว ยังมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรมกราฟฟิตี้และนิทรรศการภายในร้านตั้งแต่ปี 2559



ภาพที่ 10 ผลงานของฟาโซจากการประกวดกราฟฟิตี้ 2022 ที่จัดโดย inknomad เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.instagram.com/p/Chi6IyaPI7M/>

**Aserk** (อเซอร์ก) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไต้หวัน เขาได้รับอิทธิพลอย่างมากจากฉากราฟฟิตี้ในยุค 80 สไตล์ที่โดดเด่นของเขาคือการผสมผสานภาพประกอบและประสบการณ์ส่วนตัวของเขาเข้ากับรูปแบบการวาดภาพที่มีสีสันและรูปแบบตัวอักษรที่สลับซับซ้อนออกมาเป็นแนว Widestyle เขายังเป็นผู้ก่อตั้งและผู้อำนวยการของ KIDZ JAM<sup>2</sup> จัดกิจกรรมกราฟฟิตี้สำคัญๆ มากกว่า 13 งานในไต้หวัน ด้วยความมุ่งมั่นที่จะเผยแพร่กราฟฟิตี้ให้เป็นที่นิยม เขาได้จัดเวิร์กช็อปวาดภาพ Paper Jam<sup>3</sup> ในปี 2019 โดยพยายามดึงพลังของการคิดด้วยภาพออกมาผ่านการโต้ตอบ กระตุ้นแรงบันดาลใจและความคิดสร้างสรรค์ของศิลปินเพื่อลดขีดจำกัดของกราฟฟิตี้สำหรับประชาชนทั่วไป และมุ่งเน้นไปที่การสร้างแรงบันดาลใจในการคิดเชิงสร้างสรรค์ด้วยภาพและโอกาส



ภาพที่ 11 Latest piece Aserk at meetingofstylestaiwan เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.instagram.com/asertw/>

**Faster** (ฟาสเตอร์) เป็นนามแฝงของศิลปินกราฟฟิตี้ชาวไต้หวัน เริ่มเขียนกราฟฟิตี้ในปี 1994 ที่โตรอนโต ประเทศแคนาดา กลับมาไต้หวันในปี 2003 โดยอาศัยอยู่ที่ไทจง เขาเป็นผู้บุกเบิกกราฟฟิตี้ในเมืองไถจง อยู่ในกลุ่ม 4crew ซึ่งคือกลุ่มกราฟฟิตี้แห่งแรกในไต้หวัน ผลงานส่วนมากของเขาเป็นรูปแบบ Widestyle และเขายังเป็นผู้ผลิตสีสเปรย์จำหน่ายในไต้หวันที่มีชื่อว่า Fastercolors อีกทั้งเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้เขียนกราฟฟิตี้รุ่นใหม่ที่หลงใหลในวัฒนธรรมฮิปฮอป

<sup>2</sup> KIDZ JAM เป็นงานแลกเปลี่ยนสตรีทกราฟฟิตี้งานแรกในไต้หวันด้วยธีมสีที่จำกัดแต่ไม่จำกัดสไตล์ ทุกปีจะมีการจัดกิจกรรมในพื้นที่กราฟฟิตี้ตามกฎหมายของไต้หวันเป็นครั้งคราว โดยเชิญศิลปินจากทั่วไต้หวันมารวมตัวกันเพื่อสร้างสรรค์งาน

<sup>3</sup> Paper Jam เป็นการรวมตัวแบบต้นสดเพื่อกระตุ้นการสร้างสรรค์ที่ตีความกับดนตรีในปัจจุบัน





ภาพที่ 12 FASTER(2007) เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก<https://messagetia.com>

### 2.3 การพัฒนาเมืองด้วยศิลปะและวัฒนธรรม

บนผนังกำแพงตามพื้นที่สาธารณะ ย่านเมืองทรุดโทรม หรือแม้กระทั่งพื้นที่ที่ถูกทิ้งร้าง มักจะพบร่องรอยของสีสเปรย์ ที่ถูกสร้างโดยคนใดคนหนึ่งหรือกลุ่มคนที่ต้องการแสดงออกทางความคิด จนเป็นที่ดึงดูดความสนใจให้ผู้คนที่เดินผ่านต้องหยุดคิด หรือจ้องมองกับศิลปะเหล่านี้ ในปัจจุบันศิลปะกราฟฟิตี้ไม่ได้เป็นเพียงวัฒนธรรมย่อยที่รุ่งเรืองอยู่ในใต้ดินเท่านั้น Michael Brake (1990 อ้างถึงใน กอบชัย ศักดาวงศ์ศิริมล, 2552 : 13) ยังได้อธิบายว่า ลักษณะโดยทั่วไปของวัฒนธรรมย่อยก็คือ รูปแบบ (Style) กล่าวคือ กลุ่มวัฒนธรรมย่อยที่โดดเด่นแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ หรือเป็นกลุ่มที่มีการใช้ในรูปแบบในเชิงสัญลักษณ์ในรูปแบบหนึ่งๆ อันเป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายเชิงสัญลักษณ์ หรือ สัญลักษณ์ (Semiotics) ซึ่งเข้าใจโดยทั่วกันในกลุ่ม นอกจากนั้นยังมีในเรื่องแฟชั่น เครื่องแต่งกาย อาหาร ซึ่งความเป็นอยู่ข้างถนนของชนชั้นกลางก็ได้มีพัฒนาการตามยุคสมัยผสมผสานกับแนวคิดที่หลากหลายจนเป็นความบิดเบี้ยวจากขนบดั้งเดิมจนถึงปัจจุบัน และมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไปตามยุคสมัย และได้แผ่ขยายอิทธิพลแทรกซึมเข้าสู่กลุ่มวัยรุ่นทั่วโลก

กราฟฟิตี้ยังมีความเกี่ยวข้องและมีบทบาทในด้านศิลปะสาธารณะ เนื่องจากเป็นงานศิลปะที่เข้าถึงผู้ชมได้ง่าย และมีการแข่งขันที่สูง ดังจะเห็นได้จากการยกระดับของงานศิลปะกราฟฟิตี้จากศิลปะที่ต้องทำอย่างลึกลับ กลายมาเป็นนิทรรศการที่จัดขึ้นในระดับนานาชาติ ซึ่งได้หวนก็เป็นอีกหนึ่งประเทศที่นำศิลปะเข้ามาใช้เป็นซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ในการพัฒนาประเทศ Griswold (2004 : 93-95) นักวิชาการด้านสังคมศาสตร์และวัฒนธรรมศึกษา ได้อธิบายความหมายทุนทางวัฒนธรรมจากแนวคิดของ Bourdieu ไว้ว่า วัฒนธรรมอาจถูกมองในฐานะเป็นทุนชนิดหนึ่งที่สามารถสะสมและนำไปลงทุนได้ เหมือนดังเช่นทุนทางเศรษฐกิจ หรือสามารถนำไปแปรรูปเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้ ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ รสนิยมทางศิลปวัฒนธรรมรวมถึงรูปแบบการใช้ชีวิตด้วย จนในทิววันนี้ศิลปะข้างถนน ได้กลายเป็นรูปแบบหนึ่งของศิลปะและสามารถเผยแพร่หรือจัดนิทรรศการซึ่งมีคุณค่าเทียบเท่าได้กับผลงานศิลปกรรมชั้นสูงในพิพิธภัณฑ์ ในบางประเทศได้ผลักดันศิลปะเหล่านี้ให้กลายเป็นจุดเด่นจนสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างมหาศาล ตลอดจนอุตสาหกรรมแฟชั่น ตั้งแต่ สตรีทแฟชั่น (Street fashion) แอนิเมชัน (Animation) จนถึง ไฮคอตูร์ (Haute Couture) ซึ่งมีบทบาททางเศรษฐกิจและสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศ จากวัฒนธรรมเล็กๆ บนท้องถนนเพียงเพื่อแสดงสถานภาพทางสังคมถึงความบิบบคั้นที่พวกเขาได้รับอย่างไม่เป็นธรรม แต่กลับส่งผลด้านบวกใน

เวลาต่อมา นับว่าเป็นการใช้ต้นทุนทางปัญญาอย่างชาญฉลาด ด้วยความคิดสร้างสรรค์ในการต่อยอดความรู้ทางวัฒนธรรม ในขอบเขตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น งานออกแบบ ศิลปะ ดนตรี แฟชั่น การแสดง โฆษณา เป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดของอเมริกาและอังกฤษ ซึ่งสร้างรายได้สูงกว่าอุตสาหกรรมยานยนต์ เหล็ก เกษตรกรรมอย่างต่อเนื่อง ปรากฏการณ์เหล่านี้แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า การสร้างความมั่งคั่งของประเทศ บนพื้นฐานอุตสาหกรรมการผลิตไม่เพียงพอเสียแล้ว การหันมาลงทุนค่าอันมหาศาลของความคิดสร้างสรรค์ นั้น เป็นเรื่องที่เร่งด่วนและสำคัญจนทำให้อีกหลายประเทศชั้นนำในยุโรป และเอเชีย ได้หันมาให้ความสำคัญถึงขั้นผลักดันให้เป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาประเทศ

### 2.3.1 เทศกาลศิลปะนานาชาติ

#### 2.3.1.1 Biennale

เทศกาลศิลปะที่มีต้นกำเนิดในประเทศอิตาลี โดยเป็นเทศกาลศิลปะที่มีชื่อเรียกว่า “เวนิส เบียนนาเล่” (Venice Biennale หรือในชื่อภาษาอิตาลีว่า La Biennale di Venezia) จัดขึ้นในทุกๆ สองปี (Biennale เป็นภาษาอิตาลีที่แปลว่า “ทุกๆ สองปี”) ซึ่งเป็นเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติที่ยิ่งใหญ่และเก่าแก่ที่สุดของโลกที่จัดขึ้นมาตั้งแต่ปี 1895 และกลายเป็นชื่อเรียกเทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติที่มีขนาดใหญ่ และถูกจัดอย่างแพร่หลายในลักษณะเดียวกันไปทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นที่เบอร์ลิน มิวนิก มอสโก โคเปนเฮเกน ลิเวอร์พูล อีสตันบูล เยรูซาเลม ซิดนีย์ ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ ไทเป จาการ์ตา สิงคโปร์ เป็นต้น

Asian Art Biennial จัดขึ้นครั้งแรกโดยพิพิธภัณฑน์วิจิตรศิลป์แห่งชาติไต้หวันในปี 2550 ด้วยประเด็นที่เกี่ยวข้องกับมุมมองทางวัฒนธรรมและรากฐานด้านสุนทรียะของเอเชียได้กลายเป็นประเด็นสำคัญที่น่าสนใจในโลกของศิลปะร่วมสมัย ด้วยมุมมองทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ศิลปะร่วมสมัยของเอเชียจึงเฟื่องฟูและขยายออกไปเพื่อตอบสนองความต้องการด้านสุนทรียภาพในยุคของเรา พิพิธภัณฑน์วิจิตรศิลป์แห่งชาติไต้หวันทำหน้าที่เป็นเวทีแลกเปลี่ยนทางศิลปะที่สำคัญระหว่างไต้หวัน และชุมชนศิลปะนานาชาติ มีความกระตือรือร้นที่จะอำนวยความสะดวกในการเจรจาระหว่างวัฒนธรรมผ่านงานศิลปะมาโดยตลอด โดยหวังว่าการสื่อสารและการอภิปรายอย่างครอบคลุมในหัวข้อนี้จะช่วยเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับเอเชียร่วมสมัยและความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะที่มีพลวัต



ภาพที่ 13 Beyond the Wall ที่งาน Taipei Biennale 2008 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565  
เข้าถึงได้จาก <https://www.taipeibiennial.org/2008/TBArtists/ArtistContent.aspx>



ภาพที่ 14 Beyond the Wall ที่งาน Taipei Biennale 2008 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565  
เข้าถึงได้จาก <https://www.taipeibiennial.org/2008/TBArtists/ArtistContent.aspx>

### 2.3.1.2 POW! WOW!

งานสตรีทอาร์ตระดับนานาชาติที่ประกอบด้วยศิลปินที่มีชื่อเสียงระดับโลก จัดขึ้นที่ฮาวาย 7 ครั้ง และเป็นงานชุมนุมประจำปีของศิลปินร่วมสมัย โดยยึดหลักการวาดภาพฝาผนังเป็นแกนหลัก โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความตระหนักรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับสตรีทอาร์ตยุคใหม่ผ่านการสร้างสรรค์งานศิลปะและดนตรี และเพื่อสร้างสตรีทอาร์ตยุคใหม่ โดยใช้แรงกระตุ้นร่วมกันระหว่างความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ด้วยการสนับสนุนจากรัฐบาลท้องถิ่น มหาวิทยาลัย และอุตสาหกรรม กิจกรรมนี้ได้รับเสียงสะท้อนและการมีส่วนร่วมของผู้คนจากทุกสาขาอาชีพ ทำให้ได้เห็นในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการสร้างงานศิลปะบนถนนสู่ชุมชน ถูกจัดอย่างแพร่หลายในลักษณะเดียวกันไปทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นฮาวาย ดีซี ซานโฮเซ อิสราเอล ฮองกง เกาหลี ญี่ปุ่น ไต้หวัน เป็นต้น

POW! WOW! TAIWAN เป็นงานเปิดตัวที่นำ POW! WOW! สู่อเซียและไทเปเป็นเมืองแรก ศิลปินได้รับเชิญจากทั่วทุกมุมโลก รวมทั้งสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย ฮองกง และ สิงคโปร์ และผนึกกำลังกับศิลปินท้องถิ่นเพื่อยกระดับวงการศิลปะและดนตรีที่มีอยู่ในไต้หวัน



ภาพที่ 15 บรรยากาศในงาน POW! WOW! TAIWAN 2014 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565  
เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/PowWowTaiwan/>

### 2.3.1.3 Meeting Of Styles

เป็นเทศกาลกราฟฟิตี้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก “International Meeting of Styles” (MOS) เป็นเครือข่ายระหว่างประเทศของศิลปินกราฟฟิตี้และผู้สนใจรักกราฟฟิตี้ ที่เริ่มขึ้นในเมือง Wiesbaden ประเทศเยอรมนีในปี 1997 MOS ได้รวมตัวกันและได้รับแรงบันดาลใจจากความหลงใหลในศิลปะกราฟฟิตี้ เพื่อสร้างฟอรัมสำหรับชุมชนศิลปะนานาชาติ สื่อสาร รวบรวม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ผลงาน และทักษะ แต่ยังคงสนับสนุนการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมอีกด้วย ด้วยจิตวิญญาณแห่งความร่วมมือและการส่งเสริม MOS ได้เปิดตัวกิจกรรมหลายร้อยรายการในหลายประเทศทั่วยุโรป รัสเซีย เอเชีย และอเมริกา งานเหล่านี้ได้สนับสนุนศิลปินกราฟฟิตี้หลายพันคนจากทั่วทุกมุมโลก และตลอดหลายปีที่ผ่านมาได้ดึงดูดผู้ชมหลายแสนคน ทำให้เป็นจุดรวมของวัฒนธรรมริมถนนในเมืองและศิลปะกราฟฟิตี้ “Meeting Of Styles” ตามชื่อของมันคือการรวมตัวกันของสไตล์ สร้างขึ้นเพื่อสนับสนุนเครือข่ายของชุมชนศิลปะนานาชาติ ไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นฟอรัมสำหรับศิลปินกราฟฟิตี้และนักเขียนแบบคลาสสิกและดั้งเดิมเท่านั้น แต่เป็นเวทีสำหรับนำเสนอผลงานศิลปะในเมืองทุกประเภท

### 2.3.2 นโยบายศิลปะสาธารณะ 1% โดยรัฐบาลไต้หวัน

ภณิพล อภิชิตสกุล (2561) เขียนบทความวารสารเรื่อง “นโยบายศิลปะสาธารณะ 1% โดยรัฐบาลไต้หวัน” กล่าวว่า ศิลปะสาธารณะเป็นประเภทงานทัศนศิลป์ที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็วที่สุดในไต้หวัน 1 ปรัชญาการณดังกล่าวเป็นปรัชญาการณสำคัญต่อวงการศิลปะร่วมสมัยในไต้หวันและถือเป็นประเด็นที่ไม่เพียงมีคุณค่าแก่การศึกษาในแง่ศิลปะร่วมสมัยเท่านั้น หากแต่ยังเกี่ยวข้องกับศาสตร์ด้านการจัดการทางด้านศิลปะ และนโยบายศิลปะของภาครัฐอีกด้วย โดยรัฐบาลไต้หวันได้ออกกนโยบายศิลปะสาธารณะ 1% ผ่านร่าง

กฎหมาย “Cultural and Art Reward Act ในปีคริสต์ศักราช 1992 เพื่อเป็นการการันตีการอุดหนุนสนับสนุนศิลปะสาธารณะให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง กฎหมายดังกล่าวได้กำหนดให้ทุกโครงการก่อสร้างของรัฐบาลต้องแบ่งร้อยละหนึ่งของงบประมาณทั้งหมดมาใช้ในโครงการจัดหาและติดตั้งงานศิลปะสาธารณะให้กับพื้นที่สาธารณะ โดยวิธีการดำเนินการจัดการและพัฒนาการของนโยบายการจัดการสนับสนุนศิลปะสาธารณะดังกล่าวมีความน่าสนใจต่อการศึกษาในวิชาทฤษฎีศิลปะโดยเฉพาะสาขาการจัดการศิลปะและนโยบายศิลปะผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการในนโยบายศิลปะสาธารณะโดยรัฐบาลได้หวั่นเป็นเครื่องมือหลักในการศึกษา นอกจากนี้ยังได้ลงพื้นที่จริงเพื่อการเยี่ยมชมงานศิลปะสาธารณะในนครไทเป ผลจากการศึกษาพบว่านโยบายศิลปะสาธารณะโดยรัฐบาลได้หวั่นได้ทำให้มีการเพิ่มจำนวนของศิลปะสาธารณะไปทั่วทั้งเกาะไต้หวัน โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ เช่น นครไทเป นอกจากนี้พบว่า รูปแบบและนิยามของศิลปะสาธารณะในนโยบายดังกล่าวยังมีความเชื่อมโยงไม่เพียงกับพัฒนาการของศิลปะร่วมสมัย แต่ยังเกี่ยวข้องกับคุณสมบัติของศิลปะสาธารณะในศาสตร์หรือแง่มุมอื่นๆ ที่ต่างได้มีส่วนในการบ่มเพาะลักษณะเฉพาะของงานศิลปะสาธารณะในแต่ละที่สะท้อนถึงอุดมคติทางการเมืองและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาตินั้นๆ โดยลักษณะเด่นของศิลปะสาธารณะโดยรัฐบาลได้หวั่นพบว่าการยึดโยงกับระเบียบการจัดการศิลปะของรัฐ โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานการจัดการหรือจัดสร้างงานศิลปะสาธารณะที่ค่อนข้างรัดกุม อย่างไรก็ตามนโยบายศิลปะสาธารณะโดยรัฐบาลได้หวั่นก็เปิดกว้างพอให้บุคคลใดก็ได้เข้าเป็นศิลปินผู้สร้างงานศิลปะสาธารณะโดยไม่จำกัดเชื้อชาติหรืออาชีพ ทั้งระดับมืออาชีพและศิลปินมือสมัครเล่น โดยผ่านวิธีการคัดเลือกงานศิลปะที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของสาธารณะเป็นหลัก นอกจากนี้พบว่าชิ้นงานศิลปะสาธารณะยังสะท้อนแนวหรือรูปแบบศิลปะที่มุ่งสู่แนวคิดชุมชนนิยมและมักมีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมทั้งในด้านรูปแบบเนื้อหาของงานศิลปะรวมทั้งกิจกรรมทางศิลปะต่างๆ ที่สนับสนุนการศึกษาและการมีส่วนร่วมของสาธารณชนทั่วไป สุดท้ายพบว่านโยบายศิลปะสาธารณะยังสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมในเชิงบวกต่อภูมิสถานะของวงการศิลปะร่วมสมัยในไต้หวันในวงกว้าง โดยถือว่าได้บรรลุจุดมุ่งหมายในการยกระดับมาตรฐานทางอาชีพด้านศิลปะ ผ่านการสนับสนุนศิลปินและกลุ่มอาชีพที่เกี่ยวข้อง กับศิลปะการจัดการศิลปะ นอกจากนี้ยังได้เพิ่มพูนสุนทรียภาพแก่พื้นที่สาธารณะด้วยชิ้นงานศิลปะสาธารณะต่าง ๆ

พื้นที่กราฟฟิตี้ตามกฎหมายที่ตั้งขึ้นโดยรัฐบาล

ตั้งแต่ปี 2005 รัฐบาลได้หวั่นได้เปิดสวนสาธารณะริมแม่น้ำบางส่วนในไทเปและไถจงเพื่อให้ศิลปินกราฟฟิตี้เขียนบนผนัง ในปี 2007 กรมวัฒนธรรมของไทเปเริ่มอนุญาตให้มีภาพวาดบนรั้วนอกสถานที่ก่อสร้างสาธารณะ

1. สวนสาธารณะริมแม่น้ำของเมืองได้จัดทำพื้นที่กราฟฟิตี้บนกำแพงมีการจัดตั้งสถานที่ 6 แห่ง

1) สวนสาธารณะริมฝั่งแม่น้ำหยิงเฟิง

2) สวนสาธารณะริมแม่น้ำเหมยตี้

3) ใต้ท่อระบายน้ำสะพานเป่ยซิน เขตเหวินซาน

4) สวนสาธารณะริมแม่น้ำฟูฮี้



5) สวนสาธารณะริมแม่น้ำป่าายหลัง

6) สวนสาธารณะริมแม่น้ำเชิงเหม่ย

ห้ามใช้คำและรูปแบบที่ไม่เหมาะสมในบริเวณกราฟฟิตี้หากพบคำและรูปแบบที่ไม่เหมาะสม ให้  
ระบายออกทันที และทาสีใหม่ทุก ๆ หกเดือน (อยู่ภายใต้การบริหารของสำนักงานอนุรักษ์น้ำเทศบาล)

2. สวนสาธารณะในเมืองได้จัดทำพื้นที่กราฟฟิตี้บนกำแพงมีการจัดตั้งสถานที่ 5 แห่ง

1) วนอุทยานต้าอัน

2) สวนศิลปะจงซาน

3) พื้นที่ขยายสีเขียวเปย์โถวฉางอัน

4) สวนเทียนมู่

5) สวนสาธารณะหนานกั๋ง

หากพบคำและรูปแบบที่ไม่เหมาะสม ให้ระบายออกทันที (อยู่ภายใต้การบริหารของสำนักงาน  
เทศบาลนคร)

### 2.3.3 เมืองไทเป

เป็นเมืองหลวงของไต้หวันที่มีความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา และวัฒนธรรมของ  
ไต้หวัน เมืองที่มีชีวิตชีวาแห่งนี้เต็มไปด้วยการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมใหม่ เยาวชน  
ชาวไต้หวันหลงใหลในมรดกและวัฒนธรรมของพวกเขา เมืองแห่งนี้ได้เปิดประตูสู่งานศิลปะและหลอมรวม  
ศิลปะเข้ากับพื้นที่จนกลายเป็นวัฒนธรรมย่อยและกำลังเติบโต ทำให้ไทเปเป็นหนึ่งในเมืองที่ดีที่สุดในโลกที่จะ  
ได้เห็นศิลปะบนท้องถนน โดยเฉพาะย่านซีเหมินติงที่ขึ้นชื่อเรื่องกราฟฟิตี้คือไทเปซีเนม่าพาร์คในซีเหมินติง  
(ย่านการค้าที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรมและความบันเทิงที่ทันสมัย) ที่กราฟฟิตี้แนวฮิปฮอปของอเมริกามีอยู่ทั่วไป  
เมื่อเดินไปตามถนนของซีเหมินติงจะสัมผัสได้ถึงความตระการตาและพลังของศิลปะกราฟฟิตี้ในระแวกนั้น โดย  
รัฐบาลได้วางแผนพื้นที่กราฟฟิตี้ตามกฎหมายในไทเปบางส่วนสำหรับผู้คนและผู้สร้างกราฟฟิตี้ เพื่อฝึกฝนและ  
สร้างสรรค์ ซึ่งจะมีการทาสีทับใหม่ทุกสี่เดือน นอกจากนี้ยังมีพื้นที่กราฟฟิตี้ตามกฎหมายซึ่งวางแผนโดยทีม  
CITYMARX ในซีเหมินติง และมีการจัดกิจกรรมกราฟฟิตี้เป็นประจำ



ภาพที่ 16 กราฟฟิตีในเมืองไทเป เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://awoisoak.com/taipei-graffiti/>



ภาพที่ 17 Tag กราฟฟิตีในเมืองไทเป เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://dsignsomething.com/2018/01/09/art-around-taipei>

### 2.3.3.1 ซีเหมินติง

ซีเหมินติง<sup>4</sup>เป็นชื่อถูกตั้งขึ้นมาตั้งแต่ในสมัยที่ญี่ปุ่นปกครองไต้หวัน ในสมัยนั้นประชาชนส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในตัวเมืองไทเป ที่ดินที่อยู่นอกประตูเมืองด้านตะวันตก (ซีเหมิน) ฝืนนี้ถูกใช้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของชาวเมืองไทเปเหล่านั้น ในสมัยก่อน ที่นี้มีธุรกิจที่สำคัญคือเปิดโรงภาพยนตร์เป็นหลัก หลังจากทีศูนย์การค้าจางหัวสร้างเสร็จในปี พ.ศ.2504 ทำให้ในสมัยนั้น ซีเหมินติงกลายเป็นศูนย์การค้าด้านความบันเทิงที่ใหญ่ที่สุดในไต้หวัน ไม่ว่าจะเป็อาหารเลิศรส สินค้าแฟชั่น

<sup>4</sup> สำนักงานสารสนเทศและการท่องเที่ยว เทศบาลนครไทเป, ซีเหมินติง, เข้าถึงเมื่อ 25 กันยายน 2565, เข้าถึงได้จาก <https://www.travel.taipei/th/attraction/details/1927>

นานาชนิด สินค้าแปลกใหม่ที่น่าสนใจ ที่ซีเหมินติงมีทุกอย่าง จึงพูดได้ว่าซีเหมินติงเป็นถนนที่คึกคักที่สุดในไทเป ในขณะที่ยังเป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมวัยรุ่น แหล่งรวมตัวของศิลปินและนักแสดงข้างถนน ซีเหมินติงแสดงถึงการผสมผสานที่โดดเด่นขององค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันคือการหลอมรวมทั้งแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมดังกล่าวทำให้ที่นี่มีเสน่ห์แตกต่างไปจากพื้นที่อื่นๆ ในไทเปโดยสิ้นเชิง



ภาพที่ 18 Ximen Ding 1960-1990 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.taipeiconnections.com/post/>

จุดกราฟฟิตี้อันดับต้นๆ ของซีเหมินติงคือ 'ถนนอเมริกา' ในไทเปซีเนม่าพาร์ค ตรอกและกำแพงใกล้กับ "Cinema Street" เต็มไปด้วยศิลปะกราฟฟิตี้ มูลนิธิวัฒนธรรมไทเป<sup>5</sup> ได้เสนอแผนเพื่อสนับสนุนวัฒนธรรมย่อยบนพื้นฐานของวัฒนธรรมแบ็คสตรีท เนื่องจากงาน XIMEN BACKSTREET FESTIVAL ประจำปีครั้งแรกที่ถูกจัดขึ้นโดยทีมงาน CITYMARX ในเดือนกรกฎาคม 2010 ที่Taipei Cinema Park ประสบความสำเร็จในการรวมเอาปัจจัยของแพชชั่นแบ็คสตรีทอย่าง กราฟฟิตี้ สเก็ตบอร์ด ดีเจ สตริทแดนซ์ ดนตรี และอื่นๆ เข้ากับวัฒนธรรมที่หลากหลายของไทเป และตะวันตก นอกเหนือจากนี้ยังมี Backstreet Cultural Workshop ที่เหมาะสำหรับผู้ที่ยื่นขอการเรียนรู้และอยากที่จะสัมผัสกับวัฒนธรรมย่อยเหล่านี้

#### บทสัมภาษณ์ผู้จัด Jimmy จากทีมงาน CITYMARX

Jimmy Cheng (ปี2013 ได้ให้เผยแพร่บทสัมภาษณ์ไว้ใน <http://sub.n.hsh.tp.edu.tw/~team3/doodle.html>) กราฟฟิตี้สำหรับผมคือการทำที่สามารถแสดงตัวตนออกมาได้อย่างแท้จริง ในความเป็นจริงการชอบอะไรสักอย่างไม่จำเป็นต้องมีความหมายก็ได้ ผมแค่อยากทำงานให้ผู้คนได้มีโอกาสเห็นได้ทุกวันมาก

<sup>5</sup> มูลนิธิวัฒนธรรมเมืองไทเป ก่อตั้งขึ้นในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2528 เป็นองค์กรไม่แสวงหาผลกำไรที่จัดตั้งขึ้นโดยการบริจาคจากรัฐบาล ตั้งแต่ปลายเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2550 หลังจากการจัดระเบียบใหม่และการเปลี่ยนแปลงการดำเนินงานของรัฐบาลเมืองไทเป ภารกิจคือการส่งเสริมการพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรมเมืองในไทเป

ขึ้นและมีส่วนร่วมกับเรา ส่วนที่สำคัญที่สุดของกราฟฟิตี้คือการมีจิตใจอันมุ่งมั่น ทักษะและความเคารพ ผมว่ามันเป็นสิ่งที่คนทำงานกราฟฟิตี้จำเป็นต้องมี กราฟฟิตี้ของไต้หวันมีความแตกต่างจากประเทศอื่นตรงที่วัฒนธรรมกราฟฟิตี้ไต้หวันนอกจากภาษาอังกฤษแล้ว มีการนำภาษาบ้านเกิดมาใช้นั้นก็คือภาษาจีนแบบไต้หวัน ซึ่งมีความหลากหลายและซับซ้อนมากกว่า แต่ในพื้นที่การสร้างสรรค์มีจำกัดน้อยกว่าต่างประเทศ ผมอยู่ในกลุ่มที่มีชื่อว่า CITYMARX ซึ่งผมเป็นคนตัวเอง มันมาจากคำแปลภาษาจีนคือ "เครื่องหมายเมือง" ซึ่งเดิมที MARX คือ MARKS แล้วแต่ชื่อใครจะฟ้องกัน ซึ่งหมายถึงการสร้างกราฟฟิตี้ ศิลปะกระจายอยู่ทั่วทุกมุมเมืองและรวมเข้ากับชีวิตของทุกคน อีกอย่างทำกราฟฟิตี้คนเดียวก็เหงาอะ มันสนุกและมีพลังมากขึ้นเมื่อมีหลายคนอยู่ด้วยกัน ผมจะอยู่ที่สวนสาธารณะในซีเหมินติง ผมหวังว่าจะมีส่วนสาธารณะกลางแจ้งที่ให้แสดงออกและส่งเสริมวัฒนธรรมที่นอกเหนือจากงานกราฟฟิตี้ สตรีทแดนซ์ ดีเจ แร็ป และสเก็ตบอร์ด ในพื้นที่ซีเหมินติงที่สวนสาธารณะภาพยนตร์ไทเปทุกคนสามารถวาดกราฟฟิตี้ได้ แต่คุณต้องสมัครก่อน เพราะคุณต้องเคารพผู้อื่น เนื่องจากผนังดั้งเดิมนั้นคนอื่นใช้เงิน 3,000 ถึง 5,000 หยวนสำหรับวัสดุในการวาด ดังนั้นผมหวังว่าจะได้รับความยินยอมจากผู้สร้างดั้งเดิมก่อนเท่านั้น เมื่อคุณมีความสามารถในการสร้างสรรค์งานใหม่ทับงานเก่าได้ จากนั้นคุณสามารถเริ่มวาดได้ ผมเคยไปแข่งขันในต่างประเทศ แล้วพวกเราก็นำอะไรใหม่ๆมาที่ไต้หวันเพื่อให้คนต่างชาติมาที่ไต้หวัน โลกจะเห็นไต้หวัน และไต้หวันก็มองเห็นโลกเช่นกัน ครั้งหนึ่งเซี่ยงไฮ้ให้เงินแก่ทีมของเราไปแสดงงาน ซึ่งแปลว่าเซี่ยงไฮ้เห็นด้วยกับวัฒนธรรมของไต้หวัน แต่ไต้หวันไม่สนับสนุนและบังคับให้เราเปิดร้านขายเพื่อแข่งขันในต่างประเทศ ผมว่าเรื่องนี้น่าคิดนะ ในอนาคตผมต้องการสร้างงานศิลปะบนกำแพงที่ใหญ่ที่สุดในไต้หวัน เช่นเดียวกับประเทศศิลปะบางประเทศ พวกเขาไม่เพียงแต่จะทำในพื้นที่ในร่มเท่านั้น หลังจากได้ชมงานศิลปะแล้ว ผมหวังว่าจะสร้าง "แผนที่เส้นทาง" นั่นคือจากเมืองไทเป เกาหยวน จงลี่ ไถหนาน เกาเซียง ไถจง และเมืองต่างๆ สร้างสรรค์ผลงานศิลปะกลางแจ้งขนาดใหญ่ไปยังทุกมุมของพื้นที่กลางแจ้ง



ภาพที่ 19 American street, Taipei เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://brograsis.com/taiwan/ximengraffiti/>





ภาพที่ 20 กราฟฟิตีในย่านซีเหมินติง เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/debetwomuch>



ภาพที่ 21 พื้นที่กราฟฟิตีถูกกฎหมายในไทเปซีเหมินมาปาร์ค เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://dsignsomething.com/2018/01/09/art-around-taipei/>

ไทเปซีเหมินมาปาร์คประสบความสำเร็จในการรวมงานด้านวัฒนธรรมและศิลปะเข้ากับวัฒนธรรมของเยาวชน ไม่ว่าจะเป็นการเต้นรำหรือการถ่ายภาพ ก็กลายเป็นแลนด์มาร์คยอดนิยมสำหรับประชาชนทั่วไปและเยาวชนในการทำกิจกรรมยามว่าง ด้วยความพยายามของมูลนิธิวัฒนธรรมไทเป หวังว่าความมีชีวิตชีวาของย่านการค้าในซีเหมินติงจะขยายออกไปเพื่อปรับปรุงไทเปซีเหมินมาปาร์ค ให้ดียิ่งขึ้นไปอีก โดยรวมทำให้เกิดซีเหมินติงที่เจริญรุ่งเรือง

### ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับไทเปซีเนมาพาร์ค

Taipei Cinema Park ตั้งอยู่ที่สี่แยกของถนน Wuchang และถนน Kangding ในเมืองไทเป ซึ่งเคยเป็นบริษัท Taiwan Gas Co., Ltd. (ก่อตั้งขึ้นในปีค.ศ. 1934 ในช่วงยุคอาณานิคมของญี่ปุ่น หลังจากที่ไม่ได้ใช้งานมาเป็นเวลา 34 ปี สถานที่แห่งนี้ได้กลายเป็นสวนสาธารณะที่ใหญ่ที่สุดในซีเหมินติงสร้างเสร็จสมบูรณ์ในปีค.ศ. 2001 วัตถุประสงค์ของอุทยานโรงภาพยนตร์คือการสร้างพื้นที่พักผ่อนขนาดใหญ่ที่เต็มไปด้วยศิลปะและวัฒนธรรมที่ ไม่เพียงแต่อนุรักษ์อาคารโรงงานเก่า ปล่องไฟและเตาถ่านของบริษัทก๊าซเท่านั้น แต่ยังรวมวัฒนธรรมความบันเทิงหลากหลายแง่มุม เช่น ภาพยนตร์ ร้านอาหาร และนันทนาการของเยาวชนในบริเวณโดยรอบ ในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 2009 The Red House ซึ่งบริหารโดยมูลนิธิวัฒนธรรมไทเปได้เข้าครอบครองไทเปซีเนมาพาร์คจัดงาน “Meeting Love in Ximending – Love, Culture and Art in Taipei” ในช่วงเทศกาลภาพยนตร์ไทเป ตามด้วย “Street Voice” “โรงภาพยนตร์กลางแจ้ง” และ “นิทรรศการศิลปะสาธารณะ” สถานที่จัดงานมีเวทีสร้างสรรค์และการแสดงสำหรับวัฒนธรรมเยาวชน เช่น ศิลปะกราฟฟิตี้และดนตรีต้นฉบับ

### ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอาร์ตพลาซ่า

อาร์ตพลาซ่าเป็นพื้นที่หลักของสวนครอบครัวพื้นที่กว่า 1,980 ตารางเมตร พลาซ่ามีเวทีและหอประชุมซึ่งเป็นพื้นที่แสดงผลงานที่เหมาะสมสำหรับศิลปิน Urban Show Case ซึ่งเปิดเมื่อวันที่ 30 มกราคม 2010 เป็นส่วนหนึ่งของพลาซ่าและเป็นสถานที่สำหรับการนำเสนอด้วยสื่อมัลติมีเดีย พลาซ่ารายล้อมไปด้วยสนามหญ้า ต้นไม้ และม้านั่ง เป็นโอเอซิสใจกลางเมืองไทเป มักจะเห็นผู้คนมากมายมาที่นี่เพื่อพักผ่อน ในขณะที่นักเรียนรุ่นเยาว์กำลังฝึกเต้นรำ บรรยากาศกราฟฟิตี้และศิลปะทำให้เป็นหนึ่งในจุดถ่ายภาพที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในเมืองไทเป กิจกรรมที่เหมาะสม ได้แก่ การถ่ายภาพ โฆษณา การแสดงกลางแจ้ง และกิจกรรมกลางแจ้งอื่นๆ

### ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกำแพงกราฟฟิตี้

เลน 96 (ชื่อเล่นว่า 'ถนนอเมริกัน') บนถนนคุนหมิง ซีเหมินติง เป็นพื้นที่ที่มีเครื่องแต่งกายของวัยรุ่นที่ทันสมัยและวัฒนธรรมของเยาวชนที่แพร่หลายในเมืองไทเป คุณจะพบกับผนัง บ้านม้วน และกล่องไฟฟ้าที่ตกแต่งด้วยศิลปะกราฟฟิตี้ของไต้หวันดั้งเดิม “ไทเปซีเนมาพาร์ค” แลนด์มาร์กแห่งใหม่เพื่อการพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรมของเมืองไทเป ตั้งอยู่บนถนนอเมริกัน สวนสาธารณะมีหน้าที่รับผิดชอบในการรวมการพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรมเข้ากับวัฒนธรรมเยาวชนในพื้นที่ เพื่อให้เป็นเวทีที่ถูกต้องตามกฎหมายและปลอดภัยสำหรับศิลปินกราฟฟิตี้รุ่นเยาว์และเพื่อตกแต่งพื้นที่การค้าของซีเหมินติง สวนสาธารณะได้ร่วมมือกับสมาคมไทเปเพื่อการพัฒนาศิลปะและเยาวชนที่หลากหลายเพื่อจัดระเบียบงานกราฟฟิตี้รอบๆถนนอเมริกัน และบูรณาการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ในบริเวณโดยรอบ ในเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 พื้นที่ (กำแพง) ถูกกำหนดในสวนสาธารณะสำหรับศิลปินกราฟฟิตี้เพื่อสร้าง “กำแพงกราฟฟิตี้แห่งความรักสมัยใหม่” ซึ่งได้รับรางวัลเงินสำหรับพื้นที่สาธารณะเปิดที่โดดเด่นใน “การประกวดการออกแบบเมืองไทเปปี 2552” ในอนาคตกำแพงจะยังคงเปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชม และศิลปินจะได้รับเชิญให้สร้างกราฟฟิตี้ตามธีมอย่างสม่ำเสมอ

### ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับ Backstreet Plaza

วัฒนธรรมริมถนนของเยาวชนในซีเหมินติงมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน ความมีชีวิตชีวาและลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมย่อยยังคงโดดเด่น ก่อให้เกิดคุณลักษณะเฉพาะของซีเหมินติงในการพัฒนาพื้นที่เขตเมืองของเมืองไทเป ที่ไทเปซีเนม่าพาร์คพื้นที่กลางแจ้งที่อยู่ติดกับถนนอเมริกัน (American Street) และถนนหมิงไถจี (Mingtaizi Street) ถูกกำหนดให้เป็น “Backstreet Plaza” ด้วยแนวคิดของศูนย์พัฒนาวัฒนธรรมเยาวชน ฝ่ายจัดการพลาซ่าจึงร่วมมือกับสมาคมไทเปเพื่อการพัฒนาศิลปะและเยาวชนที่หลากหลายเพื่อจัดเวิร์กช็อปเกี่ยวกับกราฟฟิตี้ ดนตรี ดีเจ สเก็ตบอร์ด และการเต้นฮิปฮอป สำหรับนักเรียนทั่วไปและเยาวชน และจัดกิจกรรมสำหรับเยาวชนอย่างเข้มข้น สู่ไทเปซีเนม่าพาร์ค



ภาพที่ 22 Taipei Cinema Park 1934 เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก [https://kd.hedohotel.com/en/spot/ins.php?index\\_m\\_id=12&index\\_id=26](https://kd.hedohotel.com/en/spot/ins.php?index_m_id=12&index_id=26)



ภาพที่ 23 Taipei Cinema Park ปัจจุบัน เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.muzikhotel.com.tw/kr/foods-detail.php?Key=6>

### 2.3.3.2 สวนสาธารณะริมน้ำเหมยตี้ (Meiti riverside park)

เป็นพื้นที่สาธารณะที่มีกำแพงถูกกฎหมายให้สำหรับนักเขียนกราฟฟิตีได้มาแสดงฝีมือและพูดคุยแลกเปลี่ยนกัน โดยจะมีการทาสีใหม่เคลียร์กำแพงทุกๆ 6 เดือน ตามข้อกำหนดของรัฐบาล พื้นที่แห่งนี้เป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรมกราฟฟิตี ซึ่งดูแลและจัดโดยทีม KIDZ JAM ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2018 จนถึงปัจจุบัน ทางทีมผู้จัดได้จัดกิจกรรมให้เหมือนกับเกม โดยมีกฎที่เหมือนกับเป็นการท้าทายความคิดสร้างสรรค์ โดยให้นักเขียนเลือกใช้สีแค่ 3 สี เนื่องจากเป้าหมายหลักคือการแลกเปลี่ยน พูดคุยกัน แล้วการที่ใช้สีน้อยทำให้งานเสร็จเร็ว อีกทั้งเพื่อคำนึงถึงภาพลักษณ์ของเมืองให้งานไปในทิศทางเดียวกัน และเข้าถึงผู้คนทั่วไปได้โดยง่าย เพราะในการร่วมงานแต่ละครั้งจะมีผู้เข้าร่วมกว่า 30 คน ก็จะได้เห็นงานทั้ง 30 กว่าภาพด้วย



ภาพที่ 24 Meiti riverside park wall เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2566 เข้าถึงได้จาก <https://theoccasionaltraveller.com/outdoor-activities-taipei/>





ภาพที่ 25 KIDZ JAM Street Graffiti Exchange 2019 เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2566  
เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/kidzjamofficial/photos/a.347025452734300/347028829400629>



ภาพที่ 26 KIDZ JAM Street Graffiti Exchange 2019 เข้าถึงเมื่อวันที่ 27 มกราคม 2566  
เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/kidzjamofficial/photos/a.347025452734300/347028829400629>

### 2.3.4 เมืองนิวไทเป

#### 2.3.4.1 ไท่ชาน

เป็นอีกเขตเมืองที่รวบรวมศิลปินกราฟฟิตี้ทั้งในไต้หวันและนานาชาติให้มาสร้างสรรค์งานร่วมกันในรูปแบบเฉพาะตัวของแต่ละคน และยังเป็นสถานที่สำหรับจัดกิจกรรมกราฟฟิตี้ที่จัดโดย Mess-Age อย่างงาน Gate Ready ที่จัดร่วมกับรัฐบาล ซึ่งเป็นงานกราฟฟิตี้ระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในไท่ชาน โดยภายในงานนั้นก็จะมีกิจกรรมมากมายที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันดีเจ เต้นฮิปฮอป การแข่งขันพ่นในแบบต่างๆ บนตาดฟ้าอาคารนวัตกรรมมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อีกทั้งกิจกรรมการแลกเปลี่ยนกราฟฟิตี้บนประตูเหล็กที่เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกและแห่งแรกของไต้หวัน จัดขึ้นที่ถนนหมิงจื่อ (Mingzhi Road) ซึ่งเป็นศูนย์กลางประวัติศาสตร์ของเขตไท่ชาน ที่พ่อค้าแม่ค้า

จัดหาประตูเหล็ก 70 ประตูให้ศิลปินสร้างในสถานที่ งานนี้ยังได้เชิญนักสร้างสรรค์งานกราฟิตี้ ศิลปินข้างถนน และจิตรกรฝาผนังกว่า 60 คนจากทั่วไต้หวัน รวมถึงศิลปินท้องถิ่น 7 คนจากสมาคม ศิลปะและวรรณกรรมไท่ชานในเมืองนิวไทเปเพื่อร่วมกันสร้างผลงานให้เสร็จสมบูรณ์



ภาพที่ 27 ดาดฟ้าของมหาวิทยาลัย Ming Chi University of Technology เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.mcut.edu.tw/?Lang=en>



ภาพที่ 28 ผลงานกราฟิตี้ในงาน Gate Ready จัดโดย Mess-Age เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.sprayxbrush.com/news-gate-ready-graffiti-jam-taiwan/>



ภาพที่ 29 กิจกรรมในงาน Gate Ready จัดโดย Mess-Age เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://messagetaiwan.com/2017-gate-ready-graff-party/#jp-carousel-321>

จากอดีตกราฟฟิตี้ได้หันถูกมองว่าเป็นการกบฏ ทำลายพื้นที่สาธารณะ และหน่วยงานของรัฐมักจะห้ามและขับไล่ แต่ศิลปะแขนงนี้ก็ค่อยๆกลายเป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่นั้น เนื่องจากการยอมรับและความรู้เกี่ยวกับศิลปะกราฟฟิตี้ของผู้คนเติบโตขึ้น จากวิวัฒนาการของกราฟฟิตี้ได้หัน ได้เปิดมุมมองให้เห็นว่ากราฟฟิตี้ไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่ไม่ดีเสมอไป จึงทำให้นักเขียนได้รับการสนับสนุนให้นำกระป๋องสเปรย์ออกมาพ่นกำแพง เพื่อฟื้นฟูพื้นที่ในเมือง เขตทรุดโทรมรอบเกาะบางแห่งได้กลายเป็นเขตกราฟฟิตี้ที่ถูกกฎหมาย เนื่องจากได้หันพยายามสร้างตัวเองให้เป็นศูนย์กลางของความคิดสร้างสรรค์และการออกแบบ แต่ในขณะที่ศิลปินบางคนยินดีสำหรับโอกาสที่จะแสดงทักษะของตนโดยไม่มีผลกระทบ ก็ยังมีคนบางกลุ่มกล่าวว่ากรรฟิตี้ติดกับพื้นที่ที่ได้รับอนุมัติจากการขจัดต่อจิตวิญญาณของรูปแบบศิลปะการต่อต้าน ของกราฟฟิตี้ ถึงแม้ว่าโซนที่ถูกกฎหมายจะมีประโยชน์ แต่กราฟฟิตี้ที่ผิดกฎหมายก็ยังคงเฟื่องฟู อย่างไรก็ตามศิลปะแขนงนี้ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการปรับภูมิทัศน์เมืองในไต้หวัน โดยใช้ศิลปะกราฟฟิตี้มาสร้างสรรค์ให้บ้านเมืองมีความสวยงาม สะดุดตา มากกว่าการเป็นสิ่งปลูกสร้างธรรมดาที่เสื่อมโทรมลง อีกทั้งยังทำให้พื้นที่นั้นกลายเป็นแหล่งสร้างสรรค์ผลงาน เป็นแรงบันดาลใจให้กับศิลปิน เป็นแลนด์มาร์ค ส่งเสริมการค้าและภาพลักษณ์แก่พื้นที่นั้น รวมถึงกลายเป็นบทบันทึกวัฒนธรรมร่วมสมัยของสังคม ด้วยการส่งเสริมให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ การนำศิลปะกราฟฟิตี้มาสร้างมูลค่าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทรูปแบบของสินค้าที่สามารถส่งเสริมให้สินค้ามีมูลค่าที่เพิ่มสูงขึ้นและแพร่กระจายไปสู่ผู้คนทั่วโลก รวมถึงการจัดกิจกรรม และเทศกาลประจำปีที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมฮิปฮอปของไต้หวัน ศิลปะและวัฒนธรรมย่อยนี้กำลังมีส่วนร่วมกับการนำผู้คนให้มารวมตัวกันและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกันที่ไต้หวัน

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

จากการที่ทบทวนแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าได้ทบทวนรูปแบบศิลปะในการทบทวนวรรณกรรม ภูมิทัศน์วัฒนธรรม และการพัฒนาเมืองด้วยศิลปะและวัฒนธรรม ในบทนี้ผู้วิจัยได้จำแนกหัวข้อไว้ดังนี้

- 3.1 แหล่งข้อมูล
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.5 การนำเสนอข้อมูล

#### 3.1 แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาอิทธิพลศิลปะกราฟฟิตีต่อสังคมและวัฒนธรรมในไต้หวัน แบ่งออกเป็นแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ดังนี้

- 3.1.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ การสัมภาษณ์ผู้จัด 2 คน และศิลปินที่เข้าร่วมกิจกรรม 2 คน โดยผู้วิจัยได้เลือกตัวแทนประชากรที่สัมภาษณ์ ดังนี้
  - 3.1.1.1 กลุ่มผู้จัดจำนวน 2 คน ที่จัดกิจกรรมกราฟฟิตีในพื้นที่เมืองไทเปและนิวไทเป ในช่วงปี ค.ศ. 2010 – 2020
  - 3.1.1.2 กลุ่มศิลปินที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 2 คน ที่ผลงานได้รับการยอมรับ และมีการเผยแพร่สู่พื้นที่สาธารณะหรือมีการแสดงผลงานในหอศิลป์ ในช่วงระยะเวลาระหว่างปี ค.ศ. 2010 – 2020
- 3.1.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากเอกสาร หนังสือบทความในห้องสมุด บทสัมภาษณ์ที่เผยแพร่ และสื่อออนไลน์

#### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีการวิจัย (Research) โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยซึ่งประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์ (Interview) และการวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือเพียงพอ เมื่อได้ข้อมูลจึงนำมาวิเคราะห์แยกออกเป็นพื้นที่ทั้งหมด 3 พื้นที่ ซึ่งได้แก่ เมืองไทเป แบ่งออกเป็น 2 พื้นที่ ดังนี้ ย่านซีเหมินติง มีทีมผู้จัดคือ CITYMARX และพื้นที่กำแพงถูกกฎหมายในสวนสาธารณะริมน้ำ มีทีมผู้จัดคือ KIDZ JAM เมืองนิวไทเป พื้นที่ไท่ชาน ทีมผู้จัดคือ Mess-Age Taiwan เพื่อให้เห็นถึงจุดประสงค์ของการนำไปศึกษาบทบาทของศิลปะกราฟฟิตีต่อการขับเคลื่อนสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจในไต้หวัน และเพื่อศึกษาแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตีในไต้หวัน

เครื่องมือในการวิจัยที่ใช้ในการสัมภาษณ์มีดังนี้

แบบสอบถาม/คำถามในการสัมภาษณ์ผู้จัด

1. ในมุมมองของคุณกราฟฟิตีหมายถึงอะไร (In your perspective, what do graffiti represent?)  
ตอบ .....
2. คุณคิดว่ากราฟฟิตีของไต้หวันมีความแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร กรุณาอธิบายอย่างละเอียด (To what extent do you think Taiwan's graffiti is more distinct than the others? Please elaborate.)  
ตอบ .....
3. แนวคิดงานของคุณคืออะไร โปรดอธิบายสไตล์งานของคุณ (What is idea under your work? Please describe your graffiti or artistic style you prefer.)  
ตอบ .....
4. คุณช่วยเล่าความเป็นมาของทีมให้ฟังหน่อย (Can you tell me the history of your crew?)  
ตอบ .....
5. อะไรคือปัญหาที่พบในการจัดอีเวนต์หรือกิจกรรม และมีวิธีแก้ไขอย่างไร (What are the problems encountered in organizing events or activities? And how do you solve this problem?)  
ตอบ .....
6. มีองค์กรหรือหน่วยงานใดที่ให้การสนับสนุนบ้าง (Is there any agency or organization to support it?)  
ตอบ .....
7. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้คนในท้องถิ่นยอมรับกราฟฟิตี และเป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่ตรงนั้นได้ (What do you think is what makes graffiti accepted by the locals and makes it a part of the city?)  
ตอบ .....
8. มีความเป็นไปได้ไหมที่งานของคุณจะนำไปสู่การสร้างสรรคหรือขับเคลื่อนสังคม (Is there any possibility that your work would lead or create social issues? Please explain in detail.)  
ตอบ .....
9. ที่ไต้หวันมีสถานที่สอนกราฟฟิตีหรือเวิร์คช็อปบ้างไหม (Is there a place that offers graffiti lessons or workshops in Taiwan?)  
ตอบ .....
10. ในอนาคตคุณคิดว่ากราฟฟิตีจะพัฒนาหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด (In the future, what direction do you want Taiwan's graffiti to develop or change?)  
ตอบ .....

แบบสอบถาม/คำถามในการสัมภาษณ์ศิลปิน

1. ในมุมมองของคุณกราฟฟิตีหมายถึงอะไร (In your perspective, what do graffiti represent?)  
ตอบ .....

2. คุณคิดว่ากราฟฟิตีของไต้หวันมีความแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร กรุณาอธิบายอย่างละเอียด (To what extent do you think Taiwan's graffiti is more distinct than the others? Please elaborate.)  
ตอบ .....
3. แนวคิดงานของคุณคืออะไร โปรดอธิบายสไตล์งานของคุณ (What is idea under your work? Please describe your graffiti or artistic style you prefer.)  
ตอบ .....
4. คุณช่วยเล่าความเป็นมาของทีมให้ฟังหน่อย (Can you tell me the history of your crew?)  
ตอบ .....
5. อะไรคือปัญหาที่พบในการเข้าร่วมกิจกรรม และมีวิธีแก้ไขอย่างไร (What problems have you encountered in the activities or events you participate in? And how do you solve this problem?)  
ตอบ .....
6. มีองค์กรหรือหน่วยงานใดที่ให้การสนับสนุนบ้าง (Is there any agency or organization to support it?)  
ตอบ .....
7. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้คนในท้องถิ่นยอมรับกราฟฟิตี และเป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่ตรงนั้นได้ (What do you think is what makes graffiti accepted by the locals and makes it a part of the city?)  
ตอบ .....
8. ความเป็นไปได้ใหม่ในงานของคุณจะนำไปสู่การสร้างสรรคหรือขับเคลื่อนสังคม (Is there any possibility that your work would lead or create social issues? Please explain in detail.)  
ตอบ .....
9. ที่ไต้หวันมีสถานที่สอนกราฟฟิตีหรือเวิร์คช็อปบ้างไหม (Is there a place that offers graffiti lessons or workshops in Taiwan?)  
ตอบ .....
10. ในอนาคตคุณคิดว่ากราฟฟิตีจะพัฒนาหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด (In the future, what direction do you want Taiwan's graffiti to develop or change?)  
ตอบ .....

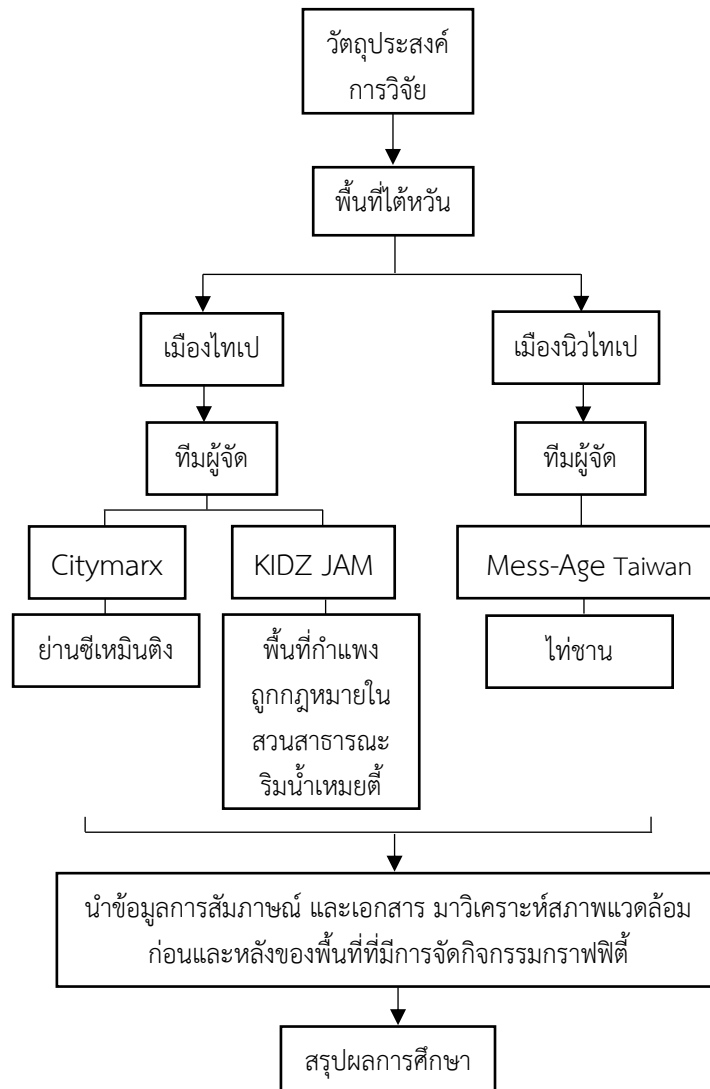
### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์และการวิเคราะห์เอกสาร จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนและหลังของพื้นที่ และสรุปผลการศึกษา ดังนี้

- 3.2.1 การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์ตัวแทนประชากรผ่านโปรแกรม Zoom โดยในระหว่างการสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียง และจดคำสัมภาษณ์ต่างๆ และมีการสัมภาษณ์ผ่าน Google form โดยแบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่
- 3.2.1.1 ผู้จัดงานเกี่ยวกับกราฟฟิตี้ ที่จัดกิจกรรมกราฟฟิตี้ในพื้นที่เมืองไทยและนิวไทเป ในช่วงปี ค.ศ. 2010 – 2020 จำนวน 2 คน ได้แก่
- Aserk ผู้จัดจาก KIDZ JAM
  - Faso ผู้จัดจาก Mess-Age Taiwan
- 3.2.1.2 ศิลปินที่เข้าร่วมกิจกรรมกราฟฟิตี้ ที่ผลงานได้รับการยอมรับ และมีการเผยแพร่สู่พื้นที่สาธารณะหรือมีการแสดงผลงานในหอศิลป์ ในช่วงระยะเวลาระหว่างปี ค.ศ. 2010 – 2020 จำนวน 2 คน ได้แก่
- DZUSone
  - Zayck
- 3.2.2 การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis) ศึกษาค้นหาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบศิลปะ ภูมิทัศน์วัฒนธรรม และการพัฒนาเมืองด้วยศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งเอกสารทางวิชาการต่างๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับกราฟฟิตี้ทั้งในได้หวันและต่างประเทศ การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และบทสัมภาษณ์ที่เผยแพร่ เพื่อนำมาเป็นส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.2.3 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมก่อนและหลังของพื้นที่ที่มีการจัดกิจกรรมกราฟฟิตี้ ในเมืองไทยและนิวไทเป โดยแบ่งตามทีมผู้จัด ดังนี้
- เมืองไทย
- Citymarx วิเคราะห์สภาพแวดล้อมของพื้นที่ย่านซีเหมินติงผ่านงาน XIMEN BACKSTREET FESTIVAL
  - KIDZ JAM วิเคราะห์สภาพแวดล้อมพื้นที่กำแพงถูกกฎหมายในสวนสาธารณะ ริมน้ำเหมยตี้ผ่านงาน KIDZ JAM Street Graffiti Exchange
- เมืองนิวไทเป
- Mess-Age Taiwan วิเคราะห์สภาพแวดล้อมพื้นที่ไ่ชานผ่านงาน Gate Ready
- 3.2.4 สรุปผลการวิเคราะห์

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์



### 3.5 การนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การบรรยายเชิงวิเคราะห์ โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาประมวลผล วิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ด้านได้แก่

1. ด้านวัฒนธรรม
2. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ



## บทที่ 4 วิเคราะห์ผลการศึกษา

จากการสัมภาษณ์ผู้จัดและศิลปิน รวมถึงการวิเคราะห์เอกสาร ทำให้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่องราวความเป็นมาของศิลปะกราฟฟิตีในไต้หวัน วิสัยทัศน์คนท้องถิ่นต่อกราฟฟิตี การพัฒนาเมืองด้วยศิลปะและวัฒนธรรม รวมไปถึงรูปแบบกราฟฟิตีในไต้หวัน โดยผู้วิจัยวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1. ด้านวัฒนธรรม
2. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ผู้วิจัยแยกผลการวิเคราะห์จากทีมผู้จัดและศิลปินที่สัมภาษณ์ ดังนี้

### 4.1 ทีม CITYMARX

เมื่อพิจารณาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ย่านซีเหมินติงผ่านงาน XIMEN BACKSTREET FESTIVAL และข้อมูลจากบทสัมภาษณ์ผู้จัด Jimmy (ดูบทที่ 2 : ซีเหมินติง หน้า 26) จะเห็นได้ว่าตามตรอกและกำแพงในพื้นที่บริเวณนี้เป็นผืนผ้าใบที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยผลงานของศิลปินข้างถนนชาวไต้หวันและชาวต่างชาติจำนวนมาก การสร้างสรรค์ผลงานกราฟฟิตีทุกประเภทสามารถพบเห็นได้ที่นี่ ทั้งบนผนัง ประตูเหล็ก รั้วร้านค้า และกล่องไฟฟ้า ในรูปแบบกราฟฟิตีที่จะดึงดูดสายตาของผู้คน อีกทั้งยังมีกิจกรรมที่น่าตื่นตาหลากหลายตั้งแต่งานกราฟฟิตี การเต้น จนไปถึงการฉายภาพยนตร์

#### ข้อมูลงาน XIMEN BACKSTREET FESTIVAL

เทศกาลซีเหมินแบ็คสตรีท (西門町後街文化祭) ได้รับทุนสนับสนุนจากรัฐบาลเมืองไทเป มีกิจกรรมที่น่าตื่นตาหลากหลายตั้งแต่งานกราฟฟิตี การเต้น ไปจนถึงงานศิลปะและงานฝีมือ เทศกาลประจำปีนี้ทำหน้าที่เป็นเวทีสำหรับวัฒนธรรมเยาวชนของไต้หวัน โดยที่มองข้ามความประชิดประชัน ส่วนหนึ่งของความพยายามของรัฐบาลในการควบคุมและควบคุมเสียงที่ไม่เป็นไปตามข้อกำหนดและเป็นกบฏของท้องถนน ตัวอย่างเช่น ในไทเป การพนสีในสถานที่อื่นที่ไม่ใช่กำแพงกราฟฟิตีที่เมืองกำหนดถือเป็นอาชญากรรม ค่าปรับสูงสุดสำหรับศิลปินกราฟฟิตีที่ “ผิดกฎหมาย” คือ NT\$6,000 กระนั้น เทศกาลนี้ยังเป็นโอกาสที่จะนำทัศนวิสัยและภาพลักษณ์ที่ดีมาสู่วัฒนธรรมบนท้องถนน ซึ่งมักถูกมองว่าเป็นการก่อกวนจัดอย่างเป็นทางการโดยผู้บริหารของ ไทเปซีเนม่าพาร์ค และ The Red House (西門紅樓) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของมูลนิธิวัฒนธรรมไทเป (台北文化基金會)



ภาพที่ 30 พื้นที่กราฟฟิตีในไทเปจีนี่มาปาร์ค เข้าถึงเมื่อวันที่ 3 ตุลาคม 2565 เข้าถึงได้จาก <https://dsignsomething.com/2018/01/09/art-around-taipei/>



ภาพที่ 31 โปรไฟล์เฟสบุ๊คของ Jimmy เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/profile.php?id=100064390191432>

ผลการวิเคราะห์โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

#### 1. ด้านวัฒนธรรม

วัฒนธรรมกราฟฟิตีในพื้นที่แห่งนี้มีความหลากหลาย เป็นการผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมใหม่เข้าด้วยกัน เทศกาลประจำปีนี้ทำหน้าที่เป็นเวทีสำหรับวัฒนธรรมเยาวชนของ ไต้หวัน ด้วยวัฒนธรรมกราฟฟิตีที่เป็นเอกลักษณ์ ซีเหมินติงจึงดึงดูดกลุ่มคนทั้งในไต้หวันและ

ต่างประเทศที่ชื่นชอบและหลงใหลในวัฒนธรรมสตรีทให้มารวมตัวกัน และสร้างปรากฏการณ์วัฒนธรรมย่อยขึ้น ส่วนใหญ่เป็นวัฒนธรรมสตรีทสำหรับวัยรุ่น รวมถึงวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ สเก็ตบอร์ด ฮิปฮอป และดีเจ

## 2. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ

พื้นที่แห่งนี้เดิมทีเป็นศูนย์รวมการค้าและแหล่งเศรษฐกิจอยู่แล้ว ทีม Citymarx หน่วยงานต่างๆ และภาครัฐ จึงจัดระเบียบงานกราฟฟิตี้ เพื่อให้เป็นเวทีที่ถูกต้องตามกฎหมายและปลอดภัยสำหรับศิลปินกราฟฟิตี้รุ่นเยาว์และเพื่อตกแต่งพื้นที่การค้าของซีเหมินติง รวมถึงสวนสาธารณะภาพยนตร์ไทเป ได้ร่วมมือกับสมาคมไทเปเพื่อการพัฒนาศิลปะและเยาวชน พื้นที่แห่งนี้จึงกลายเป็นแลนด์มาร์กของซีเหมินติง เป็นเวลากว่าสิบปีแล้วที่ไทเปซีเนม่าพาร์ค ได้ปลูกฝังและวางแผนกิจกรรมต่างๆ ให้สำหรับเยาวชน โดยหวังว่าจะเปลี่ยนความประทับใจของสาธารณชนที่มีต่อวัฒนธรรมบนท้องถนน เทศกาลนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มฮิปฮอปและผู้เขียนกราฟฟิตี้ ทีมงาน แบรินด์เสื้อผ้าสตรีท และผู้สนับสนุนวัฒนธรรมสตรีทอื่นๆ

ทางด้านผู้จัด Jimmy ศิลปินกราฟฟิตี้รุ่นเก่าที่เป็นแรงผลักดันเบื้องหลังงาน ก็ได้อุทิศตนเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมเยาวชนด้วยการจัดการแข่งขัน การสาธิต และกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมสตรีทอยู่เสมอ โดยผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ ทั้งใน เฟซบุ๊ก Facebook Instagram และเว็บไซต์ รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์กับพื้นที่สาธารณะในสวนสาธารณะภาพยนตร์ไทเป ในอนาคต Jimmy ตั้งตารอที่จะได้ร่วมมือกับศิลปินกราฟฟิตี้ที่มีชื่อเสียงทั้งในและต่างประเทศ เพื่อให้วัฒนธรรมกราฟฟิตี้ของไต้หวันสามารถพัฒนาได้หลากหลาย โดยหวังว่าจะให้คนรุ่นใหม่ได้มีพื้นที่เพื่อพัฒนาความสามารถของตนเองมากขึ้น และเขาคาดหวังที่จะสร้างสรรค์ผลงานกราฟฟิตี้ขนาดใหญ่ให้เป็น "แผนที่เส้นทาง" จากเมืองไทเป เกาหยวน จงลี่ ไถหนาน เกาสง และอีกหลายเมือง เพื่อเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมและมุมมองใหม่ๆ

### 4.2 ทีม KIDZ JAM

เมื่อพิจารณาสภาพแวดล้อมของกำแพงที่ถูกกฎหมายในสวนสาธารณะริมน้ำเหมยตี้ผ่านงาน KIDZ JAM Street Graffiti Exchange และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จัด Aserk จะเห็นได้ว่าผนังกำแพงในพื้นที่แห่งนี้ ถูกตกแต่งด้วยศิลปะกราฟฟิตี้ที่มีสีสันไปในทิศทางเดียวกันตลอดแนวริมแม่น้ำ ประเภทงานที่พบมีทั้ง Throw-ups ,Character ,Wildstyle ,3D ,Stencil และ Piece

#### ข้อมูลกิจกรรม KIDZ JAM Street Graffiti Exchange

เป็นการวาดภาพฟรีสไตล์ที่จำกัดสี ที่ต้องการนำเสนอวิสัยทัศน์ใหม่ของการทำงานร่วมกันกับธีมที่แตกต่างกันในสวนสาธารณะริมน้ำเหมยตี้ มีสนามหญ้าขนาดใหญ่ ที่ผู้เข้าร่วมสามารถปิกนิกพร้อมชมศิลปะและดนตรีได้ที่นี่ หรือจะเต้นรำก็ได้ ในปี 2019 KIDZ JAM ร่วมมือกับนิทรรศการกลุ่ม 4000 CE ที่ดูแลโดย Oomph เชิญศิลปินนานาชาติและท้องถิ่นมาวาดภาพบนกำแพงที่สวนสาธารณะริมน้ำเหมยตี้ด้วยธีมพิเศษ 'An Imagination of Future Earth' & '3+1'



ภาพที่ 32 ภาพบรรยากาศงานงาน KIDZ JAM Street Graffiti Exchange 2018 เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.230802191023294&type=3>

#### ข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้จัด Aserk Chu

1. ในมุมมองของคุณกราฟฟิตี้หมายถึงอะไร  
ตอบ สำหรับผมกราฟฟิตี้เป็นเหมือนเกมเกมหนึ่งบนถนน มาแข่งขันในพื้นที่แห่งหนึ่งบนถนนที่มีกฎเกณฑ์ พวกเราอยากจะสร้างกลุ่มสังคมตรงนี้เพื่อแสดงให้เห็นถึงในสิ่งที่รักและต้องการนำเสนอตัวตน กราฟฟิตี้มีความแตกต่างจากงานเพ้นท์ เรารู้ว่าวัฒนธรรมของกราฟฟิตี้ก็คือการนำเสนอตัวเอง อย่างเช่น ว่าฉันมาจากไหน ทำสิ่งที่ฉันรักผ่านการพ่นบนกำแพง ส่วนงานเพ้นท์ก็คือการเพ้นท์เรื่องราวเพ้นท์ในสิ่งที่ชอบ เล่าเรื่องของคนอื่น แต่กราฟฟิตี้คือการเล่าเรื่องของตัวเราเอง
2. คุณคิดว่ากราฟฟิตี้ของไต้หวันมีความแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร (กรุณาอธิบายอย่างละเอียด)  
ตอบ ผมคิดว่างานกราฟฟิตี้ของไต้หวันเป็นงานสไตล์ Piece เพราะผมรู้ประวัติของนิวยอร์กว่าเริ่มมาจากการพ่นเพื่อความสนุก มีการจัดการแข่งขันแบบตัวอักษรว่าใครทำได้สวยได้ใหญ่ แต่ในไต้หวันเป็นแค่เกาะเล็กๆ มีกล้อง CCTV คนไต้หวันส่วนใหญ่ก็เลยเลือกทำเป็นงานอดิเรก กราฟฟิตี้ไต้หวันเป็นวัฒนธรรมแบบผสม ต่างจากยุโรป ในเรื่องของสไตล์ และที่ไต้หวันมีความอิสระมากกว่าในเรื่องของสไตล์ ความคิดสร้างสรรค์ เราเป็นกลุ่มกราฟฟิตี้เล็กๆที่การแข่งขันไม่ได้สูง
3. แนวคิดงานของคุณคืออะไร โปรดอธิบายสไตล์งานของคุณ  
ตอบ ผมขอบอกเลยว่า ผมเริ่มทำกราฟฟิตี้มาจากวัฒนธรรมฮิปฮอป บางทีก็เป็นตัวอักษร บางทีก็คาแรคเตอร์ งานส่วนใหญ่ของผมคือตัวอักษร แล้วเพิ่มเติมบางสิ่งบางอย่างเข้าไป อย่างเช่นการลองเปลี่ยนสไตล์ แต่งงานของผมนักไม่ได้เหมือนสไตล์ฝั่งยุโรป สามารถเรียกได้ว่าเป็นสไตล์ไต้หวัน แต่ไม่สามารถระบุได้แน่ชัดว่าเป็นสไตล์อะไร แต่เป็นแบบไต้หวัน แต่สำหรับบางคนสามารถบอกสไตล์ได้ชัดว่ายุค 80 90 นิวยอร์ก ซึ่งสไตล์พวกนี้ก็สร้างแรงบันดาลใจให้ผมเป็นอย่างมาก

4. คุณช่วยเล่าความเป็นมาของทีมให้ฟังหน่อย

ตอบ KIDZ JAM เดิมทีคือกลุ่มของเขา โซโทะคือสมาชิกในทีมที่พากันทำเรื่องซนๆ ANCKidคือจุดเริ่มต้นกลุ่ม ปี2016 เราเริ่มชวนคนอื่นมาพ่นกำแพงในตึกร้าง ในวันนั้นคือวันคริสต์มาสอีฟ ชวนไปทั้งหมด 20 คน แต่คือมันเป็นเรื่องยากมากที่จะชวนคนมาครบได้ทั้งหมด พอถึงเวลาจริงมาแค่ 5 คน ก็เลยได้ข้อสรุปว่าเรามาทำเป็นอีเวนต์กันดีกว่า ปี2018 ก็เลยย้ายมาที่ไทเป ในช่วงนั้นผมมีงานประจำ ก็เลยทำได้แค่ช่วงพัก หลังจากนั้นก็เริ่มทำสื่อออกมา มีการวางแผนมากขึ้น เหตุผลของบางคนที่ไม่เลือกมาพ่นตรงนี้เพราะว่างานถูกลบ ซึ่งเงินที่เขาจ่ายไปต้องเสียไปกับงานที่มีรายละเอียดเยอะๆ ก็เลยไม่มาเลือกทำตรงนี้ ในพื้นที่ตรงนี้ผมเลือกที่จะมาทำ เพราะผมยินดีที่จะทำกับกำแพงตรงนี้ ในบทบาทนี้ผมทำให้มันเป็นเหมือนเกม โดยให้เลือกใช้สีแค่ 3 สี เป้าหมายหลักคือการแลกเปลี่ยน คุณกัน แล้วการใช้สีน้อยทำให้งานดูปกติธรรมดามากขึ้น เสริจไวและได้พูดคุย ในการร่วมงานก็มีคนเข้าร่วมกว่า 30 คน เราก็จะได้เห็นงานทั้ง 30 งาน และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อคำนึงถึงภาพลักษณ์ของเมือง และเข้าถึงผู้คนโดยทั่วไปได้ง่าย ซึ่งกฎคือความท้าทายที่กระตุ้นให้คนออกมาทำกิจกรรมร่วมกัน และมีจุดมุ่งหมายให้ศิลปินมาแสดงฝีมือและแลกเปลี่ยนกัน

5. อะไรคือปัญหาที่พบในการจัดอีเวนต์หรือกิจกรรม และมีวิธีแก้ไขอย่างไร

ตอบ ปัญหาส่วนใหญ่คือเรื่องเงิน และงานส่วนใหญ่ของคนที่พ่นก็เป็นคำหยาบที่มาพ่น เลยไม่ค่อยมีสปอนเซอร์เข้ามา ยากที่จะหาผนังใหม่ได้ตลอดเวลาขนาดนั้น ก็เลยสามารถทำได้แค่นี้ไทเป แล้วก็ปัญหากับรัฐบาลในกรใช้คำหยาบ งบประมาณเริ่มแรกใช้ทุนตัวเอง และผมก็โอเคกับตรงนั้น เพราะมีพื้นที่ให้แล้ว ไม่ต้องไปหาจัดที่ไหน แต่พอหลังๆก็ได้สปอนเซอร์จากบริษัทสี่สเปร์รี่ 3 แห่ง แลกกับการถ่ายงานไปเป็นพอร์ทให้กับบริษัท และศิลปินเองก็ได้พอร์ทตรงนั้นด้วย

6. มีองค์กรหรือหน่วยงานใดที่ให้การสนับสนุนบ้าง

ตอบ ก็มีบริษัทสี่สเปร์รี่บ้าง

7. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้คนในท้องถิ่นยอมรับกราฟฟิตี้ และเป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่ตรงนั้นได้

ตอบ คนเห็นงานเยอะขึ้น เจองานมากขึ้น ก็เลยเข้าใจมากขึ้นว่าดีหรือไม่ดี เพราะตั้งแต่แรกก็ไม่ได้ถูกกฎหมายอยู่แล้ว มันก็เลยทำให้คนคิดว่ากราฟฟิตี้ไม่ใช่งานศิลปะ คนเลยไม่ยอมรับกราฟฟิตี้ในฐานะศิลปะ ผมเลยคิดว่าแค่เราต้องทำให้เยอะขึ้น ทำให้ดียิ่งขึ้น ทั้งงานที่ดีและไม่ดี เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผมนะ ล่าสุดผมไปพ่นมา และมีคนเห็นเขาก็บอกว่าโอ้! คุณทำงานกราฟฟิตี้ หรือคนเฒ่าคนแก่มาเจอแล้วถามว่าทำอะไร ผมก็จะอธิบายให้เขาฟัง รวมถึงผมทำเวิร์คช็อปอยู่แล้วก็จะมียุคคนทั่วไปมา ผมก็จะบอก พูดถึงวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ ในมุมมองใหม่ๆที่เขาไม่รู้ ถ้าเกิดว่าได้สำรวจเมืองนี้ คุณจะเห็นแท็กมากมายแต่มันไม่ทับกัน นั่นคือวัฒนธรรมของกราฟฟิตี้ ถ้าเกิดเขาได้มองในอีกมุมมองอาจเปลี่ยนมุมมอง และเคารพศิลปินกราฟฟิตี้มากขึ้น คนที่ทำกราฟฟิตี้เหมือนกันก็จะเคารพซึ่งกันและกัน เพราะว่างานที่ทำนั้นเสี่ยง และไม่ได้ทำเพื่อเงิน ทำเพื่อความพอใจของตนเอง

8. มีความเป็นไปได้ไหมที่งานของคุณจะนำไปสู่การสร้างสรรค์หรือขับเคลื่อนสังคม  
ตอบ ผมจะคอยบอกผู้คนที่เกี่ยวกับกราฟฟิตี้ แบบบางคนชอบที่จะเต้นไม่ได้อยากมาอยู่กับกราฟฟิตี้ เพราะคิดว่าตัวเองไม่ศิลปิน เลยไม่อยากเข้าถึง แต่ที่จริงแล้วกราฟฟิตี้คือสิ่งที่ทุกคนเข้าถึงได้ทุกเมื่อ คุณไม่ต้องใช้ศิลปินก็ทำมันได้ เหมือนกับคุณตอนเด็กที่วาดภาพภาพ มันจะเป็นแบบไหนก็ไม่มีถูกผิด สะท้อนให้เห็นถึงกราฟฟิตี้เหมือนกันว่าไม่มีกฎเกณฑ์ คุณไม่ได้กำลังวาดรูปที่เป็นแบบแผน แค่วาดบางสิ่งบางอย่างออกไป ในช่วง 2-3 ปีหลังเริ่มมีการใส่ประเด็นในเรื่องกราฟฟิตี้มากขึ้น แบบคนที่เต้นก็เปิดใจมาทำกราฟฟิตี้ คือสัมผัสถึงผลนั่นเอง
9. ที่ไหนมีสถานที่สอนกราฟฟิตี้หรือเวิร์คช็อปบ้างไหม  
ตอบ มี 2 ที่ได้ในไทย
10. ในอนาคตคุณคิดว่ากราฟฟิตี้จะพัฒนาหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด  
ตอบ อยากให้กราฟฟิตี้ได้หวนได้ออกไปร่วมงานกับต่างประเทศ



ภาพที่ 33 การสัมภาษณ์ผู้จัด KIDZJAM ผ่าน Zoom Video เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จากผู้วิจัย



ภาพที่ 34 โปสเตอร์ของ Aserk Chu บนอินสตาแกรม เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จาก <https://www.instagram.com/aserktw/>

## ผลการวิเคราะห์

โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

### 1. ด้านวัฒนธรรม

วัฒนธรรมกราฟฟิตี้คือการนำเสนอตัวเอง เพื่อแสดงให้เห็นถึงในสิ่งที่พวกเขารักและเป็นการนำเสนอตัวตนออกมาผ่านคาแรคเตอร์ และตัวอักษร รูปแบบงานที่พบมีหลากหลาย ส่วนมากมีลักษณะงานรูปแบบ Piece มีการใช้ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีนในงาน ตัวอักษรจีนที่นำมาใช้นั้นเป็นอักษรจีนตัวเต็ม ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ได้ห้วน เนื่องจากมีความซับซ้อนและหลากหลายมากกว่า อีกทั้งผู้จัดและศิลปินส่วนใหญ่มีพื้นฐานมาจากความชื่นชอบวัฒนธรรมฮิปฮอป (Hip-Hop culture) อย่างเช่น ฟังแนวดนตรีฮิปฮอป เจองานกราฟฟิตี้ในบทความหรือนิตยสาร เป็นต้น

### 2. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ

กราฟฟิตี้มีผลต่อภาพลักษณ์ของเมือง ทำให้มีการส่งเสริมในด้านการท่องเที่ยว กลายเป็นแลนด์มาร์คดึงดูดทั้งคนในพื้นที่และชาวต่างชาติ ซึ่งเปรียบเสมือนเป็นแกลเลอรีขนาดใหญ่กลางแจ้งติดริมแม่น้ำ ที่มีสภาพแวดล้อมร่มรื่นและงานกราฟฟิตี้ผสมกลมกลืนไปกับพื้นที่ตรงนั้น เหมาะกับการเป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ นำเสนอข้อมูล และให้มุมมองใหม่ๆเกี่ยวกับกราฟฟิตี้แก่บุคคลทั่วไป อย่างเช่น การให้ข้อมูลเรื่องวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ “ถ้าเกิดว่าคุณได้สำรวจเมืองนี้ คุณจะเห็นแท็กมากมายแต่มันไม่ทับกัน นั่นคือวัฒนธรรมของกราฟฟิตี้ ถ้าเกิดเขาได้มองในอีกมุมก็อาจจะเปลี่ยนมุมมอง และเคารพศิลปินกราฟฟิตี้มากขึ้น” (Aserk Chu, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565) หรือแม้แต่กับศิลปินหรือคนที่ทำงานกราฟฟิตี้ “พวกเขาจะเคารพซึ่งกันและกัน เพราะว่างานที่ทำนั้นเสี่ยงหรืองานที่ไม่ได้ทำเพื่อเงิน แต่ทำเพื่อความพึงพอใจของตนเอง” (Aserk Chu, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565)

ทางด้านของผู้จัดตั้งแต่ที่เริ่มทำ KIDZ JAM ก็ได้มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับกราฟฟิตี้ ทั้งในเว็บไซต์ เพจFacebook รวมถึงการจัดWork shop เพื่อสอนและให้ข้อมูลเกี่ยวกับศิลปะแขนงนี้ ที่ร้าน KIDZ JAM เป็นแกลเลอรีขนาดย่อมที่จัดแสดงงานกราฟฟิตี้ และขายสินค้าอุปกรณ์กราฟฟิตี้ ในมุมมองของAserk ทั้งในฐานะที่เป็นผู้จัดและศิลปิน ได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับและบทบาทกราฟฟิตี้ที่มีต่อสังคมเอาไว้ว่า “เพราะคนเห็นงานเยอะขึ้น เจองานมากขึ้น ก็เลยเข้าใจมากขึ้นว่าดีหรือไม่ดี เพราะตั้งแต่แรกกราฟฟิตี้ก็ไม่ได้ถูกกฎหมายอยู่แล้ว เลยทำให้คนคิดว่ากราฟฟิตี้ไม่ใช่ศิลปะ และไม่ยอมรับกราฟฟิตี้ในฐานะศิลปะ ผมเลยคิดว่าแค่เราต้องทำให้เยอะขึ้น ทำให้ดียิ่งขึ้น ผมจะคอยบอกผู้คนเกี่ยวกับกราฟฟิตี้อยู่เสมอ อย่างบางคนที่ชอบการเดินไม่ยอมมาอยู่กับกราฟฟิตี้ เพราะคิดว่าตัวเองไม่ใช่ศิลปิน จึงไม่สามารถทำหรือเข้าถึงได้ แต่ที่จริงแล้วกราฟฟิตี้คือสิ่งที่ทุกคนเข้าถึงได้ทุกเมื่อ ไม่ต้องเป็นศิลปินก็ทำได้ มันเหมือนกับตอนเด็กที่วาดภาพ ไม่มีถูกไม่มีผิด สะท้อนให้เห็นถึงกราฟฟิตี้เหมือนกันว่าไม่มีกฎเกณฑ์” (Aserk Chu, ผู้ให้สัมภาษณ์, 12 มกราคม 2565) จาก การพยายามและความทุ่มเทเหล่านี้ก็สัมฤทธิ์ผล KIDZ JAM ได้ทำให้ผู้คนในพื้นที่เปิดใจและยอมรับงานศิลปะกราฟฟิตี้ รวมไปถึงการเคารพศิลปินด้วยเช่นกัน โดยในอนาคตพวกเขาก็หวังว่ากราฟฟิตี้ได้ห้วนจะมีการออกไปทำงานร่วมกับต่างประเทศมากขึ้น



#### 4.3 ทีม Mess-Age Taiwan

เมื่อพิจารณาสภาพแวดล้อมพื้นที่ไต้หวันผ่านงาน Gate Ready และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จัด Faso จะเห็นได้ว่าบนผนังกำแพงและประตูเหล็กร้านค้าเต็มไปด้วยสีสันทันจากศิลปะกราฟฟิตี้ ประเภทงานที่พบมีทั้ง Throw-ups ,Character ,Wildstyle ,3D ,Stencil และ Piece

##### ข้อมูลกิจกรรม Gate Ready

งาน Gate Ready ที่จัดร่วมกับรัฐบาล ซึ่งเป็นงานกราฟฟิตี้ระดับนานาชาติที่จัดขึ้นในไต้หวัน โดยภายในงานนั้นก็จะมิกิจกรรมมากมายที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขันดีเจ เต้นฮิปฮอป การแข่งขันพ่นในแบบต่างๆ บนดาตฟ้าอาคารนวัตกรรมการมหาวิทยาลัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อีกทั้งกิจกรรมการแลกเปลี่ยนกราฟฟิตี้บนประตูเหล็กที่เกิดขึ้นเป็นครั้งแรกและแห่งแรกของไต้หวัน จัดขึ้นที่ถนนหมิงจื่อ (Mingzhi Road) ซึ่งเป็นศูนย์กลางประวัติศาสตร์ของเขตไต้หวัน ที่พ่อค้าแม่ค้าจัดหาประตูเหล็ก 70 ประตู ให้ศิลปินสร้างในสถานที่ งานนี้ยังได้เชิญนักสร้างสรรค์งานกราฟฟิตี้ ศิลปินข้างถนน และจิตรกรฝาผนังกว่า 60 คนจากทั่วไต้หวัน รวมถึงศิลปินท้องถิ่น 7 คนจากสมาคมศิลปะและวรรณกรรมไต้หวันในเมืองนิวไทเปเพื่อร่วมกันสร้างผลงานให้เสร็จสมบูรณ์



ภาพที่ 35 2017.9.3 "Gate Ready" Graffiti Jam Day2 เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จาก <https://www.facebook.com/media/set/?set=a.533780616961126&type=3>

##### ข้อมูลการสัมภาษณ์

1. ในมุมมองของคุณกราฟฟิตี้หมายถึงอะไร

ตอบ กราฟฟิตี้เป็นสิ่งที่ขับเคลื่อนตัวผม เหมือนกับเกมที่ได้ออกไปผจญภัยตามท้องถนน

2. คุณคิดว่ากราฟฟิตี้ของไต้หวันมีความแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร (กรุณาอธิบายอย่างละเอียด)

ตอบ ผมคิดว่ากราฟฟิตี้ไต้หวันต่างจากอเมริกามาก เริ่มต้นก็อยู่ในช่วงรุ่นเก่าๆ 20 ปีที่แล้ว มีชาวต่างชาตินำวัฒนธรรมนี้เข้ามาเผยแพร่ อย่างเข้ามาสอนการเขียนแท็ก ก็ทำให้คนรุ่นนี้รู้จัก แล้วก็ก็สามารถเรียนรู้จนเขียนแท็กของตัวเองได้ กราฟฟิตี้ไต้หวันจะเป็นงานPieceมากกว่าอเมริกา

3. แนวคิดงานของคุณคืออะไร โปรดอธิบายสไตล์งานของคุณ  
ตอบ Widestyle letter, Old school
4. คุณช่วยเล่าความเป็นมาของทีมให้ฟังหน่อย  
ตอบ ตอนแรกเลยไม่ได้คิดที่จะเริ่ม เริ่มมาจากการที่ฉันไปแปลบทความเกี่ยวกับกราฟฟิตี หลังจากนั้นฉันก็ไปซื้ออุปกรณ์มาทำกับภรรยา แล้วก็ได้มาเริ่มทำกับกลุ่ม NEC ซึ่งเป็นกลุ่มของเพื่อน จากนั้นก็เกิดเป็น Mess-Age ขึ้นมา เราขายอุปกรณ์กราฟฟิตี เพื่อให้บริการกับเหล่านักเขียนในไต้หวัน มีการแลกเปลี่ยนกัน จนปี2016 ก็มีการจัดกิจกรรมจนมาถึงทุกวันนี้
5. อะไรคือปัญหาที่พบในการจัดอีเวนต์หรือกิจกรรม และมีวิธีแก้ไขอย่างไร  
ตอบ มีปัญหามากมายเลย เพราะถูกจัดว่าเป็นสิ่งที่ไม่ถูกกฎหมาย ก็เลยค่อนข้างลำบาก กิจกรรมส่วนใหญ่ แบบอย่างเงินก็จะจัดกับรัฐบาล แต่ว่าในไต้หวันน้อยที่จะจัดกับรัฐบาลแบบจีน ในช่วง 2-3 ปีให้หลัง รัฐบาลก็เริ่มให้ความสำคัญกับกราฟฟิตี ก็มีคนรู้จักมากขึ้น แต่ว่าด้วยกิจกรรมของเราไม่เยอะเลยทำให้คนไม่ได้มาสนใจเข้าร่วมสักเท่าไรในตอนแรก เพราะต้องใช้ทุนตัวเอง อีกปัญหาหนึ่งคือปัจจุบันนักเขียนต่างชาติ มาบอมมส์สถาปัตยกรรมต่างๆ ซึ่งมันผิดกฎหมาย ตอนจะไปขอสปอนเซอร์เลยเป็นเรื่องยาก เพราะเรื่องเหล่านี้ ช่วงปี2019 งานGate Ready ทำร่วมกับรัฐบาล ไปพบกับประตูเหล็กร้านค้าร้อยละกว่าร้าน อย่างผู้สูงอายุเขาก็ชอบนะ แต่ก็ไม่เข้าใจความหมายว่ามันแปลว่าอะไร
6. มีองค์กรหรือหน่วยงานใดที่ให้การสนับสนุนบ้าง  
ตอบ ไม่มีเลย แต่ก็มีอยู่บ้าง แต่น้อยมาก
7. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้คนในท้องถิ่นยอมรับกราฟฟิตี และเป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่ตรงนั้นได้  
ตอบ ผมคิดว่ากราฟฟิตีไต้หวันอาจจะไม่ได้ถูกยอมรับหรือเป็นส่วนหนึ่งของเมืองขนาดนั้น แต่เพราะว่ามีเฟสบุ๊ค มีสื่อการประชาสัมพันธ์ กลุ่มต่างๆ มีการนำรูปไปใส่ อย่างมีงานเจ๋งๆที่นักเขียนไปห้อยโหนตัวพ่นกราฟฟิตี คนก็จะชื่นชมว่า ร้ายกาจ เก่ง แต่ที่ไทเป ไทจง หรือเกาสง ก็มีงานกราฟฟิตีให้เห็นเยอะ คนก็เลยคุ้นชิน
8. มีความเป็นไปได้ไหมที่งานของคุณจะนำไปสู่การสร้างสรรค์หรือขับเคลื่อนสังคม  
ตอบ ไม่รู้สิ ฉันคิดว่างานของฉันไม่ได้มีพลังพอที่จะขับเคลื่อนขนาดนั้น
9. ที่ไต้หวันมีสถานที่สอนกราฟฟิตีหรือเวิร์คช็อปบ้างไหม  
ตอบ ในไทเปมีนะ

10. ในอนาคตคุณคิดว่ากราฟฟิตีจะพัฒนาหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด

ตอบ คิดว่าและก็อยากให้ได้รับการยอมรับมากขึ้นนะ ตอนนี้มีคนรุ่นใหม่ มีสื่ออย่างอินสตาแกรม ผู้คนก็สามารถเข้ามาดูงานได้ มีชาวต่างชาติเข้ามาดูและความสนใจกับกราฟฟิตีได้วันเยอะ ตอนนี้มีคนทำกราฟฟิตีได้วันมากขึ้น แบบเปิดร้านขายอุปกรณ์ อย่างสี่สเปร์ย์ฟาสเตอร์ จากFaster เป็นอีกจุดสำคัญที่เขพาคนไปทำงานกราฟฟิตี



ภาพที่ 36 การสัมภาษณ์ผู้จัด Mess-Age ผ่านZoom Video เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จากผู้วิจัย



ภาพที่ 37 โปรไฟล์ของ Faso บนอินสตาแกรม เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จาก <https://www.instagram.com/bbbchapin/>

## ผลการวิเคราะห์

โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

### 1. ด้านวัฒนธรรม

จากการจัดกิจกรรมในพื้นที่ดังกล่าวพบว่าศิลปินทั้งคนใต้หวันและนานาชาติที่เข้าร่วม ดังนั้นรูปแบบงานที่พบจึงมีความหลากหลายและสามารถพบความแตกต่างได้ รูปแบบใต้หวันจะเป็นงาน Piece มากกว่า ที่มีการใช้ทั้งตัวอักษรภาษาอังกฤษและภาษาจีนในงาน ตัวอักษรจีนที่นำมาใช้นั้นเป็นอักษรจีนตัวเต็ม ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ใต้หวัน และกราฟฟิตี้ใต้หวันเป็นวัฒนธรรมแบบผสมจะมีความหลากหลายในเรื่องของรูปแบบ ความคิดสร้างสรรค์ และการแข่งขันไม่ได้สูงเท่าประเทศอื่น นอกจากวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ที่ปรากฏยังมีบ๊อย เอ็มซี ดีเจ และสเก็ทบอร์ด รวมไปถึงวัฒนธรรมการแต่งตัวอย่าง แฟชั่นสตรีท

### 2. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ

กราฟฟิตี้ในพื้นที่นี้มีการส่งเสริมการค้าของร้านค้าและภาพลักษณ์ของเมือง โดยพ่อค้าแม่ค้าพึงพอใจกับการสร้างสรรค์งานของศิลปินและยินดีที่จะให้พวกเขาสร้างสรรค์ผลงานในพื้นที่ เพราะเป็นการปรับภูมิทัศน์จากพื้นที่ทรุดโทรมให้มีความสวยงาม นอกจากนี้จะให้ความสุนทรีย์ในเรื่องของความงามแล้ว ยังสามารถดึงดูดลูกค้าให้มาเยี่ยมชมและใช้บริการร้านค้าเหล่านั้นได้อีกด้วย จากความร่วมมือของผู้จัด ศิลปิน มหาวิทยาลัย และรัฐบาล มีความต้องการที่จะนำเสนอกราฟฟิตี้ในมุมมองใหม่ๆ ต้องการที่จะเปิดวิสัยทัศน์แก่บุคคลทั่วไป ให้พื้นที่และกิจกรรมตรงนี้เป็นแหล่งเรียนรู้และแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนที่สนใจ ศิลปะแขนงนี้ เพื่อนำไปต่อยอดในสายอาชีพหรืองานอดิเรก และเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ยกตัวอย่างผลสัมฤทธิ์จากกิจกรรมเช่น “เดิมทีผู้สูงอายุที่เปิดร้านค้าอยู่ในพื้นที่ตรงนั้นมีความไม่เข้าใจกราฟฟิตี้มาก่อน กังวลและกลัวว่าจะไปวาดสิ่งที่ไม่เหมาะสม เพราะพวกเขาไม่ได้มีวิสัยทัศน์เกี่ยวกับกราฟฟิตี้ขนาดนั้น แต่หลังจากกิจกรรมนี้เขาก็เข้าใจมากขึ้นว่า กราฟฟิตี้มันไม่ได้รุนแรง และมีความสวยงามเหมือนกับศิลปะประเภทอื่นๆเหมือนกัน” (Faso, ผู้ให้สัมภาษณ์, 19 มกราคม 2565)

ทางด้านของผู้จัด Faso ตั้งแต่ที่เริ่มทำ Mess-Age ก็ได้มีการเผยแพร่ข้อมูลและแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมกราฟฟิตี้ ทั้งในเว็บไซต์ เพจFacebook และInstagram รวมถึงขายสินค้าและอุปกรณ์กราฟฟิตี้ ในมุมมองของFaso เขาคิดว่าการที่กราฟฟิตี้ได้รับการยอมรับนั้นเป็นเพราะสื่อ อย่างเช่นกลุ่มในFacebook ที่มีการประชาสัมพันธ์ นำรูปผลงานมาใส่ หรือวิดีโอที่นักเขียนไปห้อยโหนตัวพ่นกราฟฟิตี้ ทำให้คนชื่นชม ชื่นชอบ และในแต่ละเมืองใหญ่ของใต้หวันก็มีงานแนวBombing ให้ได้พบเห็นอยู่ทั่วไป เลยทำให้คนคุ้นชิน ในอนาคตเขาคิดว่ากราฟฟิตี้จะได้รับการยอมรับที่มากกว่าเดิม มีคนทำกราฟฟิตี้มากขึ้น เนื่องจากในตอนนี้อีกมีคนรุ่นใหม่ที่สนใจและอยากทำกราฟฟิตี้ รวมถึงร้านขายอุปกรณ์ก็มีเปิดมากขึ้น อย่างสี่สเปย์แบรนด์Faster ที่จัดทำโดยศิลปินกราฟฟิตี้ในยุคแรกๆของใต้หวัน

จุดสำคัญคือไม่ต้องนำเข้าสู่สปีชเปร์ยจากต่างประเทศ และศิลปินFasterเองก็คอยให้คำแนะนำ และพาคนไปทำงานกราฟฟิตีอยู่เสมอ รวมถึงตัวเขาเองที่นอกจะเป็นกราฟฟิตีไซเนอร์ก็ยังเป็นครูสอนศิลปะด้วยอย่างในคลาสเรียนก็แนะนำถึงรูปแบบลักษณะงานกราฟฟิตี

#### 4.4 ศิลปิน Zayck

ข้อมูลการสัมภาษณ์

1. ในมุมมองของคุณกราฟฟิตีหมายถึงอะไร  
ตอบ กราฟฟิตีเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอวิถีชีวิต สื่อในสิ่งที่ตนเองสนใจ แสดงความเป็นตัวเองออกมา
2. คุณคิดว่ากราฟฟิตีของไต้หวันมีความแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร (กรุณาอธิบายอย่างละเอียด)  
ตอบ กราฟฟิตีไต้หวันได้รับอิทธิพลมาจากต่างประเทศ ในไต้หวันมีคนต่างประเทศย้ายเข้ามาอยู่แล้วก็นำสิ่งนี้มาด้วย ภายหลังก็มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไต้หวันเอง
3. แนวคิดงานของคุณคืออะไร โปรดอธิบายสไตล์งานของคุณ  
ตอบ โดยทั่วไปสไตล์งานของผมก็ยังไม่รู้แน่ชัดเหมือนกัน ผมแค่อยากจะสื่อสารผ่านตัวอักษรก็เท่านั้น ผมไม่สามารถอธิบายสไตล์ของผมผ่านคำพูดได้ คงจะเป็นเหมือนรูปแบบแมนแต่เป็นการวาดรูปโดยใช้ตัวอักษร ในเรื่องของกราฟฟิตีไต้หวันที่พัฒนามากสุดก็คือในเรื่องของคาแรคเตอร์ การวาดตัวละครที่ช่วยยกระดับขึ้นมาจากใต้ดิน
4. คุณช่วยเล่าความเป็นมาของกลุ่มให้ฟังหน่อย  
ตอบ แต่ก่อนผมมี 3 กลุ่ม กลุ่มแรกคือ WBU กลุ่มที่สองคือ O.K. และ CNC เป็นกลุ่มที่มีมานานตั้งแต่ปีค. ศ. 1988 กลุ่มนี้มีศิลปินที่ผมชื่นชอบเยอะ ก็เลยไปเข้าร่วม
5. อะไรคือปัญหาที่พบในการเข้าร่วมกิจกรรม และมีวิธีแก้ไขอย่างไร  
ตอบ มีปัญหาเยอะอยู่นะ จากประสบการณ์ของฉันทอนสมัยเรียนอยู่มหาวิทยาลัย ตรงป้ายรถเมล์จะมีกำแพงยาวๆ ฉันทก็ไปพ่นแต่ตอนนั้นมันยังไม่ถูกกฎหมาย ฉันทโดนตำรวจไล่เหมือนในหนังเลย แต่ก็ถูกลอยไป ถ้าเทียบในอดีตกับปัจจุบันจากการที่พัฒนามาจนถึงทุกวันนี้ กราฟฟิตีถูกยอมรับและเปิดเผยมากขึ้น ฉันทไม่ได้โดนตำรวจไล่เวลาไปพ่นตามสถานที่รกร้างเหมือนเมื่อก่อน
6. มีองค์กรหรือหน่วยงานใดที่ให้การสนับสนุนบ้าง  
ตอบ ช่วงที่เปิดรับมากขึ้น ก็มีพื้นที่สวนสาธารณะริมน้ำ
7. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้คนในท้องถิ่นยอมรับกราฟฟิตี และเป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่ตรงนั้นได้  
ตอบ สมัยก่อนคนไม่ค่อยยอมรับการที่จะมาพ่นงานตามกำแพง แต่ว่าในปัจจุบันคนยอมรับมากขึ้นแล้วยังมีบางงานที่สวยคนก็เลยเปิดรับมากขึ้นไปอีก หลักๆก็คือคนเราให้นิยามความสวยงามที่ต่างกัน

8. มีความเป็นไปได้ไหมที่งานของคุณจะนำไปสู่การสร้างสรรค์หรือขับเคลื่อนสังคม  
ตอบ ส่วนตัวแล้วผมคิดว่าไม่ได้มีส่วนช่วยขับเคลื่อนอะไร
9. ที่ไต้หวันมีสถานที่สอนกราฟฟิตีหรือเวิร์คช็อปบ้างไหม  
ตอบ มีเยอะอยู่ ในแต่ละพื้นที่ไต้หวันมีการเปิดร้านกราฟฟิตีมากมาย และมีการจัดกิจกรรม อย่างในไทเปก็มี เหมือนมีการตกลงกันว่าในหนึ่งวันจะมีการตกลงมาทำกิจกรรมร่วมกันเป็นกลุ่มเล็กๆ
10. ในอนาคตคุณคิดว่ากราฟฟิตีจะพัฒนาหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด  
ตอบ ผมหวังว่ากราฟฟิตีในไต้หวันจะมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้นในอนาคต ก็อย่างที่รู้กันว่าเป็นของต่างชาติ ปัจจุบันไต้หวันเองก็มีศิลปินเป็นของตัวเองอยู่มากมาย อยากให้เป็นในรูปแบบของวัฒนธรรมไต้หวันอย่างเต็มตัว



ภาพที่ 38 การสัมภาษณ์ศิลปินกราฟฟิตี Zayck ผ่าน Zoom Video เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จากผู้วิจัย



ภาพที่ 39 โพรไฟล์ของ Zayck บนอินสตาแกรม เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จาก [https://www.instagram.com/x.fong\\_/](https://www.instagram.com/x.fong_/)

## ผลการวิเคราะห์

โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

### 1. ด้านวัฒนธรรม

กราฟฟิตี้เป็นวัฒนธรรมที่มาจากต่างชาติ โดยมีคนต่างประเทศที่ย้ายเข้ามาอยู่ในไต้หวันแล้วก็นำวัฒนธรรมตรงนี้มาด้วย จนภายหลังก็ได้มีการผสมผสานวัฒนธรรมจนเป็นเอกลักษณ์ของไต้หวันสำหรับ Zayck กราฟฟิตี้เป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอไลฟ์สไตล์ สื่อในสิ่งที่ตนเองสนใจ แสดงความเป็นตัวเองออกมา รูปแบบงานกราฟฟิตี้ของเขาเองก็ไม่ได้มีสไตล์ที่แน่ชัด แต่ว่ารูปแบบงานไต้หวันที่พัฒนามากที่สุดคือ การวาดตัวละครหรือคาแรคเตอร์ ที่ช่วยยกระดับขึ้นมาจากใต้ดิน

### 2. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ในสมัยก่อนคนไม่ได้ยอมรับและมองว่ากราฟฟิตี้เป็นสิ่งที่ไม่ดี ต้องทำอย่างลักลอบ แต่ว่าในปัจจุบันผู้คนมีการเปิดใจและยอมรับมากขึ้น โดยหลักคนจะให้ค่ากับความสวยงาม อย่างเช่นงานไหนที่สวยคนก็จะเปิดรับมากกว่า มีการจัดสรรพื้นที่ให้ได้สร้างสรรค์งานอย่างเช่น กำแพงที่สวนสาธารณะริมน้ำ เป็นต้น ปัจจุบันในแต่ละพื้นที่ในไต้หวันมีการเปิดร้านกราฟฟิตี้มากมาย และมีการจัดกิจกรรมอย่างในไทเปเองในแต่ละวันก็จะมีการวางแผนจัดกิจกรรมรวมกลุ่มเล็กๆ

ในอนาคต Zayck หวังว่ากราฟฟิตี้จะมีการพัฒนารูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น เนื่องจากได้รับมาจากอิทธิพลจากต่างประเทศ เลยอยากให้กราฟฟิตี้ไต้หวันมีวัฒนธรรมแบบเป็นของไต้หวันอย่างเต็มตัว

## 4.5 ศิลปิน DSUZone

ข้อมูลการสัมภาษณ์

### 1. ในมุมมองของคุณกราฟฟิตี้หมายถึงอะไร

ตอบ กราฟฟิตี้แสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนจิตวิญญาณของนักเขียนกับนักเขียนด้วยกัน

### 2. คุณคิดว่ากราฟฟิตี้ของไต้หวันมีความแตกต่างจากที่อื่นอย่างไร (กรุณาอธิบายอย่างละเอียด)

ตอบ สำหรับผม ไต้หวันเป็นที่แรกในเอเชียที่ใช้ตัวอักษรจีนสร้างสไตล์กราฟฟิตี้ ทุกที่ที่พวกเขาสามารถใช้ภาษาแม่เป็นสไตล์กราฟฟิตี้

### 3. แนวคิดงานของคุณคืออะไร โปรดอธิบายสไตล์งานของคุณ

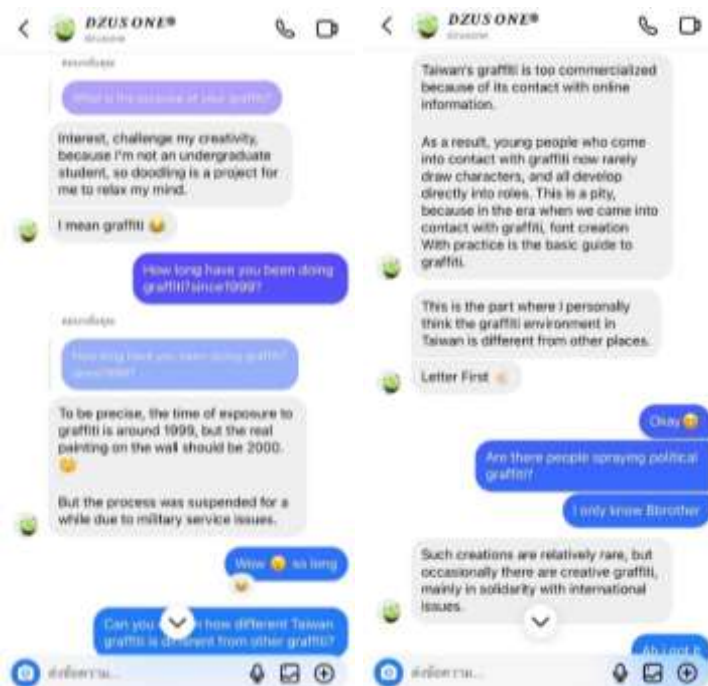
ตอบ Chinese wild style

### 4. คุณช่วยเล่าความเป็นมาของทีมให้ฟังหน่อย

ตอบ ก่อตั้งขึ้นปี 1999 ที่เมืองเกาสง ไต้หวัน



5. อะไรคือปัญหาที่พบในการเข้าร่วมอีเวนต์หรือกิจกรรม และมีวิธีแก้ไขอย่างไร  
ตอบ ผมไม่มีแรงจูงใจที่จะจับปากกา ในเวลานั้นผมจะอยู่ห่างจากสภาพแวดล้อมการวาดภาพของผม และออกไปดูภูเขาทะเลที่โอบแผ่นดินไว้
6. มีองค์กรหรือหน่วยงานใดที่ให้การสนับสนุนบ้าง  
ตอบ มีสถาบันหรือองค์กรมากมายในไต้หวัน แต่เกือบทั้งหมดจัดตั้งขึ้นโดยประชาชน ซึ่งไม่ได้ช่วยอะไรมากนักในสภาพแวดล้อมกราฟฟิตี้
7. คุณคิดว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้คนในท้องถิ่นยอมรับกราฟฟิตี้ และเป็นส่วนหนึ่งในพื้นที่ตรงนั้นได้  
ตอบ สื่อ
8. มีความเป็นไปได้ไหมที่งานของคุณจะนำไปสู่การสร้างสรรคหรือขับเคลื่อนสังคม  
ตอบ มันจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาใหญ่ใดๆ เพราะทั้งหมดขึ้นอยู่กับว่าสื่อเต็มใจที่จะบงการคุณหรือไม่
9. ที่ไต้หวันมีสถานที่สอนกราฟฟิตี้หรือเวิร์คช็อปบ้างไหม  
ตอบ มี SPG, KIDZ JAM เหล่านี้เป็นองค์กรในเชิงบวกมาก
10. ในอนาคตคุณคิดว่ากราฟฟิตี้จะพัฒนาหรือมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด  
ตอบ ฉันหวังว่าทุกคนจะมีกำแพงให้ได้สร้างสรรค์ผลงาน



ภาพที่ 40 แขทข้อความการพูดคุยกับศิลปินกราฟฟิตี้ DSuzone เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566  
 เข้าถึงได้จากผู้วิจัย



ภาพที่ 41 โพรไฟล์ของ DSUZone บนอินสตาแกรม เข้าถึงเมื่อวันที่ 22 กุมภาพันธ์ 2566 เข้าถึงได้จาก <https://www.instagram.com/dsuzone/>

## ผลการวิเคราะห์

โดยผู้วิจัยแบ่งเป็น 2 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

### 1. ด้านวัฒนธรรม

กราฟฟิตี้เป็นการแสดงถึงตัวตน ความคิด และการแลกเปลี่ยน ลักษณะรูปแบบเฉพาะของกราฟฟิตี้ได้หวนคือการนำตัวอักษรจีนมาใช้ ซึ่งเป็นที่แรกในเอเชียที่นำภาษาบ้านเกิดของตัวเองมาใช้ในงาน แต่เนื่องด้วยกราฟฟิตี้ของไต้หวันถูกโฆษณาในเชิงพาณิชย์มากเกินไปผ่านทางโลกออนไลน์ จึงทำให้กราฟฟิตี้รุ่นเยาว์มุ่งเน้นที่จะสร้างสรรค์ผลงานผ่านในรูปแบบตัวละครตามอิทธิพลของสื่อ จนลืมฝึกฝนพื้นฐานที่สำคัญของการทำกราฟฟิตี้เป็นอย่างแรก ซึ่งก็คือการฝึกเขียนตัวอักษร

### 2. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ

การที่ผู้คนยอมรับและมีมุมมองต่อกราฟฟิตี้เปลี่ยนไปนั้น มีอิทธิพลมาจากสื่อ ซึ่งขึ้นอยู่กับสื่อว่าต้องการนำเสนอออกมาในมุมมองแบบไหนหรือด้านใด ปัจจุบันไต้หวันมีกลุ่มคนและองค์กรมากมายที่สนับสนุนกราฟฟิตี้ แต่ส่วนใหญ่เป็นของบุคคล ไม่ใช่จากภาครัฐ จึงไม่มีงบประมาณเพียงพอที่จะจัดกิจกรรมหรือจัดหาสถานที่ได้เพียงพอกับความต้องการ

ในอนาคต DSUZone ได้หวังว่าทุกคนจะมีพื้นที่ที่เพียงพอต่อการพ่นกำแพง ได้แสดงความคิดสร้างสรรค์ และได้ออกมาเผยแพร่วัฒนธรรมนี้ต่อไป

จากข้อมูลที่กำลังมาข้างต้น ผู้วิจัยได้นำมาประมวลผลด้วยเครื่องมือรูปแบบตาราง เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นความเหมือนและความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ และบทบาทของกราฟฟิตี้ต่อสังคมและเศรษฐกิจ โดยพบประเด็นที่สำคัญทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้

1. การส่งเสริมและผลักดันของกราฟฟิตี้ในพื้นที่
2. ปัญหาที่พบจากการจัดกิจกรรมและเข้าร่วมกิจกรรม
3. มุมมองของคนในพื้นที่ต่อกราฟฟิตี้
4. การสนับสนุนกราฟฟิตี้ในไต้หวัน

ผู้วิจัยวิเคราะห์ที่ได้ดังตารางต่อไปนี้

#### 1. ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลด้านวัฒนธรรม

พื้นที่	รูปแบบงานที่ปรากฏ	ความเหมือนและความแตกต่างของแต่ละพื้นที่
ซีเหมินติง	- กราฟฟิตี้ทุกรูปแบบ - มีการใช้ทั้งภาษาจีนและอังกฤษ	ทั้ง 3 พื้นที่ มีรูปแบบงานที่เหมือนกัน รูปแบบงานที่นิยมมากที่สุดคือ Piece ซึ่งเป็นรูปแบบที่พัฒนามากที่สุดคือการนำเสนอผ่านตัวละคร ที่ช่วยยกระดับวัฒนธรรมย่อยนี้ขึ้นมาจากใต้ดิน มีการใช้ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีนตัวเต็มที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ไต้หวัน ต่างกันที่ซีเหมินติงมีรูปแบบงานของฝั่งยุโรปที่มากกว่า เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและศูนย์การค้าที่ชาวต่างชาติให้ความนิยม
สวนสาธารณะริมน้ำเหมยตี๋	- Throw-ups, Character, Wildstyle, 3D, Stencil และ Piece - มีการใช้ทั้งภาษาจีนและอังกฤษ	
ไท่ชาน	- Throw-ups, Character, Wildstyle, 3D, Stencil และ Piece - มีการใช้ทั้งภาษาจีนและอังกฤษ	

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านวัฒนธรรม

## 2. ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ประเด็นที่ปรากฏ	วิเคราะห์
1. การส่งเสริมและผลักดันของกราฟฟิตี้ในพื้นที่	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว เช่น เป็นแลนด์มาร์ก</li> <li>- ส่งเสริมด้านการค้า เช่น แบรินด์เสื้อผ้าสตรีท ร้านขายอุปกรณ์กราฟฟิตี้ สีสเปรย์ ร้านค้าของคนในพื้นที่</li> <li>- เป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ เช่น มีการจัดเวิร์คช็อป</li> <li>- การปรับปรุงทัศนียภาพ เช่น นำศิลปะกราฟฟิตี้มาตกแต่งพื้นที่เสื่อมโทรม</li> </ul>
2. ปัญหาที่พบจากการจัดกิจกรรมและเข้าร่วมกิจกรรม	<ul style="list-style-type: none"> <li>- งบประมาณไม่เพียงพอ เนื่องจากขอสปอนเซอร์ค่อนข้างยาก เพราะด้วยภาพลักษณ์ทางลบของกราฟฟิตี้</li> <li>- มีพื้นที่สร้างสรรค์ผลงานไม่เพียงพอ</li> </ul>
3. มุมมองของคนในพื้นที่ต่อกราฟฟิตี้	ในสมัยก่อนถูกมองว่าเป็นสิ่งที่ไม่ดี ผิดกฎหมาย ปัจจุบันได้รับการยอมรับมากขึ้น มุมมองที่เปลี่ยนไปนั้นมีอิทธิพลมาจากสื่อ จากทำให้ความรู้ และจากการที่พบเจองานบ่อยๆ
4. การสนับสนุนกราฟฟิตี้ในได้หวัน	มีกลุ่มคนและองค์กรมากมายที่ให้การสนับสนุนซึ่งเป็นของภาคประชาชน ส่วนของภาครัฐมีการจัดสรรพื้นที่ให้ได้สร้างสรรค์งาน อย่างเช่นกำแพงที่ถูกกฎหมาย ในสวนสาธารณะ อีกทั้งมีการสนับสนุนจากสมาคมไทเปในพื้นที่ซีเหมินติง และการจัดกิจกรรมร่วมกับภาครัฐ

## ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจ

## บทที่ 5

### สรุปและอภิปรายผลการศึกษา

บทความวิจัยเรื่อง “อิทธิพลศิลปะกราฟฟิตี้ต่อสังคมและวัฒนธรรมในไต้หวัน” ผู้วิจัยใช้การวิจัย (Research) โดยการสรุปผลการวิจัยในบทนี้ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ ศึกษาบทบาทของศิลปะกราฟฟิตี้ต่อการขับเคลื่อนสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจในไต้หวัน และศึกษาแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตี้ในไต้หวัน โดยมีวิธีการศึกษาดังนี้ ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศิลปะและวัฒนธรรมกราฟฟิตี้ในไต้หวัน วิสัยทัศน์คนท้องถิ่นต่อกราฟฟิตี้ การพัฒนาเมืองด้วยศิลปะและวัฒนธรรม แล้วจึงนำเสนอเป็นการบรรยายเชิงวิเคราะห์ประกอบกับตารางเพื่อให้เห็นผลลัพธ์ที่ชัดเจน โดยผู้วิจัยสรุปและอภิปรายผลการศึกษาในแต่ละหัวข้อได้ดังนี้

#### 5.1 ศึกษาบทบาทของศิลปะกราฟฟิตี้ต่อการขับเคลื่อนสังคมและพัฒนาเศรษฐกิจในไต้หวัน

จากการศึกษาศิลปะกราฟฟิตี้ของไต้หวัน ผู้วิจัยพบว่าศิลปะประเภทนี้ในไต้หวันมีภาพลักษณ์ทั้งทางบวกและทางลบ ในอดีตคนในสังคมไม่ยอมรับ มองการกระทำเหล่านี้ว่าเป็นการทำลาย ถูกจัดให้เป็นสิ่งผิดกฎหมาย แต่ในปัจจุบันผู้คนกลับให้ความสนใจ รัฐบาลมีการจัดสรรพื้นที่ให้สำหรับกราฟฟิตี้โดยเฉพาะ รวมถึงมุมมองและภาพจำที่เปลี่ยนไปจากอดีต โดยผู้วิจัยพบประเด็นที่สำคัญทั้งหมด 4 ประเด็น ดังนี้

##### 5.1.1 การส่งเสริมและผลักดันของกราฟฟิตี้ในพื้นที่

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าพื้นที่ที่มีกราฟฟิตี้อยู่นั้น มักจะอยู่ในพื้นที่สาธารณะกลางแจ้ง สามารถพบเห็นได้ง่าย อย่างบริเวณย่านเมืองเก่าที่ทรุดโทรม เมืองท่องเที่ยว และสวนสาธารณะ ด้วยสีสันของงานที่เป็นจุดดึงดูดสายตา จึงทำให้พื้นที่บริเวณนั้นได้รับความนิยม กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวหรือแลนด์มาร์กในที่สุด เนื่องจากพื้นที่เหล่านี้มีผู้คนเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดการส่งเสริมและผลักดันกราฟฟิตี้ในพื้นที่ ดังจะเห็นได้จากพื้นที่ที่ผู้วิจัยศึกษา สามารถจำแนกได้เป็น 3 พื้นที่ ดังนี้

##### 1. ซีเหมินติง

พื้นที่แห่งนี้เป็นย่านท่องเที่ยวและเป็นศูนย์รวมวัฒนธรรมเยาวชน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วยวัฒนธรรมสตรีท รวมไปถึงกราฟฟิตี้ที่สามารถพบเห็นได้เกือบจะทุกตรอกซอยในบริเวณนี้ ผู้วิจัยพบว่าพื้นที่นี้มีการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว โดยนำกราฟฟิตี้มาตกแต่งผนัง ประตูเหล็กร้านค้า ให้มีสีสันและความสวยงาม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาถ่ายรูป เช็คอินสถานที่ ส่งเสริมด้านการค้า โดยนำกราฟฟิตี้ไปผลิตเป็นแบรนด์เสื้อผ้าสตรีท พ่อค้าแม่ค้ามีรายได้เพิ่มขึ้นจากการตกแต่งร้านด้วยกราฟฟิตี้ ร้านขายอุปกรณ์กราฟฟิตี้เปิดมากขึ้น และมีการส่งเสริมให้เป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ โดยพื้นที่แห่งนี้มีการจัดเทศกาลประจำปีเกี่ยวกับวัฒนธรรมสตรีท โดยจัดที่สวนสาธารณะภาพยนตร์ไทเป ภายในงานมีนิทรรศการ การแข่งขัน เวิร์คช็อป และพื้นที่ให้สร้างสรรค์งาน

## 2. สวนสาธารณะริมน้ำเหม่ยตี้

พื้นที่แห่งนี้มีการส่งเสริมด้านการปรับภูมิทัศน์เมือง การท่องเที่ยว และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ โดยมีกำแพงที่ถูกกฎหมายสำหรับกราฟฟิตี้ และมีการจัดกิจกรรมกราฟฟิตี้โดยทางผู้จัดมีการคำนึงถึงภาพลักษณ์ของเมือง จึงกำหนดกฎเกณฑ์ในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยกำหนดสีที่ใช้ในแต่ละครั้ง เพื่อให้งานที่ออกมาสามารถเข้าถึงผู้คนได้ง่าย และไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้พื้นที่แห่งนี้กลายเป็นแลนด์มาร์คอีกแห่งหนึ่งของเมืองไทเป และที่สำคัญพื้นที่แห่งนี้ยังเป็นเหมือนกับสถานที่แลกเปลี่ยนความรู้ ทัศนคติ ระหว่างผู้สร้างสรรค์ผลงานกับผู้สร้างสรรค์ผลงานด้วยกัน และการเปิดมุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับกราฟฟิตี้ให้กับบุคคลทั่วไป ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมของกราฟฟิตี้ หรือความเข้าใจต่อคนทำงานศิลปะประเภทนี้

## 3. ไท่ซาน

พื้นที่แห่งนี้มีการส่งเสริมด้านการปรับภูมิทัศน์เมือง ด้านการค้า การท่องเที่ยว และเป็นแหล่งเรียนรู้ทางศิลปะ โดยนำศิลปะกราฟฟิตี้มาตกแต่งบนบานประตูเหล็กร้านค้าที่อยู่บนถนนหมิงจื่อ ซึ่งเป็นศูนย์กลางประวัติศาสตร์ของไท่ซาน เพื่อบูรณะพื้นที่เสื่อมโทรมย่านเมืองเก่าให้มีความสวยงามมากขึ้น ด้วยสีสนและ ความสวยงามบนบานประตูเหล่านี้ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและอุดหนุนร้านค้าบริเวณนั้น อีกทั้งยังมีการเปิดร้านขายอุปกรณ์กราฟฟิตี้ที่มากขึ้น รวมถึงมีการจัดกิจกรรมและการแข่งขันกราฟฟิตี้ที่มหาวิทยาลัย เพื่อทำให้พื้นที่และกิจกรรมตรงนี้เป็นแหล่งเรียนรู้และแรงบันดาลใจให้กับเยาวชนที่สนใจ เพื่อนำไปต่อยอดในสายอาชีพหรืองานอดิเรก และเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

### 5.1.2 ปัญหาที่พบจากการจัดกิจกรรมและเข้าร่วมกิจกรรม

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าไต้หวันยังมีพื้นที่หรือกำแพงที่ไม่เพียงพอต่อการสร้างสรรค์ผลงาน ถึงแม้ว่าจะมีพื้นที่กำแพงถูกกฎหมายสำหรับกราฟฟิตี้โดยเฉพาะ แต่ก็ยังมีข้อจำกัดอย่างเช่น เรื่องงบประมาณที่เป็นปัญหาหลักสำหรับผู้จัดและผู้เข้าร่วมกิจกรรม เนื่องจากในการสร้างสรรค์ผลงานแต่ละครั้ง ต้องใช้เงินในการลงทุนซื้ออุปกรณ์และสี จึงทำให้มีคนบางกลุ่มไม่พอใจกับการทำงานของตนจะต้องถูกเขียนทับหรือถูกลบออกไปด้วยข้อกำหนดของรัฐบาลที่จะมีการเปลี่ยนแปลงกำแพงทุก 6 เดือน จึงเลือกที่จะไปสร้างสรรค์ผลงานในพื้นที่ร้างที่รัฐไม่ได้จัดเตรียมไว้ให้ ส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ทางลบของกราฟฟิตี้ เนื่องจากการใช้ถ้อยคำที่หยาบคาย หรือการบุกรุกพื้นที่

### 5.1.3 มุมมองของคนในพื้นที่ต่อกราฟฟิตี้

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าในสมัยก่อนคนในพื้นที่ที่มีมุมมองต่อกราฟฟิตี้ที่เป็นภาพลักษณ์ในทางลบ แต่ด้วยความพยายามของคนที่ทำกราฟฟิตี้ต้องการที่จะนำเสนอเกี่ยวกับศิลปะแขนงนี้ในมุมมองใหม่ๆ โดยให้ข้อมูลและแจ้งข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมกราฟฟิตี้ ทั้งในเว็บไซต์ เพจFacebook และInstagram จัด Work shop เพื่อสอนและให้ข้อมูล

เกี่ยวกับศิลปะแขนงนี้ การจัดนิทรรศการแสดงผลงานในแกลเลอรี รวมถึงขายสินค้าและอุปกรณ์กราฟฟิตี้ เพื่อที่จะได้เปิดวิสัยทัศน์ให้แก่บุคคลทั่วไป อีกทั้งอิทธิพลจากสื่อ จึงทำให้มุมมองของคนในพื้นที่มีการเปลี่ยนแปลง มีการยอมรับที่มากขึ้นและเข้าใจว่ากราฟฟิตี้ไม่ใช่สิ่งที่ไม่ดี หรือสิ่งที่จะต้องทำอย่างลักลอบ แต่คือศิลปะ ที่ทุกคนสามารถเข้าถึงและสามารถสร้างสรรค์งานศิลปะนี้ได้

#### 5.1.4 การสนับสนุนกราฟฟิตี้ในไต้หวัน

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า มีกลุ่มคนและองค์กรมากมายที่ให้การสนับสนุน ซึ่งเป็นของภาคประชาชน อย่างเช่น จากทีมผู้จัด ร้านขายสีสเปรย์หรืออุปกรณ์กราฟฟิตี้ เจ้าของธุรกิจร้านค้า หรือผู้ที่สนใจศิลปะแขนงนี้ โดยสนับสนุนในเรื่องของอุปกรณ์ เงินรางวัล สถานที่ เป็นต้น ส่วนการสนับสนุนจากรัฐบาลมีการจัดสรรพื้นที่ให้ได้สร้างสรรค์งาน อย่างเช่น กำแพงที่ถูกกฎหมายในสวนสาธารณะ ในซีเหมินติงก็ได้รับการสนับสนุนพื้นที่และจัดกิจกรรมจากสมาคมไทเป การจัดกิจกรรมร่วมกันระหว่างภาครัฐกับประชาชน อย่างเช่น งาน Gate Ready ในไต้หวันที่ร่วมมือกับมหาวิทยาลัย

#### 5.2 ศึกษาแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิตี้ไต้หวัน

จากการศึกษาศิลปะกราฟฟิตี้ของไต้หวัน ผู้วิจัยได้ทราบประวัติความเป็นมาพบว่ากราฟฟิตี้ไต้หวันเป็นวัฒนธรรมย่อยของวัฒนธรรมฮิปฮอปที่มาจากใต้ดิน ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากชาวต่างชาติ สื่อทางตะวันตก อย่างเช่น ภาพยนตร์ เพลง บทความ นิตยสาร แฟชั่น รวมไปถึงกีฬาเอ็กซ์ตรีม เช่น สเก็ตบอร์ด เป็นต้น เนื่องจากไม่ใช่วัฒนธรรมดั้งเดิมของไต้หวันโดยแท้ ในช่วงแรกจึงยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายหรือรู้จักแค่เฉพาะกลุ่มเท่านั้น รวมถึงรูปแบบของงานก็ยังไม่หลากหลายมากนัก แต่ด้วยแรงขับเคลื่อนทางวัฒนธรรมของเยาวชน จึงทำให้วัฒนธรรมฮิปฮอปได้ขึ้นมามีบทบาทในวัฒนธรรมกระแสหลัก จนเกิดเป็นปรากฏการณ์วัฒนธรรมย่อยที่สามารถพลิกโฉมศิลปะ การเดินร่ำ สถานบันเทิง และแฟชั่นของประเทศ กราฟฟิตี้ไต้หวันจึงมีการผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมและวัฒนธรรมใหม่เข้าด้วยกัน ภายหลังจากได้มีการผสมผสานวัฒนธรรมจนเป็นเอกลักษณ์ของไต้หวันที่มีความหลากหลายในเรื่องของรูปแบบและความคิดสร้างสรรค์ รูปแบบงานที่พบมีทั้ง Throw-ups, Character, Wildstyle, 3D, Stencil และ Piece ซึ่งรูปแบบงานที่นิยมมากที่สุดคือ Piece เป็นรูปแบบที่พัฒนามากที่สุดของไต้หวันและช่วยยกระดับวัฒนธรรมย่อยนี้ขึ้นมาจากใต้ดิน ลักษณะรูปแบบคือการนำเสนอเรื่องราวผ่านตัวละคร อีกทั้งลักษณะเฉพาะของไต้หวันที่พบอีกอย่างคือการใช้ตัวอักษรจีนตัวเต็มในการสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งมีความซับซ้อนมากกว่าตัวอักษรอังกฤษ และการแข่งขันของศิลปะประเภทนี้ก็ไม่สูงเท่าประเทศอื่น

นอกจากนี้การพัฒนาของกราฟฟิตี้ยังได้จุดประกายวิสัยทัศน์ทางศิลปะใหม่ๆให้กับคนไต้หวันอีกด้วย เกิดการนำมาใช้สร้างเป็นอัตลักษณ์ให้กับเมือง นำมาใช้ในเชิงพาณิชย์ ทำให้ภาพจำของคนในสังคมที่เคยมีอคติหรือคิดว่ากราฟฟิตี้เป็นสิ่งที่ไม่ดีนั้นเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น พบว่าผู้คนให้ความสนใจและยอมรับศิลปะประเภทนี้มากขึ้น รวมไปถึงเกิดนักเขียนรุ่นใหม่เป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนใหญ่มีพื้นฐานมาจากความชื่นชอบวัฒนธรรมฮิปฮอป แต่เนื่องด้วยปัจจุบันกราฟฟิตี้ของไต้หวันถูกโฆษณาในเชิงพาณิชย์มากขึ้นไปผ่านทางโลกออนไลน์ จึงทำให้นักเขียนกราฟฟิตี้รุ่นใหม่มุ่งเน้นที่จะสร้างสรรค์ผลงานผ่านในรูปแบบตัวละครหรือ



คาแรคเตอร์ตามอิทธิพลของสื่อ จนลึ้มฝึกฝนพื้นฐานที่สำคัญของการทำกราฟฟิต์นั่นก็คือการฝึกเขียนตัวอักษร ซึ่งเป็นทักษะเบื้องต้นที่คนทำงานกราฟฟิต์พึงมี เพราะมันเป็นพื้นฐานในการนำไปต่อยอดงานในรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น

กราฟฟิต์ของไต้หวันมีการพัฒนาเป็นเวลากว่า 20 ปีแล้ว ผู้วิจัยคาดการณ์ว่าในอนาคตแนวโน้มการพัฒนาของศิลปะกราฟฟิต์ไต้หวันจะมีวัฒนธรรมในแบบที่เป็นของตัวเอง รูปแบบงานจะมีความหลากหลายมากกว่าเดิมและชัดเจนมากขึ้นโดยเฉพาะงานรูปแบบตัวละคร ซึ่งจะเป็นรูปแบบที่พัฒนาเร็วที่สุดและมีส่วนร่วมเป็นอย่างมากในเชิงพาณิชย์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ปัจจุบันนี้กราฟฟิต์ของไต้หวันเป็นที่รู้จักและเริ่มแพร่หลายมากขึ้นในต่างประเทศ จึงคาดการณ์ได้ว่าในอนาคตชาวต่างชาติจะเข้ามาที่ไต้หวันมากขึ้น มีการจัดกิจกรรมร่วมมือกับต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการแข่งขัน การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยน การจัดนิทรรศการแสดงผลงาน เป็นต้น มีองค์กรหรือบริษัทมาสนับสนุนมากขึ้น แต่การสนับสนุนจากรัฐบาลหรือการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดที่รัฐบาลเคยตั้งไว้อาจเป็นเรื่องยากหรือมีการดำเนินการที่ค่อนข้างช้า ในเรื่องของการสนับสนุนงบประมาณ พื้นที่แสดงงาน และการจัดกิจกรรม รวมไปถึงภาพลักษณ์ของกราฟฟิต์มีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางบวก ผู้คนในสังคมให้คุณค่าและความสำคัญกับศิลปะประเภทนี้มากขึ้น อีกทั้งมีส่วนร่วมและความเข้าใจที่มากกว่าเดิม

### 5.3 ข้อเสนอแนะของผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง “อิทธิพลศิลปะกราฟฟิต์ต่อสังคมและวัฒนธรรมในไต้หวัน” ศิลปะกราฟฟิต์ของไต้หวันที่ผู้วิจัยศึกษานั้น เป็นเพียงการศึกษาในพื้นที่ที่มีศิลปะกราฟฟิต์ปรากฏอยู่ในบางพื้นที่เท่านั้น ได้แก่ เมืองไทเป พื้นที่ซีเหมินติง สวนสาธารณะเหม่ยตี้ และเมืองนิวไทเป ในพื้นที่ไท่ชาน ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งของประเทศไต้หวัน ผู้ที่สนใจศิลปะกราฟฟิต์ของไต้หวันสามารถศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมนอกจากเมืองหรือพื้นที่เหล่านี้ได้เช่นกัน นอกจากนี้ผู้วิจัยยังค้นคว้าและวิเคราะห์โดยการตีกรอบการค้นข้อมูลในช่วงเวลาปี ค.ศ. 2010 – 2020 เท่านั้น พร้อมทั้งเปรียบเทียบและวิเคราะห์ในด้านของวัฒนธรรม สังคมและเศรษฐกิจ ผู้ที่สนใจศึกษาเพิ่มเติม สามารถนำข้อมูลที่ได้จากสารนิพนธ์เรื่องนี้ไปศึกษาต่อยอดในแต่ละด้านหรือด้านอื่นๆต่อไปได้

## บรรณานุกรม

### หนังสือและเอกสารตีพิมพ์ภาษาไทย

ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ. (2559). การสร้างมูลค่าศิลปะข้างถนนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

(รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

ชัยบูรณ์ บันลือ. (2558). ความเชื่อมุ่ขนาน (ศิลปะนิพนธ์ปริญญาศิลปบัณฑิต).

นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร

ภณิพล อภิชิตสกุล. (2561). นโยบายศิลปะสาธารณะ 1% โดยรัฐบาลได้หวัน

(ปริญญาานิพนธ์มหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร

แฉวรรวี ลาภเกิน, รุ่งทิพย์ พุ่มดนตรี. (2561). ภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชาวสวนเมืองนนท์.

วารสารบัณฑิตวิทยาลัย (มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม), 13(1), 2-3.

สรรเสริญ สันติธัญวงศ์. (2560). ศิลปะในศตวรรษที่ 20 (พิมพ์ครั้งที่ 1).

นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

อาทิตย์ สังข์ตะคุ.(2559). กราฟฟิตี้จากประสบการณ์แห่งการเดินทาง

(ศิลปะนิพนธ์ปริญญาศิลปบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร

### หนังสือและเอกสารตีพิมพ์ภาษาอังกฤษ

Reach, (2009), TOOYA! TAIWAN GRAFFITI. Taiwan: Gan Yaren.

### ข้อมูลจากเว็บไซต์

Channe Ling, (2019), City Graffiti & Street Art: The Full Collection!

Retrieved 2 October 2022, from [https://www.localguidesconnect.com/t5/General-](https://www.localguidesconnect.com/t5/General-Discussion/City-Graffiti-amp-Street-Art-The-Full-Collection/td-p/1983098)

[Discussion/City-Graffiti-amp-Street-Art-The-Full-Collection/td-p/1983098](https://www.localguidesconnect.com/t5/General-Discussion/City-Graffiti-amp-Street-Art-The-Full-Collection/td-p/1983098)

Citymarx Taiwan, (n.d.), Art Graffiti Design Photographer. Retrieved 2 October 2022,

from <https://citymarx176.wixsite.com/citymarx/blank>

- Google Sites, (n.d.), **Development of graffiti**. Retrieved 3 October 2022,  
from <https://sites.google.com/site/graffitiite/phathnakar-khx-ngk-ra>
- Hiphop style all rights reserved, (2013), **Graffiti**, Retrieved 3 October 2022,  
from <http://sub.nhsh.tp.edu.tw/~team3/doodle.html>
- Mess-age Taiwan, (2022), **Meeting Of Styles (MOS)**. Retrieved 3 October 2022,  
from <https://www.zeczec.com/projects/meeting-of-styles>
- Mess-age studio, (2559), **Mess-age Taiwan**. Retrieved 3 October 2022,  
from <https://messagetaiwan.com/2017-gate-ready-graff-party/#jp-carousel-321>
- SPH Media, (2015), **Taiwan's graffiti artists get new urban canvas as officials designate legal graffiti zones**. Retrieved 2 October 2022,  
from <https://www.straitstimes.com/asia/east-asia/taiwans-graffiti-artists-get-new-urban-canvas-as-officials-designate-legal-graffiti>
- Spray brush, (2562), **Gate Ready Graffiti Jam**. Retrieved 3 October 2022,  
from <https://www.sprayxbrush.com/news-gate-ready-graffiti-jam-taiwan/>
- Youth rights, (2008), **823 Battle Wall - Decisive Battle of Asian Graffiti in Taiwan Final**.  
Retrieved 3 October 2022, from <https://www.youthrights.org.tw/news/218>
- สำนักงานบริหารและพัฒนาการองค์ความรู้.(2560). **กราฟฟิตี้ ศิลปะเปลี่ยนโลก**. สืบค้น 25 กันยายน 2565. จาก <https://www.okmd.or.th/blog/175/2001/>

### ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

- (C. Aserk, personal communication, February 22, 2023).  
(Faso, personal communication, February 22, 2023).  
(Zayck, personal communication, February 22, 2023).  
(DSUZone, personal communication, February 22, 2023).

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวพนิดา ทิรัญราศีกุล
วัน เดือน ปีเกิด	5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2543
ที่อยู่ปัจจุบัน	20/300 หมู่ที่ 5 ตำบล ห้วยกะปิ อำเภอ เมือง จังหวัด ชลบุรี 20130
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2557 – 2560 ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนชลราษฎรอำรุง จังหวัด ชลบุรี พ.ศ. 2562 – 2565 กำลังศึกษาในระดับปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา เอเชียศึกษา ภาษาจีน มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม