

## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแนวคิดของนักคิดที่เสนอเกี่ยวกับยุคที่เรียกว่า ยุคหลังสมัยใหม่ (Postmodern) ซึ่งเป็นช่วงที่เป็นการเปลี่ยนของยุคสมัย ที่เกิดลักษณะองค์รวมทางสังคมในรูปแบบใหม่ขึ้น โดยมีหลักการที่เป็นของตัวเองเป็นแนวคิดที่เสนอมุมมองในเรื่องต่างๆ แตกต่างออกไปจากแนวคิดเดิม แนวคิดและทฤษฎีที่สำคัญที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้ได้แก่แนวคิด "สื่อคือสาร" ของ Marshall McLuhan ที่ให้ความสำคัญต่อตัวสื่อเองว่ามีความสำคัญมากกว่าตัวสารที่สื่อได้นำเสนอ ซึ่งภาพเขียนก็ถือได้ว่ามีฐานะเป็นสื่อ ที่มีความสำคัญตามแนวคิดนี้นั่นเอง อีกแนวคิดหนึ่งคือแนวคิดเกี่ยวกับศิลปะและยุคหลังสมัยใหม่ ซึ่งแนวคิดที่ได้รับการยอมรับก็คือแนวคิด "การผลิตซ้ำ" ของ Walter Benjamin และ Jean Baudrillard ทั้งสองเสนอแนวคิดที่ตรงกันที่แสดงให้เห็นว่างานศิลปะสามารถที่จะถูกผลิตซ้ำขึ้นใหม่และเป็นงานที่ยอมรับได้ ซึ่งผู้วิจัยจะได้ใช้แนวคิดนี้เป็นแนวคิดหลัก ในการวิเคราะห์ถึงการผลิตซ้ำของภาพเขียนลอบแบบ และเพื่อความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดของ Jean Baudrillard เรื่อง "ตรรกะการบริโภค" มาเสริมอีกแนวคิดหนึ่ง เพื่อทำความเข้าใจถึงคุณค่าของภาพเขียนลอบแบบในด้านของผู้ผลิตและผู้บริโภค

### สื่อคือสาร

Marshall McLuhan (1964) นักคิดสำนักโตรอนโต (Toronto) ยุค 1960 ที่เสนอแนวคิดเรื่องสื่อในยุคหลังสมัยใหม่ ซึ่ง McLuhan เป็นผู้ทึ่งหลงใหลในศักยภาพของ เทคโนโลยีสมัยใหม่ เขามองถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากเทคโนโลยี เขาเชื่อว่า เทคโนโลยีเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์ McLuhan กล่าวไว้ว่า "มนุษย์เราได้คิดสร้างสรรค์เทคโนโลยีต่างๆ ขึ้น และเทคโนโลยีเหล่านั้นก็จะเป็นสิ่งที่สร้างเราขึ้นในรูปแบบใหม่" เขาได้เสนอแนวคิดที่ว่า "สื่อคือสาร" (the medium is the message) เขาเสนอว่าสื่อในรูปแบบใหม่ได้เปลี่ยนสภาพสารจากประสบการณ์ของตัวเราเองและสังคม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้ให้ความสำคัญมากที่สุดแก่ สารในตัวสื่อเอง ส่วนเนื้อหาหรือข่าวสารที่แท้จริงที่ถูกส่งผ่านโดยสื่อ นั้น เป็นสิ่งที่มีความสำคัญรองลงมาเท่านั้น ตัวสื่อจะกลายเป็นสิ่งที่มีอิทธิพลมากกว่าตัวสาร ซึ่งจะมีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของมนุษย์

เช่นเดียวกับภาพเขียน ซึ่งในรูปศิลปกรรมในตัวมันเองแล้ว ภาพเขียนจะเป็นสื่อที่สร้างความประทับใจ ความรื่นรมย์ให้กับผู้ชม และสิ่งนี้จะมีความสำคัญมากกว่าเนื้อหาภายในภาพเขียนที่จิตรกรสร้างสรรค์ขึ้น แต่ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า “สาร” หรือความหมายของเนื้อหาของภาพเขียนนั้นจะหมดไป แต่จะเป็นเพียงสิ่งที่มีคุณค่ารองลงมาจาก “สาร” ในตัวสื่อเองเท่านั้น

ดังนั้น ภาพเขียนจึงมิใช่เพียงสิ่งที่บอกเล่าเรื่องราวระหว่างคนในสังคมเท่านั้น แต่ภาพเขียนยังเป็นสิ่งที่สะท้อนและแสดงให้เห็นความรู้สึก ความละเอียดอ่อนที่ถ่ายทอดถึงกันได้จากจิตรกรและผู้ชม โดยไม่มีข้อจำกัดทางด้านวัฒนธรรม ซึ่งแนวคิดนี้ของ McLuhan เปรียบได้กับทฤษฎีลำแสงพลังอารมณ์ทางศิลปะ ที่เกิดขึ้นในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 ที่กล่าวว่า ศิลปะคือการแสดงออกทางอารมณ์ของศิลปิน การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะก็มีความเกี่ยวข้องกับการผ่อนคลายอารมณ์ ด้วยเหตุนี้อารมณ์จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญ

McLuhan ยังเสนอว่าเทคโนโลยีใหม่ๆ นั้น เป็นส่วนขยายของมนุษย์ (the extension of man) ซึ่งหมายถึงสื่อเป็นส่วนขยายประสาทสัมผัสของเรา โดยมุ่งเน้นไปที่มนุษย์สร้างประสบการณ์ได้อย่างไร ไม่ใช่ว่ามนุษย์มีประสบการณ์อะไรบ้าง แต่เดิมมนุษย์ยังยึดติดกับแบบแผน รูปแบบ และหน้าที่ของสื่อที่รวมอยู่ด้วยกัน แต่ในยุค electric age แนวความคิดเรื่องโครงสร้างและรูปร่างภายนอกจะกลายมาเป็นสิ่งที่แพร่หลายและทั้งสองสิ่งนี้เองที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคภาพเขียนเปลี่ยนไป ผู้บริโภคเริ่มที่จะเลือกบริโภคภาพเขียนด้วยความรู้สึกที่เกิดขึ้นตามความพึงพอใจของตนเองมากขึ้น มากกว่าที่จะบริโภคภาพเขียนด้วยเนื้อหาที่มันสื่อออกมา

### ศิลปะและยุคหลังสมัยใหม่

สังคมยุคหลังสมัยใหม่ หรือ Postmodern เป็นสังคมที่เกิดขึ้นที่อยู่ตรงจุดเปลี่ยนของยุค ลักษณะของสังคมยุคหลังสมัยใหม่เริ่มปรากฏให้เห็นในช่วงปี 1960 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นสังคมที่ก้าวเข้าสู่ยุคข้อมูลข่าวสาร ลักษณะสำคัญของสังคมหลังสมัยใหม่คือเป็นสังคมที่เรียกว่า “สังคมสุนิยม” คือทุกคนสามารถจะเลือกที่จะทำอะไรตามความพึงพอใจของตนเอง ต้องการทำอะไรก็ตามที่ทำให้ตนเองมีความสุขโดยไม่สนใจใคร วัฒนธรรมในยุคหลังสมัยใหม่จึงเป็นเรื่องที่ฉาบฉวยฉิวเฉิบ เป็นสิ่งดำเนินไปตามอารมณ์มากกว่าเหตุผล และเป็นสิ่งที่ไม่สมเหตุผลจึงแปรเปลี่ยนได้ง่ายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ซึ่งทุกสิ่งทุกอย่างมุ่งไปสู่การแสวงหาความสุข ด้วยสภาพสังคมเช่นนี้การสร้างสรรค์และการบริโภคงานศิลปะก็ได้เปลี่ยนแปลงรูปแบบไปด้วยเช่นกัน แนวคิด

หลักที่จะอธิบายงานศิลปะในยุคนี้ได้ชัดเจนมากขึ้นคือ แนวคิดเรื่อง "การผลิตซ้ำ" ของงานศิลปะ

ทำไมจึงต้องมีการผลิตซ้ำภาพเขียนลอกแบบ และภาพลอกแบบมีคุณค่าเช่นไร มีผลต่อ "ต้นแบบ" และ "ความเป็นต้นแบบ" อย่างไร

ลักษณะสำคัญของแนวคิดหลังสมัยใหม่ที่ปรากฏต่องานศิลปะ สามารถสรุปได้ดังนี้

ประการแรกคือ ไม่มีพรมแดนขวางกั้นระหว่างงานศิลปะกับการดำเนินชีวิตประจำวัน ศิลปะไม่ใช่สิ่งสูงส่งอีกต่อไป เพราะศิลปะมิใช่สิ่งที่สร้างสรรค์และรับใช้เพียงกษัตริย์ ชนชั้นเจ้านาย และชนชั้นสูงเท่านั้น แต่ศิลปะกลายเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของมนุษย์ทุกชนชั้น

ลักษณะสำคัญประการที่สองคือ ไม่มีความแตกต่างระหว่างวัฒนธรรมชั้นสูง วัฒนธรรมมวลชนและวัฒนธรรมสาธารณะ ซึ่งเป็นผลมาจากลักษณะประการแรกที่ศิลปะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันทำให้ทุกคนสามารถมีส่วนร่วม ในการผลิตและเสพงานศิลปะได้เช่นเดียวกัน จนทำให้วัฒนธรรมแต่ละชนชั้นผสมผสานกัน จนลบเลือนความแตกต่างระหว่างชนชั้นให้เลือนหายไป

ลักษณะสำคัญของงานศิลปะยุคหลังสมัยใหม่ลักษณะที่สามคือ งานศิลปะมีรูปแบบที่สับสนปนเป เน้นลักษณะที่แสดงออกเฉพาะตัวของผู้สร้างงาน มีการใช้รหัส (Code) ผสมผสานกันอย่างหลากหลาย แต่จะจับอยู่เฉพาะพื้นผิวของวัฒนธรรมเท่านั้น

และลักษณะสำคัญประการสุดท้ายก็คือ ศิลปะจะถูกลดความสนใจในเรื่องของความเป็นต้นแบบ (Originality) และความเป็นอัจฉริยะของผู้ผลิตงานศิลปะลง และเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ว่างานศิลปะสามารถทำซ้ำกันได้

ซึ่งลักษณะสำคัญดังกล่าวนี้เองที่จะอธิบายได้อย่างชัดเจนถึงการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบ ว่าทุกคนมีโอกาสที่จะเป็นผู้ผลิตและผู้บริโภคงานศิลปะได้ และงานเขียนลอกแบบก็เป็นสิ่งที่มีคุณค่าสามารถที่จะยอมรับได้ไม่ใช่เรื่องผิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบของสังคมยุคหลังสมัยใหม่ ที่ทุกคนยินดีทำสิ่งใดก็ตามเพียงเพื่อความสุขที่จะได้รับจากการกระทำนั้น

ดังที่ Walter Benjamin (Mass Communication and Society, 1997) กล่าวไว้ว่า แรกเริ่มนั้นงานศิลปะปรากฏพบในพิธีกรรมทางศาสนา งานศิลปะที่ปรากฏอยู่ไม่เคยถูกแยกออกจากสิ่งเหล่านั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่าคุณค่าของงานศิลปะที่แท้จริงมีพื้นฐานจากงานพิธีกรรม แต่ด้วยการผลิตซ้ำด้วยเครื่องจักร ได้ปลดปล่อยงานศิลปะให้เป็นอิสระจากหน้าที่ทางพิธีกรรม และที่สำคัญไปกว่านั้นคือ งานศิลปะที่ถูกผลิตซ้ำได้ กลายมาเป็นงานศิลปะที่ถูกออกแบบขึ้นที่สามารถจะคัดลอกใหม่ได้ (Reproducibility) หน้าที่ของงานศิลปะจึงเปลี่ยนไปในทางตรงกันข้าม แทนที่จะอยู่บนพื้นฐานของพิธีกรรมต่างๆ เช่นในอดีต งานศิลปะจะกลายมาเป็นศิลปะที่อยู่บนพื้นฐานของการปฏิบัติในด้านอื่นๆ

Benjamin เชื่อว่า งานศิลปะได้รับการประเมินค่าใน 2 ระดับ คือ ระดับคุณค่าทางศาสนา และระดับคุณค่าของงาน และด้วยวิธีการต่างๆ ของเทคนิคการผลิตซ้ำนั้น จะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงขอบเขตที่เคลื่อนย้ายระดับคุณค่าทั้งสอง ไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพตามธรรมชาติของมัน งานศิลปะได้กลายเป็นการรังสรรค์ขึ้นด้วยหน้าที่ใหม่นั้นคือ การตระหนักถึงคุณค่าความงดงามของงานศิลปะชิ้นนั้น

แนวคิดเรื่องวัฒนธรรมยุคหลังสมัยใหม่ที่สำคัญอีกแนวคิดหนึ่งคือ แนวความคิดของ Baudrillard (อ้างถึงใน ศิริพงษ์ สุทธิโยธิน, 2535) ที่มุ่งเน้นในเรื่องของวัฒนธรรมและเทคโนโลยี การผลิตซ้ำเพื่อมวลชน (Mass reproduction) แนวคิดนี้เกิดจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้เกิดระบบการผลิตที่ทันสมัย สามารถผลิตได้คราวละมากๆ ซึ่งระบบของการผลิตซ้ำ (Reproduction) ทำให้เกิดระบบการลอกเลียนแบบ (Simulation) ขึ้นมาอย่างแพร่หลายจนทำให้ความมีเอกลักษณ์หายไป วัฒนธรรมทั้งหลายการเป็นสิ่งประดิษฐ์ได้ (Cultural artifact) จนกลายเป็นวัฒนธรรมมวลชน (Mass culture)

วิถีชีวิตของคนในยุคหลังสมัยใหม่เป็นแบบชีวิตร่วมสมัย เป็นชีวิตที่ขาดอารมณ์และความลึกซึ้งในคุณค่าของวัฒนธรรมเดิม แยกความแตกต่างไม่ออกระหว่างความจริงหรือไม่จริง ด้วยสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปตามระบบเศรษฐกิจและการเมือง ที่เป็นผลมาจากความเจริญทางด้านเทคโนโลยี ทำให้สังคมมีความเป็นลัทธิทุนนิยมมากขึ้น ภายใต้ระบบการผลิตอันทันสมัย สินค้าต่างๆ ถูกผลิตขึ้นอย่างมากมายและมีระบบในการแจกจ่ายออกไป ทำให้เกิดการตลาดที่มีการแข่งขันกันสูง สิ่งเหล่านี้มีผลกระทบต่อวัฒนธรรมของมนุษย์ เพราะวัฒนธรรมกลายเป็นสิ่งที่มนุษย์

สร้างขึ้นมาได้และกลายเป็นสินค้าอย่างหนึ่ง ซึ่งกล่าวได้ว่าในสังคมอุตสาหกรรมสมัยใหม่นี้ วัตถุจะต้องเป็นสิ่งที่สามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนให้เกิดขึ้นได้

เช่นเดียวกับงานศิลปะ มันถูกผลิตขึ้นในฐานะของวัตถุเพื่อการบริโภค ดังเช่นทุกวันนี้เราถูกล้อมรอบด้วยภาพเขียนที่ถูกผลิตซ้ำ และเผยแพร่ออกไปจำนวนมหาศาล ซึ่งภาพเหล่านั้นเป็นภาพที่ช่วยให้เราเข้าใจสารทางวัฒนธรรมจากอดีตสู่ปัจจุบัน (จากหนังสือ ภาพเขียน ภาพถ่าย แผ่นพับในพิพิธภัณฑ์) และเนื่องจากงานศิลปะเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ทำให้งานศิลปะเป็นที่ต้องการมากขึ้น และเพื่อสนองความพึงพอใจของมนุษย์ในรูปแบบต่างๆ อย่างหลากหลายนั้น การผลิตซ้ำของงานศิลปะจึงเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้น เพื่อสนองต่อหน้าที่ใหม่ของงานศิลปะเหล่านี้ เช่นการนำภาพเขียนมาพิมพ์บนชุดภาชนะใส่อาหาร , ของที่ระลึก , การนำภาพเขียนมาตกแต่งบ้าน หรือการให้เป็นของขวัญ เป็นต้น ถึงแม้ว่าการผลิตซ้ำจะมีผลกระทบต่อคุณลักษณะทางกายภาพของต้นแบบที่มีอยู่ แต่มันจะไม่ส่งผลกระทบต่อคุณค่าของมันที่เป็นเสมือนการสื่อสาร มันเป็นเพียงสิ่งที่เปลี่ยนแปลงคุณค่าของสิ่งหนึ่งที่เป็นต้นแบบ สุทธิพลินที่สามารถซื้อและขายได้

Walter Benjamin ได้อธิบายถึง "ต้นแบบ" (Original) ว่ามีเงื่อนไขคือ สิ่งที่ต้องมีความเป็นของแท้ เป็นสิ่งที่มาก่อนเป็นอันดับแรก และสิ่งที่ผลิตเป็นอันดับต่อไปจึงไม่ใช่ต้นแบบ เป็นเพียงการผลิตซ้ำขึ้นใหม่ ที่เลียนแบบความเป็นต้นแบบของภาพต้นแบบเท่านั้น ซึ่งลักษณะสองประการของการผลิตซ้ำคือ ประการแรกกระบวนการผลิตซ้ำโดยเทคโนโลยีเป็นกระบวนการที่ทำให้เกิดความเป็นอิสระจากต้นแบบ อีกประการหนึ่งคือ การผลิตซ้ำด้วยเทคโนโลยีสามารถที่จะผลิตงานลอกแบบจากต้นแบบ และถูกนำไปใช้อย่างกว้างขวางที่ตัวต้นแบบเองไม่สามารถทำได้

หลักการพื้นฐานของงานศิลปะตามทัศนะของ Benjamin คือ งานศิลปะเป็นสิ่งที่จะถูกผลิตซ้ำได้อยู่เสมอ มนุษย์สร้างสิ่งประดิษฐ์ที่สามารถลอกเลียนแบบด้วยมนุษย์เอง การผลิตซ้ำถือเป็นตัวแทนของสิ่งใหม่ ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การผลิตซ้ำเป็นสิ่งสมบูรณ์แบบคือ มันจะเป็นสิ่งที่ลดข้อจำกัดในเรื่องของเวลาและสถานที่ ผลงานผลิตซ้ำของงานศิลปะจะมีอยู่และปรากฏให้เห็นอยู่เสมอ นอกจากนี้ Benjamin ยังเสนอว่า การผลิตงานศิลปะซ้ำด้วยเครื่องจักรได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของมวลชนต่องานศิลปะ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสามารถอธิบายได้โดยตรงคือ เกิดการหลอมรวมกันระหว่างสิ่งที่มองเห็น (Visual) กับความเพิลิตเพิลินทางอารมณ์เข้าด้วยกัน

ซึ่งการรวมตัวนี้ก่อให้เกิดนัยยะสำคัญทางสังคมนั่นคือ เป็นการลดความสำคัญทางสังคมของรูปแบบงานศิลปะ โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างการวิพากษ์วิจารณ์กับความเพลิดเพลินของสาธารณชน สิ่งที่ปรากฏโดยทั่วไปก็คือ งานศิลปะกลายเป็นผลงานที่ถูกชื่นชมด้วยความเพลิดเพลิน และความพึงพอใจโดยปราศจากการพินิจวิเคราะห์

James Elkins (The British Journal of Aesthetics, 1993) ได้เสนอทศนะเกี่ยวกับการลอกแบบ (Copy) ไว้ว่างานลอกแบบแม้เป็นสิ่งที่มีความปริมาณมากขึ้น แต่งานลอกแบบก็เป็นสิ่งที่ปกป้อง และรักษาไว้ซึ่งความเป็นหนึ่งของงานต้นแบบ (Original) เพราะงานที่เกิดขึ้นเป็นชิ้นแรกจะแสดงความหมาย และแสดงนัยยะที่อ้างอิงถึงตัวของมันเอง แต่งานที่เกิดขึ้นเป็นครั้งที่สองและครั้งต่อไป จะอ้างอิงไปถึงของที่เป็นครั้งแรกเสมอ นอกจากนี้ งานลอกเลียนแบบ ยังเป็นงานปลอมที่ทำให้เห็นความแตกต่างจากของจริง ซึ่งถ้าไม่มีของปลอมก็ไม่ได้ว่าของจริงเป็นเช่นไร

Jean Baudrillard ได้เสนอความคิดว่า รูปลักษณะใหม่ของตัวเทคโนโลยีและตัวข้อมูลข่าวสาร ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจาก การจัดระเบียบทางสังคมในลักษณะหนึ่งที่มาจากการผลิต (Production) มาเป็นการผลิตซ้ำ (Reproduction) ดังนั้นการเลียนแบบด้วยวิธีการทดลองเลียนแบบด้วยของจริง (Simulation) และการสร้างแบบจำลอง (Model) จึงกลายมาเป็นเรื่องที่มีความสำคัญในสังคม จนกระทั่งลบเลือนความแตกต่างระหว่างความจริง (Real) กับสิ่งที่ปรากฏให้เห็น (Appearance)

Baudrillard ยังได้เสนอแนวคิดไว้ในหนังสือเรื่อง Simulacra and Simulation โดยให้คำนิยาม "ความจริง" (real) ว่า ความจริง คือ สิ่งที่เป็นไปได้ที่จะมีความหมายเช่นเดียวกับการผลิตซ้ำ (reproduction) และความจริง ไม่ใช่เพียงแค่สิ่งที่สามารถผลิตซ้ำได้ แต่คือสิ่งที่ผลิตขึ้นมาแล้วผลิตขึ้นมาใหม่ได้เสมอ เป็นความจริงที่เหนือจริง (hyperreal) ซึ่งความแตกต่างระหว่าง "จริง" (real) และ "ไม่จริง" (unreal) จะไม่ปรากฏอีกต่อไป หรือหมดคุณค่าไป และเมื่อนั้น "ภาพนิมิต" (simulacra) ที่ถูกสร้างขึ้นจะถูกนับเสมือนเป็นจริง ซึ่ง Baudrillard ได้อธิบายหลักการของ simulacra ว่า เป็นการเลียนแบบวัตถุหรือเหตุการณ์ ซึ่งเป็นการลอกแบบโดยปราศจากต้นฉบับ "the copy without an original" และหากจัดระเบียบให้กับ simulacra ก็จะเป็นขั้นตอนต่างๆ ของลักษณะที่ปรากฏเป็นความสัมพันธ์ระหว่าง ภาพนิมิต และ ความเป็นจริง (the real)

การผลิตซ้ำที่เกิดขึ้นจึงเป็นลักษณะของงานศิลปะในยุคหลังสมัยใหม่ข้อหนึ่งที่ว่า ศิลปะจะถูกลดความสนใจในเรื่องของความเป็นต้นแบบ (Originality) ลง เพราะสิ่งต่างๆ สามารถที่จะถูกผลิตขึ้นใหม่โดยผ่านกระบวนการลอกเลียนแบบ ทั้งที่เกิดจากการเลียนแบบด้วยของจริง หรือการสร้างเป็นแบบจำลองขึ้นมา ซึ่งผลงานที่ถูกสร้างขึ้นก็จะสามารถผลิตซ้ำได้อีกอย่างไม่มีข้อจำกัด และผลงานเหล่านั้นก็ไม่มี ความแตกต่างทางกายภาพจากภาพต้นแบบหรือของจริง และภาพนิมิตที่ถูกสร้างขึ้นก็จะเป็นสิ่งที่ทำให้ผลงานชิ้นนั้นมีคุณค่าในตัวของมันเอง ซึ่งคุณค่านี้อาจจะแตกต่างจากคุณค่าของผลงานที่ได้ชื่อว่าเป็นต้นแบบที่มีคุณค่าและความหมายในตัวมันเองอย่างแท้จริง แต่ทั้งนี้ในสังคมสมัยใหม่ภาพนิมิตได้เข้ามามีคุณค่าที่ทุกคนยอมรับว่าเป็นจริง ดังนั้นจึงเป็นการสลายคุณค่า “ความเป็นของจริง” ลง แต่การผลิตซ้ำขึ้นใหม่กลับเป็นสิ่งที่เพิ่มคุณค่าให้กับความจริงของต้นแบบ เพราะผลงานที่ถูกผลิตซ้ำหลายๆ ครั้ง เป็นการแสดงให้เห็นว่างานต้นแบบเป็นที่ต้องการของผู้คนและมีคนจำนวนมากอยากจะครอบครองงานเหล่านั้นอยู่เสมอในทุกยุคทุกสมัย

“การแปรเปลี่ยนมูลค่าทางวัตถุศิลปะในภาวะปัจจุบันนั้น ถ้ามีภาพ COPY หรือ Reproduced ออกมามากเท่าไร ก็ยิ่งทำให้ภาพต้นแบบ หรือภาพ Original มีราคาสูงยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นเรื่องปกติของอารมณ์ภิลลหาในหมู่ชนที่หลงใหลอยู่กับความปลอมปนของสังคมบริโภคนิยม ปัจจุบันการแสวงหาความเป็นต้นแบบในยุคนี้จึงถูกกำหนดด้วยราคาเงินที่สูงยิ่ง และเมื่อราคาสูงขึ้นเท่าไร คนก็อยากครอบครองมากขึ้น ซึ่งในที่สุดความเป็นต้นแบบก็จะถูกทำลายค่าของมันเอง ด้วยกลไกทางสังคมวัฒนธรรมบริโภคนิยม”  
(ถนอม ช่างดี ,2540)

ด้วยแนวคิดเหล่านี้เองที่จะเป็นแนวทางที่อธิบายได้ว่าเหตุใดภาพเขียนลอกแบบ จึงถือได้ว่าเป็นงานศิลปะที่มีคุณค่าในตัวมันเอง และมีผลต่อการเพิ่มคุณค่าให้กับภาพต้นแบบ เพราะภาพลอกแบบที่ได้รับความนิยมแสดงให้เห็นว่าภาพต้นแบบของภาพนั้นเป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการมากขึ้น จึงเท่ากับว่าภาพต้นแบบมีคุณค่ามากขึ้นนั่นเอง แต่สิ่งที่ลดความสำคัญลงไปคือคุณค่าของความเป็นต้นแบบ เพราะด้วยประสิทธิภาพของการผลิตซ้ำสามารถลบเลือนความแตกต่างระหว่างความจริงของต้นแบบกับสิ่งที่ปรากฏให้เห็นของภาพลอกแบบได้ จะมีเพียงผู้เชี่ยวชาญเท่านั้นที่สามารถมองเห็นความแตกต่าง

การผลิตซ้ำของภาพเขียนลอกแบบมีคุณค่าอย่างไรในการสร้างสรรค์งานของผู้ผลิต และ  
มีคุณค่าเช่นไรต่อผู้บริโภค

ในสังคมประมาณช่วงปี 1990 การผลิตซ้ำด้วยเทคโนโลยีดำเนินไปจนเกิดเป็นมาตรฐานที่ไม่ใช่ส่งผลเพียงการผลิตและเผยแพร่งานศิลปะเท่านั้น แต่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงต่อกระบวนการสร้างสรรค์งานของศิลปินอีกด้วย แนวคิดของ Benjamin นี้ตรงกับแนวคิดของ Jean Baudrillard ดังที่กล่าวมาแล้วว่า งานศิลปะสามารถถูกผลิตซ้ำและถูกลดความสนใจในเรื่องของความเป็นต้นแบบ (Originality) และความเป็นอัจฉริยะของผู้ผลิตงานศิลปะลง และยอมรับได้ว่างานศิลปะสามารถทำซ้ำกันได้

แนวคิดดังกล่าวสะท้อนมุมมองใหม่ต่อศิลปินผู้สร้างงานศิลปะที่แตกต่างไปจากเดิม ที่บอกได้ว่าศิลปินไม่จำเป็นต้องเป็นเพียงผู้ผลิตงานต้นแบบเท่านั้น แต่ผู้ผลิตงานที่เป็นการผลิตซ้ำก็สามารถยอมรับได้เช่นกันว่าเป็นศิลปินคนหนึ่ง และผลงานนั้นก็เป็งานศิลปะชิ้นหนึ่งเช่นกัน

ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมไทยส่วนใหญ่แล้วคือ การยังไม่ยอมรับกับงานศิลปะที่เป็นการลอกแบบและผลิตซ้ำ โดยเฉพาะในวงการศิลปะซึ่งประเด็นนี้มักจะถูกมองว่าเป็นการย้อมแมวขาย เพราะถือว่าเป็นการทำลายคุณค่าของตัวจิตรกรและงานศิลปะต้นแบบ เพราะแนวคิดมุมมองและการยอมรับในเรื่องคุณค่าของภาพเขียนลอกแบบแตกต่างกันไป “คุณค่า” ของงานศิลปะยังคงเกี่ยวข้องกับ “อุดมคติ” ของศิลปินในการสร้างงาน ที่ศิลปินต้องมีความจริงจังใจในขณะสร้างงาน ซึ่งเป็นการให้ความสำคัญกับคุณค่าของ “ต้นแบบ” ในยุคหนึ่งที่เกิดข่าวว่ามีการนำภาพปลอมที่ไม่ใช่ผลงานที่ผลิตขึ้นด้วยฝีมือที่แท้จริงของจิตรกรเจ้าของภาพออกมาขาย ถึงกับทำให้ตลาดศิลปะต้องหยุดชะงักลง และแม้ทุกวันนี้หากมีข่าวเช่นนี้ออกมาก็ยังคงมีผลกระทบต่อตลาดงานศิลปะอยู่เสมอ นั้นแสดงให้เห็นว่าวงการศิลปะของไทยยังให้ความสำคัญกับการผลิตงานต้นฉบับ และให้ความสำคัญอย่างมากต่อความสร้างสรรค์และความเป็นอัจฉริยะของศิลปิน

ผลงานลอกแบบที่ผลิตขึ้นมาด้วยการลอกเลียนแบบจิตรกรคนไทยที่มีชื่อเสียงก็ตาม ผลงานเหล่านั้นจะถูกมองว่าเป็นงานที่มีคุณค่าต่ำกว่างานต้นแบบ ดังที่องค์กรเพื่อการปฏิรูประบบสถาบันการเงิน (ปรส.) เปิดการประชุมศิลปกรรมจาก 56 ไฟแนนซ์ เมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2541 ก็ได้แยกผลงานที่เป็นผลงานที่ผลิตขึ้นเลียนแบบสไตล์ของศิลปิน ได้ถูกจัดไว้ในส่วนของ General Art เป็นงานส่วนที่ถูกจัดเป็นกลุ่มงานศิลปะทั่วไปที่ต่ำลงมาอีกระดับหนึ่ง ซึ่งเป็นงานที่มีการลอก



เลียนแบบงานของศิลปินที่ลอกเลียนหมดทั้งองค์ประกอบสีเส้น และอีกพวกเป็นงานเลียนแบบสไตล์ ไม่ทำให้เหมือนทั้งหมดอย่างที่ต้นแบบทำเอารูปทรงบางอย่างมาใช้แปลง แต่เห็นแล้วรู้ได้ทันทีว่าเป็นของศิลปินคนไหน และบางชิ้นเขียนลายเซ็นให้อ่านได้เป็นชื่อศิลปินต้นแบบเจ้าของงานนั้นด้วย (สยามรัฐสัปดาห์วิจารณ์, 14-20 มิถุนายน 2541)

นิพนธ์ ทวีกาญจน์ ได้เสนอทัศนะในบทความเรื่อง "บันทึกของกาลเวลา" ที่เกี่ยวกับการสร้างงานของศิลปินซึ่งพอสรุปได้ดังนี้ การเคลื่อนไหวในวงการศิลปะไทยยังอยู่ในขอบเขตจำกัด ศิลปินผู้ประกอบงานศิลปกรรมและประชาชนผู้ชื่นชมศิลปกรรม ยังวนเวียนอยู่ในกลุ่มเดิมๆ เพียงไม่กี่กลุ่ม เพราะคนส่วนใหญ่มักจะไม่มีโอกาสได้ชื่นชมหรือให้ความสำคัญแก่งานศิลปะ ซึ่งเป็นเพราะระบบสังคม ภาวะเศรษฐกิจ และบรรยากาศทั่วไปไม่เอื้ออำนวย เมื่อเป็นเช่นนี้ศิลปินที่ประกอบงานศิลปกรรมเพียงอย่างเดียวไม่อาจดำรงชีพอยู่ได้ เพราะฐานะคนไทย 80-90 เปอร์เซ็นต์ไม่มีปัญญาจะซื้อรูปของศิลปินเหล่านั้นติดบ้านได้ และจะขอให้คนต่างชาติหรือเศรษฐกิจบางคนซื้อก็มีขอบเขตจำกัด ไม่มีหลักประกันว่าจะอยู่รอดได้ ทำให้ศิลปินต้องหันไปประกอบอาชีพอื่น รวมทั้งการทำงานพาณิชย์ศิลป์

เนื่องจากระบบทุนนิยมเช่นในสังคมปัจจุบัน ทำให้เกิดการผูกขาด จึงมีผู้ผลิตน้อยรายที่เป็นผู้นำในตลาด แต่ในขณะที่มีผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก ฉะนั้นประสิทธิภาพของการผลิตจึงอยู่ที่การวางแผนการตลาด การจัดองค์การในการผลิต รวมทั้งการนำเอาเทคโนโลยีมาใช้ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นประสิทธิภาพของการผลิต กลับทำได้เพียงการผลิตภายใต้มาตรฐานเดียวกัน (Standardization) สินค้าที่ผลิตออกมาก็มีแต่รูปแบบเดียวกัน (Stereo Type) ความแตกต่างของสินค้า จึงอยู่บนความแตกต่างในเชิงปริมาณ (ราคา, จำนวน) หรือความแตกต่างของภาพลักษณ์ ไม่ใช่ความแตกต่างในแก่นแท้ของตัวสินค้า (Adorno, 1982)

รูปแบบการบริโภคของคนในยุคปัจจุบันมีความหลากหลาย สืบเนื่องจากสภาพสังคมแบบทุนนิยม ซึ่งใช้ระบบการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่สามารถผลิตสินค้าได้คราวละมากๆ โดยการใช้เทคโนโลยีเข้าช่วย ทำให้ชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไปโดยการทำงานในระบบโรงงานหรืออุตสาหกรรม ทำให้คนมีเวลาว่างมากขึ้น เมื่อมีเวลาว่างมากขึ้นก็จะเกิดการบริโภคมากขึ้น ดังนั้นลักษณะของระบบการผลิตถูกเปลี่ยนจากการผลิตเพื่อขจัดความขาดแคลน มาเป็นการผลิตเพื่อทดแทน เนื่องจากการลอกเลียนแบบทางวัฒนธรรม ทำให้ตัวสินค้าสูญเสียความหมายไป ขาดความมี

เอกลักษณ์ เกิดความไม่แตกต่างกันในทางสังคมของการบริโภค ในทัศนะทางสังคมวิทยาเห็นว่าระบบการผลิตได้ถูกเปลี่ยนมาเป็นการเน้นความสำคัญที่การสร้างความพึงพอใจจากตัวสินค้า โดยเหตุผลในการบริโภคสินค้าจะถูกกำหนดขึ้นโดยสังคม

ส่วนในด้านผู้ผลิต ซึ่งอาจจะเป็นศิลปินต่างก็สูญเสียความเป็นปัจเจกชน สูญเสียการแสดงออกถึงการสร้างสรรค์ของตนเองไป เพราะการผลิต การแสดงงานของพวกเขาขึ้นอยู่กับพื้นฐานของการทำให้กลายเป็นสินค้า (Commodification) ซึ่งยึดเอามูลค่าของการแลกเปลี่ยนเป็นหลัก อีกทั้งการผลิตงานก็อยู่ในลักษณะการผลิตแบบจำนวนมาก (Mass Production) เพื่อผู้บริโภคเป็นหลัก ฉะนั้นศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์งานจึงเป็นเพียงหน่วยหนึ่งของกระบวนการผลิตงานทั้งหมดเท่านั้น

นับตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน การแข่งขันด้านการผลิตเป็นปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีการผลิตและต้นทุนการผลิต ในโลกแห่งความเป็นจริงภายใต้ระบบเศรษฐกิจของสังคมไทยที่เป็นอยู่ ปฏิเสธไม่ได้ว่าการกระทำเพื่อการค้าพาณิชย์เป็นความจริงที่เกิดขึ้นและดำรงอยู่จริง โดยเฉพาะเรื่องศิลปะเพื่อพาณิชย์นั้น คนในวงการและผู้ติดตามอย่างใกล้ชิดต่างรู้ดีว่า กระแสศิลปะเพื่อพาณิชย์ ในสังคมปัจจุบันกำลังเป็นกระแสที่พัดแรง การทำราคาหรือการมองศิลปะเป็นสินค้า เป็นผลกำไรไม่ใช่เรื่องแปลกอีกแล้วในปัจจุบัน

“วัฒนธรรมแห่งการบริโภคนิยมนั้น ผู้คนต่างก็มุ่งที่จะแสวงหาความเป็นต้นแบบของวัตถุที่ครอบครอง แต่ถึงที่สุดแล้วสิ่งเหล่านั้นก็มีอาจเอื้อมถึงได้ เพราะมันถูกอำนาจของเงินตราเปลี่ยนค่าให้มีราคาสำหรับคนไม่กี่คน แต่วิถีวัฒนธรรมการบริโภคก็สามารถสนองอารมณ์รสนิยมความจริงลวงของผู้คนเหล่านั้น ได้ด้วยวิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรมเพื่อการตลาดผ่านเทคโนโลยีการพิมพ์อันทันสมัย พิมพ์ภาพเหล่านั้นออกมาครั้งละมากๆ แทบจะไม่ผิดเพี้ยนจากต้นแบบ ซึ่งจะต่างกับที่ตรงที่สื่อวัสดุที่รองรับเท่านั้น ที่เหลือเป็นการปรุงแต่งไม่ว่าจะเป็นกรอบหรือกระจกจะให้เหมือนกับใส่ภาพต้นแบบก็ได้ เพื่อให้ดูมีค่าที่เท่าเทียมก็เพิ่ม Sign หรือสัญลักษณ์ของศิลปินลงไป เช่นลายเซ็น รอยประทับนิ้วมือ ฯลฯ อันเป็นเครื่องประกันว่าภาพที่พิมพ์ออกมาจากต้นแบบนั้นเป็นวัตถุทางศิลปะ Copy ที่แท้ ซึ่งจะทำให้อารมณ์ของผู้ซื้อหวงระลึกถึงความเท่าเทียมของภาพต้นแบบ และยังเคลือบเปิดเบี่ยงไปถึงรสนิยมที่ใกล้เคียงกลุ่มชน

ชั้นบนของสังคมบริโภคนิยม ที่ได้ครอบครองภาพ *Original* ของศิลปินอีกด้วย" (ถนอม ช่างกดี , 2540)

### การผลิตซ้ำของภาพเขียนลอกแบบมีคุณค่าเช่นไรต่อผู้บริโภค

ในสังคมทุนนิยมทุกสิ่งทุกอย่างถูกทำให้เป็นสินค้า สำหรับ Karl Marx สินค้าทุกประเภทมีมูลค่าอยู่ 2 ชนิด คือมูลค่าการใช้ (Use Value) และมูลค่าการแลกเปลี่ยน (Exchange Value) ซึ่งมูลค่าการใช้ก็คือ ประโยชน์ใช้สอยที่สินค้านั้นๆ มีต่อมนุษย์ ส่วนมูลค่าการแลกเปลี่ยนหมายถึงมูลค่าที่ถูกกำหนดจากความต้องการในการแลกเปลี่ยนเนื่องจากการแบ่งงานกันทำ โดยใช้เงินเป็นสื่อกลาง มูลค่าการแลกเปลี่ยนนี้ ถูกกำหนดขึ้นโดยอาจมีส่วนเกี่ยวข้องกับประโยชน์ใช้สอยหรือไม่ก็ได้

"อุดมการณ์แห่งการบริโภค" คือจิตสำนึกอันใหม่ของผู้คนที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน นั่นคือความพึงพอใจที่ได้มาจากการบริโภค ความสุขของมนุษย์ถูกทำให้เหลือเพียงคำจำกัดความว่า ความรื่นรมย์จากการได้เสพวัตถุ อุดมการณ์นี้ได้ผลักดันให้ผู้คนวิ่งตามการบริโภคอย่างไม่รู้จักหยุดหย่อน การบริโภคเสนอตัวมันเองเป็นหน้าที่ทางสังคม ผลที่ตามมาจากความแปลกแยกแบบใหม่นี้ก็คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลถูกตัดขาดออกจากกันโดยสิ้นเชิง เหลือแต่ความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งของล้วนๆ

จากบทความเรื่อง "วัฒนธรรมการบริโภคแนวคิดและการวิเคราะห์" ซึ่งจัดพิมพ์โดยมหาวิทยาลัยเกริก (กุมภาพันธ์ , 2538) ได้เสนอเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า หากพิจารณาตัววัตถุสินค้าที่บริโภค จะพบว่าได้กลายเป็นสื่อการแสดงออกของความหมายทางวัฒนธรรม จนกระทั่งเกิดวงโคจรของการเคลื่อนไหวของความหมายทางวัฒนธรรมขึ้นในสังคมสมัยใหม่ วงจรนี้แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของสินค้า และวัตถุที่มีต่อผู้บริโภคและวัฒนธรรม

ศิวรักษ์ ศิวารมย์ ได้แสดงทัศนะในบทความเรื่อง วัฒนธรรมกับการบริโภคความหมายและการเคลื่อนไหวในโลกสินค้าว่า ระบบการผลิตปัจจุบันก้าวเข้าสู่ระบบที่ไม่มีขอบเขตจำกัดในการผลิตสินค้า ทำให้การบริโภคต้องถูกพัฒนาให้ไม่มีขอบเขตจำกัด มนุษย์จึงมิใช่เพียงอิสระและเสรีในการบริโภคเท่านั้น แต่การบริโภคกลายเป็นสิ่งที่ถูกปลูกปั่นให้เกิดขึ้นอย่างรุนแรงและ

แพร่กระจายออกไปในทุกส่วนของสังคม เมื่อเป็นเช่นนี้ประโยชน์ใช้สอยของวัตถุก็ถูกทำให้ลดบทบาทลงอย่างสิ้นเชิง ด้วยตรรกะของความแตกต่างและการบริโภคเชิงสัญญา ความต้องการของผู้บริโภคถูกกระตุ้น ถูกควบคุม และถูกจัดการมากขึ้น ก็เพื่อให้สินค้าได้ถูกบริโภคผ่านกลไกการแลกเปลี่ยน โดยที่สินค้านั้นไม่จำเป็นต้องถูกนำไปใช้สอยแต่อย่างใด

เช่นเดียวกับแนวคิดทางการตลาด ซึ่งรองศาสตราจารย์ธงชัย สันติวงษ์ (2537) เสนอไว้ถึงพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาดว่า ในสมัยเดิมนั้นทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ผู้บริโภคมีประโยชน์อยู่บ้าง แต่มีข้อบกพร่องคือ เป็นการยากอย่างยิ่งที่จะวัดอรรถประโยชน์ (Utility) และมีข้อสมมติฐานที่ใช้ไม่ได้โดยเฉพาะที่กล่าวว่า ผู้บริโภคจะปฏิบัติอย่างสมเหตุสมผลในทุกกรณี และเขาจะซื้อในปริมาณที่เหมาะสม มากกว่าจะซื้อเพื่อตอบสนองความพอใจเฉพาะของตน แต่แนวทางที่ถูกต้องคือ วิธีการศึกษาทางพฤติกรรมศาสตร์ ซึ่งความสำคัญของแนวคิดนี้คือ ปฏิเสธว่าเหตุผลทางเศรษฐกิจไม่ใช่เหตุผลเดียวที่ผู้บริโภคคำนึงถึงอยู่เท่านั้น แต่ในความเป็นจริงทุกครั้งที่ผู้บริโภคกระทำการซื้อ อิทธิพลที่ประกอบอยู่ภายในของเขาจะมีสิ่งที่ไม่สมเหตุสมผลเสมอไป เหตุผลทางอารมณ์หรือความชอบพออื่นๆ กลับกลายเป็นตัวกำกับการกระทำที่สำคัญกว่า

ในการบริโภคงานศิลปะ อิทธิพลภายในของผู้บริโภคถือได้ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ หรือเรียกได้ว่า การรับรู้ทางศิลปะ ซึ่งมีองค์ประกอบ 2 ประการคือ การรับรู้รูปทรงที่มองเห็น และการก่อตัวของความรู้สึกสุนทรีย์ะ ทั้งสองส่วนนี้จะเป็นสิ่งที่บ่งถึงสิ่งที่มีอยู่ภายนอกตัวผู้ดู และสิ่งที่อยู่ภายใน "ทฤษฎีความรู้ร่วมรู้สึก" เป็นแนวคิดที่อธิบายถึงความรู้สึกที่เข้าถึงผลงานศิลปะการประติมากรรมว่า การดูหรือฟังงานศิลปะ ก็คือการปรับตัวและการเลียนแบบ เป็นการรวบรวมความรู้สึกที่ศิลปินแสดงออกมาไว้ในตัวเรา หรือเป็นการเลียนแบบความรู้สึกของศิลปินที่แสดงออกมา อาจจะไม่ตรงกับความรู้สึกของศิลปินที่แสดงออกมาทั้งหมดก็ได้ ซึ่งความรู้สึกนี้ไม่ใช่ความสุขทางกายแต่เป็นความรู้สึกทางศิลปะ ทฤษฎีนี้ยังได้กล่าวเพิ่มเติมอีกว่า ความร่วมรู้สึกเป็นการแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกันของมนุษย์ โดยมีผลงานศิลปะเป็นสื่อกลาง

อีกทฤษฎีหนึ่งคือ ทฤษฎีจิตลุ่มลึก เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงระดับความสัมพันธ์ของผู้รับที่มีต่อผลงานศิลปะการประติมากรรม มีเนื้อหาสรุปได้ดังนี้ ความมีจิตลุ่มลึก เป็นความรู้สึกพอใจที่เป็นสุนทรีย์ภาพ ไม่ใช่ความพึงพอใจทางกายภาพ ซึ่งจิตลุ่มลึก ก็คือความตระหนักรู้อันเป็นผลให้ความเป็นจริงของชีวิตแยกตัวออกจากความเป็นจริงที่รู้สึก เป็นสภาวะจิตที่เกิดขึ้นจากการเอาตัวเข้าไปร่วมกับงาน

ศิลปะ แล้วพยายามเชื่อว่า มันเป็นความจริงในความรู้สึก ทั้งๆ ที่รู้ว่าไม่ใช่ความจริงที่มีอยู่ในชีวิตประจำวัน (พีระพงษ์ กุลพิศาล , 2533)

การเสพงานศิลปะจึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ดังที่ Baudrillard กล่าวว่า "เมื่อคนคนหนึ่งซื้อสินค้าใดๆ ก็ตาม พฤติกรรมการซื้อของเขาก็มาจากการทำงานของการเลือกและความชอบของเขานั้นเอง" คนทั่วไปมักคิดว่าวัตถุมีหน้าที่ที่ยาวนาน มีความมั่นคงในทุกระดับสังคมที่เกิดขึ้น แต่ที่แท้จริงแล้ววัตถุได้แสดงให้เห็นถึงตำแหน่งที่ตรงข้ามกับการเคลื่อนไหวในสังคม ก็คือ การเลือก การจัดลำดับ และการซื้อ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการเติมเต็มที่บริบูรณ์ ไม่ใช่แค่การนำไปใช้

หงษ์จร เสน่ห์งามเจริญ ศิลปินและเจ้าของ "บางกอกแกลอรี" ให้ความเห็นว่า คนที่เสพและสะสมงานศิลปะมีอยู่ 3 ประเภทด้วยกัน ประเภทแรกนั้น คือกลุ่มที่ซื้อเพื่อการลงทุนหวังเก็งกำไร ประเภทที่สอง ซื้อเพราะชอบเป็นเรื่องรสนิยมส่วนตัว แต่ไม่เจาะจงว่าต้องเป็นของศิลปินคนใด อาจเป็นศิลปินที่มีชื่ออยู่แล้ว และประเภทสุดท้ายคือ กลุ่มที่ซื้องานโดยคำนึงถึงชื่อเสียงของภาพและศิลปินไว้ก่อน แต่ไม่รู้ว่าสวยหรือไม่สวย

จากแนวคิดของ Baudrillard ทำให้เห็นสภาพสังคมในยุคแห่งการบริโภค ที่เต็มไปด้วยการลอกเลียนแบบ และการผลิตซ้ำของงานศิลปะด้านต่างๆ ออกมาอย่างมากมาย จนทำให้ลักษณะการบริโภคสินค้าเป็นการบริโภคภาพพจน์ของสินค้ายิ่งกว่าตัวสินค้าภายใต้กฎของสัญลักษณ์ ผู้บริโภคจะมีลักษณะการบริโภคแบบฉาบฉวย วัฒนธรรมต่างๆ ที่ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม ดนตรี งานศิลปะ จะมีลักษณะเป็น "วัฒนธรรมมวลชน" ซึ่งผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะหาความหมายของเนื้อหาที่นำเสนอ ต้องการแต่เพียงความพึงพอใจที่ได้จากการบริโภคและการได้เป็นเจ้าของครอบครองสิ่งต่างๆ เท่านั้น เช่นเดียวกับงานศิลปะ คุณค่าของงานศิลปะไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งที่อยู่ไกลเกินเอื้อม แต่ศิลปะเป็นสิ่งทีกลายมาเป็นศิลปะในชีวิตประจำวัน เป็นสิ่งที่มีค่าต่อความรู้สึกในแต่ละวันของชีวิตแต่ละคนได้

Wilansky (1964 , อ้างถึงใน ศิริชัย ศิริกายะและกาญจนา แก้วเทพ,2533) ให้ความหมายวัฒนธรรมมวลชน หมายถึง ผลงานทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสนองต่อ "ตลาดมวลชน" แต่เพียงอย่างเดียว สื่อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมมวลชน จะถูกทำให้มี

มาตรฐานเดียวกันหมด รวมทั้งพฤติกรรมของมวลชนที่ใช้วัฒนธรรมดังกล่าวด้วย วัฒนธรรมมวลชน หรือวัฒนธรรมประชานิยม ในสังคมทุนนิยมถูกใช้ในลักษณะที่มีความหมายเป็นกลาง หรือในเชิงที่ว่าเป็นวัฒนธรรมสมัยใหม่ เป็นวัฒนธรรมที่น่าสนใจและนอกจากนั้นยังเป็นวัฒนธรรมที่ทันสมัยเหมาะสมกับกาลเวลา

วัฒนธรรมมวลชนเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมหรือสื่อ ที่ผลิตขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดมวลชนโดยตรง (Mass Market) ซึ่งมักต้องมีมาตรฐานเดียวกันเพื่อให้สะดวกต่อการผลิต และเพื่อให้สอดคล้องกับแบบแผนการบริโภคแบบมวลชน ในปัจจุบันคำว่า “วัฒนธรรมประชานิยม” (Popular Culture) ถูกนำมาใช้แทนคำว่าวัฒนธรรมมวลชนมากขึ้น สินค้าประเภทดนตรี ภาพยนตร์ ละคร การ์ตูน วิดีโอเกมส์ ฯลฯ ล้วนเป็นผลผลิตของระบบสื่อมวลชนที่นำเอาอารมณ์ ความรู้สึก ค่านิยม ความเชื่อ และความคิดต่างๆ ของคนในสังคม มาแปรรูปเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม (Cultural Commodity)

Lewis (1980) และ Gans ให้คำนิยาม “วัฒนธรรมแห่งรสนิยม” ไว้ว่า “เป็นกลุ่มของเนื้อหาสื่อที่คล้ายคลึงกันที่คนกลุ่มเดียวกันนิยมชมชอบอยู่” การมีรสนิยมกลายเป็นเรื่องของความสนใจของแต่ละบุคคล ซึ่งวัฒนธรรมแห่งรสนิยมนี้ มีลักษณะเกิดขึ้นแล้วหายไป และมีความเหลื่อมล้ำกันอยู่มากในธรรมชาติของผู้ชมแต่ละกลุ่ม

กลุ่มรสนิยมทางวัฒนธรรม (Taste Culture) เป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นเพราะชื่นชอบเนื้อหาแนวใดแนวหนึ่ง หรือรูปแบบของสื่อประเภทใดประเภทหนึ่ง หรืออาจนิยมดารา นักร้อง คนใดคนหนึ่งร่วมกัน หรือชอบสไตล์ของนักเขียน ศิลปิน คนใดคนหนึ่งเป็นการเฉพาะ (อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์, 2541) เช่นเดียวกับงานศิลปะ ที่งานศิลปะไม่ได้ถูกจำกัดเฉพาะกลุ่มชนชั้นสูง หรือเฉพาะคนที่รักงานศิลปะเท่านั้น แต่ด้วยเทคโนโลยีทำให้งานศิลปะถูกผลิตขึ้นจำนวนมาก และกระจายไปยังบุคคลกลุ่มต่างๆ ทำให้งานศิลปะกลายเป็นสื่อ ที่สร้างวัฒนธรรมประชานิยมให้เกิดขึ้นในอีกรูปแบบหนึ่ง

การผลิตซ้ำตามทฤษฎีของ ถนอม ชากักดี คือ วัฒนธรรมแห่งการบริโภคนิยม ยุคสิทธิในการครอบครองสัญญะอย่างเท่าเทียม จะไม่มีความแตกต่างในการครอบครอง แต่จะต่างกันตรงที่กระบวนการและการตีคุณค่าของแต่ละฝ่ายเท่านั้น ซึ่งงานศิลปะก็ไม่แตกต่างจากสินค้าชนิดไหน

ในโลก ไม่แตกต่างจากอาหาร fast food ที่มีอยู่ทุกที่ คนอเมริกัน อังกฤษ ฝรั่งเศส ไทย ลาว เวียดนาม ฯลฯ ต่างได้กินอาหารประเภทนี้อย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งก็ไม่มีใครถามหาความเป็น Original ของอาหารเหล่านี้ เพียงแต่ให้มี Sign หรือสัญลักษณ์ตราประทับบนกล่องหรือข้างขวด ก็เพียงพอต่อคุณค่าที่ได้รับ

“คุณค่า” ของภาพเขียนที่จริงแล้วนั้นมิใช่มีคุณค่าเพียงการสื่อความหมาย ความสุนทรีย์ หรือการนำไปใช้เพื่อการชื่นชมกับความงามของมันเท่านั้น แต่ภาพเขียนยังแฝงคุณค่าอื่นไว้ในตัวมันเองเช่นเดียวกับวัตถุอื่นๆ ด้วย ดังที่ Baudrillard ได้คัดค้านหลักการวิเคราะห์ตรรกวิทยาทางสังคม ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการใช้วัตถุและความแตกต่างด้านชนชั้น จะเป็นการวิเคราะห์อุดมคติของการบริโภคซึ่งอยู่เบื้องหลังการกระทำของมนุษย์ต่อวัตถุทุกอย่าง ด้วยแนวคิดเช่นนี้สะท้อนให้เห็นแนวความคิดพื้นฐานที่ว่า วัตถุที่อยู่รอบๆ ตัวเรา เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ไม้สอย ที่มีคุณค่าการใช้ (Use Value) หรือไม่ก็เป็นวัตถุเพื่อตอบสนองความต้องการของเรา (Need) แต่วาโบดริยาร์ดคิดว่าเครื่องมือหรือวัตถุที่อยู่รอบตัวเรามีพื้นฐานมาจาก ค่าการแลกเปลี่ยนแห่งสัญลักษณ์ (Sign exchange value) เป็นสำคัญก่อนอื่นใด ส่วนค่าการใช้ของเครื่องมือเครื่องใช้ไม้สอยหรือวัตถุนั้น เป็นเพียงสิ่งที่ทำให้เราระลึกถึงคุณค่าของสิ่งของเท่านั้น ดังนั้นเขาจึงเสนอว่า การตั้งสมมติฐานเชิงสังคมวิทยาที่ถูกต้องในเรื่องวัตถุควรเป็น ค่าการแลกเปลี่ยนแห่งสัญลักษณ์ เป็นพื้นฐานของวัตถุ ส่วนค่าการใช้เป็นเพียงเครื่องเตือนใจถึงคุณค่าของวัตถุเท่านั้น

ตรรกะการบริโภค ตามแนวคิดของ Baudrillard แบ่งออกเป็น 4 ประเภทด้วยกัน คือ ตรรกะเชิงหน้าที่ของคุณค่าการใช้ , ตรรกะเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าการแลกเปลี่ยน , ตรรกะการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์ และตรรกะค่าการแลกเปลี่ยนแห่งสัญลักษณ์ ซึ่งตรรกะแบบแรกนั้นเป็นตรรกะในเชิงปฏิบัติของวัตถุ เป็นประโยชน์ใช้สอยของวัตถุที่มีต่อมนุษย์ ตรรกะข้อนี้เป็นสิ่งที่ไม่ใช่สิ่งสำคัญต่อการบริโภคของมนุษย์ตามความเห็นของ Baudrillard

ตรรกะประเภทที่สองตรรกะเชิงเศรษฐศาสตร์ของค่าการแลกเปลี่ยน เป็นตรรกะการเปรียบเทียบค่า ด้วยการเปรียบเทียบวัตถุเป็นมูลค่าของสิ่งที่ต้องการ โดยอาศัย เงิน เป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยน

ตรรกะประเภทที่สาม เป็นตรรกะวิทยาหลายความหมาย ซึ่งวัตถุถูกให้ค่าในการแลกเปลี่ยนในเชิงสัญลักษณ์ ที่สามารถสร้างความหมายของความสัมพันธ์ เป็นสัญลักษณ์ที่เราสร้างขึ้นร่วมกัน เช่น แหวนแต่งงานที่เป็นสัญลักษณ์ของคู่แต่งงาน หรือการให้ของขวัญ ที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้กับผู้รับ

ตรรกะค่าการแลกเปลี่ยนแห่งสัญลักษณ์ เป็นตรรกะประเภทสุดท้ายที่เรียกว่าเป็นตรรกะแห่งความแตกต่าง ซึ่งวัตถุจะเป็นอิสระครอบคลุมความหมายในตัวของมันเอง และไม่จำเป็นต้องมีสิ่งอื่นมารองรับอีกต่อไป วัตถุจะให้ความหมายและมีความเชื่อมโยงสัมพันธ์โดยการแลกเปลี่ยนกับสัญลักษณ์อื่น ๆ ด้วยกันแทน เช่น แหวนทั่วไปที่ไม่ใช่แหวนแต่งงาน จะไม่ได้แสดงสัญลักษณ์ของความสัมพันธ์ แต่จะแสดงให้เห็นความพึงพอใจส่วนตัว และเป็นสัญลักษณ์ในสายตาคนอื่น และแหวนนี้อาจเป็นเครื่องประดับ หรือเป็นวัตถุที่แสดงถึงแฟชั่นความนำสมัยก็ได้ ซึ่งหมายถึง มันคือวัตถุแห่งการบริโภคนั่นเอง

ในแนวคิดเรื่องความต้องการและคุณค่าการใช้ (Needs and Use Value) เสนอว่า คนเราไม่ใช่เกิดมาเพื่อมีความต้องการ แต่ความต้องการนี้ถูกสร้างขึ้นมาในสังคม ระบบได้สร้างคุณค่าที่แปรสภาพคนให้เป็นผู้บริโภค เพื่อให้ระบบอยู่รอดต่อไป ดังนั้นค่าการใช้จึงไม่มีความหมายใดในสังคม ในทางตรงกันข้ามค่าการแลกเปลี่ยนจะเป็นความจริงในมิติการบริโภคและระบบวัฒนธรรมโดยทั่วไป กล่าวคือ การวิเคราะห์การบริโภคจะเป็นไปได้ ก็ต่อเมื่ออยู่บนรากฐานการวิเคราะห์ตรรกะวิทยาสังคมการผลิตและการแลกเปลี่ยนเชิงสัญลักษณ์เท่านั้น

โดยทั่วไปแล้ว เราถูกทำให้เชื่อว่า มีคุณค่าการใช้อยู่เบื้องหลังภาพลวงของวัตถุต่างๆ แต่ในความเป็นจริงแล้ว วัตถุทุกชนิดไม่ได้เป็นสิ่งที่นำมาสนองความต้องการในการใช้ แต่ว่าเป็นสัญลักษณ์ของแรงงาน (Symbolic labor) เป็นสัญลักษณ์ของการผลิต วัตถุเหล่านี้เป็นการอุทิศแรงงานในการสร้างข้อพิสูจน์ที่เห็นเป็นรูปธรรม และสืบเนื่องมาจากคุณค่าทางสังคม ซึ่ง Weber เห็นว่า วัตถุ ก็คือสิ่งที่เปี่ยมแรงจูงใจให้การผลิตของพวกเขาทุ่มเท และปรัชญาการบริโภคก็จะถ่ายทอดสืบมาในการผลิตนั่นเอง ภาพเขียนลอกแบบก็ถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจหนึ่งที่ทำให้จิตรกรสร้างผลงานขึ้นมาเพื่อทำให้เกิดการซื้อขาย เป็นการสร้างความต้องการแบบใหม่ให้เกิดขึ้นในตลาดที่จะนำไปสู่การบริโภค ดังที่ Benjamin กล่าวไว้ว่า ภาระหนักอย่างหนึ่งของงานศิลปะก็คือ การรังสรรค์ความต้องการให้เกิดขึ้น ก่อนจะเติมเต็มด้วยความพอใจในเวลาต่อมา



การลอกแบบเป็นกลยุทธ์หนึ่งของจิตรกรยุคหลังสมัยใหม่ในการสร้างผลงานออกสู่ตลาด เพราะประเด็นสำคัญคือ การลอกแบบสามารถผลิตซ้ำได้โดยไม่มีที่สิ้นสุด และสามารถซื้อได้ในราคาที่ถูกลงกว่าต้นฉบับมาก ซึ่งงานประเภทนี้มีความเป็นอิสระที่จะสร้างความต้องการ และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนไปตามความต้องการของผู้ซื้ออยู่เสมอ

วัตถุในระบบทุนนิยมจะมีการเปลี่ยนแปลงใหม่และการหมดอายุลงได้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาพภาพในเรื่องเวลา และวัฏจักรการเสื่อมสลายและการเริ่มต้นใหม่ ในประเด็นแรกนั้น เป็นช่วงระยะเวลาของวัตถุในเรื่องอายุและความคงทนตามสภาพธรรมชาติของวัตถุ ซึ่งจะเสื่อมสลายหรือผุพังไปตามกาลเวลา แต่ในประเด็นที่สองนั้น เป็นวัฏจักรที่มีความสัมพันธ์กับสังคมอุตสาหกรรมที่มีการเคลื่อนไหวและก่อตัวขึ้นของสิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลา ทำให้วัตถุเสื่อมสลายไปตามความนิยมหรือความเปลี่ยนแปลงของสังคม ซึ่งเกิดจากการควบคุมทางจิตวิทยา และ Baudrillard ให้ความสำคัญกับประเด็นที่สองนี้มากกว่า ว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญมากในสังคมเศรษฐกิจอุตสาหกรรมในปัจจุบัน

การบริโภคงานศิลปกรรมก็เช่นเดียวกัน แต่เดิมความนิยมของงานศิลปกรรมจะเปลี่ยนแปลงไปตามความเชื่อของแต่ละยุค แต่ในปัจจุบันความนิยมและความชื่นชมงานศิลปกรรมแปรเปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เช่นเดียวกับสินค้าอื่นๆ หน้าที่ของงานศิลปกรรมจึงต้องเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน และเมื่องานศิลปกรรมกลายเป็นสื่อที่สร้างวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย ซึ่งยังไม่ยอมรับงานประเภทนี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะนำแนวคิดเกี่ยวกับศิลปะในยุคหลังสมัยใหม่ เรื่องการผลิตซ้ำและการลอกแบบของ Walter Benjamin และ Jean Baudrillard มาใช้เพื่อนำมาศึกษาวิจัยอุตสาหกรรมการผลิตซ้ำของภาพเขียนลอกแบบ เพื่อศึกษาและอธิบายถึงกระบวนการผลิตและการบริโภคภาพเขียนลอกแบบ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สะท้อนถึงลักษณะสังคมยุคหลังสมัยใหม่ได้เป็นอย่างดี