

อ่าน ‘หาเรื่อง’ กับประวัติศาสตร์กราฟิกดีไซน์ : บทวิจารณ์หนังสือ Reading Graphic Design History: Image, Text, and Context

จุฑามาศ ตั้งสันติกุล¹

ภาควิชาการออกแบบอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

juthamas.ta@chula.ac.th

Received 2022-07-07; Revised 2022-11-27; Accepted 2022-11-28

คำนำ

หนังสือ Reading Graphic Design History: Image, Text, and Context เป็นหนังสือเล่มที่สองของ ศาสตราจารย์ กิตติคุณ เดวิด เรซแมน (David Raizman) ผู้ล่วงลับ หนังสือเล่มแรกของ เรซแมน History of Modern Design (2003) นับเป็นตำราเล่มสำคัญของชั้นเรียนประวัติศาสตร์การออกแบบ อย่างไรก็ตาม Reading Graphic Design History มีความแตกต่างไปจาก History of Modern Design อยู่มาก ด้วย Reading Graphic Design History เจาะจงไปที่ประวัติศาสตร์ของงานออกแบบกราฟิก เจ็ดชิ้นในรูปแบบของกรณีศึกษา (case studies) ในขณะที่ History of Modern Design เป็นหนังสือแนวสำรวจ ทำเนียบชิ้นงานออกแบบไล่เรียงไปแต่ละยุคสมัย ตามลำดับเหตุการณ์ (chronological) ทั้งนี้ การศึกษาประวัติศาสตร์ด้วยวิธีการสำรวจ ทั้งในรูปแบบของตำรา และการจัดการถ่ายทอดความรู้ในชั้นเรียนนั้น เรียกได้ว่าเป็นขนบปฏิบัติ กระแสหลักในการศึกษาประวัติศาสตร์การออกแบบซึ่งรับมาจากประวัติศาสตร์ศิลปะอีกทอดแน่นอนว่า การได้ ‘รู้จัก’ นักออกแบบคนสำคัญ ๆ และได้ ‘เห็น’ ชิ้นงานใน

ทำเนียบงานออกแบบจากแต่ละยุคสมัยนั้นเป็นสิ่งจำเป็นและมีประโยชน์อย่างมากสำหรับผู้สนใจในพัฒนาการของศาสตร์ อย่างไรก็ตาม ในการไล่เรียงสำรวจชิ้นงานโดยอายุคนสมัย และลำดับเหตุการณ์เป็นที่ตั้งนั้นอาจละเอียดในรายละเอียด นำไปสู่การด่วนสรุปและความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนได้ ดังที่จะได้เห็นใน Reading Graphic Design History เมื่อเรซแมนนำชิ้นงานออกแบบเจ็ดชิ้นบางชิ้นเป็นที่รู้จักดีจากทำเนียบงานออกแบบกราฟิกมาวิเคราะห์อย่างละเอียดอีกครั้งในฐานะองค์ประกอบฐานตั้งต้น การอ่านชิ้นงานทั้งจากสถานะเนื้อตัวของมันเอง และจากบริบทแวดล้อม นอกจากจะให้สาระความรู้ ที่มาที่ไปของงานแต่ละชิ้น รวมไปถึงสายสัมพันธ์ระหว่างตัวงานออกแบบกับปัจจัยแวดล้อมแล้ว เรซแมนยังสังเกตพบว่าบ่อยครั้งที่การอ้างอิงจากหนังสือและตำราประเภทสำรวจ โดยไม่ผูกติดตั้งคำถามกับเรื่องเล่าเหล่านั้น กลายเป็นการผลิตซ้ำเรื่องเล่าที่ทรงพลัง หากแต่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับผลงานเหล่านั้นไปด้วย ผู้วิจารณ์จึงเห็นคล้อยตามเรซแมนว่า แม้เราจะคุ้นตากับชิ้นงาน ก็ไม่ได้หมายความว่าเราจะมีทักษะถึงรายละเอียดเกี่ยวกับมันอย่างถูกต้อง หรือครบถ้วน ดังนั้น Reading Graphic Design History: Image, Text, and

¹ รองศาสตราจารย์ ดร.

Context จึงเป็นประโยชน์ต่อนักเรียนวิชาประวัติศาสตร์สายการออกแบบกราฟิกเพราะมีเนื้อหา รายละเอียดเกี่ยวกับงานออกแบบขั้นสูงเหล่านี้แบบลงลึก และเป็นประโยชน์ต่อนักเรียนวิชาประวัติศาสตร์สายการออกแบบโดยทั่วไป เพราะให้ตัวอย่างของการใช้ระเบียบวิธีที่ผู้วิจารณ์เชื่อว่า เป็นทางเลือกที่มีความเป็นไปได้มากที่จะปรับใช้ในการศึกษาประวัติศาสตร์การออกแบบในสังคมไทย

เกี่ยวกับผู้เขียน

ศาสตราจารย์กิตติคุณ เดวิด เรชแมน (1951-2021) เรียนจบมาทางสายประวัติศาสตร์ศิลปะ มีความเชี่ยวชาญด้านเอกสารโบราณของสเปนในยุคกลาง จุดเปลี่ยนที่สำคัญในอาชีพนักวิชาการของ เรชแมน เกิดขึ้นในยุค 1990s เมื่อเขาอาสาสอนรายวิชาประวัติศาสตร์การออกแบบให้กับ Drexel University ซึ่งตัวเขาเอง และ คาร์มา กอร์แมน (Carma Gorman) เพื่อนร่วมงานคนสำคัญ ได้เขียนไว้ในหนังสือ *Design History beyond the Canon* ถึงช่วงเวลานี้ว่าเป็นยุคบุกเบิก กล่าวคือ เป็นช่วงเวลาที่มีมหาวิทยาลัยหลายแห่งในสหรัฐอเมริกาเริ่มให้มีการเรียนการสอนในด้านนี้ ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวเคยเกิดขึ้นในมหาวิทยาลัยในประเทศอังกฤษยี่สิบปีก่อนหน้า เรชแมนและกอร์แมนยังกล่าวต่อไปอีกด้วยว่า แม้พวกเขาจะอาศัยตำราที่เขียนโดยนักวิชาการจากเกาะอังกฤษเป็นแบบเรียน แต่ก็รู้สึกไม่ได้ว่าตำราที่มีอยู่ในขณะนั้นยังไม่ใช่ตำราที่เหมาะสมสำหรับการเรียนการสอนในมหาวิทยาลัยของสหรัฐอเมริกา นั่นเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้เรชแมนเริ่มค้นคว้าและพัฒนาเนื้อหาที่กลายมาเป็นหนังสือ *History of Modern Design* (กอร์แมน เองมีหนังสือประเภทสำรวจเช่นกัน) ทั้งเรชแมนและกอร์แมนยังมีบทบาทมากในการจัดโครงการฤดูร้อน *Teaching the History of Modern Design: The Canon and Beyond* โดย NEH Summer Institute ในปี ค.ศ. 2015 ที่มุ่งเพิ่มพูนศักยภาพด้านการเรียนการสอน และการวิจัยในสายวิชาประวัติศาสตร์การออกแบบให้กับบุคลากรในด้านนี้ (Gorman & Raizman, 2019, pp. XII-XXIII)

โครงสร้างของหนังสือ และเนื้อหาสรุปโดยย่อ

หนังสือ *Reading Graphic Design History* มีอยู่ด้วยกัน 8 บท เป็นบทนำหนึ่งบท ที่เหลือเจ็ดบทเป็นกรณีศึกษาเจ็ดเรื่องที่มีบทสรุปประจำบท ไม่มีบทสรุปรวมในบทนำ เรชแมนอธิบายถึงวัตถุประสงค์และระเบียบวิธี (methodology) ที่เขาเลือกใช้กับ *Reading Graphic Design History* แม้ว่าวิธีการสำรวจ (survey) จะเป็นชนบปฏิบัติหลักในการศึกษา และเขียนตำราประวัติศาสตร์การออกแบบ หากแต่เรชแมนมองว่า การนำระเบียบวิธีแบบกรณีศึกษาเข้ามาประกอบกับตำราประเภทสำรวจที่มีอยู่แล้ว เป็นการส่งเสริมกันและกันให้เกิดความเข้าใจที่สมบูรณ์ขึ้น โดยเฉพาะการใช้กรณีศึกษาทวนสอบข้อมูลที่ปรากฏในตำราประเภทสำรวจ นอกจากนี้ เขายังเสนอด้วยว่ากรณีศึกษานั้นเป็นระเบียบวิธีที่เหมาะสมสำหรับการเริ่มต้นศึกษาหัวข้อหรือประเด็นใหม่ ๆ ที่มีแง่มุมซึ่งยังไม่ถูกค้นพบอยู่อีกมาก ทั้งนี้ การแสวงหาค้นคว้าด้วยการสืบเสาะ (investigate) ออกจากวัตถุตั้งต้นไปสู่ข้อมูลในบริบทอื่น ๆ ยังจะช่วยให้เห็นมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับงานออกแบบชิ้นนั้น ๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเมื่อการผลิตสร้างงานกราฟิกใด ๆ นั้นโดยธรรมชาติของมันแล้วเป็นกระบวนการที่ซับซ้อน และต้องการการร่วมมือจากหลายภาคส่วน ผลงานออกแบบที่เรามักจะรู้จักว่าเป็นของนักออกแบบคนใดคนหนึ่งนั้น เมื่อสืบสาวกลับไป จะพบว่าล้วนแต่เป็นผลที่ประกอบขึ้นจากปัจจัยหลากหลาย รวมทั้งการตัดสินใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียคนอื่น ๆ ในกระบวนการด้วยเสมอ อาทิ ลูกค้า สำนักพิมพ์ บรรณาธิการ นักวิจัยการตลาด หรือ ผู้ใช้งาน

ทั้งนี้ วิธีการแบบกรณีศึกษาที่เรชแมนใช้นั้น มีขั้นตอนที่เป็นระบบ กล่าวคือ เรชแมนจะเริ่มต้นการสืบเสาะจากวัตถุที่เป็นองค์ประธาน (subject) ตั้งต้นด้วยการพินิจพิจารณาที่คุณลักษณะกายภาพทั้งของชิ้นงาน อาทิ ขนาด สัดส่วน รูปแบบ วัสดุ และเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต และของบริบทอันเป็นที่ติดตั้งชิ้นงานเหล่านั้น เป็นต้นว่า นิตยสารที่ลงงานโฆษณาชิ้นนั้น ๆ หรือ กำแพงในอุโมงค์รถไฟใต้ดินอันเป็นที่ปิดโปสเตอร์ชุดนั้น ๆ หลังจากนั้นจึง

พินิจองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ในงานออกแบบชิ้นนั้น ๆ อย่างละเอียด ทั้งในเชิงมูลฐานตามทฤษฎีของรูปทรง และในเชิงการสื่อสาร ทั้งในแง่ที่ชิ้นงานตั้งใจที่จะสื่อสาร และในแง่ที่มันได้รับการตอบรับ เมื่อเขาแน่ใจว่าได้อ่านเนื้อตัวของชิ้นงานอย่างถ่องแท้แล้ว เรขแมนจึงจะนำบริบทอื่น ๆ อาทิ ประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม การเมือง เข้ามาประกอบการอ่าน ซึ่งหากจะกล่าวโดยยืดยาวตั้งแต่ต้นเป็นศูนย์กลางแล้วก็ต้องเรียกว่า งานออกแบบแต่ละชิ้นมีเส้นเรื่องที่แผ่โยงออกไปสู่เรื่องเล่าอื่น ๆ ในบริบทที่แตกต่างกันไปตามแต่ละขณะเฉพาะ บางชิ้นงานมีน้ำหนักทางการเมืองสูง ในขณะที่บางงานต้องการภูมิหลังด้านชาติพันธุ์ และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เข้ามาประกอบการอ่าน ที่สำคัญคือ เรขแมนไม่เคยที่จะละเลยในการตั้งคำถามกับข้อเขียนเกี่ยวกับงานออกแบบชิ้นต่าง ๆ ไม่ว่าจะเขียนโดยนักวิชาการที่มีชื่อเสียง หรือโดยนักออกแบบเจ้าของผลงานเอง

ผลงานในหนังสือเล่มนี้ได้รับการคัดเลือกมาจากคลังความรู้ที่เรขแมนรวบรวมค้นคว้าไว้เพื่อใช้ในการเรียนการสอนวิชาประวัติศาสตร์การออกแบบของเขา ในแง่หนึ่ง กรณศึกษาเจ็ดเรื่องนี้จะนับว่าเป็นการเลือกตามใจของผู้เขียนก็ได้ หากแต่ในอีกแง่หนึ่ง มันก็มีเหตุผลรองรับที่น่าสนใจ หัวเรื่องเป็นกรณศึกษางานออกแบบที่เรียกได้ว่ามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เป็นผลงานของนักออกแบบชั้นครู และถูกจัดอยู่ในทำเนียบงานออกแบบในฐานะกราฟิกดีไซน์ชิ้นสำคัญ หากแต่เมื่อใช้ระเบียบวิธีแบบกรณศึกษากลับทำให้เห็นรายละเอียดเพิ่มเติม เกิดคำถาม หรือข้อสังเกตที่แตกต่างออกไปจากข้อมูลที่อ้างอิงซ้ำ ๆ ส่วนอีกสองกรณศึกษานั้นเรขแมนยอมรับว่า ไม่ใช่งานออกแบบที่ผู้อ่านทั่วไปคุ้นเคยสักเท่าใดนัก เรื่องหนึ่งเป็นกรณศึกษาภาพล้อการเมือง อีกเรื่องเป็นคอลเลกชันของตัวพิมพ์ หากแต่การที่ผู้อ่านทั่วไป หรือแม้แต่ผู้อ่านออกแบบเองก็อาจจะไม่คุ้นเคยกับกรณศึกษาสองเรื่องนี้กลับเป็นมูลเหตุสำคัญที่ทำให้เรขแมนนำมาค้นหาใส่ไว้ในหนังสือเล่มนี้ ด้วยเขาเชื่อว่าภาพล้อการเมือง ในฐานะกรณศึกษาจากประวัติศาสตร์ภาพประกอบ และที่มาของตัวพิมพ์ ในฐานะกรณศึกษาจากประวัติศาสตร์ตัวพิมพ์ เป็นส่วนหนึ่งของ

ประวัติศาสตร์กราฟิกดีไซน์ที่นักเรียนประวัติศาสตร์การออกแบบต้องให้ความสำคัญให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

แม้ว่า หนังสือเล่มนี้จะแยกกรณีศึกษาเจ็ดเรื่องออกเป็นเจ็ดบทจากกัน แต่เรขแมนพบประเด็นร่วมในกรณีศึกษาเหล่านี้ อาทิ ทศนคติแบบเหมารวมในงานออกแบบเจตคติของคนอเมริกันหลังสงครามโลกครั้งที่สอง อิทธิพลของประวัติศาสตร์ศิลปะยุโรปในงานออกแบบสมัยใหม่ รวมไปถึงประเด็นที่เรขแมนเห็นว่ายังถูกละเลยอยู่มาก อันได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างกราฟิกดีไซน์ กับศิลปะ และ ความสัมพันธ์ระหว่างประวัติศาสตร์กราฟิกดีไซน์ กับประวัติศาสตร์โฆษณา และประวัติศาสตร์ธุรกิจ ในส่วนท้ายของบทนำ ผู้เขียนแนะนำเนื้อหาของบทที่หนึ่งถึงบทที่เจ็ดโดยสังเขป ก่อนจะจบบทด้วยการชวนผู้อ่านทบทวนถึงบทบาทของรายวิชาประวัติศาสตร์การออกแบบ ในขณะที่เรขแมนไม่ได้ปฏิเสธคุณค่าของการเป็นรายวิชาในสายสนับสนุนให้กับวิชาชีพออกแบบ เขาก็ได้แย้งว่าประวัติศาสตร์การออกแบบมีคุณค่าและความสำคัญพอที่จะดำรงความเป็นศาสตร์ในตนเองได้เช่นกัน

บทที่หนึ่ง โยเซฟ มุลเลอร์-บรอกแมน : “ปกป้องเด็ก!” กับมายาคติของกราฟิกดีไซน์ สายสวิส (Josef Müller-Brockmann: “schützt das Kind!” and the Mythology of Swiss Design)

เรขแมนเปิดกรณศึกษาบทแรกด้วย โพสต์เตอร์ *schützt das Kind!* (Protect the child!) งานออกแบบของโยเซฟ มุลเลอร์-บรอกแมน (Josef Müller-Brockmann) ที่ชนะการประกวดของสมาคมผู้ขับขี่ยานยนต์แห่งสวิตเซอร์แลนด์ (The Automobile Club of Switzerland) ผู้เขียนเริ่มต้นบทด้วยการพินิจพิจารณางานออกแบบทั้งในแง่เนื้อหา และองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ จากนั้นจึงสำรวจข้อเขียนจากตำรา และวรรณกรรมเล่มสำคัญ ๆ ที่พูดถึงงานชิ้นนี้ ซึ่งส่วนมากแล้วมีแนวโน้มที่จะยึดโยงมันเข้ากับการออกแบบกราฟิกสายสวิส หรือที่บางตำรา

เห็นว่าเหมาะสมกว่าหากจะเรียกว่า International Typographic Style อันมีอัตลักษณ์โดดเด่นในการเลือกใช้องค์ประกอบเพียงเท่าที่จำเป็น จัดวางแบบไม่สมมาตร รวมทั้งความนิยมใช้ตัวอักษรแบบไร้เชิงฐาน (sans serif) และภาพถ่ายที่เชื่อกันว่าให้คุณค่าแห่งความเป็น ภาววิสัย (objectivity) ในการสื่อสาร เน้น ข้อเท็จจริง (factual) มากกว่าอารมณ์ ซึ่งเรขแมนนำมาเป็นประเด็นสำคัญของบทในการพินิจคุณลักษณะของโปสเตอร์ *schutzt das Kind!* ในความเห็นของเรขแมนนั้น แม้ว่าโปสเตอร์ของมุลเลอร์-บรอกแมนชิ้นนี้ จะมีคุณลักษณะทางกายภาพตามที่กล่าวมา กล่าวคือ มีองค์ประกอบหลักเป็นภาพถ่ายของล้อรถจักรยานยนต์ และเด็ก จัดวางแบบปะทะกัน ในแกนทแยงบนพื้นหลังที่เปลือยเปล่า ตัวหนังสือบนโปสเตอร์มีเพียงชื่อบริษัท และวลี ‘*schutzt das Kind!*’ ซึ่งเป็นโจทย์ของการประกวด แดปส์เหลือทิ้งที่พาดขอบด้านล่างของโปสเตอร์ช่วยขับเน้นและดึงดูดสายตาผู้ชมสู่องค์ประกอบหลัก หากแต่เรขแมนกลับแย้งว่า กรณีนี้เป็นข้อพิสูจน์หนึ่งว่า การใช้รูปถ่ายนั้นไม่ได้เป็นเครื่องยืนยันความเป็นภาววิสัยเสมอไป นอกจากนั้น เขาไม่เห็นด้วยเลยว่า โปสเตอร์ *schutzt das Kind!* เป็นการสื่อสารที่เน้นข้อเท็จจริง เป็นภาววิสัยที่ปราศจากการชี้นำด้วยอารมณ์ ในทางตรงกันข้าม การกลับไปอ่านองค์ประกอบของงานออกแบบชิ้นนี้อีกครั้ง เรขแมนชี้ให้เห็นถึงความพยายามของนักออกแบบในการกำกับองค์ประกอบด้วยการนำภาพถ่ายจากคนละบริบทมาดัดปะ (collage) ทั้งยังปรับแต่งภาพ และขนาดเพื่อปลุกเร้าอารมณ์ ความหวาดผวาคืออันตรายที่ผู้ขับขี่จักรยานยนต์สามารถกระทำต่อเด็กในฐานะผู้เดินถนนที่เปราะบาง การตั้งคำถามต่อโปสเตอร์ *schutzt das Kind!* ยังแผ่โยงไปสู่เรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ในอีกสามหัวข้อใหญ่ ๆ ได้แก่ โปสเตอร์กับสวัสดิการสังคมในสวิตเซอร์แลนด์ ภาพถ่าย ภาพตัดปะ และกราฟิกดีไซน์ และ สมาคมผู้ขับขี่จักรยานยนต์แห่งสวิตเซอร์แลนด์ ทั้งนี้ เรขแมนไม่ได้มีเจตนาที่จะด้อยค่าของงานออกแบบชิ้นนี้แต่อย่างใด หากแต่เขาได้แย้งถึงการด่วนสรุป ‘กราฟิกสายสวิส’ ว่าเป็นอัตลักษณ์เดียวของงานกราฟิกในสวิตเซอร์แลนด์ในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง นับเป็นการละเลยงานออกแบบแนวอื่น ๆ ที่ร่วมสมัยกัน และปัจจัยอื่น ๆ (นอกเหนือไปจาก

อัจฉริยภาพของนักออกแบบ) ที่มีผลต่อการสร้างงานชิ้นนี้ อาทิ การที่รัฐ และผู้คนในสวิตเซอร์แลนด์มีแนวโน้มที่จะให้คุณค่ากับสำนักสาธารณะ การที่เทคนิคภาพตัดปะถูกใช้เพื่อเร้าอารมณ์ในงานออกแบบอื่น ๆ ก่อนหน้านั้น รวมถึงบทบาทของลูกค้ำ แรงกดดันของสังคม ซึ่งทั้งหมดล้วนแต่เป็นเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ที่เรขแมนเชื่อว่าเป็นส่วนสำคัญในประวัติของ *schutzt das Kind!* เรขแมนทิ้งท้ายบทนี้ ด้วยการชวนให้ผู้อ่านย้อนกลับไปพิจารณา ข้อเขียนของนักออกแบบ ในฐานะหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ที่จำเป็นต้องได้รับการสอบทานเช่นเดียวกับหลักฐานประเภทอื่น ๆ ดังจะเห็นได้จากในกรณีของมุลเลอร์-บรอกแมน ที่ข้อเขียนอันไม่อาจปฏิเสธได้ว่าทรงคุณค่า หากแต่มีส่วนอย่างมากในการผลิตสร้างภาพจำบางอย่าง (ที่คลาดเคลื่อน) เกี่ยวกับกราฟิกสายสวิส

**บทที่สอง โปสเตอร์นิทรรศการเซเซชันครั้งที่ 13 ของ โคลโลมาน โมเซอร์ : กายวิภาคของกราฟิกสายเวียนนา
(Koloman Moser's Thirteenth Secession Exhibition Poster (1902): Anatomy of a Work of Viennese Graphic Design)**

องค์ประธานตั้งต้นของบทนี้ อันได้แก่ โปสเตอร์สำหรับนิทรรศการครั้งที่ 13 ของศิลปินกลุ่มเซเซชัน (Secession) เป็นงานกราฟิกอีกชิ้นหนึ่งที่ผู้อ่านน่าจะคุ้นตา ด้วยเป็นชิ้นงานสำคัญที่วรรณกรรมทุกเล่มต้องกล่าวถึง เมื่อพูดถึงงานกราฟิกดีไซน์สายเวียนนาในช่วงเปลี่ยนผ่านสู่ศตวรรษที่ 20 การพินิจพิจารณางานชิ้นนี้ในระดับกายภาพ เปิดประเด็นคำถามถึงการทำงานของโปสเตอร์ในฐานะสื่อประชาสัมพันธ์ ด้วยเมื่อย้อนกลับไปดูผลงานที่ผ่านมา ก่อนหน้านั้น โปสเตอร์ที่สร้างขึ้นชื่อเสียงให้ โคลโลมาน โมเซอร์ (Koloman Moser) ล้วนแต่มีลักษณะขององค์ประกอบที่รุ่มรวยและลื่นไหลอ่อนช้อยตามแบบอาร์ต นูโว ซึ่งเป็นสไตล์ที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในเวลานั้น ทั้งยังมีขนาด และสัดส่วนของการจัดวางองค์ประกอบที่ดึงดูดสายตาของผู้คนที่สัญจร

ผ่านไปมา ตามแบบฉบับของโปสเตอร์โฆษณาในที่สาธารณะ *Thirteenth Secession Exhibition Poster* ได้รับการชื่นชมอย่างมากในแง่ของเอกภาพในชิ้นงาน ด้วยระบบตาราง (grid) ที่ถูกคิดมาอย่างละเอียด รวมไปถึงความเคร่งครัดในการกำกับควบคุมองค์ประกอบทั้งรูปทรงเรขาคณิต และรูปทรงที่มีพื้นฐานอิสระอย่างตัวอักษรให้อยู่ในหน่วยเรขาคณิตของระบบตารางได้อย่างลงตัว อย่างไรก็ตาม เรขแมนตั้งข้อสังเกตว่า ในตำราส่วนมากที่กล่าวถึงงานชิ้นนี้กลับละเว้นที่จะอธิบายตัวประดิษฐ์เหล่านี้อย่างจริงจัง การเลือกใช้ตัวพิมพ์ใหญ่ทั้งหมดที่มีสโตรขนาดเดียวเป็นการตัดสินใจที่ค่อนข้างแปลกเพราะทำให้อ่านยาก ทั้งนี้ นักวิจารณ์ในสมัยนั้นเองมีความกังขาไม่น้อยต่อขนาด สัดส่วน ตลอดจนองค์ประกอบที่ไม่ได้สอดคล้องกับกับบริบทของการสื่อสารที่ต้องการทั้งเรียกร้องความสนใจ และความชัดเจนในการสื่อสารเมื่อมองจากระยะสายตาของผู้คนบนท้องถนน การสืบเสาะไปสู่ผลงานอื่น ๆ ของโมเซอร์ทำให้เรขแมนพบว่า *Thirteenth Secession Exhibition Poster* นั้นมีรากฐานของความสัมพันธ์กับผลงานออกแบบประเภทอื่น ๆ ของโมเซอร์และเพื่อนศิลปินในกลุ่มเซเซชัน ซึ่งเรียกได้ว่าเป็นการ ‘แยกตัว’ ออกมาของศิลปินรุ่นใหม่ในเวลานั้นทั้งในมิติของขนบปฏิบัติ ผู้คน พื้นที่ และกิจกรรม ดังนั้นแล้วเรขแมนจึงเชื่อว่าเราจะไม่สามารถเข้าใจและซาบซึ้งกับคุณค่าของโปสเตอร์ที่ได้รับการยกย่องให้เป็นตัวแบบของกราฟิกดีไซน์สมัยใหม่ หากเราละเลยที่จะศึกษาความสัมพันธ์ของมันกับอุดมการณ์ของศิลปินเซเซชัน รวมไปถึงงานออกแบบอื่น ๆ ที่โมเซอร์ในฐานะสมาชิกของกลุ่มเซเซชัน ไม่ว่าจะเป็นสิ่งพิมพ์กราฟิก ภาพประกอบ แบบอักษร ตัวอักษรที่ทำการ และนิทรรศการ รวมไปถึงการพินิจบริบทของกรุงเวียนนาในขณะนั้นด้วยความตื่นตัวของผู้คน ความรุ่งเรืองของเมือง วัฒนธรรมของการโต้เถียงอย่างสร้างสรรค์ในสภาภาพเหล่านี้ล้วนเป็นฉากหลังที่สำคัญในการเอื้อให้โมเซอร์และเพื่อนศิลปินคนอื่น ๆ ได้เริ่มต้นแนวทางสร้างสรรค์ที่ถูกรู้จักกันต่อมาว่า ‘สมัยใหม่’

บทที่สาม กัสซองด์และดูบอนเนต : ศิลปะแห่งโปสเตอร์ และการชวนเชื่อในเมืองปารีส ณ รอยต่อระหว่างสองสงคราม (Cassandre and Dubonnet: Art Posters and Publicity in Interwar Paris)

เรขแมนยังคงเลือกงานออกแบบที่มีชื่อเสียงเป็นองค์ประธานตั้งต้นของกรณีศึกษาในบทนี้ ทั้งยังเป็นผลงานของอีกหนึ่งนักออกแบบในตำนานอีกด้วย โปสเตอร์โฆษณาเครื่องดื่มสัญชาติฝรั่งเศส *Dubon-Dubonnet* ที่เล่นกับคำ และภาพนี้ ได้รับการยกย่องให้เป็นตัวอย่างของงานกราฟิกดีไซน์สมัยใหม่ที่ฉวยใช้องค์ประกอบศิลปะแนวอะวองการ์ด จากคิวบิสม์ (Cubism) และเพียวริสม์ (Purism) สร้างงานโฆษณาได้อย่างเหมาะสมเจาะจงตัว ทั้งเทคนิคของการเล่าเรื่องที่หยิบยืมมาจากสื่อภาพยนตร์และการ์ตูน ก็ได้รับคำชื่นชมว่าเป็นปฏิบัติการที่ชาญฉลาด ที่สำคัญงานโปสเตอร์ชิ้นนี้ เป็นหนึ่งในผลงานที่ส่งให้เอ เอ็ม กัสซองด์ (A. M. Cassandre) กลายเป็นนักออกแบบโปสเตอร์คนแรกที่กำลังก้าวข้ามเส้นแบ่งระหว่างศิลปะ และพาณิชย์ศิลป์ ได้สำเร็จ เมื่อภัณฑารักษ์คนสำคัญของพิพิธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่ (MoMA) แห่งมหานครนิวยอร์กเลือกที่จะจัดแสดงผลงานของเขาใน ค.ศ. 1933 ชิ้นงานออกแบบที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อสื่อสารกับผู้คนบนท้องถนนในระดับชีวิตประจำวันจึงได้โอกาสไปเฝ้าดูในหอนิทรรศการของพิพิธภัณฑ์ระดับโลกเป็นครั้งแรก กล่าวได้ว่าในช่วงรอยต่อระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 1 และสงครามโลกครั้งที่ 2 นั้น กัสซองด์และผลงานของเขาโด่งดังเป็นที่รู้จักในระดับตารางของวงการเลยทีเดียว หนังสือ ตำรา หรือนิทรรศการใด ๆ จากนั้นมา หากเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของโปสเตอร์แล้ว ไม่อาจที่จะละเลยผลงานของกัสซองด์ไปได้ แม้กระนั้นก็ตาม เรขแมนตั้งข้อสังเกตว่า ในขณะที่ถ้อยสรรเสริญความสามารถของกัสซองด์ตลอดจนชิ้นงานของเขาถูกผลิตซ้ำเรื่อยมาจนถึงปัจจุบันเป็นจำนวนมาก หากแต่งานที่ศึกษาลงลึกอย่างจริงจังกลับมีน้อยชิ้น ทำให้หลาย ๆ ประเด็นที่ควรจะถูกนำมาร่วมพิจารณาถูกละเลยไปอย่างน่าเสียดาย ซึ่งการที่เรขแมนพาผู้อ่านไปยังประเด็นเหล่านี้ อาทิ

บริบทของฝรั่งเศสในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง ความซับซ้อนในสัมพันธภาพและเส้นแบ่งระหว่างศิลปะกับการชวนเชื่อเชิงพาณิชย์ รวมไปถึง ความย้อนแย้งในตัวองก๊สซองดร์เอง ทำให้เรื่องของ ก๊สซองดร์และคูบอนต์เป็นอีกกรณีศึกษาอีกหนึ่งเรื่องหนึ่งที่ขบขันความสัมพันธ์ระหว่างงานออกแบบกับบริบทได้อย่างแจ่มชัด

บทที่สี่ แฟรงค์ ซาคารี ที่นิตยสารฮอลิเดย์ : การท่องเที่ยว นันทนาการ และศาสตร์แห่ง การกำกับศิลป์

**(Frank Zachary at Holiday: Travel, Leisure
and Art Direction in Post-World War II
America)**

กรณีศึกษาในบทนี้ (และบทถัดไป) ไม่ได้ตั้งต้นที่งานออกแบบขึ้นใดชิ้นหนึ่งเหมือนสามบทที่ผ่านมา หากแต่เป็นการพินิจแนวทางการออกแบบของนิตยสาร (บทที่ 4) และแคมเปญโฆษณาสินค้า (บทที่ 5) ที่เรียกได้ว่า ‘พลิกโฉม’ วงการออกแบบในขณะนั้น นิตยสาร *Holiday* (ค.ศ. 1946-1967) ที่เรชแมนหยิบมาเป็นกรณีศึกษาในบทที่ 4 เป็นนิตยสารท่องเที่ยวสัญชาติอเมริกัน วางแผงครั้งแรกใน ค.ศ. 1946 แต่ยุคที่เรชแมนเลือกเป็นกรณีศึกษา คือยุคที่ เทด แพทริก (Ted Patrick) ขึ้นมาเป็นบรรณาธิการ และมีแฟรงค์ ซาคารี (Frank Zachary) เป็นผู้ดูแลด้านการกำกับศิลป์ คือช่วงค.ศ. 1952 เรื่อยมาจนถึงค.ศ. 1964 ในช่วงเวลาดังกล่าว หน้าปกของนิตยสาร รวมทั้งงานออกแบบการจัดวางหน้ากระดาษของ *Holiday* ได้รับความสนใจจากวงการออกแบบอย่างมาก ทั้งยังได้รับยกย่องใน *Annual of Advertising and Editorial Art* ของสมาคมผู้กำกับศิลป์อยู่เนื่อง ๆ ส่งผลให้ทั้งตัวนิตยสารและซาคารีปรากฏชื่ออยู่ในทำเนียบประวัติศาสตร์งานออกแบบกราฟิกดีไซน์ แม้จะไม่ได้ดังเป็นที่คุ้นเคยเท่ากับนิตยสารหัวแพชชั่นอย่าง *Harper's Bazaar* หรือ *Vogue* ที่ร่วมสมัยกัน อย่างไรก็ดี เรชแมนโต้แย้งว่าการศึกษา นิตยสาร *Holiday* นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพินิจให้กว้างออกไปกว่าปกหรือหน้าในนิตยสาร ที่ถูกหยิบยกออกมาชื่นชม แน่แน่นอนว่า

การออกแบบนิตยสารได้การดูแลของ ซาคารี นั้น มีผลอย่างมากในการส่ง *Holiday* เข้าสู่ยุคทองของมัน ยุคที่ยอดขายของ *Holiday* เกือบจะเป็นสองเท่าของ *Harper's Bazaar* และ *Vogue* อย่างไรก็ดี เรชแมนชี้ให้เห็นว่านิตยสารและงานออกแบบกราฟิกประเภทอื่น ๆ กอปรขึ้นจากองค์ประกอบหลายส่วน แม้การกำกับศิลป์และกราฟิกดีไซน์จะมีบทบาทอย่างมาก แต่มัน 'ไม่อาจทำงานโดยลำพัง' ความสำเร็จของ *Holiday* (และซาคารี) จึงเป็นความสำเร็จของทีม การทำงานร่วมกันที่ลงตัวระหว่างบรรณาธิการ นักเขียน นักวิจัยตลาด และฝ่ายศิลป์ที่นอกจากตัวซาคารีเองแล้ว ยังมีช่างภาพรวมถึงนักวาดภาพประกอบอีกหลายคน นอกจากนั้น บริบท และจังหวะของยุคสมัยก็มีผลอย่างมาก เนื้อหาในบทนี้ นอกจากจะพินิจคุณลักษณะทางกายภาพของงานออกแบบชิ้นสำคัญหลายชิ้นที่ทำให้เห็นถึงความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างรูปโฉมของ *Holiday* ในช่วงก่อนและหลังจากที่ซาคารีเข้ามาดูแล นอกจากนั้นเรชแมนยังนำเสนอบริบทของสหรัฐอเมริกาในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ที่เศรษฐกิจพุ่งทะยานอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับการผลักดัน สนับสนุน และเติบโตอย่างมาก ทั้งยังนำพาให้อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องเติบโตไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทางตรง อาทิ รถยนต์ การบิน และโรงแรมที่พัก หรือ ข้าวของและบริการที่เกี่ยวข้องทางอ้อม อย่างเช่น ร้านอาหาร แวนกันแดด เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กล้องถ่ายรูป ฯลฯ จึงไม่น่าแปลกใจที่ *Holiday* ซึ่งอยู่ได้ด้วยเงินจากการขายโฆษณา จะมีจำนวนโฆษณาที่ท่วมท้น และบ่อยครั้งที่โฆษณาเหล่านั้นล้นหลามเข้ามาในพื้นที่ที่ควรจะเป็นส่วนเนื้อหาของนิตยสาร เรชแมนเสนอว่าการปรับเปลี่ยนแนวทางการออกแบบของ *Holiday* ด้วยการสร้างระบบตาราง (grid) ใหม่ การใช้แบบอักษรและความสัมพันธ์ระหว่างตัวหนังสือ กับรูปภาพ รวมทั้งการให้ความสำคัญต่อปริมาณของพื้นที่สีขาวในการจัดหน้ากระดาษ จึงไม่ใช่เพียงการปรับโฉมให้ดูร่วมสมัยมากขึ้น หากแต่เป็นการสร้างระบบความสัมพันธ์ที่แยกเสียงของนิตยสาร ออกจากงานโฆษณาที่ส่วนใหญ่แล้วยังอาศัยการสื่อสารแบบดั้งเดิมทั้งในรูปลักษณ์และวิธีการ นอกจากนี้ เรชแมนยังชี้ให้เห็นถึงความสอดคล้อง

สัมพันธ์ระหว่างรูปลักษณะใหม่ ของ *Holiday* กับ วิธีการเล่าเรื่องแบบใหม่ ๆ ที่แพทริกและทีมบรรณาธิการของเขาใช้ อาทิ การใช้อุปมาเปรียบเปรยการเดินทางเข้ากับแนวคิดต่าง ๆ ความเรียงภาพถ่าย (photo essay) การยืดโยงแฟชันเข้ากับเวลาว่างและนันทนาการ ด้วยน้ำเสียงที่กำกวม ระหว่าง ‘คุณพ่อผู้รู้ดี’ กับ อีสระในการแสวงหาความสุขของชนอเมริกัน ทำให้นิตยสาร *Holiday* ตอบโจทย์ของผู้อ่านที่มาจากหลากหลายชนชั้น และเป็นบทเรียนที่ควรค่ากับการทำความเข้าใจถึงความหมายของ ผู้กำกับศิลป์

**บทที่ห้า อาหาร เชื้อชาติ และ นิว แอดเวอร์ไทซิ่ง :
แคมเปญขนมปังข้าวไรย์ยิวที่หอ สฟวิ
(Food, Race and the “New Advertising”:
The Levy’s Jewish Rye Bread Campaign
1969-1963)**

หนึ่งในประเด็นเกี่ยวกับทิศทางการศึกษาประวัติศาสตร์กราฟิกดีไซน์ที่เรขแมนกล่าวถึงในบทนำของหนังสือ ได้แก่ การตระหนักถึงความเชื่อมโยงระหว่างประวัติศาสตร์กราฟิกดีไซน์และประวัติศาสตร์โฆษณา การบรรจุกรณีศึกษาประเภทแคมเปญโฆษณาใน *Reading Graphic Design History* จึงสอดคล้องไปกับความตั้งใจดังกล่าว ทั้งนี้ แคมเปญโปสเตอร์โฆษณาขนมปังข้าวไรย์แบบยิวแท้ ๆ ยี่ห้อ สฟวิ นี้ เป็นอีกหนึ่งงานที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก ด้วยมันเป็นตัวแทนของการโฆษณา ‘แนวใหม่’ หรือ New Advertising ในอเมริกา ในช่วงทศวรรษ 1950 ที่ประสบความสำเร็จทั้งในแง่ของการค้า และการออกแบบ การโฆษณา ‘แนวใหม่’ นี้ หลายคนมองว่าได้รับอิทธิพลจากความเคลื่อนไหวของกราฟิกดีไซน์ในยุโรปหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเฉพาะในแง่ของการเลือกใช้อุปกรณ์การออกแบบเพียงเท่าที่จำเป็น ปลดปล่อยให้เกิดพื้นที่สีขาวที่ช่วยส่งให้ภาพ และ คำ กลายเป็นจุดเด่นในการออกแบบโฆษณา ‘แนวใหม่’ ที่ต้องการที่จะมีสถานะเป็น แนวทางในแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (creative solution) ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค จะด้วยการ

สร้างความประหลาดใจ การใช้อารมณ์ขัน หรือแม้กระทั่งท้าทายความคาดหวังของผู้บริโภค แต่ไม่ใช่ว่าโฆษณาชวนเชื่อ หรือข่มขู่ให้ผู้บริโภคบริโภคด้วยความกลัวอย่างที่เคยเป็นมา

ชุดโปสเตอร์ที่เป็นองค์ประธานตั้งต้นในกรณีศึกษานี้ ถูกออกแบบมาให้ติดตั้งบนผนังของอุโมงค์รถไฟใต้ดินในนครนิวยอร์ก ในระหว่าง ค.ศ. 1961-1975 ภายใต้นามคิด “ไม่จำเป็นที่คุณจะต้องเป็นยิว ถึงจะหลงรัก (ขนมปัง) ของลิวี” ที่ปรากฏเป็นแท็กไลน์ (tag line) ของชิ้นงานด้วย โปสเตอร์ทุกชิ้นในแคมเปญนี้มีการจัดวางองค์ประกอบที่เรียบง่าย โดยมีองค์ประกอบหลักเป็นภาพถ่ายบุคคลกับขนมปังแผ่นจัดวางอยู่ตรงกึ่งกลางของโปสเตอร์ ภาพถ่ายนี้กินพื้นที่มากกว่า 2 ใน 3 ของตัวโปสเตอร์ ทั้งยังถูกขนานบนและล่างด้วยแท็กไลน์ของแคมเปญที่ถูกแบ่งออกเป็นสองวลี ก่อให้เกิดรูปแบบที่เป็นภาพจำของแคมเปญ รายละเอียดที่แตกต่างกันไปในตัวแบบที่ถูกเลือกมาถ่ายคู่กับขนมปังอันได้แก่ ผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติ เพศ และวัย จึงจับเน้นสารหลักอย่างชัดเจน นักวิจารณ์จำนวนหนึ่งมองว่าการที่นักออกแบบในเอเยนซีดอยล์ เดน เบิร์นบาค (DDB) ผู้คิดและผลิตงานชิ้นนี้ นำเอาประเด็นเรื่องเชื้อชาติ (race) และชาติพันธุ์ (ethnicity) ซึ่งเป็นประเด็นที่ละเอียดอ่อนในขณะนั้นมาเป็นประเด็นหลักในแคมเปญโปสเตอร์โฆษณาขนมปังข้าวไรย์แบบยิวแท้ ๆ ยี่ห้อ สฟวิ คือความกล้าหาญอีกขั้นหนึ่งของนักโฆษณา ‘ยังเติร์ก’ หรือกลุ่มนักโฆษณาที่พยายามผลักดันการโฆษณา ‘แนวใหม่’ ในช่วงเวลานั้น เรขแมนพาผู้อ่านย้อนกลับไปดูพัฒนาการ และความเป็นมาของแคมเปญตัวนี้ รวมถึง เส้นทางสายอาชีพของนักโฆษณาคนสำคัญ ๆ ที่อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของแคมเปญนี้ หากแต่ไม่ว่าชวนให้เราคิดตามว่า แคมเปญนี้พูดเรื่องละเอียดอ่อนอย่างกล้าหาญ และท้าทายจริงหรือไม่ ซึ่งการจะตอบคำถามนี้ได้ ผู้อ่านต้องทำความเข้าใจกับบริบททางสังคมของอเมริกาในขณะนั้นด้วย ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของความตื่นตัวในเรื่องของอัตลักษณ์ เชื้อชาติ และชาติพันธุ์ ไปจนถึงงานสร้างสรรค์ร่วมสมัยอื่น ๆ ที่พาดพิงถึงประเด็นเหล่านี้ด้วยเช่นกัน

**บทที่หก กราฟิกดีไซน์กับการเมือง :
โทมัส นาสท์ และ “เสือแทมมานีหลุดกรง”
(Graphic Design and Politics: Thomas
Nast and the “TAMMANY TIGER LOOSE”)**

เรชแมนได้ออกตัวไว้ตั้งแต่ในบทนำ ว่าองค์ประธาน
ตั้งต้นในบทที่หก และบทที่เจ็ดนั้น อาจจะไม่ใช่ชิ้นงาน
ที่ผู้อ่านคุ้นเคย แม้แต่นักเรียนออกแบบเองเขาก็เชื่อว่า
จำนวนมากไม่คุ้นชื่อ โทมัส นาสท์ (Thomas Nast) หรือ
รู้จักตัวพิมพ์เฟลล์ (Fell type) ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเสียดาย
ด้วยในความคิดเห็นของเรชแมน นาสท์สมควรได้รับการ
ยกย่องและจดจำในฐานะนักออกแบบชั้นครู ในระดับ
เดียวกับ มิลตัน เกลเซอร์ (Milton Glaser) และ
พอล แรนด์ (Paul Rand) ด้วยซ้ำ หากแต่เมื่อพ้นจาก
คริสต์ศตวรรษที่ 19 แล้ว ในคริสต์ศตวรรษที่ 20 และ
21 นักประวัติศาสตร์สายกราฟิกดีไซน์กลับไม่ค่อยให้
ความสำคัญกับการดูแลการเมืองในฐานะองค์ประธาน
ส่งผลให้ชื่อและผลงานของศิลปินภาพล้อการเมืองอย่าง
นาสท์หล่นหายไปจากตำราเล่มสำคัญ ๆ หรือ หากจะมี
กล่าวถึงบ้าง ก็มักจะในฐานะที่ภาพวาดล้อการเมืองของ
เขาเป็นปัจจัยหนึ่งที่เพิ่มยอดขายให้หนังสือพิมพ์ราย
สัปดาห์ *Harper's Weekly* หรือ ในฐานะของศิลปิน
ผู้สร้างภาพจำของซานตา คลอส ที่เรารู้จักกัน
ปัจจุบัน นักประวัติศาสตร์ในสายการเมืองเสียอีกที่กลับ
สนใจนาสท์และผลงานของเขา โดยเฉพาะงานที่เรชแมน
นำมาเป็นองค์ประธานตั้งต้นของบทนี้ เรียกได้ว่าเป็น
ภาพหนึ่งในประวัติศาสตร์การเมืองท้องถิ่นของอเมริกา
เลยทีเดียว ภาพพิมพ์ลายแกะไม้ “เสือแทมมานีหลุดกรง
—คุณจะทำอย่างไรกับมัน?” (“THE TAMMANY
TIGER LOOSE—What Are You Going To Do
About It?”) ตีพิมพ์ใน *Harper's Weekly* ฉบับวันที่
11 พฤศจิกายน ค.ศ. 1871 โดยวางแผนในวันที่ 4
พฤศจิกายน ก่อนการเลือกตั้งท้องถิ่นของมหานคร
นิวยอร์กเพียงไม่กี่วัน การค้นคว้าของเรชแมนนำเรา
ไปสู่ความเชื่อมโยงที่น่าสนใจระหว่างผลงานของนาสท์
กับการพ่ายแพ้อย่างย่อยยับเป็นครั้งแรกของกลุ่ม
การเมืองแทมมานี ฮอลล์ (Tammany Hall) ที่ยึดครอง
อำนาจในนิวยอร์กมาเกือบสองทศวรรษ แม้ว่าผู้อ่านที่

ไม่คุ้นเคยกับการเมืองท้องถิ่นในนิวยอร์กในคริสต์
ศตวรรษที่ 19 การ ‘อ่าน’ งานชิ้นนี้ของเรชแมนสามารถ
ถูกอ่านในมุมที่เป็นบทเรียนด้านหลักการ และการ
ทำงานของประติมานวิทยา (Iconography) โดยเฉพาะ
การสำรวจอิทธิพลของศิลปะยุคคลาสสิกในงานของ
นาสท์ และการหยิบยืมสัญลักษณ์จากอดีตที่ผู้อ่านคุ้นเคย
ไม่ว่าจะเป็น การต่อสู้ในสมัยโรมัน ตัวละครจาก
บทประพันธ์ ของเชคสเปียร์ หรือบทกล่อมเด็ก มา
เปรียบเปรยส ถานการณ์การเมืองในขณะนั้น ส่งผลให้
งานของนาสท์สามารถสื่อสารกับผู้รับสารที่มาจากหลาย
ระดับชั้นในสังคม นอกจากนี้ สารในบทนี้ ยังชวนผู้อ่าน
ให้ย้อนคิดกลับไปถึงบทบาทของเทคโนโลยี การพิมพ์
หนังสือพิมพ์ และนักหนังสือพิมพ์อย่าง โทมัส นาสท์ ที่
สร้างและผลิตงานออกแบบทั้งในฐานะนักออกแบบ
กราฟิก และแอคติวิสต์ทางการเมือง

**บทที่เจ็ด การเมืองของการศึกษา :
ดร. จอห์น เฟลล์ และ ตัวพิมพ์เฟลล์
ที่มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด ช่วงปลายคริสต์
ศตวรรษที่ 17
(The Politics of Learning: Dr. John Fell
and the Fell Types at Oxford University in
the Later Seventeenth Century)**

กรณีศึกษาในบทที่เจ็ดมีจุดเริ่มต้นจากชุดตัวพิมพ์ที่
ดร. จอห์น เฟลล์ (Dr. John Fell) รวบรวมสะสม และ
มอบให้กับมหาวิทยาลัยออกซฟอร์ดในเวลาต่อมา เรื่องเล่า
เกี่ยวกับชุดตัวพิมพ์นี้เท่าที่มีปรากฏมักจะถูกจัดอยู่ใน
หมวดประวัติศาสตร์การพิมพ์ หรือประวัติศาสตร์ตัวอักษร
มากกว่าประวัติศาสตร์กราฟิกดีไซน์ ถึงกระนั้นก็ตาม
การสืบเสาะที่เริ่มจาก ดร. เฟลล์ และตัวพิมพ์เหล่านี้ใน
บริบทของสังคมอังกฤษที่เพิ่งผ่านสงครามกลางเมืองมา
สด ๆ ร้อน ๆ เป็นกรณีศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงบทบาทของ
การออกแบบในการเมืองของการศึกษา และการกำกับ
ผลิตความรู้ ทั้งนี้ ดร. เฟลล์ ในฐานะคณบดีของวิทยาลัย
ไครสต์เชิร์ช (Christ Church College) และรองอธิการบดี
ของมหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด มีความมุ่งมั่นที่จะสร้าง

สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด (Oxford University Press) ให้เป็นทั้งโรงพิมพ์ และสำนักพิมพ์ที่ครบวงจร มีอิสระในการควบคุมทั้งเนื้อหา และรูปลักษณ์ของตัวสาร กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ดร. เฟลล์ มองว่า สิ่งพิมพ์ชั้นเลิศ หรือ fine printing คือเครื่องมือที่เหมาะสมต่อการกำกับ ขึ้นนำสังคมด้วยการเผยแพร่ความรู้ที่ผ่านการพิจารณาแล้วว่า ‘สมควร’ ที่จะถูกผลิตซ้ำให้แก่กลุ่มผู้มีการศึกษาในสังคม โดยเฉพาะเนื้อหาในเชิงคุณธรรมจริยธรรมที่เป็นไปตามครรลองของคตินทางศาสนาที่เขายึดมั่นศรัทธาอย่างใดก็ดี การที่หนังสือและตำราที่จัดพิมพ์โดยสำนักพิมพ์ และโรงพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด จะมีสถานะสมเป็น ‘สิ่งพิมพ์ของผู้มีการศึกษา’ (learned press) ได้นั้น นอกจากจะต้องมีเนื้อหาควรกับนักอ่านระดับปัญญาชนแล้ว มันยังต้องมีรูปลักษณ์ที่เหมาะสมอีกด้วย หมายความว่า มันต้องถูกจัดพิมพ์อย่างพิถีพิถัน มีความแม่นยำ สม่ำเสมอทั้งในการเลือกใช้ถ้อยคำ และรูปฟอร์มของตัวอักษร องค์ประกอบสำคัญในการนี้คือชุดตัวพิมพ์ที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีขนาด และตัวเลือกที่หลากหลาย เหมาะกับการใช้งานในหน้าที่ต่าง ๆ รวมทั้งตัวสะกดในภาษาอื่น และสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อให้ชุดตัวพิมพ์ที่เขาสะสมไว้อาศัยเป็นคอลเลกชันที่สมบูรณ์ ดร.เฟลล์ถึงกับนำช่างจากฮอลแลนด์มายังออกซฟอร์ด เพื่อตัดและหล่อเพิ่มตัวพิมพ์ที่ขาดหายไป ทั้งยังเพิ่มขนาดให้กับตัวพิมพ์ชุดต่าง ๆ อีกด้วย การบุกเบิกสร้างชุดตัวพิมพ์เพื่อการผลิตสิ่งพิมพ์ในครั้งนั้นเป็นการปูทางที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการออกแบบผลิตตัวพิมพ์และอุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์ในเวลาต่อมา ในยุคสมัยปัจจุบันที่นักออกแบบสามารถเลือกดูเลือกเปลี่ยนฟอนต์ได้เพียงขยับข้อมือและปลายนิ้ว ศาสตร์และองค์ความรู้ในการผลิตตัวพิมพ์ หรือแม้กระทั่งสิ่งพิมพ์กลายเป็นเรื่องง่ายที่จะถูกมองข้าม นักเรียนออกแบบบางคนแทบจะไม่ได้รู้ด้วยซ้ำถึงรากฐานที่มาของฟอนต์คลาสสิกจากอดีตที่ยังเป็นที่นิยมในปัจจุบันอย่างเช่น Caslon, Bodoni หรือ Baskerville เรขแมนจึงหวังว่า กรณีศึกษาชุดตัวพิมพ์ของ ดร. เฟลล์ อาจจะทำให้ให้นักเรียน นักออกแบบกราฟฟิกได้ถูกคิดและตั้งคำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งในวิชาชีพของตนเอง

บทอภิปรายและบทวิจารณ์

ในการบรรยายที่งาน “จะ‘หาเรื่อง’กับประวัติศาสตร์อย่างไร” ศาสตราจารย์ ดร. ธงชัย วินิจจะกุล ได้แย้งว่าการศึกษาศาสตร์ประวัติศาสตร์ไม่ควรเป็นเพียงการศึกษาเกี่ยวกับอดีต หากแต่ควรเป็นการศึกษาเพื่ออธิบายความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในอดีต ทั้งยังชี้อีกด้วยว่าเรื่องเล่าเกี่ยวกับอดีตนั้นผูกพันกับความเชื่อในเชิงอุดมการณ์ เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าทางวิชาการ และเพื่อไม่ให้เรื่องเล่าเวอร์ชันใดมีพลังอำนาจมาจนเกิดการเสียสมดุลทางปัญญาในสังคม นักเรียนประวัติศาสตร์ฟัง ‘หาเรื่อง’ กับเรื่องเล่าเหล่านั้น และเปิดโอกาสให้เรื่องเล่าในเวอร์ชันอื่น ๆ สามารถดำรงอยู่ได้ด้วย (Thongchai Winichakul, 2019) ผู้วิจารณ์เห็นว่าเมื่อนำข้อโต้แย้งของธงชัยมาสะท้อนคิดกับการอ่าน *Reading Graphic Design History: Image, Text, and Context* เราสามารถอภิปรายหนังสือเล่มนี้ได้ในแง่ของ เจตนาธรรมณ์ ที่เรขแมนในฐานะนักประวัติศาสตร์ สนใจที่จะ ‘หาเรื่อง’ ทั้งกับระเบียบวิธีแบบสำรวจ อันเป็นขนบปฏิบัติกระแสหลัก และกับเรื่องเล่าอันเกิดจากกระบวนทัศน์ของการศึกษาศาสตร์การออกแบบที่มีปริณิณของการผลิตเป็นศูนย์กลาง ที่ยังคงครอบงำประวัติศาสตร์การออกแบบกราฟฟิกดีไซน์อยู่ในปัจจุบัน ประวัติศาสตร์ในกระบวนทัศน์ดังกล่าวมักจะเป็นไปในทำนองของประวัติศาสตร์แบบมหาบุรุษ (design hero) ยกย่องอัจฉริยภาพขององค์ประธาน อันได้แก่นักออกแบบ หรือไม่ก็จดจ่ออยู่กับตัวชิ้นงานที่เป็นผลจากอัจฉริยภาพของนักออกแบบอีกที ความเชื่อเชิงอุดมการณ์ลักษณะนี้ แม้จะไม่ถึงกับเป็นอันตราย หากแต่ก็เป็นการลดทอนความซับซ้อนของกระบวนการออกแบบ ละเลยผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดจนปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ไปอย่างน่าเสียดาย นอกจากนี้ ยังอาจจะก่อให้เกิดความคลาดเคลื่อนในการ ‘อ่าน’ และตีความชิ้นงาน ดังที่เรขแมนได้แสดงให้เห็นในหนังสือเล่มนี้ อย่างไรก็ตามก็ดี ควรกล่าวไว้ ณ ที่นี้ด้วยว่า ในการ ‘หาเรื่อง’ กับเรื่องเล่าในประวัติศาสตร์กระแสหลักนั้น เรขแมนไม่เคยแสดงความกังขา ปฏิเสธคุณค่าของชิ้นงาน ไม่ว่าจะเป็นในทางสุนทรียะ หรือความสามารถของนักออกแบบเจ้าของผลงานเลย ในทางตรงกันข้าม คำถาม

ที่เขาตั้งขึ้นกลับทำให้ผู้อ่านเห็นที่มาที่ไปของชิ้นงาน ตลอดจนแนวคิดที่ลึกซึ้ง รวมไปถึงความสามารถที่หลากหลายของนักออกแบบชั้นครู โดยเฉพาะการปรับเปลี่ยนวิธีคิด วิธีการตีโจทย์ วิธีการทำงานที่ตอบสนองไปกับการเปลี่ยนแปลงของผู้คน และสังคมในขณะนั้น ดังเช่นในกรณีของนิตยสารฮอลิเดย์ และแคมเปญขนมปังข้าวไรย์อียิปต์หรือลิฟวิ หรือความสามารถในการหยิบยืมประยุกต์ใช้องค์ประกอบจากศาสตร์ใกล้เคียงเช่นในกรณีของเหล่าดูบองเนต์ การศึกษาความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับการออกแบบกราฟิกดีไซน์ในช่วงขณะต่าง ๆ ในหนังสือเล่มนี้ จึงขยายผลออกจากการจัดจ้อยที่รูปธรรมหรือ มูลฐานของชิ้นงาน ไปสู่การเปลี่ยนแปลงของบริบทและปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางรูปธรรมของงานออกแบบดังที่เห็น

ในเชิงระเบียบวิทยานั้น แม้ว่าเรขแมนจะไม่ได้แจกแจงทฤษฎีทางวิชาการออกมาเป็นข้อ ๆ หากสังเกตได้ว่ากระบวนการที่เรขแมนใช้ในกรณีศึกษานั้น มีท่วงทีที่คล้ายกับ ‘การสืบเสาะจากวัตถุ’ ตามแนวของวัตถุวัฒนธรรมศึกษา (material culture studies) อยู่มาก ถ้าเราจะได้ลองนำเอาหลักการที่ จูลส์ เดวิด พราวน์ แจงไว้ในบทความเรื่อง *Mind in Matter: An introduction to material culture theory and method* (Prown, 1982) ว่าประกอบไปด้วยสามขั้นตอนใหญ่ ๆ ได้แก่ การบรรยาย (description) การอนุมาน (deduction) และการคาดคะเน (speculation) ก็จะเห็นได้ว่าแทบจะสนิทกับกระบวนการของเรขแมน โดยเฉพาะการบรรยายตัววัตถุในฐานะหลักฐานทางประวัติศาสตร์อย่างละเอียดก่อนจะเคลื่อนไปสู่หลักฐานอื่น ๆ รอบ ๆ ตัวของมัน ทั้งนี้ ผู้วิจารณ์เห็นว่า การที่งานออกแบบแต่ละชิ้นเรียกร้องและนำพาผู้ค้นคว้าไปสู่การคลี่ปมเรื่องอื่น ๆ ในบริบทอื่น ๆ นั้น เป็นจุดเด่นของการศึกษาประวัติศาสตร์ด้วยกรณีศึกษาที่ให้สาระความรู้เกี่ยวกับการออกแบบงานชิ้นนั้น ๆ นอกจากนี้ การเชื่อมโยงชิ้นงานชิ้นหนึ่งเข้ากับงานอื่น ๆ และภาพที่กว้างขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสภาวะการณ์ทางสังคม การเคลื่อนเปลี่ยนของพลวัตทางวัฒนธรรม หรือกลไกในการสร้างและควบคุมความรู้ ทำให้เห็นประจักษ์ว่างานออกแบบนั้นมีปฏิสัมพันธ์กับปรากฏการณ์อื่น ๆ ใน

สังคมเสมอ นั้นหมายความว่า งานออกแบบใด ๆ ล้วนแต่ทั้งก่อให้เกิด และเป็นผลที่เกิดจากความเคลื่อนไหวอื่น ๆ ในสังคม ประเด็นดังกล่าวเป็นเรื่องที่ถูกมองข้ามได้ง่าย หากผู้ศึกษาจัดจ้อยอยู่เพียงตัวชิ้นงานออกแบบ และนักออกแบบผู้สร้างผลงาน ทั้งนี้ การเชื่อมต่อคลี่ขยายปมจากเส้นเรื่องหนึ่งไปสู่อีกเส้นเรื่องหนึ่งจนเกิดเป็นสาแหรกขององค์ความรู้รอบ ๆ วัตถุหนึ่ง ๆ นั้นยังส่งผลให้เรื่องเล่าในหนังสือเล่มนี้น่าสนใจติดตาม ดังที่ สตีเฟ่น เฮลเลอร์ นักเขียนนักวิจารณ์คนสำคัญในวงการกราฟิกดีไซน์ ใช้คำว่า ‘วางไม่ลง’ ในคำนิยามที่เขียนให้กับ *Reading Graphic Design History* (Heller, 2021, p. XXVII)

อย่างไรก็ตาม ผู้อ่านบางกลุ่มอาจจะรู้สึกกังขาหากจะเรียกหนังสือเล่มนี้เป็นตำราทางประวัติศาสตร์ ด้วยความที่เรขแมนเลือกนำเสนอการค้นคว้าของเขาในลักษณะของเรื่องเล่า โครงสร้างของหนังสือนอกจากการแบ่งบทตามกรณีศึกษาเจ็ดเรื่องแล้ว ก็ไม่ได้มีโครงสร้างในแต่ละบทที่เป็นแบบแผนตายตัว หัวข้อย่อยในทุกบทมีเพียงแค่หนึ่งระดับ ตั้งชื่อเพื่อสื่อสารระบวยอดของเนื้อหาในเส้นเรื่อง ช่วงนั้นมากกว่าที่จะเป็นการไล่เรียงแจกแจงตามลำดับหรือตรรกะทางวิชาการ บางบทมี “นำเรื่อง” (introduction) และ “บทสรุป” (conclusion) บางบทมี “นำเรื่อง” แต่แทนที่จะมี “บทสรุป” กลับมี “สรุปรวม” (summing up) หรือ อยู่ในรูปคำถามทิ้งท้าย เช่น “เกิดอะไรขึ้นกับนิตยสารฮอลิเดย์” บางหัวข้อย่อยพูดถึงองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ เช่น “จัดรัสและวงกลม” “ตัวหนังสือ” “ความสำคัญของดวงตา” บางจังหวะก็พูดถึงงานออกแบบกับพัฒนาการทางสังคม เช่น “นันทนาการยุคใหม่ นิตยสารฮอลิเดย์ฉบับครบรอบสิบปี” หรือ จั่วเป็นคำถามว่า “อะไรหรือคือดีไซน์สายสวิส?” ถึงกระนั้นก็ดี ในมุมมองของผู้วิจารณ์ การที่หนังสือเล่มนี้ไม่ได้มีโครงสร้างของบทที่ชัดเจน และมีเส้นเรื่องที่แตกออกไปจากเส้นเรื่องหลักอยู่มากมาย ไม่ได้ทำให้คุณค่าของข้อมูลที่อัดแน่นอยู่ใน *Reading Graphic Design History* ลดน้อยลงไปแต่อย่างใด ในทางกลับกัน มันเปิดโอกาสให้ผู้อ่านอ่านได้อย่างน้อยในสองระดับ กล่าวคือ อ่านเชิงรับ (passive reading) หมายถึงการอ่านไปตามเส้นเรื่องที่เรขแมนค่อย ๆ ป้อนให้กับผู้อ่าน ซึ่งก็จะได้อรรถรส และสาระ

ความรู้แบบหนึ่ง อาทิ ในบทที่ 3 เส้นเรื่องราวที่กล่าวถึงความซับซ้อนย้อนแย้งในตัวของกัสซองด์ และข้อวิพากษ์ของ เลอ คาบูซิเอร์ (Le Corbusier) ต่อความเลอะเทอะของป้ายโฆษณาในกรุงปารีส นับเป็นเรื่องเล่าที่สนุก และชวนให้ตั้งคำถามถึงคุณค่าสถานะระหว่างศิลปะบริสุทธิ์กับพาณิชย์ศิลป์ ในอีกระดับผู้อ่านสามารถอ่านเชิงรุก (active reading) ได้ ด้วยการอ่านผ่านแว่นขยายของเราเองเพื่อสังเคราะห์จับประเด็นที่มีในบทต่าง ๆ ผูกขึ้นเป็นผังสาหร่ายความรู้ส่วนตัว ยกตัวอย่างเช่น ผู้วิจารณ์สนใจที่ได้เรียนรู้ในรายละเอียดของช่วงขณะต่าง ๆ ในประวัติศาสตร์กราฟฟิคดีไซน์ ไม่ว่าจะเป็น การเข้าสู่ยุคโมเดิร์น กราฟฟิคดีไซน์สายสวิส หรือ นิว แอดเวอร์ไทซิง รวมถึงที่ประเด็นร่วมที่ปรากฏในกรณีศึกษาต่าง ๆ นอกเหนือจากที่เรชแมนเกริ่นไว้ในบทนำ ในผังสาหร่ายของผู้วิจารณ์มีประเด็น อาทิ ลักษณะร่วมของงานกราฟฟิคที่ปรากฏในงานออกแบบกราฟฟิคดีไซน์สายสวิส กับรูปโฉมใหม่ของนิตยสารฮอลิเดย์ และแคมเปญโฆษณา ‘แนวใหม่’ ที่โยงกับประเด็นเรื่องอิทธิพลของยุโรปในงานออกแบบในอเมริกา ซึ่งปรากฏในเรื่องเล่าเกี่ยวกับการถูล้อการเมืองของนาสท์ด้วยเช่นกัน แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบโปสเตอร์ในพื้นที่สาธารณะ (ในบทที่หนึ่ง สอง สาม และห้า) รวมไปถึงบทบาทของนักออกแบบอย่างอเล็กซี บรโดวิช (Alexey Brodovitch) หรือ พอล แรนต์ ที่แม้จะไม่ได้รับการกล่าวถึงในฐานะผู้ออกแบบกรณีศึกษาชิ้นใดชิ้นหนึ่ง หากแต่กลับมีความเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยงกับศิลปิน และนักออกแบบเจ้าของผลงานในเล่มนี้อย่างน่าสนใจ

ในตอนหนึ่งของบทนำ เรชแมนออกตัวว่ากรณีศึกษาที่เขาเลือกมานั้นมีข้อบกพร่องที่สำคัญคือพวกมันเป็นกรณีศึกษาจากโลกตะวันตกทั้งหมด ซึ่งเขาก็ออมรับว่าในสายประวัติศาสตร์การออกแบบนั้นยังขาดแคลน ‘เสียง’ และ ‘ตัวตน’ จากภูมิภาคอื่น ๆ อยู่มาก ไม่ว่าจะเป็นจากละตินอเมริกา แอฟริกา หรือเอเชีย โดยเขาหวังเป็นอย่างยิ่งว่าพื้นที่ที่ว่างเปล่าเหล่านี้จะถูกเติมเต็มในโอกาสอันใกล้ ผู้วิจารณ์เห็นว่าหนังสือ *Reading Graphic Design History* ของเรชแมนจะมีส่วนช่วยให้ความหวังของเขาเป็นจริงได้ ระเบียบวิธีแบบกรณีศึกษาดังที่ปรากฏใน

หนังสือเล่มนี้ เสนอแนวทางในการทำงานกับข้อมูลที่ยังมีความแว่วแห้ว กระจัดกระจาย ไม่สมบูรณ์ การสืบเสาะออกจากวัตถุตั้งต้นเอื้อให้นักเรียนประวัติศาสตร์สร้างผังสาหร่ายเรื่องเล่าอย่างคร่าว ๆ ก่อนจะค่อย ๆ เติมเส้นเรื่องให้เต็มและหนาแน่นขึ้น ดังที่เรชแมนกล่าวไว้ว่า มันเหมาะกับกรณีที่ยังมีเรื่องที่ยังไม่ถูกค้นพบอีกมาก ดังเช่น ในกรณีของประวัติศาสตร์การออกแบบในไทย

บทสรุป

ผู้วิจารณ์เลือกหนังสือ *Reading Graphic Design History: Image, Text, and Context* ของศาสตราจารย์ กิตติคุณ เดวิด เรชแมน (1951-2021) ผู้เขียน *History of Modern Design* (2003) มาวิจารณ์ ด้วยเหตุผลสองประการหลัก ประการแรก เนื้อหาของหนังสือเล่มนี้ ซึ่งเจาะจงไปที่ประวัติศาสตร์ของงานออกแบบกราฟฟิค เจ็ดชิ้นในรูปแบบของกรณีศึกษา (case studies) ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อนักเรียนออกแบบ นักออกแบบ และผู้ที่สนใจด้านประวัติศาสตร์กราฟฟิคดีไซน์ในอังกฤษ ยุโรป และสหรัฐอเมริกา ชิ้นงานที่ผู้เขียนเลือกมาจัดทำเป็นกรณีศึกษาทั้งหมดเป็นผลงานออกแบบชั้นครู มีบทบาทที่สำคัญต่อพัฒนาการของศาสตร์ และปฏิบัติการการออกแบบกราฟฟิค จำนวนห้าชิ้นเป็นผลงานที่มีชื่อเสียง เป็นที่รู้จัก ปรากฏอยู่ในตำรา และทำเนียบงานออกแบบกราฟฟิคอยู่เสมอ อย่างไรก็ตาม การพินิจงานเหล่านี้ด้วยระเบียบวิธีของกรณีศึกษา ทำให้เห็นว่ายังมีความเข้าใจ และข้อสรุปเกี่ยวกับพัฒนาการที่ยังคลาดเคลื่อนอยู่ รวมถึงข้อมูลสำคัญที่ถูกกละเลย ประการที่สอง หนังสือเล่มนี้ยังให้แนวทางการศึกษาประวัติศาสตร์ด้วยระเบียบวิธีวิทยาแบบกรณีศึกษา ซึ่งนอกจากจะช่วยขยายภาพของความเปลี่ยนแปลงในทางรูปธรรม หรือ มูลฐานของชิ้นงาน ไปสู่การเปลี่ยนแปลงของบริบท และปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางรูปธรรม การศึกษาประวัติศาสตร์ด้วยระเบียบวิธีวิทยาแบบกรณีศึกษาเป็นประโยชน์สำหรับการเริ่มศึกษาหัวเรื่องที่ยังไม่ได้ถูกศึกษาอย่างทั่วถ้วน มีมุมที่ยังไม่ถูกพิจารณาอยู่อีกมาก หรือมีข้อมูลที่ยังแว่วแห้ว กระจัดกระจาย ซึ่งผู้วิจารณ์เห็นว่า

เป็นปัญหาประการหนึ่งที่นักเรียนประวัติศาสตร์
ผู้ประสงค์จะศึกษาประวัติศาสตร์การออกแบบของไทย
ประสบ ระบียบวิธีวิทยาแบบกรณีศึกษาจึงอาจจะเป็น
ทางออกที่น่าสนใจสำหรับการนี้

บรรณานุกรม

Gorman, C., & Raizman, D. (2019). Foreword: A pre- and post-history of “Teaching the history of modern design: The canon and beyond.” In Kaufmann-Buhler, J., Pass, V. R., & Wilson, C. S. (Eds.), *Design history beyond the canon* (pp. XII-XXIII). London: Bloomsbury Visual Arts.

Heller, S. (2021). Foreword. In David Raizman (Ed.), *Reading graphic design history: Image, text and context* (p. XXVII). London: Bloomsbury.

Prown, J. D. (1982). Mind in matter: An introduction to material culture theory and method. *Winterthur Portfolio*, 17(1), 1-19.

Raizman, D. (2003). *History of modern design*. London: Lawrence King.

Raizman, D. (2021). *Reading graphic design history: Image, text, and context*. London: Bloomsbury.

Thongchai Winichakul. (2019, July 5). *Cha ‘ha rueang’ kab prawatsat yang rai” (How to ‘question’ the history)*. Lecture presented for the Public Lecture, Faculty of Liberal Arts, Thammasat University. Retrieved June 1, 2022, from https://www.youtube.com/watch?v=bMQ1lYH_j2s