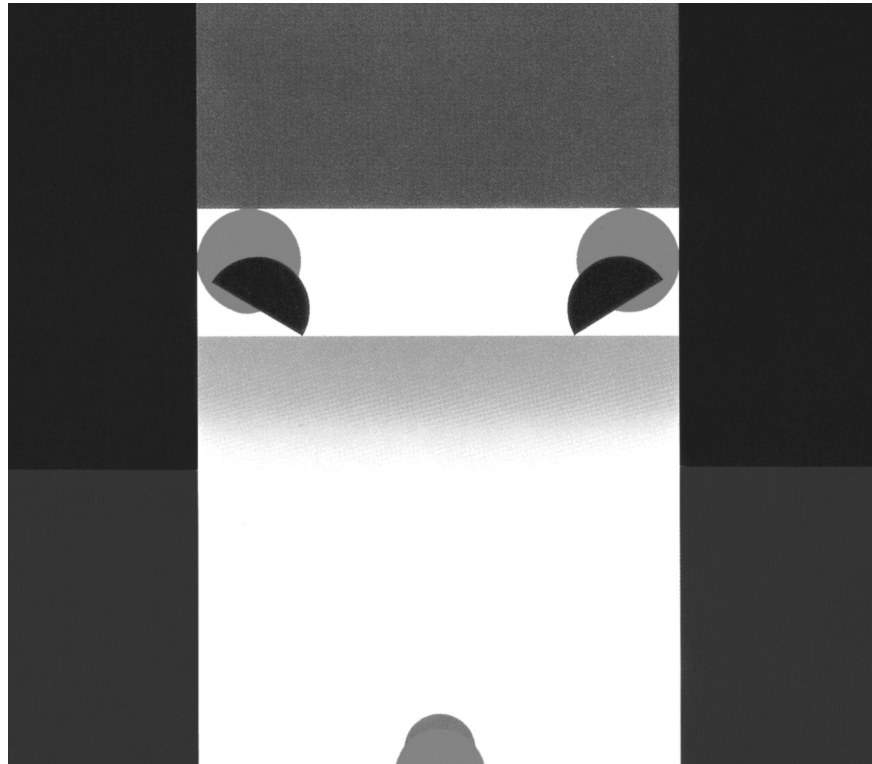


ความงามแบบประเพณีญี่ปุ่นในงานออกแบบกราฟิกโปสเตอร์สมัยใหม่และร่วมสมัย

จิรายุ พงษ์วุฒม์

Digital Expression Design Course, Faculty of Art and Design, Tokoha University



คำสำคัญ ความงามแบบประเพณีญี่ปุ่น, งานออกแบบกราฟิก, โปสเตอร์สมัยใหม่และร่วมสมัย

บทคัดย่อ

งานออกแบบกราฟิกของประเทศญี่ปุ่นนั้นได้รับการยอมรับจากทั่วโลกว่าสามารถแสดงออกถึงลักษณะเฉพาะและสุนทรียภาพประจำชาติได้เป็นอย่างดี ทั้งๆ ที่ได้รับอิทธิพลของแนวคิดและวิธีการออกแบบจากชาติตะวันตกเป็นอย่างมาก บทความนี้จึงพยายามนำเสนอให้เห็นถึงแนวทางการออกแบบที่ใช้สุนทรียภาพประจำชาติเพื่องานออกแบบกราฟิกตั้งแต่สมัยใหม่และร่วมสมัย อีกทั้งยังได้ยกตัวอย่างงานชิ้นสำคัญโดยมุ่งเน้นไปที่โปสเตอร์ ซึ่งเป็นสื่อในงานกราฟิกหลักของศตวรรษที่ 20 ในสังคมญี่ปุ่นเพื่อแสดงประเด็นดังกล่าว

1 ประวัติย่อของโปสเตอร์ญี่ปุ่น

โปสเตอร์คือสื่อที่ใช้เพื่อแจ้งข่าวสาร หรือสื่อสารข้อมูลในพื้นที่สาธารณะ เพื่อพุ่มากในแถบยุโรปโดยเฉพาะที่ปารีสในช่วงปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ทั้งนี้มีสาเหตุจากปัจจัยต่างๆ เช่น การเติบโตของสังคมเมืองและการเกิดขึ้นของพื้นที่สาธารณะจำนวนมาก อย่างภัตตาคาร บาร์ และคลับ นอกจากนี้การพิมพ์ด้วยแม่พิมพ์หิน (Lithography) ที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปลายศตวรรษที่ 18 และสามารถพัฒนาเทคนิคจนสมบูรณ์แบบในช่วงครึ่งหลังของศตวรรษที่ 19 ทำให้การพิมพ์มีศักยภาพในการผลิตทั้งในแง่ปริมาณและความรวดเร็ว รวมถึงสามารถพิมพ์ออกมาในขนาดใหญ่ที่เหมาะสมกับพื้นที่สาธารณะ และ kiosk ทำให้สามารถสร้างความสะดุดตาแก่บรรดาผู้สัญจรไปมาบนท้องถนนได้เป็นอย่างดี

ญี่ปุ่นในสมัยเอโดะ (ค.ศ. 1603-1868) ก็มีสิ่งพิมพ์ที่มีลักษณะใกล้เคียงกับโปสเตอร์ด้วย เทคนิคภาพพิมพ์แกะไม้ 「浮世絵 (Ukiyoe)」¹ ในยุคนี้นครหลวงของญี่ปุ่นอย่างเอโดะพัฒนาไปสู่รูปแบบการใช้ชีวิตสังคมเมือง เกิดพื้นที่สาธารณะ เช่นโรงละครคาบูกิที่ต้องการสื่อเพื่อการโฆษณาตัวเอง สิ่งพิมพ์สำหรับงานโฆษณาเหล่านี้ เช่นใบปลิว ป้ายประกาศต่างๆ ในชื่อว่า ฮิกิฟูตะ 「引札 (Hikifuda)」 หรือเอะบิระ 「絵びら (Ebira)」² ซึ่งทำหน้าที่คล้ายกับโปสเตอร์ จึงกล่าวได้ว่าภาพพิมพ์แกะไม้เอโดะเป็นต้นกำเนิดของโปสเตอร์ญี่ปุ่นในปัจจุบัน³

ในสมัยเมจิ (ค.ศ. 1868-1912) เป็นช่วงที่ญี่ปุ่นเปิดประเทศและรับเอาวิทยาการต่างๆ จากชาติตะวันตกเข้ามา แต่ในทางกลับกันผลงานศิลปะญี่ปุ่นก็มีโอกาสที่จะออกไปเผยแพร่สู่สายตาชาวต่างชาติมากมายเช่นกัน จนเกิดสิ่งที่เรียกว่า คตินิยมศิลปะญี่ปุ่น (Japonism)⁴ ขึ้นกับกลุ่มจิตรกรอิมเพรสชันนิสม์ (Impressionism) ในฝรั่งเศสและยุคต่อๆ จากนั้น ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ปลายสมัยเมจิจนสมัยไทโช (Taisho period ค.ศ. 1912-1926) เมืองใหญ่ๆ อย่างเอโดะ โอซาก้า กลายเป็นเมืองที่มีลักษณะของผังเมืองเหมือนตะวันตก นั่นคือมีการตัดถนนสายใหญ่ มีการใช้การขนส่งสาธารณะ และในสมัยนั้นญี่ปุ่นก็ได้พัฒนาตนเองเพื่อให้เป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าอุตสาหกรรม จึงทำให้เกิดความต้องการที่จะกระตุ้นการบริโภคของคนในประเทศ ฉะนั้นสื่อโฆษณาประเภทต่างๆ จึงเกิดการขยายตัวขึ้นอย่างมาก และในขณะนั้นบรรดาศิลปินญี่ปุ่นก็ได้รับเอาเทคนิคตะวันตกเข้ามาใช้ เช่นการเขียนภาพแบบทัศนียวิทยา (ที่ใช้มาก่อนหน้านี้แล้วหลายร้อยปีแต่มาทำให้ชัดเจนขึ้นไปอีกในยุคนี้) รวมไปถึงการวาดภาพแบบมีแสงเงา ฯลฯ และในแง่ของความร่วมมือ ญี่ปุ่นก็ได้รับเอาวิธีการออกแบบจากโรงเรียนเบ้าเฮาส์ (ค.ศ. 1919-1933) ที่มีนักออกแบบและศิลปินญี่ปุ่นไปศึกษาอยู่ที่นั่น

นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังได้รับเอาเทคนิคการพิมพ์หินเข้ามา เพื่อใช้ในการพิมพ์สื่อประชาสัมพันธ์

ต่างๆ โดยเฉพาะการพิมพ์โปสเตอร์ ดังนั้นโปสเตอร์ยุคดังกล่าวจึงมีความหมายที่เราเข้าใจได้ในปัจจุบันก็คือ การพิมพ์หินที่สามารถตอบสนองได้ทั้งเรื่องของปริมาณและความรวดเร็ว และยังเป็นสื่อสาธารณะอย่างแท้จริงของสังคมญี่ปุ่นในขณะนั้น กล่าวได้ว่าโปสเตอร์เป็นภาคต่อของอะบิระในวิธีการพิมพ์ที่ต่างกันออกไป สาเหตุที่อะบิระไม่ค่อยปรากฏในตำราประวัติศาสตร์ศิลปะญี่ปุ่นเท่าอุคิโยะมากก็นั้น ก็เนื่องมาจากอะบิระมีความเป็นศิลปะอยู่ค่อนข้างน้อย เพราะเป็นสื่อที่ใช้ในการโฆษณาจริงๆ จึงใช้ตัวอักษรจำนวนมากที่อาจจะทำให้ดูรุงรัง อีกทั้งยังมีการใช้สีที่ฉูดฉาดจนเกินไป เพื่อดึงดูดสายตาลูกค้า จึงอาจจะทำให้ดูไร้ซึ่งรสนิยมที่ดี แต่เมื่อการพิมพ์เปลี่ยนไป เริ่มมีการใช้ภาพของหญิงสาวที่มีความสวยงาม 「美人画(Bijinga)」 เพื่อการโฆษณา ทำให้โปสเตอร์ในช่วงแรกของยุคนี้มีชีวิตชีวาขึ้นเป็นอย่างมาก แรงขับเคลื่อนดังกล่าวนี้เริ่มขึ้นมาจากช่างขายกิโมโนชื่อดัง Mitsukoshi ได้จัดประกวดโปสเตอร์ภาพวาดสาวงามในปีค.ศ. 1911 และผู้ที่ได้รับรางวัลคนแรกของการประกวดครั้งนี้ ใช้เทคนิคการพิมพ์หิน 35 สี (ภาพที่ 10) อันมีผลให้เกิดความนิยมใช้สาวสวยในชุดกิโมโนเพื่อการโฆษณาสินค้าในอริยาบพต่างๆ ในเวลาต่อมา เช่นในมือถือขวดเบียร์ แก้วไวน์ กล่องบุหรี ไปกระทั่งเครื่องสำอาง หลอดไฟ รองเท้า ยางรถยนต์ (ภาพที่ 11) การผสมผสานเทคนิคการพิมพ์หินตะวันตกในงานโฆษณากับหัวข้อสาวสวยญี่ปุ่น อันเป็นหัวข้อสำหรับภาพพิมพ์ในอดีต นับเป็นก้าวสำคัญของการพัฒนาการในการออกแบบกราฟิกของญี่ปุ่น⁵

เนื่องจากการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่ประสบความสำเร็จอย่างมากของญี่ปุ่นในขณะนั้น ทำให้ญี่ปุ่นเริ่มมีความต้องการงานกราฟิกเพื่อใช้ในการประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง จึงทำให้เริ่มเกิดนักออกแบบกราฟิกมืออาชีพแยกตัวเองออกจากศิลปิน ตัวอย่างเช่น โปสเตอร์ฉลองตึกใหม่ของห้างสรรพสินค้า Mitsukoshi ที่ Nihonbashi ในปีค.ศ. 1914 (ภาพที่ 12) และโปสเตอร์โฆษณาเส้นทางรถไฟใต้ดินสายใหม่ (ภาพที่ 13) ที่ออกแบบโดย Sugiura Hisui บิดาแห่งวงการพาณิชย์ศิลป์ญี่ปุ่น⁶ และอีกตัวอย่างที่ชัดเจนก็คือโปสเตอร์โฆษณาเครื่องสำอางค์และสินค้าในแบรนด์ของ Shiseido (ภาพที่ 14) โดยในช่วงแรกของการออกแบบนั้น มีการเลือกใช้นักออกแบบหลากหลาย ทำให้ผลงานออกมาในหลายทิศทาง ซึ่งทิศทางเริ่มชัดเจนเมื่อเข้าสู่ยุคของ Yamana Ayao (ภาพที่ 15) ทำให้งานออกแบบของ Shiseido นั้นสามารถที่จะแยกแยะได้ทันทีเลยว่าอยู่ในยุคของนักออกแบบคนใดมาจนถึงปัจจุบัน แม้ว่าสไตล์ภาพของ Yamana Ayao จะเน้นใช้รูปผู้หญิงแต่ก็ต้องมาทำงานรับใช้สงครามในอีกสไตล์หนึ่ง (ภาพที่ 16) แล้วงานโฆษณาก็ได้มาสะดุดลงเมื่อเกิดสงคราม

หลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลงในปีค.ศ. 1945 อุตสาหกรรมญี่ปุ่นกลับมาเฟื่องฟูอีกครั้ง งานกราฟิกญี่ปุ่นก็เข้าสู่ยุคเริ่มต้นของสมัยใหม่ มีการจัดตั้งองค์กรเกี่ยวกับนักออกแบบกราฟิก

อย่างเป็นทางการที่สุดคือ “นิเซินบิ” 「日宣美 (JAAC - Japan Advertising Artists Club ค.ศ. 1951-1970)」ที่ถูกจัดตั้งขึ้น ในตอนนั้น “นิเซินบิ” สนใจที่จะใช้รูปทรงสื่อสารอย่างไรมากกว่าจะสื่อสารหัวข้ออะไร ด้วยวิธีคิดนี้ทำให้กราฟิกญี่ปุ่นสมัยใหม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว (ภาพที่ 17) การจัดแสดงงานและการประกวดที่เกิดขึ้นในเดือนสิงหาคมของทุกปี เป็นเหตุให้ต้องมีการกำหนดมาตรฐานขนาดงานที่ส่งเข้ามาประกวดขึ้น กระดาษขนาด B1 (103.0 x 72.8 cm) จึงถูกนำมาใช้เป็นขนาดมาตรฐานของโปสเตอร์ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา⁷ ต่อมาในปีค.ศ. 1955 การรวมกลุ่มจัดงานนิทรรศการ “กราฟิก 55” 「グラフィック'55」 (ภาพที่ 18) นี้ ทำให้งานกราฟิกเผยแพร่ในวงที่กว้างขึ้น ประกอบกับปลายทศวรรษที่ 50 เศรษฐกิจญี่ปุ่นฟื้นฟู ธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์เริ่มเติบโต ทำให้เกิดอาชีพนักออกแบบกราฟิกขึ้น นับได้ว่าเป็นยุคเฟื่องฟูของกราฟิกดีไซน์โปสเตอร์เลยทีเดียว

ทศวรรษที่ 60 มีหลายเหตุการณ์เกี่ยวกับวงการกราฟิกญี่ปุ่นที่สำคัญเกิดขึ้น ปีค.ศ. 1960 “Nihon-Kobo” 「日本工房」⁸ ที่ก่อตั้งในปีค.ศ. 1933 ได้เปลี่ยนมาเป็น “Nippon Design Center” เรียกได้ว่ากราฟิกเข้าสู่ยุคทองอย่างเป็นทางการ และโอลิมปิกฤดูร้อน (Tokyo Olympic 1964 ภาพที่ 19) ในปีค.ศ. 1964 ถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญที่สุดของญี่ปุ่นไม่เพียงการบอกให้โลกรับรู้ถึงการกลับมาของญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เท่านั้น ในฝั่งออกแบบก็มีการจัดงานประชุมพูดคุยเรื่องการออกแบบด้วยเช่นกัน ซึ่งในครั้งนี้เป็นโอลิมปิกที่จัดนอกประเทศตะวันตกครั้งแรก เพื่อการจัดอุปสรรคด้านภาษาและวัฒนธรรม ญี่ปุ่นนำระบบสัญลักษณ์ฟิกโตแกรม (pictogram) มาใช้ ซึ่งก็ได้การตอบรับจากทั่วโลกเป็นอย่างดี⁹ โลโก้ที่ใช้ในครั้งนี้ออกแบบโดยคาเมคุระ ยูสะคุ (Kamekura Yusaku) ใช้การสื่อสารที่เรียบง่ายแต่ทรงพลังด้วยการวางรูปวงกลมสีแดง (สัญลักษณ์ธงชาติ) เหนือสัญลักษณ์ห้าห่วงของโอลิมปิกสากล และมีตัวอักษรอยู่ด้านล่าง โลโก้นี้ยังถูกนำไปใช้เป็นโปสเตอร์อีกด้วย ครั้งหลังของทศวรรษที่ 60 งานออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นได้ออกไปสู่สายตาชาวโลก ในรูปแบบของการชนะเลิศงานประกวด มีผลงานที่ดีเลิศและได้รับรางวัลอย่างต่อเนื่องจำนวนมาก และในเวลาเดียวกันนั้นยังมีงานที่สำคัญๆ อีกหลายครั้ง อย่างในปีค.ศ. 1967 งานแสดงสินค้านานาชาติ (Expo 67) ที่ Montreal ช่วงนั้นบรรยากาศในอเมริกากระแสบ๊วยังเป็นที่นิยม การใช้สีสะท้อนแสง แนวไซคีเดลิกอาร์ต (Psychedelic Art)¹⁰ แต่ทางฝั่งแฟชั่นในงาน Paris Fashion Week ดีไซน์เนอร์ญี่ปุ่นจับเอางานประเพณีอย่างกิโมโนมาใช้ในการออกแบบ ทำให้เป็นที่จับตามองของชาวโลกเพียงข้ามคืน กระแส Japonism จึงกลับมาอีกครั้ง ในทศวรรษที่ 70 ที่เรียกว่า Neo Japonism¹¹

พอเริ่มเข้าทศวรรษที่ 70 กระแสความสนใจญี่ปุ่นที่ทางหายไบนานก็กลับมาอีกครั้ง ซึ่งไม่เพียงสินค้าอุตสาหกรรมเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงกราฟิกดีไซน์ แฟชั่นอีกด้วย มีการจัดงานสินค้า

นานาชาติที่โอซาก้าในปีค.ศ. 1970 (EXPO'70)¹² พอเข้าทศวรรษที่ 80 ยุคเศรษฐกิจฟองสบู่ของญี่ปุ่น งานออกแบบใหม่ๆ เกิดขึ้นจำนวนมาก งานออกแบบญี่ปุ่นเติบโตเต็มที่ จนได้ชื่อว่าเป็นโพสต์โมเดิร์นของอิตาลี¹³ ปลายทศวรรษมังงะ อนิเมะ เกมส์ คาราโอเกะ เกิดวัฒนธรรมร่วมสมัย (Pop Culture) ขึ้น ไปจนกระทั่งทศวรรษที่ 90 ฟองสบู่แตก บรรยากาศทั้งหมดเปลี่ยนแปลงไป งานโฆษณาโดนตัด เข้าสู่ช่วงที่สำนักงานกราฟิกก็เริ่มใช้คอมพิวเตอร์ในการออกแบบ และงานโปสเตอร์ก็ไม่ได้เด่นเหมือนเคย¹⁴ หลังปีค.ศ. 2000 วัฒนธรรมความเท่ของญี่ปุ่นที่เรียกว่า “Cool Japan” เป็นสิ่งที่ทั่วโลกจับตามอง ไม่ใช่เพียงแค่อนิเมะ คาเร็กเตอร์ สิ่งของน่ารัก แต่ยังรวมไปถึงจักรยาน กล้องถ่ายรูป หุ่นยนต์ งานออกแบบที่มีคุณภาพก็เป็นสิ่งที่ตลาดโลกต้องการ

2 สุนทรียศาสตร์แบบประเพณีญี่ปุ่น

สุนทรียศาสตร์แบบประเพณีญี่ปุ่นโดยมากจะมีพื้นฐานแนวความคิดมาจากธรรมชาติ และจากฤดูกาลที่เปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด เพราะประเทศญี่ปุ่นทั้งประเทศนั้นตั้งอยู่ในแนวแผ่นดินไหว และมีภัยธรรมชาติอยู่ตลอดเวลา อันเป็นสาเหตุให้คนญี่ปุ่นตระหนักว่าธรรมชาตินั้นมีชีวิต โดยไม่มีความคิดที่ว่ามนุษย์นั้นอยู่นอกระบบธรรมชาติ และจะพยายามหาวิธีในการดำรงชีวิตและอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติให้ได้เป็นอย่างดีที่สุด การรับรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของคนญี่ปุ่นจึงมีความลึกซึ้งเป็นอย่างมาก ในยุคแรกๆ ของแนวคิดทางสุนทรียภาพนั้นจึงมาจากทั้งพุทธศาสนา และเต๋าที่เข้าใจในธรรมชาติ รวมถึงปรัชญาของโลกและของชีวิต

ในส่วนนี้จะอธิบายสุนทรียศาสตร์แบบประเพณีญี่ปุ่นที่ปรากฏในกราฟิกดีไซน์ในยุคปัจจุบัน ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 19 คำ จากในสี่ยุคสมัย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ยุคของรสนิยม ยุคของความสง่างาม ยุคของความเท่ และยุคของความน่ารักในปัจจุบัน (ภาพที่ 20) สุนทรียภาพทั้ง 19 คำนั้นปรากฏอยู่ในงานแบบประเพณีทั้งสองมิติอย่างภาพวาด และในสื่อสามมิติโดยเฉพาะอย่างสิ่งของเครื่องใช้ และอาคาร อีกทั้งในสื่อสี่มิติอย่างการแสดงหรือโคลงกลอน เพื่อความเข้าใจสุนทรียภาพแต่ละตัวจึงจำเป็นต้องยกตัวอย่างหลายๆ สื่อประกอบกัน

กราฟิกดีไซน์โปสเตอร์แม้ว่าจะเป็นสื่อสองมิติ แต่ก็ได้รับอิทธิพลจากสุนทรียศาสตร์แบบประเพณีญี่ปุ่นในสื่อสามและสี่มิติด้วยเช่นกัน จึงทำให้การศึกษาเพียงภาพวาดโบราณอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ จำเป็นต้องศึกษาจากสื่อประเภทอื่นเพื่อทำความเข้าใจด้วยเช่นกัน

2.1 โมโนโนะอวาเระ Mono no Aware (melancholy)

2.1.1 “โมโนโนะอวาเระ” กับศิลปะแบบประเพณี

โมโนโนะอวาเระ หมายถึงความงามในการถ่ายทอดความรู้สึกเศร้าสร้อยที่เกิดขึ้นจากการพิจารณาโลกและชีวิต ซึ่งความงามประเภทนี้เกิดขึ้นจากความรู้สึกที่เข้าใจว่าโลกนี้ไม่มีอะไรไม่เปลี่ยนแปลง เกิดจากการสังเกตความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างละเอียดจนเกิดความเศร้าขึ้นในใจ อันนำมาซึ่งมุมมองที่ว่าความเศร้านั้นก็สามารถให้ความรู้สึกที่ลึกซึ้งและงดงามได้ การแสดงออกดังกล่าวยังปรากฏขึ้นในงานเขียนวรรณกรรมที่เน้นบรรยายความรู้สึกของตัวละครอย่าง *เรื่องของเก็นจิ* 『源氏物語 (The Tale of Genji)』 โดย มุระสะคิ ชิคิบุ (Murasaki Shikibu ประมาณ ค.ศ. 978-1014 หรือ ค.ศ.1025) ความสนใจเป็นพิเศษในองค์ประกอบตามธรรมชาติที่เปลี่ยนแปลงง่าย เช่นหมอก หยดน้ำที่เกิดจากหมอกที่ระเหยและเปลี่ยนแปลงง่าย ไม่คงอยู่เสมอไป (ภาพที่ 21) สวนแบบประเพณีที่เน้นความเปลี่ยนแปลงของมอสส์หรือตะไคร่ที่ปกคลุมพื้น เช่นวัดไซโฮจิ 『西芳寺 (Saigōji)』¹⁵ เป็นต้น

2.1.2 “โมโนโนะอวาเระ” ในงานออกแบบกราฟิก

โปสเตอร์ที่สามารถแสดงออกซึ่งความงามในหัวข้อนี้มักมีหัวข้อเกี่ยวกับธรรมชาติที่แสดงให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงภายใน การเปลี่ยนแปลงนี้เป็นไปในเชิงนามธรรมมากกว่ารูปธรรม (มีจะนั้นจะกลายเป็นความเสื่อม) เนื่องจากหมอกเป็นหัวใจของความรู้สึกนี้ ไม่ว่าจะเป็นการมองผ่านหมอก การพิจารณาความไม่แน่นอน อายุที่สั้นมากของหมอกหรือเมฆ ฯลฯ การใช้เทคนิคเบลลอภาพในบางจุด การไล่น้ำหนักสีไม่ให้ชัดเจนจึงทำกันโดยทั่วไป (ภาพที่ 22) บรรยากาของสีเข้มที่ฟุ้งกระจายล้อมรอบวัตถุที่เป็นหัวข้อของโปสเตอร์ทำให้เข้าใจโปสเตอร์ได้ไม่เต็มที่ แต่ได้ความงามแบบโมโนโนะอะวะระะมากกว่า นอกจากนี้การเปิดพื้นที่ว่างจำนวนมากที่พื้นหลัง ทำให้เปิดกระบวนการตีความหมายให้ไกลออกไปจากหัวข้อมีแนวโน้มที่จะนำเสนอความงามแบบโยะซะคุ และมีความคลุมเครือ สื่อความไม่ชัดเจนเป็นพื้นฐานของงานชิ้นนี้ด้วย (ภาพที่ 23)

2.2 วะบิ สะบิ Wabi sabi (simple-austerity)

2.2.1 “วะบิ สะบิ” กับศิลปะแบบประเพณี

วะบิ สะบิ เป็นหัวใจแห่งสุนทรีภาพของญี่ปุ่น อันหมายถึงความงามของสรรพสิ่งที่ขาดแคลน ความไม่สมบูรณ์ หรือวัสดุสิ่งของที่มีอายุยาวนาน เห็นถึงร่องรอยของการใช้สอยผ่านกาลเวลา ไม่คงทนถาวร เป็นธรรมชาติอันไร้ซึ่งการปรุงแต่ง การชื่นชมในความงามของดอกไม้หรือใบไม้

ที่ว่างหล่น กิ่งไม้ที่ไร้ใบ แสงจันทร์สลัวไม่กระจ่างใสในคืนที่มีเมฆและฝน อันเป็นความงามตามทัศนะของ “เซน” แนวคิดเดียวกันนี้ได้ถูกนำมาใช้กับห้องชาเมียวคิอัน ไทอัน 「待庵 (Tai-an Teahouse)、妙喜庵 (Myōki-an Temple) ภาพที่ 24」 เพื่อใช้รับการมาเยือนของฮิเดะโยะชิ 「豊臣秀吉 (Hideyoshi Toyotomi)」 โดยเซ็น โนะ ริคิ 「千利休 (Sen no Rikyū)」 เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงความสันโดษและเข้าถึงหัวใจของพิธีชา อาคารชาจึงก่อสร้างด้วยผนังฉาบดินและใช้วัสดุที่ไร้ราคาและคุณค่าในทางโลก¹⁶

2.2.1 “วะบิ สะบิ” ในงานออกแบบกราฟิก

การไม่เสนอรูปร่างอย่างชัดเจนแต่แต่งภาพจนคล้ายกับเป็น negative ทำให้ความหมายของภาพปลาและกล่องลดน้อยลงแต่เห็นด้านที่เป็นความเก่า มีอายุ กินเวลาในอดีต แบบวะบิสะบิ ความเหงาจากบรรยากาศก็เช่นกัน นอกจากนี้ความเรียบง่ายที่เป็นหัวใจของสุนทรียศาสตร์แบบนี้ผ่านการชุมนุมและสวนที่ถูกออกแบบมาให้สอดคล้องกัน สามารถสัมผัสได้ในภาพที่ 25-27

2.3 ยอมรับในสภาวะ Akirame (acceptance)

2.3.1 “ยอมรับในสภาวะ” กับศิลปะแบบประเพณี

การยอมรับในสภาวะ เป็นแนวคิดที่แสดงถึงสภาวะในจิตใจของชาวญี่ปุ่นดั้งเดิม ที่แปลตรงตัวว่า การยอมแพ้ การตัดใจ การหลีกเลี่ยงไม่ได้ และการยอมรับแต่โดยดี ซึ่งแนวความคิดนี้ได้รับอิทธิพลมาจากศาสนาพุทธและเต๋า นั่นคือความคิดที่ว่า ทุกสิ่งล้วนเปลี่ยนแปลง จึงให้เกิดการละซึ่งกิเลสตัณหา อันเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดความทุกข์ในทางพุทธศาสนา “ยอมรับในสภาวะ” จึงมีความสัมพันธ์กับ “ความเปลี่ยนแปลง” เป็นอย่างมาก และในหนังสือ The Structure of “Iki” 「いき」の構造¹⁷ โดย Kuki Shūzō 「九鬼周造」 ได้อธิบายว่า “ยอมรับในสภาวะ” ก็เป็นหนึ่งในความหมายของความเท่าแบบเอโดะอีกด้วย นั่นคือการไม่ใส่ใจและแยกตัวออกมาจากความหลงใหล และยอมรับในสิ่งที่โชคชะตากำหนด

2.3.2 “ยอมรับในสภาวะ” ในงานออกแบบกราฟิก

รูปทรงผีเสื้อที่กำลังไหม้สื่อถึงสภาวะที่ไม่สามารถควบคุมตัวเองได้ กำลังจะสูญสลาย ปีกที่เคยบินได้ไม่สามารถทำงานได้อีกต่อไป สื่อถึงสภาวะของสงครามในด้านตรงข้ามของสันติภาพ องค์ประกอบโดยรวมแสดงถึงความสูญเสียอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (ภาพที่ 28) ความงามแบบ “ยอมรับในสภาวะ” จะให้ความหมายใกล้เคียงกับ “มูโจ” เพราะเป็นการมองสภาวะของความเปลี่ยนแปลง แมองพอเป็นสิ่งสวยงามในวัฒนธรรมญี่ปุ่นทั้งในแง่รูปทรงและลักษณะของปีกมี

ความใสและบอบบาง เสียหายได้ง่าย สะท้อน ความไม่แน่นอนที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ความตายก็เป็นหนึ่งในสภาวะที่ต้องมาถึงชีวิตในวันใดวันหนึ่งเช่นกัน โปสเตอร์นี้ยังโดดเด่นในแง่การนำเสนอเวลาที่ยาวนานกว่าเวลาจุดเดียวแบบทัศนียวิทยาอีกด้วย รวากับว่าเป็นภาพเคลื่อนไหวช้าหรือ slow motion (ภาพที่ 29)

2.4 ความเปลี่ยนแปลง Mujō (flux)

2.4.1 “ความเปลี่ยนแปลง” กับศิลปะแบบประเพณี

มูโจ หรือ อนิจจัง ทุกสิ่งล้วนไม่ยั่งยืน เป็นแนวคิดของทางพุทธศาสนา เป็นการมองเห็นความงามในการเปลี่ยนแปลงของสรรพสิ่ง ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เห็นความงามตามธรรมชาติ และการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาลที่ชัดเจน ทำให้ชาวญี่ปุ่นเกิดความตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงนี้ได้ตลอดทั้งปี เช่น ในฤดูใบไม้ผลิ ทุกแห่งหนจะมีดอกไม้ที่บานสะพรั่ง อันเป็นสัญญาณของการเปลี่ยนฤดูกาลใหม่ โดยเฉพาะซากุระที่เวลาบานพร้อมกันทั้งต้นนั้น จะมีแค่เพียงดอกสีชมพูอมขาวเท่านั้น ไม่มีสีเขียวของใบมาแทรกแม้แต่ใบเดียว แต่ความรู้สึกของการเริ่มต้นนี้ก็อยู่ได้เพียงไม่นาน การชื่นชมดอกไม้ของชาวญี่ปุ่นจึงไม่ได้มีแค่เพียงช่วงที่ดอกไม้บานเต็มต้นเท่านั้น แต่ในช่วงเวลาที่เริ่มโรยราก็เป็นอีกช่วงหนึ่งที่นิยมเช่นกัน หรือพูดอีกแบบหนึ่งก็คือ การชมดอกไม้ที่กำลังบานนอกจากจะพิจารณาความสวยงามของดอกไม้เองแล้ว ยังเพื่อเป็นการกระตุ้นให้ตระหนักถึงการร่วงโรยที่จะตามมาอีกด้วย เช่นเดียวกับการดูดอกไม้ไฟในฤดูร้อน เวลาเพียงเสี้ยววินาทีที่ดอกไม้ไฟเป็นประกายเจิดจ้าอยู่เต็มท้องฟ้า แล้วหายไปอย่างรวดเร็ว¹⁸ ตัวอย่างงานดังกล่าวในงานภาพพิมพ์แกะไม้ภาพชุดหนึ่งร้อยมุมมองของเอโดะ 「名所江戸百景 (One Hundred Famous Views of Edo ภาพที่ 30)」 ภาพเทศกาลดอกไม้ไฟแม่น้ำสุมิดะ 「隅田川花火大会 (Sumidagawa Fireworks Festival)」 ของ อุตะงะวะ อิโรชิเงะ ภาพนี้เน้นให้เห็นดอกไม้ไฟที่กำลังหายไปมากกว่าที่กำลังเป็นประกายอยู่

2.4.2 “ความเปลี่ยนแปลง” ในงานออกแบบกราฟิก

ภูเขาฟูจิแม้จะเป็นสัญลักษณ์ของประเทศญี่ปุ่นในงานออกแบบทุกประเภท แต่การนำภูเขาลูกนี้มาทำให้อยู่ภายใต้แสงเฉพาะที่เงาและตัวภูเขาในขณะพระจันทร์ส่องสว่างกระจ่างตา อาจจะเป็นการเปรียบเทียบความไม่แน่นอนของภูเขาที่ยิ่งใหญ่ หิมะที่ปลิวออกจากภูเขา ยิ่งขับเน้นความเปลี่ยนแปลง (ภาพที่ 31) สันติภาพที่สื่อความโดยรูปทรงมนุษย์ที่ไร้รายละเอียด นอกจากนี้ยังขับไล่ความคมชัดของภาพเพื่อไม่ให้สื่อความหมายอื่นๆ ที่ชัดเจนเพิ่มเข้ามา แต่สื่อเฉพาะความเปลี่ยนแปลงอันเป็นสามัญของโลก (ภาพที่ 32)

2.5 มะ Ma (space and time)

2.5.1 “มะ” กับศิลปะแบบประเพณี

มะ นับเป็นสุนทรียศาสตร์หนึ่งที่สำคัญมากของชาวญี่ปุ่น ที่สามารถใช้แบ่งความงามในแบบญี่ปุ่นและแบบตะวันตกได้อย่างชัดเจน ในวัฒนธรรมญี่ปุ่นนั้นทุก ๆ พื้นที่ล้วนมี “เวลา” สัมพันธ์อยู่ หากดูจากที่มาของตัวคันจิ 「間」 จะเห็นได้ชัดว่าเกิดจากการผสมตัวคันจิที่มีความหมายว่าประตู 「門」 และมีพระจันทร์ 「月」 เข้าด้วยกัน เมื่อรวมกันแล้วก็จะมีความหมายว่า แสงที่ลอดผ่านประตูเข้ามาใน “พื้นที่” จึงจะมีความหมายตาม “เวลา” ที่เปลี่ยนแปลงไปนั่นเอง¹⁹ ในสถาปัตยกรรมญี่ปุ่นจะไม่เรียกการใช้สอยพื้นที่ว่าห้องต่างๆ แบบตะวันตก แต่จะเรียกพื้นที่เดียวกันนั้นตามกิจกรรมที่เปลี่ยนไป หากดูจากโครงสร้างจะเห็นได้ว่าเป็นตัวอาคารที่มีเสา มีฉากที่กั้นห้อง ประตูเลื่อนกรอบไม้กรุด้วยกระดาษ แล้วแบ่งพื้นที่ตามเสื่อตะตมิ จึงไม่จำเป็นต้องกำหนดขนาดห้องไว้ล่วงหน้าหรือตายตัว เพียงเลื่อนบานประตูมาขึ้นหรือถอยออก ก็สามารถย่อขยายขนาดของพื้นที่ได้ตามขนาดที่ต้องการใช้ได้ในทันที การใช้สอยและความหมายของพื้นที่หนึ่งๆ จึงขึ้นอยู่กับเวลาและโอกาสเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญมากของพื้นที่ญี่ปุ่นก็คือ เสียง สุนทรียภาพจากเสียงเกิดได้ในหลายกรณี เช่นเสียงลมพัดต้นสนหรือต้นไผ่ หรือเสียงที่ค่อนข้างเป็นความจงใจทำให้เกิดจังหวะระหว่างความเงียบกับเสียง คล้ายดนตรี เช่นเสียงจาก “ตัวโล่กว้าง”²⁰ นั้นเป็นเสียงที่เหมือนกับดนตรี นั่นคือมีจังหวะที่ประกอบกันขึ้นระหว่างส่วนที่มีเสียงและส่วนที่ไม่มีเสียง มะ ก็คือส่วนของความเงียบที่รอจนจะเกิดเสียงต่อไป

2.5.2 “มะ” ในงานออกแบบกราฟิก

งานโปสเตอร์กลุ่มนี้นอกจากจะปล่อยพื้นที่ว่างจำนวนมาก ยังตั้งใจที่จะวางวัตถุหรือรูปทรงลงไปเพื่อให้ที่ว่างทำงานมากขึ้น ไม่ได้วางวัตถุลงไปเพื่อให้คนโฟกัสที่ตัวรูปทรง พื้นที่ว่างจำนวนมากนี้จะสื่อความหมายอย่างไร่อมขึ้นอยู่กับสายตาของผู้ดูในแต่ละช่วงเวลา เป็นการนำมิติของเวลามาสัมพันธ์กับพื้นที่สองมิติของโปสเตอร์ (ภาพที่ 34-38)

2.6 โยะอะคุ Yohaku (blank space)

2.6.1 “โยะอะคุ” กับศิลปะแบบประเพณี

การเว้นพื้นที่ว่างจำนวนมากไว้เป็นจังหวะที่เหมาะสม นับเป็นจุดเด่นหนึ่งของศิลปะญี่ปุ่น พื้นที่ว่างนี้เรียกว่า “โยะอะคุ” ถือเป็นหนึ่งในความงามที่ปรากฏในศิลปะญี่ปุ่นหลายประเภท อาทิ

เช่นในงานจิตรกรรม และตัวอย่างผลงานที่มักจะถูกยกขึ้นมากันเสมอก็คือ วาดภาพฉากกันห้อง Pine Trees (ภาพที่ 39) ของ ฮะเซะกะวะ โทะฮะคุ 「長谷川等伯 (Hasegawa Tōhaku ค.ศ. 1539-1610)」 เป็นการวาดภาพที่เน้นพื้นที่ว่างโดยรอบของกลุ่มของต้นสน พื้นที่ว่างดังกล่าวนี้ได้เปิดโอกาสให้ผู้ดูค่อยๆ จินตนาการไปถึงต้นสนที่ปรากฏเพียงรางๆ และบริเวณที่ไม่ปรากฏต้นสนบนภาพเลย และอีกตัวอย่างจากผลงานในยุคเดียวกันก็คือ สวนที่คณะคอนจิอิน วัดนันเซนจิ ออกแบบโดยโคะโบะริ เอ็นชู 「小堀政一 (Kobori Enshū ค.ศ. 1579-1647)」 โดยลักษณะเด่นของสวนนี้ก็คือ บริเวณกรวดขาวด้านหน้าจะมีการคราดเป็นรูปคลื่นกินอาณาบริเวณกว้างเพื่อทำหน้าที่คั่นระหว่างคนกับแนวก้อนหินและต้นไม้ด้านหลัง ทั้งนี้ก็เพื่อที่จะเปิดโอกาสให้มีการตีความตามประสบการณ์ของแต่ละคน²¹

2.6.1 “โยะฮะคุ” ในงานออกแบบกราฟิก

หนึ่งในโปสเตอร์ชิ้นสำคัญที่สุดในประวัติศาสตร์กราฟิกสมัยใหม่ญี่ปุ่นชิ้นนี้ ก็คือรูปทรงที่ตัดมาจากวงกลมแบบเรขาคณิตถูกตัดเป็นส่วนๆ แล้วจัดวางอย่างชาญฉลาด อาศัยการทำงานระหว่างรูปทรงกับพื้นที่ว่าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่ว่างที่เปิดทิ้งไว้จะพอดีๆ กับที่ผู้ดูจะต่อเติมความหมายด้วยตัวเอง จนสามารถเข้าใจสารของภาพที่สื่อออกมาได้ พื้นที่ว่างสีขาวจึงมีหน้าที่จำนวนมากตั้งแต่เป็นผิวหน้าของตัวละครหรือตัวภาพไปจนกระทั่งเป็นฉากหลังสีขาว ผู้ดูจะเลือกตัดภาพตามใจแต่ละคน (ภาพที่ 40) ในโปสเตอร์ที่เห็นพื้นที่ว่างมากกว่าตัวสายนํ้าหรือหมู่บ้านตั้งใจเปิดเอาไว้เพื่อสื่อความถึงสิ่งแวดล้อมรอบบ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งฤดูกาล การทำให้ภาพเหมือนเป็นขาวดำโดยสิ้นเชิงเป็นการขบเน้นความหมายให้อยู่ที่พื้นที่ว่างมากกว่าที่ตัวรูป เนื่องจากภาพที่คมชัดและสีสันทะเยาเยาจะทำให้คนดูเพ่งที่ตัวภาพเป็นหลัก เทคนิคการปล่อยพื้นที่ว่างและการทำให้รูปทรงสื่อความไม่เต็มที่ ดูจะเป็นเทคนิคที่ใช้กันโดยทั่วไป (ภาพที่ 41-43) การตัดภาพออกในจุดที่จำเป็น เปิดพื้นที่ว่างให้คนดูมากพอที่จะเติมความหมายด้วยตัวเองได้ แต่จะเติมอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับผู้ดู วิธีการนี้เป็นกระบวนการสร้างความหมายออกจากผู้ออกแบบ และเชื้อเชิญให้ผู้ดูเข้ามามีส่วนร่วม

2.7 ความทรงจำ Kioku (memory)

2.7.1 “ความทรงจำ” กับศิลปะแบบประเพณี

ความทรงจำก็คือการเชื่อมต่อเรื่องราวต่างๆ ที่ได้เคยประสบพบเจอมาแล้วกับสิ่งที่กำลังประสบอยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้ก็เพื่อการคาดหมายไปถึงสิ่งที่อาจจะพบเจอในอนาคต และสำหรับเรื่องราวของความทรงจำในความหมายของภาพวาดนั้น ก็คือการเคลื่อนสายตาอย่างต่อเนื่องเพื่อ

เชื่อมโยงระบบความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากการเรียงลำดับองค์ประกอบไปที่ละอย่าง และถ้าองค์ประกอบดังกล่าวไม่ถูกรวมมาเป็นชุด (เช่นในกรณีศิลปะตะวันตกหลังสมัยเรอเนซองส์ เป็นต้นมา องค์ประกอบจะถูกจัดระบบมาภายใต้ทัศนียวิทยาแบบมุมมองเดียว) ความหมายก็มักจะเปิดกว้างและเปลี่ยนแปลงไปตามการลำดับเรื่องของแต่ละคน โดยผู้ชมจะใช้จินตนาการของตนในการเติมเต็มและประกอบกันเป็นเรื่องราวขึ้นในความคิด

สำหรับภาพวาดสองมิติที่จะมีการกระตุ้นให้ใช้ความทรงจำของตัวเองนั้น จะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อภาพนั้นมีความซับซ้อนมากเพียงพอ และไม่สามารถทำความเข้าใจได้ในครั้งเดียว อาทิเช่นจากผนังกันของ Tawaraya Sōtatsu (ภาพที่ 44) ที่มีภาพจากหลังเป็นทิวทัศน์ของภูเขาที่มีต้นซากุระบาน และระยษณ้านั้นวาดเป็นกรอบกระดาศที่เขียนโคลงกลอนโบราณของญี่ปุ่น การจัดกระจายอยู่บนผนังทั้ง 12 บาน ความเชื่อมโยงที่ดูไม่สัมพันธ์กันนี้ ทำให้ผู้ดูต้องแยกดูภาพรวมและรายละเอียดแต่ละภาพ แล้วกลับมาดูภาพรวมเพื่อทำความเข้าใจอีกครั้ง ด้วยเหตุนี้ความทรงจำและการลำดับเรื่องราวของแต่ละบุคคลจึงสำคัญมากในการทำทำความเข้าใจ

และในแง่พื้นที่สามมิติก็เช่นกัน การหักเลี้ยวในมุมที่ไม่คาดคิด เส้นทางที่วกวน มุมมองที่ถูกบดบังเห็นให้มองเห็นได้ไม่ไกลทำให้เกิดความไม่แน่ใจว่าจุดหมายที่แท้จริงนั้นอยู่ตรงไหน ทำให้ผลลัพธ์สำคัญของความทรงจำที่เกิดขึ้น มักเกิดจากการครุ่นคิดอยู่กับตนเองมากขึ้น นั่นคือการใช้เวลามากขึ้นทำให้ได้พื้นที่ของความคิดมากขึ้นในเชิงประสบการณ์ และความทรงจำก็คือกุญแจในการไขเพื่อทำความเข้าใจพื้นที่และตัวเราเอง

2.7.2 “ความทรงจำ” ในงานออกแบบกราฟิก

โปสเตอร์ที่ถูกออกแบบมาค่อนข้างซับซ้อนนี้ ทำขึ้นตั้งแต่ยังไม่มีคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการออกแบบ การซ้อนทับของชั้นส่วนและชั้นต่าง ๆ (layers) ของภาพ จึงเกิดจากความพยายามที่จะทำให้ความหมายของภาพเคลื่อนไหวและมีความหลากหลายมากกว่าความหมายเดียว ผู้ดูถูกกระตุ้นให้ใช้ความทรงจำของตัวเองในการมองและปะติดปะต่อภาพ (ภาพที่ 45) การให้ข้อมูลเป็นบางส่วน การตัดทอนข้อมูลส่วนใหญ่ที่ไม่มีอยู่ในหน้ากระดาศ ทำให้ผู้ดูต้องใช้จินตนาการเพิ่มเติมเป็นอย่างมาก การตัดทอนนี้เกิดทั้งบนตัวรูปทรงและพื้นที่ว่าง ใบหน้าสามหน้าที่ซ้อนทับกันและถูกลบออกไปบางส่วน ทำให้ผู้ดูต้องใช้จินตนาการเพิ่มเติมเกี่ยวกับความรู้สึกที่จะได้รับจากภาพนี้ (ภาพที่ 48) ตัวอักษรคันจิเป็นตัวอักษรที่สื่อสารด้วยภาพ (มากกว่าตัวอักษรโรมันหรือไทยที่เป็นการแทนที่ของความหมาย) การเห็นเพียงบางส่วนก็อาจจะสร้างความหมายได้ เพียงแต่ตัวคันจิมักประกอบด้วยส่วนต่างๆ หลายส่วน การเห็นส่วนเดียวอาจจะเกิดการเข้าใจผิดได้ ตัวอักษรที่เป็นความหมายทั้งหมดของโปสเตอร์นี้ที่เขียนว่า “งานแสดงผลงานจบการศึกษาของหลักสูตรปริญญาเอกที่มหาวิทยาลัยศิลปะทามะ” ถูกซ้อนทับด้วย

ใบไม้แห้งรูปทรงต่างๆ ต้องอาศัยความตั้งใจที่จะรำลึกมากพอสมควร ก่อนที่จะประกอบความหมายของโปสเตอร์นี้ได้ครบถ้วน นอกจากนี้รูปทรงใบไม้ที่ไม่แน่นอนยังทำให้ต้องกวาดตาไปมาเพื่อทำความเข้าใจอีกด้วย (ภาพที่ 49)

2.8 ความลึก Oku (depth)

2.8.1 “ความลึก” กับศิลปะแบบประเพณี

ความลึกในวัฒนธรรมญี่ปุ่นนั้นไม่ได้เป็นเพียงความลึกของพื้นที่และมองเห็นได้ด้วยสายตาเพียงเท่านั้น แต่ยังเป็นเรื่องของความรู้สึกที่สัมผัสได้ว่ามีความลึกนั้นอยู่ อันเป็นความรู้สึกที่ซึมลึกอยู่ในกันบังของจิตใจชาวญี่ปุ่นทุกคน วัฒนธรรมญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับส่วนที่อยู่ลึกที่สุดไม่ว่าจะเป็นบ้าน วัด หรือไปจนกระทั่งโครงสร้างของเมือง²²

หนึ่งในวิธีการสร้างความลึกในภาพเขียนของญี่ปุ่น ก็คือการทับซ้อนกันขององค์ประกอบต่างๆ นั่นคือมีลำดับของความลึกที่ถูกทับซ้อนอยู่เป็นชั้น การซ้อนทับกันเช่นนี้ จะทำให้เกิดมุมมองของความลึก และเกิดจากความรู้สึกถึงความลึกในตัวผู้ชมมากกว่าวิธีการของทัศนียวิทยาที่มีเส้นขอบฟ้าและรู้สึกถึงความลึกในพื้นที่นั้นๆ อย่างมีระยะห่าง นอกจากนี้ผลลัพธ์ที่ได้ยังทำให้รู้สึกเหมือนว่าเรานั่งอยู่กลางภาพวาดและเป็นส่วนหนึ่งของภาพมากกว่าจะยืนอยู่อย่างมีระยะห่าง (ภาพที่ 50) ยิ่งไปกว่านั้นในวิธีการแบ่งพื้นที่ของชาวญี่ปุ่นด้วยประตูบานเลื่อนกระดาดยังทำให้มีความรู้สึกกับพื้นที่ในทางลึกมากกว่าการแบ่งเป็นผังหรือการรู้ตำแหน่งของห้องที่ตายตัว เพราะการที่เรารู้ว่าถัดจากประตูบานเลื่อนนั้นมีห้องที่อยู่ข้างๆ และห้องข้างๆ นั้นยังมีห้องที่อยู่ต่อเนื่องไปอีกนั้น ทำให้จิตใจเราจดจ่ออยู่กับที่ๆ ตนเองอยู่เป็นสำคัญ

2.8.2 “ความลึก” ในงานออกแบบกราฟิก

ในงานออกแบบที่อาศัยความอุตสาหกรรมของการวาดเส้นอย่างละเอียดด้วยมือและเครื่องมือเท่าที่ทำได้ เช่นโต๊ะเขียนแบบ ไม้สามเหลี่ยม ฯลฯ ให้ความลึกจากการใช้จุดนำสายตาไฟกัสไปตามเส้นที่ถูกวาดขึ้น นอกจากนี้ความลึกยังถูกนำเสนอหลายชุดจากรูปทรงและเส้นหลายชั้นซ้อนกัน แต่ละชั้นต่างก็มีมุมมองและจุดรวมสายตาของตัวเอง (ภาพที่ 51) ในภาพที่เป็นทัศนียวิทยาแบบมุมมองเดียวในภาพที่ไม่ค่อยมีความชัดมากนักถูกเน้นความลึกด้วยแถบสีเหลี่ยมที่เหมือนกับตัดกระดาดหรือแถบโลหะบางเบาวางทาบลงไป เมื่อเห็นแถบหน้าเต็มพื้นที่แต่แถบหลังซ้อนตัวอยู่หลังแนวเขา ยิ่งทำให้ความลึกชัดเจนขึ้น นอกจากนี้มุมมองของภาพถ่ายกับมุมมองของแถบกระดาดทั้งสองดูจะไม่สัมพันธ์กันมาก ทำให้เกิดมุมมองเพิ่มมากขึ้นและเกิดขึ้นของความหมายที่แตกต่างกันคือ ชั้นของภาพทิวทัศน์ที่เป็นภาพถ่ายกับชั้นแถบกระดาด (ภาพ

ที่ 52) ในโปสเตอร์ที่ออกแบบอย่างเรียบง่ายจนแทบจะเป็นลายเส้นของนักออกแบบกราฟิก ผู้เฝ้าการซ้อนทับกันของระนาบภาพสามระนาบ แต่ละระนาบมีรูปทรงของตัวเอง เป็น ความลึกราวกับเกิดการซ้อนทับกันของพื้นที่ว่างสามมิติที่เรามองไม่เห็นขอบเขต เห็นเฉพาะ ส่วนที่ถูกตัดมาเท่านั้น (ภาพที่ 53)

2.9 ไม่ต่อเนื่อง Furenzoku (discontinuation)

2.9.1 “ไม่ต่อเนื่อง” กับศิลปะแบบประเพณี

สำหรับชุดข้อมูลที่มีความหลากหลายและไม่ต่อเนื่องกันนั้น มักจะทำให้เนื้อหาที่ขาดความ สมบูรณ์ ผู้ชมจึงเกิดการตีความใหม่ตามชุดข้อมูลที่ได้รับ ซึ่งมักพบมากในสื่อสองมิติที่มีการ แทรกภาพประกอบกับตัวอักษร ที่คล้ายวิธีการ collage ในปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น (ภาพที่ 54) เป็นการสื่อความหมายออกมาพร้อมๆ กันของภาพและตัวอักษร โดยไม่มีลำดับการสื่อสารที่ ชัดเจน และมีชั้นของภาพถูกแทรกเข้ามาเพียงบางส่วน และชั้นของตัวหนังสือวางอยู่บนชั้น ของพื้นน้ำ ทับกลางตัวภาพบ้าง แทรกอยู่ในกิ่งไม้บ้าง โดยแต่ละชั้นไม่มีความเกี่ยวข้องกัน ไม่มีความต่อเนื่องกัน แต่กำลังทำงานร่วมกัน อันส่งผลให้ผู้ชมต้องเป็นผู้ลำดับเรื่องราวของ ภาพด้วยตนเอง

สำหรับไฮคุ 「俳句 (haiku)」 และวากะ 「和歌 (waka)」 ก็เช่นกัน สิ่งที่ถูกกล่าวถึงในแต่ละท่อนไม่มี ความเกี่ยวข้องกัน และด้วยจำนวนคำที่จำกัด การทำความเข้าใจจึงจำเป็นต้องอาศัย ประสบการณ์ของผู้ฟังเป็นส่วนสำคัญในการเชื่อมโยงชุดข้อมูลต่างๆ และประกอบเติมเต็ม เรื่องราวที่ขาดหายไปด้วยตนเอง

แนวทางของตัวอักษรเป็นการเล่นกับจังหวะของแถวตัวอักษรบนพื้นที่ว่าง ใช้การแบ่งคำอย่าง อิสระเพื่อให้เกิดผลทางภาพ สร้างการเชื่อมโยงระหว่างบรรทัดด้วยฟอร์มของตัวอักษร ทั้งหมด นี้ทำงานบนกระดานที่ฉีกตัดวางซ้อนกันทำให้ “พื้นที่” ด้านหลังค่อนข้างซับซ้อนกว่าปกติ ภาพ เรือที่อยู่ตรงกลางก็มองไม่เห็นทั้งลำ ผลลัพธ์ของภาพและกวีนี้คือทำให้ผู้อ่านราวกับอยู่ในความ ผัน ล่องลอย ไม่จริงจัง (ยกเว้นเพียงช่วงสุดท้ายของตัวอักษรด้านซ้ายของภาพที่เป็นชื่อผู้เขียน ที่ตัวอักษรเขียนอย่างชัดเจนเพียงจุดเดียว) ผลลัพธ์ของการใช้พื้นที่และตัวภาพกับตัวอักษร แบบนี้คือทำให้ผู้อ่านต้องเปลี่ยนวิธีการ “มอง” หรือ “อ่าน” บนพื้นที่ที่หลากหลายแบบ เรียก ได้ว่าเป็นแนวทางที่องค์ประกอบทั้งหมดไม่มีความต่อเนื่องกันอันเป็นสุนทรียภาพแบบหนึ่ง ที่วัฒนธรรมญี่ปุ่นชื่นชมเนื่องจากไม่ต้องการมุมมองเดียวอยู่แล้ว

2.9.2 “ไม่ต่อเนื่อง” ในงานออกแบบกราฟิก

ความไม่ต่อเนื่องในโปสเตอร์ชิ้นนี้เกิดจากการใช้เทคนิคตัดปะภาพจำนวนมากซ้อนทับกันจนดูไม่ออกว่าภาพใดควรต่อกับภาพใด แหล่งของภาพและข้อมูลก็มีที่มาจากกราฟิก ภาพถ่าย ภาพวาดในศิลปะประเพณี ตัวอักษรที่วาดขึ้นด้วยมือและที่เป็นตัวพิมพ์ การจัดรูปแบบหลากหลาย ผู้ดูก็ไม่แน่ใจว่าข้อความจะมีส่วนในการสร้างความหมายหรือไม่ สีเส้นที่สับสนและวุ่นวาย เป็นหนึ่งในโปสเตอร์ที่แนวทางการออกแบบซับซ้อนที่สุดในงานสมัยใหม่ญี่ปุ่น เป็นตัวอย่างที่ดีเลิศในแนวทางสุนทรียศาสตร์แบบนี้ (ภาพที่ 55)

2.10 โดยโนะ Anji (suggestion)

2.10.1 “โดยโนะ” กับศิลปะแบบประเพณี

โดยโนะ ก็คือการไม่แสดงความหมายออกมาโดยตรง แต่จะใช้วิธีในการแนะ (show) และบอกอย่างนัยๆ จึงส่งผลให้มีการกระตุ้นให้เกิดการตีความที่มากกว่าการชี้ชัด (tell) ให้เห็นถึงผลลัพธ์ อันมีผลต่อความสัมพันธ์กับความหมายที่ทำให้เกิด “ความคลุมเครือ” โดยตรง เราสามารถกล่าวได้ว่า “โดยโนะ” เป็นการกระทำที่ทำให้เกิดผลลัพธ์ออกมาเป็น “ความคลุมเครือ” นั้นเอง

สวนหินในวัดเรียวอันจิที่ใช้ทั้งระบบสัญลักษณ์ โดยมีหินเป็นเสมือนเกาะแก่งในมหาสมุทรขนาดกว้างใหญ่ ปล่อยให้คนดูได้ตีความ และด้วยความที่สวนหินมีความเป็นนามธรรมมากจึงสามารถที่จะตีความได้ในทุกยุคทุกสมัย²³

2.10.2 “โดยโนะ” ในงานออกแบบกราฟิก

ในโปสเตอร์สำหรับวิสกี้ทั้งสองชิ้นนี้ ภาพมือที่จับหมวก (ทั้งชายและหญิง) ที่ไม่เห็นศีรษะของเจ้าของหมวกทำงานควบคู่กันกับตัวอักษรว่า โอ เลิฟ ยู การตัดภาพจางให้ขาดออกจากตัวใบหน้าเพื่อสร้างความกำกวมว่าเป็นการเปิดหมวกเพื่อ “สวัสดี” หรือ “อำลา” ความหมายที่เป็นนัยจึงต้องพึ่งการตีความต่อของคนดู (ภาพที่ 58) ในงานชิ้นนี้สื่อความหมายของโปสเตอร์ด้วยรูปทรงนามธรรมจากจุดจำนวนหนึ่งซึ่งกำลังจะนับจำนวนเพื่อช่วยเสริมความเข้าใจดีหรือไม่ นอกจากนี้วงกลมสีดำบางวงยังเหมือนกับเป็นการวาดและปล่อยให้หมึกไหลเลอะออกมานอกขอบรูปซึ่งจะสัมพันธ์กับเส้นพู่กันดำรอบวงใหญ่ รูปทรงที่แทบไม่สื่อความ เป็นเหมือนเส้นขาว-ดำ มีข้อความที่คล้ายบทกวี เปิดพื้นที่ว่างจำนวนมากมีแนวทางการออกแบบคล้ายกัน โปสเตอร์กลุ่มนี้ให้การตีความยากถึงยากที่สุดอันเป็นลักษณะเด่นของกราฟิกในวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่ผู้ชมยอมให้นักออกแบบพาไปสู่การ “สื่อ” ที่อาจจะไม่มีสาระอะไรเลยก็ได้

แต่เป็นการเล่นระหว่างรูปทรงกับพื้นที่แบบที่มีลักษณะเฉพาะตัว สืบทอดมาจากประเพณีของ
ตัวเอง (ภาพที่ 58-62)

2.11 อย่างมีสไตล์ Iki (smart)

2.11.1 “อย่างมีสไตล์” กับศิลปะแบบประเพณี

คำว่าเท่ (cool) ที่ใช้เรียกกันในปัจจุบันนั้น สำหรับญี่ปุ่นแล้วมีใช้กันมาตั้งแต่สมัยเอโดะ
เอโดะเป็นเมืองที่มีประชากรหนาแน่นเป็นอย่างมาก สืบเนื่องจากโชกุนโทคุกะวะ อิเอะยะสุ
ได้ทำการย้ายเมืองหลวงจากเกียวโตมายังโตเกียว และอยู่ในช่วงแห่งการสร้างเมือง จึงทำให้
เกิดการอพยพของแรงงานจากทั่วประเทศเข้ามาในโตเกียว โดยร้อยละ 70-80 เป็นผู้ขาย
ทำให้จำนวนผู้ขายมีมากกว่าผู้หญิงเป็นอย่างมาก จนเกิดแนวคิดที่ว่า “ผู้ขายไม่จำเป็นต้อง
เก็บเงินเพื่อวันพรุ่งนี้” เนื่องจากไม่มีโอกาสแต่งงานแม้จะมีเงินก็ตาม จึงส่งผลให้มีการให้
ความสำคัญเกี่ยวกับชีวิตที่มีอยู่ในชาตินี้และลัทธิสัจนิยม ความพยายามเป็นที่น่าสนใจจาก
เพศตรงข้าม ทั้งการแสดงออกทางการแต่งกาย ฮัปปิ (ตัวทักิโมโน) ที่ถูกออกแบบมาอย่างดี
สำหรับพนักงานดับเพลิง ไปป์สูบบุหรี่แบบยาว ผ้าใช้งานนอกประสงค์พิมพ์ลาย 「手ぬぐい
(เทะนุกุย)」 จนกลายเป็นวิถีการปฏิบัติและรูปแบบในการดำเนินชีวิต รวมไปถึงวิธีคิดที่ดูจะ
เต็มไปด้วยความพยายามที่จะทำให้ตัวเองเป็นที่น่าสนใจ ดังนั้นความเท่จึงเป็นหนึ่งในทัศนคติ
ในการดำรงชีวิตที่มีการแสดงออกในงานศิลปะและออกแบบในยุคสมัยนั้นด้วยเช่นกัน

2.11.2 “อย่างมีสไตล์” ในงานออกแบบกราฟิก

โปสเตอร์ห้าชิ้นนี้เป็นตัวอย่างของแนวทางสุนทรียภาพแบบ “มีสไตล์” ในความจริงแนวทางนี้
แทบจะเป็นพื้นฐานของโปสเตอร์กลุ่มหนึ่งที่เห็นได้ในงานชิ้นอื่นๆ ด้วย ไม่เพียงแต่ห้าชิ้นนี้
เท่านั้น เพราะการมีสไตล์เป็นหนึ่งในสุนทรียภาพที่ใช้กันได้ทั่วไป หน้ากากละครโนถูกนำมา
ดัดต่อ วางกราฟิกซ้อนทับก่อนจะวางตัวอักษรที่เป็นข้อมูลของงานแสดงละครโนลงไป ผลคือ
แสดงให้เห็นว่าละครหน้ากากเก่าแก่โบราณมีแนวทางที่จะ “มีสไตล์” ในสังคมสมัยใหม่ได้ด้วย
(ภาพที่ 63) การตีความแบบนี้ยังใช้ต่อมาในโปสเตอร์ชิ้นที่สองที่เราอาจจะสังเกตเห็นว่าเป็น
หน้ากากอันเดิมแต่เปลี่ยนแปลงวิธีจัดองค์ประกอบและการวางตัวอักษร (ภาพที่ 64) ในขณะที่
โปสเตอร์ชิ้นที่สามเป็นการออกแบบที่กล้าหาญด้วยการวาดแถบสีดำคาดใบหน้าจากภาพ
พิมพ์สมัยเอโดะ (ภาพที่ 65) โปสเตอร์ที่สี่และห้า (ภาพที่ 66-67) เป็นแนวทางที่ใช้รูปทรง
นามธรรม จะเห็นได้ว่าแนวทางนี้ใช้ฝีมือในทางองค์ประกอบศิลป์เป็นพื้นฐาน ดังนั้นสามารถ
คลี่คลายได้หลากหลายแนวทาง

2.12 ความเบา Karomi (lightness)

2.12.1 “ความเบา” กับศิลปะแบบประเพณี

“ความเบา” เป็นสภาวะที่มีผลกับความรู้สึกต่อพื้นที่นั้นๆ ที่หลงเหลืออยู่ และผันแปรมาจาก “โยะสะคุ” งานภาพวาดประติมากรรมและฉากที่กันห้องที่ถ่ายทอดถึง “ความเบา” ออกมาอย่างชัดเจนนั้น จะพบมากในงานของ Kanō Tanyū²⁴ การปล่อย “โยะสะคุ” เป็นพื้นที่กว้าง และสร้างความเบาให้กับภาพ ด้วยการใช้วิธีการสร้างรูปทรงแบบเดียวกับภาพเขียนฟูกันโบราณ แต่ลดจำนวนเส้นลง²⁵ ในภาพ Bamboo and Plum Tree in the Snow (ภาพที่ 68) เป็นตัวอย่างของ “ความเบา” ที่ตกค้างอยู่จากการใช้ “โยะสะคุ” ที่ชัดเจน กิ่งไม้ที่มีหิมะเกาะอยู่ ถูกวาดพาดจากบานประตูทางด้านขวาสุดมาจนบานซ้ายต่อเนื่องกันสามบาน เป็นรูปทรงสามเหลี่ยม ปลายกิ่งไม้นำสายตาไปยังนกตัวเล็กๆ ในบานซ้ายสุด พื้นที่ว่างโดยรอบนั้นให้ความรู้สึกก้องกังวาน ให้คงเหลืออยู่ภายในใจของผู้ชม²⁶

2.12.2 “ความเบา” ในงานออกแบบกราฟิก

“ความเบา” มีความเกี่ยวข้องกับ “โยะสะคุ” มาก เนื่องจากมีการเปิดพื้นที่ การใช้สีขาว ซึ่งทำให้เกิดความเบาขึ้น ตัวอย่างทั้งหมดในกลุ่มนี้ (ภาพที่ 69-72) ใช้วิธีการเปิดพื้นที่ว่างจำนวนมากเป็นพื้นฐาน อย่างไรก็ตามเฉพาะที่ว่าง สามารถทำงานร่วมกับองค์ประกอบอื่นๆ เป็นสุนทรียภาพอื่นๆ ได้ แต่การใช้โทนสีที่บางเบา เช่น สีขาวในน้ำหนัที่แตกต่างกัน สีเทาอ่อน สีพื้นกระดาษ เทคนิคทั้งหมดนี้ให้ความงามที่มาพร้อมกับความเบาสบายตา ไม่ว่าจะใช้รูปทรงใดก็ตาม

2.13 เรียบง่าย Tanjun (simplicity)

2.13.1 “เรียบง่าย” กับศิลปะแบบประเพณี

ความเรียบง่ายคือ การไม่พยายามที่จะประดับประดาหรือพยายามที่จะตกแต่งอะไรเพิ่มเติมเข้าไปอีก หรือความพยายามที่จะใช้วิธีตัดส่วนที่ไม่สำคัญออกไป และเหลือไว้เพียงส่วนที่สำคัญ ภาพวาดดอกไอริสเป็นตัวอย่างของความเรียบง่ายที่ดี (ภาพที่ 73) ซึ่งในภาพนี้ได้มีการตัดทอนรายละเอียดออกจนหมดเหลือเพียงระนาบที่ราบเรียบของก้านและดอกที่มีการไล่สีเพื่อให้เกิดน้ำหนัก นอกจากนี้ยังมีการจัดองค์ประกอบด้วยการซ้ำของลวดลาย โดยไม่ได้เกิดจากการวาดขึ้นใหม่ทั้งหมด แนวทางเดียวกันนี้เราสามารถพบได้ในงานประดับกล่องชุดเครื่องเขียน Writing Box with Eight Bridges (ภาพที่ 74) ที่แม้จะนำภาพมาจากวรรณกรรม “เรื่องของเก็นจิ” เช่นเดียวกับงานในสมัยโบราณจำนวนมาก แต่ในกรณีนี้ได้มีการตัดทอนให้เรียบง่าย

จนเหลือเพียงสะพานในสวนดอกไอริสเท่านั้น ไม่มีแม้กระทั่งตัวละครที่เคยเป็นส่วนสำคัญของ
ชิ้นงานในยุคก่อนหน้านี้²⁷ ส่วนสถาปนิกชาวเยอรมัน Bruno Taut ก็ได้กล่าวถึงสถาปัตยกรรม
ญี่ปุ่นไว้ว่า ความงามของสวนในพระราชวังคะทสึระ 「桂離宮 (The Katsura Imperial Villa
ภาพที่ 75)」 ทั้งวัสดุและการออกแบบนั้นแสดงออกถึงความเรียบง่ายอย่างที่สุด²⁸ เช่นเดียวกับ
อาคารสำหรับพิธีชาที่ก่อสร้างด้วยผนังดิน สร้างเพดานด้วยไม้ไผ่สาน หน้าต่างกรุด้วยกระดาษ
ปูลู่เลื่อนตะตะมิ ไปจนเครื่องปั้นดินเผาที่ใช้ในพิธี และที่ตกขาท่าจากไม้ไผ่ ทั้งหมดล้วนเป็นวัสดุ
ที่ผ่านการปรุงแต่งจากธรรมชาติน้อยที่สุด ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักในการแสดงออกถึงความเรียบ
ง่ายในวัฒนธรรมญี่ปุ่น

2.13.2 “เรียบง่าย” ในงานออกแบบกราฟิก

ตัวอย่างของสุนทรียภาพแบบนี้มาจางานสมัยใหม่ของญี่ปุ่น งานชิ้นนี้แสดงภาพต้นไม้และ
ดอกไม้ที่ถูกตัดทอนจนแทบจะเป็นนามธรรมแต่เมื่อประกอบกันขึ้นทำให้สื่อความได้ (โดย
เฉพาะเมื่อสามารถดูภาพสี) สังเกตว่าตัวรูปใช้สีที่ราบเรียบเป็นระนาบอยู่พื้นหลัง ที่มีกึ่งเป็นสี
พื้นเพื่อให้ไม่แข่งกับตัวรูป เท่ากับว่าไม่มีการสร้างความลึกเนื่องจากต้องการให้เรียบง่าย (ภาพ
ที่ 76) อย่างไรก็ตามถ้าต้องการสื่อความที่ชัดเจนมากขึ้น การใช้รูปทรงที่ชัดเจน เช่นส้ม
ผู้หญิงใส่กิโมโนหรือดอกไม้ ช่วยทำให้การสื่อความเป็นไปได้แม้จะเรียบง่ายอย่างมากที่สุดตาม
(ภาพที่ 77-78)

2.14 สัญลักษณ์ Shochō (symbol)

2.14.1 “สัญลักษณ์” กับศิลปะแบบประเพณี

การพัฒนาความคิดเชิงสัญลักษณ์ของญี่ปุ่นนั้นมีมาตั้งแต่สมัยโจมง (ราว 10,000 - 3,000 ปี
ก่อนคริสตกาล) ทั้งตุ๊กตาปั้นดินเผา เครื่องปั้นดินเผารูปลวดลายต่าง ๆ ซึ่งล้วนแต่เป็นรูปแบบ
ดั้งเดิมของการเกิดตราสัญลักษณ์ประจำตระกูลของชาวญี่ปุ่น ที่เริ่มใช้กันในช่วงกลางสมัย
เฮอัน โดยช่วงแรกเริ่มนั้นยังไม่ได้ทำหน้าที่เป็นตราประจำตระกูลแต่อย่างใด เป็นแต่เพียง
ตราสัญลักษณ์ที่มีความหมายเฉพาะของแต่ละบุคคลเท่านั้น แต่มาภายหลังมีการใช้กันอย่าง
แพร่หลายในเหล่าชาวมูโรและมีการใช้กันทั่วประเทศ ต่อมาสมัยเอโดะจึงได้กลายมาเป็นตรา
สัญลักษณ์ประจำตระกูลที่ใช้แสดงถึงอำนาจบารมี จนเกิดความนิยมขึ้นในหมู่คนทั่วไป การ
ขีดเส้นผ่านกาลเวลาอันยาวนาน ทำให้รูปทรงที่เกิดจากธรรมชาติกลายมาเป็นรูปทรงเรขาคณิต
ในแบบต่างๆ ที่พลิกแพลงกระบวนการออกแบบไปอย่างไม่สิ้นสุด ส่วนสุดยอดของสัญลักษณ์
เห็นจะเป็นธงชาติ เป็นเพราะรูปทรงและสีที่เรียบง่ายอย่างที่สุดนั้นได้รวบรวมเอาสรรพสิ่งทั้ง

หลายให้เหลือเพียงวงกลมเพียงวงเดียว

2.14.1 “สัญลักษณ์” ในงานออกแบบกราฟิก

ทุกวัฒนธรรมมีการสื่อสารด้วยระบบสัญลักษณ์ ดังนั้นสุนทรียภาพแบบนี้จึงถือว่าเรียบง่ายที่สุดในกระบวนการออกแบบ เนื่องจากเป็นสิ่งที่แพร่หลายในสังคมวัฒนธรรมอยู่แล้ว แต่ในงานออกแบบกราฟิกสมัยใหม่และร่วมสมัยไม่เพียงแต่สัญลักษณ์ที่เข้าใจกันในคนหมู่มากจะถูกใช้ (เช่น ภูเขาฟูจิ, ซูชิ, ลวดลายประจำตระกูลโบราณ ฯลฯ) เท่านั้น แต่พวกสัญลักษณ์ที่ค่อนข้างเป็นส่วนตัว อย่างเช่นใบหน้าของสุนัขก็ถูกนำมาใช้เหมือนกัน (ภาพที่ 81) อย่างไรก็ตาม ถ้าคิดว่าเป็นสื่อตราประจำตระกูลการสื่อความก็เป็นไปได้ โดยทั่วไปการออกแบบสัญลักษณ์มักจะเป็นการดัดทอนจนเป็นรูปทรงเรขาคณิต แต่การใช้รูปใบหน้าของสุนัขทำให้การสื่อความหมายมีเนื้อหามากขึ้น

2.15 รายละเอียด Seichi (delicate)

2.15.1 “รายละเอียด” กับศิลปะแบบประเพณี

แม้ในยุคสมัยที่มีแนวโน้มว่าศิลปินจะทำงานโดยเน้นการใช้รูปทรงที่เรียบง่าย และเทคนิคทางกราฟิก แต่ก็ยังมีศิลปินที่ใส่ใจทำงานแบบมีรายละเอียดจำนวนมากมาตลอดด้วยเช่นกัน บางกรณีเป็นศิลปินคนเดียวกันนั่นเองที่ทำงานทั้งสองแบบ เช่นผลงานของฮะเซะกะวะ โทสะคุ 「長谷川 等伯 (Hasegawa Tōhaku)」 ภาพวาดบานเลื่อนประตู (ภาพที่ 84) เป็นภาพที่มีรายละเอียดของต้นไม้และดอกไม้จำนวนมาก โดยมีความพยายามที่จะสร้างสมดุลในตำแหน่งของใบเมเปิ้ลสีแดงและสีเขียวของภาพโดยรวม และถูกเน้นให้ชัดเจนขึ้นบนพื้นน้ำสีฟ้าเข้ม²⁹ หรือ อิโต จะคุจุ 「伊藤若冲 (Itō Jakuchū)」 ที่วาดภาพสัตว์ เช่นไก่ประเภทต่างๆ (ภาพที่ 85) ความงามในรายละเอียดของขน ผิว สีของสัตว์นั้นๆ

2.15.2 “รายละเอียด” ในงานออกแบบกราฟิก

งานกราฟิกร่วมสมัยที่ใส่ใจในรายละเอียด เช่นการวาดภาพด้วยดินสอหรือปากกา (ภาพที่ 86) เมื่องานอยู่ในขนาด B1 ก็สามารถที่จะใส่รายละเอียดจากการวาดจำนวนมากได้ (ภาพที่ 87) แสดงให้เห็นถึงความพยายามที่นำภาพเล็กๆ ที่มีรายละเอียดมาประกอบกันขึ้นเป็นโปสเตอร์ งานลักษณะนี้เรียกให้ผู้ชมใช้เวลาละเอียดสลายตาไปยังส่วนต่างๆ ของภาพเช่นเดียวกัน (ภาพที่ 88 และ 89)

2.16 ราบเรียบ Heimen (plane)

2.16.1 “ราบเรียบ” กับศิลปะแบบประเพณี

ภาพพิมพ์แกะไม้อุคิโยเอะ นับเป็นตัวอย่างงานสองมิติที่แสดงถึงความราบเรียบขององค์ประกอบต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการใช้ชุดของสีที่สดใสและราบเรียบที่ไร้ซึ่งแสงเงา ไปจนถึงวิธีการจัดองค์ประกอบเป็นชั้นเพื่อซ้อนทับกัน มากกว่าที่จะแสดงออกถึงความลึกตามหลักการของทัศนียวิทยา ความราบเรียบสองมิติในแบบอุคิโยเอะของสมัยเอโดะนี้ ยังส่งผลต่อแนวความคิดของศิลปะร่วมสมัยในปัจจุบันอีกด้วย

2.16.2 “ราบเรียบ” ในงานออกแบบกราฟิก

ความราบเรียบแบบศิลปะประเพณีเป็นสิ่งที่สำคัญในการออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นปัจจุบัน ทั้งยังเป็นเหตุผลที่ทำให้ได้รับการตอบรับอย่างดีจากทั่วโลกเนื่องจากสามารถสื่อสารข้ามวัฒนธรรมได้ งานในยุคสมัยใหม่มีแนวทางดังกล่าวสูง ดังจะเห็นได้ในโปสเตอร์ Nihon Buyo, 1981 (ภาพที่ 90) ที่รูปทรงทั้งหมดถูกลดรูปจนกลายเป็นเรขาคณิต ในขณะที่สีมีราบเรียบไม่มีแสงเงาโดยสิ้นเชิง อาศัยการจัดองค์ประกอบที่ชาญฉลาดเพื่อสื่อความหมายออกมา ในขณะที่โปสเตอร์ The Art of the Shoe, 1999 (ภาพที่ 91) เป็นการตัดทอนให้ราบเรียบจนแทบจะสื่อความไม่ได้ ต้องอาศัยข้อความข้อแบริบดของสินค้าเป็นหลัก

2.17 ความคลุมเครือ Aimai (ambiguous)

2.17.1 “ความคลุมเครือ” กับศิลปะแบบประเพณี

หนึ่งในวิธีการแสดงออกที่สำคัญของคนญี่ปุ่นคือการแสดงออกซึ่งความคลุมเครือ หรือความไม่ชัดเจน เพื่อให้สารที่สื่อออกไปนั้นไม่ไปบังคับทิศทาง การรับรู้หรือบีบบังคับผู้รับสารจนมากเกินไป การปล่อยให้อีกฝ่ายได้ตีความ ใช้ความรู้สึกของตัวเองได้อย่างอิสระจึงถือเป็นการให้เกียรติ ไม่ไปบุกรุกพื้นที่ของอีกฝ่ายโดยตั้งใจ ภาพวาดจำนวนมาก จึงมีองค์ประกอบแบบให้มองเห็นเพียงบางส่วน มองผ่านอะไรบางอย่าง หรือมีบางสิ่งบังอยู่ ซึ่งถือกันว่ากระตุ้นความรู้สึกได้ดีกว่าการเผยให้เห็นทั้งหมดในครั้งเดียว ถือกันว่ามุมมองที่เห็นบางส่วนและต้องเติมเต็มด้วยจินตนาการนั้นงามเลิศกว่ามุมมองจริงเต็มๆ ตา

เนื่องจากการห้ามใช้สีที่ฉูดฉาดในช่วงกลางเอโดะ สีที่ใช้กันจึงมีความคลุมเครือไม่ชัดเจน หม่นหมอง ขุ่น ไม่สดใส สีย้อมผ้าที่ใช้กันในตอนนั้นจึงมีเพียงแค่สีน้ำตาล สีน้ำเงินเข้มและสีเทาเท่านั้น แต่ระดับความขุ่นหรือสีที่ถูกเจือลงไปในนั้นมีแตกต่างกันมากมายหลายเฉดสี

ระดับความต่างเล็กๆ น้อยๆ ของสีน้ำตาลมีมากถึง 48 เฉด 「四十八茶百鼠」 และสีเทาที่เรียกกันว่าสีเทาหนู 「鼠色」 มีอยู่ถึงร้อยกว่าเฉด แม้ว่าระดับที่ต่างกันจะมีเพียงเล็กน้อยแต่ทุกเฉดสีก็ล้วนมีชื่อเรียกเป็นของตัวเอง

สำหรับบางพื้นที่ที่ไม่สามารถเจาะจงได้ว่าเป็นส่วนของพื้นที่ภายในหรือภายนอก อาทิเช่น ระเบียง 「縁側 (Engawa)」 ในทางสถาปัตยกรรมญี่ปุ่นมีความหมายคลุมเครือไม่น้อย นั่นคือไม่มีความชัดเจนว่าระเบียงเป็นพื้นที่ภายในหรือภายนอก เป็นส่วนหนึ่งของตัวอาคารที่เชื่อมสวนเข้าสู่พื้นที่ภายในหรือว่าแยกสวนออกจากพื้นที่ภายในโคโฮอันที่วัดไดโตะคุจิ เป็นตัวอย่างที่ดี (ภาพที่ 93)

โดยทั่วไปแล้ว ชาวญี่ปุ่นมักจะเปรียบเทียบคนที่ไม่แสดงความรู้สึกทางสีหน้าว่าเหมือนหน้ากากละครโน (ภาพที่ 94) เพราะลักษณะความคลุมเครือของหน้ากากละครโนมองดูเผินๆ จะดูเหมือนว่าไม่มีการแสดงออกซึ่งความรู้สึกใดๆ แต่กลับใช้เพื่อแสดงถึงความรู้สึกต่างๆ ไม่ว่า จะดีใจ โกรธ เสียใจ หรือแม้แต่สับสนในแบบครึ่งๆ กลางๆ และนั่นก็คือช่วงรอยต่อของอารมณ์ต่างๆ ไปจนถึงการไม่แสดงออกซึ่งอารมณ์ใดๆ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอากัปกริยาท่าทางในการแสดง แสงที่ตกกระทบ หรือมุมและองศาที่ต่างกันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งความคลุมเครือดังกล่าวกลับไปสะท้อนถึงสภาวะจิตใจของผู้ชมในขณะนั้นๆ มากกว่า

ภาษาญี่ปุ่นเป็นภาษาที่ไม่นิยมใช้คำว่า ถูก หรือ ผิด แบบตรงไปตรงมา จะมีคำว่า คงจะ อาจจะ น่าจะ ในประโยคเพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ความหมายตรงที่ชัดเจนแบบขาวดำ แต่จะเทาๆ ความหมายกลางๆ ทั้งยังมีไวยากรณ์ที่มีการผันกริยาไว้ท้ายประโยค การแสดงการตัดสินใจว่าจะทำ หรือ ไม่ทำ จะถูกวางตำแหน่งไว้หลังสุดและยังสามารถเติมคำที่ทำให้เกิดความลังเลใจเช่น อาจจะ ไม่ ต่อเข้าไปได้อีกด้วย

2.17.2 “ความคลุมเครือ” ในงานออกแบบกราฟิก

การออกแบบโดยให้การสื่อความหมายเป็นรอง แต่สื่อความงามที่ต้องการตีความเพิ่มเติมเป็นหลัก ทานากะ อิคโค 「田中一光 (Tanaka Ikko)」 นักออกแบบกราฟิกที่ได้ชื่อว่าเป็นตัวเปื่อยยุคสมัยใหม่ของญี่ปุ่นช่วงหลังสงครามได้กล่าวไว้ว่า การแสดงออกถึงความไม่สมบูรณ์ ทำให้เกิดความคลุมเครือ ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของญี่ปุ่น มีแค่คนญี่ปุ่นเท่านั้นที่จะเข้าใจลักษณะดังกล่าวได้ แทบไม่พบในงานกราฟิกของตะวันตก (เนื่องจากการสื่อสารที่ต้องการให้มีประสิทธิภาพ) คนญี่ปุ่นชื่นชอบการสื่อสารแบบคลุมเครือ งานกราฟิกที่อาศัยรูปทรงที่คนดูไม่เข้าใจมาเป็นสื่อหลักจึงเกิดขึ้นมาก เพราะคนดูสามารถตีความได้ในวงกว้าง (ภาพที่ 95-96)

2.18 น่ารัก Kawaii (cute)

2.18.1 “ความน่ารัก” กับศิลปะแบบประเพณี

หนึ่งในคำสำคัญของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นคือ Kawaii การแพร่กระจายของหนังสือการ์ตูน (Manga) การ์ตูนอะนิเมชัน (Anime) คาเร็กเตอร์ต่างๆ ออกไปทั่วโลกนั้นทำให้คำว่า Kawaii เป็นที่รู้จักกันทั่วโลกเช่นกัน และชาวต่างชาติก็มักใช้คำทับศัพท์ว่า Kawaii กับความน่ารักต่างๆ ที่แม้จะไม่ได้เป็นอะไรที่มาจากญี่ปุ่นก็ตาม ความน่ารักในความหมายของญี่ปุ่นจะมีลักษณะรูปทรงกลม มีสีสดใส สัมผัสนุ่มนวล มีความอ่อน ขนาดเล็ก โครงสร้างไม่แข็งแรง เรียบลื่น³⁰ ซึ่งคำว่า น่ารัก มักจะใช้กันโดยทั่วไปสำหรับสิ่งของที่มีขนาดเล็ก น่ารักน่าเอ็นดู น่าทะนุทะนอม แม้ว่าจะเป็นคำใหม่ที่เกิดขึ้น แต่โดยดั้งเดิมนั้นมีมาตั้งแต่ในโชะคุไซมังงะ 「北斎漫画」 ซึ่งในภายหลังถูกพัฒนาจนกลายมาเป็นคาเร็กเตอร์ และอนิเมชันในปัจจุบัน ความน่ารักจึงเป็นที่ปรากฏให้เห็นเด่นชัดในผลงานศิลปะร่วมสมัย

2.18.2 “ความน่ารัก” ในงานออกแบบกราฟิก

คำว่า kawaii เป็นหนึ่งในคำในภาษาญี่ปุ่นที่ใช้กันทั่วโลก ในคนบางกลุ่มจนแทบจะไม่ต้องแปล (อาจจะเทียบได้กับคำว่า สีนามิ) หมายถึงความน่ารักในงานกราฟิกสมัยใหม่ การใช้คาเร็กเตอร์ที่น่ารักก็เป็นวิธีการหนึ่ง เหตุผลที่สำคัญคือคาเร็กเตอร์เหล่านี้สามารถสื่อสารกับคนรุ่นใหม่ได้ในทุกมุมโลก รูปทรงง่ายๆ เหล่านี้ ดูเหมือนใครๆ ก็วาดขึ้นมาได้ สื่อสารกับคนดูง่าย ไม่นามธรรมเกินไป จับต้องได้จริง (ภาพที่ 97-101)

2.19 in' Kakkoi (cool)

2.19.1 “เท่” กับศิลปะแบบประเพณี

ญี่ปุ่นมีความสามารถในการรับเอาวัฒนธรรมอื่นมาใช้ โดยนำมาตีความและพัฒนาจนกลายเป็นวัฒนธรรมของตนเองไปในที่สุด การยืมความคิดชุดต่างๆ มาใช้นั้น ญี่ปุ่นไม่เพียงแต่ดึงมาใช้จากแนวความคิดที่มาจากภายนอกประเทศเท่านั้น แต่ความคิดแบบดั้งเดิม แบบความเท่ในแบบปัจจุบันก็มีความคิดที่ใกล้เคียงกับสมัยเอโดะเช่นกัน ความเท่ในปัจจุบันกับ “อิคิ” ความเท่ในสมัยเอโดะนั้นมีความต่างกันตรง “อิคิ” จะมีความเชื่อดิบบางอย่างซ่อนอยู่ภายใน จึงทำให้ความเท่ออกมาจากข้างในจริงๆ ซึ่งต่างกับความเท่ที่เป็นความเข้าใจในปัจจุบันที่มองเห็นอย่างชัดเจนจากภายนอกและเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสนิยม

2.19.2 “เท่” ในงานออกแบบกราฟิก

ความเท่าในงานกราฟิกตั้งแต่สมัยใหม่เป็นต้นมา เน้นที่แนวทางการออกแบบที่ค่อนข้างกล้า ตัวอย่างเช่น *Imagination of Letter*, 1993 (ภาพที่ 102) ที่สร้างมุมมองใหม่ๆ ให้กับตัวอักษร งานออกแบบนี้อาศัยหลักการที่ว่าตัวอักษรในภาษาญี่ปุ่นเป็นการประกอบกันของขีดจำนวนหนึ่ง ถ้าสามารถแยกขีดออกจากกันไปผสมกับขีดอื่นอาจจะทำให้ได้ตัวอักษรที่มีความหมายใหม่ การแยกองค์ประกอบตัวหนังสือให้กลายเป็นองค์ประกอบทางทัศนศิลป์แบบนี้ เป็นหนึ่งในแนวทางกราฟิกสมัยใหม่ของญี่ปุ่นที่ทานากะเป็นผู้นำร่อง นักออกแบบผู้นี้ “คิด” งานชิ้นนี้ด้วยวิธีการตัดกระดาษออกเป็นส่วนๆ แล้วค่อยแปะบนแบบอีกทีหนึ่ง อันเป็นวิธีพื้นฐานที่สุดที่จะสามารถได้โปสเตอร์แบบนี้ออกมา วิธีการแบบนี้เมื่อเปลี่ยนเป็นการย่อองค์ประกอบทัศนศิลป์ เช่นรูปทรงเรขาคณิตและสี (ภาพที่ 103) การปิดบางส่วนของตัวอักษรด้วยหยดหมึกให้อ่านไม่ครบถ้วน (ภาพที่ 104) ไปจนถึงการวาดเส้นหรือการสร้างภาพด้วยคอมพิวเตอร์ก็สามารถแสดงออกซึ่งสุนทรียศาสตร์ของความเท่าในรูปแบบร่วมสมัยที่ไม่ซ้ำแนวทางกันและมีแนวทางที่น่าสนใจสำหรับยุคนั้นๆ

3 สรุป

จากตัวอย่างที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าสุนทรียภาพแบบประเพณีของญี่ปุ่น ทั้งในศิลปะแบบสองมิติ สามมิติไปจนกระทั่งสื่อที่ถูกนำมาใช้ในกระบวนการออกแบบกราฟิกตั้งแต่สมัยใหม่เป็นต้นมา จนทำให้งานกราฟิกของประเทศนี้มีลักษณะเด่น สร้างการตระหนักรู้ในหมู่ผู้ดูงานชาวต่างประเทศ การที่กราฟิกส่วนใหญ่ในประเทศมีสุนทรียภาพแบบนี้ ยิ่งตอกย้ำประเด็นที่ว่าความงามแบบประเพณีสามารถสืบทอดมาจนถึงปัจจุบันได้ ไม่ว่าความงามนั้นจะถือกำเนิดขึ้นมามากกว่าหนึ่งพันปี เช่นกรณี “โมโนโนะอะวะระะ” หรือ “ความเปลี่ยนแปลง” มาจนกระทั่งความงามแบบที่เพิ่งถือกำเนิดขึ้นเมื่อสองสามร้อยปีก่อน เช่น “อย่างมีสไตล์” เป็นต้น

ถ้าลองเปรียบเทียบกับกระบวนการออกแบบกราฟิกสมัยใหม่จากตะวันตก เช่นงานในกลุ่มสวิสสมัยใหม่ ซึ่งเน้นแนวทางการผสมผสานระหว่างรูปทรงกับพื้นที่ว่างที่ค่อนข้างเป็นนามธรรม การสื่อสารจึงมีลักษณะสากลเป็นอย่างมาก นักออกแบบอย่างทานากะ อิคโค ที่ใช้เทคนิคการสร้างภาพกราฟิกสมัยใหม่แบบตะวันตกเช่นกัน เพียงแต่ทานากะเสริมความงามแบบประเพณีญี่ปุ่นเข้าไปในกระบวนการออกแบบ และการสร้างภาพจนกระทั่งสามารถทำให้งานของตนเองมีแนวทางที่เป็นส่วนตัวไปพร้อมๆ กับแสดงความงามแบบประเพณีได้

นอกจากนี้ประเด็นที่น่าสนใจศึกษาต่อคือเรื่องที่ว่า ความงามแบบประเพณีที่นักออกแบบ

สมัยใหม่และร่วมสมัยญี่ปุ่นนำมาร่วมในงานออกแบบของตนเองนั้น ไม่ได้มาจากแค่ศิลปะสองมิติ เช่นภาพวาดหรือภาพพิมพ์เท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงศิลปะสามมิติ เช่นสถาปัตยกรรม เครื่องปั้นดินเผา การจัดดอกไม้ ฯลฯ ไปจนกระทั่งศิลปะสี่มิติ เช่นการชุมนุมฯ ซึ่งอาศัยศิลปะหลากหลายประเภทรวมถึงการปฏิบัติตนของคนร่วมการชุมนุม นับว่าเป็นการนำเอาความงามที่มีอยู่ในชีวิตประจำวันมาเป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกทางกราฟิกของตนเอง

อันวอิ

- 1 ภาพพิมพ์แกะไม้อุคิโยเอะในระยะช่วงแรกมีเพียงหมึกอินเดีย (India ink) ต่อมาก็มีการเพิ่มสีด้วยแปรง จนคริสต์ศตวรรษที่ 18 ชูซูกิ ฮะรุโนะบุ (Suzuki Harunobu) (ภาพที่ 1) ก็คิดค้นวิธีพิมพ์หลายสีขึ้น โดยจะทำบล็อกตามจำนวนสีที่จะพิมพ์ ที่เรียกว่านิชิคิเอะ (Nishikie) คำว่า “อุคิโยเอะ” แปลตรงตัวว่า ภาพโลกแห่งความล่องลอย หมายถึงโลกที่ไม่เที่ยงแท้ เปลี่ยนแปลงเร็ว เป็นความงดงามที่มีอยู่เพียงชั่วขณะเดียว และเป็นโลกของการหาความสำราญ จึงเป็นภาพชีวิตในเมือง วิถีชีวิตของโสเภณี ภาพไปเปลือย และเพื่อการโฆษณาของโรงละครคาบูกิ ภาพนักแสดงที่เป็นที่นิยม (ภาพที่ 2) ต่อมาก็ขยายไปรวมภาพทิวทัศน์ เนื่องจากพิมพ์ได้จำนวนมากทำให้ราคาไม่แพงเกินจะหาซื้อเก็บไว้เป็นของตัวเอง จึงแพร่หลายมากในเอโดะ
- 2 เอบิระและฮิกิฟุตะ คือรูปแบบของการใช้ภาพเพื่อการโฆษณาในสมัยเอโดะโดยเอบิระจะใช้เป็นสื่อเพื่อติดอยู่ในตำแหน่งที่มองเห็นได้อย่างชัดเจน จึงทำหน้าที่เหมือนโปสเตอร์ในปัจจุบัน ส่วนฮิกิฟุตะนั้นแม้จะมีการใช้ภาพในลักษณะเดียวกัน แต่ทำขึ้นเพื่อการแจกจ่าย จึงทำหน้าที่เหมือนใบปลิว
- 3 松浦昇 (1996) 「日本ポスターの研究 (2)―日本の近代ポスター誕生について」 『金沢大学教育学部紀要』 金沢大学教育学部紀要, 人文科学・社会科学編 45, 25-36.
- 4 เนื่องจากศิลปะญี่ปุ่นมีวิธีคิดที่ต่างกับแบบที่ยึดถือกันมาโดยสิ้นเชิงในยุโรป ความแบนของภาพที่ไร้แสงเงา การใช้สีที่สดใสราบเรียบ การวางองค์ประกอบแบบไม่ยึดจุดศูนย์กลางเป็นหลัก ตัวอย่างภาพภูมิตัดสน 36 มุมของภูเขาฟูจิ (Thirty-six Views of Mount Fuji ภาพที่ 4) ของโฮะคุไซ คะทสึชิกะ (Hokusai Katsushika) และภาพชุดหนึ่งร้อยมุมมองของเอโดะ (One Hundred Famous Views of Edo ภาพที่ 5) ของ อุตะงะวะะ ฮิโระชิเงะ (Utagawa Hiroshige) เอดการ์ เดอกา (Edgar Degas) ที่นิยมเขียนภาพชีวิตชาวปารีสในสถานที่พักผ่อน แหล่งบันเทิงต่างๆ โดยเฉพาะโรงเรียนสอนบัลเลต์ ท่าทางของนักบัลเลต์ (ภาพที่ 6) และผู้หญิงอาบน้ำในท่าต่างๆ (ภาพที่ 7) เช่นเดียวกับ โฮะคุไซมังงะ (The Hokusai Manga ภาพที่ 8) มาจนโปสเตอร์โฆษณานักร้อง นักแสดงโชว์ในแต่ละวัน ชีวิตในมูแลงรูจ (Moulin Rouge) (ภาพที่ 9) ของ อ็องรี เดอ ตูลูซ-โลแตรีก (Henri de Toulouse-Lautrec) ก็มีทั้งการจัดองค์ประกอบแบบตัดตก ลักษณะของภาพที่มีความเคลื่อนไหว ชุดสีและการลงชื่อด้วยอักษรย่อ (HTL, Henri de Toulouse-Lautrec) คล้ายตราประทับแบบญี่ปุ่น
- 5 名古屋銀行 (1989) 『日本のポスター史 : Posters/Japan 1800's-1980's』 名古屋銀行. 84-104.

- 6 เล่มเดิม. 106-113.
- 7 田中一光 (1995) 『田中一光：デザインの前後左右』白水社. 27.
- 8 Nihon Kobo เป็นองค์กรที่รวมนักออกแบบในยุคนั้นเข้าด้วยกัน ก่อตั้งขึ้นในปีค.ศ. 1933 และตีพิมพ์นิตยสาร “NIPPON” ฉบับปฐมฤกษ์ในเดือนตุลาคมปีค.ศ. 1934 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่กิจกรรมต่างๆ สู่นายตาชาวโลกมากกว่าภายในประเทศ เนื่องจากการตีพิมพ์ในหลายภาษาอาทิเช่น ภาษาอังกฤษ เยอรมัน ฝรั่งเศสและสเปน
- 9 トッパンアイデア センター (編) (2002) 『1960年代グラフィズム』印刷博物館. 103.
- 10 田中一光 (1995) 『田中一光：デザインの前後左右』白水社. 50.
- 11 三井秀樹 (2008) 『かたちの日本美—和のデザイン学』日本放送出版協会. 169-179.
- 12 田中一光 (1995) 『田中一光：デザインの前後左右』白水社. 50-51.
- 13 JIDA西日本ブロック (1994) 『デザイン・メイド・イン・ニッポン—日本インダストリアルデザインの歩み』クレオ. 16.
- 14 内田繁 (2011) 『戦後日本デザイン史』みすず書房. 321.
- 15 Itoh Teiji. *The Garden of Japan*. Kodansha International Ltd., 1998. 12.
- 16 ชัยยศ อิชฎีวรพันธุ์. *หิมะ พระจันทร์ ดอกไม้ สวนญี่ปุ่น*. กรุงเทพฯ: สารคดีภาพ, 2557.
- 17 九鬼周造 (2008) 『(対訳) 「いき」の構造』講談社. 213.
- 18 無常について、武光誠 (2008) 『「型」と日本人』PHP研究所. 45-46.
- 19 Ryu Kinshou/Hyou Yuuchi (2011) 「日本人の「間」意識—言語行動を中心に」, 『武蔵野学院大学大学院研究紀要』1, 45-54.
- 20 . . . ในสวนญี่ปุ่นจะมี “ตัวไล่กว้าง” (shishi odoshi) ท่อไม้ไผ่ความยาวประมาณ 30-50 เซนติเมตรวางตัวบนแกนไม้ โดยมีจุดกึ่งกลางทำให้สามารถกระดกขึ้นลงได้ น้ำจากท่อที่ถูกชักติงมาจะไหลลงกระบอกไม้ไผ่แล้วค่อยๆ เติบโตเข้าไปปลายด้านหนึ่งจนเกิดน้ำหนักมากพอที่จะทำให้ปลายไม้ไผ่เอนปล่อยน้ำลงไปที่อ่างหิน เมื่อน้ำไหลออกไปหมด น้ำหนักไม้ไผ่กลับมาเหมือนเดิม ปลายของไม้ไผ่จะกระดกกลับไปกระแทกฐานเสียงดัง “ปิก” และกลับมาอยู่ในตำแหน่งรอรับน้ำอีกครั้ง ว่ากันว่าชาวนาเป็นคนคิดค้นกลไกนี้ขึ้นเพื่อไล่กว้างและหญ้าที่ค่อยมากินพืชผลในสมัยก่อน อันเป็นที่มาของชื่อ มีผู้บอกว่าสวนญี่ปุ่นนั้นเงียบจนกระทั่งบางครั้งคราวมีเสียงแมลงหรือเสียงนกแทรกขึ้นมา เสียงนั้นกลับยิ่งขับเน้นความเงียบให้สดยิ่งขึ้น เสียงของตัวไล่กว้างก็เช่นกัน จังหวะของเสียงกลับยิ่งขับเน้นว่าความเงียบเป็นหัวใจของพื้นที่แสนสงบนี้ . . . ชัยยศ อิชฎีวรพันธุ์. *หิมะ พระจันทร์ ดอกไม้ สวนญี่ปุ่น*. กรุงเทพฯ: สารคดีภาพ, 2557. 47.
- 21 野村勘治 (2008) 『小堀遠州—気品と静寂が貫く綺麗さびの庭 (シリーズ京の庭の巨匠たち)』京

- 都通信社. 7.
- 22 藤原成一 (2004) 「奥：日本空間の基本原理解」, 『日本大学芸術学部紀要』40, 67-81.
- 23 暗示について、伊藤ていじ (1999) 『日本デザイン論』鹿島出版会. 74.
- 24 英文日本大事典 (編) (1999) 『英語で話す「日本の心」 Keys to the Japanese Heart and Soul』講談社インターナショナル. 68-73.
- 25 影山幸一 (2011) 「久隅守景《夕顔棚納涼図屏風》軽みの奥深さー『松嶋雅人』」, (http://art.scape.jp/study/art-achive/1229401_1984.html), 2012年01月22日アクセス
- 26 山下裕二監修 安村敏信 山本英男 山下善也筆 (2004) 『狩野派決定版』平凡社 〈別冊太陽 日本
のこころ131〉. 68-73.
- 27 コロナ・ブックス (編) (2001) 『日本を知る105章』平凡社. 64.
- 28 ブルーノ・タウト (著), 篠田 英雄 (翻訳) (1962) 「日本美の再発見」岩波書店; 増補改訳版. 152.
- 29 辻田忠弘、長谷川美和 (2010) 「長谷川等伯の美的感性(美意識)の謎についての一考察」, 『情報処
理学会研究報告. 人文科学とコンピュータ研究会報告』2010-CH-85(6), 1-6.
- 30 古賀令子 (2009) 『「かわいい」の帝国』青土社. 12.

บรรณานุกรม

- ชัยยศ อิมวัชรพันธุ์. ทิมะ พระจันทร์ ดอกไม้ : สนวนญี่ปุ่น. กรุงเทพมหานคร: สารคดีภาพ. 2557.
- Jirayu Pongvarut. A Study on Traditional Beauty Conceptions in Japanese Contemporary Graphic Design (Doctoral Dissertation). Joshibi University of Art and Design, Japan. 2013. ชารยู ปองवलุต (2013) 『日本の現代グラフィックデザインにおける伝統的な表現特性に関する研究』女子美術大学. 博士論文.
- Richard S. Thornton. Japanese Graphic Design. Laurence King Publishing. 1991. 240.
- TIRALA Martin (2011) 『西洋は日本の美意識をどういう風に見ていたのか』『大学院教育改革支援プログラム「日本文化研究の国際的情報伝達スキルの育成」活動報告書 平成21年度 学内教育事業編』180-182.
- トッパンアイデア センター(編) (2002) 『1960年代グラフィズム』印刷博物館. 347.
- 印刷博物館編(2008) 『1950年代日本のグラフィックデザイン——デザイナー誕生』国書刊行会. 307.
- 英文日本大事典(編) (1999) 『英語で話す「日本の心」 Keys to the Japanese Heart and Soul』講談社インターナショナル. 317.
- 九鬼周造 (2008) 『対訳「いき」の構造』講談社. 213.
- 佐藤晃一 (1995) 『現代のグラフィックスに見る日本人の美意識』, 『アイデア』誠文堂新光社. 248.
- 三井秀樹 (2008) 『かたちの日本美—和のデザイン学』日本放送出版協会. 213.
- 松浦昇 (1996) 『日本ポスターの研究 (2) 日本の近代ポスター誕生について』『金沢大学教育学部紀要. 人文科学・社会科学編』45, 25-36.
- 斉藤好和 (2009) 『グラフィックデザインのはじまりとしての浮世絵版画の研究』『駒沢女子大学研究紀要』16, 59-66.
- 田中一光 (1995) 『田中一光：デザインの前後左右』白水社. 221.
- 東京アートディレクターズクラブ (1967) 『日本の広告美術〈第1〉ポスター—明治・大正・昭和』美術出版社. 270.
- 内田繁 (2011) 『戦後日本デザイン史』みすず書房. 416.
- 馬淵明子 (2004) 『ジャポニスム—幻想の日本』285.
- 武光誠 (2008) 『「型」と日本人』PHP研究所. 198.
- 名古屋銀行 (1989) 『日本のポスター史 : Posters/Japan 1800's-1980's』名古屋銀行. 317.



ภาพที่ 1

Suzuki Harunobu すずき はるのぶ 「鈴木春信」

Lovers Beneath an Umbrella in the Snow 雪の中合傘 「雪中相合傘」

Color Woodblock Print

27.2 x 20.2 cm

ca. 1767



ภาพที่ 2

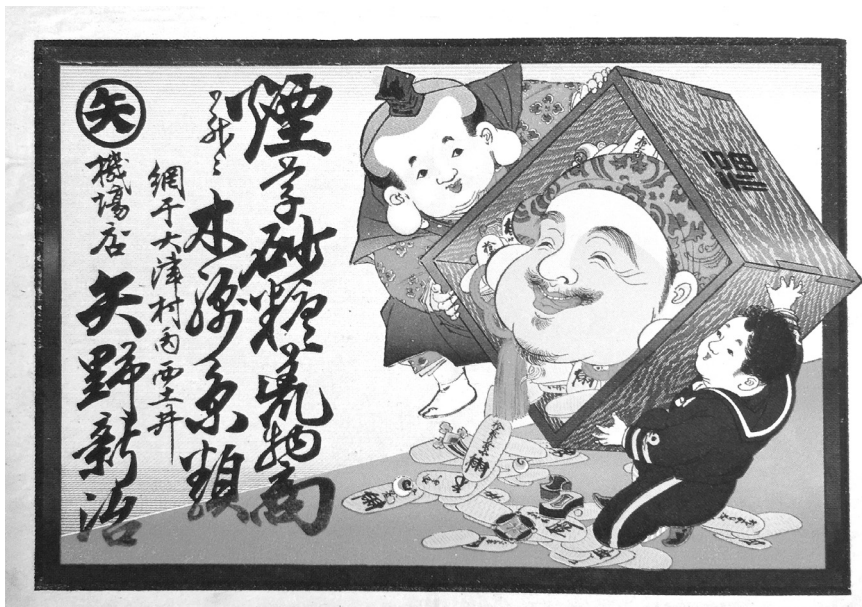
Kitagawa Utamaro きたがわ うたまる
「喜多川歌麿」

Toji San Bijin (Three Beauties of the Present Day) かんせいさんびじん どうじさんびじん
「寛政三美人 (当時三美人)」

Color Woodblock Print

26.2 x 38.7 cm

1793



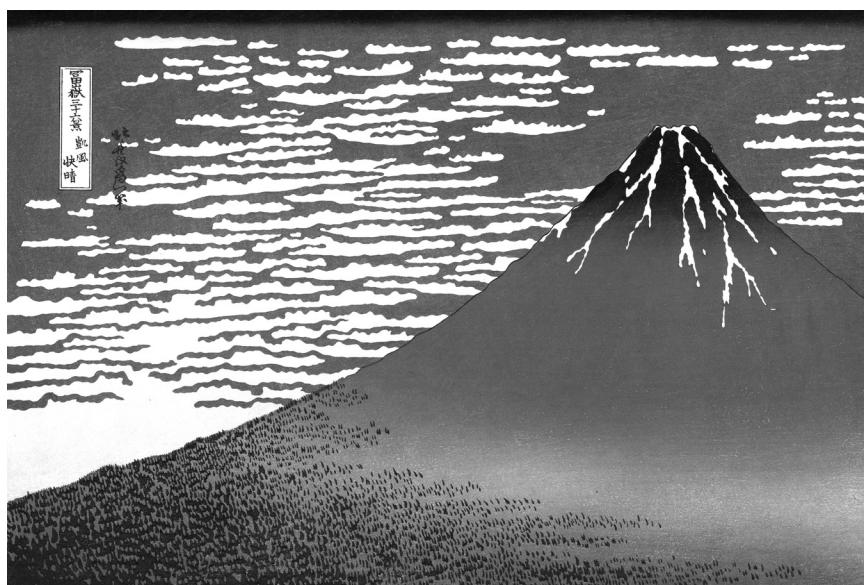
ภาพที่ 3

Anonymous

General Store 「^{かか}杓^{ふくすけ}を抱える^{こども}福助と子供」

26.0 x 37.5 cm

Meiji Period



ภาพที่ 4

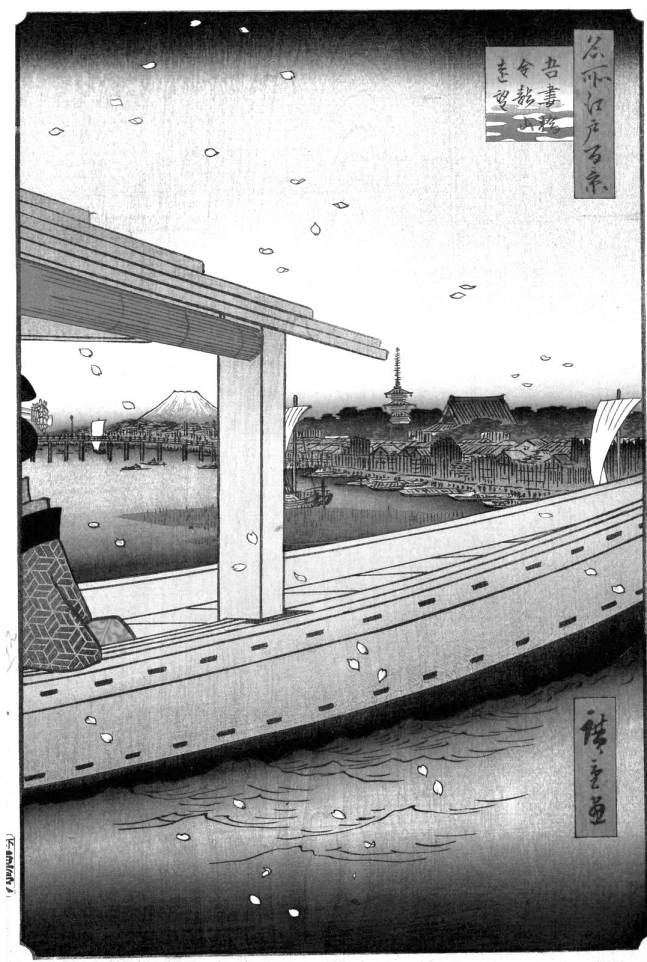
Hokusai Katsushika かつしか ぼくさい 「葛飾北斎」

South Wind, Clear Sky がいふうかいせい 「凱風快晴」 from Thirty-six Views of Mount Fuji ふがくさんじゅうろっけい 「富嶽三十六景」

Color Woodblock Print

24.4 x 35.6 cm

ca. 1830-32



ภาพที่ 5

Utagawa Hiroshige ^{うたがわ ひろしげ} 「歌川広重」

Distant View of Kinryuzan Temple and Azuma Bridge ^{あづまばしきんりゅうざんえんぼう} 「吾妻橋金龍山遠望」

No. 39 from One Hundred Famous Views of Edo ^{めいしよえだひゃっけい} 「名所江戸百景」

Color Woodblock Print

36.2 x 23.7 cm

1857



ภาพที่ 6

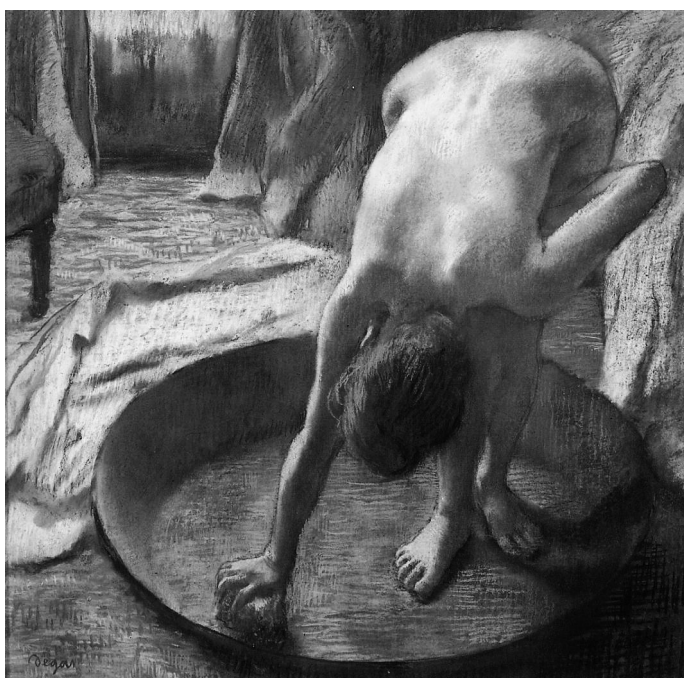
Edgar Degas

Dancers Practicing at the Barre

Mixed Media on canvas

75.6 x 81.3 cm

1877



ภาพที่ 7

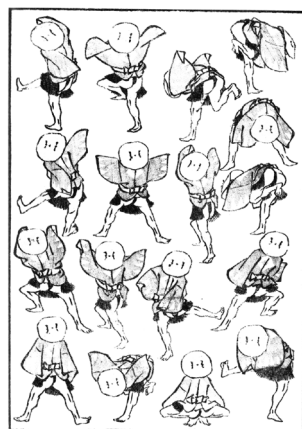
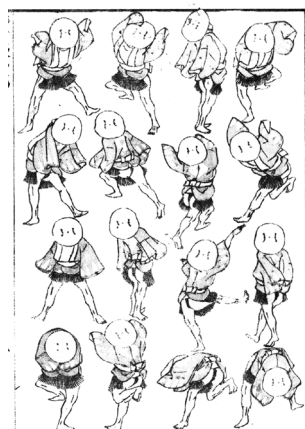
Edgar Degas

The Tub

Pastel

70 x 70 cm

1886



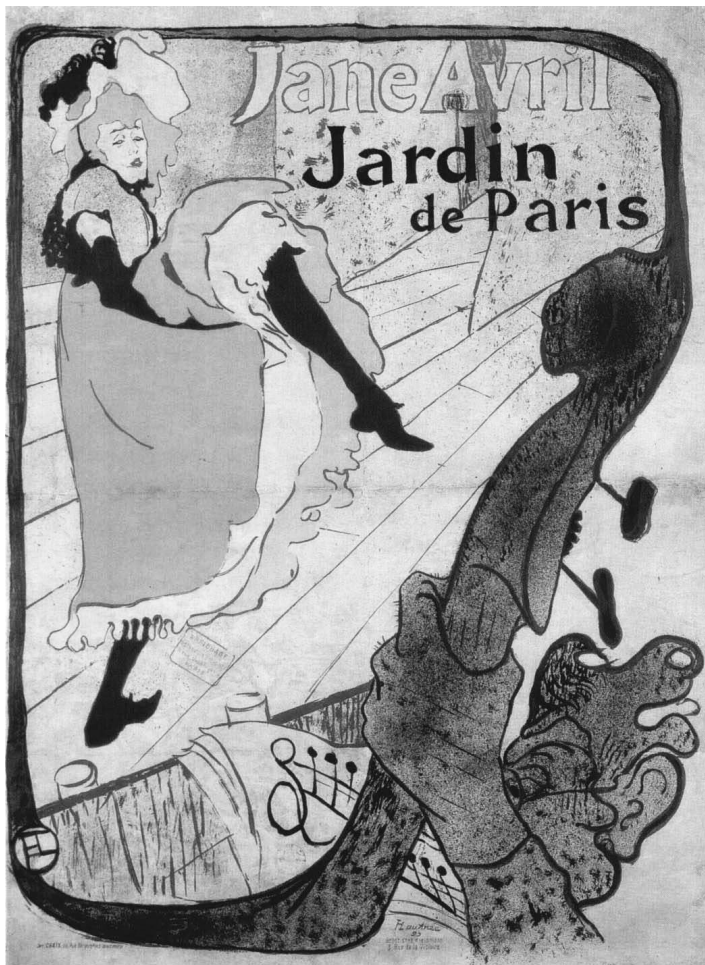
ภาพที่ 8

Hokusai Katsushika ^{かつしか ほくさい} 「葛飾北斎」

Hokusai Manga ^{ほくさいまんが} 「北斎漫画」

Woodblock Print

Early 19th century



ภาพที่ 9

Henri de Toulouse-Lautrec
 Jane Avril au Jardin de Paris
 Lithograph
 130.5 x 94.5 cm
 1893



ภาพที่ 10

Hashiguchi Goyō 「橋口五葉」

Mitsukoshi Kimono Store 「三越呉服店此美人」

Lithograph

101.7 x 71.6 cm

1911



ภาพที่ 11

Tada Hokū 「^{ただ ほう}多田北鳥」

Kirin Beer 「^{キリンビール}麒麟ビール」

Lithograph

89.0 x 59.0 cm

ca.1917-1918

100 ความงามแบบประเพณีญี่ปุ่นในมาบออกแบบกราฟิกโปสเตอร์สมัยใหม่และร่วมสมัย โดย จิราญ พงษ์สวัสดิ์



ภาพที่ 12

Sugiura Hisui 「杉浦非水」

Mitsukoshi Kimono Store 「三越呉服店」

Lithograph

107.4 x 76.5 cm

1914



ภาพที่ 13

Sugiura Hisui ^{すぎうら ひすい}「杉浦非水」

Tokyo Subway ^{みちてつしたじ いちゆいようとう}「道鐵下地の一唯洋東」

Lithograph

106.0 x 77.0 cm

1927



ภาพที่ 14

Kawashima Riichiro 「かわしま りいちろう」
「川島理一郎」

Shiseido Foundation 「しせいどうねりおしるい」
「資生堂練白粉」

17.4 x 24.8 cm

ca. 1926-1928



Takeo Yamamoto 「やまもと たけお」
「山本武夫」

Shiseido Face Creams 「しせいどう」
「資生堂コーレドクリーム・パニシングクリーム」

66.5 x 52.0 cm

1938



ภาพที่ 15

Yamana Ayao やまな あやお 「山名文夫」

Shiseido しせいどう 「資生堂」

1955



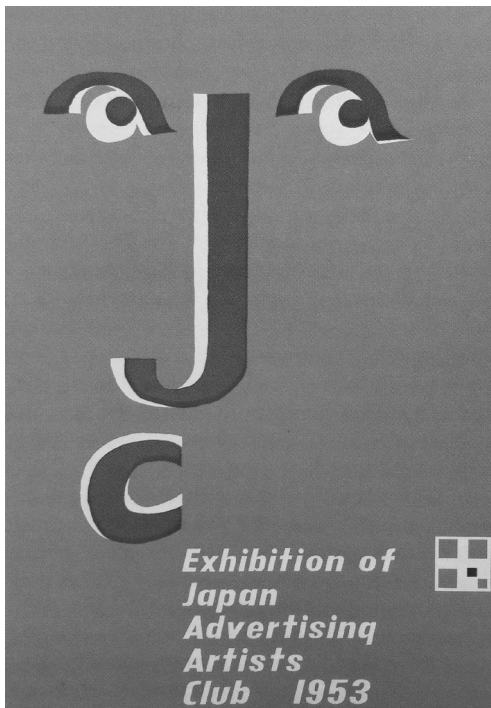
ภาพที่ 16

Yamana Ayao 「山名文夫」

War Effort Propaganda 「壁新聞」

108.8 x 76.4 cm

1942



ภาพที่ 17

Itō Kenji いとう けんじ 「伊藤賢治」

Poster for the first exhibition held by the Japan Advertising Artists Club

122.0 x 70.8 cm

1953



ภาพที่ 18

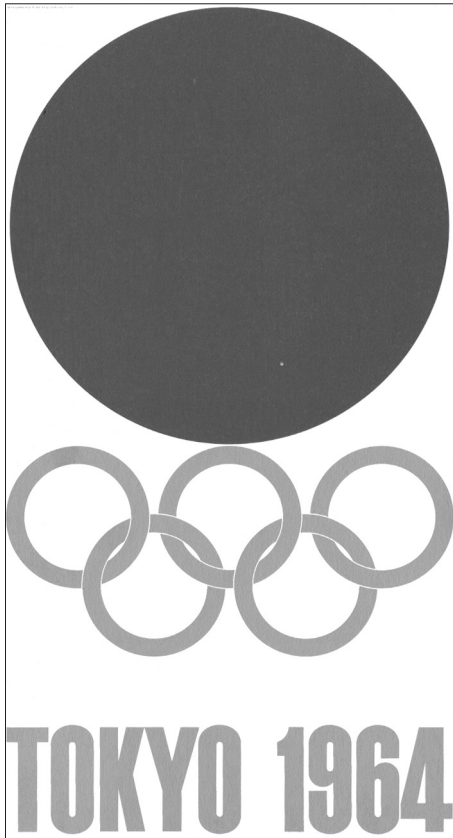
Yamashiro Ryuichi やましりゅういち 「山城隆一」

Tree もり はやし 「森・林」

poster designed for the Graphic'55 exhibition

109.7 x 79.2 cm

1955



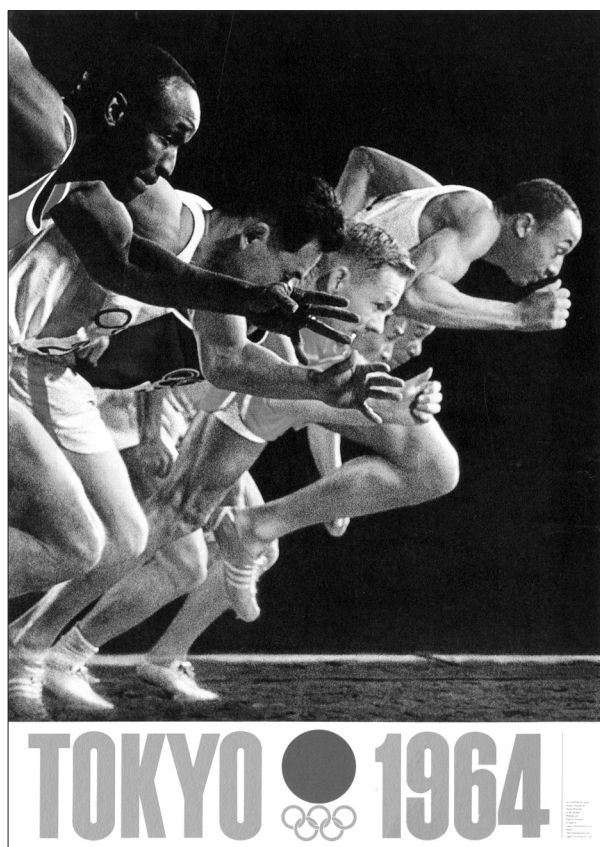
ภาพที่ 19

Kamekura Yusaku かめくら ゆさく
「亀倉雄策」

Tokyo Olympic 1964

103.0 x 54.8 cm

1961

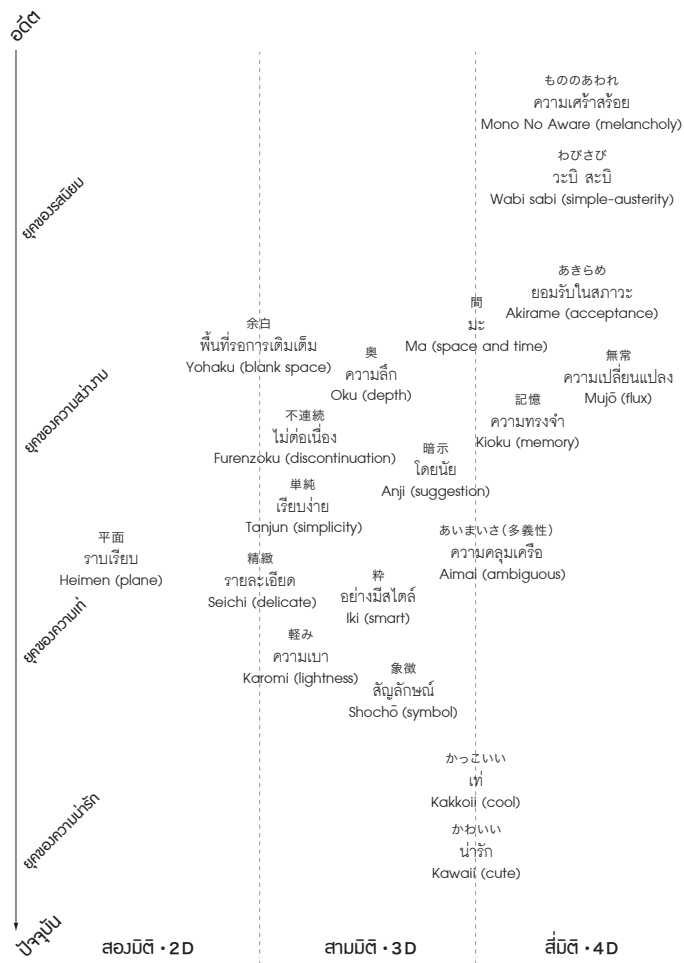


Kamekura Yusaku かめくら ゆうさく
「亀倉雄策」

Tokyo Olympic 1964

103 x 72.8 cm

1962



ภาพที่ 20

ตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างสุนทรียภาพแบบศิลปะในงานสองมิติ สามมิติ และสี่มิติ ตามยุคต่างๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน



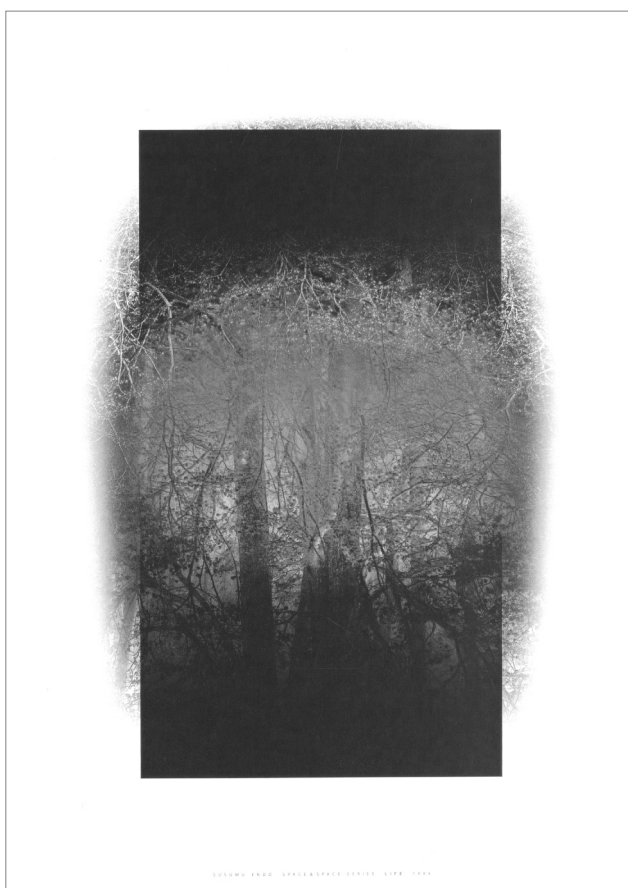
ภาพที่ 21 (*Mono no Aware*)

Sawarabi (Bracken Shoots) 「^{さわらび}早蕨」

from Genji Monogatari Emaki 「^{げんじものがたりえまき}源氏物語絵巻」

Height about 21.5 cm

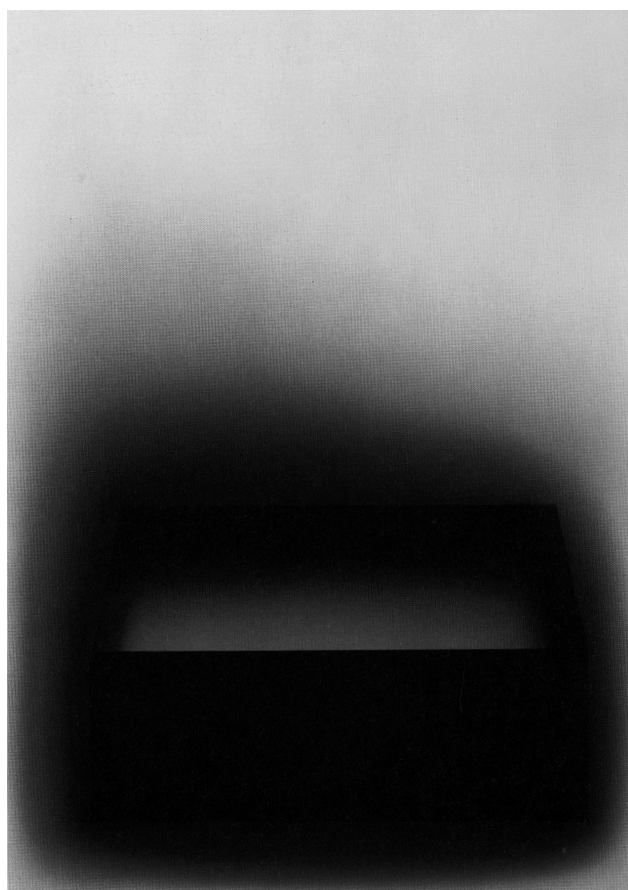
ca. 1200



ภาพที่ 22-23 (*Mono no Aware*)

Endo Susumu えんどう すずむ 「遠藤享」, 1995

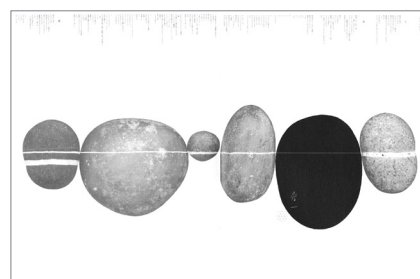
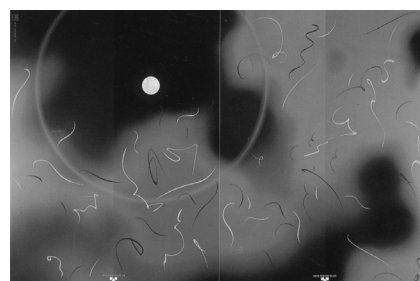
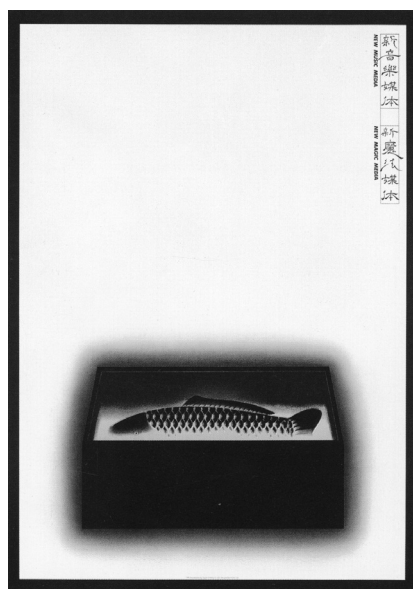
Satō Kōichi さとう こういち 「佐藤晃一」, Individual Exhibition Works, 1986





ภาพที่ 24 (Wabi sabi)

Myōki-an Temple ^{みょうきあん}「妙喜庵」、Tai-an Teahouse ^{たいあん}「待庵」



ภาพที่ 25-27 (Wabi sabi)

Satō Kōichi 「佐藤晃一」, New Music Media, New Magic Media, 1974

Satō Kōichi 「佐藤晃一」, 印刷会社のポスター, 1985

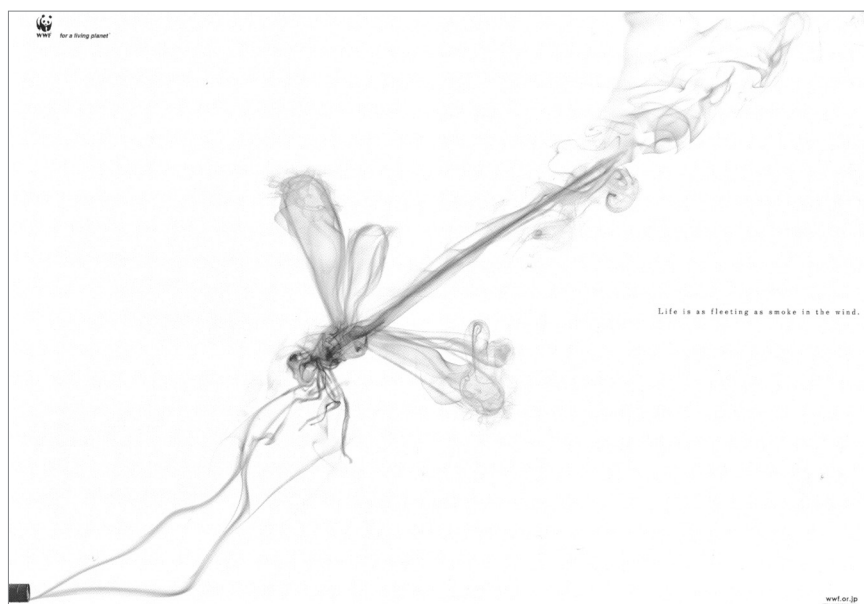
Satō Kōichi 「佐藤晃一」, 俳グラ, 2008

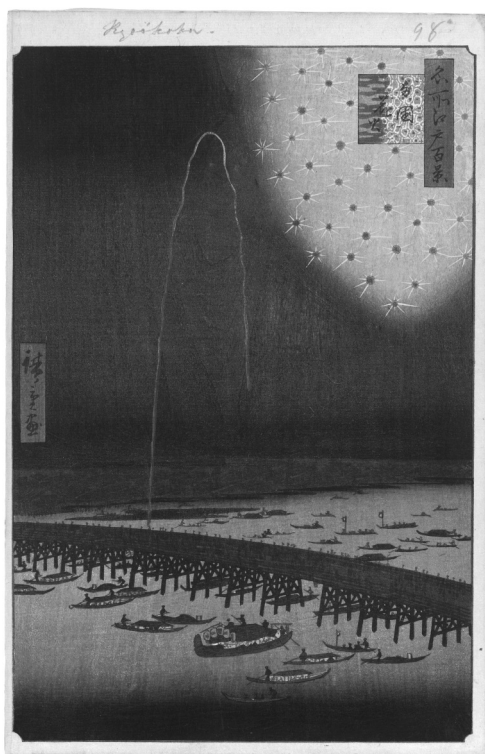


ภาพที่ 28-29 (Akirame)

Kamekura Yusaku ^{かめくら ゆさく} 「亀倉雄策」, Hiroshima Appeals, 1983

Toyoshima Mikio ^{とよしま みきお} 「豊島幹夫」, Life is as fleeting as smoke in the wind, 2009





ภาพที่ 30 (Mujō)

Utagawa Hiroshige ^{うたがわ ひろしげ}
「歌川広重」
Fireworks at Ryogoku ^{りょうごく はなび}
「両国花火」

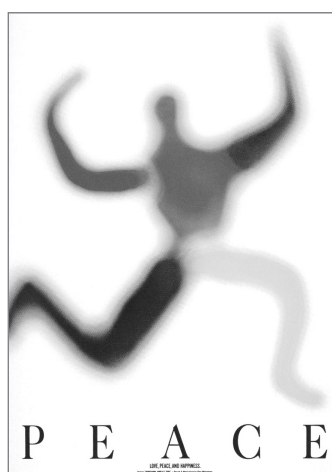
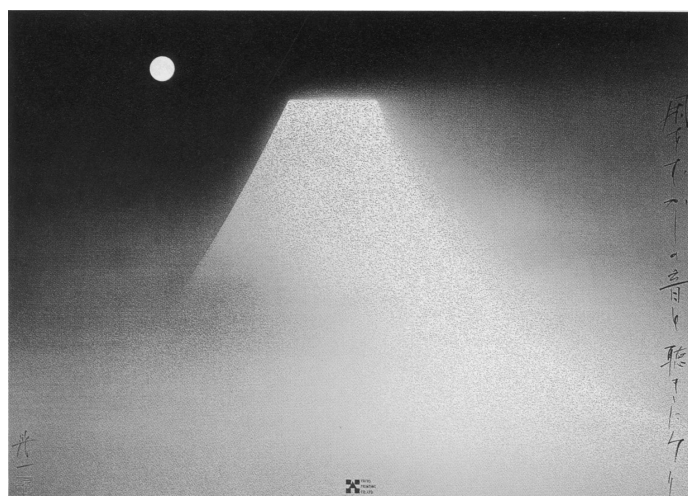
No. 98 from One Hundred Famous Views of Edo ^{めいしよえどひゃっけい}
「名所江戸百景」

Colour Woodblock Print

36.2 x 23.5 cm

1858

118 ความงามแบบประเพณีญี่ปุ่นในมานนอกแบบกราฟิกโปสเตอร์สมัยใหม่และร่วมสมัย โดย จิรายุ พมสวัสดิ์

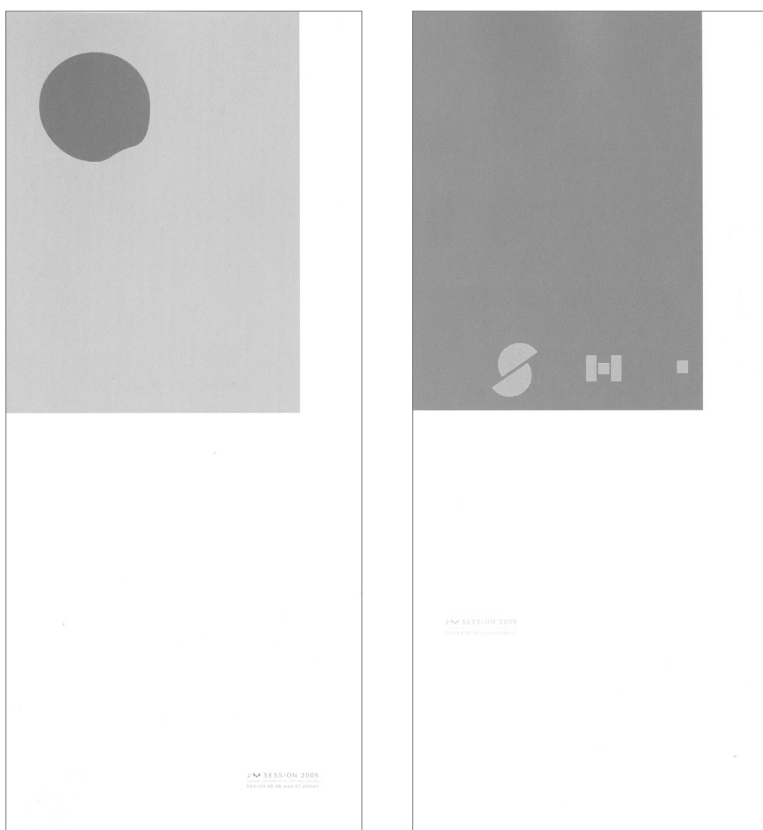


ภาพที่ 31-33 (Mujō)

Satō Kōichi 佐藤 晃一, Mt.Fuji in Winter, 1988

Matsunaga Shin 松永 真, Peace, 1986

Kaya Masamitsu 彼谷 雅光, Toka, 2001



ภาพที่ 34-38 (Ma)

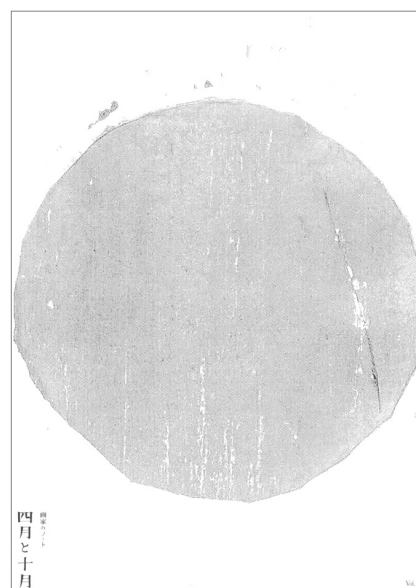
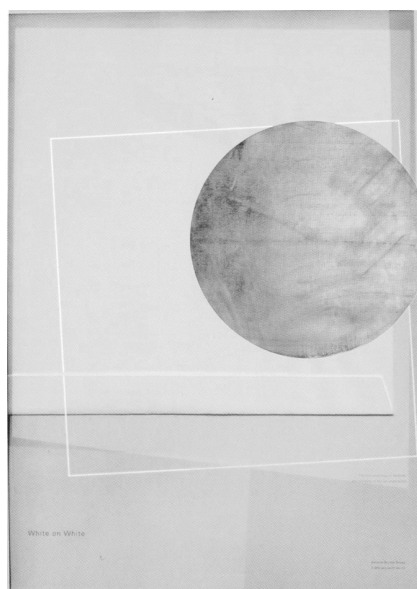
Hayashi Noriaki ^{はやしのりあき}「林規章」, Joshibi Art Museum, 2006

Yamamoto Hiroki ^{やまもと}「山本ヒロキ」, Aoyama Book Center, 2009

Naitō Noboru ^{ないとうのぼる}「内藤昇」, Shigatsu To Jugatsu Henshu-shitsu, 2009

Soeda Takayuki ^{そえだたかゆき}「副田高行」, 2007

Naitō Noboru ^{ないとうのぼる}「内藤昇」, Shigatsu to Jugatsu Henshu-bu, 2006





ภาพที่ 39 (Yohaku)

Hasegawa Tōhaku はせがわ とうはく 「長谷川等伯」

Pine Trees しょうりんずびょうぶ 「松林図屏風」

Pair of six-folded screens; ink on paper

156.8 × 356.0 cm (left)

ca. 1600



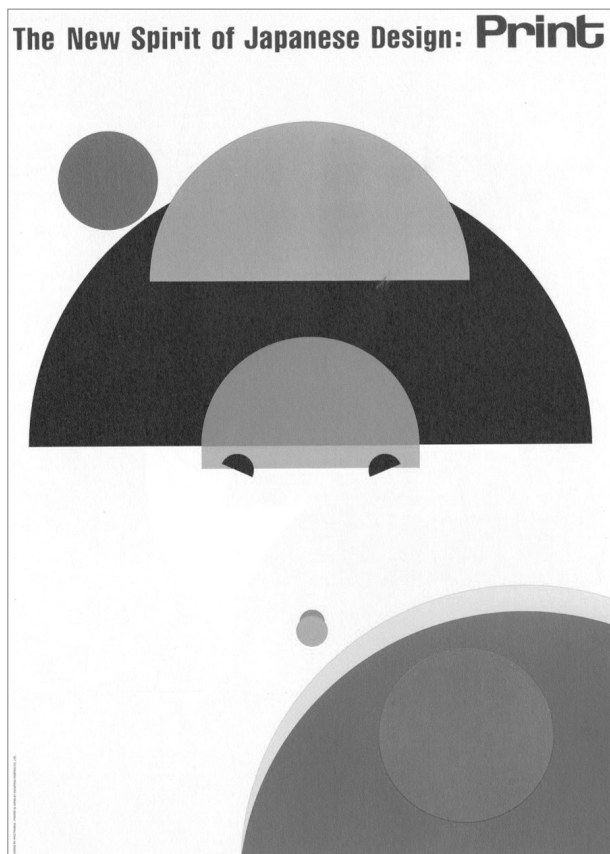
Hasegawa Tōhaku はせがわ とらほく 「長谷川等伯」

Pine Trees しょうりんづびょうぶ 「松林図屏風」

Pair of six-folded screens; ink on paper

156.8 × 356.0 cm (right)

ca. 1600



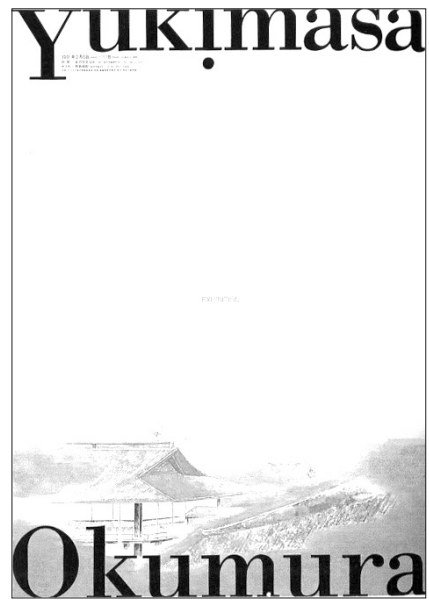
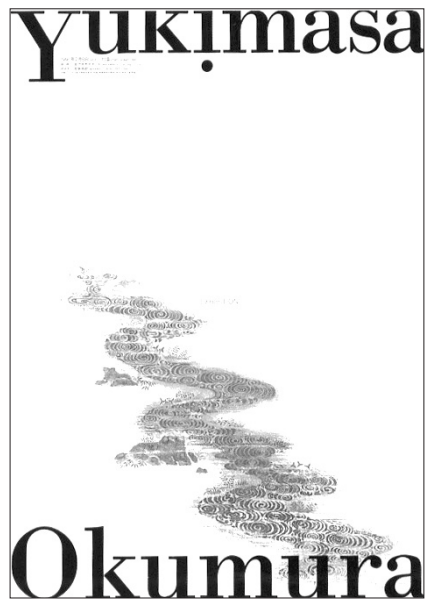
ภาพที่ 40-43 (Yohaku)

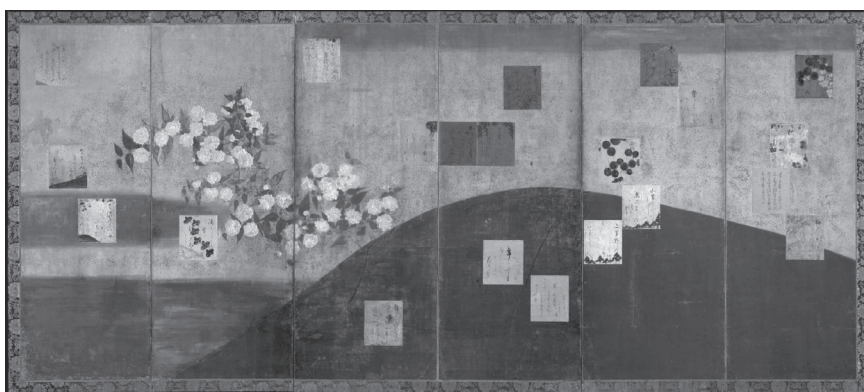
Tanaka Ikko ^{たなか いっこう} 「田中一光」, The New Spirit of Japanese Design, 1984

Okumura Yukimasa ^{おくむら ゆきまさ} 「奥村毅正」, Yukimasa Okumura, 1991

Saitō Makoto 「サイトウ マコト」, Disco Poster, 1986

Murata Mitsuhiro ^{むら たみつひろ} 「村田充弘」, 2009





ภาพที่ 44 (Kioku)

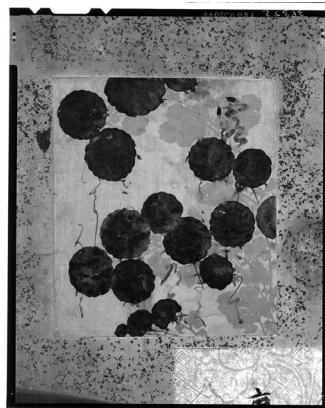
Tawaraya Sotatsu たわらや そうたつ 「俵屋宗達」

Cherry Trees and Kerria Plants しきしはりつけさくらやまぶきびようぶ 「色紙貼付桜山吹図屏風」

Pair of six-folded screens; ink on paper

155.7 × 363.6 cm (each)

ca. 1700

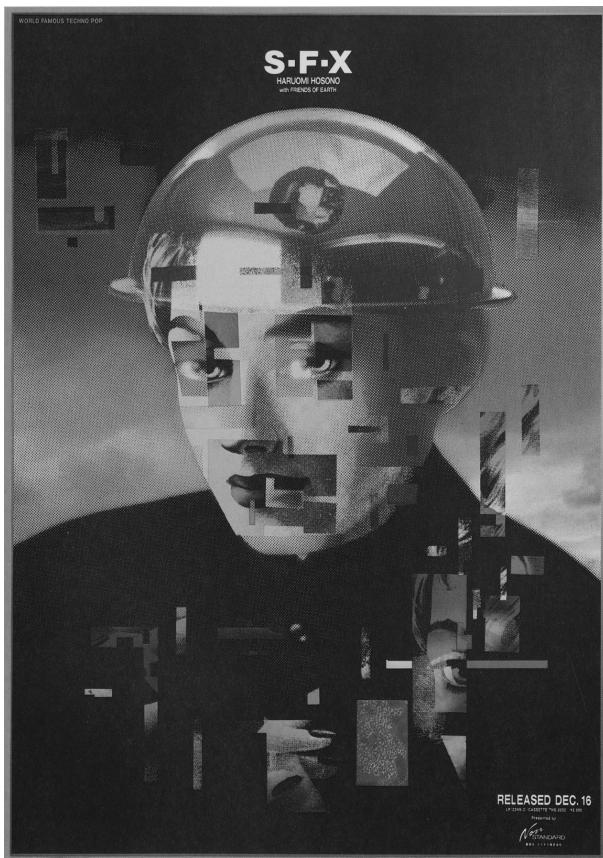


ที่มา

Tokyo National Museum

<http://webarchives.tnm.jp/imgsearch/show/C0036818>

สืบค้นเมื่อ 13 มิถุนายน 2558



ภาพที่ 45-49 (Kioku)

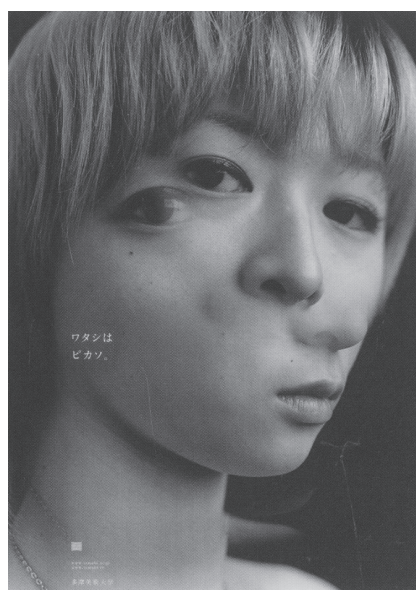
Okumura Yukimasa ^{おくむら ゆきまさ} 「奥村毅正」, Haruomi Hosono S · F · X, 1984

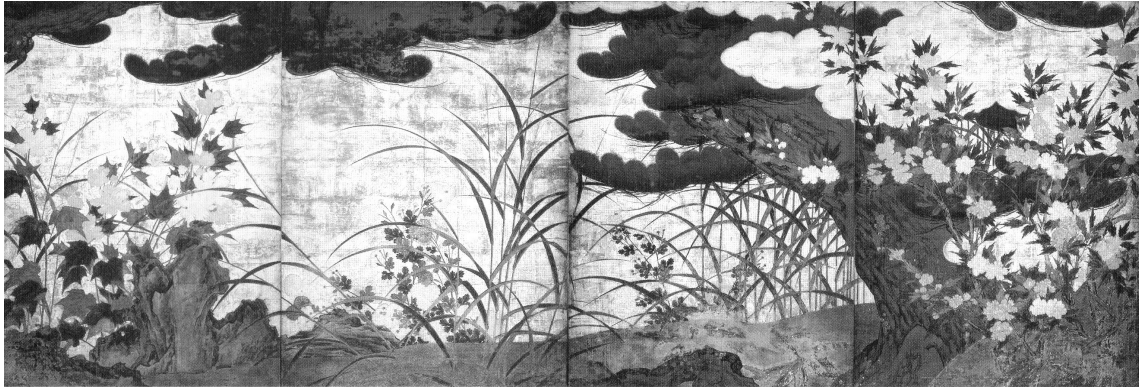
Takai Kaoru ^{たかい かおる} 「高井薫」, 2003

Sano Kenjiro ^{さの けんじろう} 「佐野研二郎」, 2009

Nakashima Shobun ^{なかしま しょうぶん} 「中島祥文」, Tama Art University, 2010

Satō Kōichi ^{さとう こういち} 「佐藤晃一」, Tama Art University Doctoral Program Graduation Exhibition, 2009





ภาพที่ 50 (Oku)

Hasegawa Tōhaku ^{はせがわ とうはく} 「長谷川等伯」

^{まつにあきくさず}
松に秋草図

226.2 x 165.7 cm

ca. 1592

ภาพที่ 51-53 (Oku)

Nagai Kazumasa ^{ながい かずまさ} 「永井一正」, JIDA 30th Anniversary Program, 1982

Shigeo Okamoto ^{おかもと しげお} 「岡本滋夫」, Shigeo Okamoto Exhibition, 1977

Tanaka Ikko ^{たなか いっこう} 「田中一光」, Mountain, 1992

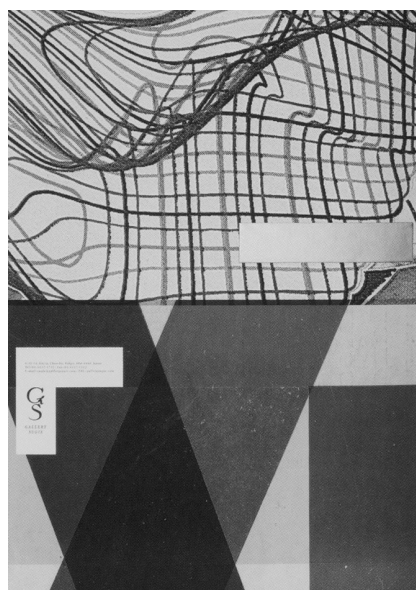
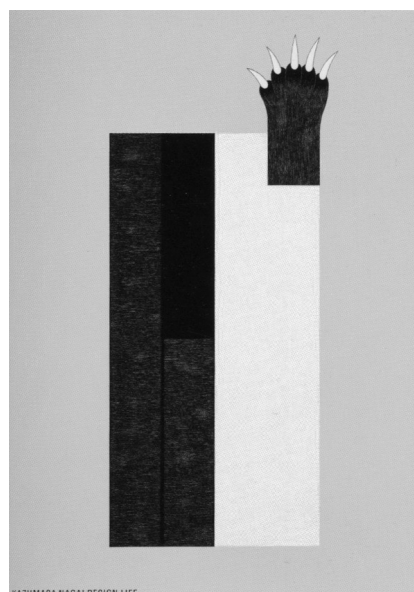


ภาพที่ 54 (Furenzoku)

Anthology of Poems by the Thirty-six Immortal Poets, Honganji Edition, Collections of Priest Shigeyuki (detail) ほんがんじ ぼんさんじゅうろくにんかしゅう 「本願寺本三十六人家集 (重之集)」 しげゆきしゅう
Heian period, 12th century

ภาพที่ 55-57 (Furenzoku)

Yokoo Tadanori よこお ただのり 「横尾忠則」, Koshimaki Osen, 1966
Nagai Kazumasa ながい かずまさ 「永井一正」, Kazumasa Nagai Design Life, 1993
Sawada Yasuhiro さわだ やすひろ 「澤田泰廣」, 2009





ภาพที่ 58-62 (Anji)

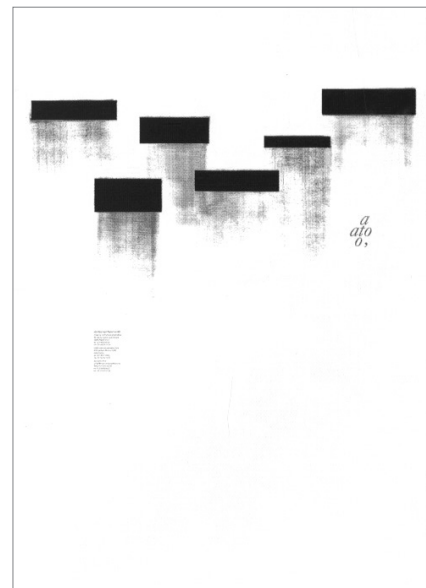
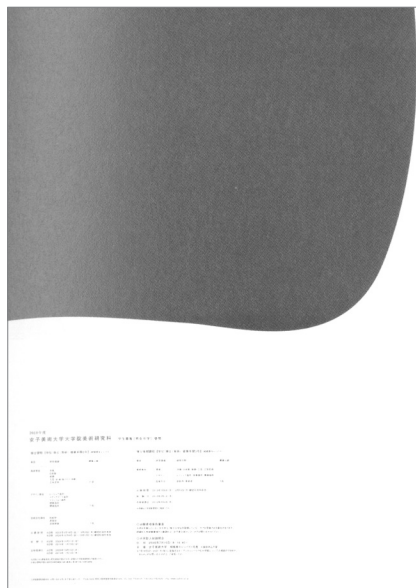
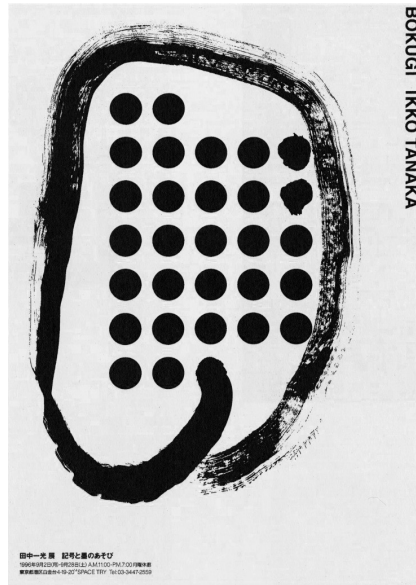
Kasai Kaoru ^{かさいかおる}「葛西薫」, I love you, 1983

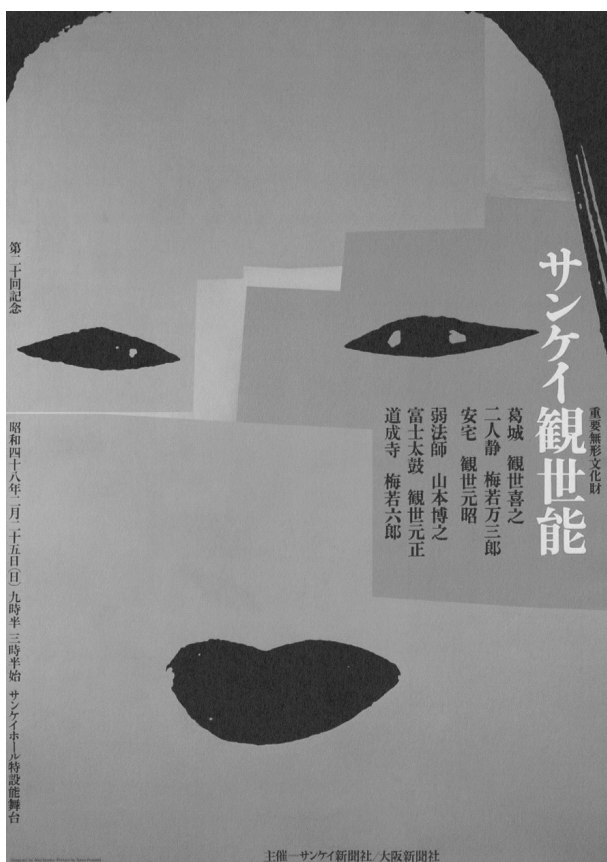
Tanaka Ikko ^{たなか いっこう}「田中一光」, Bokugi, 1996

Satō Kōichi ^{さとう こういち}「佐藤晃一」, 俳格拉, 2008

Hayashi Noriaki ^{はやしのりあき}「林規章」, Joshibi University of Art and Design, 2010

Kusagaya Takafumi ^{くさがや たかふみ}「草谷隆文」, 2002





ภาพที่ 63-67 (Iki)

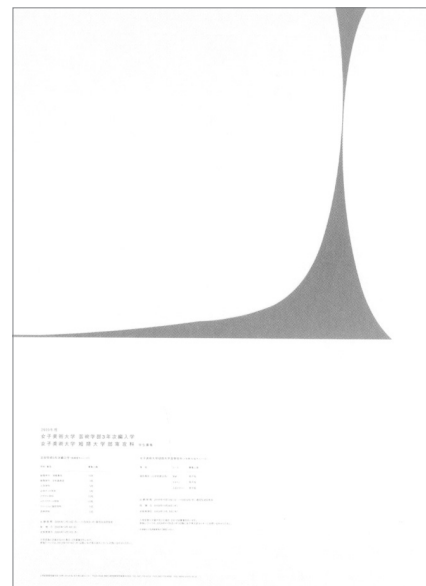
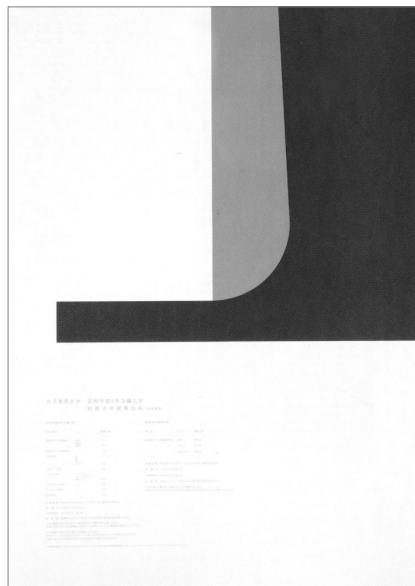
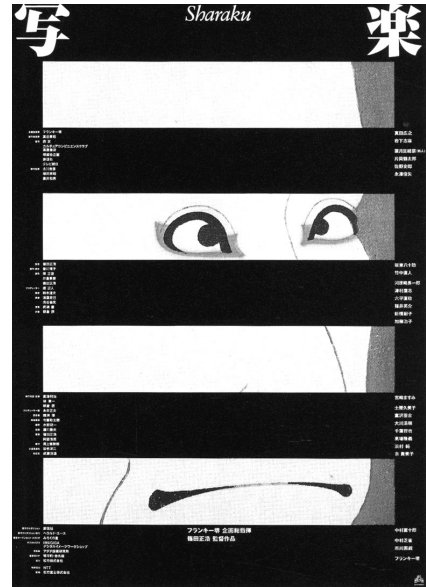
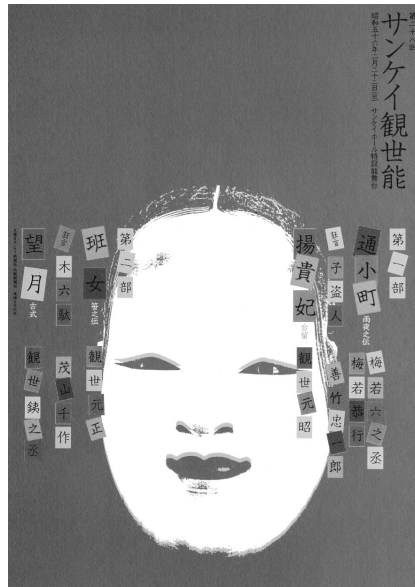
Tanaka Ikko 「田中一光」, Sankei Kanze Noh XX, 1958

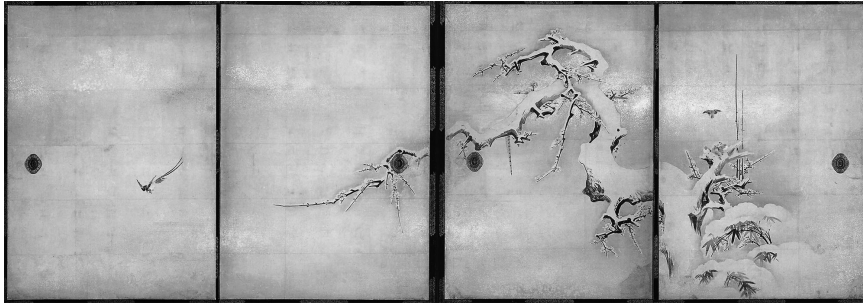
Tanaka Ikko 「田中一光」, Sankei Kanze Noh XXVIII, 1958

Asaba Katsumi 「浅葉克己」, Movie (Sharaku), 1994

Hayashi Noriaki 「林規章」, Joshibi University of Art and Design, 2009

Hayashi Noriaki 「林規章」, Joshibi University of Art and Design, 2010





ภาพที่ 68 (Karomi)

Kanō Tanyū ^{かのう たんゆう} 「狩野探幽」

Bamboo and plum tree in the snow ^{しきかちょうずびょうふ} 「四季花鳥図屏風」 ^{せっちゅうばいぢくちょうず} (雪中梅竹鳥図)」

Set of 4 fusuma, Ink and color on paper

191.3×135.7 cm

1634

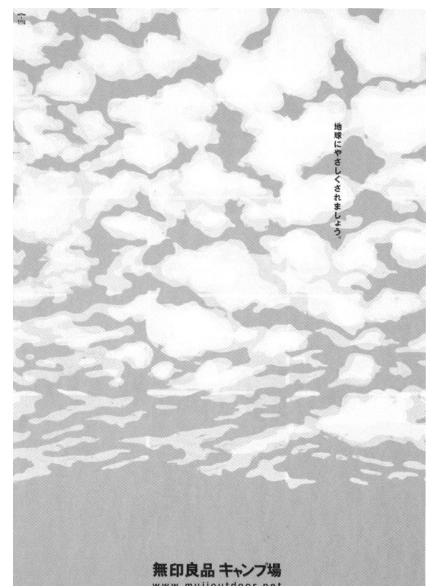
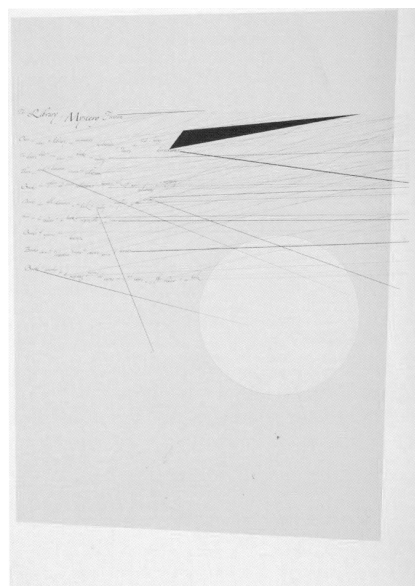
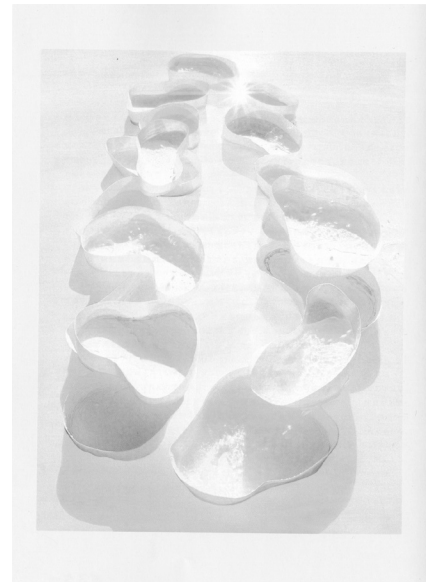
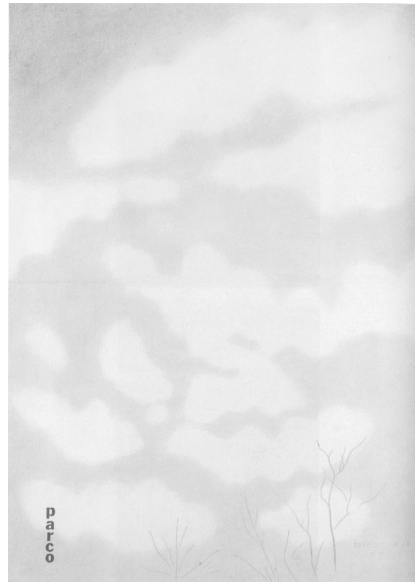
ภาพที่ 69-72 (Karomi)

Inoue Tsuguya ^{いのうえ つぐや} 「井上嗣也」, 1992

Nagai Yuji ^{ながい ゆうじ} 「永井雄二」, 2006

Nakajima Hideki ^{なかじま ひでき} 「中島英樹」, 2009

Shinmura Norito ^{しんむら のりと} 「新村則人」, 2009





ภาพที่ 73 (Tanjun)

Ogata Kōrin おがた こうりん 「尾形光琳」

Iris laevigata かきつばた 「燕子花図」

Pair of six-folded screens; ink on paper

150.9 × 338.8 cm

ca.1701-04



ภาพที่ 74 (Tanjun)

Ogata Kōrin おがたこうりん 「尾形光琳」

Writing Box with Eight Bridges やつはしまきえらでんすずりばこ 「八橋時絵螺鈿硯箱」

Lacquered Wood

27.3 x 19.7 x 14.2 cm

Edo period / 18th century



ภาพที่ 75 (Tanjun)

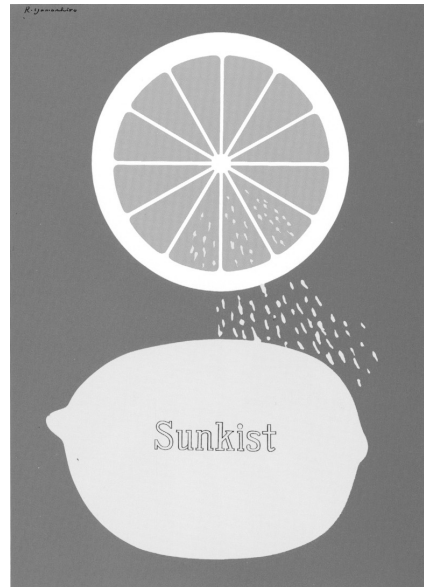
Shokin-tei tea pavillion しょうぎんてい 「松琴亭」, The Katsura Imperial Villa かつらりまきゅう 「桂離宮」

ภาพที่ 76-78 (Tanjun)

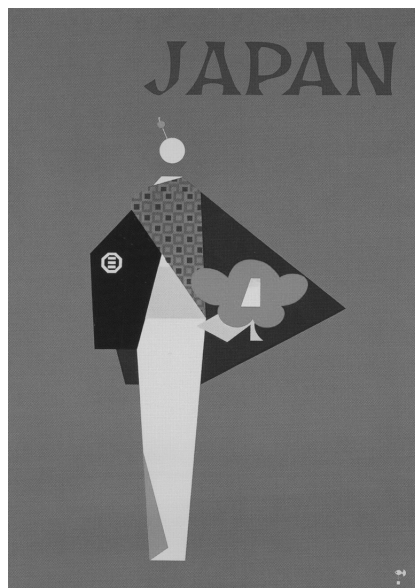
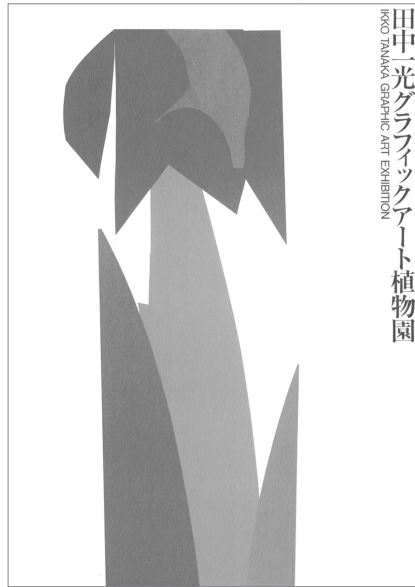
Tanaka Ikko たなか いっこう 「田中一光」, Graphic Art-Botanical Garden, 1990

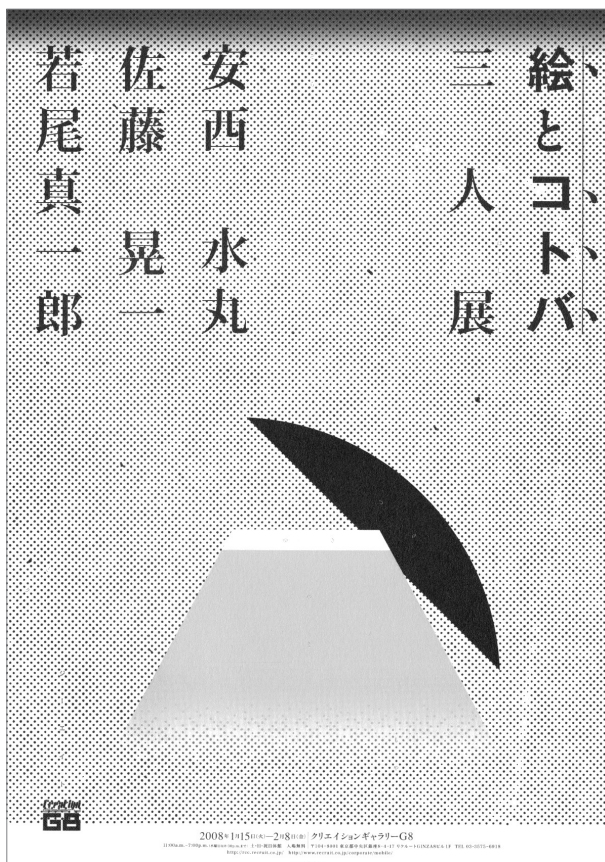
Yamashiro Ryuichi やましろうりゅういち 「山城隆一」, Sunkist, 1955

Takashi Kono こうの たかし 「河野鷹思」, Poster for Exhibition (Japan), 1955



田中一光グラフィックアート植物園
IKKO TANAKA GRAPHIC ART EXHIBITION





ภาพที่ 79-83 (Shochō)

Satō Kōichi 「^{さとう こういち}佐藤晃一」, 絵とコト、パ、三人展, 2008

Kamekura Yusaku 「^{かめくら ゆうさく}亀倉雄策」, EXPO'70, 1967

Okumura Yukimasa 「^{おくむら ゆきまさ}奥村毅正」, ADC2005

Satō Taku 「^{さとう たく}佐藤卓」, Pleats Please, 2009

Matsunaga Shin 「^{まつなが しん}松永真」, Poster Exhibition of Shin Matsunaga, 2010



ภาพที่ 84 (Seichi)

Hasekawa Tōhaku はせがわ とうはく 「長谷川等伯」

Maple かえで 「楓図」

172.5 x 139.5 cm (each)

1592



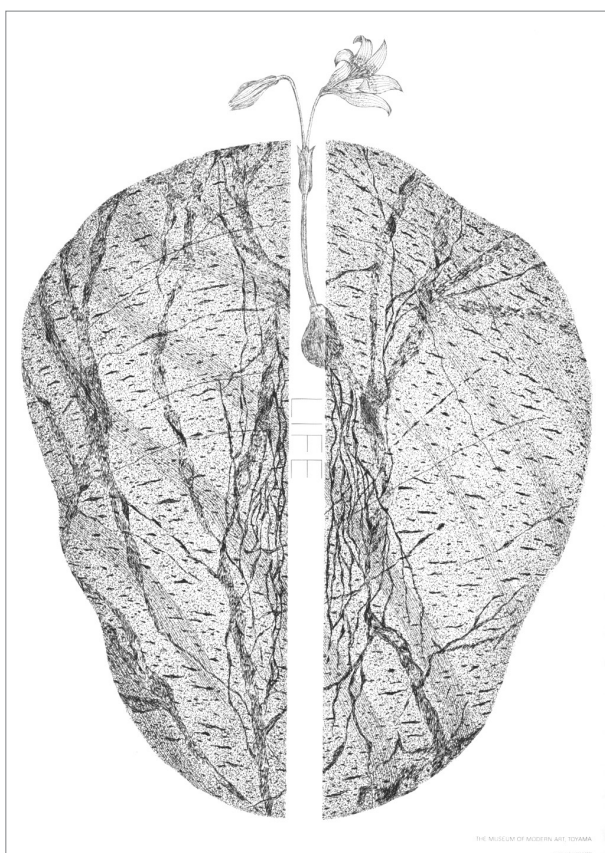
ภาพที่ 85 (Seichi)

Itō Jakuchū いとうじゃくちゅう 「伊藤若冲」

Rooster and Hen with Hydrangeas 紫陽花双鶏図 「紫陽花双鶏図」

140.0 x 85.0 cm

18th century



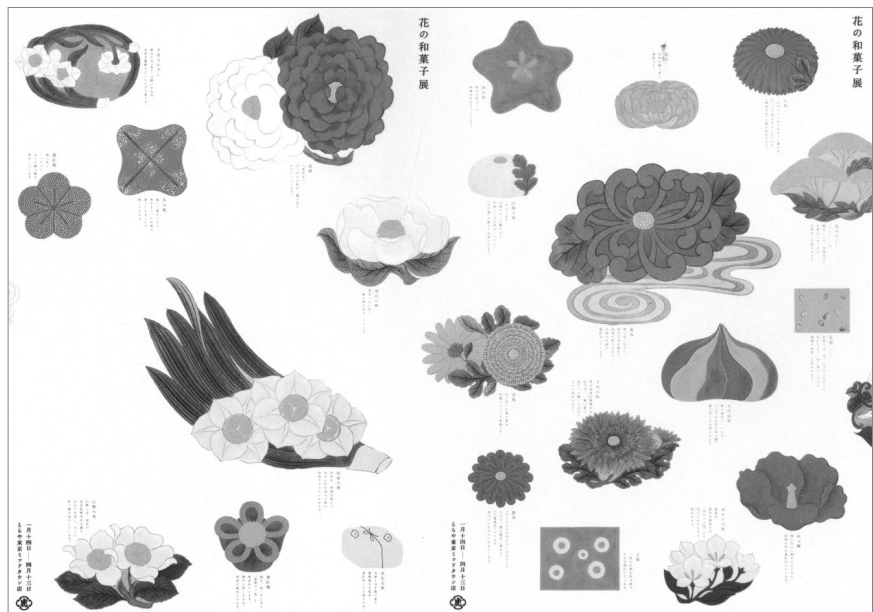
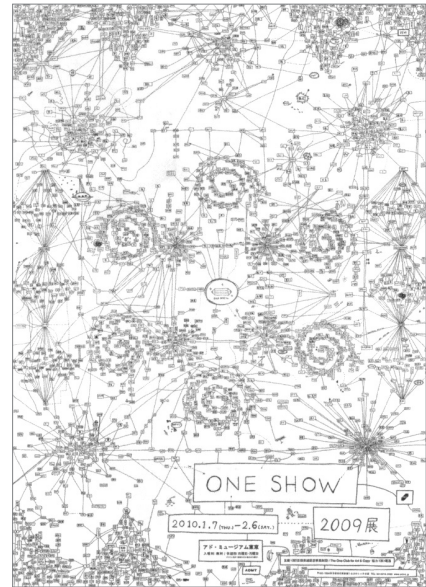
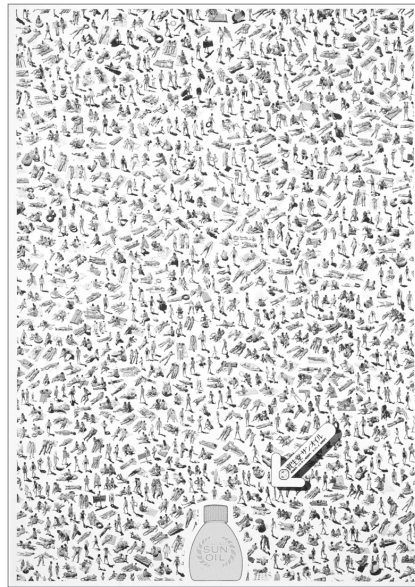
ภาพที่ 86-89 (Seichi)

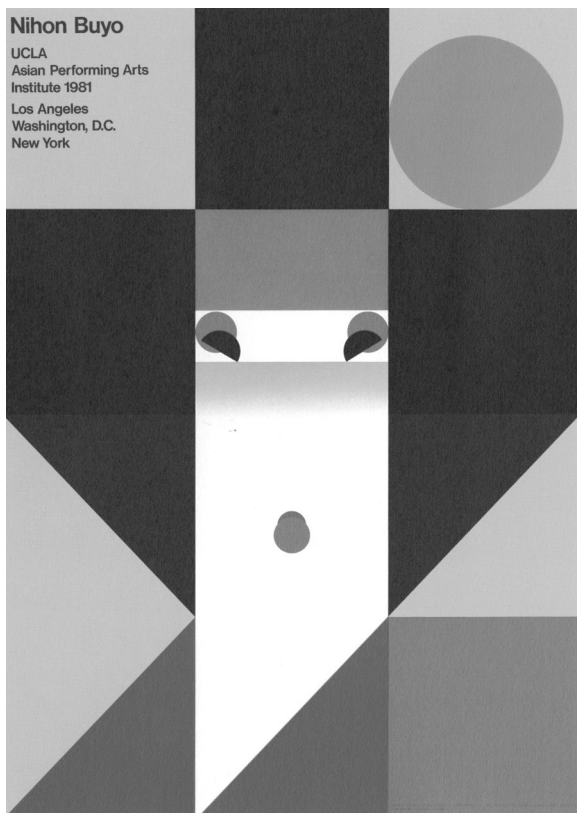
Nagai Kazumasa ^{ながい かずまさ}「永井一正」, Life, 2008

Matsunaga Shin ^{まつなが しん}「松永真」, Shiseido Sun Oil, 1971

Yagi Yoshihiro ^{やぎ よしひろ}「八木義博」, Advertising Museum Tokyo, 2010

Kinoshita Katsuhiro ^{きのしたかつひろ}「木下勝弘」, Toraya, 2010



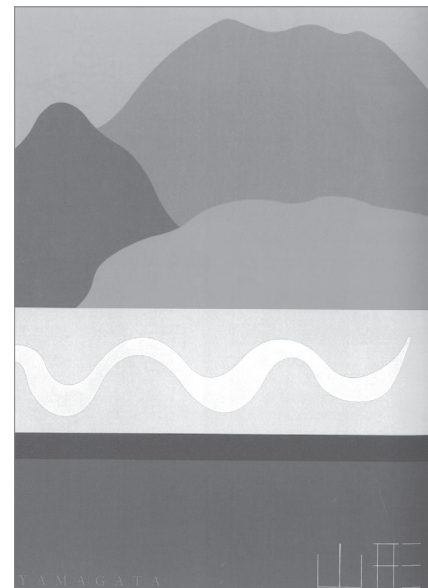
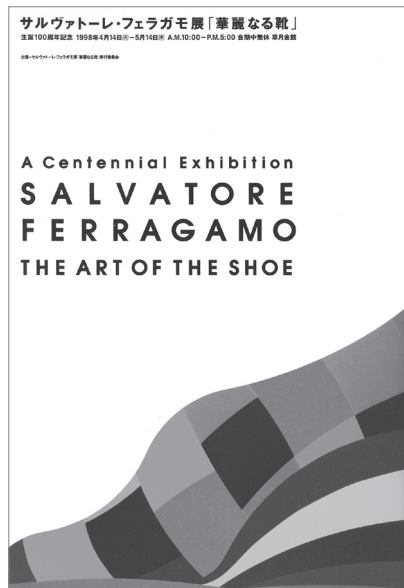


ภาพที่ 90-92 (Heimen)

Tanaka Ikko 「田中一光」, Nihon Buyo, 1981

Tanaka Ikko 「田中一光」, Salvatore Ferragamo-The Art of the Shoe, 1999

Kojima Ryohei 「小島良平」, 2000





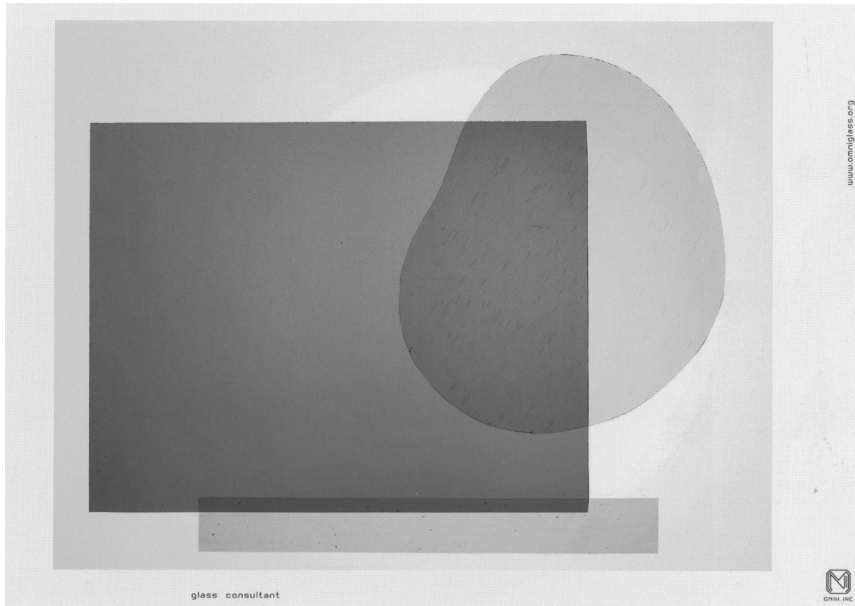
ภาพที่ 93 (Aimai)

Koho-an ^{こほうあん}「孤蓬庵」, Daitoku-ji Temple ^{だいとくじ}「大徳寺」



ภาพที่ 94 (Aimai)

Japanese traditional Noh Masks 「能面」
のうめん



ภาพที่ 95-96 (Aimai)

Sakae Ryota さかえ りょうた 「宋良太」, 2009

Soeda Takayuki そえ だたかゆき 「副田高行」, Wall, 2005



7 0 0 7

YONAKI ARIZO



ภาพที่ 97-101 (Kawaii)

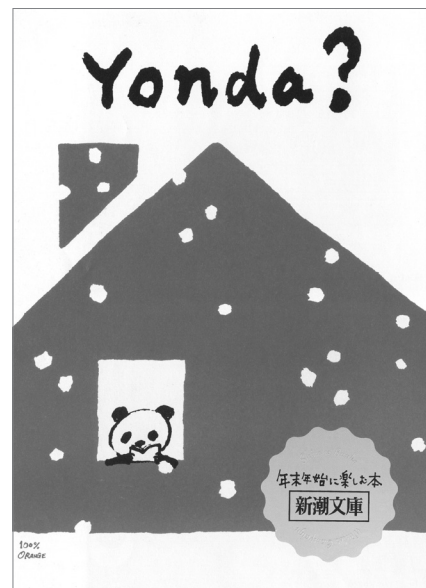
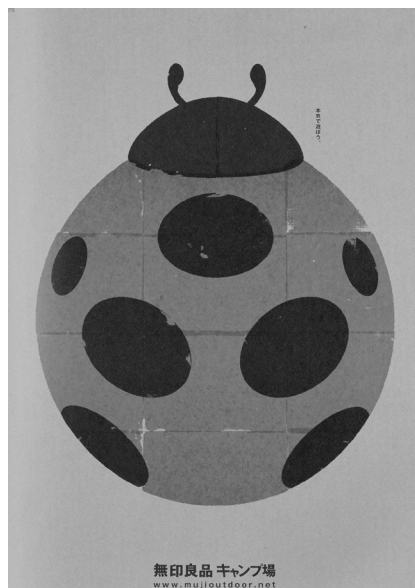
Okada Yoshinori 「おかだ よしのり」, OBAKE! HONTO?, 2010

Okumura Yukimasa 「おくむら ゆきまさ」, 1997

Yamada Eiji 「やまだ えいじ」, 1998

Shinmura Norito 「しんむら のりと」, Muji Outdoor, 2007

Onuki Takuya 「おおぬき たくや」, Shinchosha, 2005





ภาพที่ 102-106 (Kakkoi)

Tanaka Ikko ^{たなか いっこう}「田中一光」, Imagination of Letter, 1993

Katsui Mitsuo ^{かつい みつお}「勝井三雄」, 2005

Satō Kōichi ^{さとう こういち}「佐藤晃一」, Tama Art University, 2006

Shibuya Katsuhiko ^{しむや かつひこ}「渋谷克彦」, Shiseido, 2010

Fumio Tachibana ^{たちばな ふみお}「立花文穂」, Design Tachibana Fumio, 2011

