

2018-01-01

ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น ธุรกิจศิลปะสากล

ชัชวาล ฤทธิวรรณกุล

Follow this and additional works at: <https://digital.car.chula.ac.th/unisearch>



Part of the [Social and Behavioral Sciences Commons](#)

Recommended Citation

ฤทธิวรรณกุล, ชัชวาล (2018) "ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น ธุรกิจศิลปะสากล," *UNISEARCH (Unisearch Journal)*: Vol. 5: Iss. 2, Article 5.

DOI: 10.58837/CHULA.UNISEARCH.5.2.4

Available at: <https://digital.car.chula.ac.th/unisearch/vol5/iss2/5>

This Article is brought to you for free and open access by the Chulalongkorn Journal Online (CUJO) at Chula Digital Collections. It has been accepted for inclusion in UNISEARCH (Unisearch Journal) by an authorized editor of Chula Digital Collections. For more information, please contact ChulaDC@car.chula.ac.th.

ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น ธุรกิจศิลปสากล

รองศาสตราจารย์ ดร. พัดชา อุทิสวรรณกุล
ภาควิชาภูมิทัศน์ศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

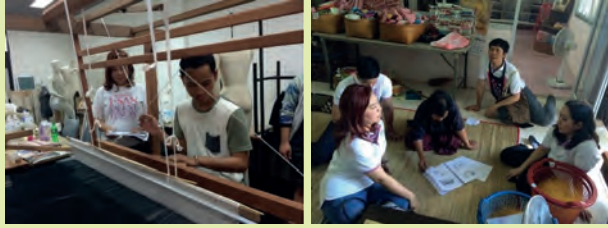
บทนำ

จากนโยบายของประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับการดำเนินงานวัฒนธรรมตามแนวทางของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative and Cultural Economy) โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมของประเทศมาสร้างคุณค่าทางสังคมและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ การให้ความสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงมุ่งไปที่การเชื่อมโยงระหว่างทุน 6 ทุน คือ ทุนธรรมชาติ ทุนกายภาพ ทุนสังคม ทุนมนุษย์ ทุนการเงิน และทุนวัฒนธรรม โดยทุนวัฒนธรรมเป็นจุดศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับทุนประเภทอื่น ๆ เพราะทุนวัฒนธรรมเปรียบเสมือนกิจกรรมต้นน้ำในห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทั้งนี้ เมื่อประเทศไทยจะก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 สิ่งหนึ่งที่ได้กำหนดไว้เป็นเสาหลักที่ 2 ในเรื่องประชาคมสังคมและวัฒนธรรมที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยมุ่งเน้นความร่วมมือเฉพาะด้านเพื่อผลักดันให้ประชาชนมีสภาพความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ที่กำหนดให้มีการสนับสนุนทางด้านวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ประโยชน์อย่างบูรณาการ เกื้อกูลกัน นำความรู้ และสร้างจุดแข็งของอัตลักษณ์ไทยบนฐานนวัตกรรมที่เข้มแข็งเพื่อเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจในภูมิภาค (สโรงค์ กลั่นคำสอน, 2555)

ทั้งนี้ ทุนวัฒนธรรม เป็นรูปแบบของทุนอีกรูปแบบหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับคุณค่า ความรู้ ภูมิปัญญา และงานสร้างสรรค์ที่เกิดจากการค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น (ดิเรก ปัทมศิริวัฒน์ และคณะ, 2547 อ้างถึงใน ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2554) ขณะที่ ทรอสบี (Throsby, 2001) ได้นิยามทุนวัฒนธรรม ว่าหมายถึง สินทรัพย์ที่มีการฝังตัว สะสม และให้คุณค่าทางวัฒนธรรมนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจของสินทรัพย์นั้น โดยได้แบ่งทุนวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภท คือ ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ วัตถุผลงานศิลปะ ภาพเขียน รูปปั้น ทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสได้ไม่ได้ถูกจำกัดเพียงในรูปแบบเฉพาะมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังขยายขอบเขตไปยังทุนกายภาพหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น และทุนวัฒนธรรมที่สัมผัสไม่ได้ ซึ่งเป็นทุนที่อยู่ในรูปของทรัพย์สินทางปัญญา หรืออาจเรียกว่า วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ ได้แก่ ความคิด การปฏิบัติ ความเชื่อ ค่านิยมที่แบ่งปันระหว่างสมาชิกในชุมชน เช่น พิธีกรรม ศิลปะการแสดง เพลง งาน และวรรณกรรม เป็นต้น การตระหนักถึงทุนทางวัฒนธรรมของไทยจึงเป็นที่มาของแนวคิดการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาประเทศ พร้อมเป็นการเสริมสร้างรากฐานทางวัฒนธรรมไทยให้เข้มแข็ง ซึ่งกระบวนการดังกล่าวต้องอาศัยการบริหารจัดการทุนทางวัฒนธรรมที่มีความเหมาะสม โดย

อาจพิจารณาแนวคิดที่สำคัญจากทุนทางวัฒนธรรมที่มีดั้งเดิม และทุนทางวัฒนธรรมร่วม การสร้างความตระหนัก ความเข้าใจ และการเข้าถึงทุนวัฒนธรรมดั้งเดิม การพัฒนาทุนวัฒนธรรมดั้งเดิม การศึกษาและติดตามวัฒนธรรมร่วมสมัย การพัฒนาวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เกิดขึ้นใหม่ ประกอบกับ กระบวนการสร้างสรรค์หรือการคงรักษา

จากการศึกษาข้อมูลทุนวัฒนธรรมสิ่งทอไทย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) พบว่า การทอผ้าของไทยเป็นไปในลักษณะของการถ่ายทอดในกลุ่มสตรีจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง การผลิตสิ่งทออีสานนั้น มีอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความสามารถทั้งความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรมของชาวอีสานที่แฝงไว้ด้วยศิลปะที่รองรับกับประโยชน์ใช้สอย นอกจากนั้นยังพบการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ทางด้านสิ่งทอระหว่างกันภายในภูมิภาคอย่างหลากหลาย ลักษณะของสิ่งทออีสานสามารถแบ่งรูปแบบตามเขตภูมิศาสตร์วัฒนธรรมได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) อีสานเหนือ เป็นแหล่งผลิตฝ้าย เช่น เลย อุรธานี และหนองคาย 2) อีสานกลาง เป็นแหล่งอุตสาหกรรมผ้าไหม เช่น นครราชสีมา และขอนแก่น 3) อีสานใต้ เป็นแหล่งทอผ้าไหมมัดหมี่เส้นพุ่งตามแบบวัฒนธรรมเขมร เช่น สุรินทร์ ศรีสะเกษ และบุรีรัมย์ ทั้งนี้ จากการสำรวจข้อมูลผู้ประกอบการ (ONE TAMBON ONE PRODUCT: OTOP) ผ้าและ



ภาพที่ 1 การลงพื้นที่ ณ จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อเก็บข้อมูลด้านการพัฒนาสิ่งทอ
ที่มา : พัดชา อุทิศวรรณกุล (2558)

เครื่องแต่งกายในเขตภูมิภาคอีสาน พบว่า การกระจายตัวของผู้ประกอบการทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำอยู่ทั่วพื้นที่ และข้อมูลเบื้องต้นที่ได้จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูล พบว่า ปัญหาสำคัญของการพัฒนาสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรม คือ ความไม่นิยมของผู้ใช้และมีกลุ่มผู้ใช้น้อย เนื่องจากสิ่งทอมีรูปแบบและลวดลายที่ไม่ทันสมัย ไม่ตอบสนองกับความต้องการที่เป็นสากล ดังนั้น สิ่งที่ต้องพัฒนาในงานสิ่งทอของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ รูปแบบผลิตภัณฑ์ และการพัฒนาในด้านอัตลักษณ์พื้นที่ที่เป็นสากล ให้อยู่ในระดับสากลและสามารถตอบสนองกับกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ในวงกว้างได้

จากปัญหาและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาและหาแนวทางในการพัฒนาทุนวัฒนธรรมสิ่งทอพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสาน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการประยุกต์ใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นสิ่งทออีสานที่เหมาะสมตลอดจนเพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนารูปแบบสินค้าจากทุนวัฒนธรรมสิ่งทอให้มีความเป็นสากล และเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมทางแฟชั่น ซึ่งจะนำไปสู่การเป็นต้นแบบและแนวทางในการประยุกต์ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มุ่งเน้นให้ความสำคัญกับคุณค่าทุนวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนาสินค้าในราคาที่ถูกลง และสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้างมากขึ้น อันเป็นต้นแบบให้หน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษา และชุมชนได้นำไปต่อยอดให้เกิดประโยชน์ และนำมาซึ่งรายได้ที่สามารถหมุนเวียนสู่ระบบเศรษฐกิจเพื่อหล่อเลี้ยงชุมชนได้อย่างยั่งยืน

การศึกษาทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น สู่ธุรกิจศิลปสากล

งานวิจัยเรื่องทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น ธุรกิจศิลปสากล ดำเนินงานภายใต้โครงการพัฒนาและรวมกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (Cluster OTOP) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (จังหวัดอุบลราชธานี) โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่การสร้างสรรคผลงานเชิงศิลปกรรมศาสตร์ ด้วยการศึกษาและการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นและสิ่งทอทุนวัฒนธรรม ซึ่งมุ่งเน้นที่ผ้าและเครื่องแต่งกายพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภายใต้แนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

ในการศึกษาได้ดำเนินการเก็บข้อมูลปฐมภูมิจากการลงพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (in deep interview) ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ท่าน ประกอบด้วย ปราชญ์ ภูมิปัญญา ด้านสิ่งทอในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้ทราบถึงรูปแบบและเทคนิคการทอดั้งเดิม กลุ่มผู้ประกอบการสินค้าแฟชั่นและสิ่งทอจากทุนวัฒนธรรม เพื่อเก็บข้อมูลปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคและอาจารย์นักวิชาการในพื้นที่ เพื่อให้ทราบถึงแนวทางในการพัฒนาและการสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่อย่างยั่งยืน ในการลงพื้นที่ยังได้เก็บข้อมูลบริบทสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิตในพื้นที่ เพื่อใช้วิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น และนำไปสู่การต่อยอดการตลาดสร้างและพัฒนาต้นแบบลวดลายสิ่งทอใหม่ นอกจากนั้น การดำเนินการวิจัยได้เก็บข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องในเรื่องของสิ่งทอพื้นถิ่น ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง การศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มทางแฟชั่นเพื่อหารูปแบบโครงสร้าง เงาม สี และลวดลาย การตกแต่งรายละเอียดของสินค้าแฟชั่นที่คาดว่าจะเป็นที่นิยมในฤดูกาลสปริง-ซัมเมอร์ 2016 (Spring Summer 2016) เพื่อนำไปสู่แนวทางในการสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเลกชัน (ภาพที่ 1 และภาพที่ 2)

ข้อมูลการพัฒนาสิ่งทอในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

จากการลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ พบว่า การพัฒนาสิ่งทอทุนวัฒนธรรม ประกอบด้วย กลุ่มผู้ประกอบการ 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำ (ผู้ผลิตสิ่งทอ) กลุ่มผู้ประกอบการกลางน้ำ (ผู้ตัดเย็บ) และกลุ่มผู้ประกอบการปลายน้ำ (ผู้จำหน่าย) ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการต้นน้ำหรือผู้ผลิตสิ่งทอ เป็นกลุ่มผู้ประกอบการที่มีสัดส่วนมากที่สุด โดยรูปแบบสิ่งทอเป็นการผลิตแบบหัตถกรรมในครัวเรือน ขาดการพัฒนาทางด้านรูปแบบใหม่ ๆ ให้ตอบสนองกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน ในขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการกลางน้ำหรือผู้ตัดเย็บแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งต้องใช้ความรู้ด้านการออกแบบและองค์ความรู้เฉพาะในการสร้างแพทเทิร์นต้นแบบ รูปแบบที่ได้ยังขาดความหลากหลายและไม่ตอบสนองกับความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ ส่วนกลุ่มผู้ประกอบการปลายน้ำหรือผู้จัดจำหน่าย เป็นกลุ่มที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง แต่ยังขาดองค์ความรู้เฉพาะทางในด้านการสร้างตราสินค้าที่จะต่อยอดสู่ตลาดสากล



ภาพที่ 2 ตัวอย่างข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลจากพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ที่มา : พัดชา อุทิวรรณกุล (2558)

จากการเก็บข้อมูลสิ่งทอพื้นถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือพบว่าสิ่งทอเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมานานมีความงามและความหลากหลายแตกต่างกันตามกลุ่มวัฒนธรรม และถือเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำรงชีวิต มีรูปแบบการใช้ตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อาทิ การใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มในชีวิตประจำวัน การใช้เป็นเครื่องนุ่งห่มที่เกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนา เป็นต้น ซึ่งผ้าทอมือของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นไปในลักษณะของการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น มีอัตลักษณ์ที่บ่งบอกถึงความสามารถ ทั้งความเชื่อ ประเพณี และพิธีกรรมของชาวอีสาน สิ่งทออีสานจึงแฝงไว้ด้วยศิลปะที่รองรับกับประโยชน์ใช้สอย ทั้งนี้ สิ่งทอพื้นถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถแบ่งกลุ่มตามเทคนิคกรรมวิธีการผลิตได้(ภาพที่ 3) ดังนี้

- ผ้ากาบบัว (ภาพที่ 3ก) เป็นผ้าที่ถูกกล่าวถึงในวรรณกรรมโบราณอีสานหลายเรื่อง คำว่า “กาบ” ในภาษาอีสาน หมายถึง เปลือกหุ้มชั้นนอกของต้นไม้ ผ้ากาบบัวอาจจะทอด้วยไหม หรือฝ้าย โดยมีเส้นยืนย้อมอย่างน้อย 2 สี เป็นริ้วตามลักษณะ “ชั้นทิว” ซึ่งมีความนิยมแพร่หลายแถบจังหวัดอุบลราชธานีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เส้นพุ่งจะเป็นไหมสีมับไม (ไหมปั่นเกลียวทางกระรอก) มัดหมี่ และขีด
- ผ้ามัดหมี่ (ภาพที่ 3ข) เป็นการสร้างลวดลายโดยวิธีการย้อมสี โดยการออกแบบลวดลายก่อนย้อมสีเส้นพุ่ง มีการเตรียมลายกรอบไม้หน้ากว้างเท่ากับหน้ากว้างของผ้า และ

ใช้เชือกมัดส่วนที่ไม่ต้องการเพื่อไม่ให้ติดสี จากนั้นจึงนำมาทอลวดลายของผ้ามัดหมี่เป็นลายหยักแหลมหรือเป็นลายฟันปลา ซึ่งอัตลักษณ์ของผ้าอยู่ที่กรรมวิธีการผลิตที่อาศัยการย้อมเส้นด้ายก่อนการทอ

- ผ้าแพรวา (ภาพที่ 3ค) เป็นผ้าไหมที่มีความยาวขนาด 1 วา โดยใช้เทคนิคการขีด การจกหรือการถ่วง เป็นผ้านิยมใช้เป็นสไบ ผ้าโพกศีรษะ หรือผ้าพันคอ เฉพาะในโอกาสสำคัญ ซึ่งแสดงถึงฐานะทางสังคมจากการมีผ้าที่สวยงาม
- ผ้ายก (ภาพที่ 3ง) เป็นผ้าที่เกิดจากการออกแบบลวดลายไทยและลายชั้นสูงแบบราชสำนักโบราณมาประยุกต์เข้ากับภูมิปัญญาการทอผ้าแบบพื้นเมือง
- ผ้าย้อมคราม (ภาพที่ 3จ) เป็นผ้าไหมหรือฝ้ายที่เกิดจากการย้อมสีจากต้นครามโดยไม่ใช้สารเคมี แล้วทำการย้อมเย็นโดยการจุ่มลงในหม้อครามแล้วผ่านออกซิเจน

การพัฒนา และการผลิตสิ่งทอและคอลเลกชันต้นแบบ

1) การออกแบบสร้างสรรค์ลวดลายสู่การผลิตสิ่งทอต้นแบบ

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุนปัญญาอันนำมาซึ่งเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น คณะผู้วิจัยได้นำมาสังเคราะห์และวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากการประชุมกลุ่ม (focus group) โดยผู้เชี่ยวชาญในเรื่องขององค์ประกอบการออกแบบ



ภาพที่ 3ก ผ้ากาบบัว

ที่มา : คณะกรรมการจัดทำหนังสือวิชาการเพื่อเป็นที่ระลึก
ในวันประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี (2543)



ภาพที่ 3ข ผ้ามัดหมี่

ที่มา : Plookpedia (2560)



ภาพที่ 3ค ผ้าแพรวา

ที่มา : หอเกียรติยศ (ม.ป.ป.)



ภาพที่ 3ง ผ้ายก

ที่มา : Vipthaisilk (2560)



ภาพที่ 3จ ผ้าย้อมคราม

ที่มา : Still_khram (2560)

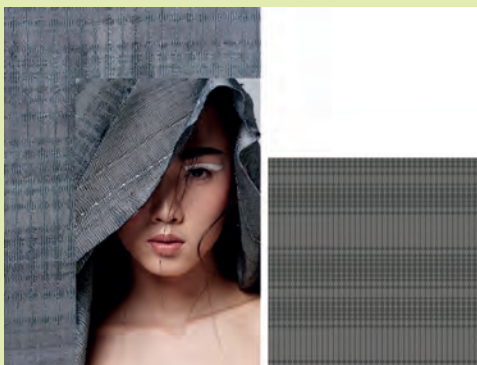
ภาพที่ 3 ตัวอย่างสิ่งทอพื้นถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ได้แก่ เส้น สี ลวดลาย และพื้นผิว อันเป็นอัตลักษณ์
ทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ภาคอีสาน และนำองค์ประกอบที่ได้นั้น
มาประยุกต์สู่การออกแบบลวดลาย 2 มิติ โดยการทดลองวาง
รูปแบบลวดลาย ขนาดลวดลาย สี และการให้ค่าน้ำหนักสี
ที่เหมาะสม ซึ่งสามารถออกแบบลายผ้าที่สะท้อนถึงวัฒนธรรม
ของพื้นที่ถิ่นภาคอีสานได้ 3 ลาย (ภาพที่ 4) ดังนี้

1.1) ลายข้าวพันก้อน (ภาพที่ 4ก) ได้รับแรงบันดาลใจ
จากประเพณีแห่ข้าวพันก้อนของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
บุญข้าวพันก้อนเป็นการนำข้าวเหนียวหนึ่งมาปั้นเป็นก้อน ๆ
จำนวน 1,000 ก้อน ไปบูชาพระรัตนตรัยที่วัด เพื่อประกอบ
ประเพณีบุญผะเหวด (บุญมหาชาติ) สะท้อนให้เห็นถึงความศรัทธา
อันแรงกล้าในพระพุทธศาสนาของชาวอีสานที่ยึดถือปฏิบัติ
กันมาช้านานอย่างเคร่งครัด

1.2) ลายไทรนที (ภาพที่ 4ข) ได้รับแรงบันดาลใจจาก
แม่น้ำสายสำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งสำหรับ
ชาวอีสาน แม่น้ำเปรียบเสมือนเส้นเลือดหลักที่หล่อเลี้ยงวิถีชีวิต
แม่น้ำสำคัญทั้ง 3 สาย ได้แก่ แม่น้ำมูล แม่น้ำชี และแม่น้ำโขง
การไหลผ่านของแม่น้ำสำคัญ 3 สายนี้จึงถือเป็นต้นกำเนิด
อารยธรรม วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม และความเชื่อต่าง ๆ
ของชาวอีสาน

1.3) ลายแม่ฝน (ภาพที่ 4ค) ได้รับแรงบันดาลใจจาก
วิถีชีวิตของคนในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความผูกพัน
กับน้ำมาตั้งแต่อดีตจนปัจจุบัน ทั้งนี้ “ฝน” คือ ต้นกำเนิด
ของแหล่งน้ำเปรียบเสมือนต้นกำเนิดของวัฒนธรรม ประเพณี
ความเชื่อ อาทิ การขอฝน การทอผ้าลายแม่ฝนจึงเสมือนการขอ
ความอุดมสมบูรณ์ให้ฝนตกต้องตามฤดูกาล



ภาพที่ 4ก ผลงานต้นแบบสิ่งทอ (ข้าวพันก้อน)



ภาพที่ 4ข ผลงานต้นแบบสิ่งทอ (ไทรนที)



ภาพที่ 4ค ผลงานต้นแบบสิ่งทอ (แม่ฝน)

ภาพที่ 4 ลายผ้าที่ได้จากการออกแบบโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมพื้นถิ่นอีสาน

ที่มา : พัดชา อุทิศวรรณกุล (2558)



ภาพที่ 5 ผลงานคอลเลคชันต้นแบบ
ที่มา : พัดชา อุทิศวรรณกุล (2558)

2) แรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเลคชัน

การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี ที่เจริญก้าวหน้าเป็นปัจจัยสำคัญในการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิต และวัฒนธรรม ซึ่งส่งผลให้โลกเปลี่ยนไปสู่การหารูปแบบแนวทาง ที่จะผสมผสานคุณค่าวัฒนธรรมดั้งเดิมกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ การสร้างสรรค์ผลงานคอลเลคชัน ‘Modern Isan’ จึงมีที่มา และแรงบันดาลใจมาจากแนวคิด Past Modern กล่าวคือ จากภูมิปัญญาทักษะ ช่างฝีมือ และคุณค่าแบบดั้งเดิมของ การสร้างสรรค์งาน ผ่านผืนผ้าทอไทยอีสานที่แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต และเรื่องราวในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ความเชื่อ พิธีกรรม และวิถีชีวิต ที่มีความผูกพันกับสายน้ำอันเป็นอัตลักษณ์ ทุนวัฒนธรรมของภูมิภาคถูกพัฒนาต่อยอดให้เกิดความร่วมมือ ผ่านระบบอุตสาหกรรมทางแฟชั่น ได้แก่ การคิดและวิเคราะห์ ถึงสไตล์ทางแฟชั่นในยุคสมัยต่าง ๆ อันนำมาซึ่งองค์ประกอบ การออกแบบ รูปแบบ โครงร่าง เงา สี และการตกแต่งรายละเอียด

3) ผู้บริโภค (Urban/Business Wear/Confident/ Modern/Up to date)

จากการศึกษาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคสตรีวัยทำงานรุ่นใหม่ กลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย (Generation Y) อายุ 24-34 ปี ซึ่งใช้ชีวิตและทำงานในเมือง มีวิถีชีวิตที่เติบโตท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยี เป็นคนรุ่นใหม่ที่เป็นกำลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจ มีความเป็นตัวของตัวเองสูง เป็นคนทันสมัย รู้เท่าทันเทคโนโลยีและการติดต่อสื่อสาร ตามสมัยนิยม และเป็นผู้บริโภคที่มีความโดดเด่นในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีสไตล์ สนับสนุนสินค้าที่มีการออกแบบสร้างสรรค์เป็นอย่างดี นิยมซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่มีการทำการตลาดเฉพาะกลุ่ม ผลิตจำนวนไม่มากและคำนึงถึงคุณภาพ สรูปแบบ ลวดลายสี และการตกแต่งเครื่องแต่งกายของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวได้ ดังนี้

3.1) โครงร่างเงา

โครงร่างเงาของชุดเกิดจากการวิเคราะห์ โครงร่างเงาที่เป็นที่นิยมตามรูปแบบประเภทเครื่องแต่งกาย

ผสมผสานกับรูปแบบสไตล์และกระแสนิยมทางแฟชั่น Spring Summer 2015 ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มประเภทชุดและโครงร่างเงาได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

- (1) เครื่องแต่งกายลำลอง (casual wear) โครงร่างเงาของชุดตามแนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่น โครงร่างเงาแบบเอไลน์ (A-Line) แจ็คเก็ตแบบไบค์เกอร์ (biker Jacket)
- (2) เครื่องแต่งกายชุดทำงาน (business wear) โครงร่างเงาของชุดตามแนวโน้มกระแสนิยมทางแฟชั่น และโครงร่างเงาที่มาจากสไตล์ยุค 50 ที่แสดงถึงความเป็นผู้หญิงที่มีความมั่นใจ โดยโครงร่างเงาเป็นทรงเข้ารูป กระโปรงทรงสอบ (pencil skirt) เสื้อเกาะอก แจ็คเก็ตโอเวอร์ไซส์ (over size jacket)
- (3) เครื่องแต่งกายชุดงานเลี้ยงสังสรรค์ (party wear) โครงร่างจากรูปแบบชุดปาร์ตี้แวร์ตามกระแสนิยมทางแฟชั่น ชุดกระโปรงติดกันแบบพริ้นเซสไลน์ (princess line) และทรงเมอร์เมด (mermaid)

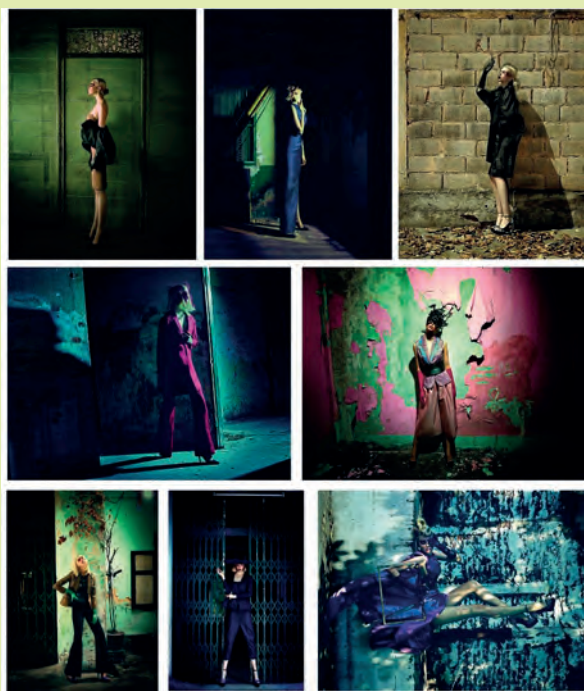
3.2) กลุ่มสี

กลุ่มสีที่ใช้ในการออกแบบคอลเลคชันแบ่งได้ 2 กลุ่มโทนสี

- (1) กลุ่มสีอัตลักษณ์อีสาน จากการวิเคราะห์อัตลักษณ์อีสานในด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี รูปแบบวิถีชีวิต ความเชื่อ สภาพภูมิประเทศ ฯลฯ นำมาซึ่งกลุ่มสีเอิร์ธโทน และกลุ่มสีที่แสดงถึงความเป็นชนเผ่า
- (2) กลุ่มสีแฟชั่นจากกระแสนิยมทางแฟชั่น Spring Summer 2015 ได้แก่ กลุ่มสีพาสเทล และกลุ่มสีเบสิก ได้แก่ สีน้ำเงินเข้ม และสีดำ

3.3) รายละเอียดตกแต่งและวัสดุ

การเลือกใช้สิ่งทอพื้นถิ่น อันได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้ายก ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมอีสาน ร่วมกับ สิ่งทอตามกระแสนิยมทางแฟชั่นอื่น ๆ อาทิ ผ้าลูกไม้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้สิ่งทอที่เป็นทุนวัฒนธรรมให้เกิดความร่วมมือในทุกโอกาสการใช้สอย



ภาพที่ 6 ภาพถ่ายแฟชั่น
ที่มา : พัดชา อุทิสวรรณกุล (2558)

4) การพัฒนาและผลิตสิ่งทอต้นแบบ

เป็นการหาความเหมาะสมของเทคนิควิธีการทอ อันได้แก่ การมัดหมี่ การมัดย้อม การจก การขีด การล้วง ซึ่งเป็นรูปแบบ และเทคนิคการทอจากภูมิปัญญาดั้งเดิม เมื่อเลือกเทคนิคที่มีความเป็นไปได้ในการสร้างผลงานต้นแบบแล้ว จึงเข้าสู่กระบวนการจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ เส้นไหม การย้อมเส้นไหม ให้ได้สีที่เหมาะสมตามลวดลายที่ได้ออกแบบไว้ หลังจากนั้น จึงเข้าสู่กระบวนการเตรียมก็สำหรับทอ การขึ้นเส้นยืนและ จัดเตรียมเส้นพุ่ง และเริ่มการวิเคราะห์แบบลวดลายกราฟฟิก เข้าสู่เทคนิคการทอ โดยการทดลองทอชิ้นงานเพื่อหาขนาด ความสมดุลและเหมาะสมของลวดลายเมื่อปรากฏบนผืนผ้า แล้วจึงดำเนินการทอชิ้นงานจนเสร็จสิ้น

5) การทดลองและพัฒนาต้นแบบคอลเลกชันเครื่องแต่งกาย

ภายหลังจากการค้นคว้าศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกระแสนิยมทางแฟชั่น การสร้างแรงบันดาลใจในการออกแบบจากเรื่องราวของศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ตลอดจน วิถีชีวิตที่ผสมผสานกับกระแสนิยมทางแฟชั่นในปัจจุบัน เพื่อให้สินค้าทุนวัฒนธรรมสิ่งทอสอดคล้องและตอบสนองกับรูปแบบของการดำเนินชีวิตและความต้องการของตลาด ตามระบบ

อุตสาหกรรมแฟชั่นระดับสากล จากนั้นจึงเข้าสู่กระบวนการร่างสเก็ตซ์ผลงานต้นแบบคอลเลกชันสินค้า การสร้างผลงานต้นแบบจากผ้าดิบ (prototype) เพื่อหาสัดส่วนและองค์ประกอบที่เหมาะสม ก่อนพิจารณาเลือกสิ่งทอให้เข้ากับรูปแบบของชิ้นงาน และดำเนินการตัดเย็บผลิตผลงานสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์คอลเลกชันต้นแบบสินค้าแฟชั่นจากทุนวัฒนธรรม (ภาพที่ 5)

การส่งเสริมการตลาดและวัดประเมินผล

การทดลองและพัฒนาการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์แฟชั่นจากทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น ภายหลังจากการสร้างสร้งต้นแบบคอลเลกชันตามกระบวนการระบบอุตสาหกรรมแฟชั่น คือ การส่งเสริมการตลาด เพื่อเป็นการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณชนผ่านกระบวนการทางแฟชั่น ได้แก่ การถ่ายภาพผลงาน การถ่ายภาพแฟชั่น การจัดแสดงผลงานนิทรรศการ อันจะเป็นการวัดและประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค (ภาพที่ 6 และภาพที่ 7)

1) การนำเสนอผลงานผ่านนิทรรศการสู่สาธารณชน ชื่องาน “Modern I-San” ภายใตโครงการพัฒนา และรวมกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (Cluster OTOP) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ณ หอศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ราชดำเนิน วันที่ 12-15 กุมภาพันธ์ 2558

2) การเผยแพร่ผลงานผ่านสื่อสิ่งพิมพ์สู่สาธารณชน นิตยสาร “ดิฉัน ปีที่ 38 ฉบับที่ 915 เมษายน 2558” ผ่านการถ่ายภาพผลงานแฟชั่น (Fashion Set) เพื่อเป็นการเผยแพร่ผลงานการสร้างสรรค์จากกระบวนการวิจัย ในการสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าแฟชั่นต้นแบบจากทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่สาธารณชนในวงกว้าง

บทสรุป

ผลงานวิจัยเรื่องทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น ธุรกิจศิลปสากล ซึ่งดำเนินงานภายใต้กรอบแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) อันเป็นการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและความยั่งยืนให้กับชุมชน จากการสร้างอัตลักษณ์จาก



ภาพที่ 7 นิทรรศการเผยแพร่ผลงาน ณ หอศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยราชดำเนิน
ที่มา : พัดชา อุทิสวรรณกุล (2558)



ภาพที่ 8 การเผยแพร่ต่อยอดองค์ความรู้ผู้ประกอบการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ณ จังหวัดอุบลราชธานี
 ที่มา : พัดชา อุทิศวรรณกุล (2558)

ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่นผสมผสานกับกระแสแนวโน้มทาง
 แพชั่นสากล โดยผลจากการวิจัย พบว่า การพัฒนาสินค้าจาก
 ทุนวัฒนธรรมนั้น ควรมีการอนุรักษ์และพัฒนาควบคู่กันใน
 2 แนวทาง ได้แก่

1) การหาอัตลักษณ์จากทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมเพื่อ
 เป็นการอนุรักษ์ศาสตร์องค์ความรู้และภูมิปัญญาในท้องถิ่น
 และใช้เป็นฐานรากของเรื่องราวในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ
 สินค้า

2) การนำอัตลักษณ์จากทุนวัฒนธรรมดั้งเดิมมาพัฒนา
 ต่อยอดสู่สากลด้วยการผสมผสานกับเทรนด์ เพื่อให้สินค้า
 ทุนวัฒนธรรมสิ่งทอสอดคล้องและตอบสนองกับรูปแบบของ
 การดำเนินชีวิตและความต้องการของตลาดตามระบบอุตสาหกรรม
 แพชั่นระดับสากล

ทั้งนี้ ผลและองค์ความรู้จากการวิจัยได้ถูกเชื่อมโยงและ
 ถ่ายทอดสู่ชุมชน โดยเป็นการพัฒนาให้ความรู้ทั้งในด้
 การหาอัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมในท้องถิ่น การสร้างตราสินค้า
 (branding) และเทรนด์แฟชั่น ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการใน
 รูปแบบของคลัสเตอร์เพื่อให้ทราบทิศทางการทำงานร่วมกัน
 ภายใต้แนวโน้มกระแสแฟชั่น และการพัฒนาศักยภาพเชิงลึก
 ของแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการให้ทำงานเชื่อมโยงกันอย่างเป็น
 ระบบภายใต้กรอบทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ผู้ประกอบการต้นน้ำ
 (ผู้ผลิตเส้นใยและสิ่งทอ) ในการพัฒนารูปแบบ ลวดลาย และ
 สี ผู้ประกอบการกลางน้ำ (ผู้ผลิตตัดเย็บและแปรรูป) พัฒนาร
 รูปแบบ โครงสร้างเครื่องแต่งกาย และผู้ประกอบการปลายน้ำ

(ผู้จัดจำหน่ายหน้าร้าน) พัฒนาในด้านการนำเสนอผลงานทาง
 แพชั่น ซึ่งจากกระบวนการพัฒนาดังกล่าว จึงเป็นต้นแบบใน
 การพัฒนาทุนวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยใช้ระบบอุตสาหกรรม
 ที่ยังคงให้ความสำคัญกับคุณค่าดั้งเดิม และมีการพัฒนาให้
 สินค้ามีราคาที่ถูกกลง สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในวงกว้างได้
 อันนำมาซึ่งรายได้ที่สามารถหมุนเวียนสู่ระบบเศรษฐกิจ
 หล่อเลี้ยงชุมชนได้ (ภาพที่ 8)

นอกจากนี้ ผลจากการวิจัยยังแสดงให้เห็นถึงรูปแบบและ
 แนวทางในการบูรณาการองค์ความรู้ระหว่างศาสตร์ จากการ
 วิจัยในแต่ละสาขาในการอนุรักษ์ทุนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาดั้งเดิม
 และการเชื่อมโยงและพัฒนาต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
 บนพื้นฐานของความยั่งยืนทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ
 และชุมชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของผลการศึกษาวิจัยโครงการ
 “ทุนวัฒนธรรมท้องถิ่น สู่อุตสาหกรรมศิลปหัตถกรรม (Local Cultural
 Heritage towards International Craftmanship
 Enterprise)” ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณใน
 การศึกษาจากโครงการพัฒนาและรวมกลุ่มผู้ประกอบการ
 หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย พื้นที่
 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กระทรวง
 อุตสาหกรรม) และหน่วยปฏิบัติการวิจัยแฟชั่นและนวัตศิลป์
 คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เอกสารอ้างอิง

- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. 2554. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ. วารสารนักบริหาร 31 (1): 32-37.
 คณะกรรมการจัดทำหนังสือวิชาการเพื่อเป็นที่ระลึกในวันประเพณีแห่เทียนพรรษา จังหวัดอุบลราชธานี. 2543. บัวงาม นามอุบล ยลเทียนพรรษา.
 อุบลราชธานี : ฝ่ายผลิตและบริการเอกสาร สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
 พัดชา อุทิศวรรณกุล. 2558. รายงานการดำเนินโครงการพัฒนาและรวมกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (Cluster OTOP)
 ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
 สิริวงศ์ กลั่นคำสอน. 2555. อุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรม[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://lib.dtc.ac.th/article/others/0008.pdf>[10 มีนาคม 2561].
 หอเกียรติยศ. ม.ป.ป. คำสอน สระทอง ครูศิลป์ของแผ่นดิน พ.ศ. 2553[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://www.sacichalloffame.com/th/person/detail/21/คำสอน-สระทอง>[20 มีนาคม 2561].
 Plookpedia. 2560. ผ้าไทย[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : www.trueplookpanya.com/knowledge/content/58308/-artfin-art-[20 มีนาคม 2561].
 Still_khram. 2560. ผ้าย้อนคราม[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://gramrix.com/tag/ผ้าฝ้ายย้อนครามเชียงใหม่>[20 มีนาคม 2561].
 Throsby, C. D. 2001. Economics and culture. Cambridge University.
 Vipthaisilk. 2560. ผ้าไหมยกดอกลำพูน[ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://gramrix.com/tag/ผ้าไหม>[20 มีนาคม 2561].