

การศึกษาอัตลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นในเขตพื้นที่
การท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย สู่ออกแบบสร้างสรรค์
ผลิตภัณฑ์ชุมชน

THE STUDY OF ARTISTIC AND LOCAL CULTURE IDENTITIES
IN THE TOURISM AREA AT CHIANG-KHAN DISTRICT,
LOEI PROVINCE FOR CREATIVE LOCAL PRODUCT DESIGN

ไทยโรจน์ พวงมณี*

THAIROJ PHOUNGMANEE

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของศิลปะและวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 2) ศึกษากระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากแนวคิดศิลปะและวัฒนธรรมพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย การสัมภาษณ์ แบบบันทึกข้อมูล แบบประเมินผล การออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอข้อมูลด้วยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ประกอบภาพถ่าย ผลการศึกษาพบว่า

1) ศิลปะและวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยสร้างขึ้นบนฐานของการดำเนินชีวิตของผู้คนที่เดินทางเข้ามาตั้งหลักแหล่งในพื้นที่เชียงคาน ศิลปวัฒนธรรมที่แสดงอัตลักษณ์เฉพาะประกอบด้วยวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำจากเครื่องแต่งกาย สถาปัตยกรรมบ้านไม้ เรือนเพี้ยม ประเพณีแซปาง ต๋นปาง การละเล่นผิชนน้ำ

2) การออกแบบผลิตภัณฑ์จะอยู่บนฐานคิดของการค้นหาอัตลักษณ์เฉพาะ โดยมีกระบวนการสร้างสรรค์ดังนี้ 2.1) การค้นหาแนวคิด 2.2) การวิเคราะห์แนวคิด 2.3) การตีความหมาย 2.4) การออกแบบร่าง 2.5) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนา 2.6) การพัฒนาแบบร่าง 2.7) การดำเนินการสร้างสรรค์ 2.8) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการประเมินผลงาน

คำสำคัญ : อัตลักษณ์ อัตลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรม พื้นที่การท่องเที่ยว อำเภอเชียงคาน

การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน

*สาขาวิชาทัศนศิลป์ ภาควิชามนุษยศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Visual Arts Program, Humanities Department, Humanities and Social Science Faculty, Rajabhat loei University

Abstract

This research is a creative action research. The objectives of the research were: 1) To analyze the context of art and culture of Chiang Khan district, Loei province; 2) To study process design a pattern of art and culture of Chiang Khan, Loei. The tools of this research consist of interviews, data collection forms, design evaluation forms. Qualitative analysis was performed with the narrative data and presented the data with analytical description together with photographs. The study indicate that

1) Arts and culture of Chiang Khan district Loei Province has been built on the basis of the lifestyle of the people to settle in the area of Chiang Khan. In addition, arts and culture that display the specific identities of Tai Dam include ethnic culture can be seen from costumes, architecture of wooden house, hinged door, Saepang tradition, Pang tree, and Phi Khon Nam festival.

2) The pattern design is based on the idea of finding unique identities. The creative process is as follows: 2.1) Concept Searching 2.2) Concept Analysis 2.3) Interpretation 2.4) Sketch Design 2.5) Learning for Development 2.6) Sketch Design Development 2.7) Creative Implementation 2.8). Exchange of learning and evaluation

Keywords: Identities, Artistic and local Culture Identities, Tourism Area, Chiang-khan District, Local Product Design

บทนำ

จังหวัดเลยเป็นจังหวัดหนึ่งในประเทศไทยที่มีสภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมและความเชื่อที่น่าสนใจและหลากหลาย ในรอบหนึ่งปีจึงมีนักท่องเที่ยวต่างก็เดินทางเข้ามาชื่นชมความงดงามเชิงธรรมชาติ เช่น ภูกระดึง ภูเรือ หรือเข้ามาสัมผัสความงดงามเชิงวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่มาจากประเพณีและความเชื่อทางพุทธศาสนาผสมผสานกับความเชื่อที่เป็นพื้นฐานของชาวบ้านที่มีการนับถือผีอย่างประเพณี ผีชนน้ำที่อำเภอเชียงคาน ประเพณีผีตาโชน อำเภอด่านซ้าย รวมถึงการเข้ามาสัมผัสกับประสบการณ์ใหม่กับการรับรู้ภาพของวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวบ้านริมสองฝั่งแม่น้ำโขงที่เป็นเส้นกั้นพรมแดนระหว่างไทยลาวที่ช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ และการพักผ่อนหย่อนใจได้เป็นอย่างดี

อำเภอเชียงคาน เป็นพื้นที่หนึ่งในจังหวัดเลยที่มีการพัฒนาไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวสัมผัสกับคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมริมฝั่งแม่น้ำโขงจำนวนมาก เช่นเดียวกับพื้นที่ของอำเภอเชียงคานก็มีผลงานศิลปะและวัฒนธรรมที่สะท้อนภาพของผู้คนหลายเผ่าพันธุ์ทั้งไทพวน ไทดำและญวนที่เข้ามาอยู่ในพื้นที่อันเนื่องมาจากสงครามและการอพยพจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมทั้งการจัดงานตามประเพณี 12 เดือน เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีผีชนน้ำ งานบุญออกพรรษา และในพื้นที่ยังมีการกำหนดเป็นย่านเศรษฐกิจและวิถีชีวิตเชิงการค้าบนถนนชายโขงทำให้เห็นภาพของอาคารแบบเรือนแถวที่ปลูกขึ้นสำหรับการค้าขายที่มีความโดดเด่น มีการประกอบอาชีพการทำมะพร้าวแก้ว เครื่องจักสาน ผ้าห่ม นวมใช้ในครัวเรือนและพัฒนาไปสู่การเป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีอาหารที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ เช่น จุ่ม กุ้งทอด ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจและสามารถเดินทางเข้ามาสัมผัสคุณค่าได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ยังมีวัดที่มีความเก่าแก่ที่เหมาะสมกับการเรียนรู้คุณค่าทั้งในเชิงเนื้อหาและรูปแบบทางศิลปกรรม เช่น วัดศรีคุณเมืองที่มีรูปแบบการก่อสร้างลิ่มแบบหลวงพระบางและท้องถิ่นผสมผสานอยู่ด้วยกัน มีการประดับตกแต่งโครงสร้างส่วนบนหลังคาด้วยปราสาทเพ็ญ ไบระกา ทางหงส์ โห่ (ช่อฟ้า) และการแกะสลักประตู มีการเขียน “ฮูปแต้ม” ลงบนผนังลิ่มที่มีเรื่องราวเกี่ยวกับพุทธประวัติ ไตรภูมิ พระเวสสันดรชาดกซึ่งอยู่ในทศชาติชาดก โดยช่างแต้มท้องถิ่น ส่วนวัดมหาธาตุก็มีการสร้างลิ่มแบบพื้นบ้าน และเขียนฮูปแต้มเกี่ยวกับนิทานพื้นบ้านและพุทธประวัติ

นอกจากนี้ยังมีพื้นที่ทางวัฒนธรรมอย่างหมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำที่มีการสร้างพื้นที่เป็นพิพิธภัณฑ์มีชีวิตที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมเช่นการประดิษฐ์ตุ้มนกตุ้มหนูและการละเล่นแซ่ปางได้ (ไทยโรจน์ พวงมณี, 2552, น. 199-203)

จากการที่กระแสวัฒนธรรมทุนนิยมตะวันตกได้แพร่ขยายไปทั่วโลกและเดินทางเข้ามาสู่ชุมชนท้องถิ่นในไทย มีอิทธิพลครอบงำกับศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นทั้งการเข้ามาทำลายประวัติศาสตร์ ขนบประเพณี คติ ค่านิยมและความเชื่อที่ยึดถือดั้งเดิมทำให้ชุมชนการท่องเที่ยวต้องมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงและพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับสังคมสมัยใหม่ที่กำลังเกิดขึ้น ในขณะที่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีก็ได้แสดงศักยภาพด้านการสื่อสารที่บ่งบอกถึงความทันสมัย ความสะดวกและรวดเร็ว (ณัฐกานต์ ลิ้มสถาพร, 2546, น. 1) ปรากฏการณ์เหล่านี้ทำให้ชุมชนต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์มาเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมดั้งเดิมที่หลงเหลืออยู่ผ่านการฟื้นฟู อนุรักษ์ และสร้างสรรค์ขึ้นมาใหม่

กล่าวถึงภาพลักษณ์ของพื้นที่การท่องเที่ยวในชุมชนที่มีวิถีวัฒนธรรมเฉพาะโดดเด่นและมีความแตกต่างอย่างอำเภอเชียงคานนั้น ถือว่าเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาสัมผัสกับคุณค่าความงาม โดยที่ชุมชนอาจมีการนำเสนอเนื้อหาเรื่องราวเกี่ยวกับการอนุรักษ์ศิลปะและวัฒนธรรม และการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยวของชุมชนนั้น ๆ (ณัฐกานต์ ลิ้มสถาพร, 2546, น.34-41) โดยที่นักท่องเที่ยวจะต้องช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยการสร้างมูลค่าเพิ่ม จากการนำอัตลักษณ์ชุมชนมาเป็นจุดขาย และตัวผลิตภัณฑ์ชุมชนจะต้องสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (เกษม ภูณาศรี และคณะ, 2560, น. 86-97) การออกแบบจึงถือว่ามีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนเพราะช่วยให้เกิดความสวยงาม น่าสนใจและยังช่วยกำหนดราคาได้สูงกว่าผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีการออกแบบ ซึ่งที่ผ่านมาชุมชนก็มีการส่งเสริมและพัฒนาจากหน่วยงานต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่องเพื่อการตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างทรงคุณค่า

จากการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มต่าง ๆ ของอำเภอเชียงคานยังไม่มี การพัฒนารูปแบบและการสร้างความน่าสนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เพียงพอ ดังนั้น บทบาทหน้าที่ของนักวิจัยจึงต้องมีความคิดสร้างสรรค์ด้วยการนำเนื้อหาเรื่องราวของชุมชน การท่องเที่ยวมาผ่านกระบวนการทำให้มีอัตลักษณ์เฉพาะที่สามารถสื่อสารและเป็นตัวแทนของพื้นที่การท่องเที่ยวได้ ส่วนการสื่อสารอัตลักษณ์ได้ด้นั้นนักออกแบบจะต้องเชื่อมโยงกับ

คุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมที่มีความเด่นในพื้นที่และจดจำได้ง่ายอาจเป็นรูปแบบสีเส้นหรือรูปทรง ซึ่ง อภิญา เพื่องฟูสกุล (2543, น. 4) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นเครื่องแสดงและสื่อสารลักษณะเฉพาะทางสังคมและวัฒนธรรม ถูกสร้างความหมายขึ้นมาเพื่อการรับรู้ร่วมกันของคนในชุมชนนั้น ๆ โดย ปรีดา เฉลิมเผ่า กอนันต์กุล (2545, น. 201-202) กล่าวว่า อัตลักษณ์เป็นตัวแทนของการสำนึกถึงการมีตัวตน การเน้นย้ำถึงการดำรงอยู่ทางปัญญาและอารมณ์ความรู้สึกของคนในชุมชนที่ก่อให้เกิดการกระทำขึ้น สำหรับอัตลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่นนั้นถือว่าเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงความพิเศษในเชิงรูปแบบและเนื้อหาของสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นบนฐานของภูมิปัญญาและการแก้ปัญหาจากกระบวนการทางสังคม โดยที่อัตลักษณ์เมื่อมีความชัดเจนมาระยะหนึ่งแล้วก็อาจเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบใหม่อันมีสาเหตุมาจากการตกลึกและกระแสหลักของสังคมด้วย (เครือจิต ศรีบุญนาถ, 2550, น. 16-17) ดังนั้น อัตลักษณ์ของศิลปะและวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคานจึงเป็นสิ่งที่คนในพื้นที่และคนนอกรับรู้ร่วมกันทั้งรูปแบบและเนื้อหาเรื่องราวผ่านเนื้อหาทางศิลปวัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้ เช่น การดำข้าวเหนียว ประเพณีฝั้นน้ำ วัฒนธรรมไผ่ดำที่มีการละเล่นแซ่บและการแต่งกาย กิจกรรมการใช้น้ำในแม่น้ำโขง เช่น ประเพณีผาสาดลอยเคราะห์ ประเพณีไหลเรือไฟ สถาปัตยกรรมบ้านและวัด สิบแต้ม การปั้นตกแต่งเรื่องเล่าและตำนาน งานหัตถกรรมเครื่องจักสานและการถักทอรวมถึงวิถีชีวิตการหาปลาในลุ่มน้ำโขงที่มีคุณค่าและสามารถสร้างประสบการณ์ได้ดีจากการเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับไปเป็นของที่ระลึก

จากที่กล่าวมาจึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาศิลปะและวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคานเพื่อนำมาสู่การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านการออกแบบลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านสำหรับการนำไปประกอบบนตัวผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาบริบทของศิลปะและวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษากระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากแนวคิดศิลปะและวัฒนธรรมพื้นที่การท่องเที่ยวเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

วิธีการศึกษา

1. ประเภทของการวิจัย

ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการสร้างสรรค์

2. ประชากรเป้าหมาย

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลศิลปะและวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จำนวน 10 คน กลุ่มผู้ผลิตสินค้าสำหรับให้แนวคิดในการออกแบบ จำนวน 13 คน และกลุ่มผู้ประเมินผลงานการออกแบบด้วยการสัมภาษณ์ จำนวน 7 คน รวม 30 คน ได้มาโดยวิธีการเจาะจง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต ภาพถ่าย การสนทนากลุ่ม และแบบประเมินผลงานการออกแบบ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งในกระบวนการเชิงทฤษฎีและการปฏิบัติ การออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านเทคนิควิธีการบาติก

5. การวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอข้อมูลโดยการพรรณนาเชิงวิเคราะห์

ผลการศึกษา

1. บริบทอำเภอเชียงคานจังหวัดเลย

1.1 บริบทพื้นที่ท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน

อำเภอเชียงคานมีภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำโขงติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ส่วนพื้นที่โดยรวมมีลักษณะลาดเทจากทิศใต้สู่ทิศเหนือ ด้านทิศตะวันออกเป็นที่ราบสูงอยู่ติดกับภูทอกและภูหม่อน ฤดูฝนฝนตกชุก ฤดูหนาวอากาศหนาวจัด และฤดูร้อนอากาศร้อนจัด อำเภอเชียงคานมีแหล่งน้ำธรรมชาติ สำหรับใช้อุปโภคและบริโภค การคมนาคมขนส่ง การจัดการท่องเที่ยว การประมงและการใช้น้ำจากแม่น้ำโขง แม่น้ำเลย และแม่น้ำเหือง สามารถเดินทางได้ทั้งรถโดยสารสาธารณะ รถรับจ้าง รถยนต์ส่วนบุคคลที่ทางหลวงหมายเลข 201 อำเภอเมืองเลย-อำเภอเชียงคาน ประชาชน

ส่วนใหญ่มีอาชีพที่หลากหลายแตกต่างกันไป เช่น ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ รับจ้างทั่วไป ค้าขาย การประมง และเกษตรกรรม นอกจากนี้ยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก ร้านอาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึก มีสถานศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระจายอยู่ทั่วไปในเขตการปกครองต่าง ๆ ของอำเภอเชียงคาน ด้านความเชื่อความศรัทธา นั้นประชาชนส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนามีการยึดมั่นและศรัทธาอย่างแรงกล้า โดยการไปวัด เพื่อฟังเทศน์ฟังธรรมทั้งในวันปกติและวันสำคัญทางศาสนา และยังมีพิธีกรรมเกี่ยวกับผีปูด ทำให้เห็นอยู่บ้าง สำหรับการดำเนินชีวิตนั้นยึดตามแนวทางฮีต 12 คอง 14 ที่มีการปฏิบัติ สืบทอดต่อกันมา ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตอำเภอเชียงคานนั้นมีหลากหลายลักษณะ ส่วนใหญ่ทำขึ้นมาเพื่อใช้สนับสนุนการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น ผ้าหม่นวมจากฝ้าย มะพร้าวแก้ว การทอผ้า การประดิษฐ์ต้นดอกไม้โตดำ ทำหน้าากากผิชนน้ำ และทอเสื้อก อย่างไรก็ตามพื้นที่การท่องเที่ยวอำเภอเชียงคานก็ได้มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยเน้น การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมผ่านถนนเส้นชายโขง รวมถึงพื้นที่ของวัฒนธรรม บ้านนาข้าวและบ้านนาป่าหนาดในการขายการท่องเที่ยว

1.2 อัตลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จากการศึกษาพบว่า อัตลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมของพื้นที่การท่องเที่ยวของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย มีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่อยู่บนพื้นฐานความเชื่อและความศรัทธาจึงส่งผล ทำให้ศิลปะและวัฒนธรรมมีความเรียบง่าย มีรายละเอียดดังนี้

1.2.1 พื้นที่ทางผลงานศิลปกรรม ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ทางศาสนาที่ถูก สร้างขึ้นมาบนพื้นฐานความเชื่อความศรัทธาทั้งที่เกี่ยวกับผีและพุทธ และวิถีการดำเนินชีวิต ของคนเชียงคานที่เชื่อมโยงเข้ากับการอพยพและการรับอิทธิพลมาจากการค้าขาย ประกอบด้วย



ภาพที่ 1 สถาปัตยกรรมบ้านกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ สถาปัตยกรรมบ้านทรงปันหย่า

ริมถนนชายโขง และสิมวัดท่าแขก

ที่มา: ผู้วิจัย

1) ผลงานสถาปัตยกรรม ประเภท สิม ศาลาการเปรียญ โดยช่างพื้นบ้าน จะมีการออกแบบลวดลายประกอบลงไปบนอาคารสถาปัตยกรรมให้เกิดความสวยงามด้วยการแกะสลักบนอิฐฉี่งา เจียงชาย ดังปรากฏอยู่ที่วัดมหาธาตุ วัดศรีคุนเมือง วัดท่าคก วัดป่าไผ่ ส่วนสถาปัตยกรรมที่อยู่อาศัยอย่างบ้านไทดำที่มีรูปแบบเรียบง่ายทำจากไม้ไผ่และหญ้าคา ในการมุงหลังคา และบ้านทรงปั้นหยาที่รับอิทธิพลมาจากเมืองหลวง

2) stupādām เป็นการเขียนแบบโบราณที่นำเรื่องราวทางพุทธศาสนาและพุทธประวัติมาใช้ในการเขียนเล่าเรื่อง ส่วนใหญ่เขียนบนผนังด้านนอกโดยใช้สีฝุ่น ดังปรากฏให้เห็นที่วัดมหาธาตุด้านหน้าของศาลาการเปรียญ นอกจากนี้ยังมีการเขียนstupādāmโดยใช้วิธีการและสื่อสมัยใหม่เข้าไปเขียนบนผนังทั้งด้านในและด้านนอกอาคารเพื่อการตกแต่งและให้ญาติโยมที่มาทำบุญที่วัดได้เกิดการรับรู้และเข้าถึงเรื่องราวของพระพุทธองค์ ดังปรากฏภาพเขียนที่วัดศรีคุนเมืองและวัดป่าไผ่



ภาพที่ 2 ผลงานจิตรกรรมฝาผนังวัดศรีคุนเมือง ผลงานประติมากรรมแบบท้องถิ่น และstupādāmวัดมหาธาตุ
ที่มา: ผู้วิจัย

3) ประติมากรรม ส่วนใหญ่เป็นพระพุทธรูปใหญ่ที่เป็นพระประธานของวัดมีการสร้างขึ้นโดยใช้วัสดุและวิธีการแบบโบราณในลักษณะปูนปั้นโดยช่างพื้นบ้าน โดยมีรูปแบบของพระพุทธรูปมาจากภาคกลาง นอกจากนี้ยังมีการสร้างประติมากรรมที่มีเนื้อหาเรื่องราวสัมพันธ์กับพุทธศาสนา เช่น การปั้นรูปนาคตามแนวรวาบันได ดังเช่นทางขึ้น สิม วัดมหาธาตุ วัดศรีคุนเมืองและวัดป่าไผ่ และยังมีการสร้างประติมากรรมรูปยักษ์สองตนประดับไว้บริเวณทางขึ้น

4) ผลงานหัตถกรรมที่ผลิตโดยช่างพื้นบ้าน เช่น ผ้าหม่นวมที่นำเอาฝ้ายที่ปลูกตามหัวไร่ปลายนามาเป็นองค์ประกอบสำคัญในการผลิต และหัตถกรรมสิ่งทอของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำอย่างเช่นผ้าทอลายแดงโมและผ้าทอลายนางหาญ ซึ่งเป็นผ้ามัดหมี่จาก

ฝ่ายและไหมที่นำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับนาค และตำนานของผู้หญิงไทดำ 3 คนที่ต้องการ
ทอผ้าเพื่อถวายผีเจ้านาย



ภาพที่ 3 วัฒนธรรมการเล่นรอบต้นปางของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ
และประเพณีการแห่ผาสาทลอยเคราะห์
ที่มา: ผู้วิจัย

1.2.2 พื้นที่ทางประเพณีและวัฒนธรรม เป็นพื้นที่ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ
มีช่วงเวลาและพิธีกรรมในการสื่อสารและนำเสนอขึ้นมาผ่านผู้นำทางจิตวิญญาณของชุมชน
และถูกนำมาเป็นจุดขายเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1) ประเพณีผีขนน้ำ จัดขึ้นในพื้นที่ของบ้านนาข้าวช่วงเดือนพฤษภาคม
ของทุกปี มีความเกี่ยวเนื่องกับการเลี้ยงศาลปู่ตาประจำปีและงานบุญบังไฟที่ชุมชนถือปฏิบัติ
มาอย่างต่อเนื่อง เป็นงานบุญที่ชาวบ้านต้องมาประกอบพิธีกรรมที่ศาลปู่ตาเพื่อให้เจ้าปู่ลง
มาประทับร่างทรงที่เรียกว่าบ่วงนางและนางเทียม โดยเจ้าปู่จะอบรมสั่งสอนชาวบ้านในสิ่งที่
ได้ทำผิดพลาดไปพร้อมกับการอวยชัยให้พรให้ชาวบ้านอยู่อย่างมีความสุข ผลผลิตทาง
การเกษตรอุดมสมบูรณ์ ฝนตกต้องตามฤดูกาล ซึ่งผีขนน้ำถูกประดิษฐ์สร้างขึ้นมาร่วมใน
พิธีกรรมแทนสัญลักษณ์ของควายที่เป็นเครื่องมือในการช่วยทำนาทำไร่ของชาวบ้าน เพื่อให้
เจ้าปู่มีความโปรดปราน ทั้งนี้ในพิธีกรรมเจ้าปู่จะร่วมฟ้อนด้วย



ภาพที่ 4 วัฒนธรรมผีขนน้ำบ้านนาข้าว อำเภอเชียงคาน
ที่มา: ผู้วิจัย

2) ประเพณีการลอยผาสาดลอยเคราะห์ ชาวบ้านจัดขึ้นหลังวันออกพรรษา เพื่อการลอยเคราะห์ลอยโศกของตนเองในรอบปีที่ผ่านมา รวมถึงลอยเคราะห์ลอยโศกของหมู่บ้านให้ลอยไปกับแม่น้ำโขง วิธีการลอยนั้นผู้ลอยจะเดินลงไปที่ชายตลิ่งแม่น้ำโขงและลอยผาสาดลงไป เมื่อลอยไปแล้วจะไม่หันกลับไปมอง ผาสาดลอยเคราะห์ที่นำมาใช้ประกอบพิธีกรรม มี 2 รูปแบบคือ ผาสาดที่ทำขึ้นจากกาบกล้วยและใบตองมีการตกแต่งด้วยดอกฝั่ขนาดเล็กใช้สำหรับนำไปลอยเคราะห์ในแม่น้ำโขง ส่วนผาสาดกระทรงสามเหลี่ยมขนาดใหญ่ที่มีการจัดด้วยอาหารคาวหวานจะใช้ประกอบพิธีกรรมหลักของการลอยผาสาด

3) ประเพณีแห่ต้นดอกไม้เข้าผาม จัดขึ้นหลังวันสงกรานต์ มีเป้าหมายเพื่อการขอขมาลาโทษต่อพระพุทธองค์ อันเนื่องจากการอัญเชิญพระพุทธรูปมาให้ชาวบ้านได้สรงน้ำพระเนื่องในวันสงกรานต์ จึงได้มีการจัดงานขึ้นมาโดยนำต้นดอกไม้ที่ร่วมกันประดิษฐ์ร่วมขบวนแห่แหนไปรอบหมู่บ้านและไปจบขบวนแห่ที่วัดโพธิ์ศรีอันเป็นพื้นที่ทำพิธีกรรมถวายต้นดอกไม้

4) วัฒนธรรมการตักบาตรข้าวเหนียว พระสงฆ์จะเริ่มออกบิณฑบาตเวลา 06.00 น. และจะกลับถึงวัดเวลา 07.00 น. ใส่เฉพาะข้าวเหนียว โดยมีเงื่อนไขการตักบาตรที่ถูกสอนมาว่า “ให้ยกข้าวทูนหัวเพื่ออธิษฐาน ตั้งจิตถวายข้าวต่อพระพุทธ พระธรรม พระสงฆ์” ซึ่งในการตักบาตรนั้นชาวบ้านก็ต้องนอบน้อม เพื่อแสดงความเคารพศรัทธาต่อพระรัตนตรัย โดยชาวบ้านผู้ตักบาตรต้องถอดรองเท้ายืนบนพื้นไม้ไผ่ยืนบนรองเท้า

5) วัฒนธรรมการแซ่ปาง พิธีกรรมการแซ่ปางมีการประกอบพิธีในวันขึ้น 1 ค่ำ เดือน 3 และเดือน 6 ที่คนไทดำที่จะต้องแสดงออกถึงความเคารพต่อหม่อมดประจำหมู่บ้านที่เป็นตัวแทนสื่อสารกับผีบรรพบุรุษและผีเจ้านาย หม่อมดจะมีการสวมเสื้อฮี ซึ่งเป็นเสื้อแขนยาวสีดำ และมีการสวมขิ่นสีดำ มือถือดาบ พร้อมกับการขับร้องรำยมนตร์เป็นทำนองเพื่อการอัญเชิญผีเจ้านายและผีบรรพบุรุษที่ชาวไทดำนับถือมารับเครื่องเซ่นไหว้ โดยชาวบ้านที่เข้าร่วมพิธีกรรมจะมีการร่ายรำไปรอบ ๆ ต้นปาง

2. กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากแรงบันดาลใจทางศิลปะและวัฒนธรรมเมืองเชียงคาน พบว่า

2.1 แรงบันดาลใจ

มาจากหลากหลายทางศิลปะและวัฒนธรรมของพื้นที่ทั้งที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชาติพันธุ์ การแสดงออกทางวัฒนธรรมผ่านประเพณีผาสาดลอยเคราะห์ การละเล่นแซ่ปางของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยดำ และพิธีกรรมผีขนน้ำ เรื่องเล่าเกี่ยวกับตำนาน

แก่งคุศุ์เรื่องจึงซึ่งดั่งแดง ถนนชายโขงที่เป็นพื้นที่การค้าขายและพื้นที่การท่องเที่ยวโดยพื้นที่แต่ละพื้นที่ ถ้ามีการนำมาสร้างสรรค์ลวดลายที่ต่อเนื่องกันหรือนำเหตุการณ์หลายเหตุการณ์มาอยู่บนพื้นที่เดียวกัน ก็จะส่งผลให้เกิดความงามและเกิดคุณค่าของวัฒนธรรมที่นำเอาไปประยุกต์บนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้

2.2 แนวคิดในการออกแบบ ผู้วิจัยนำแนวคิดเกี่ยวกับความเรียบง่ายในวิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่หลากหลายมาใช้ในการออกแบบลวดลายให้เกิดเป็นเนื้อหาเรื่องราวในลักษณะต่อเนื่องและมีจังหวะที่เหมาะสมบนผืนผ้าทอพื้นบ้านด้วยการใช้เทคนิคบาติกที่มีลักษณะของการกันเส้นเทียน การระบายสีที่ซึมและการผสมสี โดยการระบายสีจะระบายลงในช่องว่างของเส้นเทียน อันจะช่วยสร้างมิติใหม่ของการนำเสนอผ่านผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนผ่านลวดลายที่สร้างขึ้น

2.3 การตีความหมายศิลปะและวัฒนธรรมเมืองเชียงคานเพื่อการออกแบบ

ศิลปะและวัฒนธรรมอำเภอเชียงคานเป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นบนฐานจากนัยยะทางการสื่อสารความคิดและประสบการณ์ของคนในพื้นที่เกี่ยวกับวัตถุสิ่งของทั้งที่มีความหมายตรงและความหมายเชิงประหวัด เช่น วัด สื่อความหมายถึงพื้นที่ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา นอกจากนี้ยังมีการนำเอาวัฒนธรรมการแข่งขานและต้นปางที่สื่อความหมายถึง การประกอบพิธีกรรมและการละเล่นในพิธีกรรมการรักษาและการเรียกขวัญของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ ตุ่มนก ตุ่มหนู สื่อความหมายถึงเครื่องรางของขลังที่ชาวไทดำนำมาติดไว้ที่บริเวณหน้าบ้านเพื่อขับไล่สิ่งไม่ดีออกไปจากชีวิตและครอบครัวและเสริมความเป็นสิริมงคลด้วยมาใช้ในการสร้างรูปแบบและความหมาย รวมถึงวัฒนธรรมที่เป็นจุดสำคัญคือการตักบาตรข้าวเหนียวที่ต้องการสื่อความหมายถึงการประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อและหลักการในพุทธศาสนาอันเป็นการแสดงให้เห็นถึงการเป็นพุทธศาสนิกชนที่ดี ส่วนรูปภาพของผีขนน้ำ ต้องการสื่อความหมายถึงสิ่งที่เป็นองค์ประกอบหลักในการประกอบพิธีกรรมเลี้ยงเจ้าปู่จิรमानพระจำบ้านนาข้าว โดยมีบัวนางเป็นร่างทรงของเจ้าปู่โดยเมื่อเจ้าปู่ประทับร่างและหลังประกอบพิธีกรรมเสร็จแล้วจะมีการพ้อนร่วมกับผีขนน้ำตามจำนวนที่เจ้าปู่แจ้งไว้ให้กับผู้นำชุมชน ซึ่งสิ่งต่าง ๆ ที่นำมาประกอบสร้างขึ้นจนเกิดเป็นภาพของการออกแบบลวดลายก็สามารถเล่าที่มาเชิงพื้นที่ ประวัติศาสตร์ และความเชื่อที่อยู่ในผลงานที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาได้

2.4 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์พื้นที่การท่องเที่ยวอำเภอ เชียงคาน

ผลการศึกษาพบว่า กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์พื้นที่การท่องเที่ยว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลยมีกระบวนการดังนี้

2.4.1 ขั้นตอนการกำหนดประเด็นปัญหาและการสืบค้นข้อมูลศิลปะและวัฒนธรรมเมืองเชียงคาน เป็นปัญหาที่มาจากชุมชนที่ต้องการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคานในฐานะเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในพื้นที่การท่องเที่ยวยังไม่สามารถที่จะแสดงอัตลักษณ์ของอำเภอเชียงคานได้อย่างชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยได้มีการศึกษาเอกสาร และการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งข้อมูลเชิงหลักการและภาพถ่ายศิลปะและวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอเชียงคานเพื่อนำสู่การเรียนรู้วิเคราะห์และตีความข้อมูลต่อไป

2.4.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล การสังเคราะห์ข้อมูล และการตีความหมายศิลปะและวัฒนธรรมเมืองเชียงคาน มีการนำผลการศึกษามาจัดระบบข้อมูลและวิเคราะห์สังเคราะห์ออกมาเพื่อให้เห็นถึงความเชื่อ สัญลักษณ์ รูปแบบของศิลปะและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในลักษณะของบทสรุปของอัตลักษณ์ เช่น ความเรียบง่ายของการดำเนินชีวิต ความหลากหลายเชิงรูปแบบของศิลปะและวัฒนธรรม การอยู่ร่วมกันของวัฒนธรรม ซึ่งชาวบ้านและนักท่องเที่ยวรับรู้ร่วมกัน

2.4.3 การสร้างแนวคิดเพื่อการออกแบบ เป็นกระบวนการนำเอาเนื้อหาเรื่องราวหรือองค์ประกอบที่ได้จากการวิเคราะห์และการตีความแล้วมาสู่การกำหนดเนื้อหาเรื่องราว การใช้เทคนิควิธีการในการสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ โดยอยู่บนแนวคิดที่ว่า ความเรียบง่ายของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ประกอบกันขึ้นด้วยการจัดวางองค์ประกอบของภาพแบบเล่าเรื่องจากความหลากหลายเรื่องราวและมาสู่การสร้างงานผ่านเทคนิคบาติก

2.4.4 การออกแบบร่าง เป็นกระบวนการนำแนวความคิดที่ยังเป็นนามธรรมและยังเป็นข้อความมาสู่การสร้างรูปแบบ ผ่านการร่างและการจัดองค์ประกอบเป็นภาพร่างจำนวนมากเพื่อนำไปคัดเลือกภาพที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และเทคนิคการสร้างงานบาติก เมื่อได้แบบที่ต้องการแล้วก็นำไปทดลองปฏิบัติงานสร้างต้นแบบจริง



ภาพที่ 5 การออกแบบร่างลวดลายจากอัตลักษณ์ศิลปะและวัฒนธรรมพื้นที่

การท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ที่มา: ผู้วิจัย

2.4.5 การทดลองปฏิบัติการและการประเมินผลการออกแบบ เป็นกระบวนการนำแบบร่างที่มีความลงตัวมาสู่การปฏิบัติการจริงโดยใช้กรณีเทคนิคการสร้างลวดลายบาติก พร้อมกับการประเมินผลการออกแบบโดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิมาให้แนวคิดเพื่อพัฒนาและปรับปรุงต่อไป ซึ่งพบว่า 1) ด้านเนื้อหาของลวดลายสามารถแสดงอัตลักษณ์ของเชียงคานได้ชัดเจนอยู่ในระดับมาก 2) ด้านรูปแบบการจัดวางเน้นความกลมกลืนและเอกภาพของเนื้อหา ใช้สีฟ้าเป็นโครงสร้างสีหลักของผืนผ้าทำให้เกิดความสวยงามอยู่ในระดับมาก 3) ด้านการสื่อความหมายพบว่ามี การผสมผสานอยู่ในระดับมาก



ภาพที่ 6 ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์พื้นที่การท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน

ที่มา: ผู้วิจัย

สรุปและอภิปรายผล

1. อัตลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงคานถูกนำเสนอในลักษณะของเมืองโบราณร้อยปีและเมืองที่มีประวัติศาสตร์ร่วมกับอาณาจักรล้านช้างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมบนพื้นฐานของความเรียบง่าย โดยศิลปะและวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคานนั้นมีทั้งวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น ศิลปะ อาหาร เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย สถาปัตยกรรม ประติมากรรม อาคาร

สิ่งก่อสร้าง และวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้อย่างภาษา ศิลธรรม จริยธรรม ศาสนา และความเชื่อท้องถิ่นที่ชุมชนยึดถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดต่อเนื่องกันมา (สุภาวดี สำราญ และคณะ, 2553, น. 78) ชุมชนมีการนำเอาศิลปะและวัฒนธรรมมาสู่การจัดการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2529 ด้วยการนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมสองฝั่งโขง การรับประทานอาหารพื้นบ้าน เช่น มะพร้าวแก้ว กุ้งเสียบ กุ้งเต้น ปลาเนื้ออ่อนลวกจิ้ม และเมี่ยงคำ ร่วมกิจกรรมตามความเชื่อและศาสนาของชุมชน เช่น การใส่บาตรข้าวเหนียว การละเล่นแซ่บของของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำและงานบุญออกพรรษา (พระไพโรจน์ จิตตตทนต์ และกัญจน์ วงศ์อาจ, 2555, น. 1) ซึ่งแต่ละประเพณีก็จะแสดงอัตลักษณ์ทางศิลปะและวัฒนธรรมเฉพาะพื้นที่ออกมา ซึ่ง วันทกัญจน์ สิริมาโรจน์ฤทธิ์ และสุวิชา ศรีถาน (2555, น. 1-12) กล่าวว่า อัตลักษณ์เชิงคานมาจากวิถีชีวิต เช่น อาหารอย่างข้าวปุ้นน้ำแจ่ว การทำผ้าหม่นวม การแต่งกาย ส่วนอัตลักษณ์ของอาคารสถาปัตยกรรมนั้นถูกนำเสนอผ่านบ้านไม้เรือนแถวแบบบ้านชั้นเดียวและเรือนแถวสองชั้นที่อาจก่อสร้างแบบครึ่งไม้ครึ่งปูนแบบโบราณเช่นเรือนปั้นหยารหรือบ้านสมัยใหม่ ซึ่ง วันทกัญจน์ สิริมาโรจน์ฤทธิ์ และสุวิชา ศรีถาน (2555, น. 1-12) กล่าวว่า การสืบทอดวัฒนธรรมของเชียงคานนั้นมีการรับอิทธิพลมาจากหลวงพระบางนับแต่อดีตผสมผสานกับศิลปะและวัฒนธรรมของคนในพื้นที่เองทำให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะขึ้น และผลการวิจัยของ สุรัชย์ จันทร์จรัส และอาร์ม นาครทรรพ (2556, น. 146-147) ที่พบว่า อัตลักษณ์ของอำเภอเชียงคานจากวัดพื้นบ้านและประเพณีทางศาสนาที่แตกต่างจากพื้นที่อื่นทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเดินทางเข้ามา ซึ่งศิลปะและวัฒนธรรมเหล่านี้ช่วยสร้างบรรยากาศของพื้นที่การท่องเที่ยวเฉพาะพื้นที่ผ่านจินตภาพที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้คนที่อยู่ในพื้นที่นั้น

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากอัตลักษณ์เชิงคาน

การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนมีกระบวนการเฉพาะที่สำคัญ จากการศึกษาผู้วิจัยมีประเด็นในการอภิปรายดังนี้

2.1 กระบวนการออกแบบ

การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นก่อนออกแบบจำเป็นต้องมีการวางแผนการดำเนินการศึกษาพร้อมกับการค้นหากระบวนการและขั้นตอนที่ชัดเจน ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจในศิลปะและวัฒนธรรมที่จะนำมาใช้ จากการศึกษาพบว่าการออกแบบมีกระบวนการดังนี้ 1) การค้นหาแนวคิด 2) การวิเคราะห์แนวคิด 3) การตีความหมาย

4) การออกแบบร่าง 5) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อการพัฒนา 6) การพัฒนาแบบร่าง 7) การดำเนินการสร้างสรรค์ 8) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการประเมินผลงาน สอดคล้องกับผลการดำเนินการวิจัยของ ดวงรัก รัตนพันธุ์ และชัชวาลย์ รัตนพันธุ์ (2560, น. 1-14) ที่พบว่า กระบวนการออกแบบนั้นนักออกแบบต้องมีการศึกษาพื้นที่ การเก็บข้อมูลจากแหล่งปฐมภูมิหรือทุติยภูมิ กำหนดแนวคิดจากการวางเนื้อหา การใช้วัสดุ และวิธีการผลิต ซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการที่จะนำมาสู่การสร้างต้นแบบที่มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เกษม กุณาศรี และคณะ (2560, น. 86-97) ที่พบว่า การสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์นั้นต้องผ่านขั้นตอนดังนี้ 1) ขั้นการค้นหาคีย์ภาพและอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยการลงพื้นที่ศึกษา สังเกตและตั้งคำถามเพื่อการสืบค้น เช่น ชุมชนมีอัตลักษณ์อะไรบ้าง จะนำอัตลักษณ์มาใช้อย่างไร และจะเกิดผลลัพธ์อย่างไรบ้าง 2) ขั้นการตัดสินใจเลือกอัตลักษณ์ที่เหมาะสมที่อยู่บนหลักการจากเป้าหมายของตัวผลิตภัณฑ์ ความเหมาะสมที่จะทำเป็นผลิตภัณฑ์ ความงามของอัตลักษณ์ ความสนใจของนักท่องเที่ยว ความแปลกใหม่ และการสื่อสาร 3) ขั้นการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 4) ขั้นการทดสอบทางการตลาด



ภาพที่ 7 ผลงานการออกแบบลวดลายบนผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากแนวคิดของอัตลักษณ์เชียงใหม่
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 8 ผลงานการออกแบบลวดลายบนผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากแนวคิดของอัตลักษณ์เชิงคน
ที่มา: ผู้วิจัย

2.2 เนื้อหาเรื่องราวในการออกแบบ

ผู้วิจัยเลือกต่อยอดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านโดยการสร้างเนื้อหาเรื่องราวผ่านลวดลายที่ได้มาจากสังเคราะห์และตีความมาถ่ายทอดลงบนผืนผ้าผ่านเทคนิคการปักด้วยการจัดองค์ประกอบศิลป์โดยนำเรื่องราววิถีชีวิตชายโขง การละเล่นผิชนน้ำ ต้นปางของไทดำ การตักบาตรข้าวเหนียว ประเพณีการไหลเรือไฟ ประเพณีการลอยผาสาดลอยเคราะห์ อาคารสถาปัตยกรรมลิม ศาลาการเปรียญ บ้านและอาคารเรือน มาจัดวางในจังหวะและตำแหน่งที่เหมาะสม โดยเน้นย้ำให้รายละเอียดของเนื้อหาสามารถเรียนรู้ได้ในระยะเวลาอันสั้น สอดคล้องกับ คักดีสิทธิ์ คำหล่ง และศุภรัก สุวรรณวัจน (2560, น. 24-39) ที่กล่าวว่า การออกแบบให้มีลักษณะเฉพาะพื้นที่นั้นจะต้องดึงอัตลักษณ์เด่นของเรื่องราวเฉพาะพื้นที่ออกมา แล้วตีความใหม่ออกมาเป็นรูปร่าง รูปทรง สืบตามจินตนาการของนักออกแบบ เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ เกษม กุณาศรี และคณะ (2560, น. 86-97) ที่พบว่า อัตลักษณ์ของเรื่องราวได้มาจากการสืบค้นหาความเด่นของชุมชน เมื่อได้มาแล้วนักออกแบบจะต้องนำมาสู่การคิดวิเคราะห์ถึงความเหมาะสม และความเป็นไปได้ในการนำเรื่องราวเหล่านั้นมาใช้ในการออกแบบร่าง มีการเพิ่มเติมเสริมแต่งเข้าไปและนำสู่กระบวนการผลิตต่อไป

อย่างไรก็ตามจากการดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนค้นพบว่าเป็นเทคนิคการสร้างสรรคลวดลายในลักษณะจิตรกรรมที่สามารถเล่าเรื่องราวและสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ โดยนักท่องเที่ยวเห็นว่ามี vẻเด่นและแตกต่าง ผ่านการคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ ดังคำกล่าวที่ว่า “การนำวัฒนธรรมของอำเภอเชียงคานมาผ่านการออกแบบเป็นลายเส้นด้วยการเขียนเขียนและลงสีช่วยให้ผ้าเกิดความสวยงามและมี

ความน่าสนใจ อาจนำมาสู่การทำให้เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวให้กับโฮมสเตย์ได้” อาจกล่าวได้ว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่นำเสนออัตลักษณ์จึงเกิดขึ้นจากกระบวนการถูกผลิต (Produced) การถูกบริโภค (Consumed) และการถูกควบคุมจัดการ (Regulated) ภายใต้วัฒนธรรมพร้อมกับการสร้างความหมายต่าง ๆ ผ่านระบบการสร้างภาพตัวแทน (Symbolic Systems of Representation) ลงไปในผลงาน (พีรวัส เจนตระกูลโรจน์, 2560 น. 33-35) ซึ่งจากผลการออกแบบลวดลายที่ออกมาเป็นลายเส้นที่เรียบง่าย การลงสีเป็นแบบระบาย การจัดวางเป็นไปอย่างอิสระ สามารถมองเห็นหลายเรื่องราวในพื้นที่เดียวกันจึงทำให้เกิดความสวยงาม สื่อความหมายได้และน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ มารีญา ทรงปัญญา (2561, น.462-472) ที่พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ที่ดีนั้นนักออกแบบจะต้องผ่านกระบวนการเพิ่มใส่ (Add) การผสมรูปแบบ (Combine) การลดทอน (Subtract) และการย่อให้ดูง่าย (Simplified) ให้มีความเรียบง่ายเหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ชุมชนจนนำไปสู่การรับรู้และจดจำของนักท่องเที่ยวได้ง่าย อาจกล่าวได้ว่าความงามของการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ต้องอ้างอิงกับเนื้อหาเรื่องราวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน โดยนักออกแบบจะต้องเข้าใจกระบวนการในการแปรเปลี่ยนภาพที่เป็นจริงมีมิติจริงไปสู่ภาพในเชิงลายเส้นหรือกราฟิกที่มีเพียงสองมิติเพื่อให้เข้าถึงการรับรู้ของกลุ่มผู้บริโภคในทุกกลุ่มอายุและอาชีพได้ง่าย

รายการอ้างอิง

- เกษม กุณาศรี และคณะ. (2560). “การเลือกอัตลักษณ์ท้องถิ่นสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจบ้านห้วยชุมพู่”. วารสารวิจัยและพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 10, 4: 86-97.
- เครือจิต ศรีบุญนาท. (2550). *ดนตรีในพิธีกรรมชนเผ่าดั้งเดิมสายตระกูลมอญ-เขมร*. สุรินทร์: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์.
- ไทยโรจน์ พวงมณี. (2552). *การวิจัยและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรของชุมชนท้องถิ่นสำหรับการนำเสนอภาพลักษณ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงศิลปกรรมท้องถิ่นเพื่อการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. เลย: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- ณัฐกานต์ ลิ้มสถาพร. (2546). *Culture for Sale*. กรุงเทพฯ: เลิฟ แอนด์ลิฟ.

ดวงรัก รัตนพันธุ์ และ ชัชวาลย์ รัตนพันธุ์. (2560). “การออกแบบของที่ระลึก: การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน”. วารสารนาครบุตรปริทรรศน์, 9, 1: 1-14.

ปรีดา เฉลิมเผ่า กอนันตกุล. (2545). อัตลักษณ์ซ้อนของนักมนุษยวิทยาในบ้านเกิด.

คนใน: ประสบการณ์ภาคสนามของนักมานุษยวิทยาไทย. กรุงเทพฯ:

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 201-202.

พระไพโรจน์ จิตตพินโท และ กัญจน์ วงศ์อาจ. (2555). การมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง: กรณีศึกษาเชียงคานโมเดลด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.

ค้นเมื่อ 14 สิงหาคม 2555. เข้าถึงจาก

<http://www.slideshare.net/pentanino/ss-13506355>

พีรวัส เจนตระกูลโรจน์. (2560). แนวทางการออกแบบโฮสเทลที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของ

จังหวัดกาญจนบุรี: กรณีศึกษาโฮสเทลพาสุข. วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต

สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและการจัดการโรงแรมและอสังหาริมทรัพย์

มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มาริญา ทรงปัญญา. (2561). “การออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อป

จากวัฒนธรรมพื้นถิ่นอีสานสู่รูปแบบความร่วมมือ”. การประชุมวิชาการ

ระดับชาติ ศิลปกรรมวิจัย ครั้งที่ 4 อัตลักษณ์ศิลปกรรมจากรากสู่โลก. 13-14

กรกฎาคม 2561, 462-472.

วันทกาญจน์ สีมารุทธิ์ และ สุวิชา ศรีถาน. (2555). “การค้นหาอัตลักษณ์ทาง

การท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนเชียงคาน จังหวัดเลย”. การประชุมทาง

วิชาการระดับชาติ อุบลวัฒนธรรมครั้งที่ 2 กิน เที่ยว เล่น. มหาวิทยาลัย

อุบลราชธานี ร่วมกับเครือข่ายทางวิชาการ วันที่ 27-29 มกราคม 2555

ณ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี, 1-12.

ศักดิ์สิทธิ์ คำหลวง และ ศุภรัก สุวรรณวัจน. (2560). การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรชุมชน

กาดกองต้าโดยใช้ทฤษฎีสัญศาสตร์ต่อการรับรู้ทุนวัฒนธรรมชุมชนกาดกองต้า

จังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการศิลปสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร,

8, 1: 24-39.

สุภาวดี สำราญ, ณัฐพล ตันมิ่ง, และ วรากรณ์ ใจน้อย. (2553). การวิจัยและพัฒนา
ศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการบริหารจัดการท่องเที่ยวและส่งเสริม
การท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน. เลย: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเลย.

สุรัชย์ จันทร์จรัส และ อาร์ม นาครทรพ. (2556). “ปัจจัยที่มีต่อระยะเวลาการกลับมา
เที่ยวซ้ำเชียงคานของนักท่องเที่ยว”. วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง, 9, 3: 145-166.

อภิญา เฟื่องฟูสกุล. (2543). “แนวคิดหลักทางสังคมวิทยาเรื่อง อัตลักษณ์ (Identity)”.

เอกสารประกอบการประชุมทางวิชาการระดับชาติ สาขาสังคมวิทยา ครั้งที่ 1.

จัดโดยคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาวิชาสังคมวิทยา สำนักคณะกรรมการ
วิจัยแห่งชาติ ณ โรงแรมมิราเคิลแกรนด์ คอนเวนชั่น กรุงเทพฯ 15-16 ธันวาคม
2543, 4.

