



ปีที่ 4
ฉบับที่ 3

DEC
JOURNAL
Art and Design

DEC Journal : Art and Design
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ISSN: 3088-1277 (print) ISSN: 3088-1323 (online)

กัญยาน
-
ธันวาคม
2568



DEC
JOURNAL
Art and Design

รายนามคณะบรรณาธิการ

DEC Journal : Art and Design

ที่ปรึกษา

- รองศาสตราจารย์อาวิน อินทร์ชัย
คณบดีคณะมัณฑนศิลป์
- รองศาสตราจารย์สน สีมাত্রัง
คณาจารย์ประจำคณะมัณฑนศิลป์
- ศาสตราจารย์เกียรติคุณสุชาติ เกาทอง
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

บรรณาธิการ

- รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย อารีรุ่งเรือง
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

- ศาสตราจารย์ ดร.พัชรา อุทิศวรรณกุล
คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตต์ อินทร์คง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการออกแบบ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
- รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- รองศาสตราจารย์ ดร.รงค์กร อนันตศานต์
คณะจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

- รองศาสตราจารย์วีระจักร์ สุเอ็นทรเมธี
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Dr.Bridget Tracy Tan
Nanyang Academy of Fine Arts, University of the Arts, Singapore

กองบรรณาธิการจากผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โกเมศ กาญจนพ่ายัพ
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- อาจารย์ ดร.จิรายุ พงส์วรุตม์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

เลขานุการคณะบรรณาธิการ

- นางสาวรัตนภรณ์ แก้วไขควั่น

ผู้ช่วยเลขานุการคณะบรรณาธิการ

- นางสาวมุกดา จิตพรมมา
- นางสาวกณิศา คุณภัทรชนนทร

ออกแบบปกและจัดรูปเล่ม

- อาจารย์ ดร.จิรายุ พงส์วรุตม์

จัดพิมพ์รูปเล่ม

- บริษัท โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์ จำกัด
113/13 ซอยวัดสุวรรณคีรี ถนนบรมราชชนนี
แขวงอรุณอมรินทร์ เขตบางกอกน้อย
กรุงเทพมหานคร 10700

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความประจำฉบับ

- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชาม จาตุรงคกุล
หลักสูตรการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิบูล ไวกิจตรกรรม
สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นันทพัชร น้อยสวัสดิ์
สาขาวิชาการออกแบบสื่อสาร คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณพร ชูจิตารมย์
อาจารย์ประจำคณะดิจิทัลอาร์ต มหาวิทยาลัยรังสิต
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อานุกาฬ จันทรมพร
ภาควิชาประยุกต์ศิลปศึกษา คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สະມາກຣຸນ ຄຳຍຳວິເຊີຍ
ภาควิชาศิลปะและการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร
- ศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตต์ อินทร์คง
สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ ภาควิชาศิลปะการออกแบบและเทคโนโลยี
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- รองศาสตราจารย์ ดร.दनัย เรียบสกุล
หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิทยศ สรรคบุรานุรักษ์
ภาควิชาศิลปศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ต้นาลาว
หลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิพัชร์ วิจิตสถิตรัตน์
ภาควิชาศิลปศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รัชชัย ช่างเกวียน
สาขาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

- รองศาสตราจารย์ ดร.รงค์กร อนันตสานต์
ภาควิชาศิลปะไทย สาขาวิชาการออกแบบ คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมพร แต่มประสิทธิ์
วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
- รองศาสตราจารย์ ดร.สิทธิธรรม โรหิตะสุข
ภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อินทิรา พรหมพันธุ์
สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรัชญา วันจันทร์
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบพัฒนารมณ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- อาจารย์ ดร.อรภาวดี เสรีวัฒนา
ภาควิชาการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- อาจารย์ธนาคม สิทธิรัฐกร
ภาควิชาการออกแบบแฟชั่น คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

บทบรรณาธิการ

ขอน้อมกราบถวายอาลัย พระผู้เสด็จสู่สวรรคาลัย
ด้วยสำนึกในพระมหากรุณาธิคุณอันหาที่สุดมิได้
ธ สถิตในดวงใจไทยนิรันดร์
สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง

ข้าพระพุทธเจ้า คณะผู้บริหารคณะมัณฑนศิลป์
พร้อมด้วยกองบรรณาธิการวารสาร บุคลากร นักศึกษา

สำหรับวารสาร DEC Journal : Art and Design ฉบับนี้ มีบทความวิจัย 4 บทความ และบทความวิชาการ 3 บทความ ดังนี้

ลักษณะเฉพาะในงานกราฟิกญี่ปุ่นสมัยใหม่ ทศวรรษที่ 1950–1960 โดย จิรายุ พงษ์วรุตม์ กล่าวถึง ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในงานออกแบบกราฟิกสมัยใหม่ช่วงทศวรรษ 1950–1960 โดยตั้งคำถามถึงบริบทแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างอัตลักษณ์ และแนวทางที่นักออกแบบนำองค์ประกอบจากศิลปะแบบประเพณีมาใช้ในการออกแบบ

ศึกษาอัตลักษณ์ชาวจีนแต่จิ๋วในไทยเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกรณีสถิตกรรณร้านขนมแสงทอง โดย เสกสันต์ แสงทอง สมชาย เชื้อวิเศษ และ ธเนศ ภิรมย์การ ที่กล่าวถึง ขนมมงคลจีนยังมีบทบาทสำคัญในพิธีกรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน ผลการวิเคราะห์ “ขนมเปี๊ยะ” ได้รับความนิยมสูงสุดและมีศักยภาพสูงในการเพิ่มมูลค่าผ่านบรรจุภัณฑ์ โดยการออกแบบที่ผสมอัตลักษณ์แต่จิ๋วด้านเรื่องราวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

แนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ โดย ไสภณ ชัยลักษณ์สกุล และโสเมธยา บุญญานันต์ กล่าวถึง แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์แต่ละแห่งมีองค์ประกอบศิลปกรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์พหุวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญ เช่น สถาปัตยกรรมและจิตรกรรมที่ผสมผสานอิทธิพลศิลปะไทย-อินเดีย

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมศิลปะเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนลำพญา จังหวัดนครปฐม โดย ปฎิภาณ เจริญสุข ชุตติภา อัครเลิศพลากร มนัสนันท์ วรรณวงษ์ และศิริก้อย ชุตตาทิวส์สวัสดิ์ กล่าวถึง ชุมชนลำพญาเป็นชุมชนการค้าที่สำคัญ

แต่ปัจจุบันคนในชุมชนไม่ทราบถึงเรื่องราวของชุมชน จึงควรส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน โดยศึกษาอัตลักษณ์ ออกแบบกิจกรรมศิลปะ สื่อสารให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

วัฒนธรรม ศิลปะเชิงแนวคิด สู่การพัฒนาท้องถิ่น : กรณีศึกษาแพร่แพร่เปิด โดย เชษฐา สุวรรณสา และอนุชา แฝงเกษร นำเสนอ แนวคิด “วัฒนธรรม” และศิลปะเชิงแนวคิด สามารถใช้เป็นเครื่องมือทางวิชาการและทางปฏิบัติในการวิเคราะห์ ทำทนาย และเปลี่ยนแปลง โครงสร้างการครอบงำเชิงวัฒนธรรมในสังคมไทย

กิจกรรมศิลปะ ‘สี่ส้นแห่งบ้านของฉัน’ เพื่อพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โดย ศิลาชัย พัดโบก และศิรินทิพย์ ยอดแสนหา กล่าวถึง ศิลปะในฐานะกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยสามารถสะท้อนมิติภายในของเด็ก และเป็นเครื่องมือบูรณาการที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาแบบองค์รวม

ทางเลือกทางรอด: วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติสู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ โดย ชีสา สุวรรณนาวัน พัดชา อุทิศวรรณกุล และศิวรี อรัญนารถ กล่าวถึง บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการใช้วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืน

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย อาริรุ่งเรือง
บรรณาธิการวารสาร DEC Journal : Art and Design

สารบัญ / TABLE OF CONTENT

บทความวิจัย	หน้า
• ลักษณะเฉพาะในงานกราฟิกญี่ปุ่นสมัยใหม่ ทศวรรษที่ 1950–1960 Characteristics of Modern Japanese Graphic Design in 1950s–1960s จิรายุ พงษ์วรุตม์	10
• ศึกษาอัตลักษณ์ชาวจีนแต้จิ๋วในไทยเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกรณีศึกษาร้านขนมแสงทอง Studying Teochew Chinese Identity in Thailand for Product Design and Packaging of Auspicious Snacks, a Case Study of Saengthong Dessert Shop เศกสันต์ แสงทอง, สมชาย เซะวิเศษ และ ธเนศ ภิรมย์การ	54
• แนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ An Integrative Approach to Arts and Experiential Learning in Tourist Attractions of Nakhon Sawan Province โสภณ ชัยลักษณ์สกุล และ โสมฉาย บุญญานันต์	80
• การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และกิจกรรมศิลปะ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรม ชุมชนลำพญา จังหวัดนครปฐม Designing Promotional Media and Art Activities to Promote Cultural Learning in Lamphaya Community, Nakhon Pathom Province ปฎิภาณ เจริญสุข, ชุตติภา อัสวเลิศพลากร, มนัสนันท์ วรรณวงษ์ และ ศิริก้อย ชูตาทวิสวัสดิ์	104

สารบัญ / TABLE OF CONTENT

บทความวิชาการ	หน้า
• วัฒนธรรม ศิลปะเชิงแนวคิด สู่การพัฒนาท้องถิ่น : กรณีศึกษาแพร่แพร่เปิด Wattana-Atham (Cultural Injustice) Conceptual Art and Local Development: A Case Study of Phrae Hae Raberd เชษฐา สุวรรณสา และ อนุชา แพ่งเกษร	128
• กิจกรรมศิลปะ ‘สีส้นแห่งบ้านของฉัน’ เพื่อพัฒนาการของเด็กปฐมวัย Art activity ‘Colors of My Home’ for early childhood development ศิลาลย์ พัดโบก และ ศิรินทิพย์ ยอดเสนาหา	162
• ทางเลือกทางรอด: วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติสู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่น ไลฟ์สไตล์ Survival Alternatives: Naturally derived Materials for Fashion and Lifestyle Products ชิสา สุวรรณนาวิน, พัดชา อุทิศวรรณกุล และ ศิวรี อรัญนารถ	180

ลักษณะเฉพาะในงานกราฟิกญี่ปุ่นสมัยใหม่ ทศวรรษที่ 1950-1960 ¹

จिरายุ พงส์วรุตม์ ²

รับบทความ : 6 สิงหาคม 2568
แก้ไข : 29 ตุลาคม 2568
ตอบรับตีพิมพ์ : 10 พฤศจิกายน 2568

¹ โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจาก กองทุนสนับสนุนการวิจัย นวัตกรรม และการสร้างสรรค์ ของคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

² อาจารย์ประจำภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร อีเมล : jirayu.pongvarut@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในงานออกแบบกราฟิกสมัยใหม่ช่วงทศวรรษ 1950–1960 โดยตั้งคำถามถึงบริบทแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างอัตลักษณ์ และแนวทางที่นักออกแบบนำองค์ประกอบจากศิลปะแบบประเพณี มาใช้ในกระบวนการออกแบบ โดยใช้วิธีศึกษาข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ การพัฒนาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เทคโนโลยีการพิมพ์และการผลิตสื่อสิ่งพิมพ์ ควบคู่กับการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลงานกราฟิก ในช่วงเวลาดังกล่าวกับงานจิตรกรรมและภาพพิมพ์แบบประเพณีในเชิงทัศนศิลป์ ผลการศึกษาพบว่า นักออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นในช่วงนั้นพยายามสร้างลักษณะเฉพาะของตนเอง โดยดึงแนวคิดจากศิลปะประเพณีมาสู่การออกแบบผ่าน 6 แนวทาง ได้แก่ (1) การใช้พื้นที่ว่างเป็นแก่นขององค์ประกอบ โดยมีรูปทรงเป็นเพียงตัวบ่งชี้ (2) การใช้สีเรียบแบนปราศจากแสงเงา ซึ่งเป็นลักษณะที่โลกตะวันตกรับรู้เกี่ยวกับศิลปะญี่ปุ่นมาตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 (3) ความสมดุลแบบสมมาตร สะท้อนแนวคิดความไม่สมบูรณ์ตามธรรมชาติ (4) การจับช่วงเวลาเฉพาะผ่านการตัดตกภาพ ซึ่งให้ผลลัพธ์ที่ต่างจากกรอบคิดแบบตะวันตก (5) การออกแบบให้ภาพและตัวอักษรทำงานร่วมกัน โดยตัวอักษรมีบทบาทในฐานะภาพมากกว่าข้อความ (ดูมากกว่าอ่าน) (6) การตัดทอนรูปทรงให้เรียบง่ายแต่สื่อสารได้ชัดเจน ผ่านการใช้สัญลักษณ์และรูปทรงเรขาคณิตซึ่งได้รับความนิยมในช่วงนั้น แนวทางเหล่านี้สะท้อนความพยายามในการสร้างรูปแบบเฉพาะในงานกราฟิกญี่ปุ่นสมัยใหม่ที่มีรากจากศิลปะแบบประเพณี

คำสำคัญ : ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น, กราฟิกญี่ปุ่น, สมัยใหม่, โปสเตอร์, 1950–1960, ศิลปะแบบประเพณี

Characteristics of Modern Japanese Graphic Design in 1950s–1960s¹

Jirayu Pongvarut²

Received : August 6, 2025

Revised : October 29, 2025

Accepted : November 10, 2025

¹ This research was funded by the Research, Innovation, and Creativity Support Fund, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, under the fiscal year 2023 budget.

² Lecturer in Visual Communication Design department, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University,
E-mail : jirayu.pongvarut@gmail.com

Abstract

This research investigates the distinctive characteristics of Japanese graphic design during the 1950s–1960s by examining the surrounding contexts that supported identity formation and exploring how designers incorporated elements of traditional art into their design processes. The study employs historical research methods, focusing on social and economic conditions, the development of related institutions, printing technologies, and the production of printed media, alongside a comparative visual analysis of modern graphic works and traditional Japanese painting and printmaking. The findings reveal that Japanese graphic designers of the time sought to establish their own identity by drawing from traditional art through six key approaches: (1) employing empty space as the core of the composition, with forms merely indicating space; (2) using flat colors without shading, a quality associated with Japanese art in the eyes of the West since the late 19th century; (3) applying asymmetrical balance to reflect the natural concept of imperfection; (4) capturing specific moments through the cropping of images, which produced effects distinct from Western compositional norms; (5) integrating image and text so that text functioned more as visual elements than as linguistic content; and (6) simplifying forms into powerful symbols using geometry, which was popular at the time. These approaches demonstrate the effort to create a modern Japanese graphic design language rooted deeply in traditional art.

Keywords: Japanese characteristics, Japanese graphic design, modern era, poster, 1950s–1960s, traditional art

ในยุคที่โลกไร้พรมแดน เราสามารถรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ จากทั่วทุกมุมโลกได้ในเวลาอันสั้น และในรูปแบบที่หลากหลาย ทำให้งานออกแบบก็มีลักษณะที่ไร้พรมแดนมากขึ้น ในขนาดที่ว่าไม่ทราบว่ามีผลงานชิ้นนี้เป็นของชนชาติไหน ทำให้เกิดการตระหนักถึงลักษณะประจำชาติและความพยายามแสดงออกถึงลักษณะเฉพาะของชาติเกิดขึ้นอยู่เป็นระลอก ซึ่งในแต่ละครั้งก็มีเหตุและปัจจัยที่แตกต่างกัน ในฝั่งของงานออกแบบกราฟิก ญี่ปุ่นเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลกเรื่องความชัดเจนในการแสดงออกถึงลักษณะเฉพาะประจำชาติ เมื่อเห็นก็ทราบทันทีว่าเป็นผลงานของนักออกแบบกราฟิกญี่ปุ่น โดยเฉพาะยุคหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นใช้ความพยายามอย่างหนักในการฟื้นฟูประเทศทุกด้าน เพื่อการกลับไปสู่เวทีโลกอีกครั้ง และทำสำเร็จได้ในเวลาอันสั้น (Vardaman, 2009) ในช่วงทศวรรษ 1950–1960 จึงนับเป็นจุดเริ่มต้นและจุดเปลี่ยนที่สำคัญสำหรับการศึกษาวិธีการสร้างอัตลักษณ์ในงานออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นสมัยใหม่ การย้อนกลับไปหาลักษณะเฉพาะตัวแบบประเพณีบางอย่าง ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิต วิถีคิด ความงาม และความเชื่อ ล้วนนำมาปรับใช้เป็นเทคนิคในการออกแบบกราฟิกทั้งสิ้น

การศึกษาวิจัยนี้จึงมุ่งหาลักษณะเฉพาะที่แสดงออกในงานกราฟิกญี่ปุ่นสมัยใหม่ ด้วยการศึกษาด้านเทคนิควิธีการออกแบบ ตามหลักองค์ประกอบทางทัศนธาตุ องค์ประกอบของสีและการใช้สี พิจารณากระบวนการสร้างภาพ ความสามารถและข้อจำกัดของกระบวนการพิมพ์กับเทคโนโลยีทางการพิมพ์ในยุคหนึ่งที่ทำให้เกิดลักษณะพิเศษบางอย่างในออกแบบ ทั้งยังศึกษาเปรียบเทียบกับงานจิตรกรรมและภาพพิมพ์ในประวัติศาสตร์ศิลปะญี่ปุ่น เช่น ภาพวาดฉากกั้นห้อง ภาพพิมพ์แกะไม้อุคิโยเอะ เป็นต้น เพื่อเป็นกรณีศึกษาให้นักออกแบบกราฟิก และการศึกษากราฟิกสามารถนำไปต่อยอดในหาสร้างอัตลักษณ์ในงานออกแบบได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อชี้ให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นแบบดั้งเดิมในงานกราฟิกสมัยใหม่
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์วิธีการแสดงออกถึงลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในงานกราฟิกสมัยใหม่
3. เพื่อรวบรวมลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นที่ปรากฏในงานกราฟิกสมัยใหม่

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตของการวิจัยภาคทฤษฎี ศึกษาผลงานออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นสมัยใหม่ ทศวรรษที่ 1950–1960 จำนวน 20 ชิ้น และศึกษางานจิตรกรรมและภาพพิมพ์ญี่ปุ่นในประวัติศาสตร์จำนวน 20 ชิ้น

2. ขอบเขตของการวิจัยการวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาองค์ประกอบทัศนธาตุ ในกรณีนี้คือการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวอักษรและภาพ พิจารณาการจัดองค์ประกอบตามทฤษฎีการออกแบบ พิจารณากระบวนการพิมพ์ในยุคสมัยใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อวิธีการใช้ภาพและวิธีการออกแบบ ศึกษาเปรียบเทียบกับงานจิตรกรรมและภาพพิมพ์ในศิลปะประเพณีญี่ปุ่นเพื่อมองหาลักษณะเฉพาะ

ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

งานวิจัยนี้คาดว่าจะจะเป็นพื้นฐานในการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในงานกราฟิกสมัยใหม่ โดยให้บริการความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่กลุ่มนักออกแบบ อาจารย์ และนักศึกษาที่ทำงานเกี่ยวข้องกับการออกแบบกราฟิก อีกทั้งยังสามารถนำผลการวิจัยไปต่อยอดองค์ความรู้เพื่อสร้างอัตลักษณ์ในการออกแบบได้อย่างเหมาะสมและมีเอกลักษณ์ยิ่งขึ้น

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งกระบวนการดำเนินงานออกเป็น 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่

ขั้นที่ 1 : การศึกษารวบรวมข้อมูลทางเบื้องต้น

1. ศึกษาข้อมูลสังคม เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2
2. ศึกษาข้อมูลลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น ในศิลปะสาขาต่าง ๆ หลังสงครามโลกครั้งที่ 2
3. ศึกษาข้อมูลงานออกแบบกราฟิกก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2
4. ศึกษาข้อมูลกลุ่มความร่วมมือทางการออกแบบช่วงทศวรรษที่ 1950–1960
5. ศึกษาข้อมูลเพื่อหาแนวทางการวิเคราะห์องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก

ขั้นที่ 2 : การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์

1. กลุ่มตัวอย่างการศึกษาไปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960
2. กลุ่มตัวอย่างการศึกษางานจิตรกรรมและภาพพิมพ์ญี่ปุ่นในประวัติศาสตร์

ขั้นที่ 3 : การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อการแสวงหาลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น

1. โยะฮะคุ (yohaku) ความงามจากพื้นที่ว่าง
2. ความเรียบแบนไม่มีแสงเงา
3. ลักษณะอสมมาตร
4. การจับช่วงเวลาเฉพาะและการตัดตกภาพ
5. การทำงานของตัวอักษรกับภาพ
6. การใช้รูปทรงที่ตัดทอนให้เรียบง่าย

ขั้นที่ 4 : สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

สังคม เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมของญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2

หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นซึ่งเป็นประเทศเดียวที่ถูกระเบิดปรมาณู มีทหารและพลเรือนกว่า 7 ล้านคนทยอยกลับประเทศ (โกโต-โจนส์, 2554) รัฐบาลต้องเผชิญปัญหาทั้งเรื่องปากท้องและกายภาพของประเทศ การเข้ามาปกครองของสหรัฐฯ มีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูญี่ปุ่น เช่น การปฏิรูปที่ดินเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ การกำหนดค่าเงินเยนเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ ไว้ค่อนข้างต่ำและคงที่ต่อเนื่องยาวนานทำให้ญี่ปุ่นส่งออกได้อย่างสะดวก เป็นต้น

ในช่วงสงครามเกาหลี สหรัฐฯ จ้างบริษัทญี่ปุ่นให้ผลิตสินค้าเพื่อการทหาร ทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว โดยในปีค.ศ. 1955 ญี่ปุ่นถือว่าหลุดพ้นจากภาวะหลังสงคราม เศรษฐกิจยังเติบโตต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 1960 ที่ GNP เติบโตกว่าร้อยละ 10 ต่อปีหลายปีติดต่อกัน (Vardaman, 2009)

ด้านสังคม ญี่ปุ่นเริ่มมีการบริโภคแบบครัวเรือนสมัยใหม่ โดย “สามสิ่งศักดิ์สิทธิ์” ได้แก่ เครื่องซักผ้า ตู้เย็น และโทรทัศน์ขาวดำ กลายเป็นของใช้พื้นฐานในทศวรรษ 1950 และเปลี่ยนเป็น “3Cs” ได้แก่ โทรทัศน์สี เครื่องปรับอากาศ และรถยนต์ในทศวรรษ 1960 การสนับสนุนจากสหรัฐฯ อย่างต่อเนื่อง ทำให้ญี่ปุ่นได้จัดกีฬาโอลิมปิกปี 1964 และ Expo 1970 ยังใช้โอกาสนี้เปิดตัวรถไฟชินคันเซ็นเป็นครั้งแรก

นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังประสบความสำเร็จในสินค้ากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรทัศน์ ตู้เย็น วิทยุ และหม้อหุงข้าว ซึ่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันในหลายประเทศ รวมถึง

ประเทศไทย แต่ความนิยมนี้ก็นำไปสู่การประท้วงต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นในไทยเนื่องจากการขาดดุลการค้า (อัจฉราพร, 2556) ญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศผู้ส่งออกหลักในสินค้าหลากหลาย ตั้งแต่งานหัตถกรรมไปจนถึงเทคโนโลยีขั้นสูง เช่น กล้องถ่ายรูป เป็นต้น

ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น ในศิลปะสาขาต่าง ๆ หลังสงครามโลกครั้งที่ 2

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 คนญี่ปุ่นตั้งคำถามว่าเหตุใด “อาณาจักรที่ยั่งยืนพ่ายแพ้ แก่ชาติตะวันตกที่เสื่อมทรามไร้คุณธรรมได้อย่างไร” (โกโต-โจนส์, 2554) คำตอบหนึ่งคือ ความพ่ายแพ้ต่อเทคโนโลยีสมัยใหม่ แต่จิตวิญญาณแบบญี่ปุ่นยังคงอยู่ ทำให้เกิดการแสวงหาความหมายของความเป็นญี่ปุ่นผ่านงานสร้างสรรค์หลากหลายสาขา ทั้งวรรณกรรม ภาพยนตร์ และทัศนศิลป์

ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในวรรณกรรมภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ควะบะตะ ยะสึนะริ ได้รับรางวัลโนเบลสาขาวรรณกรรมในปีค.ศ. 1968 ซึ่งคณะกรรมการยกย่องว่าผลงานของเขามีการเล่าเรื่องที่ตีแย้ม เปี่ยมไปด้วยอารมณ์ความรู้สึกอันแสดงออกถึงสัจธรรมของจิตใจแบบญี่ปุ่นอย่างลึกซึ้ง ผ่านภาษาที่ละเอียดงดงามและเปี่ยมอารมณ์ (Nobel Prize, 1968)

ภาพยนตร์ญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สะท้อนความเจ็บปวดและการตั้งคำถามต่อความเป็นญี่ปุ่นอย่างลึกซึ้ง เช่น Godzilla (1954) ที่สื่อถึงผลกระทบของระเบิดปรมาณูผ่านสัตว์ประหลาดยักษ์ กลายเป็นสัญลักษณ์ของการต่อสู้ทั้งทางกายและจิตใจของชาวญี่ปุ่น ส่วน Rashomon (1950) นำเสนอแนวคิดว่าไม่มีความจริงเพียงหนึ่งเดียว สะท้อนภาวะสับสนของสังคมหลังสงคราม ในด้านรูปแบบ Tokyo Story (1953) ของยะสุจิโร โอซุ แสดงออกถึงลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นผ่านมุมมองกล้องต่ำและภาพสองมิติที่สอดคล้องกับการมองของผู้ที่นั่งบนเสื่อตะตมิ ซึ่งต่างจากทัศนียภาพแบบตะวันตก ทำให้ภาพยนตร์เหล่านี้กลายเป็นตัวแทนสำคัญของการแสวงหาลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในสื่อภาพยนตร์

ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในทัศนศิลป์ญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 แสดงออกถึงการปฏิสรูปแบบศิลปะยุคสงคราม และเป็นการแสวงหาความเป็นญี่ปุ่นผ่านแนวคิดใหม่ โดยกลุ่มกุกุโด นำโดย โยะชิฮิระ จิโร และ ชิระงะ คะซึโอะ นำเสนอศิลปะที่ไม่เคยมีมาก่อน ด้วยการใช้ร่างกายเป็นพื้นฐานในการสร้างงาน (ริวสึเคะ คิโด และคณะ, 2566) ส่วนกลุ่มโมโนฮะ นำโดย เสะคิเนะ โนบุโอะ เน้นความสำคัญของวัตถุ พื้นที่ว่าง และการรับรู้ของผู้ชม โดยผลงานอย่าง Phase-Mother Earth สะท้อนความสำคัญของ “พื้นที่ว่าง” ซึ่งเป็นแกนของความคิดแบบญี่ปุ่น

ศิลปะหลังสงครามจึงไม่ได้ย้อนกลับไปหาความดั้งเดิมเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการค้นหาลักษณะเชิงปรัชญา ควบคู่กับรูปแบบใหม่ ๆ กลุ่มกุกุโดและโมโนฮะจึงได้รับการยอมรับ

ในระดับสากลว่าเป็นตัวแทนสำคัญของลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในทัศนศิลป์ยุคหลังสงคราม เช่นเดียวกับวรรณกรรมของคะวะบะตะ ยะสึนะริ และภาพยนตร์ของโอซุและผู้กำกับร่วมสมัย ที่ต่างสะท้อนจิตวิญญาณแบบญี่ปุ่นผ่านสื่อของตนเอง

งานออกแบบกราฟิกก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2

งานออกแบบกราฟิกของญี่ปุ่นก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงจาก ศิลปะประเพณีสู่สื่อสมัยใหม่ โดยเริ่มตั้งแต่ช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ปลายสมัยเมจิ (Meiji Period, 1868–1912) ไปจนสมัยไทโช (Taisho Period, 1912–1926) ประเทศญี่ปุ่นเปิดรับอิทธิพล ตะวันตกทั้งในด้านศิลปะและเทคโนโลยี ขณะเดียวกันก็ส่งอิทธิพลภาพพิมพ์อุคิโยเอะไปยัง ยุโรปจนเกิดกระแส Japonism ในฝั่งตะวันตก การพัฒนาอุตสาหกรรมในช่วงไทโชส่งผลให้ งานกราฟิกเติบโตควบคู่กับการโฆษณา โดยมีการนำเทคนิคการพิมพ์หินมาใช้และเริ่มใช้ภาพ หญิงสาวในชุดกิโมโนเป็นสื่อโฆษณา

ศิลปินคนสำคัญคือ สุกิอุระ ฮิสุย (Hisui Sugiura) ผู้ริเริ่มแนวคิดพาณิชย์ศิลป์ผ่าน โปสเตอร์ของ Mitsukoshi และรถไฟใต้ดิน โดยผสมผสานศิลปะตะวันตก เช่น อาร์ตเดโคและ เบาเฮาส์ กับความงามแบบญี่ปุ่น ขณะเดียวกัน แบรินด์ Shiseido ก็พัฒนาเอกลักษณ์ทางภาพ โฆษณาภายใต้การนำของยะมะนะ อะยะโอะ (Ayao Yamana) ซึ่งเน้นความงามของผู้หญิง ผ่านลายเส้นและโทนสีที่ละเอียดอ่อน อย่างไรก็ตาม เมื่อเข้าสู่ช่วงสงคราม งานกราฟิกถูกเปลี่ยน ทิศทางสู่แนวชาตินิยม โดยใช้ภาพทหารและสัญลักษณ์จักรวรรดิแทนภาพโฆษณาสินค้าแบบ เดิม โดยรวมงานกราฟิกญี่ปุ่นก่อนสงครามแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และการออกแบบที่เชื่อมโยงทั้งอิทธิพลจากตะวันตกและศิลปะแบบประเพณีของ ญี่ปุ่นเอง

กลุ่มความร่วมมือทางการออกแบบช่วงทศวรรษที่ 1950–1960

ช่วงทศวรรษ 1950–1960 ถือเป็นยุคทองของการออกแบบกราฟิกญี่ปุ่น โดยมีการรวม กลุ่มนักออกแบบอย่างเป็นระบบผ่านการก่อตั้งองค์กรที่เป็นรูปธรรม เช่น ชมรมศิลปินโฆษณา ญี่ปุ่น หรือ นิเซนบิ (Japan Advertising Artists Club – JAAC) ในปีค.ศ. 1951 เพื่อกำหนด มาตรฐานวิชาชีพ พัฒนาผลงานออกแบบ และคุ้มครองสิทธิของนักออกแบบ กลุ่มนี้จัด

นิทรรศการประจำปี ซึ่งนำไปสู่การกำหนดขนาดโปสเตอร์มาตรฐาน (B1 ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร) (จิรายุ, 2558) และเปิดพื้นที่ให้นักออกแบบรุ่นใหม่ได้แสดงผลงาน

กิจกรรมอื่น ๆ เช่น นิทรรศการ Graphic '55 และนิตยสารด้านการออกแบบ เช่น Idea, Senden Kaigi และ Living Design มีบทบาทในการส่งเสริมและขยายวงการออกแบบ ขณะที่สถาบันการศึกษาด้านการออกแบบ เช่น Kuwasawa Design School และมหาวิทยาลัยศิลปะแห่งโตเกียว (Tokyo University of the Arts) ก็เริ่มเปิดหลักสูตรด้านการออกแบบโดยตรง การเติบโตของอุตสาหกรรมโฆษณาและสื่อสิ่งพิมพ์ ทำให้ความต้องการนักออกแบบเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว

ทศวรรษที่ 60 มีเหตุการณ์สำคัญหลายประการ เช่น การก่อตั้ง นิฮงโคโบ ในปีค.ศ. 1933 องค์กรที่รวมนักออกแบบในยุคนั้นเข้าด้วยกัน และตีพิมพ์นิตยสาร NIPPON มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่กิจกรรมต่าง ๆ สู่นายตาชาวโลกมากกว่าภายในประเทศ เรียกได้ว่ากราฟิกเข้าสู่ยุคทองอย่างเป็นทางการ (จิรายุ, 2558)

การรวมตัวของนักออกแบบในช่วงเวลานี้ไม่เพียงสร้างมาตรฐานงานออกแบบเชิงพาณิชย์ แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญของความสำเร็จระดับนานาชาติ เช่น การประชุมการออกแบบโลก (1960) และงานโตเกียวโอลิมปิก (1964) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการทางวิชาชีพและอัตลักษณ์ของกราฟิกญี่ปุ่นได้อย่างเด่นชัด

แนวทางการวิเคราะห์องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก

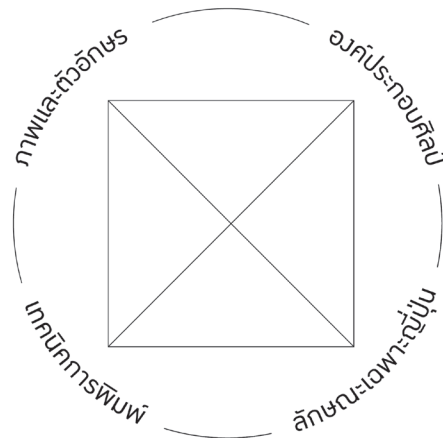
การออกแบบกราฟิกต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพและดึงดูดใจ โดยเฉพาะการจัดวางภาพและตัวอักษร ซึ่งแม้ตัวอักษรจะเน้นการอ่าน แต่สามารถออกแบบให้มีลักษณะเป็นภาพเพื่อเพิ่มความน่าสนใจได้ โดยเฉพาะในวัฒนธรรมที่ตัวอักษรมีความหมายในตัว เช่น อักษรคันจิของญี่ปุ่น การออกแบบจึงต้องพิจารณาทั้งความสวยงามและความชัดเจนในการสื่อความหมาย ร่วมกับการใช้ทัศนธาตุ ทฤษฎีการออกแบบ และเทคนิคการพิมพ์ ซึ่งมีผลต่อแนวทางการสร้างสรรค์ในแต่ละยุค งานวิจัยนี้จึงมุ่งวิเคราะห์องค์ประกอบประกอบการออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นผ่าน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ ภาพและตัวอักษร องค์ประกอบศิลป์ เทคนิคการพิมพ์ และลักษณะเฉพาะของญี่ปุ่น

ภาพและตัวอักษร

ภาพและตัวอักษรเป็นองค์ประกอบสำคัญของงานออกแบบกราฟิก โดยภาพสามารถสื่อสารได้รวดเร็วและดึงดูดความสนใจ จึงเหมาะสำหรับสื่อที่ต้องการการรับรู้ในเวลาสั้น เช่น

แผนภูมิ 1

แนวทางการวิเคราะห์องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก



โปสเตอร์ ขณะที่ตัวอักษรเหมาะสมสำหรับข้อมูลที่ซับซ้อนและต้องการความชัดเจน เช่น เอกสาร และบทความ การจัดวางที่เหมาะสม รวมถึงการใช้ทัศนธาตุ เช่น สี รูปร่าง ขนาด และพื้นที่ว่าง ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารและความน่าสนใจของงานกราฟิก

องค์ประกอบศิลป์

องค์ประกอบศิลป์มีบทบาทสำคัญในการกำหนดโครงสร้างและความสมดุลของงานออกแบบกราฟิก โดยใช้ทฤษฎีการออกแบบ เช่น ดุลยภาพ (Balance) เพื่อสร้างความมั่นคงและความสมดุลระหว่างภาพกับข้อความ สัดส่วนและมาตราส่วน (Proportion & Scale) เน้นความสำคัญขององค์ประกอบ เอกภาพ (Unity) สร้างความกลมกลืนระหว่างส่วนต่าง ๆ ความเด่น (Emphasis) เพื่อดึงดูดสายตา และการเคลื่อนไหว (Movement) นำสายตาผู้ชมตามลำดับการวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีเหล่านี้ช่วยเข้าใจวิธีจัดองค์ประกอบ ทั้งในด้านสุนทรียศาสตร์และประสิทธิภาพสื่อสาร รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับข้อจำกัดทางเทคนิคในแต่ละยุคสมัยของงานกราฟิก

เทคนิคการพิมพ์

เทคโนโลยีการพิมพ์ในญี่ปุ่นช่วงทศวรรษ 1950–1960 มีบทบาทสำคัญในการพัฒนา งานออกแบบกราฟิก โดยใช้เทคโนโลยีถ่ายภาพ เลนส์ กล้อง และระบบโฟโตไทป์ในการสร้างภาพและตัวอักษร การเติบโตของเศรษฐกิจทำให้โฆษณาโปสเตอร์เพิ่มขึ้น ระบบผู้กำกับศิลป์เข้ามามีบทบาทช่วยให้นักออกแบบและช่างภาพแสดงฝีมือก่อนยุคคอมพิวเตอร์ การเข้าใจ

เทคนิคการทำเพลทและการพิมพ์เป็นสิ่งจำเป็น นักออกแบบต้องทดลองและปรับใช้เทคโนโลยี เพื่อให้ได้คุณภาพสูงสุด คู่มือการผลิตเพลทปีค.ศ. 1971 ของ Toppan Printing ช่วยเสริมความรู้และความร่วมมือระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ข้อจำกัดของเทคนิคการพิมพ์ในยุคนั้นไม่ใช่อุปสรรค แต่เป็นปัจจัยที่สร้างลักษณะเฉพาะของงานกราฟิกญี่ปุ่นยุคดังกล่าว

ลักษณะเฉพาะของญี่ปุ่น

ลักษณะเฉพาะของญี่ปุ่น หมายถึง แนวคิดทางความงามและวิธีรับรู้โลกที่ฝังรากลึกในวัฒนธรรมญี่ปุ่น ซึ่งสะท้อนผ่านงานศิลปะในแขนงต่าง ๆ อย่างเด่นชัด โดยเฉพาะในงานจิตรกรรมและภาพพิมพ์แกะไม้อุคิโยเอะ ผู้วิจัยเลือกนำมาใช้เป็นกรณีศึกษาในการวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของญี่ปุ่นที่ปรากฏในงานออกแบบกราฟิกสมัยใหม่ แนวคิดสุนทรียะเหล่านี้ให้คุณค่ากับธรรมชาติ ความเรียบง่าย ความไม่สมบูรณ์ และการใช้พื้นที่ว่างเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ชมใช้จินตนาการและประสบการณ์ส่วนตัวในการตีความหมาย ตัวอย่างแนวคิดสำคัญ ได้แก่ โยฮะคุ (yohaku) ความงามของพื้นที่ว่าง โมโน โนะ อะวะเระ (mono no aware) ความรู้สึกถึงสิ่งต่อความเปราะบางและไม่จีรังของสรรพสิ่ง เป็นต้น

ลักษณะเฉพาะเหล่านี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในงานศิลปะแบบประเพณีเท่านั้น หากแต่ยังได้รับการถ่ายทอดและตีความใหม่โดยนักออกแบบกราฟิกของญี่ปุ่นช่วงทศวรรษ 1950–1960 ซึ่งเป็นยุคที่ญี่ปุ่นอยู่ระหว่างการฟื้นฟูประเทศหลังสงคราม และเริ่มรับอิทธิพลจากแนวคิดการออกแบบสมัยใหม่ของตะวันตก นักออกแบบในยุคนี้จึงพยายามสร้างสมดุลระหว่างรากวัฒนธรรมญี่ปุ่นกับภาษาการออกแบบสากล ซึ่งสะท้อนผ่านแนวการใช้ภาพและตัวอักษร การจัดองค์ประกอบ และเทคนิคการพิมพ์ที่เอื้อต่อการแสดงออกในยุคนั้น

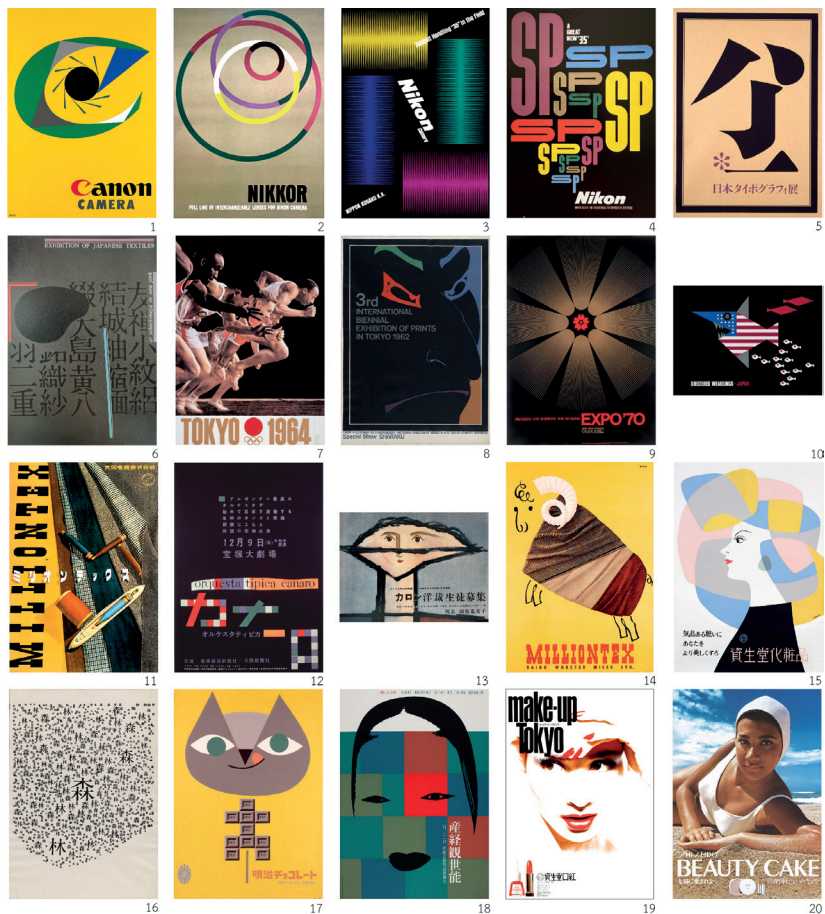
ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกวิเคราะห์ลักษณะเฉพาะของญี่ปุ่นในงานออกแบบกราฟิกช่วงทศวรรษ 1950–1960 ผ่าน 4 ประเด็นหลักนี้ เพื่อให้สามารถเข้าใจความเชื่อมโยงระหว่างรากทางวัฒนธรรมประเพณีกับการสร้างสรรค์ในบริบทสมัยใหม่ได้อย่างเป็นระบบ

กลุ่มตัวอย่างการศึกษาโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960

งานวิจัยนี้ศึกษาผลงานออกแบบของนักออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นคนสำคัญที่เกิดขึ้นก่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 และมีบทบาทสำคัญในยุคสมัยใหม่ช่วงทศวรรษที่ 1950–1960 จำนวน 20 ผลงาน โดยเน้นการศึกษาเปรียบเทียบกับผลงานทัศนศิลป์ในประเพณีญี่ปุ่น เพื่อพิจารณาว่านักออกแบบสมัยใหม่เหล่านี้ได้นำลักษณะเฉพาะของงานประเพณีมาประยุกต์ใช้อย่างไร การวิเคราะห์จะพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างภาพและตัวอักษร องค์ประกอบศิลป์ และเทคนิคการพิมพ์ เพื่อศึกษาลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในงานออกแบบกราฟิกสมัยใหม่

ภาพ 1

กลุ่มตัวอย่างการศึกษาโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950-1960



1. งานออกแบบกราฟิกสำหรับการสื่อสารจากญี่ปุ่นสู่ภายนอกประเทศ

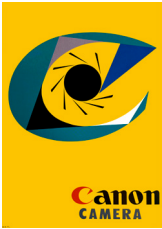
หลังสงครามโลกครั้งที่สอง ญี่ปุ่นตระหนักถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนศักยภาพที่เคยใช้ในการสงครามให้กลายเป็นความสามารถในการผลิตสินค้าเพื่อการบริโภคภายในประเทศและการส่งออกไปยังต่างประเทศ ญี่ปุ่นมีความพร้อมในด้านอุตสาหกรรมหลายแขนง

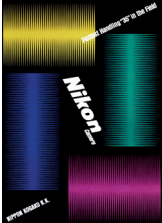
ไม่ว่าจะเป็นกล้องถ่ายภาพและเลนส์ รถยนต์ ผ้า เครื่องสำอาง ฯลฯ อุตสาหกรรมเหล่านี้กลายเป็นฐานสำคัญให้นักออกแบบได้ทำงานร่วมกับภาคการผลิต เพื่อนำเสนอสินค้าให้โดดเด่น

ในการสื่อสารกับผู้บริโภคชาวต่างชาติ การแสดงออกถึง “ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น” จึงมีความสำคัญควบคู่ไปกับการสร้างแบรนด์ของสินค้า เพราะเมื่อผลิตภัณฑ์ของญี่ปุ่นปรากฏในเวทีระหว่างประเทศ ภาพลักษณ์ของประเทศย่อมส่งผลโดยตรงต่อภาพลักษณ์ของสินค้า งานออกแบบกราฟิกในยุคนี้จึงไม่ได้เป็นเพียงการโฆษณาเชิงพาณิชย์ แต่ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ให้กับประเทศอีกด้วย ดังจะเห็นได้จากสื่อสิ่งพิมพ์จำนวนมากที่ถ่ายทอดความเป็นญี่ปุ่นในหลากหลายมุมมอง ดังโปสเตอร์ในตาราง 1 ต่อไปนี้

ตาราง 1

การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างการศึกษาโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 การสื่อสารจากญี่ปุ่นสู่ภายนอกประเทศ

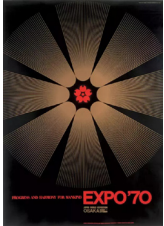
โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก 1950-Nen-dai Nihon no Gurafikku: Dezinā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (p. 110), by Printing Museum, 2008, Kokusho Kankōkai.	1. โปสเตอร์ CANON CAMERA (1954) อิโต เคนจิ (Kenji Itoh) พิมพ์ซิลค์สกรีน ขนาด 1033 x 725 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการกราฟิก 55 และนิทรรศการนิเซินปี ครั้งที่ 5 (1955) ภาพและตัวอักษร มีความชัดเจนในการสื่อสารและสัมพันธ์กับเนื้อหาโดยตรง แม้จะต้องการการตีความจากรูปทรงเรขาคณิต แต่คุณภาพของภาพและตัวอักษรสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างกลมกลืน ตัวอักษรไม่ได้ทำหน้าที่เป็นเพียงส่วนประกอบเสริม แต่ถูกออกแบบให้เป็นส่วนหนึ่งของภาพอย่างมีนัยยะ ทั้งในเชิงรูปธรรมและเชิงความหมาย องค์ประกอบศิลป์ การจัดองค์ประกอบโดดเด่น ไม่สมมาตรโดยด้านบนเอียงไปทางซ้าย สร้างสมมาตรทางสายตาด้วยการถ่วงน้ำหนักตัวอักษรด้านล่างมาทางมุมขวาล่างสีให้อารมณ์ทันสมัย การใช้ขอบคมกับรูปทรงและตัวอักษรให้ความเป็นสมัยใหม่ งานออกแบบตัวอักษรและโลโก้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ที่เหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น ผลงานชิ้นนี้แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างความเรียบง่ายที่เต็มไปด้วยความหมายและการสร้างสรรค์ผลงานที่สร้างความเข้าใจและภาพลักษณ์ในระดับสากลด้วยองค์ประกอบที่เป็นนามธรรม

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก <i>Seitan 100-nen Kamekura Yūsaku ten: Gurafikku dezinain no zenbō [The 100th anniversary of the birth: Yusaku Kamekura exhibition.]</i> (p. 25), by The Niigata Bandajijima Art Museum, 2015, The Niigata Bandajijima Art Museum.	2. โปสเตอร์ Nikkor Lenses (1955) คะเมะคุระ ยูสะคุ (Yusaku Kamekura) พิมพ์ออฟเซต และ พิมพ์ซิลค์สกรีนในเวอร์ชันอื่น ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการกราฟิก 55 และ นิทรรศการนิเซบิ ครั้งที่ 4 (1954) ภาพและตัวอักษร ภาพประกอบรูปทรงเรขาคณิตมีการสื่อสารที่ต้องการการตีความ ภาพและตัวอักษรทำงานแยกกัน เป็นการเสริมข้อมูลและทำให้เกิดการตีความภาพได้สมบูรณ์ขึ้น องค์ประกอบศิลป์ มีการจัดองค์ประกอบของภาพแบบสมมาตร โดยเอียงไปด้านขวาทั้งบนและล่าง สร้างสมมาตรทางสายตาด้วยการใช้พื้นที่ว่างในการถ่วงน้ำหนักภาพทางซ้ายความหลากหลายของสี สื่อถึงสีในแสงผ่านเลนส์ เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ที่เหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก โดยพิมพ์ซิลค์สกรีนเพื่อ ทดลองสีและจัดวางเลย์เอาท์ และพิมพ์ออฟเซตสำหรับการเผยแพร่จำนวนมาก ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น ผลงานชิ้นนี้ใช้สีที่ควบคุมให้เข้ม สงบ ราบเรียบ และการลดทอนองค์ประกอบให้เรียบง่าย แสดงออกถึงภาพลักษณ์ที่มีความจริงจัง แม่นยำ ทั้งสมัย สอดคล้องกับคุณภาพของเลนส์ Nikkor สร้างความเข้าใจถึงสิ่งซึ่งในระดับสากล
 หมายเหตุ. จาก <i>The Works of Yusaku Kamekura</i>, by Y. Kamekura, 1983, Rikuyo-sha.	3. โปสเตอร์ Nikon camera (1957) คะเมะคุระ ยูสะคุ (Yusaku Kamekura) พิมพ์ออฟเซต และ พิมพ์ซิลค์สกรีนในเวอร์ชันอื่น ขนาด 1025 x 734 มิลลิเมตร และ ขนาด 1030 x 727 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการนิเซบิ ครั้งที่ 7 (1957) และนิทรรศการ Tokyo ADC (1958) ภาพและตัวอักษร ภาพประกอบรูปทรงเรขาคณิตมีการสื่อสารที่ต้องการการตีความ แต่ถ้าพิจารณาว่าเป็นการขายเทคโนโลยีก็เหมาะสม คุณภาพของภาพและตัวอักษรทำงานได้ดี มีความชัดเจนของการสื่อสาร องค์ประกอบศิลป์ มีการจัดองค์ประกอบของภาพแบบเกือบสมมาตร สีให้อารมณ์เป็นงานหัตถกรรมการใช้ขอบคมกับรูปทรงและตัวอักษรให้ความทันสมัย งานออกแบบตัวอักษรและโลโก้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีจุดเด่นที่ความกำกวมของการเป็นภาพหรือเป็นฉากหลังของรูปทรงกระบอก เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ที่เหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก โดยพิมพ์ซิลค์สกรีนในขั้นตอนต้นแบบ เนื่องจากมีสีไม่มากและใช้รูปทรงคมชัด ก่อนจะนำไปพิมพ์ออฟเซตเพื่อการผลิตจำนวนมากในเชิงพาณิชย์ พื้นที่สีดำร่วมกับสีเข้มไล่น้ำหนักอย่างคมชัด สะท้อนถึงการควบคุมคุณภาพการพิมพ์อย่างประณีต ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น ความโดดเด่นอยู่ที่การนำเสนอใช้เพื่อแสดงมิติและแสงเงา ซึ่งคล้ายกับเทคนิคการไล่น้ำหนักในภาพพิมพ์แกะไม้อุคิโยเอะอะ ทำให้ภาพนิ่งและมียุติ

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก Seitan 100-nen Kamekura Yūsaku ten: Gurafikku dezaîn no zenzô [The 100th anniversary of the birth: Yūsaku Kamekura exhibition.] (p. 26), by The Niigata Bandajijima Art Museum, 2015, The Niigata Bandajijima Art Museum.	4. โปสเตอร์ Nikon SP (1957) คะเมะคุระ ยูสะคุ (Yusaku Kamekura) พิมพ์ออฟเซต และ พิมพ์ซิลค์สกรีนในเวอร์ชันอื่น ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร ได้รับรางวัลเหรียญทอง Tokyo ADC (1958) และรางวัล Mainichi Design Award ภาพและตัวอักษร ออกแบบตัวอักษรให้มีลักษณะเป็นภาพ คุณภาพของภาพและตัวอักษรทำงานได้ดี มีความเกี่ยวข้องกับเนื้อหา และมีความชัดเจนในการสื่อสาร องค์ประกอบศิลป์ แม้องค์ประกอบจะกระจัดกระจาย แต่คุมด้วยพื้นหลังสีดำช่วยขับสีให้โดดเด่นขึ้น สีให้อารมณ์เป็นงานกราฟิกมากกว่าจะตัดกันอย่างคมชัด และตัวอักษรที่เข้ามามีความน่าสนใจ ในจังหวะและความเคลื่อนไหวที่มีพลัง เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ที่เหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก โดยพิมพ์ซิลค์สกรีนในขั้นตอนต้นแบบ ก่อนจะนำไปพิมพ์ออฟเซตเพื่อการผลิตจำนวนมากในเชิงพาณิชย์ ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น การจัดวางตัวอักษรดูเหมือนมีจังหวะ ความสัมพันธ์ของขนาดและสี แต่ไม่ได้อยู่ในระบบกริดที่เป็นระเบียบแบบกราฟิกสมัยใหม่ เช่น Swiss Style กลับสร้างสมดุลแบบอสมมาตรซึ่งเป็นแนวทางการงานที่พบได้ในศิลปะแบบประเพณีของญี่ปุ่น
 หมายเหตุ. จาก Nissenshi no jidai: Nihon no graphic design 1951-70 [The epoch of the Japan Advertising Artists Club: Japanese Graphic Design 1951-70] (p. 93), by S. Segi, I. Tanaka, & H. Sano, 2000, TransArt.	5. โปสเตอร์ Japan Typography Exhibition (1959) ฮะระ ฮิโระมุ (Hiromu Hara) พิมพ์ซิลค์สกรีน บนกระดาษ Ingres Color สีวอลนัท ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการนิเฮนบี ครั้งที่ 9 (1959) ภาพและตัวอักษร นำส่วนประกอบต่าง ๆ ของตัวคันจิมาจัดองค์ประกอบให้มีลักษณะเป็นภาพ โดยจัดวางให้เกิดความเคลื่อนไหวเชิงนามธรรม พื้นที่ว่างระหว่างวัตถุจึงกลายเป็นส่วนประกอบสำคัญในงานออกแบบ ภาพประกอบมีความชัดเจนในการสื่อสาร องค์ประกอบศิลป์ ใช้การจัดวางแบบอสมมาตรในส่วนประกอบของตัวอักษร มีลำดับการมองที่ชัดเจนตามลำดับของการเขียนพู่กัน คือบนลงล่าง ซ้ายไปขวา ใช้โทนสีเรียบขม มี ความกลมกลืน สงบนิ่ง เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ที่เหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก การพิมพ์ซิลค์สกรีนทำให้ได้ความคมของเส้น สีที่บนแน่นบนกระดาษที่มีผิวสัมผัสละเอียด ให้ความรู้สึกหรูหราแบบสุخم สีสันที่ประณีต ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น การจัดวางส่วนประกอบของตัวอักษรที่ไม่สมบูรณ์อย่างตั้งใจ มีลักษณะคล้ายจังหวะในงานเขียนพู่กันญี่ปุ่น ที่เน้นการปล่อยพื้นที่ว่างและความอสมมาตร พื้นที่ว่างรอบตัวอักษรถูกใช้เพื่อให้เกิดความสมดุล การเปลี่ยนตัวอักษรให้กลายเป็นภาพนี้สื่อสารได้ทั้งในระดับสัญลักษณ์และอารมณ์ นับเป็นการทดลองเชิงนามธรรมที่มีรากฐานจากวิถีคิดแบบญี่ปุ่น

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก Tanaka Ikkō dentō to kyō no dezain [Tanaka Ikkō: Design of tradition and today] (p. 136), I. Tanaka, 2007, TransArt.	6. โปสเตอร์ EXHIBITION OF JAPANESE TEXTILES (1959) ทะนะกะ อิกโค (Ikkō Tanaka) พิมพ์ซิลค์สกรีน ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร ได้รับรางวัลบีเซนบี ประเภทสมาชิก ครั้งที่ 9 (1959) ภาพและตัวอักษร ตัวอักษรถูกจัดวางให้มีลักษณะเป็นภาพ ซึ่งเป็นคำศัพท์เฉพาะเกี่ยวกับสิ่งทอ ญี่ปุ่นคุณภาพสูง ใช้พื้นที่ว่างในการจัดกลุ่มตัวอักษร และใช้เทคนิคการเลือน บัง หรือลดทอน บางส่วนของตัวอักษร เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวและนัยยะของการสั่นคลอนผ้าทอ ตัวอักษรจึงไม่ได้ทำหน้าที่เพียงสื่อความหมาย แต่เป็นองค์ประกอบของภาพโดยตรง องค์ประกอบศิลป์ ใช้การจัดวางตัวอักษรอยู่ในระบบกริดทางแนวดิ่ง แต่ในแนวนอนขยับ ความสูงต่ำของตัวอักษรอย่างอิสระ ตัวอักษรแต่ละตัวโดนปรับแต่ง บางตัวโดนบัง บางตัวถูกตัด บางตัวถูกเลือน แสดงให้เห็นถึงการควบคุมจังหวะและน้ำหนักขององค์ประกอบ และพื้นที่ว่างอย่างมีชั้นเชิง เส้นและรูปทรงถูกออกแบบให้สื่อถึงเนื้อผ้าและการย้อมสี โปสเตอร์จึงมีความเป็นรูปธรรมและนามธรรมในเวลาเดียวกัน เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ที่เหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก ใช้เทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีนช่วยให้ได้สีที่ทึบแน่น คมชัด โดยเฉพาะการเล่นผิวสัมผัสของสี ระหว่างตัวอักษรถูกพิมพ์ด้วยสีดำงานพื้นกระดาษสีดำนํ้า ทำให้สร้างมิติและความรู้สึกทางผิวสัมผัสได้อย่างเด่นชัด และการจัดวางเลย์เอาต์ด้วยตัวอักษรแบบโปโตโปเซตติงในยุคนั้น ทำให้การทำต้นแบบจำเป็นต้องตัดตัวอักษรมาจัดเรียงด้วยมือก่อน จึงสามารถควบคุมการจัดวางแต่ละตัวอักษรได้อย่างละเอียด เช่น การเลือน บัง หรือ ซ้อนตัวอักษรบางส่วนช่วยให้แสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์ได้เต็มที่ ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น การจัดวางส่วนประกอบของตัวอักษรที่ไม่สมบูรณ์อย่างตั้งใจ พื้นที่ว่างต่าง ๆ ช่วยสร้างความสมดุลแบบอสมมาตร การใช้สีที่แบนราบเรียบ และไม่โดดเด่น ถือเป็นลักษณะของความงามอย่างสง่างาม ลุ่มลึก และเรียบง่าย ให้ความรู้สึกละเอียดประณีต ทั้งยังใช้การเผยแพร่ข้อมูลเพียงบางส่วน เปิดโอกาสให้ผู้ชมได้ตีความเป็นสุนทรียศาสตร์ความงามญี่ปุ่นแบบประเพณี
 หมายเหตุ. จาก 1960-Nendai surafizumu = 1960s graphism: Insatsu Hakubutsukan kikakuten [1960s Graphism] (p. 107), by Printing Museum, 2002, Printing Museum, Tokyo.	7. โปสเตอร์ TOKYO 1964 (1962) คะเมะคุระ ยูสะคุ (Yusaku Kamekura) พิมพ์ไฟโตกราฟวัวร์ ขนาด 1030 x 727 มิลลิเมตร ได้รับรางวัลเหรียญทอง Tokyo ADC (1962) ภาพและตัวอักษร โปสเตอร์ชุดนี้โดดเด่นจากการเลือกใช้ภาพถ่ายจริงของนักวิ่งในจังหวะพุ่งออกจากจุดสตาร์ท แทนที่การใช้ภาพวาดหรือการฟิกซ์ในอดีต ภาพถ่ายนี้ให้ความรู้สึกสมจริง ดุดัน และสื่อถึงพลัง สะท้อนจิตวิญญาณของการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกได้ดี ภาพและตัวอักษรทำงานแยกออกจากกันชัดเจน องค์ประกอบศิลป์ การจัดองค์ประกอบภาพแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยภาพด้านบนมีความทรงพลัง ใช้เทคนิคการจัดเรียงภาพนักวิ่งให้เรียงซ้อนกันเป็นเส้นเฉียง พุ่งออกจากด้านซ้ายไปขวา ทำให้เกิดจุดนำสายตาที่สร้างความตื่นตัวและพลังของความเร็ว พ้นหลังสีดำสนิทช่วยดึงให้ตัวนักวิ่งลอยเด่นออกมาอย่างชัดเจน และยังช่วยลดรายละเอียดรกจนทำให้

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
	ความสนใจทั้งหมดตกอยู่ที่การเคลื่อนไหวของนกกีฬา การเลือกใช้ภาพตัดตกไม่ได้ทำให้ภาพเสียสมดุล แต่กลับช่วยเติมพลังของการเคลื่อนไหวให้รู้สึกว่ายังดำเนินอยู่แม้อยู่นอกกรอบ ตัวอักษรด้านล่างของโปสเตอร์ใช้ตัวอักษรแบบไม่มีเชิงแบบหนาให้ความรู้สึกรุนแรงทางการ และยังช่วยถ่วงน้ำหนักภาพด้านบนอย่างสมดุล เทคนิคการพิมพ์ โปสเตอร์นี้พิมพ์โพโต้กราฟัวร์ 7 สี ซึ่งเป็นเทคนิคที่สามารถให้คุณภาพของโทนภาพที่ลึกและซับซ้อนได้ดีที่สุดในยุคนั้น ช่วยแสดงรายละเอียดของภาพถ่ายได้อย่างสมจริงที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับเทคโนโลยีการถ่ายภาพที่สามารถเก็บภาพช่วงเวลาความเคลื่อนไหวของนกวิ่งอย่างแม่นยำ ผลลัพธ์ของเทคโนโลยีทั้งสองทำให้เปิดทางให้กับการออกแบบโปสเตอร์ที่ใช้ภาพถ่ายในแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน ความประณีตในกระบวนการผลิตสะท้อนมาตรฐานความพิถีพิถันของงานออกแบบญี่ปุ่นในยุคนั้นได้เป็นอย่างดี ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น การจัดองค์ประกอบอย่างมีระเบียบและทรงพลัง ใช้ภาพตัดตกเป็นเทคนิคที่ช่วยเปิดพื้นที่ให้จินตนาการของผู้ชมได้มีส่วนร่วม สะท้อนแนวคิดแบบญี่ปุ่นที่ไม่เน้นการแสดงทั้งหมด แต่เปิดพื้นที่ให้กับสิ่งที่มองไม่เห็น ความไม่สมบูรณ์ในกรอบภาพจึงไม่ใช่ข้อบกพร่อง แต่เป็นจุดแข็งของการสื่อสารแบบญี่ปุ่น
 หมายเหตุ. จาก Tanaka Ikkō dentō to kyō no dezaian [Tanaka Ikkō: Design of tradition and today] (p. 137), I. Tanaka, 2007, TransArt.	8. โปสเตอร์ The Third Tokyo International Biennial Exhibition of Prints (1962) ทะนะกะ อิกโก (Ikkō Tanaka) พิมพ์ซิลค์สกรีน ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร ภาพและตัวอักษร ตัวอักษรถูกจัดวางทับอยู่ด้านบนของภาพ โดยแทบไม่เว้นระยะห่าง ทำให้เกิดความกลมกลืนระหว่างภาพกับข้อความ รวากับเป็นองค์ประกอบเดียวกัน แม้ตัวอักษรจะมีขนาดใหญ่ แต่เลือกใช้สีที่มีค่าสว่างต่ำ จึงไม่แย่งจุดสนใจจากภาพหลัก ช่วยให้ผู้ชมโฟกัสกับภาพก่อน แล้วจึงค่อยรับข้อมูลจากข้อความตามลำดับสายตา องค์ประกอบศิลป์ องค์ประกอบภาพมีความแน่น แต่ถูกออกแบบให้เปิดพื้นที่ว่างด้านล่าง เพื่อเน้นการแสดงผลผ่านปากของตัวละคร การตัดตกภาพให้เหลือบเห็นใบหน้าในมุมที่แคบที่สุด ส่งผลให้แววตาของตัวละครดูเยือกเย็นและทรงพลัง สีเส้นหลากหลายที่ใช้บนพื้นหลังสีดำ เช่น คิววีสีเขียว ปากสีม่วง ตาแดงและน้ำเงิน ก่อให้เกิดการกระทบกันของสีในแบบที่หาได้ยากในงานออกแบบตะวันตก การจัดองค์ประกอบเน้นการสื่อสารอารมณ์อย่างเข้มข้น ท่ามกลางคู่มือที่ดูขัดแย้งกัน เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ที่เหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น การเลือกใช้ภาพจากอุกิโยเอะโดยศิลปินในยุคเอโดะ เป็นการแสดงออกถึงรากวัฒนธรรมญี่ปุ่นอย่างชัดเจน ทะนะกะไม่ได้เพียงนำมาใช้เท่านั้น แต่ยังตีความใหม่ให้เหมาะกับบริบทของงานนิทรรศการร่วมสมัยระดับนานาชาติ สีและองค์ประกอบที่ดูขัดแย้งในแบบตะวันตก กลับถูกจัดการให้อยู่ร่วมกันได้ในแบบญี่ปุ่น

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก Nissenshi no jidai: Nihon no graphic design 1951-70 [The epoch of the Japan Advertising Artists Club: Japanese Graphic Design 1951-70] (p. 125), by S. Segi, I. Tanaka, & H. Sano, 2000, TransArt.	9. โปสเตอร์ EXPO'70 (1967) คะเมะคุระ ยูสะคุ (Yusaku Kamekura) พิมพ์ซิลค์สกรีน และ พิมพ์กราฟวัวร์ ขนาด 1030 x 727 มิลลิเมตร และ ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร ได้รับรางวัลเหรียญทอง The 2nd International Poland Poster Biennial รางวัลเหรียญทอง Tokyo ADC (1967) รางวัลเหรียญเงิน The 6th Milano International Travel Poster Exhibition และแสดงในงานนิทรรศการนิเซนิปี ครั้งที่ 17 (1967) ภาพและตัวอักษร รูปทรงเรขาคณิตแผดเผยเป็นรัศมีเปล่งแสงจากจุดศูนย์กลางวงกลม เสมือนสัญลักษณ์ของแสงอาทิตย์ ความร่วมมือ และพลังที่มาจากทุกทิศทั่วโลก ตัวอักษร EXPO'70 แสดงถูกจัดวางไว้ด้านล่างของภาพในขนาดที่ค่อนข้างเล็กเมื่อเทียบกับองค์ประกอบภาพรวม แต่มีจังหวะที่เหมาะสม ไม่รบกวนสายตา ความสัมพันธ์ระหว่างภาพและตัวอักษรอยู่ในลักษณะ ภาพนำตัวอักษรตาม ตัวอักษรไม่มีเชิงสะท้อนความเป็นสากล องค์ประกอบศิลป์ จัดองค์ประกอบแบบรัศมีจากจุดศูนย์กลาง ซึ่งสื่อถึงความเชื่อมโยงสามัคคี และการรวมตัวของนานาชาติ เส้นบางค่อย ๆ หนาขึ้นช่วยนำสายตาเข้าสู่จุดศูนย์กลาง เกิดเกิดความเข้มข้นคล้ายกับแสงที่กำลังแผ่ขยายออก เส้นแต่ละเส้นถูกควบคุมอย่างแม่นยำ มีจังหวะที่สม่ำเสมอ สร้างความรู้สึกนิ่งแต่ทรงพลัง พื้นที่ว่างรอบภาพมีน้อยเนื่องจากการตัดภาพ ทำให้เกิดแรงดึงดูดสายตอย่างชัดเจน เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ได้เหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก โดยผลงานที่ส่งประกวดพิมพ์ด้วยระบบซิลค์สกรีน ซึ่งเหมาะสำหรับการทดลองเทคนิคที่สดและคมชัด เมื่อผลงานได้รับเลือกจึงนำไปผลิตจริงในระบบการพิมพ์กราฟวัวร์ ซึ่งให้ความละเอียดสูงที่รองรับการพิมพ์จำนวนมาก สำหรับประชาสัมพันธ์ในวงกว้าง ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น โปสเตอร์นี้จัดทำขึ้นเพื่อโปรโมทในต่างประเทศ การใช้รูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่ายเป็นสัญลักษณ์เชิงนามธรรม สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและเข้าถึงผู้ชมหลากหลายวัฒนธรรม เส้นรัศมีที่เรียงรอบจากศูนย์กลางแสดงพลังในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าการใช้ดวงอาทิตย์สีแดงขนาดใหญ่ในโปสเตอร์โตเกียวโอลิมปิก 1964 รูปแบบที่เรียบง่ายแต่ทรงพลังนี้สะท้อนแนวคิดความงามแบบญี่ปุ่นได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้การตัดตกขอบโปสเตอร์ให้สัญลักษณ์กันพื้นที่เต็มทั้งภาพ ยังช่วยเสริมความกระชับ ช่วยให้ง่ายต่อการดู และแสดงออกถึงความมั่นใจในเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญที่พบได้ในงานออกแบบญี่ปุ่นในยุคสมัยใหม่

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก <i>Nissenshi no jidai: Nihon no graphic design 1951-70 [The epoch of the Japan Advertising Artists Club: Japanese Graphic Design 1951-70]</i> (p. 78), by S. Segi, I. Tanaka, & H. Sano, 2000, TransArt.	10. โปสเตอร์ SHELTERED WEAKLINGS - JAPAN (1953) โคโนะ ทะกะชิ (Takashi Kōno) พิมพ์ซิลค์สกรีน ขนาด 1900 x 2500 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการปีเซนบี ครั้งที่ 3 (1953) ภาพและตัวอักษร ภาพปลาใหญ่ที่มีลายธงชาติสหรัฐอเมริกาแสดงถึงอำนาจและอิทธิพล โดยออกแบบในลักษณะเรขาคณิตที่เรียบง่าย แต่ถ่ายทอดอารมณ์ความก้าวร้าวผ่านพื้นแหลมและดวงตาที่โดดเด่น ขณะที่ฝูงปลาตัวเล็กที่มีลายธงชาติญี่ปุ่นว่ายตามไปในทิศทางเดียวกัน เปรียบเสมือนการสื่อถึงความอ่อนแอหรือยอมจำนนต่ออำนาจภายนอก คำว่า SHELTERED WEAKLINGS – JAPAN ใช้ตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ทั้งหมดเพื่อเน้นประเด็นอย่างชัดเจน และคำว่า JAPAN ที่แยกเป็นสีแดงยังเป็นการเน้นประเทศญี่ปุ่นโดยตรง กล่าวได้ว่าภาพโปสเตอร์นี้เป็นองค์ประกอบหลักในการสื่อสาร ขณะที่ตัวอักษรมีบทบาทรองลงมา องค์ประกอบศิลป์ องค์ประกอบของภาพมีการจัดวางแบบสมดุลแต่ไม่สมมาตร ภาพปลาใหญ่อยู่ด้านซ้าย และปลาตัวเล็กกระจายทางขวา ช่วยสร้างการเคลื่อนไหวและทิศทางของสายตา เส้นตรงและเหลี่ยมที่ใช้ในภาพให้ความรู้สึกแข็งกร้าว ตัดกับกับฝูงปลาเล็ก ๆ สร้างความแตกต่างเชิงอารมณ์ระหว่าง ผู้มีอำนาจ และ ผู้ถูกครอบงำ สีหลักมีเพียง แดง ขาว น้ำเงิน ดำ แต่ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงและให้ความรู้สึกหนักแน่น การไม่ใส่รายละเอียดอื่นในฉากหลัง ช่วยเน้นความหมายของภาพให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เทคนิคการพิมพ์ โปสเตอร์นี้พิมพ์ด้วยเทคนิคซิลค์สกรีนซึ่งเหมาะสมกับการใช้สีที่ราบเรียบ ไม่มีการไล่เฉดหรือรายละเอียดที่ซับซ้อน เทคนิคนี้ให้ผลลัพธ์ที่คมชัด สีสด และสามารถผลิตในจำนวนน้อย จึงเหมาะกับผลงานสร้างสรรค์ที่มุ่งสื่อสารแนวคิดมากกว่าการผลิตในเชิงพาณิชย์ เมื่อการประกวดนิทรรศการปีเซนบีเปิดหัวข้อทางสังคมให้นักออกแบบสามารถนำเสนอประเด็นต่าง ๆ ได้มากขึ้น เทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีนจึงตอบโจทย์ผลงานที่ต้องการความอิสระทางความคิดและไม่จำเป็นต้องผลิตในจำนวนมาก ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น แม้โปสเตอร์ชิ้นนี้จะวิพากษ์อิทธิพลของต่างชาติ แต่ก็แสดงออกถึงจิตวิญญาณญี่ปุ่นอย่างลึกซึ้ง ผ่านการแสดงจุดยืนที่แน่วแน่และความกล้าหาญในการสื่อสารความจริงทางสังคมในเวลานั้น วิธีการออกแบบด้วยรูปทรงเรขาคณิตที่เรียบง่าย และการใช้พื้นที่ว่างอย่างมีนัยยะ เป็นลักษณะเด่นในแนวความงามแบบญี่ปุ่น ที่ให้ความสำคัญกับความกระชับ ความนิ่ง และความเรียบง่ายที่ทรงพลัง พร้อมทั้งแสดงจุดยืนของนักออกแบบญี่ปุ่นที่มีบทบาทในการแสดงออกต่อสังคม

2. งานออกแบบกราฟิกสำหรับการสื่อสารภายในประเทศ

ในงานออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารภายในประเทศ กลุ่มลูกค้าหลักมักเป็นสินค้าอุปโภคบริโภค ครอบคลุมถึงงานออกแบบโฆษณาสำหรับสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร รวมไปถึงโปสเตอร์ในพื้นที่สาธารณะ อีกกลุ่มหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กันคือ งานโฆษณาที่เกี่ยวข้องกับการแสดงในเชิงประเพณี เช่น ละครโน คาบุกิ หรือคอนเสิร์ต

งานออกแบบในกลุ่มนี้จึงมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากงานสื่อสารสู่ภายนอก เช่น การไม่จำเป็นต้องใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษ หรือหากมี ก็ไม่ได้มีบทบาทสำคัญเท่าใดนัก ในทางกลับกันนักออกแบบสามารถใช้ตัวอักษรญี่ปุ่นได้อย่างยืดหยุ่นมากกว่า ทั้งในเชิงรูปทรงของตัวอักษร และการสื่อความหมาย นอกจากนี้ งานออกแบบกลุ่มนี้ยังสะท้อนรสนิยม ความชอบ และบริบททางสังคมของผู้ชมชาวญี่ปุ่นในช่วงเวลานั้นได้อย่างชัดเจน ทั้งในด้านรูปแบบภาษา สี และอารมณ์ของงาน สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของนักออกแบบในฐานะผู้ถ่ายทอดวัฒนธรรมภายใต้บริบทของญี่ปุ่นเอง ดังโปสเตอร์ในตาราง 2 ต่อไปนี้

ตาราง 2

การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างการศึกษาโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 การสื่อสารภายในประเทศ

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก 1950-Nendai Nihon no Gurafikku: Dezinā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (p. 108), by Printing Museum, 2008, Kokusho Kankōkai.	11. โปสเตอร์ MILLIONTEX (1953) คะเมะคุระ ยูสะคุ (Yusaku Kamekura) พิมพ์ออฟเซต ขนาด 1030 x 727 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการกราฟิก 55 และได้รับรางวัล MITI Award in Printing Arts Exhibition ภาพและตัวอักษร โปสเตอร์นี้ใช้ภาพถ่ายแทนภาพวาดหรือภาพประกอบ ซึ่งถือเป็นแนวทางใหม่ในงานออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นช่วงต้นทศวรรษ 1950 โดยเน้นให้ภาพทำหน้าที่สื่อสารเป็นหลัก ภาพผ้าขนสัตว์หลากหลายชนิดถูกจัดวางอย่างมีจังหวะ ด้านซ้ายของโปสเตอร์มีตัวอักษร MILLIONTEX ภาษาอังกฤษในแนวตั้ง ใช้แบบตัวอักษรที่หนาและหนักแน่น สีดำบนพื้นสีเหลืองที่ตัดกับผ้าสีเข้ม สร้างความโดดเด่นให้ชื่อแบรนด์ ขณะเดียวกันตรงกลางยังมีตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นในแนวนอนขนาดเล็กกว่า ทำหน้าที่บอกชื่อบริษัทโดยไม่แย่งความสำคัญของภาพ โปสเตอร์นี้จึงให้ความสำคัญกับภาพเป็นอันดับแรก ก่อนจะเชื่อมโยงไปยังข้อมูลแบรนด์ผ่านตัวอักษรอย่างมีลำดับ องค์ประกอบศิลป์ โปสเตอร์นี้จัดวางองค์ประกอบภาพแบบไม่สมมาตร โดยมีภาพหลักอยู่ทางขวา ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 2 ใน 3 ของโปสเตอร์ ขณะที่ด้านซ้ายเป็นพื้นที่ว่างที่มีตัวอักษรแนวตั้งสีดำบนพื้นเหลือง ช่วยสร้างสมดุลระหว่างภาพกับช่องว่างอย่างลงตัว หาก

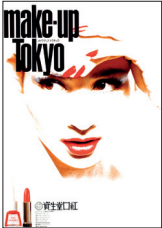
โปสเตอร์	การวิเคราะห์
	พิจารณาให้ลึกขึ้น ราวกับว่าภาพทั้งภาพเป็นส่วนหนึ่งของรัศมีวงกลมขนาดใหญ่ที่ถูกตัดออกมาเพียงบางส่วน ไม่ได้อยู่ภายใต้ระบบกริดแบบตะวันตก หลอดค้ายและกระสวยดำยวาง ในลักษณะซิกแซกคล้ายรอยหยักของตัว M ซึ่งไม่เพียงแต่เพิ่มความน่าสนใจในเชิงรูปทรง แต่ยังสร้างจังหวะและการเคลื่อนไหวให้กับโปสเตอร์ในหลายทิศทาง เทคนิคการพิมพ์ โปสเตอร์นี้แสดงให้เห็นถึงการใช้นิเทศการพิมพ์ได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยเฉพาะการทดลองเทคโนโลยีการพิมพ์ในยุคที่ถ่ายภาพสียังไม่พัฒนาเต็มที่ ซึ่งสามารถถ่ายทอดรายละเอียดตลอดสายที่ซับซ้อนของผ้าขนสัตว์ออกมาได้อย่างชัดเจน <u>ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น</u> องค์ประกอบภาพของโปสเตอร์ชิ้นนี้มีลักษณะเฉพาะตัว ด้วยการเลือกตัดภาพเพียงบางส่วนของรูปทรงที่มีลักษณะคล้ายรัศมีวงกลมขนาดใหญ่ ซึ่งมีจุดศูนย์กลางอยู่นอกกรอบภาพ แนวเส้นนำสายตาของผ้าและการเอียงของตัวอักษรขึ้นนำผู้ชมให้รับรู้ถึงพื้นที่นอกกรอบงาน วิธีนี้เปิดโอกาสให้ผู้ชมสามารถจินตนาการถึงจักรวาลแห่งสิ่งทรงของบริษัทได้
 หมายเหตุ: จาก DNP gurafikku dezin ākibu shūchōin ten 2: Tanaka Ikkō posutā 1953–1979 [DNP Graphic Design Archives Collection II: Ikkō Tanaka Posters 1953–1979] (p. 10), by DNP Foundation for Cultural Promotion, 2010, DNP Foundation for Cultural Promotion.	12. โปสเตอร์ Orquesta Tipica Canaro #1 (1953) ทะนะกะ อิกโค (Ikkō Tanaka) พิมพ์ออฟเซต 5 สี กระดาษอาร์ต 110 แกรม ขนาด 747 x 514 มิลลิเมตร และ ขนาด 788 x 1091 มิลลิเมตร ภาพและตัวอักษร โปสเตอร์นี้มีการทำให้ตัวอักษรกลายเป็นภาพประกอบ โดยไม่ได้ใช้อักษรเพียงเพื่อการอ่านหรือสื่อสารความหมายเชิงภาษาเท่านั้น ตัวอักษรแต่ละคณะถูกออกแบบให้มีจังหวะ สี และรูปทรงด้วยเทคนิคตัดปะจากสีเหลี่ยมเล็ก ๆ หลายสี สร้างภาพรวมให้ผู้สื่อกวามเคลื่อนไหวสัมพันธ์กับจังหวะของดนตรีแทงโก ตัวอักษรจึงทำหน้าที่เป็นทั้งถ้อยคำและภาพประกอบพร้อมกัน องค์ประกอบศิลป์ โปสเตอร์นี้เน้นการจัดวางองค์ประกอบแบบบอสมมาตร โดยมีการถ่วงน้ำหนักด้วยขนาดและสีของตัวอักษรที่แตกต่างกัน และจัดวางในแนวเฉียงจากซ้ายไปขวา ทำให้เกิดจังหวะสายตาที่ไม่ตายตัว ตัวอักษรโรมัน orquesta tipica canaro วางอยู่บนพื้นหลังสีสลับเป็นช่อง ๆ บนพื้นหลังดำ ช่วยเพิ่มความโดดเด่นให้กับตัวอักษรในขณะที่ข้อความรายละเอียดอื่น ๆ ด้านบน ใช้สีม่วงบนพื้นสีดำเพื่อลดความเด่น ข้อความถูกจัดกลุ่มชัดเจนปล่อยหลัง มีพื้นที่ว่างโดยรอบตัวอักษร สร้างความรู้สึกที่ทั้งเป็นระบบและเป็นอิสระ เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ได้อย่างเหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก การพิมพ์แยกเพลทตามจำนวนสีที่ต้องการ ช่วยให้ได้สีสดและตรงตามที่ออกแบบไว้มากที่สุด การพิมพ์ออฟเซต 5 สี จะได้สีสมากกว่างานพิมพ์ 4 สีทั่วไป แม้ว่าการพิมพ์ซิลค์สกรีนก็สามารถใช้เพื่อให้ได้ผลลัพธ์คล้ายกัน แต่จะเหมาะกับงานพิมพ์ที่จำนวนจำกัด <u>ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น</u> โปสเตอร์นี้สะท้อนลักษณะเฉพาะของงานออกแบบญี่ปุ่นผ่านการจัดองค์ประกอบแบบอิสระ ความกลมกลืนระหว่างพื้นที่ว่างกับองค์ประกอบ การใช้จังหวะของสี และรูปทรงที่ไม่ยึดติดกับระบบกริดแบบตะวันตก องค์ประกอบที่ดูหลุดจากระเบียบ เช่น ช่องว่างระหว่างตัวอักษร หรือการกระจายสี ช่วยสร้างความรู้สึกไม่แน่นอนว่าจะเริ่มมองจากภาพหรือตัวอักษรก่อน ทำให้ผู้ชมต้องสลับสายตาไปมา การใช้ตัวอักษรญี่ปุ่นในฐานะภาพประกอบเป็นแนวทางที่ผสมผสานความเป็นญี่ปุ่นกับอิทธิพลของกราฟิกสมัยใหม่ตะวันตกได้อย่างลงตัว

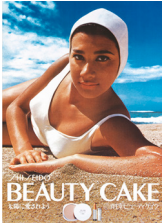
โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก 1950-Nendai Nihon no Gurafikku: Dezainā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (p. 113), by Printing Museum, 2008, Kokusho Kankōkai.	13. โปสเตอร์ Caron Dressmaking School (1954) ฮะยะกะวะ โยชิโอะ (Yoshio Hayakawa) พิมพ์ออฟเซ็ท ขนาด 363 x 514 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการกราฟิก 55 ภาพและตัวอักษร โปสเตอร์นี้เน้นภาพประกอบเป็นหลัก โดยใช้เส้นพู่กันหนา เส้นทึบ และรูปทรงเรียบง่ายที่มีลักษณะเกินจริง ใบหน้ามีรายละเอียดที่อ่อนโยน ให้ความรู้สึกมีชีวิตชีวา เส้นรอบรูปสีดำที่ตัดขอบอย่างชัดเจน กลับขัดแย้งกับอารมณ์อ่อนโยนของภาพ ทำให้เกิดความน่าสนใจทางสายตา ตัวอักษรในโปสเตอร์มีบทบาทรอง แยกชัดเจนจากภาพ ทำหน้าที่ให้ข้อมูลโดยไม่แย่งความเด่นจากภาพประกอบหลัก ข้อความ รับสมัครนักเรียนโรงเรียนตัดเย็บเสื้อผ้าकरน ใช้ตัวโกธิคและมินโอสลับกัน เพื่อเน้นคำว่า “करน” ให้โดดเด่นขึ้น องค์ประกอบศิลป์ องค์ประกอบโดยรวมเรียบง่ายแต่แฝงอารมณ์เฉพาะตัว ฮะยะกะวะ ใช้โครงหน้าของผู้หญิงเป็นจุดศูนย์กลางของโปสเตอร์ ทำให้สายตาของตัวละครสื่อสารกับผู้ชมอย่างตรงไปตรงมา เส้นพู่กันที่ลากขวางไปในแนวนอนมีน้ำหนักมาก ทั้งใบหน้าและเสื้อผ้า แต่ความหนาของเส้นในแนวตั้งช่วยถ่วงน้ำหนักของภาพ ทำให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ การวางตัวอักษรอยู่ในพื้นที่ว่างด้านล่างของภาพโดยไม่กวนองค์ประกอบภาพช่วยให้ภาพดูไม่อึดอัด แม้ไม่มีการจัดระเบียบแบบกริด แต่ความสมดุลระหว่างภาพกับข้อความได้ เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ได้อย่างเหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก เนื่องจากโปสเตอร์นี้มีรายละเอียดในภาพประกอบจำนวนมาก ไม่ใช้สีที่เรียบแบน จึงเหมาะกับการพิมพ์ระบบออฟเซ็ท ตัวอักษรที่พิมพ์ทับลงบนภาพยังคงความคมชัด อ่านง่าย ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น ภาพประกอบไม่ได้สื่อสารโดยตรงหรือมีเนื้อหาที่ชัดเจนแบบตะวันตก แต่เน้นความรู้สึกและการตีความทางอารมณ์ สะท้อนแนวคิดญี่ปุ่นที่เน้นความเป็นมนุษย์มากกว่าความสมบูรณ์แบบ
 หมายเหตุ. จาก 1950-Nendai Nihon no Gurafikku: Dezainā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (p. 111), by Printing Museum, 2008, Kokusho Kankōkai.	14. โปสเตอร์ MILLIONTEX (1954) อิโต เคนจิ (Kenji Itoh) พิมพ์ออฟเซ็ท ขนาด 1033 x 727 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการกราฟิก 55 และนิทรรศการนิเซบิ ครั้งที่ 4 (1954) ได้รับรางวัลเดนทสึ ครั้งที่ 8 (1955) ภาพและตัวอักษร โปสเตอร์นี้โดดเด่นด้วยการใช้ภาพถ่ายของผ้าขนสัตว์สามชนิดที่พับซ้อนกันเป็นรูปทรงคล้ายลำตัวของแกะ ซึ่งแสดงให้เห็นคุณสมบัติของเนื้อผ้าได้อย่างชัดเจน ทั้งความหนาและพื้นผิว การใช้ภาพถ่ายนี้ผสมผสานกับการวาดลายเส้นด้วยมือเพื่อสร้างองค์ประกอบอื่น ๆ ของแกะ เกิดเป็นภาพประกอบที่มีทั้งความสมจริงและความน่ารักสดใส ตัวอักษรสีแดงเข้มที่มีความหนาของ MILLIONTEX วางอยู่ด้านล่างของโปสเตอร์ ดูมีน้ำหนักและให้ความรู้สึกมั่นคง ตัดกับลายเส้นแกะที่มีความสนุกสนาน ช่วยเน้นให้ตัวอักษรมีบทบาทรองแต่ยังเด่นพอสมควรในการสื่อสารข้อมูล

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
	องค์ประกอบศิลป์ โปสเตอร์ใช้พื้นหลังสีเหลืองสด ทำให้ภาพของเกาะที่อยู่ตรงกลางโดดเด่นอย่างชัดเจน โครงสร้างของภาพจัดวางแบบสมมาตร โดยเน้นองค์ประกอบให้อยู่กึ่งกลางภาพ พื้นที่ว่างบริเวณขอบบนและซ้ายล่าง ก็มีบทบาทสำคัญในการสร้างสมดุล ช่วยให้ภาพดูโปร่ง เบาสบาย และชวนมอง เทคนิคตัดแปะผ้าผสมกับลายเส้นวาดมือถ่ายทอดความจริงจังของเนื้อผ้า และความเป็นกันเองของลายเส้นได้อย่างมีชีวิตชีวา เทคนิคการพิมพ์ ใช้เทคนิคการพิมพ์ได้อย่างเหมาะสมกับแนวทางการแสดงออก เนื่องจากโปสเตอร์นี้มีการผสมภาพถ่ายที่มีรายละเอียดมาก ไม่ใช่สีที่เรียบแบน จึงเหมาะกับการพิมพ์ระบบออฟเซต ด้วยกระบวนการพิมพ์ที่แม่นยำและให้สีสิ้นคมชัด ทำให้สามารถถ่ายทอดลายผ้าได้อย่างชัดเจนและมีมิติ โดยเฉพาะการไล่เฉดสีของผ้าและพื้นผิวที่แตกต่างกัน ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น โปสเตอร์นี้สะท้อนความเรียบง่ายแต่เปี่ยมด้วยจินตนาการ โดยการจัดวางผ้าให้กลายเป็นเกาะที่มีบุคลิกเฉพาะตัว ภาพจึงไม่ได้แค่สื่อสารถึงคุณภาพของผ้า แต่ยังเปลี่ยนให้กลายเป็นตัวละครที่น่าจดจำ ถ่ายทอดความอบอุ่นและเข้าถึงง่าย สอดคล้องกับวัฒนธรรม kawaii แบบญี่ปุ่นที่เน้นความน่ารัก มีอารมณ์ขัน และเป็นกันเอง
 หมายเหตุ. จาก 1950-Nendai Nihon no Gurafikku: Dezainā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (p. 25), by Printing Museum, 2008, Kokusho Kankōkai.	15. โปสเตอร์ Shiseido Cosmetics (1955) ยะมะนะะ อะยะโอะ (Ayao Yamana) พิมพ์ซิลค์สกรีน ขนาด 1034 x 728 มิลลิเมตร ได้รับรางวัลเดนทสึ ครั้งที่ 9 (1956) ภาพและตัวอักษร ภาพหญิงสาวมีความหรูหราและสง่างาม ด้วยลักษณะเส้นสายที่เรียบง่ายแต่มีพลัง ขณะที่ตัวอักษรเหมือนเสียงกระซิบ ไม่แย่งความสนใจจากภาพ น้ำหนักหนาบางของตัวอักษรแสดงอ่อนหวานแต่สง่างาม องค์ประกอบศิลป์ ภาพหญิงสาวเป็นจุดเด่นเพียงจุดเดียว วางไว้กลางเกือบเต็มพื้นที่ โครงสร้างภาพเรียบง่าย ลอนम्मสีพาสเทล ถูกออกแบบให้ดูเบาบางตัดกับชุดสีดำ องค์ประกอบทั้งหมดดูเหมือนลอยอยู่ในพื้นที่ว่าง ทำให้ผู้ชมโฟกัสไปยังใบหน้าได้อย่างชัดเจน เทคนิคการพิมพ์ โปสเตอร์ชิ้นนี้ใช้การพิมพ์แบบซิลค์สกรีน ซึ่งเหมาะกับการใช้พื้นที่สีเรียบ สีพาสเทลที่ซ้อนทับกันมีความเบา ซึ่งเทคนิคซิลค์สกรีนสามารถควบคุมส่วนนี้ได้เป็นอย่างดี ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น การใช้สีที่ราบเรียบ ไม่มีแสงเงาหรือเทคนิคการสร้างปริมาตรแบบตะวันตก แต่ละสีวางชนกันโดยไม่ตัดเส้น เน้นความเรียบง่ายและจัดวางองค์ประกอบแบบสมมาตร รายละเอียดส่วนใหญ่ถูกตัดทอน เหลือไว้เพียงรูปทรงที่ชัดเจน

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก 1950-Nendai Nihon no Gurafikku: Dezainā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (p. 116), by Printing Museum, 2008, Kokusho Kankōkai.	16. โปสเตอร์ Forest & Grove (1955) ยะมะชิโระ ริวอิจิ (Ryuichi Yamashiro) พิมพ์ซิลค์สกรีน ขนาด 1029 x 727 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการกราฟิก 55 ภาพและตัวอักษร โปสเตอร์นี้ใช้เฉพาะตัวอักษรคันจิมาจัดเรียงซ้ำ ๆ ด้วยขนาดที่หลากหลาย ทำให้ตัวอักษรทำหน้าที่เป็นทั้งภาพและข้อความไปพร้อมกัน ตัวคันจิที่เลือกใช้มีรากฐานมาจากภาพ (木 = ต้นไม้, 林 = ป่าโปร่ง, 森 = ป่าทึบ) การเพิ่มจำนวนของตัว 木 จึงสะท้อนถึงความหมายที่เปลี่ยนแปลงไปด้วย การเลือกใช้ตัวอักษรเหล่านี้จึงเป็นการนำความหมายในตัวอักษรมาเขียนภาพ แทนการวาดโดยตรง นอกจากนั้นความแตกต่างของขนาดตัวอักษรยังสร้างมิติและจังหวะเหมือนป่าที่มีต้นไม้หลากหลายขนาด บางต้นสูงใหญ่ บางต้นเตี้ยเล็ก บางจุดหนาแน่น บางจุดโปร่งโล่ง <u>องค์ประกอบศิลป์</u> ยะมะชิโระใช้การจัดวางตัวอักษรในเชิงนามธรรมอย่างอิสระ สร้างความสมดุลแบบสมมาตร โดยมีการเปลี่ยนขนาดและระยะห่างให้เกิดจังหวะภาพ คล้ายต้นไม้ที่เรียงรายกันในปัจจุบัน การไม่ใช่เส้นขอบหรือรูปทรงอื่น ช่วยให้อักษรโดดเด่นขึ้น และกลายเป็นภาพกราฟิกได้ด้วยตัวเอง โครงสร้างของโปสเตอร์ดูเรียบง่าย แต่ซับซ้อนในการรับรู้ เทคนิคการพิมพ์ โปสเตอร์นี้พิมพ์ด้วยเทคนิคซิลค์สกรีน ซึ่งให้สีที่คมชัด สามารถถ่ายทอดรายละเอียดของตัวอักษรขนาดต่าง ๆ ได้อย่างแม่นยำ แม้ว่าจะมีต้นแบบอื่นที่พิมพ์ด้วยสีที่แตกต่างกัน และมีการวางตำแหน่งตัวอักษรที่ต่างกันไป (Printing Museum Tokyo, 2008) แต่เทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีนก็ยังเหมาะสมกับวิธีการออกแบบ ไม่ว่าจะเป็นพิมพ์สีเดียวหรือหลายสีก็ตาม <u>ลักษณะเฉพาะผู้เป็น</u> การใช้ตัวอักษรมีนัยแสดงถึงความมั่นคงและงามสง่า รวมทั้งการสร้างภาพจากความหมายของตัวคันจิ สะท้อนแนวคิดแบบญี่ปุ่นที่มองเห็นภาพผ่านตัวอักษร ไม่ใช่เพียงเครื่องมือในการสื่อสาร โปสเตอร์นี้จึงเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาพกับตัวอักษรอย่างแนบเนียน
 หมายเหตุ. จาก 1950-Nendai Nihon no Gurafikku: Dezainā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (p. 114), by Printing Museum, 2008, Kokusho Kankōkai.	17. โปสเตอร์ Meiji Chocolate (1955) โอฮะชิ ทะดะชิ (Tadashi Ohashi) พิมพ์ซิลค์สกรีน ขนาด 1022 x 724 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการกราฟิก 55 และได้รับรางวัลเด่นที่สุด ครั้งที่ 9 (1956) ภาพและตัวอักษร โปสเตอร์ใช้ตัวอักษรเพียงเล็กน้อย โดยคำว่า Meiji Chocolate ในภาษาญี่ปุ่นถูกจัดวางที่มีมัลลางขา ตัวอักษรมีบทบาททรงจากภาพ แต่ยังทำหน้าที่ระบุแบรนด์สินค้าได้อย่างชัดเจน ข้อความด้านล่างบอกรสชาติของผลิตภัณฑ์ ช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจสินค้าได้ทันที แม้จะใช้ตัวอักษรไม่มาก แต่ก็สื่อสารได้อย่างตรงประเด็น ภาพประกอบแมวที่มีลำตัวเป็นช็อกโกแลตช่วยให้สินค้าดูมีชีวิตชีวาและเข้าถึงได้ง่าย <u>องค์ประกอบศิลป์</u> โปสเตอร์จัดองค์ประกอบความสมดุลแบบสมมาตร โดยมีหัวแมวขนาดใหญ่ที่ดูน่ารักเป็นจุดเด่น ซึ่งกินพื้นที่ครึ่งบนของภาพ ส่วนล่างเป็นลำตัวแมวที่เรียงขึ้นจากก้อนช็อกโกแลต การใช้รูปทรงเรขาคณิต ทำให้ภาพดูเรียบง่ายและมีความสอดคล้องกัน การใช้สีพื้นหลังเหลืองทำให้ภาพดูสดใส เป็นมิตร และดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ดี

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
	เทคนิคการพิมพ์ โปสเตอร์นี้พิมพ์ด้วยเทคนิคซิลค์สกรีน ซึ่งให้สีที่สดและเรียบเนียน โดยสีที่ใช้ในโปสเตอร์มีความคมชัดและสวยงาม เหมาะสมกับพื้นหลังสีเหลืองที่ราบเรียบ ช่วยให้องค์ประกอบต่าง ๆ ในโปสเตอร์โดยเฉพาะตัวช็อกโกแลตและตัวอักษรปรากฏอย่างชัดเจนและโดดเด่น ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น การออกแบบใช้รูปทรงที่เรียบง่ายแต่น่ารัก ตัวละครแมวที่ถูกสร้างจากช็อกโกแลตสะท้อนถึงวิถีคิดแบบญี่ปุ่นที่มองเห็นความเป็นภาพหรือบุคลิกภาพในวัตถุทั่วไปนอกจากการใช้ภาพในการสื่อสาร เพื่อเน้นความรู้สึก อารมณ์ และการเข้าถึงของผู้ชมเป็นสำคัญ เทคนิคการพิมพ์และการใช้สี เป็นรสนิยมที่มีความเรียบเนียน ซึ่งสะท้อนถึงวัฒนธรรมภาพญี่ปุ่นในแบบประเพณี
 หมายเหตุ. จาก DNP gurafikku dezain ikkō shūzhōin ten 2: Tanaka ikkō posutā 1953–1979 [DNP Graphic Design Archives Collection II: Ikkō Tanaka Posters 1953–1979] (p. 13), by DNP Foundation for Cultural Promotion, 2010, DNP Foundation for Cultural Promotion.	18. โปสเตอร์ The 5th Sankei Kanze Noh (1958) ทะนะกะ อิกโค (Ikkō Tanaka) พิมพ์ซิลค์สกรีน ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร แสดงในงานนิทรรศการนิเซนิบี ครั้งที่ 8 (1958) ภาพและตัวอักษร โปสเตอร์ใช้หน้ากากโนเป็นองค์ประกอบหลัก โดยลดทอนรายละเอียดให้เหลือเพียงดวงตา ริมฝีปาก และเส้นผมที่เป็นสีดำทั้งหมด ตัดกับพื้นหลังที่จัดวางเป็นบล็อกสีเรขาคณิตหลากหลาย ตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นจัดวางในแนวตั้งบริเวณด้านขวาของโปสเตอร์ ทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูลวันเวลา และชื่อคณะละคร มีบทบาทรองจากภาพเป็นอย่างมาก ภาพหน้ากากกลายเป็นจุดเด่นของโปสเตอร์อย่างเต็มที่ องค์ประกอบศิลป์ พื้นหลังประกอบด้วยรูปทรงเรขาคณิตสีต่าง ๆ สร้างจังหวะและความเคลื่อนไหวที่ตัดกับความนิ่งขององค์ประกอบหน้ากาก รูปทรงถูกจัดวางอย่างสมดุล ทั้งแบบสีเหลี่ยมจัตุรัสเต็มบล็อกและแบบจัตุรัสผืนครึ่ง โดยสลับตำแหน่งและเฉดสีให้ไม่ซ้ำกันโดยตรง ขณะเดียวกันก็ยังคงบรรยายภาพที่สงบ ด้วยการใช้สีที่ลดทอนความสดลง คู่สีตรงข้ามอย่างแดงกับเขียว น้ำเงินกับส้ม ถูกใช้เพื่อสร้างแรงกระทบทางสายตา ทำให้พื้นหลังดูมีพลังและมีจังหวะ ภาพรวมดูมีชีวิตชีวา เทคนิคการพิมพ์ โปสเตอร์พิมพ์ด้วยเทคนิคซิลค์สกรีน ทำให้สามารถใช้สีที่ที่มีความสดชัดเจน และวางตำแหน่งสีได้อย่างแม่นยำ เหมาะกับการจัดวางบล็อกสีรูปทรงเรขาคณิต ทั้งยังสอดคล้องกับสไตล์ของทะนะกะ ซึ่งเน้นการใช้พื้นที่เรียบและสีที่แสดงตัวตนอย่างชัดเจน ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น การใช้หน้ากากโนเป็นสัญลักษณ์หลักสะท้อนวัฒนธรรมการแสดงดั้งเดิมของญี่ปุ่น พร้อมทั้งสะท้อนแนวคิดเรื่อง ความงามของพื้นที่ว่าง (yohaku) โดยเปิดโอกาสให้ผู้ชมจินตนาการเติมเต็มความสมบูรณ์ของภาพด้วยตนเอง

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก Nihon no gurafikku 100-nen [100 Years of Japanese Graphic Design] (p. 146), by T. Yamagata, 2018, PIE International.	19. โปสเตอร์ make-up Tokyo (1964) นาคะมุระ มะโคโตะ (Makoto Nakamura, กำกับศิลป์) มุระเสะ ฮิเดะอะคิ (Hideaki Murase, ออกแบบ) และโยะโกะสึคะ โนะริอะคิ (Noriaki Yokosuka, ภาพถ่าย) พิมพ์ออฟเซ็ท ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร ได้รับรางวัลเหรียญทอง Tokyo ADC (1964) และแสดงในงานนิทรรศการนิเซนิปี ครั้งที่ 14 (1964) ภาพและตัวอักษร ภาพถ่ายใบหน้าของนางแบบถูกลดรายละเอียดลง เหลือเพียงองค์ประกอบเด่น เช่น ดวงตา ริมฝีปาก และเส้นสีแดงสด เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่หรูหราและน่าหลงใหล ตัวอักษร make-up Tokyo สีดำ ตัวหนา ขนาดใหญ่ วางชิดมุมบนซ้ายอย่างเรียบง่าย ทำหน้าที่เป็นส่วนหนึ่งของภาพถ่าย ช่วยให้เข้าใจความหมายของภาพโดยรวม การวางภาพผลิตภัณฑ์ที่มุมล่างซ้ายเชื่อมโยงกับข้อความและตัวนางแบบ ทำให้สื่อสารจุดประสงค์หลักของโปสเตอร์ได้ชัดเจน ทั้งหมดจึงทำหน้าที่ร่วมกันในเชิงภาพและตัวอักษรเป็นหนึ่งเดียว องค์ประกอบศิลป์ การใช้พื้นที่ว่างขนาดใหญ่ทางด้านขวา ช่วยสร้างสมดุลกับองค์ประกอบที่หนาแน่นทางด้านซ้าย ซึ่งประกอบด้วยตัวหนังสือ ใบหน้า มือ และภาพผลิตภัณฑ์ พื้นที่ว่างนี้ไม่ได้เพียงแต่ช่วยขบเน้นสีสันของเครื่องสำอาง แต่ยังสร้างบรรยากาศของความเบา ความโปร่ง และความหรูหรา องค์ประกอบทั้งหมดถูกจัดวางในจังหวะที่ไม่รบกวนสายตา แม้ด้านซ้ายจะมีน้ำหนักมาก แต่ก็ถ่วงสมดุลไว้ด้วยความว่างด้านขวา ทำให้ภาพไม่เอียงหรือหนักข้างใดข้างหนึ่ง เทคนิคการพิมพ์ โปสเตอร์นี้ใช้เทคนิคการพิมพ์ออฟเซ็ท ซึ่งเหมาะสมกับแนวทางการแสดงออกที่เน้นภาพถ่ายที่มีรายละเอียดสูง และการไล่โทนสีอย่างต่อเนื่อง แตกต่างจากงานพิมพ์แบบสีเรียบแบน ระบบออฟเซ็ทสามารถถ่ายทอดความสมจริงของภาพถ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น โปสเตอร์นี้ผสมผสานความงามแบบญี่ปุ่นเข้ากับสมัยนิยมตะวันตกอย่างกลมกลืน ความละเอียดอ่อนในการจัดองค์ประกอบ การใช้พื้นที่ว่าง และการเสนอความงามที่ไม่สมบูรณ์แต่เปิดโอกาสให้ผู้ชมเติมเต็มด้วยจินตนาการ สะท้อนแนวคิดแบบญี่ปุ่นที่มุ่งเน้นความกลมกลืน มากกว่าการเน้นความชัดเจนตรงไปตรงมา การใช้ตัวอักษรอังกฤษในขนาดใหญ่สะท้อนบรรยากาศสากลของโตเกียวช่วงโอลิมปิกปี 1964 แสดงให้เห็นถึงญี่ปุ่นยุคใหม่ที่เปิดรับโลกแต่ยังคงรักษารากทางวัฒนธรรมเอาไว้

โปสเตอร์	การวิเคราะห์
 หมายเหตุ. จาก 1960-Nendai gurafizumu = 1960s graphism: Insatsu Hakubutsukan kikakuten [1960s Graphism] (p. 214), by Printing Museum, 2002, Printing Museum, Tokyo.	20. โปสเตอร์ “Beloved by the Sun” Shiseido Beauty Cake (1966) นะกะมุระ มะโคโตะ (Makoto Nakamura, กำกับศิลป์) อิชิโอะกะ เอโกะ (Eiko Ishioka, ออกแบบ) และ โยะโกะสึคะ โนะคิอะคิ (Noriaki Yokosuka, ภาพถ่าย) พิมพ์ออฟเซ็ท ขนาด 1030 x 728 มิลลิเมตร ภาพและตัวอักษร ภาพถ่ายของมะเอะคะทำหน้าที่เป็นสื่อหลักในการถ่ายทอดอุดมคติใหม่แห่งความงามได้อย่างทรงพลัง ไม่มีตัวอักษรวางในพื้นที่ใกล้เคียงกับใบหน้าของนางแบบ ทำให้สายตาผู้ชมจับจ้องไปที่ดวงตาเป็นอันดับแรก ก่อนจะค่อย ๆ ส่องรอยรายละเอียดอื่น ๆ ในภาพ ข้อความสีขาวที่วางอยู่ด้านล่างภาพไม่รบกวนจังหวะขององค์ประกอบ กลับช่วยเสริมข้อมูลการทำงานระหว่างภาพและตัวอักษรอยู่ในระดับที่สมดุลและไม่ขัดแย้งกัน องค์ประกอบศิลป์ ภาพถ่ายถูกจัดองค์ประกอบในลักษณะสามเหลี่ยมที่ให้ความรู้สึกของความมั่นคง และการเคลื่อนไหวตามแนวแยงของร่างกาย นางแบบหันมาสบตากับกล้องอย่างใกล้ชิด สร้างการมีส่วนร่วมกับผู้ชมโดยตรง พื้นผิวของทราย ผิวแทน และท้องฟ้าสีน้ำเงินถูกจัดวางให้เชื่อมโยงกันอย่างเป็นธรรมชาติ ใช้โทนสีที่น้อยแต่ทรงพลัง แสงและเงา ช่วยให้ภาพมีมิติและอารมณ์ที่ชัดเจน ชัดเจนใบหน้าของนางแบบให้โดดเด่นขึ้น เทคนิคการพิมพ์ การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซ็ทเหมาะสมอย่างยิ่งกับภาพถ่ายที่มีรายละเอียดสูง โปสเตอร์นี้ใช้ประโยชน์จากความสามารถของออฟเซ็ทในการไล่โทนสีที่ละเอียด โดยเฉพาะผิวสีแทนและพื้นผิวของทรายที่ต้องการการไล่โทนอย่างต่อเนื่อง โทนสีและความคมชัดของภาพจึงถูกถ่ายทอดออกมาอย่างมีประสิทธิภาพ ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่น โปสเตอร์นี้ใช้เทคนิคการตัดตกภาพ เพื่อควบคุมจุดเน้นสำคัญและสร้างจังหวะของภาพ โดยเลือกตัดส่วนที่ไม่จำเป็นออก เช่น ขา คอ และท้องฟ้าส่วนบน เหลือไว้เพียงองค์ประกอบที่ต้องการเน้นย้ำ ได้แก่ ใบหน้า ผิวแทน และท่าทางของนางแบบที่กำลังมองมาที่กล้อง เทคนิคนี้ช่วยลดสิ่งรบกวนทางสายตาและทำให้ผู้ชมโฟกัสไปที่จุดสำคัญได้อย่างชัดเจน

ลักษณะเฉพาะญี่ปุ่นในงานกราฟิก

ในเนื้อหาส่วนนี้จะเป็นการสรุปการวิเคราะห์เปรียบเทียบงานออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นในช่วงทศวรรษ 1950–1960 จำนวน 20 ชิ้นข้างต้นกับงานจิตรกรรมและภาพพิมพ์ในประเทศญี่ปุ่น ผลการศึกษาพบว่าสามารถสรุปออกได้เป็น 6 ประเด็นดังนี้คือ (1) โยะชะคุ (yohaku) ความงามจากพื้นที่ว่าง (2) ความเรียบแบนไม่มีแสงเงา (3) ลักษณะอสมมาตร (4) การจับช่วงเวลาเฉพาะและการตัดตกภาพ (5) การทำงานของตัวอักษรกับภาพ (6) การใช้รูปทรงที่ตัดทอนให้เรียบง่าย ลักษณะทั้ง 6 ประการนี้เกิดขึ้นจากการวิเคราะห์เปรียบเทียบ ซึ่งมีรายละเอียดในงานวิจัยฉบับเต็ม นอกจากนี้ พึงตระหนักว่าประเด็นทั้ง 6 มิได้เกิดขึ้นในงานชิ้นใดชิ้นหนึ่งเป็นการเฉพาะเจาะจง แต่จะเกิดขึ้นในลักษณะประเด็นที่ทำงานแต่ละชิ้นมีลักษณะตามที่ตาเห็น ดังนั้น งานชิ้นหนึ่งอาจจะมียุทธศาสตร์ดังกล่าวมากกว่าหนึ่งประเด็นก็เป็นได้ นอกจากนี้ในงานที่มีลักษณะใดลักษณะหนึ่งก็อาจจะมีมากหรือน้อยลดหลั่นกันไปด้วย

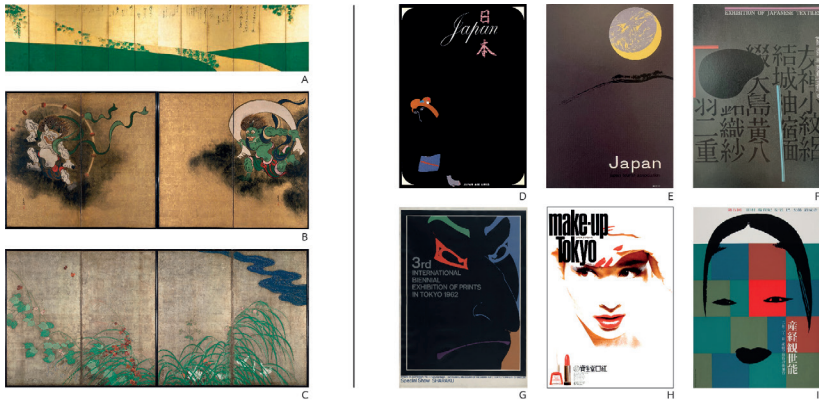
1. โยะชะคุ (yohaku) ความงามจากพื้นที่ว่าง

ความงามดังกล่าวในจิตรกรรมหรือภาพพิมพ์ญี่ปุ่นนั้นส่วนสำคัญเกิดขึ้นจากศาสนาพุทธนิกายเซนและจิตรกรรมหมึกดำที่พัฒนาจนกระทั่งจิตรกรรมอื่น ๆ ก็สนใจแง่มุมนี้และนำไปแสดงออกเป็นจุดเด่น จนแทบจะกลายเป็นภาพจำของจิตรกรรมญี่ปุ่นกลุ่มหนึ่งไปเลย ตัวอย่างของงานในกลุ่มที่ใช้พื้นที่ว่างมาก (แผนภูมิ 1A) นั้นเห็นได้ชัดว่าเป็นการใช้ที่ว่างในจิตรกรรมญี่ปุ่นอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่น โปสเตอร์ make-up Tokyo (แผนภูมิ 1H) ที่นักออกแบบใช้ภาพใบหน้าของหญิงสาวเพื่อการสื่อสารถึงเครื่องสำอาง แต่การทำให้ใบหน้าของหญิงสาวเลือนหายไปในฉากหลังสีขาวทำให้พื้นที่ว่างเข้ามาทำงานแทนที่ตัวรูปร่างชัดเจน หรืออีกตัวอย่างหนึ่งก็คือโปสเตอร์ The 5th Sankei Kanzei Noh (แผนภูมิ 1I) ที่ใบหน้าของตัวละครถูกทำให้เป็นสีดำ กลายเป็นพื้นที่ว่างมากกว่าเป็นตัวรูป เป็นต้น

แผนภูมิ 2 มุ่งจัดกลุ่มแยกแยะให้เห็นระดับของการใช้ความงามจากพื้นที่ว่างมากหรือน้อยลดหลั่นกันไปตามแต่แนวทางของนักออกแบบและการตอบโต้ของสินค้า มีข้อสังเกตว่างานออกแบบโปสเตอร์ที่องานพาณิชย์กับงานศิลปะประเพณีย่อมต้องมีข้อแตกต่างกันเพราะจุดมุ่งหมายของงานแต่ละประเภทไม่เหมือนกัน การนำความงามแบบนี้มาใช้จึงไม่ใช่การใช้ตัวรูปจากประเพณีมาแสดงออกอย่างชัดเจน หรืออาจกล่าวได้ว่าเป็นการนำเสนอโดยเอาใจหยิ่งที่ตนเองได้รับเป็นที่ตั้งก่อน จึงค่อยพัฒนาแนวทางการออกแบบงานแต่ละชิ้น

แผนภูมิ 1

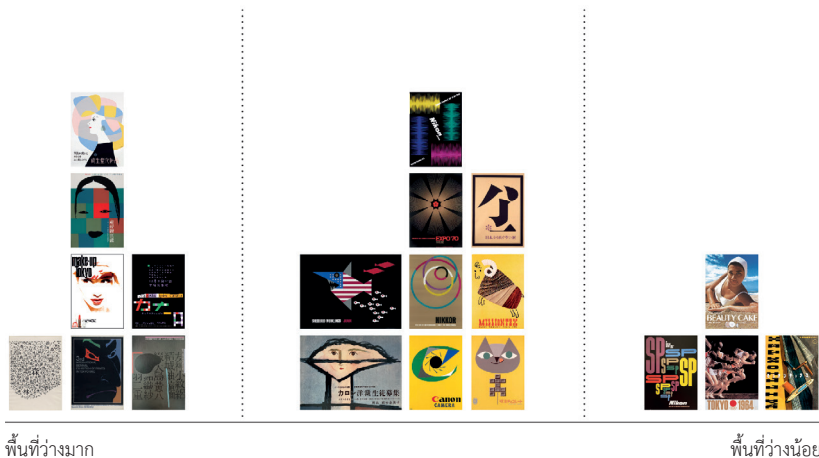
ภาพเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 ที่ใช้ความงามจากพื้นที่ว่าง



หมายเหตุ. ภาพประกอบนี้เป็นการเรียบเรียงโดยผู้วิจัย มาใช้ร่วมกับภาพเพิ่มเติม จาก Printing Museum, Tokyo. (2008). 1950-Nendai Nihon no Gurafigiku: Dezainā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (หน้า 98 (D) และ 100 (E)), Kokusho Kankōkai. เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960

แผนภูมิ 2

ภาพเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 ที่ใช้ความงามจากพื้นที่ว่าง



พื้นที่ว่างมาก

พื้นที่ว่างน้อย

2. ความเรียบแบนไม่มีแสงเงา

ความเรียบแบนเป็นลักษณะเฉพาะของศิลปะญี่ปุ่นที่มีรากฐานมาจากการประเพณีตัวอย่างของความเรียบแบนไม่มีแสงเงาในงานศิลปะประเพณีญี่ปุ่นปรากฏชัดในภาพพิมพ์อุคิโยเอะ ซึ่งใช้เทคนิคการพิมพ์ไม้ที่ให้พื้นผิวเรียบ สีแบนราบ และไม่มีการเกลี่ยแสงเงา ซึ่งเป็นลักษณะเด่นของอุคิโยเอะ แม้จะใช้เทคนิคพิเศษอย่าง คิระซูริ (การพิมพ์พื้นหลังให้แวววาว แผนภูมิ 3A) และ คะระซูริ (การพิมพ์ลายนูนแบบไม่มีสี แผนภูมิ 3B) เพื่อเพิ่มมิติของพื้นผิว แต่โดยรวมยังคงเน้นความราบเรียบ ในผลงานจิตรกรรมญี่ปุ่นก็ปรากฏลักษณะนี้เช่นกัน แม้จะมีการเลือกใช้เม็ดสีที่ต่างกันเพื่อสร้างเฉดและสัมผัสที่หลากหลาย (แผนภูมิ 3C) แต่โครงสร้างของภาพยังคงเรียบง่าย ไร้แสงเงา และไม่เน้นฉากหลังที่ซับซ้อน ความลึกของภาพเกิดจากการจัดวางระนาบสีที่ซ้อนทับกันอย่างประณีต แทนการใช้แสงเงาเพื่อสร้างปริมาตรแบบตะวันตก

การใช้ความเรียบแบนไม่มีแสงเงาในโปสเตอร์ยุคนี้สอดคล้องกับเทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีน (แผนภูมิ 3E-3I) ซึ่งช่วยขบเน้นความเรียบง่ายของสีให้โดดเด่นยิ่งขึ้น โดยเน้นการใช้พื้นที่สีเรียบและรูปทรงที่ตัดทอนรายละเอียด ทำให้ภาพมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย สะท้อนการแสดงออกที่เรียบง่าย ไม่ซับซ้อน และเข้าถึงได้อย่างรวดเร็ว เหมาะสมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมในยุคสมัยนั้นที่ต้องการการสื่อสารที่ตรงไปตรงมา ชัดเจน และมีประสิทธิภาพ ความเรียบแบนที่เห็นเด่นชัดในหลายตัวอย่างยังแสดงอิทธิพลจากศิลปะแบบญี่ปุ่นประเพณี อีกทั้งยังสอดคล้องกับข้อจำกัดทางเทคนิคการพิมพ์ที่เน้นการใช้สีจำนวนจำกัดบนระนาบเดียวกัน ผลงานที่ได้จึงมีลักษณะที่เรียบง่าย เอื้อต่อการรับรู้และการตีความ

แผนภูมิ 3

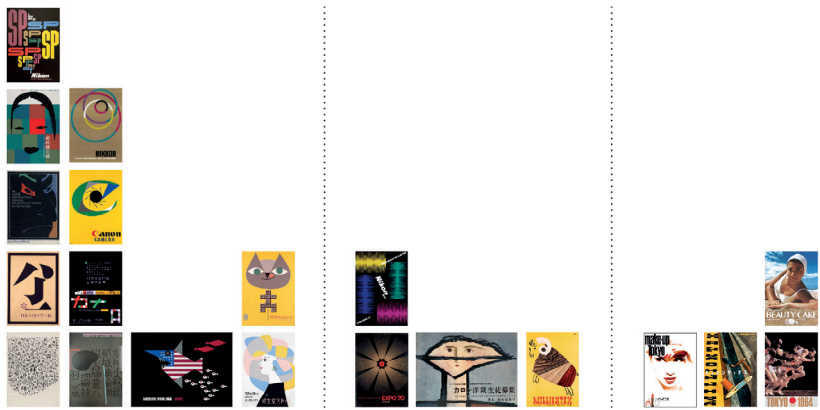
ภาพเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 ที่ใช้ความเรียบแบน ไม่มีแสงเงา



หมายเหตุ. ภาพประกอบนี้เป็นกรรการเรียบเรียงโดยผู้วิจัย มาใช้ร่วมกับภาพเพิ่มเติม จาก Printing Museum, Tokyo. (2008). 1950-Nendai Nihon no Gurafigiku: Dezainā Tanjō [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (หน้า 106 (F) และ 93 (G)), Kokusho Kankōkai. เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960

แผนภูมิ 4

ภาพระดับการใช้ความงามจากพื้นที่ว่างของโปสเตอร์กลุ่มตัวอย่าง



เรียบแบน

มีแสงเงา

3. ลักษณะอสมมาตร

ลักษณะอสมมาตรคือการจัดองค์ประกอบโดยไม่ยึดตามแกนกลาง แต่ใช้องค์ประกอบที่แตกต่างกันในแต่ละด้านทำให้เกิดความสมดุลทางสายตาผ่านการกระจายน้ำหนักอย่างมีจังหวะ แนวคิดนี้มีรากฐานจากมุมมองแบบญี่ปุ่นที่เข้าใจธรรมชาติ ไม่ได้มองว่าความสมบูรณ์แบบคือความงาม ตรงกันข้ามกลับยกย่องความไม่สมบูรณ์ ความไม่เท่ากัน และการเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติว่าเป็นความงาม จิตรกรรมญี่ปุ่น ตัวอย่างเช่น Maple (แผนภูมิ 5A) สื่อถึงความเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล สะท้อนแนวคิด โมโน โนะ อะวะระระ ที่มองเห็นความงามในสิ่งที่กำลังจะเสื่อมสลายโรยรา องค์ประกอบภาพจึงใจสร้างสมดุลตามธรรมชาติ

ตัวอักษรคันจิในโปสเตอร์ Forest & Grove (แผนภูมิ 5E) มีลักษณะสมมาตรในตัวเอง แต่การจัดวางกลับไม่สมดุลทั้งในด้านตำแหน่ง ขนาด และความหนาแน่น ส่งผลให้เกิดจังหวะสายตาที่เคลื่อนไหวคล้ายต้นไม้ในป่าที่แตกแขนงอย่างมีชีวิตชีวา ความขัดแย้งระหว่างความสมมาตรของอักษรกับความอสมมาตรของภาพ ยิ่งเน้นให้เห็นแนวทางความงามแบบอสมมาตรอย่างชัดเจน การใช้ลักษณะอสมมาตรในโปสเตอร์ยุคนี้ เป็นลักษณะของงานตัดปะทั้งรูปทรง (แผนภูมิ 5F และ 5G) และการใช้ตัวอักษร (แผนภูมิ 5H และ 5I) ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างความเคลื่อนไหวและจังหวะสายตาที่มีชีวิตชีวา

แผนภูมิ 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างโปสเตอร์จำนวน 17 จาก 20 ชิ้น มีลักษณะอสมมาตรให้การจัดองค์ประกอบ แม้ว่าในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 งานกราฟิกญี่ปุ่นจะได้รับอิทธิพลจากแนวคิดตะวันตก แต่ลักษณะอสมมาตรก็ยังคงเป็นองค์ประกอบสำคัญในงานออกแบบญี่ปุ่นยุคนี้

แผนภูมิ 5

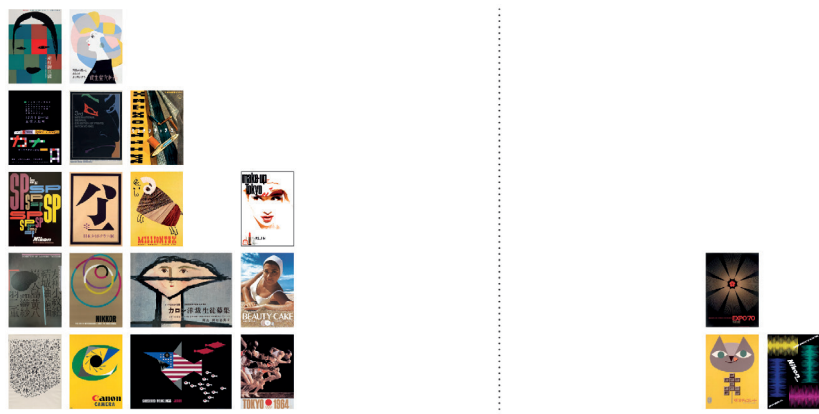
ภาพเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 ที่ใช้ลักษณะอสมมาตร



หมายเหตุ. ภาพประกอบนี้เป็นกรรณการเรียงเรียงโดยผู้วิจัย มาใช้ร่วมกับภาพเพิ่มเติม โดย Utagawa Hiroshige, Plum Park in Kameido (1857), จากชุด *One Hundred Famous Views of Edo (Meisho Edo hyakkei)*, ใน Wikipedia. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2025, จาก https://en.wikipedia.org/wiki/One_Hundred_Famous_Views_of_Edo (D) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960

แผนภูมิ 6

ภาพระดบการใช้ลักษณะอสมมาตร



ลักษณะอสมมาตร

ลักษณะสมมาตร

4. การจับช่วงเวลาเฉพาะและการตัดตกภาพ

การจับช่วงเวลาเฉพาะจากการตัดตกภาพเป็นลักษณะเด่นของการจัดองค์ประกอบภาพแบบญี่ปุ่น โดยสะท้อนโลกทัศน์ที่ให้ความสำคัญกับช่วงเวลาสั้น ๆ และความเปลี่ยนแปลงตามธรรมชาติ แตกต่างจากโลกทัศน์แบบจีนที่เน้นสภาวะกว้างใหญ่และเวลายาวนานชั่วนรีนทร์ วัฒนธรรมญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับช่วงเวลาที่ผ่านมา ที่มีระยะเวลาช่วงสั้น เช่น ดอกไม้บานที่ไม่นานก็โรยใบไม้เปลี่ยนสีที่ไม่นานก็ร่วง หรือหิมะที่ไม่นานก็ละลาย ความสนใจนี้สะท้อนผ่านภาพพิมพ์หลายชิ้น (แผนภูมิ 7A-7E)

ในงานกราฟิกการจับช่วงเวลาเฉพาะเห็นได้ชัดใน (แผนภูมิ 7F) ซึ่งหยุดความเคลื่อนไหวไว้เพียงเสี้ยววินาที การตัดตกภาพช่วยให้ผู้ชมรับรู้ว่าองค์ประกอบที่ไม่ได้แสดงยังคงเคลื่อนไหวอยู่ ส่วนเทคนิคการตัดตกเป็นการละเว้นรายละเอียดที่ไม่จำเป็น เพื่อให้ผู้ชมรับสารได้อย่างตรงประเด็นและกระชับยิ่งขึ้น

สรุปได้ว่า การจับช่วงเวลาเฉพาะและการตัดตกภาพในโปสเตอร์ยุคนี้ ไม่เพียงช่วยเน้นอารมณ์ และความเคลื่อนไหว แต่ยังเปิดช่องให้ผู้ชมใช้จินตนาการ เติมเต็มสิ่งที่ไม่ได้แสดงออกมา เทคนิคเหล่านี้เสริมพลังให้กับองค์ประกอบภาพทั้งในแง่ความกระชับ ความงดงาม และสะท้อนแนวคิดแบบญี่ปุ่นที่ให้ความสำคัญกับสิ่งที่ไม่เห็นเทียบเท่ากับสิ่งที่ปรากฏอย่างชัดเจน

แผนภูมิ 7

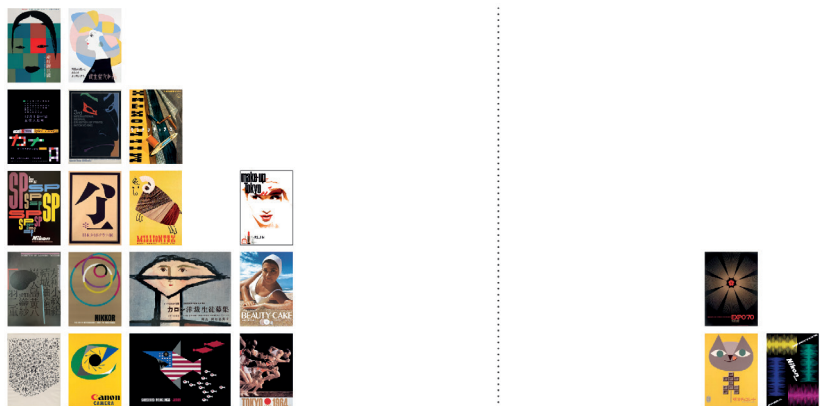
ภาพเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 ที่ใช้การจับช่วงเวลาเฉพาะจากการตัดตกภาพ



หมายเหตุ. ภาพประกอบนี้เป็นกรเรียบเรียงโดยผู้วิจัย มาใช้ร่วมกับภาพเพิ่มเติม โดย Utagawa Hiroshige, *Distant View of Kinyūzan Temple and the Azuma Bridge* (1857), จากชุด *One Hundred Famous Views of Edo* (Meisho Edo hyakkei), ใน Wikipedia. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2025, จาก https://en.wikipedia.org/wiki/One_Hundred_Famous_Views_of_Edo (A) และ จาก Printing Museum, Tokyo. (2008). *1950-Nendai Nihon no Guraifiku: Dezainō Taniō* [Japanese graphic design in the '50s: The designer is born] (หน้า 92 (H)), Kokusho Kankōkai. เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960

แผนภูมิ 8

ภาพระดับการใช้การตัดตกภาพ



ตัดตกภาพมาก

ตัดตกภาพน้อย

5. การทำงานของตัวอักษรกับภาพ

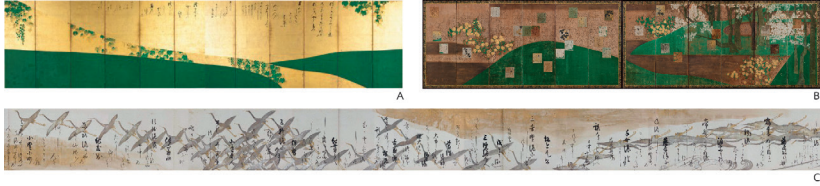
การทำงานร่วมกันระหว่างตัวอักษรกับภาพเป็นลักษณะเด่นที่มีรากฐานมาจากวัฒนธรรมจีน แตกต่างจากวัฒนธรรมตะวันตกที่มักแยกตัวอักษรกับภาพออกจากกันอย่างชัดเจน ในวัฒนธรรมจีน การเขียนบทกวีที่มีความหมายสอดคล้องหรือเสริมภาพช่วยให้ผู้ชมได้รับความหมายสองชั้นจากการดูภาพและการอ่านตัวอักษร ซึ่งลึกซึ้งและหลากหลายกว่าการรับรู้เพียงอย่างเดียวหนึ่ง ตัวอย่างในงานจิตรกรรมประเพณีที่นำทั้งสององค์ประกอบมารวมกันอย่างกลมกลืน (แผนภูมิ 9A-9C)

แนวคิดเรื่องตัวอักษรในฐานะองค์ประกอบภาพนี้ถูกนำมาหลวมรวมในงานออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นยุคใหม่ นักออกแบบนำตัวอักษร ไม่ว่าจะเป็นตัวอักษรคันจิ ฮิรางานะ คะตะกะนะ หรือ โรมันจิ มาใช้เป็นองค์ประกอบทางศิลปะควบคู่กับภาพถ่ายหรือกราฟิกอื่น ๆ (แผนภูมิ 9D-9I) การออกแบบเช่นนี้ไม่ได้จำกัดบทบาทตัวอักษรเพียงเพื่อการสื่อสารเนื้อหา แต่ทำให้ตัวอักษรกลายเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบทางศิลปะอย่างแท้จริง สร้างพื้นที่ทดลองใหม่ ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการของโปสเตอร์ญี่ปุ่นในยุคสมัยใหม่

สรุปได้ว่า การทำงานร่วมกันของตัวอักษรกับภาพในโปสเตอร์ยุคนี้ ทำหน้าที่ทั้งสื่อสารและเป็นองค์ประกอบศิลป์ ตัวอักษรจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของภาพ หรือแม้แต่กลายเป็นภาพเอง สร้างประสบการณ์ที่ผู้ชมทั้งอ่านและดูไปพร้อมกัน สะท้อนถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่เน้นความสัมพันธ์ระหว่างตัวอักษรกับภาพ ส่งผลให้งานออกแบบมีพลังและมีชีวิตชีวามากยิ่งขึ้น รวมทั้งช่วยสร้างมิติทางความหมายและอารมณ์ที่ลึกซึ้ง ทำให้งานกราฟิกมีความโดดเด่นในด้านการสื่อสาร

แผนภูมิ 9

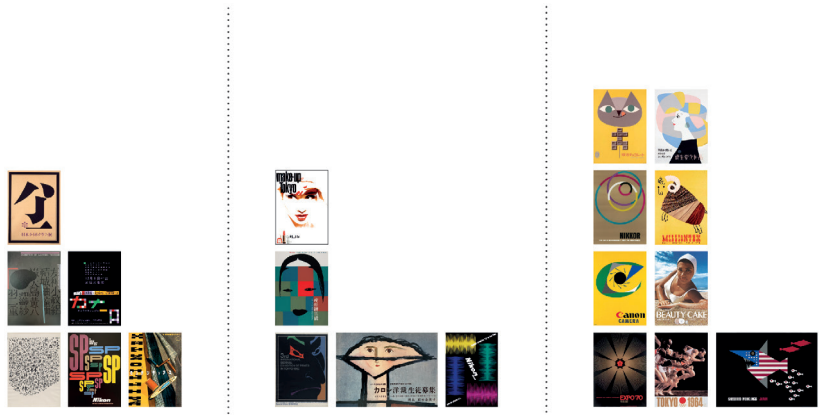
ภาพเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 ที่มีการทำงานของตัวอักษรกับภาพ



หมายเหตุ. ภาพประกอบนี้เป็นกรเรียบเรียงโดยผู้วิจัย มาใช้ร่วมกับภาพม้วน (บางส่วน) เพิ่มเติมจาก *Anthology with Crane*. (ไม่ปรากฏปี). ใน Cultural Heritage Online. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2025, จาก <https://bunka.nii.ac.jp/heritages/detail/544995> (C) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960

แผนภูมิ 10

ภาพระดับการทำงานของตัวอักษรกับภาพ



การทำงานของตัวอักษรและภาพมาก

การทำงานของตัวอักษรและภาพน้อย

6. การใช้รูปทรงที่ตัดทอนให้เรียบง่าย

แนวทางสำคัญของศิลปะญี่ปุ่น คือการตัดทอนรูปทรงให้เรียบง่าย และเน้นสาระสำคัญของวัตถุหรือแนวคิด แม้ว่าศิลปะญี่ปุ่นในหลายยุคสมัยจะมีความวิจิตรละเอียดอ่อน แต่อีกด้านหนึ่งก็มีแนวทางที่มุ่งเน้นความเรียบง่าย อย่างผลงานของช่างสกุลริมปะ (แผนภูมิ 11A-11D) เป็นความงามเชิงนามธรรม มากกว่าการแสดงเหมือนจริงของธรรมชาติ

งานออกแบบกราฟิกญี่ปุ่นยุคหลังสงคราม เน้นการสื่อสารสาระสำคัญโดยตรงไปตรงมา โดยไม่พึ่งรายละเอียดเกินจำเป็น พร้อมสีที่ราบเรียบ ช่วยสร้างความโดดเด่น ดึงดูดสายตา และสะท้อนแนวคิดของแบรนด์อย่างชัดเจน ความเรียบง่ายยังลดภาระทางสายตาและเสริมภาพจำให้เด่นชัด (แผนภูมิ 11F และ 11H)

สรุปได้ว่า การตัดทอนรูปทรงให้เรียบง่ายเป็นแนวทางสำคัญในงานออกแบบกราฟิกในยุคนี้ ซึ่งช่วยลดความซับซ้อน แต่ยังเพิ่มพลังในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยรูปทรงถูกลดเหลือเพียงแก่นสารสำคัญ เพื่อการสื่อสารกระชับ ชัดเจน และทรงพลัง นอกจากนี้ยังสะท้อนให้เห็นแนวโน้มการออกแบบที่มุ่งสู่ความเป็นสมัยใหม่ควบคู่กับการรักษาความงามแบบญี่ปุ่นประเพณีไว้อย่างกลมกลืน ส่งผลให้งานออกแบบมีความโดดเด่นและน่าจดจำ

แผนภูมิ 11

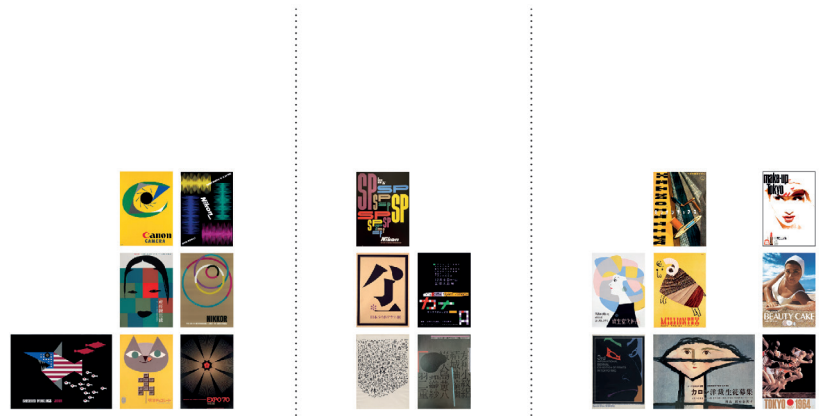
ภาพเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960 ที่ใช้รูปทรงที่ตัดทอนให้เรียบง่าย



หมายเหตุ. ภาพประกอบนี้เป็นกรรณการเรียบเรียงโดยผู้วิจัย มาใช้ร่วมกับภาพเพิ่มเติมจาก *Writing Box with the Eight-Plank Bridge, Lacquered wood with “maki-e”, lead, and mother-of-pearl*. (ไม่ปรากฏปี). ใน ColBase: Integrated Collections Database of the National Institutes for Cultural Heritage, Japan. สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2025, จาก https://colbase.nich.go.jp/collection_items/tnm/H-86?locale=en (D) เพื่อใช้ในการเปรียบเทียบงานประเพณีและโปสเตอร์ในทศวรรษที่ 1950–1960

แผนภูมิ 12

ภาพระดบการใชัรูปทรงที่ตัดทอนให้เรียบง่าย



รูปทรงที่ตัดทอนให้เรียบง่าย

รูปทรงที่มีความซับซ้อน

งานวิจัยนี้มุ่งตอบคำถามว่า งานออกแบบกราฟิกของญี่ปุ่นภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สามารถสร้างลักษณะเฉพาะของตนเองให้แตกต่างจากงานกราฟิกตะวันตก ทั้งในยุโรปและสหรัฐอเมริกาได้อย่างไร โดยมีได้หมายความว่างานออกแบบกราฟิกทุกชิ้นจำเป็นต้องสะท้อนความเป็นญี่ปุ่นอย่างชัดเจน หากแต่แนวคิดเรื่องลักษณะเฉพาะของญี่ปุ่นถือเป็นจุดยืนร่วมของนักออกแบบส่วนใหญ่ในช่วงนั้น สมมติฐานสำคัญของงานวิจัยนี้คือ ลักษณะเฉพาะดังกล่าวได้ปรากฏในแนวทางการออกแบบโปสเตอร์ช่วงทศวรรษ 1950–1960 อันเป็นผลจากบริบทของการฟื้นฟูเศรษฐกิจ การฟื้นคืนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และความต้องการวางตำแหน่งของตนเองในเวทีนานาชาติ

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยกรณีศึกษาของนักออกแบบชั้นนำในช่วงนั้น วิเคราะห์ผ่านการทำงานของภาพและตัวอักษร การพิจารณาองค์ประกอบศิลป์ เทคนิคการพิมพ์ที่ใช้ เพื่อทำความเข้าใจว่าลักษณะเฉพาะของญี่ปุ่นได้ถูกนำมาใช้อย่างไรภายใต้บริบทหลังสงคราม จากการวิเคราะห์ พบว่างานออกแบบกราฟิกของญี่ปุ่นในช่วงเวลาดังกล่าวมีความตื่นตัวอย่างสูง โดยมีการจัดตั้งองค์กรเพื่อสนับสนุนและยกระดับวิชาชีพ การจัดการประกวดที่เปิดพื้นที่ให้เกิดทดลองเชิงสร้างสรรค์ ไปจนถึงการถ่ายทอดแนวคิดใหม่เกี่ยวกับบทบาทของนักออกแบบในฐานะผู้สื่อสารสาธารณะ ซึ่งต่างจากแนวคิดเชิงปัจเจกในสายทัศนศิลป์

แม้การเรียนรู้จากต่างประเทศจะเป็นสิ่งจำเป็นในบริบทหลังสงคราม แต่นักออกแบบจำนวนมากแสดงท่าทีปฏิเสธการลอกเลียนแบบตะวันตก และหันกลับมาทบทวนมรดกทางศิลปะประเพณีของญี่ปุ่น พร้อมทั้งแสวงหาวิธีการแปลงคุณค่านั้นให้อยู่ในรูปแบบที่ร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น คะเมะคุระ ยูซาคุ ใช้รูปทรงเรขาคณิตอันเรียบง่ายถ่ายทอดความหมายจากนามธรรมให้เป็นรูปธรรม โดยอาศัยเพียงเครื่องมือพื้นฐานอย่างวงเวียนและไม้บรรทัด ผลงานของเขาแสดงถึงความเข้มงวดในการออกแบบและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ ในขณะที่ ทะนะกะ อิคโกะ ใช้เทคนิคการตัดตกภาพ เคลื่อน เลื่อน ตัด เชื้อนให้ได้รูปทรงที่ต้องการจากนั้นนำมาประกอบใหม่บนงานของตัวเอง ส่วนฮะระ อิโระมุ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาอัตลักษณ์ของตัวอักษรญี่ปุ่น

อีกทั้งการจัดประกวดของนิพนธ์มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการทดลองทางกราฟิก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีนซึ่งเอื้อต่อการผลิตในปริมาณน้อย ทำให้นักออกแบบสามารถทดลองคู่สืออย่างหลากหลายเพราะนักออกแบบมักไปยื่นคุมการพิมพ์ด้วยตนเองทำให้ผลงานมีหลายเวอร์ชันและมีลักษณะเป็นงานผลิตมือก่อนเข้าสู่การพิมพ์เชิงอุตสาหกรรมในเวลาต่อมา ทั้งนี้การจำกัดให้ส่งเฉพาะผลงานที่พิมพ์จริง (ไม่รับงานวาดมือหรือใช้สีโปสเตอร์) ยังส่งผลให้เทคโนโลยีการพิมพ์พัฒนาก้าวหน้าอย่างมีนัยสำคัญ ในเวลาต่อมา

เมื่อเทคโนโลยีการพิมพ์ออฟเซตได้รับความนิยมมากขึ้น ทำให้งานแบบพิมพ์มีอยู่ค้อย ๆ ลดบทบาทลง อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญคือเทคโนโลยีด้านการถ่ายภาพ ซึ่งญี่ปุ่นมีพื้นฐานที่แข็งแกร่งตั้งแต่ก่อนสงครามและสามารถพัฒนาอย่างต่อเนื่องภายหลังสงคราม ทำให้ภาพถ่ายกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของโปสเตอร์ในยุคต่อมา

ข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้มีความจำเป็นต้องจำกัดกรอบของเวลาและกรอบของผลงานซึ่งผู้วิจัยทราบแต่แรกจึงได้จำกัดเอาไว้แค่ทศวรรษที่ 1950 และ 1960 เท่านั้น การจำกัดกรอบเวลาทำให้ผู้วิจัยเลือกผลงานแบบประเพณีอย่างจำกัดเช่นกัน ผู้วิจัยได้ค้นคว้าไปยังทศวรรษที่ 1970 สั้น ๆ เพื่อทำความเข้าใจว่ามีพัฒนาการไปในทิศทางใดและพบว่าลักษณะเฉพาะของงานกราฟิกคลี่คลายตัวออกไปในอีกอย่างน่าสนใจและเป็นเช่นเดียวกับสองทศวรรษก่อนหน้านี้ที่ผู้ดูจากต่างชาติ (เช่นผู้วิจัย) สามารถแยกแยะออกได้ทันทีว่างานชิ้นใดเป็นงานจากญี่ปุ่นเนื่องจากมีลักษณะเฉพาะสูงมาก กล่าวได้ว่าการศึกษาดังนี้เองสำหรับประเด็นนี้เป็นเรื่องที่น่าทำเพื่อให้ได้วิเคราะห์ข้อมูลที่มากขึ้นและเป็นประเด็นอื่นเพิ่มขึ้นด้วย

เอกสารอ้างอิง

- โกโต-โจนส์, ค. (2554). *Modern Japan : A very short introduction* [ญี่ปุ่นสมัยใหม่: ความรู้ฉบับพกพา]. (พิมพ์ครั้งที่ 1). โอเพ่นเวิร์ลด์ส.
- จิรายุ พงส์วรุตม์. (2558). ความงามแบบประเพณีญี่ปุ่นในงานออกแบบกราฟิกโปสเตอร์สมัยใหม่และร่วมสมัย. *วารสารศิลป์ พีระศรี*, 3(1), 63–159. <https://doi.org/10.69598/sbjfa.240955>
- วิวิธเคะ โคโด, พิษณุ ศุภนิมิตร, ปรีชา เกาทอง, ยุสะคุ อิมามุระ และ ชัยยศ อิชัญญ์วรพันธุ์. (2566). สารของวัตถุในศิลปะสมัยใหม่ญี่ปุ่น ทศวรรษที่ 1970 กับพื้นฐานทางวัฒนธรรม กรณีศึกษากลุ่มโมโนฮะ. *วารสารศิลป์ พีระศรี*, 11(2), 181–206. <https://doi.org/10.14456/sbjfa.2023.13>
- อัจฉราพร แสนอาทิพย์. (2556). อุดมการณ์ชาตินิยมของนักศึกษาไทยกับการต่อต้านสินค้าญี่ปุ่นใน พ.ศ. 2515. *วารสารญี่ปุ่นศึกษา*, 30(2), 107–127.
- DNP Foundation for Cultural Promotion. (2010). *DNP gurafikku dezain ākibu shūzōhin ten 2: Tanaka Ikkō posutā 1953–1979* [DNP Graphic Design Archives Collection II Ikko Tanaka Posters 1953–1979]. DNP Foundation for Cultural Promotion.
- Kamekura, Y. (1983). *The works of Yusaku Kamekura*. Rikuyo-sha.
- Nobel Prize. (1968). *The nobel prize in literature 1968 – award ceremony speech*. NobelPrize.org. <https://www.nobelprize.org/prizes/literature/1968/ceremony-speech/>
- Printing Museum Tokyo. (2002). *1960-Nendai gurafizumu = 1960s graphism: Insatsu Hakubutsukan kikakuten* [1960s Graphism]. Printing Museum, Tokyo.
- Printing Museum Tokyo. (2008). *1950-Nendai Nihon no Gurafikku: Dezainā Tanjō* [Japanese graphic design in the ‘50s: The designer is born]. Kokusho Kankōkai.
- Segi, S., Tanaka, I., & Sano, H. (2000). *Nissenshi no jidai: Nihon no graphic design 1951–70* [The epoch of the Japan Advertising Artists Club: Japanese Graphic Design 1951–70]. TransArt.
- Tanaka, I. (2007). *Tanaka Ikkō dentō to kyō no dezain* [Tanaka Ikko: Design of tradition and today]. TransArt.
- The Niigata Bandaijima Art Museum. (2015). *The 100th anniversary of the birth: Yusaku Kamekura exhibition*. [Seitan 100-nen Kamekura Yūsaku ten: Gurafikku dezainā no zenbō]. The Niigata Bandaijima Art Museum.

- Vardaman, J. M. (2009). *Contemporary Japanese history: since 1945*. IBC Publishing.
- Yamagata, T. (2018). *Nihon no gurafikku 100-nen* [100 years of Japanese graphic design]. PIE International.

ศึกษาอัตลักษณ์ชาวจีนแต้จิ๋วในไทย เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคล กรณีศึกษาร้านขนมแสงทอง

เศกสันต์ แสงทอง¹

สมชาย เซะวิเศษ²

ธเนศ ภิรมย์การ³

รับบทความ : 14 กรกฎาคม 2568

แก้ไข : 16 ตุลาคม 2568

ตอบรับตีพิมพ์ : 29 ตุลาคม 2568

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อีเมล : saengthong_s@su.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อีเมล : somchai.se@kmitl.ac.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง อีเมล : thanate.pi@kmitl.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชาวจีนแต่จิ๋วในไทย 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลณีสึกหาร้านขนมแสงทอง 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลณีสึกหาร้านขนมแสงทอง โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัย คือ วิเคราะห์ปัญหา สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย พบว่า ขนมมงคลจีนยังมีบทบาทสำคัญในพิธีกรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน ผลการวิเคราะห์ “ขนมเปี๊ยะ” ได้รับความนิยมสูงสุดและมีศักยภาพสูงในการเพิ่มมูลค่าผ่านบรรจุภัณฑ์ โดยการออกแบบที่ผสมผสานอัตลักษณ์แต่จิ๋วด้านเรื่องราวประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยใช้แนวคิดของ สมชนะ กังวาลจิตต์ เน้นถ่ายทอดอัตลักษณ์วัฒนธรรมแต่จิ๋วผ่านองค์ประกอบ 8 ประการ เช่น สีแดง-ทอง ลวดลายมังกรและอักษรจีน คำว่า “潮” (Cháo) “王” (wáng) “興” (xìng) รูปทรงแปดเหลี่ยม และใช้วัสดุพรีเมียมเพื่อสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์และภาพลักษณ์ร่วมสมัย โดยนำเสนอแบบร่าง 3 รูปแบบ และผ่านการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผลพบว่า แบบที่ 1 ซึ่งใช้รูปทรงแปดเหลี่ยมได้รับคะแนนประเมินสูงสุด (ค่าเฉลี่ย 4.79, S.D. 0.29) มีความโดดเด่นด้านกราฟิก ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อความหมายวัฒนธรรมจีนได้อย่างลึกซึ้งและแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ทั่วไปจากการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคขนมมงคลแต่จิ๋วย่านเยาวราชจำนวน 80 คน พบว่ามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด (เฉลี่ย = 4.68, S.D. = 0.46) มีลำดับความพึงพอใจสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) ด้านความงาม 2) ด้านประโยชน์ใช้สอย 3) ด้านวัสดุที่เหมาะสม

คำสำคัญ : อัตลักษณ์จีนแต่จิ๋ว, บรรจุภัณฑ์, ขนมมงคล

Studying Teochew Chinese Identity in Thailand for Product Design and Packaging of Auspicious Snacks, a Case Study of Saengthong Dessert Shop

Seksan Saengthong¹

Somchai Seviset²

Thanate Piromgarn³

Received : July 14, 2025

Revised : October 16, 2025

Accepted : October 29, 2025

¹ Master degree student, in Technology of Industrial Design Program, School of Industrial Education and Technology, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang Email: saengthong_s@su.ac.th

² Asst.Prof.Dr. in Technology of Industrial Design Program, School of Industrial Education and Technology, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang E-mail: somchai.se@kmitl.ac.th

³ Asst.Prof.Dr. in Technology of Industrial Design Program, School of Industrial Education and Technology, King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang E-mail: thanate.pi@kmitl.ac.th

Abstract

This research aimed to 1) Study the identity of Teochew Chinese in Thailand, 2) To design products and packaging of auspicious desserts, a case study of Saengthong Dessert Shop 3) To assess consumer satisfaction towards products and packaging of auspicious desserts, a case study of Saengthong Dessert Shop. The research methods were problem analysis, research instruments creation, data collection, data analysis, and research conclusions. It was found that auspicious Chinese desserts still play an important role in the rituals of Thai-Chinese people. Currently, there are 7 popular types: mooncakes, Chinese steamed cakes, Chinese steamed buns, steamed buns, egg cakes, bean cakes/ sesame cakes, and red auspicious candy. The analysis results showed that “mooncakes” were the most popular and had high potential for value-added through packaging. The design combined Teochew identity, such as auspicious patterns, red-gold, historical stories, and culture, adhering to the concept of Somchana Kangwarnjit, emphasizing the transmission of Teochew cultural identity through 8 elements, such as red-gold, dragon patterns and Chinese characters, the words “潮” (Cháo), “王” (wáng), “興” (xìng), The octagonal shape represents good fortune, and premium materials are used to create a contemporary emotional and visual experience. Three design concepts were presented and evaluated by a panel of experts. The results showed that Design 1, which uses an octagonal shape, received the highest score (mean 4.79, S.D. 0.29), standing out for its graphics, creativity, and profound interpretation of Chinese culture that is different from general packaging. From the evaluation of the satisfaction of 80 consumers of small auspicious desserts in Yaowarat area, it was found that they were at the highest level of satisfaction (mean = 4.68, S.D. = 0.46). The top 3 satisfaction levels were: 1) beauty, 2) utility, 3) appropriate materials.

Keywords: Teochew Chinese identity, packaging, auspicious dessert

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ชาวจีนเริ่มติดต่อค้าขายและอพยพเข้าพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่สมัยสุโขทัย ช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 13 ดังปรากฏว่าอาณาจักรสุโขทัยและจีนได้ส่งคณะทูตไปมาระหว่างกัน และมีหลักฐานพบว่าภายหลังได้อพยพเข้าไทยอีกหลายหลายระลอก ซึ่งจำแนก ได้ 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มจีนแต้จิ๋ว กลุ่มจีนฮกเกี้ยน กลุ่มจีนไหหลำ กลุ่มจีนกวางตุ้ง และกลุ่มจีนแคะ โดยโครงการวิจัยนี้จะนำเสนอกลุ่มชาวจีนแต้จิ๋วซึ่งอพยพเข้ามามากที่สุด (หอจดหมายเหตุแห่งชาติ. ร. 5 น. 30/9 ยอดสำมะโนครัว มณฑลกรุงเทพฯ ศก. 128 อ้างถึงใน สุภางค์ จันทวานิช และคณะ, 2534) ภูมิลาเนาเดิมของชาวจีนแต้จิ๋วอยู่ที่เมืองแต้จิ๋ว มณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน ซึ่งมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบเฉพาะชาวจีนแต้จิ๋ว เมื่ออพยพเข้ามาตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานอาศัยอยู่ในประเทศไทยได้นานขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมและเทศกาลประจำท้องถิ่นติดตัวมาด้วย ดังปรากฏในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีนจากอดีตจวบจนถึงปัจจุบัน ซึ่งแสดงออกมาในลักษณะต่าง ๆ เช่น สถาปัตยกรรมวัดจีนในไทย ศาลเจ้าจีน ประเพณีการเซ่นไหว้ในเทศกาลตรุษจีน ศิลปะการแสดง จั๊วแต้จิ๋ว เป็นต้น

ขนมแต้จิ๋วเป็นส่วนหนึ่งในวัฒนธรรมด้านอาหารของชาวจีนแต้จิ๋ว สันนิษฐานว่าน่าจะมิโนไทยมาตั้งแต่สมัยอยุธยา มีเอกสารชื่อ คำให้การขุนหลวงวัดประดู่ทรงธรรม (สมเด็จพระเจ้าเอกทัศ) เอกสารจากหอหลวง บันทึกว่า “...มีพวกจีนมาตั้งโรงงานทำขนมจันอับอยู่ตลาดน้อย ใกล้ประตูของกุดท่าเรือจ้างข้ามไปวัดพนัญเชิง และมีพวกจีนตั้งโรงงานทำขนมเปี๊ยะ ขนมโก๋ และขนมจันอับอยู่ตลาดขนมจีนอีกแห่งหนึ่ง...” (คำให้การขุนหลวงวัดประดู่ทรงธรรม เอกสารจากหอหลวง อ้างถึงใน สำนักวรรณกรรมและประวัติศาสตร์, 2554) ขนมจันอับหรือขนมแต่เหลี่ยว แต่เหลี่ยวเป็นขนมประเภทหนึ่งทีกินคู่กับน้ำชาของจีน และใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น ไหว้เจ้า งานแต่งงาน งานมงคล ฯลฯ เป็นที่นิยมมากในสังคมไทยขนมแบบฉบับแต้จิ๋วจึงเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่าง คน ศาสนาและขนบธรรมเนียมประเพณีเข้าด้วยกัน

ร้านขนมแสงทองประจวบ (王興,Wáng xing) ประกอบ ธุรกิจด้านขนมมงคลแต้จิ๋ว มีที่ตั้งอยู่ ณ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เจ้าของกิจการชื่อคุณประดิษฐ์ แสงทอง จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น ขนมไหว้พระจันทร์ ขนมเปี๊ยะ ขนมโก๋ จันอับ เป็นต้น ซึ่งมีแผนพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจและผลประกอบการที่สูงขึ้น (ประดิษฐ์ แสงทอง, การสื่อสารส่วนบุคคล, 2 มกราคม 2565) การปรับภาพลักษณ์มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ ถือว่าเป็นส่วนสำคัญด้านภาพลักษณ์ที่สำคัญยิ่งต่อผลิตภัณฑ์สินค้าทุกชนิดทุกระดับ จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นเพื่อทำให้สินค้ามีความโดดเด่นและต่างไปจากคู่แข่ง เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ผู้บริโภคจะได้รับเมื่อได้ซื้อสินค้าหรือบริการทั้งในด้านที่จับต้องได้ อันได้แก่คุณลักษณะและคุณสมบัติของตราสินค้า

ต่าง ๆ รูปลักษณ์ทางกายภาพของสินค้า บรรจุภัณฑ์และเครื่องหมายสื่อสารต่าง ๆ และรวมถึงสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งจะเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม พร้อมทั้งทำการยกระดับให้กับตัวสินค้าไปในตัวด้วย (Philip Kotler and Gary Armstrong อ้างถึงใน ประชิต ทิมบุตร และคณะ, 2559) การพัฒนาและปรับปรุงกิจการของร้านขนมแสดทองประจวบจะมีขั้นตอนและกระบวนการอื่น ๆ รวมถึงต้องใช้ระยะเวลาเพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของผู้ประกอบการ แต่หากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นและเป็นหนึ่งในขั้นตอนที่ถูกต้องตามหลักวิชาการสากล ซึ่งจะถูกนำไปต่อยอดในแผนพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจ อีกทั้งข้อมูลงานวิจัยนี้ยังเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่องค์ความรู้สำหรับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ที่จะนำไปพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อไป

2. วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชาวจีนแต้จิ๋วในไทย
- 2.2 เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกรณีสึกษาร้านขนมแสดทอง
- 2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกรณีสึกษาร้านขนมแสดทอง

3. กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

- 3.1 ศึกษาอัตลักษณ์ชาวจีนแต้จิ๋วในไทย
 - 3.1.1 ศึกษาด้านประวัติความเป็นมา ศาสนา ความเชื่อ จารีตประเพณีและวัฒนธรรมเทศกาล พิธีกรรมของชาวจีนแต้จิ๋วในไทยที่เกี่ยวข้องกับขนมมงคลแต้จิ๋ว
- 3.2 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกรณีสึกษาร้านขนมแสดทอง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อ้างถึง สมชนะ กังวารจิตต์ (2564) ได้กล่าวว่า “งานดีไซน์ถือเป็นภาษาอย่างหนึ่ง หน้าที่หรือสาระสำคัญของบรรจุภัณฑ์คือต้องสื่อสารภาษา เรื่องราว หรือจุดเด่นของสินค้าผ่านการออกแบบ เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ สนใจ และเลือกซื้อ” ผู้วิจัยได้

สรุปนำมาเป็นหัวข้อ ดังนี้

- (1) สี (Color)
- (2) ลวดลายกราฟิก (Graphic)
- (3) Message (ข้อความ)
- (4) Functional (การทำงาน)
- (5) Shape (รูปทรง)
- (6) Material (วัสดุ)
- (7) Interactive (การปฏิสัมพันธ์)
- (8) Production (กระบวนการผลิต)

3.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกณีศึกษาร้านขนมแสงทอง โดยศึกษาแนวคิดของ วาสนา เจริญวิเชียรฉาย (2551) ดังนี้

- (1) หน้าที่ใช้สอย (Function)
- (2) การประหยัด (Economy)
- (3) ความทนทาน (Durability)
- (4) วัสดุ (Material)
- (5) ความงาม (Beauty)

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาอัตลักษณ์ชาวจีนแต่จิวในประเทศไทยเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกณีศึกษาร้านขนมแสงทอง ผู้วิจัยเริ่มศึกษาข้อมูลปฐมภูมิโดยผู้ให้ข้อมูลคือผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์แต่จิวในประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับขนมมงคลแต่จิว ซึ่งผู้วิจัยพิจารณาแล้วว่าสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรที่สามารถอ้างอิงหรืออนุมานได้และข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือเอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ ทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบและสอดคล้องตามวัตถุประสงค์การดำเนินการวิจัยดังนี้

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูล

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1. ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ชาวจีนแต่จิวในไทย 3 ท่าน
ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จำนวน 3 ท่าน

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ชาวจีนแต่จิว
ในไทย 3 ท่าน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
จำนวน 3 ท่าน

ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. ประชากร คือ กลุ่มผู้บริโภคชนมมมงคลแต่จิวย่านเยาวราช
กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้บริโภคชนมมมงคลแต่จิวย่าน
เยาวราช จำนวน 80 คน

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบไร้โครงสร้าง (Unstructured Interview) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างการสุ่มแบบเจาะจง และแบบสอบถาม (Questionnaire) การประเมินเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับตามวิธีของ ลิเคิร์ท (บุณชม ศรีสอาด, 2545.)

4.3 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาจากหนังสือ เอกสาร บทความ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และทฤษฎีต่าง ๆ เพื่อนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการสร้างเครื่องมือภายใต้กรอบแนวคิด นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลักและอาจารย์ที่ปรึกษาร่วมวิทยานิพนธ์ เพื่อทำการตรวจสอบและปรับปรุง โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา (Content Validity) และข้อเสนอแนะ ทำการเก็บรวบรวม ข้อมูลและสถิติ โดยนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการออกแบบตามข้อจำกัดของการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชนมมงคลกรณีศึกษาร้านขนมแสงทองจากอัตลักษณ์ของชาวจีนแต่จิวในไทย และสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถึงความเป็นไปได้และความเหมาะสมในการผลิต เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นำข้อมูลมาทำการจัดหมวดหมู่และนำไปวิเคราะห์เพื่อสังเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากการประเมินตามแบบมาตรฐานประเมินค่าระดับ (Rating Scale) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากผู้ให้ข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ การสังเกต จดบันทึกและภาพถ่าย ข้อมูลทางสถิตินำมาจัดหมวดหมู่และนำไป สังเคราะห์เป็นแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทางสถิติในการวิเคราะห์การออกแบบ เพื่อหาแนวทางที่

เหมาะสมสำหรับการออกแบบ ซึ่งการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลจากแบบประเมินความคิดเห็น และข้อมูลด้านการออกแบบตามกรอบแนวคิดในการออกแบบ นำเสนอ ข้อมูลด้วยการหาค่าร้อยละ โดยการนำข้อมูลมาคำนวณวิเคราะห์หาค่าสถิติโดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ผลการวิเคราะห์ศึกษาด้านประวัติความเป็นมา ความเชื่อ ประเพณีและวัฒนธรรมของชาวจีนแต้จิ๋วที่เกี่ยวข้องกับขนมมงคลแต้จิ๋ว

จากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องรวมถึงการปรึกษาและรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านอัตลักษณ์ชาวจีนแต้จิ๋วในไทย ได้รับข้อมูลโดยแบ่งข้อมูลได้ ดังนี้

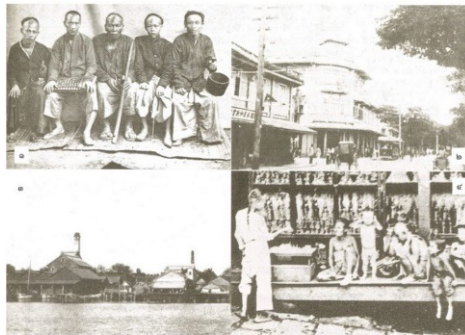
- 5.1.1 ประวัติความเป็นมาของชาวจีนแต้จิ๋วและบริบททางวัฒนธรรมเกี่ยวกับขนมมงคลแต้จิ๋ว เรื่องเล่าชาวดั้งจิ๋ว ประวัติ การอพยพ และความผูกพันกับ “ขนมมงคล” ชาวดั้งจิ๋ว หรือ เตี้ยจิ๋ว เป็นกลุ่มชาติพันธุ์จีนที่มีถิ่นกำเนิดอยู่ในภูมิภาคแต้จิ๋ว (เฉาโจว) ทางตะวันออกของมณฑลกวางตุ้งประเทศจีน ซึ่งเป็นพื้นที่ติดชายฝั่งทะเลและมีแม่น้ำห่านเจียงไหลผ่าน ด้วยสภาพภูมิศาสตร์ดังกล่าว ทำให้ชาวดั้งจิ๋วมีความเชี่ยวชาญในการค้าขายและการเดินเรือมาตั้งแต่อดีต
- (1) ประวัติศาสตร์และการอพยพ ประวัติศาสตร์ของชาวดั้งจิ๋วมีความเกี่ยวข้องกับการอพยพย้ายถิ่นฐานหลายครั้ง ปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการอพยพมีทั้งภัยธรรมชาติ ความอดอยากสงคราม และความไม่สงบทางการเมือง ตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถัง ชาวดั้งจิ๋วเริ่มมีการติดต่อค้าขายกับโพ้นทะเล และการอพยพครั้งใหญ่เกิดขึ้นในหลายช่วงเวลา โดยเฉพาะในช่วงปลายราชวงศ์หมิงและต้นราชวงศ์ชิง เนื่องจากความวุ่นวายภายในประเทศ และในช่วงกลางศตวรรษที่ 19 ถึงต้นศตวรรษที่ 20 ซึ่งเป็นยุคที่จีนเผชิญกับปัญหาทั้งภายในและภายนอก ชาวดั้งจิ๋วจำนวนมากได้อพยพไปยังภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ไทย เวียดนาม กัมพูชา สิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ในประเทศไทย ชาวดั้งจิ๋วถือเป็นกลุ่มชาวจีนที่มีจำนวนมากที่สุด และมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศมาตั้งแต่อดีต โดยเฉพาะในด้านการค้า การเกษตร และอุตสาหกรรม ด้วยความมานะ

อดทน และความสามารถในการปรับตัว ทำให้ชาวแต้จิ๋วสามารถตั้งถิ่นฐาน และสร้างฐานะในต่างแดนได้เป็นอย่างดี

- (2) บริบททางวัฒนธรรมเกี่ยวกับขนมมวงคลแต้จิ๋ว วัฒนธรรมแต้จิ๋วมีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งรวมถึงความเชื่อ ประเพณี และอาหารการกิน “ขนมมวงคล” ถือเป็นส่วนสำคัญของวิถีชีวิตชาวแต้จิ๋ว โดยมีความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับเทศกาล งานเฉลิมฉลอง และพิธีกรรมต่าง ๆ ขนมเหล่านี้ไม่ได้เป็นเพียงอาหาร แต่ยังแฝงไว้ด้วยความหมายอันเป็นสิริมงคล คำอวยพร และความปรารถนาดี

ภาพ 1

ประวัติศาสตร์และการอพยพของชาวแต้จิ๋วในอดีต



หมายเหตุ. จาก ชาวจีนในไทยมาจากไหนเปิดประวัติการอพยพยุคแรกเริ่มถึงการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม, โดย พรพรรณ จันทโรนานนท์, 2568, ศิลปวัฒนธรรม, (https://www.silpa-mag.com/history/article_26173) สงวนลิขสิทธิ์ 2568 โดย ศิลปวัฒนธรรม.

5.1.2 ความเชื่อและความสำคัญของขนมมวงคลในวัฒนธรรมแต้จิ๋ว

- (1) การเซ่นไหว้บรรพบุรุษและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ขนมมวงคลเป็นสิ่งจำเป็นในการประกอบพิธีเซ่นไหว้บรรพบุรุษ เทพยดา และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เพื่อแสดงความเคารพกตัญญู และขอพรให้ชีวิตมีความเจริญรุ่งเรือง
- (2) เทศกาลและงานเฉลิมฉลอง ในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น ตรุษจีน สารทจีน เทศกาลกินเจ และงานมงคลต่าง ๆ ขนมมวงคลจะถูกจัดเตรียมขึ้นเพื่อเฉลิมฉลอง สร้างบรรยากาศแห่งความสุข และแบ่งปันความโชคดี

- (3) ความหมายเชิงสัญลักษณ์ ขนมห่อหุ้มแต่จะมีลักษณะที่แตกต่างกันไป ซึ่งสะท้อนถึงความปรารถนาในด้านต่าง ๆ เช่น ความอุดมสมบูรณ์ โชคลาภ ความก้าวหน้า ความสามัคคี และชีวิตที่ยืนยาว รูปร่าง สี และส่วนผสมของขนมมักถูกเลือกสรรมาเพื่อให้สื่อความหมายที่เป็นมงคล
- (4) การสืบทอดประเพณี การทำและแบ่งปันขนมมงคลเป็นวิธีหนึ่งในการสืบทอดความรู้ ภูมิปัญญา และประเพณีอันดีงามจากรุ่นสู่รุ่น
- (5) ตัวอย่างขนมมงคลแต่จิวและความหมาย ชาวแต่จิวมีขนมมงคลหลากหลายชนิด บางชนิดเป็นที่รู้จักกันดีในหมู่ชาวไทยเชื้อสายจีนและคนไทยทั่วไป โดยมักเรียกชื่อแตกต่างกันไป ดังนี้
 - (5.1) ขนมเปี๊ยะ เป็นขนมที่นิยมใช้ในงานแต่งงานและเทศกาลต่าง ๆ สื่อถึงความสมบูรณ์พูนสุข ความกลมเกลียว
 - (5.2) ขนมกุยช่าย นิยมทำในเทศกาลกินเจ มีความหมายถึงความอุดมสมบูรณ์
 - (5.3) อั่งก้วย (อั่งถ่อก้วย) ขนมสีแดง ทำจากแป้งข้าวเหนียว มีไส้ต่าง ๆ มักทำเป็นรูปเต่าสีแดง ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของชีวิตที่ยืนยาวและความเป็นสิริมงคล
 - (5.4) ผีอั้งก้วย ขนมโบราณที่ทำจากสมุนไพรฉีกคั้น นิยมทำในช่วงตรุษจีน เชื่อว่ามีสรรพคุณทางยาและเป็นสิริมงคล
 - (5.5) ซาลาเปา แม้จะเป็นขนมที่พบได้ทั่วไปในวัฒนธรรมจีน แต่สำหรับชาวแต่จิว ซาลาเปามีความหมายถึงการห่อโชคลาภและความเจริญรุ่งเรือง

สรุปขนมมงคลแต่จิวจึงไม่ใช่แค่ของหวาน แต่เป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชาวแต่จิวที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน และยังคงเป็นที่นิยมและมีความสำคัญในสังคมไทยในปัจจุบัน

- 5.1.3 ขนมห่อหุ้มแต่จิวมีความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ ของชาวแต่จิว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ และการให้ความสำคัญกับความเป็นสิริมงคล โชคลาภ และความสัมพันธ์ในครอบครัว ประเพณีและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับขนมมงคลแต่จิวมีหลากหลาย ดังนี้
 - (1) การไหว้เจ้าและบรรพบุรุษ
 - (1.1) เทศกาลสำคัญ ขนมห่อหุ้มแต่จิวเป็นสิ่งที่ไม่ได้ในเทศกาลสำคัญต่าง ๆ ของชาวจีน เช่น ตรุษจีน (春節 - 춘เจ็ย), สารทจีน (中元節 - จงหยวนเจ็ย), สารทขนมบัวลอย (冬至 - ตงจื่อ), วันไหว้พระจันทร์ (中秋節 - จงชิวเจ็ย) ในแต่ละเทศกาล จะมีการจัดเตรียมขนมมงคลที่แตกต่างกันไป เพื่อนำไป เช่น ไหว้เทพเจ้าฟ้าดิน สิ่งศักดิ์สิทธิ์ และบรรพบุรุษ เพื่อแสดงความเคารพกตัญญู และขอพร

- (1.2) ความหมายของการไหว้ การนำขนมมงคลไปไหว้ เชื่อว่าจะนำมาซึ่งความเจริญรุ่งเรือง ความสงบสุข และความเป็นสิริมงคลมาสู่ครอบครัว ขนมแต่ละชนิดที่ใช้ไหว้ก็มีความหมายเฉพาะ เช่น ขนมเซ่ง หมายถึงความร่ำรวย ความสามัคคี ขนมเทียน หมายถึงความหวานชื่น ความอุดมสมบูรณ์
- (2) งานมงคลต่าง ๆ
 - (2.1) งานแต่งงาน ขนมเปี๊ยะ”喜餅” (xǐ bǐng) ในภาษาจีน อ่านว่า “สี่ปิ่ง” หมายถึง ขนมแต่งงาน หรือเป็นขนมมงคลสำคัญในงานแต่งงานของชาวแต้จิ๋ว มักมีการนำไปมอบให้กับญาติผู้ใหญ่และเพื่อนสนิทเพื่อแจ้งข่าวดี และเป็นการขอบคุณ ขนมเปี๊ยะสื่อถึงความสุข ความสมบูรณ์พูนสุข และการเริ่มต้นชีวิตคู่ที่หวานชื่น
 - (2.2) การทำบุญบ้านใหม่ ในพิธีขึ้นบ้านใหม่ของชาวแต้จิ๋ว ก็มักจะมีขนมมงคลเป็นส่วนหนึ่งของการประกอบพิธี เพื่อขอให้บ้านใหม่เต็มไปด้วยความสุข ความเจริญ และผู้อยู่อาศัยมีแต่โชคลาภ
- (3) การให้และการแบ่งปัน
 - (3.1) การเยี่ยมเยียน เมื่อไปเยี่ยมเยียนญาติผู้ใหญ่หรือเพื่อนฝูงในช่วงเทศกาล การนำขนมมงคลติดไม้ติดมือไปด้วยถือเป็นการแสดงความเคารพและความปรารถนาดี เป็นการแบ่งปันความสุขและความเป็นสิริมงคล
 - (3.2) ความสัมพันธ์ในชุมชน การแบ่งปันขนมมงคลในชุมชน โดยเฉพาะในเทศกาลต่าง ๆ เป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนบ้านและคนในชุมชน
- (4) ความเชื่อเกี่ยวกับรูปร่างและสี
 - (4.1) รูปร่างที่เป็นมงคล ขนมมงคลแต้จิ๋วหลายชนิดมีรูปร่างที่เป็นสัญลักษณ์ เช่น รูปทรงกลมของขนมเปี๊ยะและซาลาเปา หมายถึงความสมบูรณ์ ความกลมเกลียว รูปเต๋าของอังก๋วย หมายถึงอายุยืนยาว
 - (4.2) สีส้มคล สีส้มแดงเป็นสีที่สำคัญและเป็นมงคลอย่างยิ่งในวัฒนธรรมจีน สื่อถึงความสุข โชคลาภ และพลังชีวิต ขนมมงคลหลายชนิดจึงมีสีแดง เช่น อังก๋วย หรือมีการใช้สีแดงเป็นส่วนประกอบ
- (5) การสืบทอดผ่านการลงมือทำ
 - (5.1) การเรียนรู้จากบรรพบุรุษ การทำขนมมงคลหลายชนิดต้องอาศัยความรู้และเทคนิคที่สืบทอดกันมาในครอบครัว จากรุ่นสู่รุ่น การที่ลูกหลานได้เรียนรู้และลงมือทำขนมเหล่านี้ร่วมกับผู้ใหญ่ เป็นการสร้างความผูกพันและส่งต่อมรดกทางวัฒนธรรม

สรุปขนมมงคลแต่จ้าวเป็นมากกว่าแค่อาหาร แต่เป็นส่วนหนึ่งของอัตลักษณ์ และวิถีชีวิตของชาวแต่จ้าว ที่สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อ ความกตัญญู การให้ความสำคัญกับครอบครัวและชุมชน รวมถึงการสืบทอดประเพณีอันดีงามที่สืบทอดต่อกันมาหลายชั่วอายุคน

- 5.1.4 ผู้วิจัยทำการลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการร้านขนมแสงทอง พบว่าร้านขนมแสงทอง ประกอบธุรกิจด้านขนมมงคลแต่จ้าว มีที่ตั้งอยู่ ณ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เจ้าของกิจการชื่อคุณประดิษฐ์ แสงทอง เริ่มทำธุรกิจในปี พ.ศ. 2526 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ เช่น ขนมไหว้พระจันทร์ ขนมเปี๊ยะ ขนมโก๋ จันอับ เป็นต้น ซึ่งมีแผนพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจโดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจและผลประกอบการที่สูงขึ้น การปรับปรุงผลิตภัณฑ์มีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ ซึ่งรู้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ถือว่าเป็นส่วนสำคัญด้านภาพลักษณ์ที่สำคัญต่อผลิตภัณฑ์สินค้าทุกชนิด จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขึ้น เพื่อให้สินค้ามีความโดดเด่นและต่างไปจากคู่แข่ง เช่น คุณลักษณะและคุณสมบัติ และเครื่องหมายสื่อสารต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างสินค้ากับผู้บริโภค สามารถสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้ตัวสินค้าได้ ขนมมงคลจื๋นมีบทบาทสำคัญในพิธีกรรมและประเพณีของชาวไทยเชื้อสายจีน โดยสะท้อนความเชื่อ ความศรัทธา และค่านิยมที่สืบทอดกันมาในครอบครัวและชุมชน ขนมแต่ละประเภทมีความหมายเฉพาะ และถูกเลือกใช้ตามโอกาสที่ต่างกัน

ภาพ 2

ลงพื้นที่สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ



5.1.5 ผู้วิจัยทำการจัดอันดับความนิยมของขนมมงคลจีน โดยอิงจากสัดส่วนโดยประมาณจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการจากกรอบแนวคิดในงานวิจัย พร้อมการวิเคราะห์บริบทการใช้งานและเหตุผลทางวัฒนธรรม

จากผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลด้านสัดส่วนความนิยมของขนมมงคลจีน พบว่า ขนมมงคลจีนเป็นส่วนสำคัญในประเพณีและวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายจีน นิยมใช้ในพิธีกรรมต่าง ๆ เช่น วันตรุษจีน ไหว้เจ้า ไหว้บรรพบุรุษ และงานมงคลต่าง ๆ ความนิยมของขนมแต่ละชนิดอาจแตกต่างกันตามยุคสมัย ความเชื่อ ความสะดวกในการบริโภค และบริบททางสังคม ประกอบด้วย ขนมเปี๊ยะ, ขนมเซ่ง, ขนมเทียนซาลาเปา, ขนมไข่, ถั่วตัด / งาตัดและลูกกวาดมงคลแดง

โดยผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลมาวิเคราะห์ พบว่า ผลการวิเคราะห์ตามความนิยมในสังคมไทยเชื้อสายจีนทั่วไป โดยพิจารณาทั้ง ความถี่ในการใช้ในพิธีมงคลต่าง ๆ และ ความนิยมในการบริโภคหรือพบเห็นในโอกาสพิเศษ ขนมมงคลจีนทั้ง 7 ชนิดสามารถจัดลำดับจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้เพื่อจัดลำดับความนิยมจากผู้บริโภค ดังนี้

ตาราง 1

ลำดับความนิยมโดยประมาณของขนมมงคลจีน (%)

ลำดับ	ขนมมงคลจีน	ความนิยมโดยประมาณ (%)	บริบทการใช้งานและเหตุผลทางวัฒนธรรม
1	ขนมเปี๊ยะ	25%	ใช้ทั้งในไหว้พระจันทร์ตรุษจีน งานแต่ง และของขวัญมงคล
2	ขนมเซ่ง	20%	สัญลักษณ์หลักของตรุษจีน
3	ขนมเทียน	15%	ใช้ในเซ่นไหว้ โดดเด่นช่วงตรุษจีน
4	ซาลาเปา	12%	ใช้ไหว้เจ้าได้ทุกเทศกาล พบเห็นทั่วไป
5	ขนมไข่	10%	มักให้ในงานแต่ง และโอกาสฉลองชีวิต
6	ถั่วตัด / งาตัด	10%	นิยมในงานเทศกาล แจกเป็นของฝาก
7	ลูกกวาดมงคลแดง	8%	ใช้ในพิธีคลอดลูก งานแต่ง มากับความเชื่อเฉพาะกลุ่ม

หมายเหตุ. จาก ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการจากกรอบแนวคิดในงานวิจัย

จากตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนความนิยมโดยประมาณของขนมมงคลจีนข้างต้น สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญเชิงวัฒนธรรมของขนมแต่ละประเภทในสังคมไทยเชื้อสายจีน โดยเรียง

ลำดับตามความนิยมที่มีสัดส่วนแตกต่างกันไปตามบทบาททางสังคมและความเชื่อเฉพาะของแต่ละชนิต

ชนมเปี้ยะเป็นชนมมงคลที่ได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 25 เนื่องจากมีการใช้อย่างแพร่หลายทั้งในการให้พรพระจันทร์ พิธีแต่งงาน และเป็นของขวัญในโอกาสมงคลต่าง ๆ ความอ่อนน้อมและความสะดวกสบายของชนมเปี้ยะ ทำให้มีบทบาททั้งในพิธีกรรมและในเชิงสัญลักษณ์ของความเจริญรุ่งเรือง

รองลงมาคือชนมแข่ง ซึ่งมีความนิยมร้อยละ 20 โดยถือเป็นชนมหลักในเทศกาลตรุษจีน มีความหมายถึงความเหนียวแน่น ความสามัคคี และการยึดมั่นในครอบครัว จึงมักปรากฏอยู่ในแทบทุกบ้านช่วงเทศกาลดังกล่าว ส่วนชนมเทียน ซึ่งนิยมร้อยละ 15 ก็มีบทบาทคล้ายคลึงกันในเชิงพิธีกรรม แต่เน้นด้านความศักดิ์สิทธิ์และความอ่อนน้อม โดยมักใช้ในงานไหว้เจ้าช่วงตรุษจีนและงานสำคัญอื่น ๆ

ชาลาเปา (ร้อยละ 12) และชนมไข่ (ร้อยละ 10) เป็นชนมที่พบเห็นได้ทั่วไป โดยชาลาเปามีความยึดหยุ่นในการใช้งาน ทั้งในชีวิตประจำวันและพิธีกรรม ส่วนชนมไข่ ซึ่งมักใช้ในงานแต่งงานและพิธีเฉลิมฉลอง มีความหมายถึงการเริ่มต้นใหม่และความเจริญเติบโต

ในกลุ่มชนมที่มีความนิยมใกล้เคียงกัน ได้แก่ ถั่วตัด / งาตัด และลูกกวาดมงคลแดง โดยมีสัดส่วนร้อยละ 10 และ 8 ตามลำดับ ชนมเหล่านี้มีความสำคัญในฐานะของฝากที่แฝงความหมายดีงาม โดยเฉพาะลูกกวาดมงคลที่มักใช้ในพิธีคลอดลูกและงานแต่งงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับความเชื่อเฉพาะกลุ่ม เช่น ความหวานชื่นและความมีสิริมงคลของชีวิต

โดยสรุป ชนมมงคลจีนแต่ละชนิดมีบทบาทเฉพาะที่เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม การจัดอันดับความนิยมจึงเป็นการสะท้อนถึงความหลากหลายทางความเชื่อและรูปแบบการใช้งานของชนมในพิธีกรรมและชีวิตประจำวันของชาวไทยเชื้อสายจีน

5.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชนมมงคลกรณีศึกษา ร้านชนมแสงทอง

การวิเคราะห์แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชนมเปี้ยะ

5.2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชนมเปี้ยะโดยยึดแนวคิดของ สมชนะ กังวารจิตต์ (2564) สมชนะ กังวารจิตต์ ซึ่งมองว่างานดีไซน์เป็นภาษาที่สื่อสารตัวตนของสินค้าไปยังผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายเชื้อสายจีนในบริบทไทย การวิเคราะห์นี้เน้นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมแต่จีวผ่านองค์ประกอบการออกแบบ 8 ประการ ซึ่งมีรายละเอียดสำคัญดังนี้

1) สี (Color) การใช้สีแดงและสีทองเป็นสีหลักสะท้อนความเชื่อเรื่องความโชคดี ความมั่งคั่ง และความมงคล สีแดงยังสื่อถึงความรักและความอบอุ่นในครอบครัว ส่วนสีทองสื่อถึงความหรูหราและคุณค่า ส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า (perceived value) และความผูกพันทางอารมณ์ระหว่างผู้บริโภคกับแบรนด์

2) ลวดลายกราฟิก (Graphic) ลวดลายจีนแบบแต้จิ๋ว เช่น ลายเมฆ ลายมังกร หรือ อักษรมงคล มีบทบาทในการสื่อถึงรากวัฒนธรรมของผู้บริโภคคุ้นเคย พร้อมสร้างเรื่องราวของ ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำหน้าที่เป็น Visual Storytelling ที่ช่วยสร้างความแตกต่างและอัตลักษณ์ แปรนัย

3) ข้อความ (Message) การใช้ชื่อแบรนด์และคำอธิบายซึ่งเป็นกลยุทธ์การสื่อสารที่ เน้นความเชื่อมโยงกับพิธีกรรม ความเชื่อ และวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย ข้อความที่ชัดเจน และตรงประเด็นช่วยเพิ่มการจดจำแบรนด์และสร้าง positioning ที่แข็งแรง

4) ฟังก์ชันการใช้งาน (Functional) บรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องสินค้าได้ดี เปิด-ปิด สะดวก และเหมาะสมสำหรับการบริโภคส่วนตัวและเป็นของขวัญ การออกแบบในด้านนี้เชื่อมโยงโดยตรงกับความพึงพอใจหลังใช้งาน และความสะดวกสบายของผู้บริโภค

5) รูปทรง (Shape) การเลือกรูปทรงกล่องสี่เหลี่ยมหรือทรงกลมสะท้อนแนวคิดเรื่อง ความกลมเกลียวและความสมบูรณ์ตามคติจีน พร้อมกับการออกแบบที่เพิ่มมิติ เช่น กล่องพับ หรือกล่องเลื่อน เสริมความรู้สึกหรูหราและสร้างภาพลักษณ์เชิงพรีเมียม

6) วัสดุ (Material) วัสดุที่เลือกใช้ เช่น กระดาษคราฟต์คุณภาพดี หรือกล่องไม้บาง ช่วยสะท้อนทั้งความหรูหราและความใส่ใจสิ่งแวดล้อม เป็นการเชื่อมโยงระหว่างภาพลักษณ์ แปรนัยที่ยั่งยืน (sustainability) และประสบการณ์สัมผัสที่ดี (sensory branding)

7) การปฏิสัมพันธ์ (Interactive) การเพิ่มกลไกเปิด-ปิดที่แปลกใหม่ หรือการแทรก เทคโนโลยีอย่าง QR code เพื่อเชื่อมโยงกับเรื่องราวขนมเปียะ เป็นการสร้างการมีส่วนร่วม ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภค ช่วยกระตุ้นความจงรักภักดีและเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ

8) กระบวนการผลิต (Production) การใช้เทคโนโลยี เช่น การพิมพ์ดิจิทัล หรือปั๊มทอง เพื่อเน้นรายละเอียด และการออกแบบแบบ mass customization เป็นการผสมผสานระหว่าง ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ และความสามารถในการปรับให้เข้ากับกลุ่มเป้าหมายและโอกาส พิเศษต่าง ๆ

ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะตามแนวคิดของ สมชนะ กังวารจิตต์ (2564) สมชนะ กังวารจิตต์ ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงความสวยงาม แต่คือกระบวนการสื่อสารที่ลึกซึ้ง ทั้งใน ด้านวัฒนธรรม อารมณ์ และการใช้งาน ซึ่งมีศักยภาพในการยกระดับภาพลักษณ์สินค้า และ สร้างความแตกต่างเชิงคุณค่าในตลาดที่แข่งขันสูง ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะที่ สะท้อนอัตลักษณ์แต้จิ๋วไม่ใช่เพียงแค่ตัวห่อหุ้มสินค้า แต่เป็นสื่อกลางทางวัฒนธรรมที่สามารถ สื่อสารคุณค่าของแบรนด์ ผ่านภาษาแห่งงานออกแบบทั้ง 8 มิติ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะในครั้งนี้อยู่จึงได้ประยุกต์ใช้ทั้งศิลปะและกลยุทธ์ (Art & Strategy) เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและบริบทวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะร้านแสงทอง (Concept Design) เพื่อยกระดับ

ภาพลักษณ์ของแบรนด์และสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการแข่งขันตลาดของฝากและขนมพรีเมียม การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด “พลังแห่งต้นกำเนิด” ผ่านการสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรมจีนอย่างลุ่มลึก โดยเชื่อมโยงสัญลักษณ์มงคลเข้ากับองค์ประกอบการออกแบบร่วมสมัย เพื่อสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม และสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่ผู้บริโภค ซึ่งแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะร้านแสงทองในครั้งนี้ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมจีนผ่านภาพลักษณ์ร่วมสมัย ใช้สัญลักษณ์มงคล เช่น มังกร, คลื่นน้ำ, สีแดง-ทอง, พิมพ์ทอง, ลายมังกรจีน “潮” ที่แปลว่า กระแสน้ำ สื่อถึงพลังและต้นกำเนิด เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดของฝากระดับพรีเมียมได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งยกระดับความทรงจำของผู้บริโภคต่อแบรนด์ในระยะยาว ทั้งด้านอารมณ์, ความประทับใจ และการรับรู้ถึงความใส่ใจในรายละเอียดระดับศิลปะ

แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ “พลังแห่งต้นกำเนิด”

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในครั้งนี้ได้ถูกพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด “พลังแห่งต้นกำเนิด” ผ่านการสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรมจีนอย่างลุ่มลึก โดยเชื่อมโยงสัญลักษณ์มงคลเข้ากับองค์ประกอบการออกแบบร่วมสมัย เพื่อสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม และสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่ผู้บริโภค, สีแดง-ทอง, พิมพ์ทอง, ลายมังกรจีน คำว่า “潮” (Cháo) ในภาษาจีนอ่านว่า “เฉา” แปลว่า “กระแสน้ำ”, คำว่า “王” (wáng) ในภาษาจีนอ่านว่า “หวาง” หมายถึง กษัตริย์ หรือ พระราชา, คำว่า “興” (xìng) ในภาษาจีนอ่านว่า “ซิง” มีความหมายว่า เจริญรุ่งเรือง กระแสน้ำ สื่อถึงพลังและต้นกำเนิด ใช้สัญลักษณ์มงคล เช่น มังกร, คลื่นน้ำ, ฟา-ดิน, ฮก, ลก, ชิว, ดีไซน์เป็นของฝาก เล่าเรื่องผ่านกราฟิก, โลโก้ภาษาจีนและอังกฤษ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้นำเสนอแบบร่างผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ขนมเปียะจำนวน 3 รูปแบบต่ออาจารย์ที่ปรึกษา และเข้าสู่กระบวนการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อคัดเลือกต้นแบบที่เหมาะสม โดยใช้กรอบแนวคิดของ (สมชนะ กังวารจิตต์, (2564) สมชนะ กังวารจิตต์ ในการกำหนดหลักเกณฑ์การออกแบบ ภายใต้แนวคิดการใช้รูปทรงเรขาคณิตที่สะดวกในการจัดเรียงและขนส่ง พร้อมพิจารณาความหมายทางจิตวิทยาที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลจากการเข้าพบผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อประเมินความคิดเห็นจากแบบร่างบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) $\bar{X}$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard Deviation) S.D. ทำการประเมินตามแบบมาตรฐาน ประเมินค่าระดับ (Rating Scale) โดยผู้วิจัยใช้ความกว้างของอันตรภาคชั้นของระดับความคิดเห็น ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

ตาราง 2

ผลการประเมินความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบเพื่อคัดเลือกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะร้านแสงทอง



แบบร่างบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1



แบบร่างบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2



แบบร่างบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3

ข้อ	รายการประเมิน	Sketch design 1			Sketch design 2			Sketch design 3		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความคิด เห็น
1	ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบด้านการออกแบบ									
1.1	ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.00	0.00	มาก
1.2	ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
1.3	คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.50	0.50	มาก
1.4	ความคิดสร้างสรรค์	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด
1.5	รูปแบบและวัสดุที่ใช้มีความสัมพันธ์กัน	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด

ข้อ	รายการประเมิน	Sketch design 1			Sketch design 2			Sketch design 3		
		$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิด เห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิด เห็น	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ ความ คิด เห็น
1.6	รูปแบบสามารถสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อ	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก	4.40	0.49	มาก
1.7	ลวดลายและสีสันท่าเป็นเอกลักษณ์	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด
1.8	สื่อถึงอัตลักษณ์ชมรมมงคลแต่จี๋ว	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
1.9	สื่อถึงอัตลักษณ์ชมรมมงคลร้านขนมแสงทอง	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
1.10	มีความแตกต่างจากรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด
2 ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบด้านวัสดุ										
2.1	ใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
2.2	วัสดุมีความเหมาะสมในการใช้งาน	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก	4.33	0.47	มาก
3 ความพึงพอใจในผลงานการออกแบบด้านประโยชน์ใช้สอย										
3.1	รูปร่างและรูปทรงมีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
3.2	ง่ายต่อการเก็บและดูแลรักษา	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
3.3	มีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
3.4	ขนาดและรูปร่างไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง	4.67	0.47	มากที่สุด	4.67	0.47	มากที่สุด	4.33	0.47	มาก
รวม		4.79	0.29	มากที่สุด	4.63	0.47	มากที่สุด	4.54	0.35	มากที่สุด

จากตาราง 2 ผลการประเมินความคิดเห็นผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบเพื่อเลือกรูปแบบที่เหมาะสม จากแบบร่างบรรจุกัณฑ์ ขนมเปี้ยะร้านแสงทอง จำนวน 3 รูปแบบ โดยผลการประเมินความคิดเห็น ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการออกแบบเพื่อคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสม การวิเคราะห์ข้อมูลการประเมิน พบว่า แบบร่างบรรจุกัณฑ์ขนมเปี้ยะร้านแสงทอง รูปแบบที่ 1 การออกแบบบรรจุกัณฑ์ได้ถูกพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด “พลังแห่งต้นกำเนิด” ผ่านการสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรมจีนอย่างลุ่มลึก โดยเชื่อมโยงสัญลักษณ์มงคลเข้ากับองค์ประกอบการออกแบบร่วมสมัย เพื่อสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม และสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่ผู้บริโภค, สีแดง-ทอง, พิมพ์ทอง ลายมังกรจีน 潮王興 ที่แปลว่า กระแสน้ำ สื่อถึงพลังและต้นกำเนิด ใช้สัญลักษณ์มงคล เช่น มังกร, คลื่นน้ำ ฟา-ดิน, ฮก ลก ซิ่ว ดีไซน์เป็นของฝาก เล่าเรื่องผ่านกราฟิก, โลโก้ภาษาจีนและอังกฤษ รูปทรงบรรจุกัณฑ์ดีไซน์เป็นรูปทรงแปดเหลี่ยม นำโชคลาภและความครอบคลุมมาสู่ผู้บริโภค – สื่อถึง “ฮก” “ลก” “ซิ่ว” ในแนวคิดแต่จิว ความรู้สึกที่สื่อหมายถึง ความเป็นมงคล ความครอบคลุม และการปกป้องจิตวิทยาเบื้องหลัง หมายถึง ในคติจีน เลข 8 (八) ออกเสียงพ้องกับ “ฮง” (ฟา) ที่แปลว่า “รุ่งเรือง” “เจริญ” แปดเหลี่ยมจึงเป็นสัญลักษณ์ของโชคลาภ และการครอบคลุมสมบูรณ์ทั่วทิศทาง การใช้ในบรรจุกัณฑ์ หมายถึง ใช้เป็นกรอบของเล็กหรือฉลาก คลี่ม้วนให้เป็นแปดเหลี่ยมเพื่อสื่อถึงความมงคล เรียกโชคดีให้แก่ผู้รับ นำกราฟิกคลื่นน้ำหรือคำว่า “潮” มาเรียงในรูปแปดเหลี่ยม เพิ่มมิติของงานดีไซน์และทัศนียภาพทางวัฒนธรรมแต่จิว มีระดับความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.79) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.29) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ในหัวข้อประเมินด้านการออกแบบที่ความเหมาะสมของกราฟิกที่ใช้, ความคิดสร้างสรรค์, ลวดลายและสีสันทันเป็นเอกลักษณ์ และมีความแตกต่างจากรูปแบบบรรจุกัณฑ์เดิม ซึ่งมีระดับคะแนนความคิดเห็นที่ระดับมากที่สุด และในหัวข้อประเมินด้านความพึงพอใจในผลงานการออกแบบด้านประโยชน์ใช้สอยที่ รูปร่างและรูปทรงมีความเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยง่ายต่อการเก็บและดูแลรักษา ซึ่งมีระดับคะแนนความคิดเห็นที่ระดับมากที่สุด

ต้นแบบบรรจุกัณฑ์ขนมเปี้ยะร้านแสงทอง ในการออกแบบบรรจุกัณฑ์ถูกพัฒนาขึ้นภายใต้แนวคิด “พลังแห่งต้นกำเนิด” ผ่านการสื่อความหมายเชิงวัฒนธรรมจีนอย่างลุ่มลึก โดยเชื่อมโยงสัญลักษณ์มงคลเข้ากับองค์ประกอบการออกแบบร่วมสมัย เพื่อสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม และสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่ผู้บริโภค, สีแดง-ทอง, พิมพ์ทอง ลายมังกรจีน คำว่า “潮” (Cháo) ในภาษาจีน อ่านว่า “เฉา” แปลว่า “กระแสน้ำ”, คำว่า “王” (wáng) ในภาษาจีนหมายถึง กษัตริย์ หรือ พระราชา, คำว่า “興” (xīng) หรือ “兴” ในภาษาจีนกลาง อ่านว่า ชิง (xīng) มีความหมายว่า เจริญรุ่งเรือง “กระแสน้ำ” สื่อถึงพลังและต้นกำเนิด ใช้สัญลักษณ์มงคล เช่น มังกร, คลื่นน้ำ ฟา-ดิน, ฮก ลก ซิ่ว ดีไซน์เป็นของฝาก เล่าเรื่องผ่านกราฟิก, โลโก้ภาษาจีนและอังกฤษรูปทรงบรรจุกัณฑ์ดีไซน์เป็นรูปทรงแปดเหลี่ยม นำโชคลาภ

และความครอบคลุมมาสู่ผู้บริโภค – สื่อถึง “ฮก” “ลก” “ซิว” ในแนวคิดแต่จิว ความรู้สึกที่สื่อหมายถึง ความเป็นมงคล ความครอบคลุม และการปกป้องจิตวิทยาเบื้องหลัง หมายถึง ในคติจีน เลข 8 คำว่า “八” (bā) ในภาษาจีนหมายถึง เลข 8 ในภาษาจีนอ่านว่า “ปา” (bā) ซึ่งมีเสียงใกล้เคียงกับคำว่า “ฟา” (fā) ที่แปลว่า “ความเจริญรุ่งเรือง” หรือ “ความร่ำรวย” ซึ่งมีความหมายเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมจีน ออกเสียงพ้องกับคำว่า “ฮะ” (ฟา) ในภาษาจีนกลางอ่านว่า “fā” และมีความหมายว่า “รุ่งเรือง”, “เจริญ”, “งอกงาม” แปลงเปลี่ยนจึงเป็นสัญลักษณ์ของโชคลาภ และการครอบคลุมสมบูรณ์ทั่วทิศทางการใช้ในบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ใช้เป็นกรอบของเล็กหรือฉลาก คลี่ม้วนให้เป็นแปดเหลี่ยมเพื่อสื่อถึงความมงคล เรียกโชคลี้ให้แก่ผู้รับ นำกราฟิกคลื่นน้ำหรือคำว่า “潮” มาเรียงในรูปแปดเหลี่ยม เพิ่มมิติของงานดีไซน์และทัศนียภาพทางวัฒนธรรมแต่จิว

ภาพ 3

ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะร้านแสงทอง



ตาราง 3

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลณิ
ศึกษาร้านขนมแสงทองจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 80 คน

ข้อ	รายการประเมิน	(n = 80)		ระดับ ความ พึงพอใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
1	หน้าที่ใช้สอย (Function)			
1.1	ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานของผู้บริโภค	4.70	0.46	มากที่สุด
1.2	การออกแบบผลิตภัณฑ์สามารถใช้งานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพ	4.74	0.44	มากที่สุด
2	การประหยัด (Economy)			
2.1	ผลิตภัณฑ์นี้มีความคุ้มค่ากับราคา	4.63	0.48	มากที่สุด
2.2	วัสดุและการผลิตของสินค้านี้ประหยัดทรัพยากร	4.50	0.50	มาก
3	ความทนทาน (Durability)			
3.1	ผลิตภัณฑ์นี้สามารถใช้งานได้อย่างทนทาน	4.56	0.50	มากที่สุด
3.2	สินค้านี้สามารถทนต่อการใช้งานในระยะยาว	4.60	0.49	มากที่สุด
4	วัสดุ (Material)			
4.1	วัสดุที่เหมาะสมกับการใช้งานมีความแข็งแรง ความยืดหยุ่น น้ำหนัก และรูปลักษณ์ และเหมาะสม	4.56	0.50	มากที่สุด
4.2	วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์	4.63	0.48	มากที่สุด
5	ความงาม (Beauty)			
5.1	การออกแบบมีความสวยงาม น่าดึงดูด มีเอกลักษณ์	4.80	0.40	มากที่สุด
5.2	การออกแบบสอดคล้องกับวัฒนธรรม หรือรสนิยมของผู้ใช้งาน เพื่อให้เกิดความพึงพอใจด้านอารมณ์	4.75	0.43	มากที่สุด
รวม		4.68	0.46	มากที่สุด

5.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกรณิศึกษาร้านขนมแสงทอง

การวิเคราะห์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเปียะร้านแสงทอง ซึ่งได้รับการพัฒนาภายใต้แนวคิด “พลังแห่งต้นกำเนิด” โดยเน้นการเชื่อมโยงคุณค่าทางวัฒนธรรมจีนเข้ากับการออกแบบร่วมสมัยอย่างลึกซึ้ง เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่สื่อสารถึงพลังชีวิตและความเป็นสิริมงคล บรรจุภัณฑ์ใช้โทนสีแดง-ทอง พร้อมการพิมพ์ลายทองซึ่งประกอบด้วยสัญลักษณ์มงคลจีน เช่น มังกร คลื่นน้ำ ธาตุฟ้า-ดิน และคำว่า “ฮก ลก ซิ่ว” สื่อถึงความสุข ความมั่งคั่ง และอายุยืน ภายใต้กราฟิกที่เล่าเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ ทั้งในภาษาจีนและอังกฤษ รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ถูกออกแบบเป็นรูปแปดเหลี่ยม ซึ่งมีความหมายในทางจิตวิทยาและวัฒนธรรมจีนว่าเป็นสัญลักษณ์ของความโชคดี ความครอบคลุม และการเจริญรุ่งเรือง โดยเลขแปด (八) พ้องเสียงกับคำว่า “ฮู้” (ฟ้า) ที่แปลว่า “รุ่งเรือง” ในการใช้งาน บรรจุภัณฑ์ใช้กรอบแปดเหลี่ยมล้อมฉลากหรือของขนาดเล็ก พร้อมกราฟิกรูปคลื่นน้ำและคำว่า “潮” (แต่จิว แปลว่า “กระแสน้ำ”) เรียงในรูปแปดเหลี่ยมเพื่อสื่อถึงการไหลเวียนของพลังชีวิตและมิติทางวัฒนธรรมแต่จิวอย่างโดดเด่น ช่วยเพิ่มคุณค่าทางสัญลักษณ์และเสริมความประทับใจแก่ผู้บริโภคในฐานะของฝากเชิงวัฒนธรรม

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกรณิศึกษาร้านขนมแสงทอง โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณผ่านแบบประเมินมาตรฐานในรูปแบบมาตรประเมินค่าระดับ (Rating Scale) ซึ่งอ้างอิงจากแนวคิดของ วาสนา เจริญวิเชียรฉาย (2551) เพื่อพัฒนาเกณฑ์การวัดความพึงพอใจใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ หน้าที่ใช้สอย การประหยัด ความทนทาน วัสดุ และความงาม โดยกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคขนมมงคลแต่จิวย่านเยาวราช จำนวน 80 คน ตามตารางของ (Krejcie & Morgan, 1970) ภายใต้อัตราความคลาดเคลื่อน 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

จากตาราง 3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลกรณิศึกษาร้านขนมแสงทอง จากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มผู้บริโภคขนมมงคลแต่จิวย่านเยาวราช จำนวน 80 คน พบว่า ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 4.68) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.46) โดยระดับความพึงพอใจในหัวข้อประเมิน 3 ลำดับแรก คือ ลำดับที่ 1 หัวข้อด้านความงาม ได้แก่ การออกแบบ ความสวยงาม น่าดึงดูด มีเอกลักษณ์และการออกแบบสอดคล้องกับวัฒนธรรมหรือรสนิยมของผู้ใช้งานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจด้านอารมณ์ ลำดับที่ 2 หัวข้อด้านประโยชน์ใช้สอย ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์นี้สามารถใช้งานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพและผลิตภัณฑ์นี้สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานของผู้บริโภค ลำดับที่ 3 หัวข้อด้านวัสดุ ได้แก่ วัสดุที่เหมาะสมกับการใช้งานมีความแข็งแรง ความยืดหยุ่น น้ำหนัก และรูปลักษณ์และเหมาะสมและวัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

6. สรุปผลการวิจัย

สรุปภาพรวมศึกษาอัตลักษณ์แต่จิ๋วในไทยเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลณีสึกษาบ้านขนมแสดทอง ขนมมงคลจีนแต่ละชนิดมีบทบาทเฉพาะที่เชื่อมโยงกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมจีนมาอย่างยาวนานและวิวัฒนาการต่อมาป็นลำดับตกทอดจากรุ่นสู่รุ่นในแต่ละยุคสมัย โดยแสดงออกมาในลักษณะทางด้านความเชื่อผ่านพิธีกรรม และแม่พิมพ์ทางวัฒนธรรมออกสู่ภูมิภาคต่าง ๆ จากการอพยพย้ายถิ่นฐานของชาวจีนด้วยเหตุปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะชาวจีนในไทยซึ่งมีชาวจีนแต่จิ๋วจำนวนมากที่สุด ขนมเปี๊ยะเป็นขนมที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์และรูปลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นสิริมงคลได้รับความนิยมสูง จากชาวไทยเชื้อสายจีนใช้ในพิธีกรรมเทศกาลต่าง ๆ

การประเมินความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผู้บริโภคที่มีต่อบริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคลณีสึกษาบ้านขนมแสดทอง โดยแนวคิดการออกแบบสมชนะ กังวารจิตต์ (2564) “งานดีไซน์ถือเป็นภาษาอย่างหนึ่ง หน้าที่หรือสาระสำคัญของบรรจุภัณฑ์คือต้องสื่อสารภาษา เรื่องราว หรือจุดเด่นของสินค้าผ่านการออกแบบ เพื่อให้ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ สนใจ และเลือกซื้อ “ภายใต้คอนเซ็ป” ปลั่งแห่งต้นกำเนิด” โดยบรรจุภัณฑ์มีรูปทรงแปดเหลี่ยมและเล่าเรื่องราวผ่านลวดลายกราฟฟิกและตัวอักษรสื่อถึงความหมายด้านความเชื่อที่เป็นมงคลมีความสวยงามและมีเอกลักษณ์สอดคล้องวัฒนธรรมจีน ด้านวัสดุที่ใช้แข็งแรงมีความเหมาะสมกับประเภทของผลิตภัณฑ์พร้อมประโยชน์ใช้สอยที่สามารถใช้งานได้จริงอย่างมีประสิทธิภาพและไม่เป็นอุปสรรคต่อกระบวนการผลิตในเชิงอุตสาหกรรมซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด

7. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไปสำหรับหัวข้อ “ศึกษาอัตลักษณ์ชาวจีนแต่จิ๋วในไทยเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขนมมงคล ณีสึกษาบ้านขนมแสดทอง” มีดังนี้

1. ขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมควรเพิ่มจำนวนและความหลากหลายของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งในด้านอายุ อาชีพ และพื้นที่ เช่น ผู้บริโภคในต่างจังหวัด นักท่องเที่ยว หรือคนรุ่นใหม่ที่มีมุมมองต่อวัฒนธรรมจีนแตกต่างจากกลุ่มดั้งเดิมในย่านเยาวราช

2. ศึกษาความเข้าใจเกี่ยวกับสัญลักษณ์วัฒนธรรมในเชิงลึก ควรเพิ่มการวิเคราะห์การรับรู้ของผู้บริโภคต่อสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีน เช่น ลายมังกร หรือคำมงคลต่าง ๆ ว่ามีความเข้าใจและตีความอย่างไร เพื่อปรับการออกแบบให้ตรงกับความต้องการที่ผู้บริโภคเข้าใจอย่างแท้จริง

3. เปรียบเทียบกับการนิศึกษาร้านขนมมงคลอื่น ๆ การวิจัยครั้งถัดไปสามารถเลือกเปรียบเทียบกับร้านขนมมงคลอื่นในชุมชนไทยเชื้อสายจีน เพื่อหาความเหมือน ความต่าง และแนวโน้มในการออกแบบที่ตอบสนองตลาดได้ดียิ่งขึ้น รวมถึงสร้างแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์เชิงเปรียบเทียบที่ชัดเจน

4. ศึกษาความยั่งยืนของบรรจุภัณฑ์ในเชิงสิ่งแวดล้อม ควรเพิ่มเติมการวิเคราะห์วัสดุและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในแง่ของความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และการใช้ซ้ำ/รีไซเคิล เพื่อสอดคล้องกับแนวโน้มของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจด้านความยั่งยืนมากขึ้น

5. ทดลองใช้การมีส่วนร่วมของผู้บริโภคในการออกแบบ (Co-Design) เสนอให้มีการนำกระบวนการออกแบบร่วมกับผู้บริโภคเข้ามาใช้ในระยะต้นของการพัฒนา เช่น การจัดเวิร์กช็อป หรือการใช้แบบจำลองให้ผู้บริโภคเลือกองค์ประกอบการออกแบบด้วยตนเอง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการอย่างแท้จริง และเพิ่มความรู้ลึกเป็นเจ้าของทางวัฒนธรรม

6. การศึกษารูปแบบอัตลักษณ์ตัวจิ๋วเชิงลึกในบริบทท้องถิ่น ควรมีการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้รู้ท้องถิ่น ผู้นำชุมชน หรือผู้สืบทอดวัฒนธรรมตัวจิ๋วในไทย เพื่อให้เข้าใจบริบทดั้งเดิมของขนบธรรมเนียม ความเชื่อ และความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับขนมมงคลนำไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เพียงสวยงาม แต่ยังมี ความหมายและสามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง

7. การมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายในกระบวนการออกแบบ ควรนำแนวคิด Co-Design หรือ Participatory Design มาใช้ โดยเปิดโอกาสให้ผู้บริโภค กลุ่มชาวไทยเชื้อสายจีน หรือกลุ่มที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางวัฒนธรรม มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับความต้องการจริง และเพิ่มโอกาสในการยอมรับและนำไปใช้จริงในตลาด

8. การประเมินผลด้านการตลาดและการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ควรมีการทดลองใช้งานบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเสร็จแล้วในบริบทจริง เช่น การใช้ในเทศกาล หรืองานพิธีมงคล และสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภคทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ เพื่อประเมินศักยภาพของบรรจุภัณฑ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างจุดขาย และต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเชิงพาณิชย์

เอกสารอ้างอิง

- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *หลักการวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9) .สุริยาสาน.
- ประชิด ทิณบุตร, ชีระชัย สุขสวัสดิ์, และ อติสรณ์ สมนึกแท่น. (2559). การออกแบบพัฒนาตราสัญลักษณ์และรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพและความงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 7(1), 84-94.
- พรพรรณ จันทโรนานนท์. (2 มีนาคม 2568). ชาวจีนในไทยมาจากไหนเปิดประวัติการอพยพยุคแรกเริ่มถึงการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม. https://www.silpa-mag.com/history/article_26173
- วาสนา เจริญวิเชียรฉาย. (2551). การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบ้านจากวัสดุเหลือใช้. *คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*.
- สมชนะ กังวารจิตต์. (2564). *แตกต่างศาสตร์ (บรรจุภัณฑ์)*. <https://adaddictth.com/exclusive/Differentiation-Checklist-Design>
- สุภางค์ จันทวานิช, จัง เอียน ชิว, วิทยา จิโรจน์กุล, อุกฤษฏ์ ปัทมานันท์, ไสว วิศวานันท์ สวี, เส้าหลิน. (2534). *ชาวจีนแต่จิวในประเทศไทยและภูมิสำเนาเดิมที่เฉาซ่าน สมัยหนึ่ง*. สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Krejcie, R. & Morgan, D. (1970). *Determining sample sizes for research activities. Educational and Psychological Measurement*, 30, 607-610.

แนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและ การเรียนรู้จากประสบการณ์ ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์

โสภณ ชัยลักษณ์สกุล¹
โสমনาย บุญญานันต์²

รับบทความ : 6 สิงหาคม 2568
แก้ไข : 24 กันยายน 2568
ตอบรับตีพิมพ์ : 30 ตุลาคม 2568

¹ นิสิตหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปะ ดนตรีและนาฏศิลป์ศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีเมล : noon.art_education@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปะ ดนตรีและนาฏศิลป์ศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีเมล : soamshine.b@chula.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาแนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ในฐานะ “ประตูสู่ภาคเหนือ” และเป็นศูนย์กลางการหลอมรวมวัฒนธรรมไทย จีน และอินเดียที่เด่นชัด การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและความหลากหลายวัฒนธรรมทางศิลปะของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ และ 2) เพื่อนำเสนอแนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการศึกษาในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ 7 แห่ง ได้แก่ วัดคีรีวงศ์, อุทยานสวรรค์, อุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ, ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่หน้าผา, พาสาน, Street Art และเกาะถวญวน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสังเกตการณ์ในพื้นที่จริง, แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้เชี่ยวชาญรวม 30 คน และการวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งมีองค์ประกอบศิลปกรรมที่สะท้อนเอกลักษณ์พหุวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญ เช่น สถาปัตยกรรมและจิตรกรรมที่ผสมผสานอิทธิพลศิลปะไทย-อินเดียในวัดคีรีวงศ์, ประติมากรรมมังกรและภูมิสถาปัตย์แบบจีนในอุทยานสวรรค์ และศิลปะร่วมสมัยที่บอกเล่าวิถีชีวิตชุมชนผ่าน Street Art จากการสังเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่จำเพาะเจาะจงกับบริบทของแต่ละพื้นที่ อาทิ กิจกรรมศิลปะปฏิบัติ (workshop) การวาดภาพจิตรกรรมฝาผนังจำลองที่วัดคีรีวงศ์, การเล่าเรื่องเชิงวัฒนธรรม (cultural storytelling) ผ่านประติมากรรมมังกรที่อุทยานสวรรค์ และการจัดนิทรรศการแบบมีส่วนร่วม ที่พาสาน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อสร้างความยั่งยืน งานวิจัยนี้จึงเสนอแนวทางที่สามารถนำไปปรับใช้เพื่อเพิ่มคุณค่าทางการเรียนรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระยะยาว

คำสำคัญ : ศิลปกรรม, การเรียนรู้จากประสบการณ์, ความหลากหลายวัฒนธรรม

An Integrative Approach to Arts and Experiential Learning in Tourist Attractions of Nakhon Sawan Province

Sophon Chailuksakul¹
Someshine Boonyananta²

Received : August 6, 2025

Revised : September 24, 2025

Accepted : October 30, 2025

¹ Doctoral candidate, Art Education Department of Art, Music, and Performing Arts Education, Chulalongkorn University
E-mail : noon_art_education@gmail.com

² Asst. Prof. Dr., Art Education Department of Art, Music, and Performing Arts Education, Chulalongkorn University
E-mail : soamshine.b@chula.ac.th

Abstract

This study examines the integration of artistic elements and experiential learning at tourist attractions in Nakhon Sawan Province, a strategically significant area known as the “Gateway to the North” and a prominent hub for the fusion of Thai, Chinese, and Hindu cultures. The research aims to 1) study the state and multicultural aspects of art in Nakhon Sawan’s tourist attractions and 2) propose an integrative approach to arts and experiential learning based on these attractions. This qualitative research was conducted at seven key sites: Wat Khiriwong, Sawan Park, Ganesha Park, Chao Pho Chao Mae Na Pha Shrine, Pasan, Street Art, and Koh Yuan. Data collection instruments included field observations, in-depth interviews with a total of 30 tourists, community members, and experts, and an analysis of relevant documents. The findings reveal that each attraction possesses artistic elements that significantly reflect a multicultural identity, such as the architecture and murals blending Thai-Indian art influences at Wat Khiriwong, the Chinese-style dragon sculptures and landscape architecture in Sawan Park, and contemporary art depicting community life through Street Art. Based on a synthesis of the data, this study proposes guidelines for designing context-specific experiential learning activities, such as art practice workshops (e.g., creating replica murals at Wat Khiriwong), cultural storytelling through the dragon sculptures at Sawan Park, and participatory exhibitions at Pasan. These guidelines emphasize community involvement to foster sustainability. This research, therefore, offers a practical model that can be adapted to enhance educational value and promote long-term cultural tourism.

Keywords: Fine arts, Experiential Learning, Multiculturalism

ในยุคที่โลกกำลังก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี แหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ถูกมองเพียงแค่สถานที่สำหรับพักผ่อนหย่อนใจอีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นพื้นที่ที่สามารถสะท้อนถึงมิติทางวัฒนธรรม ศิลปกรรม และประวัติศาสตร์ของชุมชนได้อย่างลึกซึ้ง แหล่งท่องเที่ยวที่มีศิลปกรรมเป็นส่วนประกอบสำคัญ เช่น จิตรกรรม ประติมากรรม และภูมิสถาปัตยกรรม ไม่เพียงแต่เป็นสัญลักษณ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น แต่ยังมีศักยภาพในการเป็นพื้นที่การเรียนรู้ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้เยี่ยมชมในหลากหลายมิติ (UNESCO, 2019)

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความหลากหลายทางศิลปกรรมและวัฒนธรรม ซึ่งปรากฏชัดเจนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดนครสวรรค์ เป็นพื้นที่ที่สะท้อนถึงความหลากหลายทางศิลปกรรมและวัฒนธรรม ตัวอย่างเช่น วัดศรีวังค์ ที่มีจิตรกรรมฝาผนังเล่าเรื่องพุทธประวัติ อุทยานสวรรค์ ที่มีประติมากรรมมังกรสื่อถึงความเชื่อจีน และอุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ ที่ผสมผสานศิลปกรรมฮินดูและไทย นอกจากนี้ Street Art ยังแสดงถึงศิลปกรรมร่วมสมัยที่สะท้อนวิถีชีวิตและความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน

การออกแบบกิจกรรมที่เชื่อมโยง ศิลปกรรมและการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ เช่น การปั้นประติมากรรม การวาดภาพจิตรกรรมฝาผนัง หรือการใช้เทคโนโลยีช่วยเล่าเรื่องราวศิลปกรรม ช่วยให้นักท่องเที่ยวสัมผัสคุณค่าทางศิลปะในเชิงลึก และส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำ (Brown & Collins, 1989) ถือว่าจังหวัดนครสวรรค์ เป็นจุดบรรจบของวัฒนธรรมไทย จีน และฮินดู มีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวผ่านการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้ ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน การวิเคราะห์ศิลปกรรม และการออกแบบกิจกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจ สามารถส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปกรรมและวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและความหลากหลายวัฒนธรรมทางศิลปะของสถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยว, ชุมชนท้องถิ่น และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปกรรมและวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์

1.2 กลุ่มตัวอย่าง มาจากการเลือก ด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณสมบัติตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยโดยเฉพาะ สำหรับการในการกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างนั้น ผู้วิจัยยึดตามแนวทางของการวิจัยเชิงคุณภาพที่เน้น ความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) เป็นสำคัญ กล่าวคือ ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์และเก็บข้อมูลไปจนถึงจุดที่ข้อมูลเริ่มซ้ำซ้อนและไม่ปรากฏประเด็นหรือแนวคิดใหม่ ๆ ที่มีนัยสำคัญเพิ่มเติม ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันว่าข้อมูลที่รวบรวมได้นั้นมีความลึกซึ้งและครอบคลุมเพียงพอต่อการวิเคราะห์แล้ว โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการดำเนินการตามหลักการดังกล่าว มีดังนี้

1.2.1 นักท่องเที่ยว กลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีบทบาทสำคัญในการสะท้อนมุมมองเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งศิลปกรรมและวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ โดยสัมภาษณ์ทั้งหมด 15 คน ซึ่งแบ่งช่วงอายุเพื่อให้ครอบคลุมความแตกต่างของมุมมองและประสบการณ์ โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือก คือ นักท่องเที่ยวต้องเคยเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครสวรรค์ และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปกรรม เช่น การชม Street Art หรือการเข้าร่วมกิจกรรมศิลปะปฏิบัติ (workshop) ในอุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ ดังนี้

- อายุ 15-25 ปี จำนวน 5 คน : กลุ่มเยาวชนและนักศึกษา ซึ่งมักมีมุมมองที่สดใหม่และความสนใจในกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจ
- อายุ 26-40 ปี จำนวน 6 คน : กลุ่มวัยทำงานที่มักมองหาประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้และการพักผ่อน
- อายุ 41-60 ปี จำนวน 4 คน : กลุ่มวัยผู้ใหญ่ที่สนใจศิลปกรรมในมิติที่ลึกซึ้งและเชิงวัฒนธรรม

1.2.2 ชุมชนท้องถิ่น กลุ่มชุมชนท้องถิ่นเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญมีวิธีการเลือกแหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษาโดย รวบรวมแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ที่เป็นที่รู้จักมาทั้งหมด 13 แห่ง ได้แก่ 1. Street art 2. เกาะญวน 3. เขาห่อ 4. ขมหวาน แกลลอรี่ 5. บึงบอระเพ็ด 6. พาสาน 7. วัดคีรีวงศ์ 8. ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ 9. ศาลเจ้าพ่อเทพารักษ์เจ้าแม่ทับทิม 10. สะพานเดชาดิวงศ์ 11. หอชมเมือง 12. อุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ และ 13. อุทยานสวรรค์ จากนั้นผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษา

แหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นด้านศิลปกรรมและวัฒนธรรม เมืองประกอบทางศิลปกรรม และวัฒนธรรมที่ชัดเจน มีสถาปัตยกรรมหรือจิตรกรรมที่สะท้อนความเชื่อและประวัติศาสตร์ หรือมีความร่วมสมัยของศิลปกรรมและการเล่าเรื่องในชุมชน ยังศึกษาถึงเรื่องการเข้าถึงและการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีชุมชนที่พร้อมสนับสนุนการพัฒนา เช่น การมีผู้นำชุมชนหรือกลุ่มที่มีความรู้ความเข้าใจในคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนจะช่วยเพิ่มความยั่งยืนในการพัฒนา โดยแหล่งท่องเที่ยวตรงตามวัตถุประสงค์ คือ 1. วัดศรีวิวงศ์ 2. อุทยานสวรรค์ 3. อุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ 4. ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่หน้าผา 5. พาสาน 6. Street Art นครสวรรค์ และ 7. เกาะญวน เนื่องจากผู้คนในชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทในการดูแลและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปกรรมในพื้นที่ สัมภาษณ์ทั้งหมด 10 คน โดยแบ่งช่วงอายุเพื่อให้สะท้อนมุมมองจากคนในชุมชนที่หลากหลาย โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือก คือ ผู้ให้ข้อมูลต้องมีบทบาทโดยตรงในชุมชน เช่น การจัดกิจกรรมอนุรักษ์ศิลปกรรม หรือการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- อายุ 30-45 ปี จำนวน 4 คน : กลุ่มคนวัยทำงานในชุมชนที่มีส่วนร่วมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรม

- อายุ 46-60 ปี จำนวน 6 คน : ผู้นำชุมชนและผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมศิลปกรรม เช่น ผู้จัดการพิธีกรรมในศาลเจ้าหรือผู้ดูแลกิจกรรมในอุทยาน

1.2.3 ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้เกี่ยวข้องสัมภาษณ์ทั้งหมด 5 คน โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือก คือ ผู้เชี่ยวชาญต้องมีความรู้รอบบทบาทที่เกี่ยวข้องกับศิลปกรรมและการจัดการ แหล่งท่องเที่ยว เช่น การสร้างกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีศักยภาพในการเรียนรู้ ดังนี้

- ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1. นายวพนันท์ เหมชาติวิรุฬ ตำแหน่งนักวิชาการวัฒนธรรม, ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นนครสวรรค์ (ศิลปวัฒนธรรมจีน) จากสมาคมกว๋องสิ่ว

- ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2. นายกุลจิต รัชดาสิวกุล ตำแหน่งนักวิชาการวัฒนธรรม, ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นนครสวรรค์ (ประเพณีแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ) จากสมาคมกว๋องสิ่ว

- ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3. นายปิยะพงศ์ แสงเงิน ตำแหน่งนักวิชาการวัฒนธรรม, ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นนครสวรรค์ (สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม) จากสมาคมกว๋องสิ่ว

- ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4. นายจักพันธุ์ สันตบุตร ตำแหน่งนักวิชาการวัฒนธรรม, ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นนครสวรรค์ (สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม) จากสมาคมปากน้ำโพ

- ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5. นายวรพงษ์ รัชัง ตำแหน่งนักวิชาการวัฒนธรรม, ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ท้องถิ่นนครสวรรค์ (ศิลปวัฒนธรรมจีน) จากสมาคมปากน้ำโพ

2. ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

- องค์ประกอบศิลปกรรมและความหลากหลายวัฒนธรรมทางศิลปะ
- การบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

- แนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์

3. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 3 ประเภทหลัก ดังนี้

3.1 แบบสังเกตการณ์ภาคสนาม ใช้สำหรับบันทึกข้อมูลเชิงกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวองค์ประกอบทางศิลปกรรม บรรยากาศ และปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในพื้นที่ เพื่อให้เห็นภาพรวมของบริบทจริง

3.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูล ใช้แนวคำถามปลายเปิดเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม โดยมุ่งเน้นการสอบถามเกี่ยวกับมุมมอง ประสบการณ์ และข้อเสนอแนะต่อการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้

3.3 แบบบันทึกการวิเคราะห์เอกสาร ใช้สำหรับรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารสนับสนุนต่าง ๆ เช่น บันทึกทางประวัติศาสตร์, ข้อมูลทางวัฒนธรรมจากหน่วยงานภาครัฐ, และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงและเสริมความสมบูรณ์ของเนื้อหา

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การสังเกตการณ์ เก็บข้อมูลในพื้นที่จริงเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลปกรรม วัฒนธรรม และกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

4.2 การสัมภาษณ์ สัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มเพื่อรวบรวมมุมมองเกี่ยวกับศิลปกรรมและ การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์

4.3 การจดบันทึก จดบันทึกข้อมูลจากเอกสารข้อมูลสนับสนุน เช่น บันทึกประวัติศาสตร์ และข้อมูลวัฒนธรรมจากผู้เชี่ยวชาญ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เป็นหลัก โดยมีกระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่น่าเชื่อถือและตอบวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนี้

1. กระบวนการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

ขั้นที่ 1 การเตรียมและจัดการข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมจากเครื่องมือทั้ง 3 ประเภท ได้แก่ บันทึกจากการสังเกตการณ์ บทสนทนาที่ถอดความจากการสัมภาษณ์เชิงลึก และข้อมูลจากเอกสาร จะถูกนำมาจัดระเบียบและอ่านทบทวนทั้งหมดเพื่อสร้างความคุ้นเคยและทำความเข้าใจภาพรวม

ขั้นที่ 2 การเข้ารหัสและจัดกลุ่มข้อมูล ผู้วิจัยจะทำการเข้ารหัส (Coding) ข้อมูล โดยการกำหนดคำหรือข้อความที่เป็นตัวแทนของแนวคิดหลักที่ปรากฏซ้ำ ๆ ในข้อมูล จากนั้นจะนำรหัสที่มีความหมายใกล้เคียงกันมาจัดเป็นหมวดหมู่ (Categorization) ตามประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย เช่น หมวดองค์ประกอบศิลปกรรม หมวดความหลากหลายทางวัฒนธรรม และหมวดข้อเสนอแนะด้านกิจกรรม

ขั้นที่ 3 การสังเคราะห์และตีความ ข้อมูลในแต่ละหมวดหมู่จะถูกนำมาสังเคราะห์เพื่อเชื่อมโยงหาความสัมพันธ์ของประเด็นต่าง ๆ ทั้งจากมุมมองของนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้เชี่ยวชาญ กระบวนการนี้เป็นการตีความเพื่ออธิบายปรากฏการณ์และค้นหาคำตอบของงานวิจัย จนได้ข้อสรุปที่เป็นแนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้ในบริบทของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

2. กระบวนการคัดเลือกพื้นที่ศึกษา

เพื่อให้ได้พื้นที่ศึกษาที่มีศักยภาพและตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดเลือกสถานที่อย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การรวบรวมรายชื่อ เริ่มจากการรวบรวมรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักในเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ทั้งหมด 13 แห่ง

ขั้นที่ 2 การกำหนดเกณฑ์การคัดเลือก ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์เบื้องต้นในการลงพื้นที่สำรวจ คือ สถานที่นั้นต้องมี ความโดดเด่นด้านศิลปกรรมและวัฒนธรรมที่ชัดเจน (เช่น มีสถาปัตยกรรม จิตรกรรม หรือประติมากรรมที่สะท้อนความเชื่อและประวัติศาสตร์) และ ชุมชนในพื้นที่มีศักยภาพในการเข้าถึงและมีส่วนร่วม (เช่น เข้าถึงง่าย และมีกลุ่มคนที่พร้อมสนับสนุนการพัฒนา)

ขั้นที่ 3 การคัดเลือกขั้นสุดท้าย จากการลงพื้นที่สำรวจตามเกณฑ์ข้างต้น ผู้วิจัยได้คัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านเกณฑ์และมีศักยภาพสูงสุดจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ วัดศิรีวงศ์,

อุทยานสวรรค์, อุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ, ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่หน้าผา, พาสาน, Street Art นครสวรรค์ และเกาะญวน เพื่อใช้เป็นกรณีศึกษาในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการลงพื้นที่สำรวจ ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง สัมภาษณ์คนในพื้นที่และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสถานที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ และอธิบายได้ดังนี้

1. วัดคีรีวงศ์ ตั้งอยู่บนเขาดาวดิงส์ ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ เป็นวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยปลายกรุงสุโขทัย ต่อมาในปี พ.ศ. 2504 ได้รับการฟื้นฟูจากกรมการศาสนาและชุมชนท้องถิ่น วัดมีพื้นที่ประมาณ 280 ไร่ ประกอบด้วยอาคารสำคัญ เช่น อุโบสถ วิหารหลวงพ่อโต และพระจุฬามณีเจดีย์สีทองขนาดใหญ่บนยอดเขา ซึ่งแบ่งเป็น 4 ชั้น ได้แก่ จุดบูชา ประดิษฐานรูปหล่อพระเกจิอาจารย์ พระบรมสารีริกธาตุ และจุดชมวิวเมืองนครสวรรค์ วัดนี้ยังเป็นศูนย์เผยแผ่พระพุทธศาสนาและการปฏิบัติธรรมแห่งจังหวัดนครสวรรค์ ความหลากหลายวัฒนธรรม ที่โดดเด่น ได้แก่ สถาปัตยกรรมอุโบสถและเจดีย์ที่ผสมผสานลวดลายไทยโบราณกับโครงสร้างสมัยใหม่ จิตรกรรมฝาผนังในวิหารเล่าเรื่องพุทธประวัติด้วยลวดลายไทยที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะอินเดีย และประติมากรรมพระพุทธรูปขนาดใหญ่ที่แสดงถึงความศรัทธาในพุทธศาสนาใช้เทคนิคแกะสลักและลงรักปิดทองแบบดั้งเดิม

ภาพ 1

วัดคีรีวงศ์



2. อุทยานสวรรค์ อุทยานสวรรค์ ตั้งอยู่บนถนนวงสวรรค์ ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมืองนครสวรรค์ เป็นสวนสาธารณะขนาดใหญ่บนพื้นที่ 314 ไร่ เดิมเป็นหนองน้ำชื่อ “หนองสมบุญ” ที่ได้รับการปรับปรุงเพื่อเป็นแหล่งพักผ่อนและออกกำลังกาย จุดเด่นคือ ประติมากรรมมังกรสวรรค์ขนาดใหญ่ บนฐานวงกลม ประดับด้วยมังกรสี่ทิศและหมู่เมฆ พร้อมศาลารายสะพานข้ามสระบัวแบบสถาปัตยกรรมจีน ภายในยังมีสนามหญ้า สวนหย่อม น้ำพุ เวทีกลางแจ้ง และสวนสุขภาพ ซึ่งเหมาะสำหรับการพักผ่อนหย่อนใจ ความหลากหลายวัฒนธรรม ที่พบได้ในอุทยานสะท้อนผ่านประติมากรรมมังกรขนาดใหญ่ที่เป็นสัญลักษณ์ของโซคลาภในความเชื่อชาวจีน สถาปัตยกรรมจีน เช่น ศาลาและสะพานที่มีลวดลายเฉพาะ การใช้กระเบื้องมุงหลังคาสีแดง และสัญลักษณ์ฮยิน-หยาง รวมถึงภูมิทัศน์ที่ผสมผสานระหว่างสไตล์สวนจีนและไทย แสดงถึงการหลอมรวมวัฒนธรรมอย่างลงตัว

ภาพ 2

อุทยานสวรรค์



3. อุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ ตั้งอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ เป็นสถานที่สำคัญทางศาสนาและวัฒนธรรมสำหรับการเคารพบูชา พระพิฆเนศ เทพเจ้าแห่งปัญญาและการขจัดอุปสรรค ซึ่งได้รับการนับถืออย่างกว้างขวางในหลายประเทศ โดยเฉพาะในอินเดียและภูมิภาคเอเชีย อุทยานแห่งนี้ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2550 ด้วยเป้าหมายเพื่อเป็นสถานที่สักการะและแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและศิลปวัฒนธรรม มีการออกแบบพื้นที่โดยผสมผสาน สถาปัตยกรรม

อินเดียโบราณและไทย เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะของพระพิฆเนศ ความหลากหลายวัฒนธรรม ที่โดดเด่น ได้แก่ สถาปัตยกรรมอินเดีย เช่น โครงสร้างโดมและซุ้มประตูประณีตที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัดฮินดู ประติมากรรมพระพิฆเนศขนาดใหญ่ที่แกะสลักอย่างละเอียด และจิตรกรรมที่เล่าเรื่องราวปกรณัมฮินดู เช่น การปราบอสูรของพระพิฆเนศ ทั้งหมดนี้สะท้อนความผสมผสานระหว่างความเชื่อฮินดูและไทย พร้อมด้วยองค์ประกอบ เช่น ประติมากรรมและสวนหย่อมที่เพิ่มความสงบและศักดิ์สิทธิ์ให้กับสถานที่

ภาพ 3

อุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ



4. ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่หน้าผา ตั้งอยู่ที่ตำบลปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เป็นศาลเจ้าที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชนชาวจีนในพื้นที่ เป็นสถานที่สักการะ เจ้าพ่อหน้าผา และ เจ้าแม่หน้าผา ที่ชาวบ้านเชื่อว่ามีคุณศักดิ์สิทธิ์และสามารถปกป้องคุ้มครองชุมชนได้ มีเรื่องเล่าว่าในปี พ.ศ. 2490 มีการอัญเชิญแผ่นไม้จันทน์ดำสลักรูปเจ้าแม่จากหน้าผาขึ้นมาประดิษฐานบนศาล หลังจากนั้น ผู้ที่ศรัทธามักประสบความสำเร็จในชีวิต ศาลเจ้าได้รับการออกแบบตาม สถาปัตยกรรมจีนดั้งเดิม มีการประดับด้วยลวดลายมังกรและหงส์ ภายในมีรูปปั้นของเจ้าพ่อ เจ้าแม่ และเทพเจ้าอื่น ๆ กิจกรรมสำคัญ ได้แก่ ขบวนแห่ประเพณี “เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ” ซึ่งเป็นงานประจำปีที่ยิ่งใหญ่ รวมถึงการจัดกิจกรรมแจกอาหารเจในช่วงเทศกาลกินเจเพื่อส่งเสริมการทำบุญ ความหลากหลายวัฒนธรรมที่โดดเด่นคือ ประติมากรรมเทพเจ้าที่ผสมผสานลักษณะจีนและไทย ไม่โบราณแกะสลักเทพยดา สถาปัตยกรรมจีน

ภาพ 4

ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่หน้าผา



ภาพ 5

พาสาน



5. **พาสาน** เป็นสถาปัตยกรรมเชิงสัญลักษณ์ ตั้งอยู่บริเวณปากน้ำโพ อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ สร้างขึ้นเพื่อเป็นสัญลักษณ์ของจุดกำเนิดแม่น้ำเจ้าพระยา โครงการนี้เกิดจากความร่วมมือระหว่างเทศบาลเมืองนครสวรรค์ ชมรมรักเจ้าพระยา และประชาชนในพื้นที่ โดยมีเป้าหมายพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตริมน้ำ ออกแบบโดยคุณไกรภพ โตทับเที่ยง จากบริษัท ฟาร์ส สตูดิโอ จำกัด ใช้แนวคิดการรวมตัวของแม่น้ำสายหลัก 4 สาย ได้แก่ ปิง วัง ยม และน่าน โครงสร้างอาคารโดดเด่นด้วยเส้นสายโค้งมนที่สื่อถึงการบรรจบของแม่น้ำ สถานที่นี้ยังเป็นจุดชมวิวที่มองเห็นทัศนียภาพของแม่น้ำเจ้าพระยาได้อย่างชัดเจน ความหลากหลายวัฒนธรรม ที่สะท้อนในพาสาน คือ การออกแบบโครงสร้างที่แสดงถึงการรวมตัวของแม่น้ำสำคัญจากภูมิภาคต่าง ๆ ซึ่งแต่ละสายล้วนสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แตกต่างกัน ชวนให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ประวัติศาสตร์และความ เป็นมาของชุมชนริมน้ำ

6. **Street Art นครสวรรค์** เป็นศิลปะบนกำแพงที่สะท้อนถึงความหลากหลายทาง วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครสวรรค์ โครงการสตรีทอาร์ตในเขตเทศบาลนคร นครสวรรค์เกิดจากความร่วมมือระหว่างเทศบาล ศิลปินท้องถิ่น และชุมชน โดยมีเป้าหมาย เพื่อฟื้นฟูพื้นที่เมืองเก่าและส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้ศิลปินสามารถสร้างสรรค์ผลงานที่ สะท้อนเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของจังหวัดได้ เนื้อหาและผลงานศิลปะ มักนำเสนอเรื่องราว เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชุมชน ประวัติศาสตร์ และสัญลักษณ์สำคัญ เช่น ภาพวาดมังกรที่สื่อถึง เทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ

ภาพ 6

Street Art นครสวรรค์



7. เกาะญวน ตั้งอยู่ใจกลางเมืองนครสวรรค์ เป็นพื้นที่สาธารณะขนาดใหญ่กว่า 300 ไร่ ที่ได้รับการพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจและสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัด เดิมที เกาะญวนเป็นที่อยู่อาศัยของชาวญวนที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานในบริเวณนี้ แต่เมื่อเวลาผ่านไป พื้นที่ดังกล่าวถูกทิ้งร้างและกลายเป็นพื้นที่รกร้าง เทศบาลนครนครสวรรค์จึงได้ริเริ่มโครงการพัฒนาพื้นที่เกาะญวน เพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะสำหรับประชาชน โครงการพัฒนาพื้นที่เกาะญวนมุ่งเน้นการปรับปรุงภูมิทัศน์และระบบนิเวศ นอกจากนี้ ยังมีการเลี้ยงปลาкарпและปลาไทยกว่า 20,000 ตัวในคลองดังกล่าว

ภาพ 7

เกาะญวน



ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 แห่งในจังหวัดนครสวรรค์มีความโดดเด่นทางศิลปกรรมและความหลากหลายวัฒนธรรมเหมาะแก่การพัฒนาแนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างศิลปกรรม วัฒนธรรม และการเรียนรู้ การพัฒนาในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์ศิลปกรรม แต่ยังสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนอย่างยั่งยืน

ตาราง 1

สภาพแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบศิลปกรรมและความหลากหลายวัฒนธรรมในสถานที่ท่องเที่ยว จังหวัดนครสวรรค์

ลำดับ	สถานที่ท่องเที่ยว	องค์ประกอบศิลปกรรม	ความหลากหลายวัฒนธรรม
1	วัดคีรีวงศ์	- จิตรกรรมฝาผนังเล่าเรื่องพุทธประวัติ - ประติมากรรมพระพุทธรูปขนาดใหญ่ - เจดีย์ทรงระฆังสี่ทอง	- สถาปัตยกรรมผสมผสานรูปแบบไทยร่วมสมัย - ลวดลายไทยได้รับอิทธิพลจากศิลปะอินเดีย - การเผยแพร่พุทธศาสนาแก่เยาวชน
2	อุทยานสวรรค์	- ประติมากรรมมังกรขนาดใหญ่ - สะพานและศาลาสถาปัตยกรรมจีน	- การผสมผสานการจัดสวนสไตล์ไทย-จีน
3	อุทยานเทวสถาน พระพิฆเนศ	- ประติมากรรมพระพิฆเนศขนาดใหญ่ - โครงสร้างโดมและซุ้มประตูรูปแบบ อินเดีย	- การผสมผสานวัฒนธรรมอินเดียและไทย
4	ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่ หน้าผา	- ประติมากรรมมังกรและหงส์ - สถาปัตยกรรมจีน เช่น เสาแกะสลัก และหลังคาทรงโค้ง	- การผสมผสานเทพเจ้าจีน-ไทย - การตกแต่งด้วยสีแดงและทองซึ่งเป็นสี มงคลของชาวจีน
5	พาสาน	- สถาปัตยกรรมเชิงสัญลักษณ์ สื่อถึง การรวมตัวของแม่น้ำเจ้าพระยา	- โครงสร้างเส้นสายสื่อถึงความเป็นมาของ แม่น้ำ 4 สาย (ปิง วัง ยม น่าน) - สะท้อนถึงความหลากหลายของวัฒนธรรม ท้องถิ่น
6	Street Art	- จิตรกรรมฝาผนังที่เล่าเรื่องราววิถีชีวิต - ภาพสะท้อนเทศกาลและเหตุการณ์ สำคัญ	- นำเสนออัตลักษณ์ร่วมสมัยของชุมชน - ความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านงาน ศิลปะ
7	เกาะญวน	- ประติมากรรมที่เล่าเรื่องราวชุมชนริมน้ำ - ภาพวาดบนกำแพงที่สะท้อนวิถีชีวิต	- แสดงถึงวิถีชีวิตแบบเรียบง่ายของชุมชน - สะท้อนความเชื่อและวัฒนธรรมของ คนในพื้นที่

สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัย จำเป็นต้องนิยามความหมายของ “การบูรณาการศิลปกรรม” ซึ่งเป็นแนวคิดหลักของงานวิจัยนี้ ในบริบทนี้ การบูรณาการศิลปกรรมหมายถึง กระบวนการเชื่อมโยงคุณค่าของศิลปกรรม (What) เข้ากับบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่ (Why) และสร้างสรรค์กิจกรรมให้ผู้เยี่ยมชมได้เกิดปฏิสัมพันธ์หรือประสบการณ์ตรง (How) โดยมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนสถานะของผู้ชมจากการเป็นเพียง “ผู้รับชม” ไปสู่การเป็น “ผู้เรียน

รู้” ที่สามารถสร้างความหมายและความเข้าใจในมิติที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นผ่านการลงมือปฏิบัติ จากกระบวนการวิจัย สามารถสรุปผลการวิจัยออกมาได้ 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาสภาพแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบศิลปกรรม และความหลากหลายวัฒนธรรมทางศิลปะ

จากการศึกษาแหล่งท่องเที่ยว 7 แห่งในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่าพื้นที่เหล่านี้มีสินทรัพย์ทางศิลปกรรมและวัฒนธรรมที่โดดเด่นและหลากหลาย โดยสามารถสรุปภาพรวมได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวอย่างน้อย 3 แห่ง ได้แก่ วัดคีรีวงศ์, อุทยานเทวสถาน พระพิษเนศ และศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่หนาม้า มีจุดเด่นที่การผสมผสานวัฒนธรรมความเชื่อจากต่างชาติ (อินเดีย-ฮินดู, จีน) เข้ากับอัตลักษณ์ของไทยอย่างลงตัว ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวอีก 2 แห่ง คือ Street Art และเกาะกวม สหพันธ์ศิลปะร่วมสมัยที่บอกเล่าเรื่องราวและวิถีชีวิตของชุมชนในปัจจุบัน และอีก 2 แห่ง คือ อุทยานสวรรค์และพาสาน ใช้ประติมากรรมและสถาปัตยกรรมขนาดใหญ่เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงรากฐานทางวัฒนธรรมและความสำคัญทางภูมิศาสตร์ของจังหวัด ความหลากหลายนี้ถือเป็นจุดแข็งสำคัญที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงประสบการณ์ได้เป็นอย่างดี

2. ผลการนำเสนอแนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ ผลการวิจัยได้นำเสนอแนวทางการจัดกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับจุดแข็งของแต่ละพื้นที่ดังนี้

2.1 วัดคีรีวงศ์ มีจุดแข็งในฐานะ ‘พิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต’ ที่ใช้พุทธศิลป์ในการเล่าเรื่อง โดยมีกิจกรรมผาผนังที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะอินเดียเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ แนวทางการบูรณาการจึงควรมุ่งเน้นให้เกิดการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ เช่น การจัดกิจกรรมศิลปะฝึกปฏิบัติ (workshop) วาดภาพจิตรกรรมผาผนังจำลอง เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้เข้าใจเทคนิคและความหมายเชิงสัญลักษณ์

2.2 อุทยานสวรรค์ จุดแข็งคือ ประติมากรรมมังกรขนาดใหญ่ ที่เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจีนที่ชัดเจนและทรงพลัง แนวทางการบูรณาการจึงควรใช้ การเล่าเรื่อง (Storytelling) เป็นแกนหลัก เช่น การจัดกิจกรรมเล่าตำนานและความหมายของมังกร ควบคู่กับการแสดงแสงสีเสียงในยามค่ำคืนเพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ และกิจกรรมปั้นมังกรขนาดเล็กเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์กับศิลปกรรม

2.3 อุทยานเทวสถานพระพิษเนศ จุดแข็งคือการเป็น ศูนย์รวมความศรัทธาในวัฒนธรรมฮินดู-ไทย ที่มีประติมากรรมพระพิษเนศเป็นศูนย์กลาง แนวทางการบูรณาการที่เหมาะสมคือการจัดนิทรรศการที่ให้ความรู้เรื่องปางต่าง ๆ ของพระพิษเนศ และ กิจกรรมปั้นหรือระบายสีองค์พระพิษเนศขนาดเล็ก เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้ความหมายของแต่ละองค์ประกอบผ่านการสร้างสรรค์ด้วยตนเอง

2.4 ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่หน้าผา มีจุดแข็งในการเป็น ศูนย์รวมจิตใจของชุมชนชาวจีน ที่ยังคงมีพิธีกรรมและความเชื่อที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาอย่างเข้มแข็ง แนวทางการบูรณาการจึงควร เน้นการสร้าง ความเข้าใจในวัฒนธรรมผ่าน การเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมใน พิธีกรรม เช่น การไหว้เจ้า หรือการเขียนคำขอพร และ การเล่าเรื่องความสำคัญของเทพเจ้า โดยคนในชุมชนเอง

2.5 พาสาน จุดแข็งคือ สถาปัตยกรรมร่วมสมัยเชิงสัญลักษณ์ ที่สื่อถึงการรวมตัวของ แม่น้ำ 4 สาย อันเป็นที่มาของแม่น้ำเจ้าพระยา แนวทางการบูรณาการจึงควรเน้นการเรียนรู้ ประวัติศาสตร์และภูมิศาสตร์ผ่าน การจัดนิทรรศการแบบมีส่วนร่วม ที่เล่าเรื่องวิวัฒนาการของ แม่น้ำ และ กิจกรรมวาดภาพ ที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้ตีความความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ กับสถาปัตยกรรม

2.6 Street Art นครสวรรค์ มีจุดแข็งในการเป็น แกลเลอรีศิลปะกลางแจ้ง ที่สะท้อน วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ร่วมสมัยของชุมชนผ่านผลงานของศิลปินหลากหลาย แนวทางการบูรณา การจึงควรเน้นการปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับศิลปินและผลงาน เช่น การจัดเส้นทางเดินชมศิลปะ (Art Walk) พร้อมคำอธิบายเบื้องต้น และ กิจกรรมวาดภาพบนกำแพงร่วมกับศิลปิน

2.7 เกษณภูม: จุดแข็งคือการเป็น พื้นที่สาธารณะที่นำเสนอศิลปะสะท้อนวิถีชีวิต เรียบง่าย ของชุมชนริมน้ำ แนวทางการบูรณาการจึงควรเน้นการสร้างประสบการณ์ที่ได้สัมผัส วิถีชีวิตจริง เช่น การจัดกิจกรรมเรียนรู้การทำอาหารพื้นบ้านหรือการตกปลา ควบคู่กับการเดินชม ประติมากรรมและภาพวาดบนกำแพงโดยมีคนในท้องถิ่นเป็นผู้เล่าเรื่อง

ตาราง 2

ตารางแนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครสวรรค์

ลำดับ	สถานที่ท่องเที่ยว	แนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์
1	วัดคีรีวงศ์	- จัดศิลปะฝึกปฏิบัติ (workshop) วาดจิตรกรรมฝาผนังจำลอง โดยมีศิลปินหรือพระภิกษุเป็นผู้นำกิจกรรม - จัดแสดงนิทรรศการภาพถ่ายและแบบจำลองจิตรกรรมฝาผนัง พร้อมคำอธิบายเทคนิคและความหมายเชิงศิลปกรรม
2	อุทยานสวรรค์	- เล่าเรื่องราวความหมายของมังกรในวัฒนธรรมจีน เช่น สัญลักษณ์แห่งโชคลาภ - จัดกิจกรรมปั้นหรือแกะสลักลวดลายมังกรขนาดเล็ก - การจัดแสดงแสงสีเสียงที่เล่าเรื่องตำนานมังกรในช่วงเย็น

ลำดับ	สถานที่ท่องเที่ยว	แนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์
3	อุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ	- จัดนิทรรศการเกี่ยวกับพระพิฆเนศ เช่น ความหมายของแต่ละปางและพิธีกรรมความเชื่อที่เกี่ยวข้อง ที่เชื่อมโยงกับประติมากรรมต่าง ๆ - จัดกิจกรรมปั้น / ระบายสี พระพิฆเนศขนาดเล็ก พร้อมคำอธิบายความหมายขององค์ประกอบต่าง ๆ
4	ศาลเจ้าพ่อเจ้าแม่หน้าผา	- จัดกิจกรรมเล่าเรื่องเทพเจ้าจีนและความสำคัญของมังกรในพิธีกรรม - เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในพิธีกรรม เช่น การจุดธูปไหว้เจ้า - จัดงานเทศกาลตรุษจีน พร้อมการแสดงขบวนแห่มังกรและเชิดสิงโต
5	พาสาน	- จัดนิทรรศการแบบมีส่วนร่วมที่เล่าเรื่องวิวัฒนาการของแม่น้ำเจ้าพระยา และการพัฒนาแหล่งน้ำร่วมกัน - จัดกิจกรรมวาดภาพที่สะท้อนความเชื่อมโยงของธรรมชาติและศิลปกรรม
6	Street Art	- จัดเส้นทางเดินชมภาพจิตรกรรม พร้อมคำอธิบายแรงบันดาลใจและเทคนิค - เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยววาดภาพร่วมกับศิลปิน โดยมีการแนะนำเทคนิคการวาดภาพบนกำแพง
7	เกาะญวน	- จัดกิจกรรมเรียนรู้วิถีชีวิต เช่น การตกปลาหรือการทำขนมพื้นบ้าน - เดินชมงานประติมากรรมและภาพวาดที่สะท้อนวิถีชีวิต พร้อมคำอธิบายจากผู้รู้ในท้องถิ่น - จัดแสดงงานฝีมือพื้นบ้านที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น

อภิปรายผลการวิจัย

จังหวัดนครสวรรค์เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ศิลปกรรม และประวัติศาสตร์ที่สะท้อนผ่านแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น วัดคีรีวงศ์ อุทยานเทวสถานพระพิฆเนศ และ Street Art แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มีองค์ประกอบศิลปกรรมที่โดดเด่น เช่น จิตรกรรมฝาผนัง ประติมากรรม และภูมิสถาปัตยกรรม ซึ่งล้วนแต่สะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น อย่างไรก็ตามการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ในเชิงการเรียนรู้ยังมีข้อจำกัด เช่น การขาดการเชื่อมโยงระหว่างศิลปกรรมกับการเรียนรู้ในเชิงประสบการณ์ ทำให้ไม่สามารถถึงคุณค่าของพื้นที่ออกมาได้อย่างเต็มที่ให้ผู้คนที่มาท่องเที่ยวเข้าใจเอกลักษณ์ ตัวตนของสถานที่นั้น ๆ ได้อย่างแท้จริง งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาแนวทางการใช้ศิลปกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงการศึกษา การสร้างแรงบันดาลใจ และการพัฒนาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน โดยเน้นการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ที่ส่งเสริมการมีปฏิสัมพันธ์กับศิลปกรรมในพื้นที่ ซึ่งสามารถสร้างคุณค่าและ

ความเข้าใจในวัฒนธรรมในเชิงลึก บูรณาการแนวคิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiential Learning Theory) ของ Kolb (1984) เป็นกรอบแนวคิดหลักของการศึกษา โดยชี้ให้เห็นว่าการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพต้องเกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและการลงมือทำจริง การบูรณาการแนวคิดนี้กับศิลปกรรมในแหล่งท่องเที่ยวช่วยสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความหมายและส่งเสริมการเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะ ข้อจำกัดที่พบในการวิจัย คือ การขาดทรัพยากรในการจัดกิจกรรมและการเผยแพร่ข้อมูล การแก้ไขปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และชุมชน รวมถึงการจัดสรรงบประมาณเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

โดยแนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. วิเคราะห์องค์ประกอบศิลปกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

การวิเคราะห์องค์ประกอบศิลปกรรมในแหล่งท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่ช่วยเชื่อมโยงคุณค่าของศิลปกรรมกับบริบทพื้นที่ โดยไม่ได้มุ่งเน้นเพียงลักษณะทางกายภาพ เช่น รูปร่าง โครงสร้าง หรือเทคนิค แต่ยังรวมถึงความหมายเชิงวัฒนธรรมและบทบาทในชุมชน ขั้นตอนแรกคือการสำรวจและบันทึกรายละเอียดของศิลปกรรม เช่น ลวดลาย สีสด และความสัมพันธ์กับพื้นที่ เพื่อเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น การศึกษาเอกลักษณ์ของศิลปกรรมเป็นอีกขั้นตอนสำคัญ โดยการวิเคราะห์ประวัติและแรงบันดาลใจ รวมถึงความหมายเชิงสัญลักษณ์ เช่น จิตรกรรมฝาผนังในวัดศรีวงศ์ที่เล่าเรื่องพุทธประวัติ นอกจากนี้ยังพิจารณาการผสมผสานของวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่ปรากฏในพื้นที่ เพื่อเสริมความเข้าใจในเอกลักษณ์ของศิลปกรรม การวิเคราะห์ยังรวมถึงการเชื่อมโยงศิลปกรรมกับวัฒนธรรมและชุมชนในชีวิตประจำวัน เช่น บทบาทในพิธีกรรม เทศกาล และความเชื่อของคนในพื้นที่ ซึ่ง Kolb (1984) ระบุว่าการเรียนรู้เชิงประสบการณ์จากบริบทชุมชนช่วยเพิ่มความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง ขั้นตอนสุดท้ายคือการสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อพัฒนากิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดนิทรรศการหรือกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับศิลปกรรม ซึ่ง Brown & Collins (1989) ชี้ให้เห็นว่ากิจกรรมเหล่านี้ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและแรงบันดาลใจให้กับผู้เยี่ยมชม พร้อมสร้างความสนใจในการเรียนรู้ศิลปกรรมในเชิงลึก

2. ออกแบบกิจกรรมเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiential Learning Theory)

การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปกรรมจังหวัดนครสวรรค์ มุ่งเน้นการสร้างการเรียนรู้ที่มีความหมายและส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับศิลปกรรม โดยอิงแนวคิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ (Experiential Learning Theory) ของ Kolb (1984) ที่เน้นการลงมือปฏิบัติ การสะท้อนคิด และการประยุกต์ใช้ความรู้ กิจกรรมจะต้องเชื่อมโยงกับเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ผ่านการวิเคราะห์ลักษณะเด่นของศิลปกรรมในพื้นที่ เพื่อให้กิจกรรมมีความเกี่ยวข้องและคุณค่า พร้อมทั้งส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์ระหว่าง

นักท่องเที่ยวกับศิลปกรรม รวมถึงผู้ที่เกี่ยวข้องในชุมชน การเล่าเรื่องถูกใช้เป็นเครื่องมือสำคัญ ในการสร้างความเข้าใจเชิงลึกและกระตุ้นความสนใจ การออกแบบกิจกรรมต้องสอดคล้องกับ กลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน กิจกรรมกลุ่มสำหรับ ครอบครัว และนิทรรศการเชิงความรู้สำหรับผู้สนใจเชิงลึก ทั้งนี้ควรใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น อย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของให้ชุมชน สุดท้ายควรมีการติดตามและประเมิน ผลกิจกรรม เพื่อปรับปรุงให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว ในระยะยาว แนวทางนี้ช่วยเพิ่มมิติของการท่องเที่ยวและส่งเสริมคุณค่าของศิลปกรรมในบริบท ที่ลึกซึ้งและยั่งยืน

3. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง ศิลปกรรมและการเรียนรู้ในจังหวัดนครสวรรค์ โดยชุมชนมีบทบาทสำคัญในการสร้างความ ยั่งยืนและเพิ่มมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในเชิงวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการศึกษา เพราะ ชุมชนถือเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ที่ใกล้ชิดกับแหล่งท่องเที่ยว สามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ ศิลปกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งช่วยสร้างความรักและหวงแหนในเอกลักษณ์ ท้องถิ่น นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทในการดำเนินกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมหรือการแสดงศิลปกรรม ไม่เพียงช่วยสร้างรายได้เสริม แต่ยังสร้างความ ภูมิใจในวัฒนธรรมของชุมชน รวมไปถึงการสร้างการตระหนักรู้ในคุณค่าและเอกลักษณ์ของ ชุมชนผ่านการให้ความรู้ เช่น การจัดอบรมเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปกรรมในพื้นที่ หรือ การส่งเสริมการเล่าเรื่องผ่านงานศิลปกรรม ช่วยกระตุ้นความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น หลักการนี้ช่วยเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ทั้งในด้านศิลปกรรม วัฒนธรรม และ เศรษฐกิจ และสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นได้อย่างมี ประสิทธิภาพ

4. จัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจ

การจัดกิจกรรมสร้างแรงบันดาลใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปกรรมจังหวัดนครสวรรค์ มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้แหล่งท่องเที่ยว โดยช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและเข้าใจศิลปกรรมและวัฒนธรรมในเชิงลึก กิจกรรมเหล่านี้ออกแบบเพื่อกระตุ้นความคิด สร้างสรรค์และส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง กิจกรรมที่เชื่อมโยงศิลปกรรมเข้ากับ แรงบันดาลใจช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าใจคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างมีความหมาย (Kolb, 1984) การเล่าเรื่อง (Storytelling) ช่วยสร้างอารมณ์ร่วมและกระตุ้นความสนใจ ส่งผลให้การ เรียนรู้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น (Brown & Collins, 1989) นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม เช่น การสร้างงานศิลปกรรมหรือการจัดนิทรรศการแบบโต้ตอบ ช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเชื่อมโยง กับศิลปกรรมในพื้นที่ (National Fine Arts Office, 2022) เช่น การออกแบบงานศิลปกรรม

ขนาดเล็กหรือการจัดประกวด ช่วยสร้างแรงบันดาลใจที่ยั่งยืน (UNESCO, 2019) รวมถึงการจัดแสดงนิทรรศการและศิลปะจัดวางที่ส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ (Nakhon Sawan Provincial Cultural Office, 2022) การออกแบบกิจกรรมที่ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน เช่น การปั้นดินเหนียวหรือการเล่าเรื่องโดยชุมชน ช่วยเพิ่มคุณค่าในเชิงวัฒนธรรมและความยั่งยืน (Fine Arts Department, 2020) กิจกรรมเหล่านี้ช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และสร้างความประทับใจที่ลึกซึ้ง ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวมีคุณค่าในเชิงวัฒนธรรม การศึกษา และความยั่งยืนอย่างแท้จริง

ภาพ 8

แนวทางการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สร้างความร่วมมือเชิงกลยุทธ์ หน่วยงานภาครัฐ (เช่น กรมการท่องเที่ยว, กระทรวงวัฒนธรรม, องค์การบริหารส่วนจังหวัด) ควรทำงานร่วมกับภาคเอกชนและชุมชนท้องถิ่นอย่างใกล้ชิด เพื่อร่วมกันวางแผนพัฒนา ออกแบบกิจกรรม และจัดสรรงบประมาณสนับสนุน โดยใช้จุดแข็งของแต่ละแหล่งท่องเที่ยวที่ระบุไว้ในงานวิจัยเป็นฐานในการสร้างสรรค์
2. พัฒนาและทดลองกิจกรรมต้นแบบ ควรมีการนำแนวทางการจัดกิจกรรมที่เสนอแนะในงานวิจัย อาทิ กิจกรรมศิลปะฝึกปฏิบัติ (workshop) การเล่าเรื่องเชิงวัฒนธรรม (cultural storytelling) หรือนิทรรศการแบบมีส่วนร่วม ไปทดลองปฏิบัติจริงในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม เพื่อประเมินผลและปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพสูงสุดก่อนขยายผล
3. ส่งเสริมบทบาทของชุมชนท้องถิ่น ควรมอบอำนาจและสนับสนุนให้คนในชุมชนมีบทบาทเป็น “ผู้เล่าเรื่อง” และ “ผู้จัดกิจกรรม” โดยตรง ผ่านการจัดอบรมเสริมทักษะด้านการนำเสนอและบริหารจัดการ เพื่อให้กิจกรรมมีชีวิตชีวาและสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างแท้จริง ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างรายได้และเสริมความเข้มแข็งของชุมชน
4. สร้างช่องทางการสื่อสารและการตลาด ควรประชาสัมพันธ์แนวคิดและกิจกรรมการเรียนรู้จากประสบการณ์ผ่านช่องทางที่หลากหลาย ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการเรียนรู้ โดยอาจเน้นการใช้ศิลปะเป็นจุดขายหลัก

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. การศึกษาเชิงปริมาณ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับทัศนคติ ความพึงพอใจ และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ที่มีต่อกิจกรรมการเรียนรู้จากประสบการณ์ โดยใช้แบบสอบถามและวิธีการทางสถิติ เพื่อยืนยันและเสริมความน่าเชื่อถือของผลวิจัยเชิงคุณภาพ
2. การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม ควรมีการวิจัยเพื่อประเมินผลกระทบของการบูรณาการศิลปกรรมและการเรียนรู้ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่น (เช่น การสร้างรายได้, การจ้างงาน) และผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม (เช่น การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม, ความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่น)
3. การขยายขอบเขตการศึกษา ควรขยายการศึกษาไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ นอกเขตอำเภอเมืองนครสวรรค์ หรือจังหวัดใกล้เคียงที่มีบริบททางศิลปกรรมและวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน เพื่อสร้างแนวทางการบูรณาการที่ครอบคลุมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในวงกว้าง

เอกสารอ้างอิง

- Brown, J. S., & Collins, A. (1989). Situated cognition and the culture of learning. *Educational Researcher*, 18(1), 32–42.
- Fine Arts Department. (2020). *Thai art and culture*. Office of Culture.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice-Hall.
- Nakhon Sawan Provincial Cultural Office. (2022). *Research report on tourist attractions in Nakhon Sawan Province*. Author.
- National Fine Arts Office. (2022). *Guidelines for the conservation of community artworks*. Office of Art Conservation.
- UNESCO. (2019). *Guidelines on integrating cultural heritage in sustainable tourism*. Author.

การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์และ กิจกรรมศิลปะเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรม ชุมชนลำพญา จังหวัดนครปฐม

ปฏิกิภาณ เจริญสุข¹
ชุตติภา อัสวเลิศพลากร²
มนัสนันท์ วรรณวงษ์³
ศิริก้อย ชูตาทวิสวัสดิ์⁴

รับบทความ : 6 สิงหาคม 2568
แก้ไข : 24 กันยายน 2568
ตอบรับตีพิมพ์ : 10 พฤศจิกายน 2568

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปะ ดนตรี และนาฏศิลป์ศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อีเมล : Patipan.jrs@gmail.com

² นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปะ ดนตรี และนาฏศิลป์ศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อีเมล : chutip_a_sa@hotmail.com

³ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปะ ดนตรี และนาฏศิลป์ศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อีเมล : Manas8709@gmail.com

⁴ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาศิลปศึกษา ภาควิชาศิลปะ ดนตรี และนาฏศิลป์ศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อีเมล : sirikoy.c@chula.ac.th

บทคัดย่อ

ชุมชนลำพญาเป็นชุมชนการค้าที่มีสำคัญ แต่ปัจจุบันคนในชุมชนไม่ทราบถึงเรื่องราวของชุมชน จึงควรส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชน โดยวัตถุประสงค์งานวิจัยคือ 1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชน 2. เพื่อออกแบบกิจกรรมศิลปะและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารความรู้ด้านวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรม กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์เลือกแบบเจาะจง ได้แก่ เจ้าอาวาส เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างเลือกแบบบังเอิญ ได้แก่ กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามแนวทางจัดกิจกรรม จำนวน 43 คน และกลุ่มผู้ร่วมกิจกรรม จำนวน 32 คน รวมทั้งหมด 77 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์แนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะฯ 2) แบบสอบถามแนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะฯ 3) แบบประเมินความพึงพอใจฯ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยสถิติเชิงพรรณนา และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติบรรยายจากค่าเฉลี่ย

ผลการวิจัย พบว่า 1. อัตลักษณ์ของชุมชน มี 2 ด้านคือ 1) ด้านสถานที่ทางประวัติในชุมชนสะท้อนผ่านพิพิธภัณฑ์ที่รวมวัตถุสำคัญเกี่ยวกับวิถีชีวิต และ 2) ด้านวัฒนธรรมชุมชนริมน้ำที่มีชาวจีนและชาวมอญประกอบอาชีพเกษตรและค้าขาย 2. สื่อประชาสัมพันธ์และชุดกิจกรรมที่เหมาะสมกับชุมชนมีทั้งหมด 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายนำทาง 2) ป้ายข้อมูลวัตถุสำคัญและแผนที่ 3) หนังสือลำพญา Story 4) ชุดภาพพิมพ์บนโปสการ์ด Stamp Stories และ 3. ผลประเมินความพึงพอใจ ภาพรวมอยู่ในระดับดี โดยป้ายความรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.41$) โดยแนวทางการการขยายผลสามารถต่อยอดเป็นสื่อการเรียนรู้ในโรงเรียนเพื่อส่งเสริมการเห็นคุณค่า และนำสื่อกิจกรรมไปปรับใช้กับชุมชนอื่นได้

คำสำคัญ : กิจกรรมศิลปะ, ชุมชนลำพญา, การท่องเที่ยว, ศิลปะเพื่อชุมชน

Designing Promotional Media and Art Activities to Promote Cultural Learning in Lamphaya Community, Nakhon Pathom Province

Patiphan Charoensuk¹

Chutipa Asavalertplakorn²

Manassanan Wannawong³

Sirikoy Chutataweesawas⁴

Received : August 6, 2025

Revised : September 24, 2025

Accepted : November 10, 2025

¹ Student, Master of Art Education, Department of Art, Music, and Dance Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University, E-mail: Patipan.jrs@gmail.com

² Student, Master of Art Education, Department of Art, Music, and Dance Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University, E-mail: chutipa_asa@hotmail.com

³ Student, Master of Art Education, Department of Art, Music, and Dance Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University, E-mail: Manas8709@gmail.com

⁴ Asst. Prof. (D.F.A.), Visual Art, Department of Art, Music, and Dance Education, Faculty of Education, Chulalongkorn University E-mail : sirikoy.c@chula.ac.th

Abstract

Lumphaya is a historically significant trading community that has declined in recent years. Many younger community members are unaware of its cultural background, highlighting the need to promote cultural preservation. This research aimed to: 1) explore the identity of the Lumphaya community; 2) design art-based activities to communicate cultural knowledge to both locals and tourists; and 3) study the outcomes of these activities. The research involved purposive sampling (the abbot and museum staff) for interviews, and accidental sampling for surveys and activity participation. A total of 77 participants were included: 43 respondents to the activity design questionnaire and 32 activity participants. The research tools consisted of: 1) interview guidelines for activity design; 2) a questionnaire on activity design; and 3) a satisfaction evaluation form. Qualitative data were analyzed descriptively, while quantitative data were analyzed using descriptive statistics (mean scores).

Findings revealed 1. Two key aspects of community identity: 1) Historical significance, represented by the community museum that houses artifacts reflecting local ways of life; 2) Cultural identity as a riverside community with Chinese and Mon ethnic groups engaged in agriculture and trade. 2. Four suitable formats of promotional media and activities were developed: 1) Promotional and directional signage 2) Informational signs for key artifacts and map 3) Lumphaya Story booklet 4) Stamp Stories postcard printmaking kit. 3. Overall satisfaction was rated as good, with the highest mean score for the informational signage ($\bar{X} = 4.41$). For further development, the media and activities can be adapted as educational tools in schools to promote cultural appreciation and can also be applied in other communities.

Keywords: Art Activities, Lamphaya Community, Tourism, Community Art

ชุมชนลำพญา เป็นชุมชนที่มีความเป็นมายาวนานตั้งแต่ยุคต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ชุมชนแห่งนี้ประกอบด้วยชาวมอญ ซึ่งอพยพมาจากสามโคกในปลายสมัยรัชกาลพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยตั้งบ้านเรือนอยู่ทางแม่น้ำฝั่งตะวันตก ทำการเกษตร และชุมชนชาวจีน ซึ่งตั้งบ้านเรือนอยู่ทางฝั่งตะวันออก ทำการค้าขายกลายเป็นตลาดริมน้ำ (วงศกร นาควิจิตร, 2566) ซึ่งชาวจีนเข้ามาตั้งถิ่นฐานในบริเวณจังหวัดนครปฐมมากที่สุด โดยมาเป็นแรงงานปลูกอ้อย และแรงงานในโรงงานน้ำตาล และต่อมาจึงปรับเปลี่ยนไปทำอาชีพเกษตรกรรม และพ่อค้านายทุนในเวลาต่อมา (สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์, 2554)

หากแต่ในปัจจุบันชุมชนการค้าตลาดลำพญาได้ซบเซาลง และคนในชุมชนในยุคหลังไม่ทราบถึงความเป็นมา เรื่องราววัฒนธรรมต่าง ๆ ของชุมชน จึงควรมีการส่งเสริมการเห็นคุณค่าและอนุรักษ์วัฒนธรรมของชุมชนลำพญาดั้งเดิมไว้ สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นไว้ในยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการต่อยอดและสร้างคุณค่าจากทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ความเป็นไทย และแหล่งการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ตามเป้าประสงค์ที่จะทำให้วัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิต และเอกลักษณ์ความเป็นไทยคงอยู่สืบไปพร้อมทั้งมีการต่อยอดเพิ่มมูลค่าโดยกระบวนการคิดเชิงออกแบบอย่างสร้างสรรค์

การเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นจึงเป็นการจัดการเรียนรู้ที่ทำให้เกิดการเรียนรู้จากสภาพความเป็นจริงซึ่งเป็นแหล่งความรู้ในชุมชน และการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ที่อยู่ใกล้ตัว ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง ซึ่งแหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นจะช่วยทำให้ได้รับประสบการณ์ตรง (ประยูร บุญใช้ และภูมิพงศ์ จอมหงส์พิพัฒน์, 2558) โดยบูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้ นวัตกรรม และการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้า และบริการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้แก่นักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวข้องกับวัตถุดิบของภูมิปัญญา และประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นประเภทการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพจึงควรได้รับการสนับสนุน เมื่อเกิดการเรียนรู้ในเรื่องราวของมรดกวัฒนธรรมในชุมชนแล้ว อาจทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ความเห็นคุณค่า หรืออยากอนุรักษ์ สอดคล้องกับแนวคิดในเรื่องการสร้างความตระหนักในชุมชน และนักท่องเที่ยวให้เห็นคุณค่า มีจิตสำนึก มีเจตคติที่ดี เห็นความสำคัญ และร่วมกันอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม (สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา พงษ์เกษร, 2566) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ประติมา ชาญบุรณะตระกูล (2565) ที่ได้ทำการวิจัยเพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในรายวิชาสื่อและวัสดุทางศิลปะเพื่อส่งเสริมการสร้างสรรคผลงาน

ศิลปะของนักศึกษาศิลปศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในรายวิชาสื่อและวัสดุทางศิลปะเพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะของนักศึกษาศิลปศึกษา และศึกษาผลการใช้กิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะ จากการจัดกิจกรรมพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจในกิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะฯ ในระดับมากที่สุด โดยผู้เรียนรู้สึกตื่นเต้นที่ได้ลองทำสิ่งใหม่ ๆ ได้เรียนรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมชุมชน ผู้เรียนมีความภาคภูมิใจในผลงานของตนเองและผู้อื่น ทำให้รู้สึกได้เป็นส่วนหนึ่งในการสืบสานศิลปวัฒนธรรมชุมชนให้คงอยู่เห็นคุณค่าในศิลปวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และสามารถพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีความร่วมสมัยต่อไป

ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการออกแบบกิจกรรมศิลปะเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนลำพญา โดยมีจุดประสงค์ในการอนุรักษ์วัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชุมชนเพื่อให้คนในท้องถิ่นหรือนักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการเรียนรู้และสืบสานวัฒนธรรมของชุมชนลำพญา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร และการสัมภาษณ์คนในชุมชนเกี่ยวกับความเป็นมา ตลอดจนอัตลักษณ์ของชุมชนลำพญา ก่อนจะนำมาออกแบบเป็นกิจกรรมการเรียนรู้นำไปใช้กับคนในชุมชนหรือนักท่องเที่ยว และศึกษาผลความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมต่อการจัดกิจกรรมศิลปะเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ทุนทางวัฒนธรรมชุมชนลำพญา ซึ่งจะจะเป็นประโยชน์กับนิสิตที่ได้มีประสบการณ์ในการนำศิลปะมาบูรณาการกับชุมชน เป็นไปตามจุดประสงค์ของรายวิชาที่เน้นให้นิสิตสร้างสรรค์โครงการศิลปะที่มีส่วนร่วมกับชุมชน อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อชุมชนในการอนุรักษ์ เผยแพร่วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของชุมชนลำพญาอีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อออกแบบกิจกรรมศิลปะและสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสื่อสารความรู้ด้านวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาผลความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

อุปกรณ์และวิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 ระยะศึกษาข้อมูล สัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาพัฒนารูปแบบกิจกรรม
ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในประเด็น ดังนี้

- 1) ชุมชนลำพญา
- 2) รูปแบบกิจกรรมศิลปะ
- 3) การท่องเที่ยว
- 4) แนวทางการออกแบบกิจกรรมศิลปะ

ขั้นที่ 2 สร้างเครื่องมือวิจัยสำหรับแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

ขั้นที่ 3 ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)

ระยะที่ 2 ระยะพัฒนารูปแบบสื่อและกิจกรรม

ขั้นที่ 1 ลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ และสอบถามคนในชุมชน และนักท่องเที่ยวถึงเนื้อหา
รูปแบบสื่อและรูปแบบการจัดกิจกรรมที่สนใจ

ขั้นที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

ขั้นที่ 3 นำผลจากการวิเคราะห์มาพัฒนาเป็นรูปแบบกิจกรรม

ขั้นที่ 4 ดำเนินการจัดกิจกรรม จำนวน 3 ครั้ง และเก็บข้อมูลจากแบบประเมินความ
พึงพอใจของผู้เข้าร่วม

ระยะที่ 3 วิเคราะห์และสรุปผลการจัดกิจกรรม

ขั้นที่ 1 สรุปผลจากแบบประเมินความพึงพอใจต่อชุดกิจกรรม

ขั้นที่ 2 อภิปรายผล และนำเสนอข้อมูลวิจัยสู่สาธารณะ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในงานวิจัย คือ ประชาชนในชุมชนลำพญา และนักท่องเที่ยว รวม 77 คน ได้แก่
กลุ่มตัวอย่างการสัมภาษณ์ โดยเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง

1. เจ้าอาวาสวัดลำพญา
2. เจ้าหน้าที่ดูแลพิพิธภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างการสอบถาม โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

1. คนในชุมชนลำพญา จำนวน 23 คน
2. นักท่องเที่ยวในชุมชนลำพญา จำนวน 20 คน

กลุ่มตัวอย่างการทดลอง โดยเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ

นักท่องเที่ยวในชุมชนลำพญา จำนวน 32 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์แนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญา
2. แบบสอบถามแนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญา
 - 2.1 แบบสอบถามแนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญาสำหรับคนในชุมชน
 - 2.2 แบบสอบถามแนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญาสำหรับนักท่องเที่ยว
3. สื่อประชาสัมพันธ์และชุดกิจกรรมศิลปะจำนวน 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายนำทาง 2) ป้ายข้อมูลวัตถุสำคัญและแผนที่ 3) หนังสือลำพญา Story 4) ชุดภาพพิมพ์บนโปสการ์ด Stamp Stories
4. แบบประเมินความพึงพอใจต่อกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนำแบบสัมภาษณ์ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าอาวาสวัดลำพญา เจ้าหน้าตู่แลพิพิธภัณฑสถาน รวมกันทั้งหมด 2 ท่าน
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ คนในชุมชนลำพญา จำนวน 23 คน และนักท่องเที่ยวในชุมชนลำพญา จำนวน 20 คน
3. ผู้วิจัยนำชุดกิจกรรมศิลปะและแบบประเมินความพึงพอใจไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวในชุมชนลำพญา จำนวน 32 คนและนำข้อมูลมาสรุปผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมของชุมชนลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

ในการลงสำรวจพื้นที่ ผู้วิจัยได้ลงสำรวจพื้นที่ชุมชนบริเวณลุ่มน้ำท่าจีนในจังหวัดนครปฐมดังต่อไปนี้ 1) ตลาดน้ำดอนหวาย พบว่าเป็นชุมชนการค้าริมน้ำอายุกว่า 100 ปี ตั้งอยู่ภายในเขตวัดคงคารามดอนหวาย ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ในจังหวัดนครปฐม ตลาดดังกล่าวมีชาวจีนเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดตลาด และชุมชน 2) วัดกลางบางแก้ว พบว่าเป็นวัดเก่าแก่ตั้งแต่สมัยอยุธยา พบร่องรอยหลักฐานของศาสนสถานในสมัยอยุธยาจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ทั้งนี้ยังมีพิพิธภัณฑสถานพระพุทธรูปหินทราย ซึ่งจัดแสดงสิ่งของโบราณวัตถุของวัด และชุมชน รวมถึงจัดแสดงสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธรูปหินทราย อดีตเจ้าอาวาสวัดกลางบางแก้ว ซึ่ง

เป็นพระสงฆ์ที่มีชื่อเสียง และเป็นที่เคยรพณ์ถือของประชาชน 3) พิพิธภัณฑ์ 2 จักรวรรดิ พบว่าเป็นพิพิธภัณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นโดย อเนก นาวิกมูล ศิลปินแห่งชาติ สาขาวรรณศิลป์ ประจำปี พ.ศ. 2563 จัดแสดงข้าวของเครื่องใช้ในอดีตจนถึงปัจจุบัน 4) วัดลำพญา เป็นวัดที่มีความเป็นมาตั้งแต่ต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ทั้งยังมีพระพุทธรูปสมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ มีตลาดน้ำวัดลำพญาซึ่งเป็นตลาดที่เปิดให้คนในชุมชน และคนนอกชุมชนมาทำการค้าขาย

ภาพ 1

ภาพลงสำรวจพื้นที่



จากการลงพื้นที่พบว่าชุมชนลำพญามีความโดดเด่นในฐานะชุมชนเก่าแก่ริมแม่น้ำที่มีองค์ประกอบของความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และชาติพันธุ์ โดยเฉพาะกลุ่มชาวมอญและชาวจีนที่ตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ และได้สร้างศาสนสถานสำคัญ เช่น ศาลเจ้าแม่ทับทิม ซึ่งเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความเคารพนับถือของชาวจีนต่อเทพเจ้าแห่งการเดินเรือในมหาสมุทร อีกทั้งยังมีวัดลำพญาซึ่งเป็นสถานที่ที่มีวัดอุโบสถ บ่งบอกถึงความเป็นมาที่ยาวนานตั้งแต่สมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์

ปัจจุบันชุมชนลำพญามีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน เนื่องจากมีสถานที่พร้อมในการรองรับกิจกรรม มีผู้ดูแลพื้นที่ซึ่งสามารถให้ความรู้ภายในพิพิธภัณฑ์ และอำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมได้ อีกทั้งยังมีตลาดน้ำที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชน และนักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กันในบริบทของการเรียนรู้วิถีชีวิต

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีความพร้อมในด้านทรัพยากร และสถานที่ แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์รวมถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งของสำคัญในพิพิธภัณฑ์ จึงเป็นเหตุผลสำคัญที่ผู้วิจัยเลือกชุมชนลำพญา เป็นพื้นที่หลักในการดำเนินกิจกรรมศิลปะเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชน

2. การออกแบบกิจกรรมศิลปะเพื่อสื่อสารความรู้ด้านวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับออกแบบกิจกรรมศิลปะเพื่อสื่อสารความรู้ด้านวัฒนธรรมให้กับคนในชุมชน และนักท่องเที่ยวใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลได้ ดังนี้

2.1 แบบสอบถามแนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญาสำหรับคนในชุมชน

ตาราง 1

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม แนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญาสำหรับคนในชุมชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม					
ลำดับ	เพศ	อายุ	ความเกี่ยวข้องกับชุมชน	อาชีพ	ระดับการศึกษา
1	หญิง (19 คน = 82.6%)	ต่ำกว่า 15 ปี (0 คน = 0%)	คนในชุมชน (21 คน = 91.3%)	แม่ค้า (14 คน = 60.9%)	ประถม (1 คน = 4.3%)
2	ชาย (4 = 17.4%)	15-20 ปี (7 คน = 30.5%)	คนนอกชุมชน (2 คน = 8.7%)	พนักงานวัด (2 คน = 8.7%)	มัธยมต้น (2 คน = 8.7%)
3		21-40 ปี (9 คน = 39.1%)		ครู (3 คน = 13.0%)	มัธยมปลาย (12 คน = 52.2%)
4		41-60 ปี (6 คน = 26.1%)		อื่น ๆ (4 คน = 17.4%)	ปริญญาตรีขึ้นไป (8 คน = 34.8%)
5		มากกว่า 60 ปี (1 คน = 4.3%)			
ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญา					
ลำดับ	รายการ			จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านคิดว่าแผนที่ชุมชนควรให้ข้อมูลที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)					
1	สถานที่ท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์			17	38.6
2	สถานที่สำคัญ เช่น เทศบาล โรงเรียน วัด			11	25.0
3	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ			9	20.5
4	สถานที่ที่ควรระมัดระวัง			7	15.9

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญา			
ท่านคิดว่าป้ายความรู้ในพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านลำพญาควรให้ข้อมูลเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
1	เรื่องราวความเป็นมาของชุมชน	14	38.9
2	ความรู้เกี่ยวกับสิ่งของในพิพิธภัณฑ์	12	33.3
3	สิ่งของสำคัญในชุมชน	10	27.8
ท่านคิดว่าป้ายความรู้ในพิพิธภัณฑ์ควรติดตั้งในตำแหน่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
1	หน้าพิพิธภัณฑ์	16	51.6
2	บนฝาผนัง	6	19.4
3	ในผู้จัดแสดง	9	29
ท่านคิดว่าหากมีหนังสือส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญาควรมีเนื้อหาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
1	แผนที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	12	35.2
2	ข้อควรรู้เกี่ยวกับชุมชนลำพญา	11	32.4
3	เรื่องเล่าในชุมชนลำพญา	11	32.4
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ			
มีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนากิจกรรมศิลปะว่า ปัจจุบันมีแหล่งน้ำท่องเที่ยวคือตลาดน้ำลำพญายังคงอนุรักษ์วิถีชีวิตแบบคนรุ่นก่อนอยู่ จึงควรส่งเสริมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวลำพญา และการแนะนำร้านค้าของพ่อค้าแม่ค้าเป็นต้น			

จากข้อมูลในตาราง ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 21-40 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมปลาย และมีอาชีพหลักคือค้าขาย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นคนในชุมชนลำพญา ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแบบสอบถามเข้าถึงกลุ่มประชากรหลักของพื้นที่ที่มีบทบาทต่อเศรษฐกิจและวัฒนธรรมชุมชน

แบบสอบถามในตอนที่ 2 พบว่าแนวทางการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญาควรให้ความสำคัญกับ 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลที่ควรระบุในแผนที่ชุมชนคือสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งได้รับความเห็นมากที่สุด 2) ป้ายความรู้ในพิพิธภัณฑ์ควรนำเสนอ ความเป็นมาของชุมชน เป็นหลัก 3) ตำแหน่งของป้ายความรู้ควรติดตั้งที่หน้าพิพิธภัณฑ์ เพื่อให้เข้าถึงได้ง่าย และ 4) เนื้อหาในหนังสือส่งเสริมการเรียนรู้ควรเน้น แผนที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสำคัญ

แบบสอบถามในตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่าควรมีกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับวิถีของชาวลำพญา และแนะนำร้านค้าของพ่อค้าแม่ค้าเป็นต้น

2.2 แบบสอบถามแนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญาสำหรับนักท่องเที่ยว

ตาราง 2

ตารางการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม แนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญาสำหรับนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม				
ลำดับ	เพศ	อายุ	จำนวนครั้งที่มา ตลาดน้ำวัดลำพญา	ระดับการศึกษา
1	หญิง (6 คน = 30%)	ต่ำกว่า 15 ปี (0 คน = 0%)	1 ครั้ง (7 คน = 35%)	ประถม (0 คน = 0%)
2	ชาย (14 = 70%)	15-20 ปี (0 คน = 0%)	2-4 ครั้ง (10 คน = 50%)	มัธยมต้น (1 คน = 5%)
3	อื่น ๆ (0 คน = 0%)	21-40 ปี (10 คน = 50%)	มากกว่า 5 ครั้ง (3 คน = 15%)	มัธยมปลาย (3 คน = 15%)
4		41-60 ปี (10 คน = 50%)		ปริญญาตรีขึ้นไป (16 คน = 80%)
5		มากกว่า 60 ปี (0 คน = 0%)		
ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญา				
ลำดับ	รายการ		จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านคิดว่าแผนที่ชุมชนควรให้ข้อมูลที่ใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
1	สถานที่ท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์		20	30.3
2	สถานที่สำคัญ เช่น เทศบาล โรงเรียน วัด		18	27.3
3	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ		19	28.8
4	สถานที่ควรระมัดระวัง		8	12.1
5	อื่น ๆ เช่น สถานที่ศักดิ์สิทธิ์		1	1.5
ท่านคิดว่าป้ายความรู้ในพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านลำพญาควรให้ข้อมูลเรื่องใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)				
1	เรื่องราวความเป็นมาของชุมชน		17	35.4
2	ความรู้เกี่ยวกับสิ่งของในพิพิธภัณฑ์		17	35.4
3	สิ่งของสำคัญในชุมชน		14	29.2

ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาสื่อที่ใช้ในการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญา			
ลำดับ	รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ท่านคิดว่าป้ายความรู้ในพิพิธภัณฑ์ควรติดตั้งในตำแหน่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
1	หน้าพิพิธภัณฑ์	13	41.9
2	บนฝาผนัง	8	25.8
3	ในตู้จัดแสดง	9	29.1
4	อื่น ๆ เช่น ติดตั้งกระจายหลายที่	1	3.2
ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาแผนที่ชุมชน และป้ายความรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญา			
ท่านคิดว่าหากมีหนังสือส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญาควรมีเนื้อหาใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
1	แผนที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว	18	39.1
2	ข้อควรรู้เกี่ยวกับชุมชนลำพญา	15	32.6
3	เรื่องเล่าในชุมชนลำพญา	13	28.3
ท่านคิดว่ากิจกรรมศิลปะควรใช้เวลาทำกิจกรรมเท่าใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
1	5-10 นาที	11	55.0
2	11-20 นาที	8	40.0
3	21-30 นาที	0	0
4	มากกว่า 30 นาที	1	5.0
ท่านคิดว่ากิจกรรมศิลปะควรจัดในพื้นที่ใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
1	ในพิพิธภัณฑ์	16	69.6
2	ในพิพิธภัณฑ์ และพื้นที่ต่าง ๆ ในชุมชน	7	30.4
ท่านสนใจกิจกรรมศิลปะแบบใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
1	กิจกรรมภาพพิมพ์	14	70.0
2	กิจกรรมทำพวงกุญแจ	5	25.0
3	อื่น ๆ เช่น กิจกรรมทำสิ่งของที่เอาไปใช้ในชีวิตจริงได้	1	5.0
ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ			
มีข้อเสนอแนะในการพัฒนากิจกรรมศิลปะว่า อุปกรณ์ที่จัดทำกิจกรรมควรเตรียมไว้ให้พร้อมและสามารถนำกลับไปเป็นของที่จะระลึกได้ รวมถึงต้องการให้มีการส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชนหรือการนำเอกลักษณ์ชุมชนมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมศิลปะ			

จากข้อมูลในตาราง ตอนที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 21–40 ปี และเคยมาเที่ยวตลาดน้ำวัดลำพญาในความถี่ 2–4 ครั้งมากที่สุด สะท้อนถึงความสนใจในพื้นที่ระดับปานกลางอย่างต่อเนื่อง ในด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีวุฒิการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีพื้นฐานความรู้ดี และสามารถเข้าร่วมกิจกรรมที่เน้นเนื้อหาเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากแบบสอบถามตอนที่ 2 พบว่าเนื้อหาที่ควรให้ความสำคัญมากที่สุดในการจัดทำแผนที่ชุมชนคือ สถานที่ท่องเที่ยว เพื่อช่วยชี้นำเส้นทางให้กับผู้เยี่ยมชม ด้านป้ายความรู้ในพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญาควรเน้นนำเสนอเรื่องราวความเป็นมาของชุมชนเป็นหลัก ในส่วนของตำแหน่งที่เหมาะสมในการติดตั้งป้ายความรู้ควรอยู่ที่บริเวณหน้าพิพิธภัณฑ์ ซึ่งเป็นจุดแรกที่ผู้เข้าชมจะพบเห็นได้ง่าย

ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 พบว่าข้อมูลที่ควรปรากฏในหนังสือส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนมากที่สุดคือ แผนที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งช่วยให้ผู้อ่านเข้าใจพื้นที่และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลกับสถานที่จริงได้อย่างเป็นรูปธรรม ด้านระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับจัดกิจกรรมศิลปะส่วนใหญ่เลือกช่วงเวลา 5–10 นาที สำหรับสถานที่จัดกิจกรรมศิลปะเห็นพ้องกันว่าควรจัดภายในพิพิธภัณฑ์ และในส่วนของประเภทกิจกรรมพบว่า กิจกรรมภาพพิมพ์ เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมสูงสุด

แบบสอบถามในตอนที่ 4 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า อุปกรณ์ที่จัดทำกิจกรรมผู้จัดควรเตรียมไว้ให้พร้อม และสามารถนำไปเป็นที่ระลึกได้ นำเอกลักษณ์ชุมชนมาใช้ ถ้าเป็นกิจกรรมที่ร่วมทำแล้วได้ของกลับไปด้วย น่าจะเกิดความภูมิใจในตนเอง อยากให้มีการส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชน เป็นต้น

2.3 แบบสัมภาษณ์แนวทางการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชุมชนลำพญา

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการให้ข้อมูล ได้แก่ เจ้าอาวาสวัดลำพญา และผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญา 1. เนื้อหาของการจัดกิจกรรม ประกอบด้วย 1) วิถีชีวิตวัฒนธรรมที่ควรส่งเสริม เช่น ประวัติความเป็นมาของตลาด พิพิธภัณฑ์ วัด 2) พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำ 3) สิ่งของในพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญา 2. สื่อประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย ตำแหน่งป้ายความรู้ในพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญาควรติดตั้งไว้ในตู้หรือบนตู้จัดแสดง โดยขนาดป้ายความรู้สิ่งของในพิพิธภัณฑ์ควรมีขนาด A4 และไม่ควรมีข้อมูลเยอะเกินไป ส่วนตำแหน่งของป้ายพื้นที่ชุมชนควรอยู่บริเวณด้านหน้าของพิพิธภัณฑ์ และควรทำป้ายยินดีต้อนรับ และป้ายบอกทางเพิ่มเติม 3. ชุดกิจกรรม มีเนื้อหาของหนังสือควรมีเนื้อหาเกี่ยวกับวิถีชีวิต และสถานที่ในชุมชน โดยกิจกรรมศิลปะที่เหมาะสมควรใช้ ระยะเวลาไม่ควรเกิน 15 นาที และควรเป็นกิจกรรมที่น่าอัตลักษณ์ หรือสถานที่สำคัญในชุมชนมาประกอบในกิจกรรม

สรุปแนวทางการออกแบบกิจกรรมศิลปะเพื่อสื่อสารความรู้ด้านวัฒนธรรมให้กับ
คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพที่ได้จากแบบสอบถามและการ
สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง แนวทางการออกแบบกิจกรรมมี 5 ประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. การคัดเลือกเนื้อหาสำหรับหนังสือและแผนที่ชุมชนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้
ชีวิตชุมชนลำพญา สำหรับหนังสือควรประกอบด้วยเนื้อหาหลัก เช่น แผนที่สถานที่ท่องเที่ยว
ข้อควรรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวลำพญา ประวัติความเป็นมาของชุมชนลำพญา และเรื่องเล่าจาก
ชุมชน รูปแบบควรเรียบง่าย มีภาพประกอบ และใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย เพื่อให้เหมาะกับผู้ใช้
หลากหลายกลุ่ม ส่วนแผนที่ควรระบุตำแหน่งสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน สถานที่สำคัญ และ
สิ่งอำนวยความสะดวกอย่างชัดเจน พร้อมสัญลักษณ์ช่วยในการอ่าน

2. กิจกรรมศิลปะควรออกแบบให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ เช่น การจัดกิจกรรมใน
พิพิธภัณฑ์ หรือบริเวณใกล้เคียงในชุมชน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถสัมผัสกับสถานที่จริง ควบคู่
กับสื่อการเรียนรู้ประเภทแผนที่ แผ่นป้าย หรือหนังสือที่ให้ข้อมูล เช่น ความเป็นมาของชุมชน
เรื่องเล่าท้องถิ่น และข้อควรรู้เกี่ยวกับชุมชน ซึ่งช่วยเสริมความเข้าใจในมิติทางวัฒนธรรม

3. รูปแบบของกิจกรรมศิลปะควรสร้างการมีส่วนร่วมและนำกลับไปได้ เช่น กิจกรรม
ภาพพิมพ์ ที่ผู้ร่วมกิจกรรมสามารถนำกลับไปเป็นของที่ระลึก เพื่อสร้างความภูมิใจและเพิ่ม
ความผูกพันทางวัฒนธรรม

4. ควรพิจารณาระยะเวลาและลักษณะกิจกรรมให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดย
ระยะเวลาที่เหมาะสมอยู่ที่ 5-10 นาทีต่อกิจกรรม ทั้งนี้การเตรียมอุปกรณ์ และคำอธิบายควรพร้อม
ใช้งานและเข้าใจง่าย เพื่อลดข้อจำกัดด้านเวลา และส่งเสริมการเข้าร่วมอย่างมีประสิทธิภาพ

5. การจัดแสดงป้ายความรู้และองค์ประกอบสื่อควรคำนึงถึงตำแหน่งและขนาดที่
เหมาะสม โดยควรติดตั้งหน้าพิพิธภัณฑ์ และในจุดจัดแสดงเป็นหลัก ใช้ขนาด A4 พร้อมเนื้อหา
ที่กระชับ สื่อถึงเรื่องราวสำคัญ เช่น ข้าวของในพิพิธภัณฑ์หรือสถานที่สำคัญในชุมชน เพื่อสร้าง
บริบททางการเรียนรู้ที่สัมพันธ์กับกิจกรรมศิลปะ

จากการศึกษา จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพที่ได้จากแบบสอบถาม
และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง คณะผู้วิจัยจึงได้ออกแบบและพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์และ
ชุดกิจกรรมศิลปะ จำนวน 4 รูปแบบ ได้ดังนี้

1. ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายนำทาง เป็นป้ายที่ติดตั้งภายในบริเวณวัดลำพญา โดย
มีป้ายเชิญชวนนักท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑ์ฯ และร่วมทำกิจกรรมศิลปะติดตั้ง 2 จุด ส่วนป้าย
นำทางไปสู่พิพิธภัณฑ์ฯ ติดตั้ง 4 จุด

ภาพ 2

ภาพป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายนำทาง

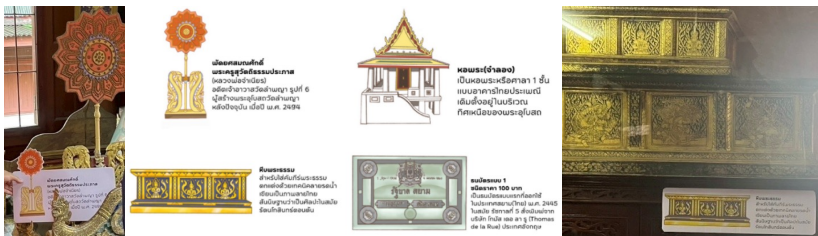


2. ป้ายข้อมูลวัตถุสำคัญและแผนที่ ประกอบด้วย

1. ป้ายความรู้ในพิพิธภัณฑ์ที่พิพิธภัณฑ์บ้านตลาดน้ำวัดลำพญา เป็นป้ายความรู้ที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เข้าใจถึงความเป็นมา และความสำคัญของวัตถุสิ่งของที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์บ้านตลาดน้ำวัดลำพญามากขึ้น

ภาพ 3

ภาพป้ายความรู้



2. แผนที่ชุมชน ประกอบด้วย 1) ภาพชุมชนในมุมมองกว้าง แม่น้ำท่าจีน ถนน นร. 3049 เทศบาลตำบลลำพญา โรงเรียนวัดลำพญา วัดลำพญา ตลาดน้ำวัดลำพญา พิพิธภัณฑ์ลำพญา ตลาดเก่าก๊กพระยา และศาลเจ้าแม่ทับทิม (ศาลเจ้าอาม่า) และ 2) ภาพขยายภายในวัดลำพญา ประกอบด้วย สถานที่สำคัญในวัดลำพญา ตลาดน้ำวัดลำพญา พิพิธภัณฑ์บ้านตลาดน้ำวัด

ลำพญา ที่จอดรถ และสุขา เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทราบถึงตำแหน่งของสถานที่ต่าง ๆ ที่น่าสนใจ

ภาพ 4

ภาพแผนที่ชุมชน



3. หนังสือลำพญา Story จัดทำในขนาด A5 มีจำนวนทั้งหมด 16 หน้า (รวมปก) เป็นหนังสือที่ได้รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนลำพญา เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมจากที่แสดงในป้ายความรู้ ได้แก่ 1) ความเป็นมาชุมชน ตำนาน และเรื่องเล่าจากคนในชุมชน 2) สถานที่สำคัญของชุมชน 3) สินค้าขึ้นชื่อของชุมชน และ 4) แผนที่อธิบายจุดสำคัญและสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน

ภาพ 5

ภาพหนังสือลำพญา Story



4. ชุดภาพพิมพ์บนโปสการ์ด Stamp Stories โดยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมปั๊มโลโก้ตลาดลำพญา ทั้ง 5 เลเยอร์ลงบนโปสการ์ด และเขียนความประทับใจ ความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรม หรือข้อความอื่น ๆ ลงบนโปสการ์ดเพื่อนำกลับไปเป็นของที่ระลึกจากพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญา

ภาพ 6
ภาพโปสการ์ด



3. เพื่อศึกษาผลการจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

3.1 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ตาราง 3
ตารางแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม		
ลำดับ	เพศ	อายุ
1	หญิง (15 คน = 46.9%)	ต่ำกว่า 15 ปี (1 คน = 3.1%)
2	ชาย (9 = 28.1%)	15-20 ปี (2 คน = 6.3%)
3	อื่น ๆ (8 คน = 25%)	21-40 ปี (11 คน = 34.3%)
4		41-60 ปี (16 คน = 50%)
5		มากกว่า 60 ปี (2 คน = 6.3%)

โดยมีการให้ความความหมายของระดับความพึงพอใจดังนี้
เกณฑ์ผลการประเมินผลโครงการ

มากกว่า 4.50	=	ดีมาก
3.51 – 4.50	=	ดี
2.51 – 3.50	=	ปานกลาง
1.51 – 2.50	=	พอใช้
น้อยกว่า 1.51	=	ควรปรับปรุง

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญา			
ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
หนังสือและแผนที่ชุมชน			
1	ท่านได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของชุมชนลำพญา	4.34	ดี
2	ท่านได้รับความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาของชุมชนลำพญา	4.38	ดี
3	ท่านได้รับข้อมูลของชุมชนลำพญาจากแผนที่ชุมชน	4.38	ดี
4	ขนาดข้อมูลของหนังสือมีความเหมาะสม	4.34	ดี
5	ภาพประกอบสวยงาม	4.47	ดี
6	ขนาดตัวอักษร และข้อความอ่านเข้าใจง่าย	4.44	ดี
รวมคะแนน		4.39	ดี
ป้ายความรู้			
7	ท่านได้รับความสะดวกในการเรียนรู้จากป้ายความรู้	4.31	ดี
8	ป้ายความรู้จัดวางข้อมูลได้เหมาะสม	4.38	ดี
9	ป้ายความรู้มีตำแหน่งการวางที่เหมาะสม	4.34	ดี
10	ขนาดข้อมูลของหนังสือมีความเหมาะสม	4.50	ดี
11	ภาพประกอบสวยงาม	4.47	ดี
12	ขนาดตัวอักษร และข้อความอ่านเข้าใจง่าย	4.44	ดี
รวมคะแนน		4.41	ดี

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมศิลปะส่งเสริมการเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชนลำพญา			
ข้อที่	รายการ	ค่าเฉลี่ย	ระดับ
กิจกรรมศิลปะ			
13	ท่านมีความสุขจากการทำกิจกรรมศิลปะ	4.41	ดี
14	กิจกรรมมีความสร้างสรรค์	4.34	ดี
15	กิจกรรมทำได้ง่ายไม่ยุ่งยาก	4.31	ดี
16	กิจกรรมสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน	4.41	ดี
17	ระยะเวลาในการทำกิจกรรมมีความเหมาะสม	4.41	ดี
รวมคะแนน		4.38	ดี
คะแนนเฉลี่ยรวมทุกข้อ		4.39	ดี
ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม			
ต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์มากขึ้น โดยเฉพาะป้ายนำทางเนื่องจากที่ตั้งของพิพิธภัณฑ์ค่อนข้างหายาก ควรมีน้ำดื่มบริการ มีไฟและพัดลม และเสนอแนะว่าตัวบิ๊มอาจเล็กเกินไปทำให้จับไม่ถนัด			

จากผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ร่วมกิจกรรมศิลปะ จำนวน 32 คน พบว่า กลุ่มผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และอยู่ในช่วงอายุ 41–60 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานและผู้ใหญ่ เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยความพึงพอใจพบว่าป้ายความรู้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด รองลงมาคือหนังสือและแผนที่ชุมชน และกิจกรรมศิลปะตามลำดับ แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลที่ชัดเจนและน่าสนใจในการสื่อสารเรื่องราวของชุมชน นอกจากนี้ ข้อเสนอแนะที่ได้รับมากที่สุดคือความต้องการให้มีป้ายนำทางเพิ่มเติม เพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถเข้าถึงพิพิธภัณฑ์ได้สะดวกขึ้น และเสนอให้จัดเตรียมบริการเครื่องดื่ม รวมถึงปรับขนาดของตัวบิ๊มให้ง่ายต่อการใช้งานมากขึ้น ซึ่งสะท้อนถึงความใส่ใจของผู้เข้าร่วมต่อรายละเอียดที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีในกิจกรรม

สรุปและอภิปรายผล

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า ชุมชนลำพญา เป็นชุมชนที่มีความเป็นมาตั้งแต่ช่วงรัชกาลที่ 1-3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ซึ่งเป็นช่วงศึกสงคราม มีการกวาดต้อนผู้คน และสืบเชื้อสายอยู่ร่วมกันในพื้นที่ ทั้งยังมีชาวจีนที่เข้ามาเป็นแรงงานในอุตสาหกรรมทางการเกษตร

จนในเวลาต่อมาได้ปรับเปลี่ยนอาชีพเป็นพ่อค้าขายทุน ชุมชนแห่งนี้มีชาวบ้านสองกลุ่มใหญ่ คือ ชาวมอญและชาวจีน (วงศ์กร นาควิจิตร, 2566) ซึ่งชาวจีนเข้ามาตั้งถิ่นฐานในบริเวณจังหวัด นครปฐมมากที่สุด โดยมาเป็นแรงงานปลูกอ้อย และแรงงานในโรงงานน้ำตาล ต่อมาจึงปรับเปลี่ยนไปทำอาชีพเกษตรกรรม และพ่อค้าขายทุนในเวลาต่อมา (สุภาภรณ์ จินตามณีจิโน, 2554) แต่ในปัจจุบันชุมชนการค้าตลาดก๊กพระยาไฉ่ซบเซาลง ต่อมามีการจัดตั้งตลาดน้ำขึ้นใหม่บริเวณวัดลำพญาภิรมแม่น้ำท่าจีน ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่ได้รับการนิยมนักท่องเที่ยว ทั้งยังมีการสร้างพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญาเพื่อเก็บรวบรวมสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับชุมชนลำพญา

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า พิพิธภัณฑ์ลำพญาเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ แต่เนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ทำให้ตลาดซบเซา และพิพิธภัณฑ์เป็นที่รู้จักน้อยลง รวมถึงการปรับพื้นที่และร้านค้าทำให้พิพิธภัณฑ์พบเห็นได้ยากขึ้น อีกทั้งบริเวณชุมชนไม่มีแผนที่หรือป้ายนำทางเพื่ออำนวยความสะดวก และไม่มีกิจกรรมที่ดึงดูดให้คนในชุมชน และนักท่องเที่ยวเกิดความสนใจร่วมด้วย คณะผู้วิจัยจึงได้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญา โดยมีสื่อการเรียนรู้ หนังสือ “ลำพญา Story” ที่ถ่ายทอดเรื่องราวของชุมชนในรูปแบบภาพการ์ตูนที่เข้าใจง่าย ป้ายความรู้วัตถุสิ่งของสำคัญในพิพิธภัณฑ์ และแผนที่ชุมชนลำพญาที่เชื่อมโยงกับสถานที่สำคัญในพื้นที่ ช่วยให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเกิดความสนใจ และเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นไปตามผลการสำรวจจากคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว ในแนวทางการกำหนดเนื้อหา อีกทั้งการจัดกิจกรรม Stamp Stories ลำพญา ยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้เขียนบันทึกความประทับใจ และสร้างสรรค์งานศิลปะของตนเอง เป็นการเปิดพื้นที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และกระตุ้นให้คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ ชัยฤทธิ์ ทองรอด (2559) ที่ได้ทำการศึกษาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมจังหวัด นครปฐม พบว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาอย่างต่อเนื่องทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ เพราะอยู่ใกล้กรุงเทพฯ เดินทางสะดวกสบาย แต่ทั้งนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องทำควบคู่กับการพัฒนาคนในชุมชน และให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนตัดสินใจประเมิณผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวด้วย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า เดิมพิพิธภัณฑ์อยู่ในที่พบเห็นได้ยากรวมถึงขาดกิจกรรมที่สร้างความสนใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยหลังจากที่หนังสือประชาสัมพันธ์ และชุดกิจกรรมมาจัดกิจกรรมแล้ว ผู้เข้าร่วมกิจกรรมก็ให้ความสนใจ และมีส่วนร่วมในการเรียนรู้อย่างเต็มที่ โดยเฉพาะการเรียนรู้ผ่านสื่อที่ออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อภาพการ์ตูน แผนที่ชุมชน และป้ายความรู้วัตถุสำคัญ ซึ่งช่วยให้การเรียนรู้วัฒนธรรมของชุมชนเป็นเรื่องที่เข้าถึงได้ง่าย และสนุกสนาน ซึ่งสอดคล้องกับ ณชนก หล่อสมบูรณ์ และโสมฉาย บุญญานันต์

(2562) ในการจัดกิจกรรมศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เป็นการนำศิลปวัฒนธรรมอันโดดเด่นของชุมชนที่สะท้อนถึงสังคมและวัฒนธรรม มาผสมผสานความรู้จากบรรพบุรุษขึ้นเป็นผลผลิต ซึ่งทำให้ศิลปวัฒนธรรมนั้นได้รับการยอมรับและรู้จักเป็นวงกว้างมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังจะเป็นการเผยแพร่งานศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนให้คงอยู่อีกด้วย ในการทำวิจัยครั้งนี้ส่งผลให้คณะผู้วิจัยเองได้พัฒนาทักษะของตนทั้งด้านการจัดการเรียนรู้ การทำงานร่วมกับชุมชน และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ชุมชนลำพญาได้เห็นถึงความสำคัญของการอนุรักษ์วัฒนธรรม และพร้อมให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมในอนาคต อีกทั้งยังมีข้อเสนอแนะให้มีการประชาสัมพันธ์กิจกรรมให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และพัฒนาสื่อการเรียนรู้ให้ครอบคลุมสิ่งของจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ให้ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยส่งเสริมให้พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านตลาดน้ำวัดลำพญากลายเป็นแหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญของชุมชน และเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาผลของกิจกรรมต่อความเข้าใจและเจตคติของผู้เข้าร่วมในระยะยาว เช่น การติดตามพฤติกรรมการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน หลังจากจบกิจกรรม เพื่อประเมินความยั่งยืนของการเรียนรู้
2. ควรมีการต่อยอดกิจกรรม เช่น นำไปบูรณาการกับการเรียนการสอนในโรงเรียนในพื้นที่
3. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น เช่น ในสื่อออนไลน์ หรือขอความร่วมมือจากนักเรียนในโรงเรียนในการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ชัยฤทธิ์ ทองรอด. (2559). การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จังหวัดนครปฐม. *วารสารดุสิต บัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 6(1), 124-134.
- ณชนก หล่อสมบุรณ์ และโสมฉาย บุญญานันต์. (2562). รูปแบบกิจกรรมศิลปะเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนเก่าในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 23(1), 97-108.
- ประติมา ชาญบุรณ์ตระกูล. (2565). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้ศิลปะโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในรายวิชาสื่อและวัสดุทางศิลปะ เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะของนักศึกษาศิลปศึกษา. *วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย*, 14(1). 83-100.
- ประยูร บุญใช้ และภูมิพงศ์ จอมหงส์พัฒนา. (2558). การวิจัยและพัฒนากิจกรรมจัดการกระบวนการเรียนรู้แบบบูรณาการโดยใช้แหล่งเรียนรู้ในท้องถิ่นเป็นฐานสำหรับสถานศึกษาในชุมชนรอบหนองหาร จังหวัดสกลนคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 12(58), 185-194.
- วงศ์กร นาควิจิตร. (2566). *ตลาดลำพญา*. <https://wikicomcommunity.sac.or.th/community/326>
- สุกานดา ถิ่นฐาน และอนุชา แฝงเกษร. (2566). การส่งต่ออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านคุณค่าด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่สงคราม. *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 6(1), 146-157.
- สุภาภรณ์ จินตามณีโรจน์. (2554). *ประวัติศาสตร์สังคมของชุมชนลุ่มน้ำท่าจีน*. สร้างสรรค์.

วัฒนธรรม ศิลปะเชิงแนวคิด สู่การพัฒนาท้องถิ่น : กรณีศึกษาแพร่แห่งเปิด

เชษฐา สุวรรณสา ¹

อนุชา แพ่งเกษร ²

รับบทความ : 27 พฤษภาคม 2568

แก้ไข : 15 กรกฎาคม 2568

ตอบรับตีพิมพ์ : 4 กันยายน 2568

¹ นักศึกษาหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
อีเมล : chesthas@gmail.com

² ศาสตราจารย์ ดร. หลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบวัฒนธรรม คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
อีเมล : anuchapangkesorn@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาวาทกรรม “แพร่แพร่เปิด” ในฐานะเครื่องมือทางวาทกรรมที่กดทับและบิดเบือนอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นผ่านการผลิตซ้ำภาพจำเชิงลบในสังคมไทย โดยใช้กรอบแนวคิด “วัฒนธรรม” (Cultural Injustice) ที่เสนอขึ้นใหม่ เพื่ออธิบายกลไกของความไม่เป็นธรรมเชิงวัฒนธรรมที่แฝงตัวอยู่ในวาทกรรมและโครงสร้างอำนาจแบบศูนย์กลาง การศึกษานี้วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างวาทกรรมกับการครอบงำเชิงสัญลักษณ์ และชี้ให้เห็นว่าศิลปะเชิงแนวคิด (Conceptual Art) สามารถทำหน้าที่เป็นกลไกวิพากษ์และฟื้นฟูอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างมีพลัง กรณีศึกษา “ร้านกาแฟแพร่เปิด” จังหวัดแพร่ ได้รับการวิเคราะห์ในฐานะพื้นที่ศิลปะชุมชน ที่ใช้กระบวนการสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมและกิจกรรมศิลปะเพื่อโต้กลับภาพจำเชิงลบ เปิดพื้นที่สนทนา และสร้างการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนและสาธารณชน นำไปสู่การขับเคลื่อนการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนผ่านการฟื้นฟูความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ตนเอง

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า แนวคิด “วัฒนธรรม” และศิลปะเชิงแนวคิดสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางวิชาการและทางปฏิบัติในการวิเคราะห์ ทำลาย และเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการครอบงำเชิงวัฒนธรรมในสังคมไทย

คำสำคัญ : วัฒนธรรม, วาทกรรม, ศิลปะเชิงแนวคิด, อัตลักษณ์ท้องถิ่น, แพร่แพร่เปิด

Wattana-Atham (Cultural Injustice) Conceptual Art and Local Development: A Case Study of Phrae Hae Raberd

Chestha Suwannasa ¹

Anucha Pangkesorn ²

Received : May 27, 2025

Revised : July 15, 2025

Accepted : September 4, 2025

¹ Doctoral candidate, Cultural Based Design Arts (Ph.D.), Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University
E-mail : chesthas@gmail.com

² Professor Dr., Cultural Based Design Arts (Ph.D.), Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University
Email: anuchapangkesorn@gmail.com

Abstract

This article examines the discourse of “Phrae Hae Raberd” as a discursive tool that suppresses and distorts local identity through the reproduction of negative cultural stereotypes within Thai society. The analysis is framed by the newly proposed concept of “Wattanatham” (Cultural Injustice), which serves to explain the mechanisms of cultural inequality embedded within centralized power structures and dominant discourses. This study explores the intersection between discourse and symbolic domination, and demonstrates how Conceptual Art can act as a critical mechanism for resisting oppression and revitalizing community identity.

The case study of the “Hae Raberd Café” in Phrae province is analyzed as a community art space that employs creative cultural processes and artistic interventions to challenge negative stereotypes, foster public dialogue, and generate shared learning between locals and broader audiences. This process ultimately contributes to sustainable local development by restoring pride in collective identity.

The findings suggest that both the concept of Cultural Injustice and Conceptual Art offer powerful theoretical and practical tools for analyzing, contesting, and transforming the cultural hegemony that shapes social perception in Thailand.

Keywords: Cultural Injustice, Discourse, Conceptual Art, Local Identity, Phrae Hae Raberd

ในโลกยุคปัจจุบัน ประเด็นเรื่องอัตลักษณ์ท้องถิ่นและความหลากหลายทางวัฒนธรรมได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในสังคมที่เริ่มตั้งคำถามต่อโครงสร้างอำนาจและกระบวนการผลิตซ้ำวาทกรรมที่กดทับเสียงของกลุ่มชายขอบ ศิลปะร่วมสมัยจึงไม่ใช่เพียงเครื่องมือทางสุนทรียะ หากแต่กลายเป็นพื้นที่ของการวิพากษ์ ถกเถียง และต่อรองความหมายในเชิงสังคมและการเมือง

แนวทางศิลปะร่วมสมัยที่มีบทบาทสำคัญในมิติดังกล่าว ได้แก่ ศิลปะเชิงแนวคิด (Conceptual Art) ซึ่งมุ่งเน้นแนวคิดและเจตจำนงของผู้สร้าง มากกว่ารูปแบบหรือทักษะทางเทคนิค และ ศิลปะแบบมีส่วนร่วม (Participatory Art) ที่เปิดพื้นที่ให้ผู้ชมและชุมชนเข้ามามีบทบาทร่วมในกระบวนการสร้างความหมาย ศิลปะประเภทนี้สามารถเป็น “ปฏิบัติการทางการเมือง” ที่เปิดโอกาสให้เกิด dissensus หรือความขัดแย้งทางวาทกรรม ซึ่งเป็นรากฐานของการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระดับท้องถิ่นและสังคม (Bishop, 2012)

แนวคิด “วัฒนธรรม” (Cultural Injustice) ที่เสนอในบทความนี้ เป็นการต่อยอดและขยายความจากแนวคิดเรื่อง Negative Culture ซึ่งเดิมมักใช้ในบริบทของ “วัฒนธรรมองค์กรที่เป็นพิษ” (Toxic Workplace Culture) ไปสู่ระดับโครงสร้างทางสังคม โดยใช้ให้เห็นว่าความหมายของ “วัฒนธรรม” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) ซึ่งมักถูกเข้าใจว่าเป็นสิ่งดีงามและค้ำชูในสังคม อาจกลายเป็นกลไกที่ใช้ในการกดทับอัตลักษณ์ ลดทอนศักดิ์ศรี และสร้างความไม่เป็นธรรมโดยไม่รู้ตัว แนวคิดนี้จึงเปิดพื้นที่สำหรับการเจรจาความหมายใหม่ต่อสิ่งที่เราเคยเชื่อว่าเป็น “วัฒนธรรม” ด้วยการวิพากษ์และมีจิตสำนึก

จากกรอบแนวคิดข้างต้น บทความนี้เสนอแนวคิดใหม่ในชื่อว่า “วัฒนธรรม” (Cultural Injustice) เพื่อใช้ในการอธิบายกลไกการบิดเบือน คบคุม และลดทอนอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งดำเนินไปผ่านวาทกรรมที่แฝงอำนาจเชิงสัญลักษณ์และได้รับการยอมรับอย่างไม่รู้ตัวในสังคม แนวคิดนี้ตั้งอยู่บนฐานความเข้าใจเรื่อง “ภาวะครอบงำทางวัฒนธรรม” (Hegemony) ของ อันโตนิโอ แกรมสกี (Gramsci, 1971) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าอำนาจไม่ได้ดำรงอยู่ด้วยการบังคับโดยตรง หากแต่อาศัยการผลิตซ้ำคุณค่า ความเชื่อ และความหมายในชีวิตประจำวันจนกลายเป็นความยินยอมโดยสมัครใจ เสริมด้วยแนวคิดวาทกรรมของ มิเชล ฟูกูต์ (Michel Foucault, 1977) ที่อธิบายว่าอำนาจแทรกซึมอยู่ในระดับของภาษากว่า การจำแนกหมวดหมู่ และการสร้างความเป็นระเบียบ ซึ่งมีผลต่อการกำหนดสิ่งที่สังคม “สามารถ” หรือ “ไม่สามารถ” คิด พูด และกระทำได้

วัฒนธรรมในที่นี้สอดคล้องกับแนวคิด ความรุนแรงเชิงวัฒนธรรม (Cultural Vio-

lence) ของ โยฮัน กัลป์ตุง (Johan Galtung, 1990) ที่อธิบายว่าความเชื่อหรือพิธีกรรมบางอย่างสามารถทำหน้าที่รองรับความไม่เท่าเทียมโดยไม่ถูกตั้งคำถาม ตัวอย่างในบริบทไทย เช่น วิทยานิพนธ์ของกนกพร กลิ่นดอกแก้ว (2564) ความรุนแรงเชิงวัฒนธรรมกับระบบการนับถือผู้อาวุโส กรณีศึกษาการเรียนรู้ทางสังคมที่มีผลต่อการใช้ความรุนแรงของผู้อาวุโสในระบบครอบครัวชนชั้นกลาง กรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่าระบบการยกย่องผู้อาวุโสในครอบครัวไทยที่ขาดการให้ความรู้ ขาดการสร้างทัศนคติที่ดี และขาดการส่งเสริมพฤติกรรมที่ถูกต้อง กลายเป็นเครื่องมือรองรับพฤติกรรมกดทับโดยไม่รู้ตัว ขณะที่งานของกนกพร กลิ่นดอกแก้ว และอดิพล เอื้อจรัสพันธุ์ (2565) ความรุนแรงเชิงวัฒนธรรม: ภาพสะท้อนการถูกกดทับจากการเรียนรู้ทางสังคมในสังคมไทย ที่ชี้ให้เห็นว่า ระบบชายเป็นใหญ่หรือการลงโทษในครอบครัวมักถูกกลบเกลื่อนในนามของ “วัฒนธรรม” เช่นกัน

หนึ่งในกรณีศึกษาจากต่างประเทศที่สะท้อนปรากฏการณ์ “วัฒนธรรม” ได้อย่างชัดเจน คือวาทกรรม “ชนเผ่าป่าเถื่อน” ที่ถูกนำมาใช้กับชนพื้นเมืองในสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย วาทกรรมดังกล่าววางกรอบให้กลุ่มชนพื้นเมืองถูกมองว่า “ล่าหลัง” “ไร้อารยธรรม” หรือ “ด้อยพัฒนา” จนนำไปสู่กระบวนการ “พัฒนา” ที่แท้จริงแล้วคือความพยายามกลืนกลายทางวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ ผลที่ตามมาคือการสูญเสียภาษา วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์เหล่านี้ โดยเฉพาะเมื่อรัฐใช้นโยบายการศึกษาเป็นเครื่องมือในการกำหนดเนื้อหาทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ต้องเรียนรู้ ซึ่งมักกลบเกลืนหรือบิดเบือนองค์ความรู้ของชุมชนดั้งเดิม ทำให้การดำรงอยู่ของวัฒนธรรมท้องถิ่นค่อย ๆ ถูกทำให้ไร้ความหมายและถูกกลืนหายไปอย่างช้า ๆ (Smith, 2012) กรณีนี้จึงชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่าการครอบงำทางวัฒนธรรมสามารถดำรงอยู่ผ่านวาทกรรมที่ดูเหมือนเป็นกลาง แต่ในความจริงกลับทำหน้าที่ลดทอนศักดิ์ศรีของมนุษย์อย่างลึกซึ้ง

อย่างไรก็ตาม ศิลปะเชิงแนวคิดสามารถทำหน้าที่ได้กลับกลไกเหล่านี้ได้ เช่น กรณีของ Archie Moore ศิลปิน Aboriginal ชาวออสเตรเลีย แสดงให้เห็นว่า ศิลปะเชิงแนวคิดสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการโต้กลับวาทกรรม “วัฒนธรรม” ได้อย่างมีพลัง ในผลงานติดตั้ง kith and kin ซึ่งนำเสนอแผนผังครอบครัวและเอกสารเกี่ยวกับการเสียชีวิตของชนพื้นเมืองภายใต้ระบบรัฐ Moore ใช้เทคนิคสมัยใหม่เพื่อท้าทายความเชื่อเดิมที่มองอัตลักษณ์พื้นเมืองว่าหมดสมัย ผลงานนี้ได้รับรางวัล Golden Lion จาก Venice Biennale 2024 ซึ่งสะท้อนการที่ศิลปะแบบนี้ไม่เพียงถ่ายทอดวัฒนธรรมพื้นเมือง แต่ยังเปลี่ยนโครงสร้างการรับรู้ผ่านการตั้งคำถามโดยตรงต่อโครงสร้างอำนาจทางวัฒนธรรม (Moore, 2024)

ในบริบทของไทย แม้ความรุนแรงเชิงวัฒนธรรมอาจแฝงตัวในรูปแบบที่แตกต่าง แต่กระบวนการศิลปะก็สามารถทำหน้าที่คลี่คลายและฟื้นฟูอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ในลักษณะ

คล้ายคลึงกัน เช่นงาน “ปฏิบัติการศิลปะในฐานะเครื่องมือพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษาโครงการ เมืองศิลปะ จังหวัดอุบลราชธานี” (ธนพล หงส์ทอง, 2565) ที่เสนอให้เห็นว่าศิลปะร่วมสมัย สามารถสร้างพื้นที่เรียนรู้และต่อรองของชุมชนผ่านกิจกรรมศิลปะในโครงการ “เมืองศิลปะ” จังหวัดอุบลราชธานี เป็นกลไกสำคัญในการสร้างการเรียนรู้และพัฒนาชุมชนในเชิงวัฒนธรรม ผ่านการจัดกิจกรรม เวิร์กช็อป และงานศิลปะที่เปิดโอกาสให้คนท้องถิ่นมีส่วนร่วม ซึ่งไม่เพียง ช่วยสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่น แต่ยังช่วยวิพากษ์การพัฒนาที่มีกลະเลยมิตทาง วัฒนธรรม

กรณีเหล่านี้สะท้อนแนวคิดวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจน กล่าวคือ วัฒนธรรมที่ดูเหมือน ดึงมา อาจทำหน้าที่เป็นเครื่องมือควบคุมและลดทอนศักดิ์ศรีของปัจเจกหรือชุมชน โดยเฉพาะ เมื่อถูกใช้เพื่อผลิตซ้ำอคติ กีดกันเสียของผู้อื่น หรือปิดกั้นเสรีภาพในนามของ “ความเป็นไทย” “ประเพณี” หรือ “วัฒนธรรมท้องถิ่น” ซึ่งไม่ได้ยกระดับศักยภาพของมนุษย์ แต่กลับจำกัด กรอบการเติบโตในนามของสิ่งที่ไม่ถูกต้องตั้งคำถาม เพื่อยืนยันความสำคัญของแนวคิดนี้ บทความ ได้ศึกษากรณีวาทกรรม “แพร่แพร่เปิด” ซึ่งเป็นการล้อเลียนเชิงลบที่ลดทอนคุณค่าท้องถิ่น จังหวัดแพร่ วาทกรรมเช่นนี้ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบในเชิงลบขึ้น แต่ยังแฝงไปด้วยอคติที่ ทำให้คนแพร่ถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนที่ขาดวิจาร์ณญาณ ไร้ความรู้ และด้อยพัฒนา (ณรงค์ จันทรางกูร, 2560) นำมาสร้างสรรค์ผ่านพื้นที่ศิลปะเชิงแนวคิดอย่าง ร้านกาแฟแพร่เปิด และ กิจกรรมร่วมกับชุมชน ที่พยายามรื้อฟื้นอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างมีศักดิ์ศรี ผ่าน “ศิลปะในชีวิต ประจำวัน” ที่เชื่อมโยงมิติของความทรงจำ วาทกรรม และการทบทวนอัตลักษณ์ท้องถิ่นด้วย ตนเอง

วัตถุประสงค์ของการศึกษา 1) เพื่อวิเคราะห์กลไกของวาทกรรม “แพร่แพร่เปิด” ที่ ส่งผลต่อการกดทับอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น 2) เพื่อเสนอแนวคิด “วัฒนธรรม” ในฐานะ กรอบแนวคิดวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ด้านวัฒนธรรม 3) เพื่อศึกษาบทบาทของศิลปะเชิงแนวคิด ในการฟื้นฟูอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดพื้นฐานและกรอบแนวคิด

ในงานศึกษานี้อาศัยกรอบแนวคิดสำคัญจากสาขาวิชาศิลปะ วัฒนธรรมศึกษา และ สังคมวิทยา เพื่อนำมาอธิบายกลไกการกดทับอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านวาทกรรม และบทบาทของ ศิลปะเชิงแนวคิดในกระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะแนวคิดที่ เกี่ยวข้องกับ อำนาจและวาทกรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่น และ ศิลปะเชิงสังคม ดังต่อไปนี้

บทความนี้เสนอแนวคิดใหม่ “วัฒนธรรม” (Cultural Injustice) ที่ขยายความหมายจากคำว่า Negative Culture ในงานวิจัยต่างประเทศ ที่มักใช้เพื่ออธิบายลักษณะของวัฒนธรรมองค์กรที่เป็นพิษ (Toxic Workplace Culture) เช่น การส่งเสริมพฤติกรรมที่ผิดจริยธรรม ขัดขวางการเรียนรู้ ลดทอนความคิดสร้างสรรค์ และสร้างสภาพแวดล้อมที่กดดันทางจิตใจและอารมณ์ (Symmons, 2024; Chandler, 2024) แต่ในที่นี้ ขยายความหมายไปยังระดับโครงสร้างสังคม โดย “วัฒนธรรม” “Wattana-Atham” (Cultural Injustice) หมายถึงกระบวนการที่ศูนย์กลางอำนาจหรือกลุ่มที่มีอำนาจทางวาทกรรมทำการกำหนดและควบคุมความหมายของวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยใช้วาทกรรมในการบิดเบือนประวัติศาสตร์และภาพลักษณ์ของชุมชน ส่งผลให้ท้องถิ่นตกอยู่ภายใต้อคติและภาพจำเชิงลบที่ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง

แนวคิดเรื่อง “อำนาจนำ” หรือ “ภาวะครอบงำทางวัฒนธรรมซึ่งประชาชนยอมรับโดยไม่รู้ตัว” (Hegemony) โดย อันโตนิโอ แกรมสกี (Gramsci, 1971) อธิบายว่า อำนาจของชนชั้นนำในสังคมไม่ได้เกิดขึ้นจากการบังคับทางกายภาพเพียงอย่างเดียว หากแต่ยังใช้กลไกทางวัฒนธรรมและอุดมการณ์ในการทำให้กลุ่มคนอื่นยอมรับความคิดหรือคุณค่าที่ตนเองกำหนดเป็นสิ่ง “ปกติ” หรือ “ถูกต้อง” การครอบงำทางอุดมการณ์นี้เกิดขึ้นอย่างแยบยลผ่านวาทกรรม สื่อมวลชน การศึกษา และศิลปะ ซึ่งมีบทบาทในการปลูกฝังอุดมการณ์ของชนชั้นนำอย่างแนบเนียน จนกลุ่มคนขายขอบหรือพื้นที่ท้องถิ่นอาจยอมรับสถานะของตนเองโดยไม่ตั้งคำถาม แนวคิดอำนาจนำ (Hegemony) จึงเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำความเข้าใจว่าทำไมวาทกรรม “แพร่แพร่เปิด” จึงถูกผลิตซ้ำและฝังรากอยู่ในความรับรู้ของสังคมไทยโดยไม่มีการตรวจสอบข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์

แนวคิดวาทกรรมและอำนาจของ มิเชล ฟูโกต์ (Foucault, 1977) อธิบายว่า วาทกรรม (Discourse) ไม่ใช่เพียงถ้อยคำหรือถ้อยแถลงเท่านั้น แต่เป็นระบบความรู้ที่มีพลังในการควบคุมและกำหนดกรอบความคิดของสังคม โดยวาทกรรมมีบทบาทในการสร้าง “ความจริง” ซึ่งมักถูกผลิตซ้ำโดยสถาบันต่าง ๆ รวมถึงสื่อและระบบการศึกษา ฟูโกต์ยังชี้ให้เห็นว่าอำนาจไม่ได้มีรูปแบบตายตัวหรือกระจุกตัวอยู่ในมือของชนชั้นนำเพียงฝ่ายเดียว แต่อำนาจแทรกซึมและกระจายอยู่ในทุกระดับของสังคม ดังนั้น วาทกรรม “แพร่แพร่เปิด” จึงไม่ได้เป็นเพียงคำลือเลือนธรรมดา แต่มีบทบาทเป็นกลไกของอำนาจที่ควบคุมและกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นผ่านการทำให้เรื่องเล่าที่ขาดหลักฐานนี้กลายเป็น “ความจริง” ในจินตนาการของสังคม

แนวคิด “ประติมากรรมทางสังคม” Social Sculpture ของ โจเซฟ บอยส์ (Beuys, 1985) ซึ่งหมายถึงการที่ทุกคนในสังคมสามารถเป็นศิลปินและมีบทบาทในการออกแบบหรือปั้นแต่งสังคมของตนเอง บอยส์เชื่อว่าศิลปะมิใช่เพียงกิจกรรมเฉพาะของศิลปินในแกลเลอรีหรือพิพิธภัณฑ์ แต่เป็นกระบวนการที่ทุกคนสามารถมีส่วนร่วมเพื่อเปลี่ยนแปลงสังคม ศิลปะ

จึงเป็นพื้นที่สำหรับการแสดงออกทางการเมือง การตั้งคำถามต่ออำนาจ และการฟื้นฟูคุณค่าของมนุษย์ แนวคิดนี้สนับสนุนการวิเคราะห์กรณีร้านกาแฟ “ແຮ່ຮະເບີດ” ในฐานะพื้นที่ศิลปะชุมชนที่เปิดโอกาสให้คนแพร่และผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูและสร้างอัตลักษณ์ใหม่ผ่านศิลปะเชิงแนวคิด

ศิลปะเชิงแนวคิด หรือ Conceptual Art เป็นแนวทางศิลปะที่เน้นความสำคัญของ “แนวคิด” หรือ “ความหมาย” มากกว่ารูปแบบทางกายภาพของผลงานศิลปะ แนวทางนี้ได้รับความนิยมตั้งแต่ช่วงกลางศตวรรษที่ 20 โดยศิลปินกลุ่ม Fluxus และศิลปินอย่าง มาร์เซล ดูช็อง (Marcel Duchamp) และ อ้าย เว่ยเว่ย (Ai Weiwei) เป็นต้น ศิลปะเชิงแนวคิดเปิดโอกาสให้ศิลปินตั้งคำถามต่อโครงสร้างอำนาจและระบบคุณค่าในสังคม ผ่านวิธีการสื่อสารที่ท้าทายผู้ชมให้มีส่วนร่วมทางความคิด มากกว่าการเสพผลงานเชิงสุนทรียะเพียงอย่างเดียว ดังเช่นผลงาน Fountain (1917) ของ มาร์เซล ดูช็อง (ภาพที่ 1) มีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อศิลปะร่วมสมัย โดยพลิกแนวคิดเรื่อง “ศิลปะ” จากการเน้นทักษะฝีมือหรือความงาม ไปสู่การตั้งคำถามเชิงแนวคิด (conceptual turn) ว่าศิลปะคืออะไร ใครมีสิทธิ์นิยาม และบริบทมีผลต่อคุณค่าศิลปะหรือไม่ การใช้วัตถุสำเร็จรูป (readymade) อย่างโถปัสสาวะ กลายเป็นการทำลายอำนาจของสถาบันศิลปะและรสนิยมหลัก ส่งผลต่อการเกิดศิลปะเชิงแนวคิด (Conceptual Art) ศิลปะประชดประชัน (Dada) ไปจนถึงศิลปะแบบมีส่วนร่วม (Participatory Art) และศิลปะเพื่อการวิพากษ์ในศตวรรษที่ 20 และ 21 ในบทความนี้ ศิลปะเชิงแนวคิดถูกนำมาใช้เพื่อสร้างพื้นที่สาธารณะให้ชุมชนท้องถิ่นได้แสดงออก และวิพากษ์วิจารณ์วาทกรรมที่กดทับอัตลักษณ์ของตนเอง

ภาพ 1

Fountain (1917)



หมายเหตุ. จาก ครบรอบ 100 ปี โถฉี่ศิลป์, โดย wurkon, 2562, (<https://www.wurkon.com/blog/122-marcel-duchamp>) สงวนลิขสิทธิ์ 2562 โดย wurkon.

กรณีศึกษา “แพร่แพร่เปิด”

ที่มาของวาทกรรมกดทับ “แพร่แพร่เปิด” เป็นคำล้อเลียนที่ถูกใช้ในการกล่าวถึงคนแพร่ในเชิงลบขึ้น แต่แท้จริงแล้ว คำนี้มีรากฐานจากวาทกรรมที่สะท้อนถึงการลดทอนคุณค่าของท้องถิ่นผ่านเรื่องเล่าที่ขาดหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่แน่ชัด เรื่องราวดังกล่าวอ้างว่า ...ในอดีตมีลูกกระเปิดตกลงมาในจังหวัดแพร่ แต่ชาวบ้านไม่ทราบว่าเป็นวัตถุอันตราย กลับเข้าใจว่าเป็นของศักดิ์สิทธิ์และนำไปแห่บูชา สุดท้ายเกิดการระเบิดขึ้น ทำให้มีผู้เสียชีวิตจำนวนมาก (ณรงค์ จันทรางกูร, 2554) แม้ว่าข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเหตุการณ์นี้ยังไม่มีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยืนยัน แต่เรื่องเล่านี้ถูกแพร่กระจายผ่านวาทกรรมทางสังคมและการล้อเลียนในสื่อ ทำให้กลายเป็นภาพจำของจังหวัดแพร่ในสายตาคนนอก โดยเฉพาะในบริบทของการเมือง วาทกรรมนี้ถูกใช้เป็นเครื่องมือเสียดสีคนแพร่ ในการอภิปรายในรัฐสภา เมื่อวันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2555 ซึ่งมีการเรียกร้องให้สมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจากพรรคประชาธิปัตย์ ออกมาขอโทษคนแพร่ หลังจากที่เขาก่อการเสียดสีคนแพร่ในการพิจารณาร่างพระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2556 โดยเขากล่าวว่า “มีลูกกระเปิดตกลงมาจากฟ้า คนแพร่คิดว่าเป็นระเบิดจากเทวดา นำไปแห่จนระเบิดตายทั้งเมือง เลยเป็นที่มาของเมืองแพร่แพร่เปิด” (สรุปข่าวรัฐสภา, 2555) คำพูดดังกล่าวไม่เพียงแต่เป็นการดูถูกเหยียดหยามคนแพร่ว่าไร้การศึกษา แต่ยังเป็นข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง เนื่องจากระเบิดที่คนแพร่นำไปแห่นั้นไม่เคยระเบิด และในปัจจุบันยังคงถูกนำไปใช้เป็นระฆังในวัดต่าง ๆ ในอำเภอสอง จังหวัดแพร่ โดยระเบิดที่ถูกแห่ไปทาบระฆังวัดมีดังนี้ วัดศรีดอนคำ วัดแม่ลานเหนือ และวัดนาคุ้ม (ภาพที่ 2) เหตุการณ์นี้ทำให้นักการเมือง

ภาพ 2

ลูกกระเปิดของจริงที่ขัดแย้งกับวาทกรรมคำล้อเลียนแพร่แพร่เปิด



หมายเหตุ. จาก ลูกกระเปิดทำเป็นระฆังที่วัดศรีดอนคำ วัดนาคุ้ม และวัดแม่ลานเหนือ, โดย MUSEUMTHAILAND, 2562, (<https://www.museumthailand.com/en/3499/story-telling/แพร่...แพร่เปิด/>) สงวนลิขสิทธิ์ 2562 โดย MUSEUMTHAILAND

ท้องถิ่นนำคนแพร์จำนวนหนึ่งเดินขบวนประท้วงหน้าศาลากลางจังหวัดแพร์ (MGR online. 2555) (ภาพที่ 3) วาทกรรมเช่นนี้ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อในเชิงขบขัน แต่ยังแฝงไปด้วยยอคติที่ทำให้คนแพร์ถูกมองว่าเป็นกลุ่มคนที่ขาดวิจรรณญาณ ไร้ความรู้ และด้อยพัฒนา

ภาพ 3

นักการเมืองท้องถิ่นนำคนแพร์บางกลุ่มเดินขบวนประท้วง



หมายเหตุ. จาก การเดินขบวนประท้วงคำดูหมิ่นคนแพร์ในรัฐสภาที่หน้าศาลากลางจังหวัดแพร์, โดย MGR online, 2555, (https://mgronline.com/local/detail/9550000102041#-google_vignette) สงวนลิขสิทธิ์ 2555 โดย MGR online.

การเกิดขึ้นของวาทกรรม “แพร์แห่ระเบิด” และการบิดเบือนอัตลักษณ์ผ่านวัฒนธรรม

วาทกรรม “แพร์แห่ระเบิด” เป็นคำล้อเลียนที่ปรากฏขึ้นในสังคมไทยโดยไม่รู้ที่มาว่าใครเป็นคนริเริ่ม ถูกเล่าขานต่อกันมา และถูกผลิตซ้ำผ่านสื่อในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา โดยมีเนื้อหาวาทกรรมจังหวัดแพร์ในอดีตไม่สามารถแยกแยะวัตถุดิบที่ร้ายได้ จึงนำสู่กระเบิดที่พบไปแห่บูชาเสมือนของศักดิ์สิทธิ์ ก่อนที่จะเกิดการระเบิดและมีผู้เสียชีวิต แม้ว่าข้อความดังกล่าวจะขาดหลักฐานเชิงประวัติศาสตร์ที่ชัดเจน แต่คำเล่าลือเหล่านี้กลับกลายเป็นเครื่องมือทางวาทกรรมที่ทรงพลังในการบิดเบือนและกดทับอัตลักษณ์ของคนในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง

การวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดเรื่อง “อำนาจนำ” หรือ “ภาวะครอบงำทางวัฒนธรรม” ซึ่งประชาชนยอมรับโดยไม่รู้ตัว” (Hegemony) โดย อันโตนิโอ แกรมซี (Antonio Gramsci) ชี้ให้เห็นว่า วากรรมนี้ทำหน้าที่เป็นกลไกอำนาจนำ ที่แฝงตัวอยู่ในโครงสร้างวัฒนธรรม และระบบการรับรู้ของสังคมไทย ซึ่งถูกทำให้กลายเป็น “สามัญสำนึก” (Common Sense) หรือ “เรื่องธรรมดา” ที่ไม่จำเป็นต้องตั้งคำถาม อำนาจของวาทกรรมนี้ยิ่งเพิ่มพูนจากการถูกผลิตซ้ำโดยบุคคลสาธารณะและการอภิปรายในพื้นที่ทางการเมืองดังเช่น การอภิปรายในรัฐสภา พ.ศ. 2555 ที่มีการใช้คำดังกล่าวในการเสียดสีและลดทอนศักดิ์ศรีของคนแพร์ โดยไม่มีการพิจารณาความถูกต้องของข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์

แนวคิดของ มิเชล ฟูโกต์ (Michel Foucault) วากรรม “แพร์แพร์เปิด” จึงเป็นรูปแบบหนึ่งของอำนาจที่ฝังรากลึกอยู่ในภาษาและการบรรยายเรื่องราว ซึ่งควบคุมวิธีที่สังคมรับรู้และนิยามอัตลักษณ์ของจังหวัดแพร์ วากรรมดังกล่าวทำให้คนแพร์ถูกทำให้กลายเป็น “วัตถุทางวาทกรรม” ที่ถูกกำหนดความหมายและกรอบการรับรู้โดยกลุ่มอำนาจส่วนกลาง มากกว่าจะเป็นผู้กำหนดอัตลักษณ์ของตนเอง

วาทกรรม “แพร์แพร์เปิด” กับกระบวนการกดทับและการโต้กลับในเชิงวัฒนธรรม

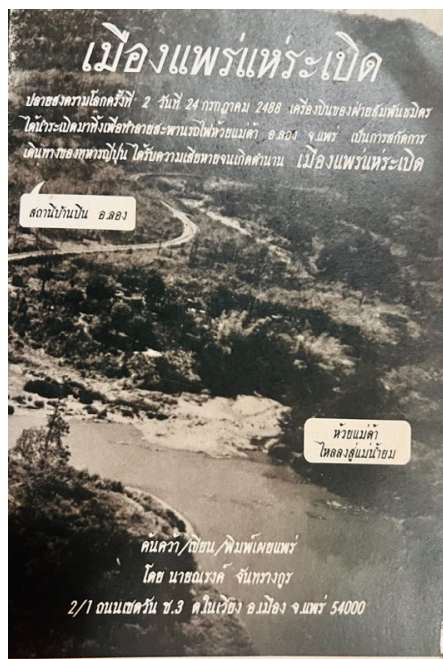
แนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรม” ในกรณีศึกษานี้สามารถตรวจพบได้จากวาทกรรมล้อเลียน “แพร์แพร์เปิด” ซึ่งแม้จะถูกสื่อสารในเชิงขำขันมาอย่างยาวนานในพื้นที่สาธารณะ หากแต่แท้จริงแล้วมีพยานภาพในการกดทับอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นอย่างแนบเนียน โดยลดทอนคุณค่าทางประวัติศาสตร์และสร้างภาพจำของ “ความไม่รู้” และ “ความล้าหลัง” ให้กับผู้คนในจังหวัดแพร์ นำไปสู่การโต้กลับด้วยการตั้งคำถามและค้นคว้าข้อมูลทางประวัติศาสตร์ซึ่งได้รับการศึกษาอย่างละเอียดโดย ณรงค์ จันทรางกูร ในหนังสือ “เมืองแพร์แพร์เปิด” (ภาพที่ 4) เป็นผู้เริ่มตั้งคำถามจากประสบการณ์ตรง โดยได้บันทึกไว้ในหนังสือ เมืองแพร์แพร์เปิดว่า “...เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2505 ผม (นายณรงค์ จันทรางกูร) ได้ไปทำงานเป็นครูที่โรงเรียนบ้านน้ำบัว อำเภอสว่าง จังหวัดน่าน ในวันแรกที่เข้าไปทำงาน เพื่อนครูได้ต้อนรับและทักทายว่า ‘คนเมืองแพร์แพร์เปิด’ ผมก็ได้แต่ยิ้ม ๆ ไม่รู้ความหมายในคำทักทายเชิงล้อเลียน หลังจากนั้นก็มักได้ยินคำนี้อีกเสมอ” (ณรงค์ จันทรางกูร, 2560)

ต่อมา คุณณรงค์ยังได้เล่าถึงกรณีของผู้ปกครองจากอำเภอเด่นชัยที่โทรเข้าร่วมรายการวิทยุคนเมืองแพร์ FM 91 MHz รายการสารพันอาชีพ เล่าเรื่องลูกสาวที่ถูกล้อเลียนในโรงเรียนที่จังหวัดเชียงใหม่ว่า “คนเมืองแพร์แพร์เปิด” จนเกิดความรู้สึกอับอายและกลายเป็นปมด้อยเมื่อพ่อให้คำตอบไม่ได้ ก็ยิ่งตอกย้ำความคลุมเครือของวาทกรรมดังกล่าว และพบว่ากรณี

ลักษณะนี้เกิดขึ้นกับคนแพร่อีกจำนวนมาก คุณณรงค์จึงได้เริ่มต้นสืบค้นโดยร่วมมือกับ สุรินทร์ โสภารัตนนานันท์ อดีตสมาชิกขบวนการเสรีไทยสายแพร่ ได้ชี้ให้เห็นว่า เหตุการณ์ “แพร่เบิด” ที่กลายเป็นคำลือเลือนนั้น มีจุดเริ่มต้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยเป็นการกระทำของชาวบ้านในอำเภอทอง ซึ่งพบซากกระเบิดของฝ่ายสัมพันธมิตรที่ไข่มุนีตีสะพานห้วยแม่ต้าเมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม พ.ศ. 2488 เพื่อสกัดการเคลื่อนพลของกองทัพญี่ปุ่นตามคำชี้เ้าของเสรีไทย ซากกระเบิดที่ไม่ระเบิดได้ถูก นายหลง มโนมูล คนงานรถไฟสถานีแก่งหลวง พบเข้าและนำความไปบอกกล่าวกับ นายสมาน หมื่นชื่น โดยมีการร่วมแรงจากชาวบ้านและคนงานรถไฟอีกหลายคน ช่วยกันขุดและขนย้ายระเบิดไปยังวัดในชุมชน เช่น วัดแม่ลานเหนือ, วัดนาตุ้ม, และ วัดศรีดอนคำ ในปี พ.ศ. 2516 ด้วยความตั้งใจที่จะนำไปทำระฆัง ไม่ได้เกิดจากความเชื่อมมาย ในความศักดิ์สิทธิ์ของลูกกระเบิดตามที่วาทกรรมลือเลือนนำเสนอ

ภาพ 4

หนังสือเมืองแพร่แพร่เบิด



หมายเหตุ. จาก เมืองแพร่แพร่เบิด, โดย ณรงค์ จันทรางกูร, 2560, ม.ป.ท. สงวนลิขสิทธิ์ 2560 โดย ณรงค์ จันทรางกูร

อย่างไรก็ตาม ความจริงเชิงประจักษ์นี้กลับถูกแทนที่ด้วยวาทกรรมล้อเลียนที่ตัดตอนความซับซ้อนทางประวัติศาสตร์ออกไป แล้วสร้างภาพจำแบบเหมารวมให้กับชาวแพร่ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะของ วัฒนธรรม อย่างชัดเจน กล่าวคือ เป็นวาทกรรมที่อ้างความเป็น วัฒนธรรมหลักคือทำให้เจริญงอกงามเป็นการรับรู้ทั่วไปในด้านลบ เพื่อทำให้ชุมชนท้องถิ่น ยอมรับภาพตนเองในแบบที่ถูกบิดเบือนโดยไม่ตั้งคำถาม สิ่งที่น่าสนใจคือ แม้จะเผชิญการครอบงำทางวาทกรรมเช่นนี้ คนในท้องถิ่นได้เริ่ม “ระเบิดจากข้างใน” ด้วยการฟื้นคืนข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นผ่านพื้นที่สร้างสรรค์ต่าง ๆ เช่น การจัดตั้ง พิพิธภัณฑ์เสรีไทยแพร่ ปี พ.ศ. 2550 โดยคุณภุชงค์ กันหาธรรม ทายาทนายทอง กันหาธรรม หัวหน้าขบวนการเสรีไทยแพร่ (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2566) และการเปิดร้าน กาแฟห่อระเบิด ในปี พ.ศ. 2552 (หอการค้าแพร่, 2555) ซึ่งมีได้เป็นเพียงธุรกิจ แต่ถูกออกแบบให้เป็นพื้นที่ของการเรียนรู้ การสนทนา และการทบทวนประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

การสร้างพื้นที่เรียนรู้ผ่านศิลปะเชิงแนวคิด เพื่อการวิพากษ์

(กรณีศึกษา : ร้านกาแฟห่อระเบิด)

การสร้างพื้นที่เรียนรู้ผ่านศิลปะเชิงแนวคิด (Conceptual Art) ไม่ได้จำกัดอยู่ใน แกลเลอรีหรือพิพิธภัณฑ์ หากแต่สามารถเกิดขึ้นในพื้นที่ชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะเมื่อศิลปินนั้น ตั้งอยู่บนเจตจำนงในการตั้งคำถามต่ออำนาจ ความหมาย และประวัติศาสตร์ที่เคยถูกผูกขาดหนึ่งในกรณีศึกษาที่สะท้อนแนวคิดนี้ได้อย่างชัดเจนคือ “ร้านกาแฟห่อระเบิด” จังหวัดแพร่ ซึ่งได้พัฒนาตัวเองจากกิจการธุรกิจทั่วไป สู่การเป็นพื้นที่เรียนรู้ทางวัฒนธรรม และ ศิลปะชุมชน (Community Art Space) ที่ท้าทายวาทกรรมหลักผ่านกระบวนการสื่อสารอย่างสร้างสรรค์

ร้านกาแฟห่อระเบิดเปิดดำเนินการเมื่อวันที่ 13 เมษายน พ.ศ. 2553 โดยมี เชษฐา สุวรรณสา เป็นผู้ก่อตั้ง จากบทสัมภาษณ์ใน หอการค้าแพร่ (2555) ระบุว่า จุดเริ่มต้นของร้าน ไม่ได้มีเป้าหมายเพียงด้านเศรษฐกิจ หากแต่ต้องการ “ส่งผ่านความคิด” เกี่ยวกับความรักถิ่นฐาน ความภูมิใจในบ้านเกิด และการตั้งคำถามต่อคำล้อเลียน “แพร่ห่อระเบิด” ซึ่งฝังแน่นในจินตนาการสาธารณะมายาวนาน ให้เป็นเหมือน “สังเวียนความคิด” ร้านแห่งนี้จึงถูกออกแบบให้เป็นพื้นที่เปิดของการเรียนรู้ที่ไม่เป็นทางการ ผ่านการออกแบบบรรยากาศ บทสนทนา นิทรรศการ การแสดงงานศิลปะ และกิจกรรม ที่ช่วยกระตุ้นการทบทวนความเข้าใจเดิม ๆ และเปิดทางให้กับความหมายใหม่ที่ชุมชนมีส่วนร่วมกำหนดเอง

ศิลปะเชิงแนวคิดในฐานะพลวัตของการพัฒนาท้องถิ่น

(กรณีศึกษา : ร้านกาแฟห่อระเบิด)

การริเริ่มของร้านกาแฟห่อระเบิดตั้งอยู่บนฐานความเชื่อที่ผสานวิถีคิดทางธุรกิจเข้ากับศิลปะเชิงแนวคิด (Conceptual Art) โดยมีจุดยืนว่า ธุรกิจสามารถเป็นรูปแบบหนึ่งของงานศิลปะ หากกระบวนการทางธุรกิจนั้นเอื้อต่อการกระตุ้นความคิด วิพากษ์ และสร้างพื้นที่สาธารณะให้ชุมชนได้มีส่วนร่วม ศิลปะเชิงแนวคิดในที่นี้ได้จำกัดอยู่ในรูปของงานนิทรรศการหรือวัตถุศิลปะเท่านั้น หากแต่แฝงตัวอยู่ในการ “ตั้งชื่อร้าน” ที่ย้อนแย้งกับวาทกรรมการเหยียดกระแสหลัก เพื่อกระตุ้นความคิด ความทรงจำ และความรู้สึกร่วมของคนแพร่ต่อคำว่า “แห่ระเบิด” การใช้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น โดยเฉพาะประวัติศาสตร์ยุคสงครามโลกครั้งที่สอง และขบวนการเสรีไทย ถูกนำมาเล่าใหม่ผ่านการจัดวางภาพถ่าย เอกสาร และงานศิลปะร่วมสมัยภายในพื้นที่ร้านอย่างมีนัยยะ

กิจกรรมที่จัดขึ้นไม่ได้จำกัดเฉพาะการบริโภคอาหารและเครื่องดื่ม หากแต่มีการออกแบบกิจกรรมเพื่อสร้างการเรียนรู้ร่วมกับชุมชน ได้แก่ นิทรรศการ เวิร์กช็อป เสวนา และกิจกรรมศิลปะหลากหลายรูปแบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นิทรรศการ “แพร่ห่อระเบิด” ซึ่งใช้การจัดวางวัตถุจำลอง เช่น ระเบิด ป้ายนิทรรศการ และงานศิลปะนามธรรม เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้ชมได้โต้ตอบทางสายตาและอารมณ์ นำไปสู่การตั้งคำถามต่อการผลิตซ้ำของวาทกรรมที่ลดทอนคุณค่าท้องถิ่น และปลุกกระแสสนทนาในทั้งระดับชุมชนและสื่อสังคมออนไลน์ระดับประเทศ

อีกหนึ่งตัวอย่างสำคัญในการใช้พื้นที่สื่อสารความคิด คือ การจัดเสวนาเรื่อง “เมืองลอง นครสงคราม นครลิ้นหา นคราแห่งศาสตร์” เมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2562 อันเป็นการขยายผลจากเรื่องแพร่ห่อระเบิดสู่การรับรู้ประวัติศาสตร์ท้องถิ่นอื่น ๆ โดยเชิญนักวิชาการด้านล้านนาศึกษา นักโบราณคดี ผู้แทนสภาวัฒนธรรมอำเภอเมือง ผู้นำชุมชน ประชาชน ผู้ร่วมกิจกรรมทั้งในและนอกพื้นที่ นอกจากนี้ยังได้เชิญสื่อท้องถิ่น เช่น เพจแพร่วิว เข้ามาถ่ายทอดเรื่องราวของเมืองลองในฐานะพื้นที่ทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความทรงจำร่วมของผู้คนผ่านการพูดคุยอย่างมีส่วนร่วม (ภาพที่ 5)

กิจกรรมดังกล่าวสะท้อนแนวคิดพื้นฐานที่ว่า “การพัฒนาท้องถิ่นต้องเริ่มต้นที่การเปลี่ยนแปลงวิถีคิด” กล่าวคือ หากชุมชนสามารถตระหนักรู้ในคุณค่าแห่งอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์ร่วมของตน ย่อมสามารถพัฒนาแนวทางที่สอดคล้องกับบริบทเฉพาะอย่างยั่งยืนในระยะยาวได้ ทั้งนี้ การดำเนินงานภายใต้ความร่วมมือของภาคประชาชนและเครือข่ายภาคีในระดับต่าง ๆ ได้ก่อให้เกิดกระบวนการสร้างการรับรู้ในระดับประเทศ อาทิ โครงการ “ปลูก 31 เมืองเก่ามาเล่าเรื่อง” และ “มองใหม่เมืองเก่า” (ภาพที่ 6) ตลอดจนกิจกรรมอื่น ๆ อีกมากมายที่ดำเนินอย่างต่อเนื่อง ล้วนเป็นกลไกในการเปิดพื้นที่ให้เกิดการทบทวนความหมาย

ของ “ท้องถิ่น” ผ่านมุมมองของคนใน ขณะเดียวกันก็เชิญให้คนภายนอกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเรียนรู้และขับเคลื่อนพื้นที่ร่วมกัน

ภาพ 5

งานเสวนา เมืองลอง นครสงคราม ในพื้นที่ร้านกาแฟหะเบิด



(ก)



(ข)



(ค)



(ง)

หมายเหตุ. (ก) โปสเตอร์ เมืองลอง นครสงคราม โดย ช่ายลูกหลานเมืองแพร่, กาแฟหะเบิด, แพร่ริวิว, หอศาสตราแสนเมืองฮอม, 2562 และจากภาพ (ข ค ง) บรรยายจากงานเสวนา (แพร่ริวิว) สงวนลิขสิทธิ์ 2562 โดย แพร่ริวิว

ภาพ 6

โปสเตอร์การจัดงานร่วมกับเครือข่ายขยายผลจากกรณีศึกษาแพร่แพร่ระบาด



หมายเหตุ. จาก ปลูก 31 เมืองเก่า มาเล่าเรื่อง, โดย The Activenews, 2020, (<https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2921666061198068&id=232231380141563&set=a.240742769290424>) สงวนลิขสิทธิ์ 2020 โดย The Activenews.

นอกจากการจัดเวทีเสวนาเพื่อสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างชุมชน นักวิชาการ ศิลปิน และปราชญ์ท้องถิ่นแล้ว “กาแฟแพร่ระบาด” ยังใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ ควบคู่กับสื่อกระแสหลัก เพื่อขยายขอบเขตการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นไปสู่สาธารณชน ในวงกว้าง ตัวอย่างเช่น ความร่วมมือกับรายการ “คาราวานสำราญใจ” ทางสถานีโทรทัศน์ ช่อง 3 ในการนำเสนอเรื่องราว “แพร่ระบาด” ผ่านมุมมองด้านการท่องเที่ยวของอำเภอ ลอง ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากในระดับพื้นที่ และสร้างการรับรู้ระดับชาติในเวลา เดียวกัน (ภาพที่ 7)

ในขณะเดียวกัน กลยุทธ์การสื่อสารผ่านอินฟลูเอนเซอร์หรือผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ ก็มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ข้อมูลสู่สังคมวงกว้าง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การที่ “ผู้กอง เบนซ์” ผู้มีผู้ติดตามบนแพลตฟอร์ม Facebook กว่า 2.8 ล้านคน ได้นำเสนอเรื่องราวของแพร่ ระบาดในเชิงสารคดีผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้ประเด็นดังกล่าวได้รับความสนใจอย่าง กว้างขวาง และถูกหยิบยกไปสู่การพูดถึงในระดับประเทศ (ภาพที่ 8)

ภาพ 7

รายการคาราวานสำราญใจ



หมายเหตุ. จาก ตะลุยแพร์ แห่ระเบิด! ที่บ้านดอนทราย จ.แพร่/คาราวานสำราญใจ ตอน 48 ซีซั่น 2, โดย คาราวาน สำราญใจ, 2562, (<https://www.youtube.com/watch?v=F9D-ZkX-iDtY>) สงวนลิขสิทธิ์ 2562 โดย คาราวาน สำราญใจ.

ภาพ 8

ผู้กองเบนซ์ ยูทูบเบอร์ชื่อดังเล่าเรื่องแพร์แห่ระเบิด



หมายเหตุ. จาก แพร์...ทำไมต้อง “แห่ระเบิด” ผู้กองเบนซ์, โดย ผู้กองเบนซ์ CaptBenz, 2565, (<https://www.youtube.com/watch?v=y40Fy12IH3M&t=18s>) สงวนลิขสิทธิ์ 2562 โดย กองเบนซ์.

นอกจากนี้ สื่อท้องถิ่นยังมีบทบาทสำคัญในการผลิตซ้ำและขยายความหมายของอัตลักษณ์ในเชิงบวก ตัวอย่างเช่น เพจ “แฟร์รีวิว” ซึ่งมีผู้ติดตามมากกว่า 300,000 คน ได้เผยแพร่คลิปวิดีโอเรื่อง “ตามรอยแพร์แห่งระเบิด” (แฟร์รีวิว, 2562) โดยมุ่งเน้นการสร้างการตระหนักรู้ในหมู่คนในท้องถิ่นถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของตน ผ่านการเล่าเรื่องที่ผสมผสานบริบทร่วมสมัย (ภาพที่ 9) สื่อจากช่องทางอื่น ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ยังคงมีบทบาทต่อเนื่องในการนำเสนอเรื่องราวของแพร์แห่งระเบิดในหลากหลายมิติ ซึ่งกระบวนการดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการก่อรูป “วาทกรรมใหม่” ที่ส่งผลต่อการรับรู้ของสาธารณชนต่อเมืองแพร์ในฐานะพื้นที่แห่งความสร้างสรรค์ มีชีวิตชีวา และเปี่ยมด้วยพลังทางวัฒนธรรม

ภาพ 9

เผยแพร່เรื่องราวแพร์แห่งระเบิด



หมายเหตุ. จาก ตามรอย “แพร์แห่งระเบิด”, โดย แพร์ รีวิว 2562, (<https://www.facebook.com/phrae.review/videos/1335758119906068/>) สงวนลิขสิทธิ์ 2562 โดย แพร์ รีวิว.

กรณีศึกษาแพร์แห่งระเบิดกับการสร้างผลกระทบเชิงสังคมและเศรษฐกิจ

1. การเปลี่ยนแปลงด้านการรับรู้ทางสังคมในกรณีศึกษา “แพร์แห่งระเบิด” ได้ก่อให้เกิดกระบวนการสร้างวาทกรรมใหม่ในระดับสาธารณะ ซึ่งนำไปสู่การขยายการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่สังคมวงกว้างอย่างมีนัยสำคัญ หนึ่งในตัวอย่างที่สะท้อนกระบวนการดังกล่าวคือการผลิตผลงานเพลงโดยศิลปินในระดับท้องถิ่นและระดับชาติที่นำเสนอเรื่องราวของแพร์แห่งระเบิดในรูปแบบที่เข้าถึงผู้ฟังหลากหลายกลุ่ม อาทิ เพลง “แป๊ะแห่งระเบิด” โดยกลุ่มศิลปิน

ล้านนา วงเลอผอ (ภาพที่ 10) และบทเพลงในลักษณะร่วมสมัยโดยศิลปินชื่อดัง บอย พิษณุ และ ฅนอม สามโทน (ภาพที่ 11) ซึ่งล้วนมีบทบาทในการสร้างภาพจำใหม่เกี่ยวกับจังหวัดแพร่ ในฐานะพื้นที่ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมและพลั้สร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่อย่างโดดเด่น

ภาพ 10

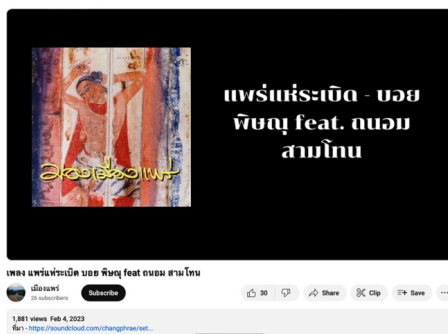
เพลงแป๊ะแหระเปิดโดยกลุ่มศิลปินเลอผอ



หมายเหตุ. จาก ตามรอย “แพร่แหระเปิด”, โดย แพร่ รีวิว, 2562, <https://www.facebook.com/watch/?v=1574005922735180> สงวนสิทธิ์ 2562 โดย แพร่ รีวิว.

ภาพ 11

เพลงแพร่แหระเปิด



หมายเหตุ. เพลงแพร่แหระเปิด บอย พิษณุ feat ฅนอม สามโทน, โดย เมืองแพร่, 2566, (<https://www.youtube.com/watch?v=EdJfGpqwd1g>) สงวนสิทธิ์ 2566 โดย เมืองแพร่ สงวนสิทธิ์ 2562 โดย แพร่ รีวิว.

2. การกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การพัฒนาพื้นที่ท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ได้แสดงศักยภาพอย่างชัดเจนในกรณีของเรื่องราว “แพร่แห่งระเบิด” โดยเฉพาะการปรับพื้นที่ของ *ร้านกาแฟแห่งระเบิด* ให้เป็นแหล่งเรียนรู้ร่วมสมัยที่เชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ส่งผลให้สถานที่แห่งนี้กลายเป็นจุดหมายสำคัญของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดแพร่ กระแสความนิยมดังกล่าวนี้ได้จำกัดอยู่เพียงมิติของการเยี่ยมชม หากแต่ยังส่งผลโดยตรงต่อการขยายตัวของธุรกิจที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ อาทิ ร้านอาหาร ที่พัก และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น ซึ่งเติบโตควบคู่ไปกับจำนวนผู้มาเยือน สะท้อนให้เห็นถึงพลังของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เป็นแกนกลาง นอกจากนี้ สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญในการผลักดันและขยายขอบเขตของวาทกรรมใหม่ดังกล่าวไปสู่สาธารณชนในระดับที่กว้างขวางยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น คอลัมน์ “เทรนด์” หนังสือพิมพ์ *เดลินิวส์* ฉบับวันที่ 26 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 (ภาพที่ 12) ได้นำเสนอเรื่องราวของการฟื้นคืนความหมายทางประวัติศาสตร์ของเมืองแพร่ ขณะที่วารสาร *อสท.* ซึ่งเป็นสื่อท่องเที่ยวระดับประเทศ (ภาพที่ 13) ได้ลงพื้นที่สำรวจและเผยแพร่เรื่องราวสู่สาธารณะในมิติเชิงวัฒนธรรม การปรากฏตัวของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ “แพร่แห่งระเบิด” ดังกล่าว จึงมิได้เป็นเพียงการดึงดูดความสนใจเชิงวัฒนธรรม แต่ยังสามารถนำไปสู่การ **ยกระดับภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวของอำเภอเมือง จังหวัดแพร่** อย่างมีนัยสำคัญ โดยมีศิลปะ การสื่อสาร และความทรงจำทางประวัติศาสตร์เป็นแรงขับเคลื่อนหลัก

3. การส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านพื้นที่สร้างสรรค์ ร้านกาแฟแพร่เปิดได้รับการออกแบบให้เป็น “พื้นที่เรียนรู้ระเบิดจากข้างใน” โดยจัดแสดงนิทรรศการทางประวัติศาสตร์ พื้นที่บางส่วนถูกออกแบบเป็นบอร์ดนิทรรศการแห่งระเบิด (ภาพที่ 14) กิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ และบทสนทนาเชิงวิชาการ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ในหมู่เยาวชนและประชาชนทั่วไป (ภาพที่ 15) มุ่งเน้นการปลูกจิตสำนึกและการสร้างการรับรู้อัตลักษณ์ท้องถิ่นในมิติใหม่ที่เชื่อมโยงอดีตและปัจจุบันเข้าด้วยกันอย่างมีความหมายผ่านประวัติศาสตร์ที่เล่าเรื่องแพร่แห่งระเบิดกับเสรีไทย

4. การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือทางสังคมวัฒนธรรม พื้นที่ดังกล่าวยังทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงเครือข่ายของนักประวัติศาสตร์ สถาบันการศึกษา และผู้สนใจในประเด็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นและวัฒนธรรมภูมิภาคแพร่ ผ่านกิจกรรมเสวนาและเวิร์กช็อปต่าง ๆ อันมีเป้าหมายเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และขยายผลการเรียนรู้ไปสู่สังคมวงกว้าง โดยเน้นย้ำบทบาทของท้องถิ่นในฐานะแหล่งเรียนรู้และพัฒนาวัตกรรมการทางวัฒนธรรม เกิดเครือข่ายความร่วมมือกับภาคส่วนต่าง ๆ อาทิ ร่วมกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ พระจอมเกล้าลาดกระบัง ขยายผลสู่งานวิจัยประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเมืองเก่าตำบลบ้านป็น (ภาพที่ 16)

ภาพ 12

ภาพข่าวหนังสือพิมพ์ประชาสัมพันธ์เรื่องแพร่ระบาดและขยายผลสู่การท่องเที่ยวชุมชน



หมายเหตุ. จาก บ้านปิน แพร่เปิด สถานีรถไฟน้ำเกี้ยว, โดย พิษชาพร โกศลประดิษฐ์, 26 กุมภาพันธ์ 2561, เดลินิวส์, 12. สงวนลิขสิทธิ์ 2561 โดย พิษชาพร โกศลประดิษฐ์.

ภาพ 13

เนื้อหาแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอำเภอลองแสดงสะพานห้วยแม่คำจุดทิ้งระเบิด และร้านกาแฟแพร่เปิด



หมายเหตุ. จาก “Phrae เมืองลอง มองให้ลึก,” โดย ชดาทิพย์ อำพันทอง, 2567, อสท., (4), 63. สงวนลิขสิทธิ์ 2567 โดย อสท.

ภาพ 14

นิทรรศการเรื่องแพร่แพร่เบ็ด และ เสรีไทย



(ก)



(ข)

หมายเหตุ. ภาพ (ก) บอร์ดนิทรรศการประวัติแพร่เบ็ดในส่วนจัดแสดงร้านกาแฟแพร่เบ็ด, 2553, ภาพ (ข) บอร์ดนิทรรศการเสรีไทยในพิพิธภัณฑ์เสรีไทยแพร่ สวทลขสิทธิ์ 2553 โดย เชษฐา สุวรรณสา

ภาพ 15

บรรยายสร้างการรับรู้ต่อลักษณะใหม่ให้เยาวชนที่ร้านกาแฟแพร่เบ็ด



(ก)



(ข)

หมายเหตุ. ภาพ (ก) การบรรยายประวัติศาสตร์ให้กับนักเรียนมัธยมและชวนตั้งคำถามต่อวาทกรรมอื่น ๆ ในท้องถิ่นจังหวัดแพร่, ภาพ (ข) คณะโรงเรียนบ้านป่าแดดจาก จ. น่าน มาทัศนศึกษาประวัติศาสตร์แพร่แพร่เบ็ด สวทลขสิทธิ์ 2568 โดย เชษฐา สุวรรณสา

ภาพ 16

กาแฟหระเปิดร่วมมือกับคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ พระจอมเกล้าลาดกระบัง



หมายเหตุ: เนื้อหางานวิจัยพื้นที่ประวัติศาสตร์บ้านปิน (คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ พระจอมเกล้าลาดกระบัง) สงวนลิขสิทธิ์ 2568 โดย เชษฐา สุวรรณสา

การเปรียบเทียบกับกรณีศึกษาระดับสากล และการสร้าง Social Sculpture ในบริบทไทย

เพื่อให้เข้าใจบทบาทของศิลปะเชิงแนวคิดในการทำทลายวาทกรรมและอำนาจในระดับสากล บทความนี้เปรียบเทียบกรณีศึกษา “แฟร์แห่งเปิด” กับผลงานของศิลปินระดับโลก ได้แก่ Ai Weiwei และ JR ซึ่งเป็นตัวอย่างของศิลปินที่ใช้ศิลปะเป็นเครื่องมือในการวิพากษ์และตั้งคำถามต่อโครงสร้างอำนาจในสังคม

อ้าย เว่ยเว่ย Ai Weiwei ศิลปินชาวจีนใช้ผลงานศิลปะ “Dropping a Han Dynasty Urn” (1995) เพื่อตั้งคำถามต่อคุณค่าและความหมายที่ถูกกำหนดโดยรัฐและสถาบันศิลปะกระแสหลัก การกระทำที่เขาทำลายแจกันโบราณอายุกว่า 2,000 ปี เป็นการท้าทายต่อความศักดิ์สิทธิ์ของมรดกทางวัฒนธรรมที่ถูกใช้เป็นเครื่องมือควบคุมสำนึกของสังคมในนามของอำนาจรัฐ (Ai Weiwei, 1995) (ภาพที่ 17)

ในลักษณะเดียวกัน เจอร์าร์ JR ศิลปินแนวสตรีทอาร์ตชาวฝรั่งเศส ใช้โครงการ “Inside Out Project” เพื่อสร้างพื้นที่แสดงออกให้กับกลุ่มคนที่ถูกมองข้ามในสังคม เช่น ชาวปาเลสไตน์และอิสราเอล ผ่านภาพถ่ายใบหน้าขนาดใหญ่ที่นำไปติดตั้งในที่สาธารณะ ผลงานของ JR เน้นการสร้างพื้นที่สนทนาและการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรม (JR, 2011) (ภาพที่ 18)

ภาพ 17

Dropping a Han Dynasty Urn (1995)



หมายเหตุ. จาก Ai Weiwei's Message Behind Dropping a Han Dynasty Urn, by Artsology, 2024, (<https://artsology.com/blog/2024/02/ai-weiweis-message-behind-dropping-a-han-dynasty-urn/>) Copyright 2024 by Artsology.

ภาพ 18

Gaza Wall



หมายเหตุ. จาก Face 2 Face, by JR, 2007, (<https://agencevu.com/en/serie/face-2-face-2007/>) Copyright 2007 by JR.

กรณีของ “ร้านกาแฟแห่งเปิด” แม้จะดำเนินการในบริบทท้องถิ่นขนาดเล็ก แต่ก็สะท้อนกระบวนการ “ประติมากรรมทางสังคม” Social Sculpture ของ โจเซฟ บอยส์ ที่กล่าวถึงในแง่ของการทำให้พื้นที่ศิลปะเชิงแนวคิดในรูปแบบร้านกาแฟ ใช้กระบวนการทางธุรกิจสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะ ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อเป็นเครื่องมือในการวิพากษ์อำนาจและสร้างการมีส่วนร่วมในระดับชุมชน โดยแตกต่างจากกรณีระดับสากลตรงที่ให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูอัตลักษณ์ท้องถิ่นซึ่งมีรากฐานทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เฉพาะตัว

การเลือกใช้ชื่อ “แห่งเปิด” ถือเป็นการสื่อสารเชิงศิลปะที่ทรงพลัง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของศิลปะเชิงแนวคิดที่ไม่เน้นความงามเชิงรูปธรรม แต่เน้น “เนื้อหาทางความคิด” (intellectual content) เพื่อเปิดพื้นที่สำหรับการวิพากษ์ แคลร์ บิชอป (Bishop, 2012) เสนอว่า ศิลปะแบบมีส่วนร่วม (Participatory Art) ที่แท้จริงจะต้องไม่ใช่เพียงการดึงผู้ชมเข้ามามีส่วนร่วม แต่ต้องสร้างความขัดแย้ง ความคลุมเครือ และการตั้งคำถามกับระบบที่เป็นอยู่ ร้านกาแฟแห่งเปิดสะท้อนแนวคิดนี้ได้ชัดเจน โดยการใช้พื้นที่ร้านเป็นเวทีของบทสนทนาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่ถูกกลบฝัง และการนิยามอัตลักษณ์ท้องถิ่นใหม่

ในทัศนะของโจเซฟ บอยส์ (Joseph Beuys) ศิลปินชาวเยอรมัน การกระทำทุกอย่างของมนุษย์สามารถเป็น “ศิลปะ” ได้ หากเกิดขึ้นบนฐานของจินตนาการและความปรารถนาจะเปลี่ยนแปลงโลก (Everyone is an artist) แนวคิดนี้สะท้อนอยู่ในบทบาทของร้านกาแฟแห่งเปิดที่แม้จะเป็นร้านกาแฟเล็ก ๆ แต่ได้กลายเป็น “งานศิลปะทางสังคม” (social sculpture) ที่ออกแบบให้ชุมชนมีส่วนร่วมกำหนดความหมายของอดีต และเปิดทางสู่อนาคตที่สร้างสรรค์ยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ กระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นในร้านยังสัมพันธ์กับแนวคิดการศึกษาเพื่อการวิพากษ์ (critical pedagogy) ของ เปาโล เฟรเร (Freire, 1970) ที่มองว่าการศึกษาไม่ควรเป็นเพียงการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนสู่ผู้เรียนแบบทางเดียว หากแต่ต้องเป็น “การปลุกให้ตั้งคำถาม” (conscientization) ผ่านการแลกเปลี่ยนอย่างมีวิจารณญาณ ร้านกาแฟแห่งเปิดจึงไม่ใช่พื้นที่ของการรับรู้ข้อมูลฝ่ายเดียว แต่เป็นพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ชุมชน นักท่องเที่ยว และผู้สนใจ ร่วมกันสร้างบทสนทนาใหม่ ที่ท้าทายวาทกรรมเดิมและร่วมกันนิยามคุณค่าของบ้านเกิดตนเอง

กล่าวได้ว่า ร้านกาแฟแห่งเปิดคือกรณีศึกษาของการใช้ศิลปะเชิงแนวคิดและพื้นที่สร้างสรรค์ เพื่อปลุกพลังวิพากษ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนต่อ “วัฒนธรรม” (Cultural Injustice) ที่ดำรงอยู่ในโครงสร้างความหมายของสังคม การออกแบบร้านให้เป็นสังเวียนความคิดนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า พื้นที่ทางวัฒนธรรมที่ดูเรียบง่าย สามารถมีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูอัตลักษณ์ และสร้างพลวัตใหม่ให้กับการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับท้องถิ่น

เมื่อได้ศึกษาวิเคราะห์ภาพรวม และแนวคิดต่าง ๆ จึงได้เห็นความสัมพันธ์อย่างเป็นกระบวนการ (ภาพที่ 19)

ภาพ 19

ผลการวิเคราะห์ภาพรวม ความสัมพันธ์แนวคิดต่าง ๆ



การอภิปราย : แนวคิด “วัฒนธรรม”

กับการทำความเข้าใจความไม่เป็นธรรมทางวัฒนธรรมในบริบทไทย

แนวคิด “วัฒนธรรม” มิได้เป็นเพียงการสร้างศัพท์ใหม่ในเชิงภาษา หากแต่เป็นความพยายามตั้งชื่อเพื่อเปิดโปงโครงสร้างอำนาจที่ซ่อนอยู่ในสิ่งที่สังคมเชื่อว่าเป็น “วัฒนธรรมอันดีงาม” การตั้งชื่อในลักษณะนี้เป็นการใช้ภาษาเพื่อสร้างพื้นที่การวิพากษ์ หรือที่อาจเรียกว่า **การผลิตถ้อยคำเพื่อเปลี่ยนวิธีคิด (Critical Naming)**

“วัฒนธรรม” เกิดจากการผสมระหว่างคำว่า “วัฒนธรรม” (ความเจริญ ความดีงาม) กับ “ธรรม” (สิ่งไม่เป็นธรรม) เพื่อชี้ให้เห็นว่า สิ่งที่สังคมเคยยกย่องว่าเป็นวัฒนธรรมหรือความดีงามตามครรลอง อาจแฝงกลไกของการกดทับ ควบคุม หรือจำกัดเสรีภาพของอัตลักษณ์ที่หลากหลายอย่างแนบเนียน โดยเฉพาะเมื่อ “วัฒนธรรม” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2546) ถูกนิยามจากศูนย์กลางอำนาจ แล้วถูกผลิตซ้ำให้กลายเป็นความจริงที่ไม่มีใครตั้งคำถาม

ในบริบทไทย แนวคิดนี้ยังมีความซับซ้อน เพราะวัฒนธรรมมักถูกยกให้เป็นของสูง เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือเป็น “คุณค่าที่อยู่เหนือการวิพากษ์” ความดีงามในเชิงวัฒนธรรมจึงผูกพันกับแนวคิดเรื่องศีลธรรม ความสงบเรียบร้อย และความเหมาะสม มากกว่าความเสมอภาคหรือการเคารพในความหลากหลาย ส่งผลให้ใครก็ตามที่เบี่ยงเบนจากกรอบนิยามหลัก มักถูกมองว่า “ผิดธรรม” “แหกจารีต” หรือ “ไม่รู้ที่ต่ำที่สูง”

เมื่อเปรียบเทียบกับวิธีคิดแบบตะวันตก จะพบความแตกต่างเชิงโครงสร้างอย่างมีนัยสำคัญ เพราะในโลกตะวันตก วัฒนธรรมมักถูกมองว่าเป็นระบบที่มนุษย์สามารถตั้งคำถาม วิเคราะห์ หรือเปลี่ยนแปลงได้ จึงมีการพัฒนาแนวคิดเรื่อง **สิทธิวัฒนธรรม (Cultural Rights)** มีการรับรองในปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (United Nations, 1948) และกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม (United Nations, 1966) โดยระบุว่าทุกคนมีสิทธิในการมีส่วนร่วมในชีวิตทางวัฒนธรรมของตนเอง รวมถึงสิทธิในการสืบทอดพัฒนา และปกป้องวัฒนธรรมของกลุ่มตนเอง (UNESCO, 2001; Donnelly, 2013; Shaheed, 2010)

อย่างไรก็ตาม ในบริบทไทย มักเกิดปัญหาการลดทอนความหลากหลายของวัฒนธรรมท้องถิ่น ภายใต้กรอบวาทกรรมความเป็นไทยที่ไม่เปิดช่องให้เกิดการต่อรอง นิยามนี้จึงเชื่อมโยงกับปัญหา “วัฒนธรรม” อย่างเป็นรูปธรรม ในทางกลับกัน วิธีคิดแบบตะวันออก โดยเฉพาะในสังคมไทย วัฒนธรรมมักถูกทำให้เป็นสิ่งคงที่ ไม่ควรถูกแตะต้อง เป็นความดีงามที่สังคมต้องธำรงรักษา ความคิดเช่นนี้ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นเครื่องมือในการทำให้ความไม่

เป็นธรรมกลายเป็นเรื่องปกติ เช่น การที่ท้องถิ่นถูกทำให้เจียบหาย ชาติพันธุ์ถูกทำให้เป็นของแปลก หรือกลุ่มชายขอบถูกทำให้ “ด้อยค่า” ภายใต้ชื่อของ “ความเหมาะสม” หรือ “เอกลักษณ์ไทย”

แนวคิดเรื่อง “วัฒนธรรม” คือความพยายามในการสร้างภาษาวิพากษ์ที่ทำให้มองเห็น “**ด้านกลับของวัฒนธรรม**” พื้นที่ซึ่งมักถูกทำให้เจียบงันภายใต้โครงสร้างอำนาจในสังคมไทย วัฒนธรรมที่ดูงดงาม อ่อนโยน หรือมีคุณค่าต่อจิตวิญญาณ มักถูกยกสถานะขึ้นเป็นสิ่งที่ศักดิ์สิทธิ์ เหนือการตั้งคำถาม กระทั่งกลายเป็นเครื่องมือรับรองความชอบธรรมของอำนาจที่ไม่สมดุล แนวคิดนี้ สอดคล้องกับทฤษฎี “ความรุนแรงเชิงวัฒนธรรม” (Cultural Violence) ของ โยฮัน กัลป์ตุง (Johan Galtung) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความรุนแรงไม่ได้ปรากฏเฉพาะในรูปแบบทางกายภาพหรือโครงสร้างเท่านั้น หากยังแฝงตัวอยู่ในค่านิยม ความเชื่อ และสัญลักษณ์ที่ดูเหมือนไม่มีพิษภัย เช่น วาทกรรมเรื่องความสงบเรียบร้อยหรือความเหมาะสม ที่มักใช้ควบคุมความหลากหลายทางความคิดในนามของ “วัฒนธรรม” ในทำนองเดียวกัน แนวคิด “ภาวะครอบงำทางวัฒนธรรม” (Hegemony) ของ อันโตนิโอ แกรมสกี (Antonio Gramsci) อธิบายว่า การยินยอมต่ออำนาจไม่จำเป็นต้องเกิดจากการบีบบังคับโดยตรง แต่เกิดจากการซึมซับวาทกรรมหลักโดยไม่รู้ตัว จนผู้คนยอมรับสิ่งที่ “ควรจะเป็น” โดยไม่ต้องตั้งคำถาม ขณะที่ มิเชล ฟูกูเกต์ (Michel Foucault) เสนอว่า อำนาจดำเนินไปพร้อมกับการผลิต “ความจริง” ผ่านวาทกรรม โดยกำหนดสิ่งที่พูดได้ คิดได้ และเป็นไปได้ในแต่ละยุคสมัย วัฒนธรรมจึงไม่ใช่เพียงสิ่งที่ออกงามทางจิตวิญญาณ หากยังเป็นเครื่องมือควบคุมความคิดในระดับลึก

กรณีศึกษา “แพร่แพร่เปิด” จึงเป็นตัวอย่างสำคัญของวัฒนธรรมในระดับท้องถิ่น ซึ่งเผยให้เห็นกลไกการยอมรับวาทกรรมที่ครอบงำชุมชนโดยไม่รู้ตัว และถูกกลืนกลายเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นด้านลบ และด้วยกระบวนการสร้างซ้ำได้ปิดกั้นพื้นที่ของการวิพากษ์ ทำให้เสียงของผู้รู้สึกไม่สอดคล้องกับอัตลักษณ์นี้ต้องถูกเก็บงำ เมื่อพิจารณาอย่างวิพากษ์ “แพร่แพร่เปิด” จึงไม่ใช่เพียงวาทกรรมล้อเลียน แต่เป็นภาพสะท้อนของความซับซ้อนระหว่างวัฒนธรรมอำนาจ และการนิยาม “ความจริง” ที่ครอบงำจินตนาการของชุมชน ดังนั้น การสร้างศัพท์ “วัฒนธรรม” จึงมีบทบาทเป็น **เครื่องมือเชิงวาทกรรมในการปลดล็อกกรอบความคิด** เปิดพื้นที่ให้สังคมตั้งคำถามว่า ใครเป็นผู้มีอำนาจในการนิยามว่าอะไรคือวัฒนธรรม? วัฒนธรรมใดถูกยกขึ้นให้เป็นของสูง? วัฒนธรรมใดถูกทำให้กลายเป็นเรื่องต่ำด้อยหรือเบียดเบียน? และท้องถิ่นมีสิทธิ์กำหนดนิยามวัฒนธรรมหรือไม่?

การทำความเข้าใจเช่นนี้ช่วยให้ชุมชนสามารถ **ทวงคืนสิทธิในการเล่าเรื่องตัวเอง** และสร้างกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นที่ตั้งอยู่บนฐานของ **ความเสมอภาคทางวัฒนธรรม** และ **การเคารพความหลากหลายอย่างแท้จริง** นี่จึงไม่ใช่เพียงการตั้งคำถามใหม่ แต่คือการสร้าง “ถ้อยคำที่มีพลัง” ในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการรับรู้ของสังคม

สรุปผลการศึกษาและการตอบวัตถุประสงค์

การศึกษานี้ได้ตอบวัตถุประสงค์ทั้งสามข้ออย่างครอบคลุมและสอดคล้องกันในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ กล่าวคือ ประการแรก การวิเคราะห์วาทกรรม “แพร่แพร่เปิด” ได้ชี้ให้เห็นถึงกลไกเชิงวาทกรรมที่ทำหน้าที่กดทับอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ผ่านการผลิตซ้ำภาพจำเชิงลบในลักษณะของ “ความจริง” ที่ไม่ตั้งอยู่บนหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แต่กลับฝังรากอยู่ในความรู้ของสังคมอย่างแนบเนียน การศึกษาครั้งนี้จึงทำหน้าที่เปิดเผยพยานภาพของวาทกรรมที่สามารถสร้างความไม่เป็นธรรมเชิงสัญลักษณ์ได้อย่างชัดเจน

ประการที่สอง การเสนอแนวคิด “วัฒนธรรม” (Cultural Injustice) ในฐานะกรอบแนวคิดใหม่ ได้แสดงให้เห็นถึงพลังของวัฒนธรรมที่มีได้เป็นเพียงสิ่งตีงามเชิงประเพณี หากแต่สามารถกลายเป็นกลไกของการครอบงำและลดทอนศักดิ์ศรีของกลุ่มชายขอบ เมื่อวัฒนธรรมนั้นถูกกำหนดนิยามจากศูนย์กลางอำนาจ แนวคิด “วัฒนธรรม” จึงเป็นเครื่องมือทางวิชาการที่ช่วยทำความเข้าใจมิติซ่อนเร้นของอำนาจเชิงวัฒนธรรมที่ยังไม่ได้รับการตั้งคำถามอย่างเพียงพอในสังคมไทย

ประการสุดท้าย บทบาทของศิลปะเชิงแนวคิด โดยเฉพาะในกรณีของ “ร้านกาแฟแพร่เปิด” ได้รับการวิเคราะห์ในฐานะพื้นที่ของการเรียนรู้ วิพากษ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งสะท้อนแนวคิด “ประติมากรรมทางสังคม” Social Sculpture ของ โจเซฟ บอยส์ (Joseph Beuys) และสอดคล้องกับแนวคิดการศึกษาเพื่อการวิพากษ์ (critical pedagogy) ของ เปาโล เฟรเร (Paulo Freire) ที่เน้นการปลูกจิตสำนึกผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเชิงวิพากษ์ พื้นที่ศิลปะดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงเวทีของการแสดงออก แต่ทำหน้าที่ฟื้นฟูอัตลักษณ์ที่ถูกกดทับและต่อรองนิยามใหม่ของความเป็นท้องถิ่นในเชิงสร้างสรรค์ ทั้งยังมีบทบาทในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงอดีตกับอนาคตอย่างยั่งยืน

กล่าวโดยสรุป การศึกษานี้มิได้เพียงนำเสนอกรณีศึกษาของการโต้กลับวาทกรรมเชิงลบในระดับท้องถิ่น แต่ยังวางรากฐานทางทฤษฎีสำหรับการทำความเข้าใจ “วัฒนธรรม” ในฐานะกลไกเชิงโครงสร้างที่ดำรงอยู่ในวัฒนธรรมกระแสหลัก และแสดงให้เห็นว่าศิลปะเชิงแนวคิดสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำทลายอำนาจ สร้างการเรียนรู้ และฟื้นฟูศักดิ์ศรีของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม.

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร กลั่นดอกแก้ว. (2564). ความรุนแรงเชิงวัฒนธรรมกับระบบการนับถือผู้อาวุโส : กรณีศึกษาการเรียนรู้ทางสังคมที่มีผลต่อ การใช้ความรุนแรงของผู้อาวุโสในระบบครอบครัวชนชั้นกลาง กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- คาราวานสำราญใจ. (2019). ตะลุยแพร่ แห่ระเบิด! ที่บ้านดอนทราย จ.แพร่/คาราวานสำราญใจ ตอน 48 ซีซั่น 2. [วิดีโอ]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=F9D-ZkX-iDtY>
- ชตาพิทย์ อำพันทอง. (2567). Phrae เมืองลอง มองให้ลึก. อ.ส.ท.,(4), 60–72.
- ณรงค์ จันทรางกูร. (2554). ชาวแพร่ผู้ปิดทองหลังพระ. ม.ป.ท.
- ณรงค์ จันทรางกูร. (2560). เมืองแพร่แห่ระเบิด. ม.ป.ท.
- เดลินิวส์. (2561). บ้านป็น ‘แห่ระเบิด’ สถานีรถไฟน้ำเทียว. เดลินิวส์. 12.
- ธนพล หงส์ทอง. (2565). ปฏิบัติการศิลปะในฐานะเครื่องมือพัฒนาชุมชน: กรณีศึกษาโครงการเมืองศิลปะ จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 15(1), 112–130.
- บอย พิษณุ และ ฅนอม สามโทน. (2566). เพลง แพร่แห่ระเบิด [วิดีโอ]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EdJfGpqwd1g>
- ผู้กองเบนซ์ CaptBenz. (2565). แพร่...ทำไมต้อง “แห่ระเบิด. <https://www.youtube.com/watch?v=y40Fy12IH3M&t=18s>
- พิชชาพร โกศลประดิษฐ์. (26 กุมภาพันธ์ 2561). บ้านป็น แห่ระเบิด สถานีรถไฟน้ำเทียว. เดลินิวส์. 12.
- แพร่รีวิว. (2562). ตามรอย “แพร่แห่ระเบิด”. [วิดีโอ]. Facebook. <https://www.facebook.com/phrae.review/videos/1335758119906068>
- แพร่รีวิว. (2565). เพลงแบ่แห่ระเบิด-ศิลปินลานนาวง เลอณอ. [วิดีโอ]. Facebook. <https://www.facebook.com/watch/?v=1574005922735180>
- เมืองแพร่. (2566). เพลงแพร่แห่ระเบิด บอย พิษณุ feat ฅนอม สามโทน. [วิดีโอ]. YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=EdJfGpqwd1g>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน. นานมีบุ๊คส์.
- สถาบันปรีดี พนมยงค์. (2566). พิพิธภัณฑ์เสรีไทยสายแพร่. <https://pridi.or.th/th/content/2023/11/1767>
- หอการค้าจังหวัดแพร่. (2555). แวะเยือน เพื่อนสมาชิก. แพร่การพิมพ์.

- Artsology. (2024). *Ai Weiwei's message behind dropping a Han Dynasty Urn*.
<https://artsology.com/blog/2024/02/ai-weiweis-message-behind-dropping-a-han-dynasty-urn/>
- Beuys, J. (1985). *Social sculpture: An approach to the radical reorganization of society through art*. Rizzoli international publications.
- Bishop, C. (2012). *Artificial hells: Participatory art and the politics of spectatorship*. Verso.
- Chandler, A. B. (2024). *What's the impact of negative workplace culture?*. https://www-breathehr-com.translate.google/en-gb/blog/topic/company-culture/what-impact-does-negative-workplace-culture-have-on-wider-society?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=wa
- Donnelly, J. (2013). *Universal human rights in theory and practice* (3rd ed.). Cornell University Press.
- Foucault, M. (1977). *Discipline and Punish: The birth of the prison* (A. Sheridan, Trans.). Pantheon Books.
- Freire, P. (1970). *Pedagogy of the oppressed*. Herder and Herder.
- Galtung, J. (1990). Cultural violence. *Journal of peace research*, 27(3), 291–305.
<https://doi.org/10.1177/0022343390027003005>
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the prison notebooks* (Q. Hoare & G. N. Smith, Eds.). International publishers.
- JR. (2007). *Face 2 face*. <https://agencevu.com/en/serie/face-2-face-2007/>
- MGR Online. (2555). “หมอบทศ” ปลุกแดงแพรว์ แห้โลง-เผ่าหุ่น “พิเชษฐ-ปชป.” อ้างอุกคำ “แพรว์แห้ระเบิด” หมิ่นคักดีศรี. https://mgronline.com/local/detail/9550000102041#google_vignette
- Moore, A. (2024). *kith and kin* [Installation]. Venice Biennale.
- Museum Thailand. (2562). ลูกระเบิดทำเป็นระฆังที่วัดศรีดอนคำ วัดนาตุ้ม และวัดแม่ลานเหนือ. <https://www.museumthailand.com/en/3499/storytelling/แพรว์...แห้ระเบิด/>
- Shaheed, F. (2010). *Report of the independent expert in the field of cultural rights* (A/HRC/14/36). United Nations Human Rights Council. <https://undocs.org/A/HRC/14/36>

- Smith, L. T. (2012). *Decolonizing methodologies: Research and indigenous peoples* (2nd ed.). Zed Books.
- Symmons, G. (2024). *10 warning signs of a negative corporate culture*. https://6q-io.translate.google/blog/10-warning-signs-negative-corporate-culture/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc
- The Activenews. (2020). *ปลุก 31 เมืองเก่า มาเล่าเรื่อง*. <https://www.facebook.com/photo.php?fbid=2921666061198068&id=232231380141563&set=a.240742769290424>
- UNESCO. (2001). *Universal declaration on cultural diversity*. United nations educational, scientific and cultural organization. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000127162>
- United Nations. (1948). *Universal declaration of human rights*. <https://www.un.org/en/about-us/universal-declaration-of-human-rights>
- United Nations. (1966). *International covenant on economic, social and cultural rights*. <https://www.ohchr.org/en/instruments-mechanisms/instruments/international-covenant-economic-social-and-cultural-rights>
- Wurkon. (2562). *ครบรอบ 100 ปี โดนิ์ดิลป์*. <https://www.wurkon.com/blog/122-marcel-duchamp>

กิจกรรมศิลปะ สีสันแห่งบ้านของฉัน เพื่อพัฒนาการของเด็กปฐมวัย

ศิลาลัย พัดโบก¹

ศิรินทิพย์ ยอดเสนาหา²

รับบทความ : 15 กรกฎาคม 2568

แก้ไข : 14 ตุลาคม 2568

ตอบรับตีพิมพ์ : 29 ตุลาคม 2568

¹ สาขาศิลปะและการออกแบบ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยชินวัตร อีเมล : silalai.p@sru.ac.th

² สาขาดิจิทัลอาร์ต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยชินวัตร อีเมล : sirinthip.y@sru.ac.th

บทคัดย่อ

กิจกรรมศิลปะถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการของเด็กปฐมวัย โดยเฉพาะในด้านอารมณ์และทักษะทางสังคม เนื่องจากศิลปะเปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงออกอย่างอิสระ ปราศจากข้อจำกัดจากกฎเกณฑ์ของผู้ใหญ่ ภาพวาดจึงเปรียบเสมือน “หน้าต่าง” ที่ช่วยให้ผู้ใหญ่เข้าใจโลกภายในของเด็ก ทั้งในมิติความรู้สึก ความคิด และบุคลิกภาพเฉพาะตัว นอกจากนี้ สีที่เด็กเลือกใช้ยังสะท้อนภาวะอารมณ์และสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางจิตวิทยาในการเรียนรู้และพัฒนาเด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพ กิจกรรมศิลปะสำหรับเด็กจึงมิได้เป็นเพียงการสร้างผลงาน แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่ส่งเสริมพัฒนาการอย่างรอบด้าน ครอบคลุม ร่างกาย ความคิด อารมณ์ และสังคม

กระบวนการศึกษานี้อาศัยการรวบรวมและเปรียบเทียบทฤษฎีทางพัฒนาการเด็กที่หลากหลาย ทั้งทฤษฎีการเรียนรู้ผ่านการเล่น ทฤษฎีจิตวิเคราะห์ และทฤษฎีพุทัญญา เพื่อนำไปสู่การกำหนดหัวข้อ “สีสันบ้านของฉัน” ที่เหมาะสมกับการวิจัยเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ข้อมูลจากกิจกรรมถูกสรุปและอภิปรายผลในเชิงวิชาการ โดยเน้นข้อสังเกตสำคัญว่า ศิลปะในฐานะกิจกรรมการเรียนรู้สำหรับเด็กปฐมวัยสามารถสะท้อนมิติภายในของเด็ก และเป็นเครื่องมือบูรณาการที่มีประสิทธิภาพต่อการพัฒนาแบบองค์รวม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าศิลปะไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ แต่ยังเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาอารมณ์ สังคม และ การเรียนรู้อย่างสมดุลในช่วงวัยที่สำคัญที่สุดของชีวิต

คำสำคัญ : ศิลปะ, เด็กปฐมวัย, พัฒนาการเด็ก, ความคิดสร้างสรรค์

Art activity ‘Colors of My Home’ for early childhood development

Silalai Phadboke¹
Sirinthip Yodsaneha²

Received : July 15, 2025

Revised : October 14, 2025

Accepted : October 29, 2025

¹ Lecture Faculty of Liberal Arts, Shinawatra University E-mail : silalai.p@siu.ac.th

² Lecture Faculty of Liberal Arts, Shinawatra University E-mail : sirinthip.y@siu.ac.th

Abstract

Artistic activities are a significant tool for fostering the development of young children, particularly in the emotional and social domains. Art provides a unique opportunity for children to engage in free self-expression, unconstrained by adult-imposed rules. Consequently, children's drawings serve as a "window" into their inner world, offering insights into their feelings, thoughts, and individual personalities. Furthermore, the colors selected by a child can reflect their emotional state and be utilized as a psychological instrument for effective learning and development. Therefore, art activities for children are not merely about producing a final product; they represent a comprehensive learning process that promotes holistic development, encompassing physical, cognitive, emotional, and social dimensions.

This study's methodology involved collecting and comparing of multiple child development theories, including Play-Based Learning Theory, Psychoanalytic Theory, and the Theory of Multiple Intelligences. This theoretical synthesis informed the design of the theme "The Colors of My Home" for an action research project. The data derived from the activities were analyzed, with the findings summarized and discussed academically. A key observation is that art, as a learning activity for young children, reflects their inner dimensions and serves as an effective integrative tool for holistic development. The results indicate that art not only enhances creativity but also provides a crucial foundation for balanced emotional, social, and cognitive learning during this most critical stage of life.

Keywords: Art, Early Childhood, Child Development, Creativity

ช่วงปฐมวัยถือเป็นช่วงเวลาสำคัญที่สุดของการเจริญเติบโต ซึ่งเด็กจะพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม โดยเฉพาะพัฒนาการด้านกล้ามเนื้อมัดเล็ก และการประสานสัมพันธ์ระหว่างมือกับตา ทั้งหมดล้วนเป็นทักษะพื้นฐานที่ส่งผลต่อการดำเนินชีวิตและการเรียนรู้ในอนาคต หนึ่งในเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมพัฒนาการนี้ได้อย่างสร้างสรรค์คือ “ศิลปะ” โดยเฉพาะการวาดภาพที่เปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงออกถึงจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และอารมณ์ภายในอย่างเสรี การจัดกิจกรรมศิลปะจึงไม่เพียงแต่ส่งเสริมพัฒนาการทางกายภาพ แต่ยังเป็นกระบวนการเรียนรู้เชิงจิตวิทยาและสังคมที่สำคัญ

กิจกรรม “สืบแห่งบ้านของฉัน” เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ออกแบบมาเพื่อเปิดพื้นที่ให้เด็กได้ถ่ายทอดมุมมอง ความรู้สึก และจินตนาการเกี่ยวกับ “บ้าน” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความรัก ความปลอดภัย และอัตลักษณ์ส่วนบุคคล ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์งานศิลปะอย่างเป็นธรรมชาติ การศึกษาในบทความนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์บทบาทของศิลปะกับพัฒนาการเด็กปฐมวัย โดยเฉพาะในแง่ของกล้ามเนื้อมัดเล็ก จินตนาการ และอารมณ์ผ่านกิจกรรมดังกล่าว

พัฒนาการของช่วงเด็กปฐมวัย

พัฒนาการของเด็กปฐมวัยเป็นการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวมทั้งตั้งแต่แรกเกิดถึง 6 ปีบริบูรณ์ ผ่านการอบรมเลี้ยงดู และการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ที่สนองต่อธรรมชาติ ภายใต้อิทธิพลสังคมและวัฒนธรรมที่เด็กอาศัยอยู่ โดยสอนจากการจัดประสบการณ์การเรียนรู้อย่างมีความสุข และเหมาะสมตามวัย (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) ช่วงปฐมวัยถือเป็นช่วงวัยที่สำคัญที่สุดของการเจริญเติบโต เหมาะสมในการปูพื้นฐานเพื่อยกระดับการพัฒนา คุณภาพชีวิต รวมไปถึงบุคลิกภาพของเด็กที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ในอนาคต (Jungpanich & Ployluan, 2023; ศุภศรี สุติยาภรณ์, 2567)

พัฒนาการด้านร่างกายของเด็กปฐมวัย จะต้องมีการฝึกการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็ก ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากในการดำรงชีวิตของเด็กในช่วงปฐมวัย โดยเป็นอวัยวะหนึ่งในการประกอบกิจวัตรประจำวันด้วยตนเอง (ปรารธนา กุศลโกมล และ สุรสา จันทนา, 2565) ทั้งนี้เด็กปฐมวัยเป็นวัยที่เด็กสามารถพัฒนาส่วนต่าง ๆ ของร่างกายได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยเฉพาะความสามารถด้านทักษะการใช้กล้ามเนื้อมัดเล็กและการประสานสัมพันธ์ระหว่างมือกับตา ซึ่งล้วนเป็นพื้นฐานสำคัญในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของเด็ก (สุพรรณิ ดัดอุยวัตร และ วตาภรณ์ พูลผลอำนวย, 2567)

พัฒนาการของกล้ามเนื้อเล็กของเด็กในช่วงปฐมวัยสามารถจำแนกแบ่งตามขั้นหรือระยะของการพัฒนา โดยเริ่มจากพฤติกรรมการใช้มือตะปบ จับสิ่งของด้วย 4 นิ้วมือนิ้วที่ติดกับฝ่ามือ โดยเริ่มใช้ฝ่ามือใกล้ ๆ สันมือ ก่อนเลื่อนไปยังใจกลางฝ่ามือ จากนั้นหัวแม่มือจึงค่อยเคลื่อนเข้ามาช่วย และขั้นสุดท้ายคือการหยิบของด้วยหัวแม่มือกับปลายนิ้ว (Gesell & Amatruda, 1947) หากเด็กในช่วงวัยนี้สามารถใช้กล้ามเนื้อเล็กได้อย่างคล่องแคล่วจะสามารถหยิบจับสิ่งของต่าง ๆ แต่งตัว รับประทานอาหาร แปรงฟัน ผูกเชือกกรองเท้า หรือช่วยเหลือตัวเองเบื้องต้นได้ นอกจากนี้ยังเป็นการฝึกประสาทสัมผัส และความคล่องแคล่ว ซึ่งจะนำไปสู่การอ่านและการเขียนของเด็กได้ในอนาคต (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2558)

ภาพ 1

การพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กด้วยการระบายสี



ดังนั้นพัฒนาการของเด็กปฐมวัยตั้งแต่แรกเกิดถึง 6 ปีบริบูรณ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านการใช้กล้ามเนื้อเล็กอวัยวะส่วนนิ้วและมือ ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการหยิบจับสิ่งของ การดูแลตนเองในชีวิตประจำวัน และการเรียนรู้ในอนาคต หากเด็กได้รับการฝึกฝนและส่งเสริมพัฒนาการด้านนี้อย่างเหมาะสม จะช่วยวางรากฐานที่มั่นคงให้กับทักษะต่าง ๆ ทั้งด้านการเรียน การเข้าสังคม และการดำเนินชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพเมื่อเติบโตขึ้น

บทบาทของศิลปะกับพัฒนาการของเด็กปฐมวัย

ในช่วงอายุ 3-6 ปี เด็กอยู่ในระยะของการพัฒนาทักษะพื้นฐานทั้งทางร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสังคม กิจกรรมศิลปะจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการเหล่านี้ โดยเฉพาะการวาดภาพที่เปิดโอกาสให้เด็กได้แสดงออกถึงความคิด จินตนาการ และความรู้สึก อย่างเป็นอิสระนั้น (Lowenfeld & Brittain, 1987) เป็นเหมือน “หน้าต่าง” สู่โลกภายในของเด็กที่ผู้ใหญ่สามารถใช้ในการเข้าใจและส่งเสริมพัฒนาการได้อย่างเหมาะสม และยังช่วยกระตุ้น ให้เด็กพัฒนาการอย่างเต็มศักยภาพ ให้เด็กมีความสุข สนุกสนาน เพลิดเพลินได้ถ่ายทอด ประสบการณ์ใกล้ตัวและสะท้อนความเข้าใจต่อสภาพแวดล้อมรอบตัว ความคิดสร้างสรรค์เป็น คุณสมบัติที่ต้องได้รับการฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สมองมีความคล่องตัวและความยืดหยุ่น ในการคิด

หลักสูตรแกนกลางและหลักสูตรสถานศึกษา ได้กำหนดเป้าหมายของวิชาศิลปะไว้ ชัดเจนว่าเป็นวิชาที่ใช้สำหรับพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของเด็ก (Somchai promsuwan, 2023) ช่วยส่งเสริมให้เด็กเกิดกระบวนการคิด ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และจินตนาการ ผ่าน การถ่ายทอดความรู้และความรู้สึกออกมาในรูปของงานศิลปะ (อมรรัตน์ สารบัญ, 2565) กิจกรรมเสรีที่เด็กทุกคนสามารถจะทำได้เมื่อตนเองเกิดความต้องการพอใจและสนใจ ส่งเสริม พัฒนาการของเด็กได้เป็นอย่างดี ช่วยส่งเสริมจินตนาการความคิดสร้างสรรค์ ช่วยฝึกการแก้ปัญหา ผ่อนคลายอารมณ์ ทำให้จิตใจสงบ อ่อนโยน มีสมาธิในการทำงาน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

การใช้อุปกรณ์ศิลปะต่าง ๆ อาทิ สีไม้ สีเทียน ดินน้ำมัน ยังช่วยฝึกการควบคุมมือ เสริม กล้ามเนื้อมัดเล็ก (Fine Motor Skills) และพัฒนาทักษะการประสานสัมพันธ์ระหว่างตา และมือ จนเกิดความคล่องแคล่วของกล้ามเนื้อทั้งสองข้างมากขึ้น (สุพรรณิ ดัตถุยาวัตร และ วาดารณ พูลผลอำนวย, 2567) การขีดเขียนและระบายสีอย่างตั้งใจส่งเสริมการพัฒนากล้ามเนื้อ มือและนิ้วให้แข็งแรง ซึ่งเป็นทักษะพื้นฐานสำคัญสำหรับการเขียนในอนาคต (Berk, 2013)

ดังนั้นศิลปะจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการทางด้านร่างกาย ด้านจิตใจ อารมณ์ และสังคมของเด็กปฐมวัย ไม่ว่าจะเป็นการเสริมสร้างกล้ามเนื้อมัดเล็กในการหยิบจับ อุปกรณ์ศิลปะสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ ทักษะการประสานสัมพันธ์ระหว่างตาและมือ ซึ่งเป็นส่วนที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการคิด การริเริ่มสร้างสรรค์ และจินตนาการรวมถึงพัฒนาการ ของเด็กในช่วงวัยนี้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังช่วยฝึกให้เด็กมีสมาธิและ มีความคล่องตัว ในการคิดและการแก้ปัญหา

ภาพ 2

กิจกรรมศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัย



จินตนาการของเด็กปฐมวัย

เด็กปฐมวัยอยู่ในระยะของการพัฒนาความคิดอย่างสร้างสรรค์และจินตนาการที่เป็นอิสระ เด็กวัยนี้ยังไม่มีข้อจำกัดจากกรอบของเหตุผลหรือความเหมือนจริงแบบผู้ใหญ่ จึงสามารถแสดงออกทางศิลปะได้อย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมา ภาพวาดของพวกเขาจึงเป็นสื่อสำคัญที่สะท้อนความรู้สึก ความคิด และประสบการณ์ส่วนตัวอย่างแท้จริงการวาดภาพ เด็กในวัยนี้มักแสดงให้เห็นถึง “ความแตกต่าง” อย่างชัดเจนในด้าน ขนาด รูปทรง วัตถุ พื้นผิว และตำแหน่งในการจัดวาง ซึ่งไม่ใช่ข้อผิดพลาด แต่เป็นการสะท้อนโลกภายในและพัฒนาการที่กำลังเติบโตอย่างมีความหมายผ่านกระบวนการคิดอย่างเป็นธรรมชาติ

เด็กในวัยนี้จะวาดภาพเป็นการเล่าเรื่อง (storytelling) เป็นลำดับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงหรือเหตุการณ์สมมุติ แต่เด็กจะไม่แยกแยะโลกแห่งความจริงกับจินตนาการอย่างชัดเจน เด็กมักวาดสิ่งที่มีความสำคัญกับตนเองให้มีขนาดใหญ่กว่าวัตถุอื่น เช่น วาดแม่ ตัวเอง สัตว์

เล็กลงกว่าบ้าน สะท้อนความรัก ความผูกพัน หรือความรู้สึกปลอดภัยที่ได้รับ ซึ่งแตกต่างจากมุมมองแบบเหมือนจริงที่ผู้ใหญ่วาด เด็กปฐมวัยจึงเลือกใช้เป็นรูปพื้นฐาน เช่น วงกลม สีเหลี่ยม และสามเหลี่ยม เด็กใช้รูปทรงเหล่านี้เพื่อสร้างบ้าน ต้นไม้ หรือแม้แต่ดวงอาทิตย์โดยไม่จำเป็นต้องสมจริงความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าการคิดนอกกรอบเริ่มต้นตั้งแต่วัยปฐมวัย และควรได้รับการสนับสนุน (Robinson, 2006) แต่สิ่งที่เด็กวาดจะสะท้อนความเข้าใจและสัญลักษณ์ที่เด็กกำลังเรียนรู้ เด็กมักจะวาดคนรอบครัว บ้าน ต้นไม้ ท้องฟ้า ดวงอาทิตย์ สัตว์เลี้ยง หรือสิ่งของอื่น ๆ ในจินตนาการของพวกเขาไม่ว่าจะเป็นตุ๊กตา ของเล่น ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความหมายในชีวิตประจำวันของเด็ก วาดสิ่งที่เด็กเลือกสะท้อนความสนใจและความผูกพันกับสิ่งรอบตัว จะแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับผู้อื่นอย่างชัดเจน (Lowenfeld & Brittain, 1987)

ภาพ 3

ภาพวาดแสดงอาชีพในฝันของเด็กประถมวัย



แม้เด็กจะยังไม่สามารถถ่ายทอดพื้นผิวอย่างซับซ้อนได้ แต่พวกเขาเริ่มใช้ลวดลาย เช่น เส้นซ้ำ จุด หรือลายหยัก เพื่อสื่อถึงวัสดุ เช่น หญ้า ท้องฟ้า น้ำที่กำลังเคลื่อนไหว ก้อนเมฆที่ความเข้มอ่อนไม่เท่ากัน ซึ่งแสดงถึงความเข้าใจเชิงประสาทสัมผัส เด็กอาจวางวัตถุในตำแหน่งที่ไม่เป็นไปตามหลักทัศนียภาพ เช่น ดวงอาทิตย์อยู่ใกล้บ้านเกินจริง บ้านลอยกลางอากาศ บ้านลอยฟ้า บ้านในทะเล บ้านของเจ้าหญิง ซึ่งแสดงถึงพัฒนาการทางความคิดอย่างมีนัยสำคัญ (Kellogg, 1969) สิ่งเหล่านี้คือการสะท้อนโลกภายในที่ไม่ควรถูกแก้ไข แต่ควรได้รับการส่งเสริม ดังนั้นการวาดภาพของเด็กในวัยปฐมวัยควรเน้นที่ “กระบวนการมากกว่าผลลัพธ์” ซึ่งเด็กจะได้ฝึกการคิดสร้างสรรค์ การจัดลำดับความคิด และแสดงอารมณ์ได้อย่างอิสระ ซึ่งล้วนเป็นพื้นฐานสำคัญของ พัฒนาการองค์รวม (Holistic Development) ไม่มีข้อจำกัดจากกรอบของเหตุผลหรือความเหมือนจริงผ่านการเล่าเรื่องด้วยภาพและสะท้อนความเข้าใจและสัญลักษณ์ที่เด็กกำลังเรียนรู้ในชีวิตประจำวัน

จิตวิทยาสีและผลกระทบต่ออารมณ์พฤติกรรมเด็ก

การเลือกสีที่เขานำมาใช้ก็จะบ่งบอกถึงสภาวะอารมณ์ของเด็ก ณ ช่วงเวลานั้น ซึ่งสีที่เด็กชื่นชอบนั้นไม่ได้สะท้อนแค่รสนิยม แต่ยังสะท้อนถึงสภาพจิตใจและบุคลิกภาพของแต่ละคน (Lüscher, 2008) สีมืดความไวต่อสิ่งเร้าทางประสาทสัมผัส มีอิทธิพลอย่างมากต่ออารมณ์และพฤติกรรมของเด็กในการรับรู้ สิ่งจึงทำหน้าที่เหมือน “ภาษาทางอารมณ์” ที่เด็กใช้ในการสื่อสารและรับรู้โดยไม่ต้องใช้คำพูด การให้เด็กได้เลือกสีอย่างอิสระในการวาดภาพหรือสร้างผลงานศิลปะ เป็นการส่งเสริมการใช้ความคิดเชิงสัญลักษณ์ (symbolic thinking) จะช่วยให้เด็กได้ “สร้างความหมายใหม่” ขึ้นจากสิ่งที่พบเจอในโลกจริง ผสมกับอารมณ์ ประสบการณ์ และการรับรู้ภายในของตนเอง ซึ่งทำให้ โลกภายนอกไม่ใช่สิ่งที่ถูกยึดเยียดความหมายให้ แต่เป็นสิ่งที่เด็กตีความขึ้นเองได้ในแบบเฉพาะตัว (Piaget, 1962) ใน “พื้นที่ทางอารมณ์” บนกระดานขาว ช่วยสร้างสมดุลทางอารมณ์ผ่านการสร้างสรรค์ที่ได้รับการสนับสนุนให้ทดลองใช้สีตามจินตนาการจะมีแนวโน้มในการพัฒนาทักษะด้านการแสดงออกและการควบคุมอารมณ์ที่ดีขึ้น การใช้สีในงานศิลปะของเด็กสามารถสะท้อนพัฒนาการทางสติปัญญาและอารมณ์ผ่านรูปแบบการเรียนรู้แบบสร้างองค์ความรู้ (constructivism) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Vygotsky (1978) ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบริบททางสังคม เด็กจะสามารถพัฒนาแนวโน้มในการสื่อสารและเข้าใจตนเองได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้นผ่านการใช้สีในงานศิลปะ ซึ่งแต่ละสีที่นำมาใช้จะมีความหมายของสีทางจิตวิทยาด้านอารมณ์ของเด็ก

สีโทนร้อน สีแดง สีส้ม และสีเหลือง ซึ่งช่วยกระตุ้นพลังงานและเพิ่มความตื่นตัวให้กับเด็ก สีแดงมีความโดดเด่นในการดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้เด็ก ๆ รู้สึกกระฉับกระเฉง ขณะที่สีส้มและสีเหลืองช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ ความสนุกสนาน และส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ที่มีชีวิตชีวา

สีโทนเย็น สีฟ้า สีเขียว และสีม่วง มีผลช่วยให้เด็ก ๆ รู้สึกผ่อนคลาย สบายใจ และลดความเครียด สีฟ้าช่วยสร้างบรรยากาศที่สงบ เหมาะสำหรับห้องนอนหรือพื้นที่พักผ่อน สีเขียวทำให้เด็ก ๆ รู้สึกสดชื่นและใกล้ชิดกับธรรมชาติ ช่วยลดอาการเหนื่อยล้าและสร้างสมาธิได้ดี สีม่วงให้ความรู้สึกรอบอ้อม ปลอดภัย ส่งเสริมความสงบทางอารมณ์ได้อย่างดีเยี่ยม เด็กจะมีการพัฒนาการรับรู้สีตามวัย โดยเริ่มจากการแยกความแตกต่างของความสว่าง

จนถึงการจำแนกสีพื้นฐาน เช่น แดง เหลือง น้ำเงิน และพัฒนาไปสู่การผสมสีและความเข้าใจในความหมายของสี (พรณี สวนเพลง, 2550) เด็ก ๆ มีปฏิกริยาเชิงบวกต่อสีสว่าง (เช่น สีชมพู สีฟ้า สีแดง) และมีอารมณ์เชิงลบต่อสีเข้ม เช่น สีน้ำตาล สีดำ สีเทา ปฏิกริยาทางอารมณ์ของเด็กต่อสีสว่างจะเป็นไปในทางบวกมากขึ้นตามวัย (Boyatzis & Varghese, 1994) โดยเด็กที่ใช้สีเข้มมากกว่าปกติ อาจกำลังเผชิญกับความเครียด หรือเด็กที่ใช้สีสว่างอย่างต่อเนื่อง อาจกำลังมีความสุขและรู้สึกปลอดภัย ดังนั้นการเปิดโอกาสให้เด็กได้ใช้สีอย่างหลากหลายยังสัมพันธ์กับทิศทางความคิด (Cognitive Flexibility) และการความยืดหยุ่นของการใช้สี ไม่เพียงแต่ส่งเสริมประสบการณ์ความคิดงานสร้างสรรค์ แต่ยังส่งผลดีต่อสุขภาพจิตทางด้านอารมณ์ ความรู้สึกและบุคลิกภาพในระยะยาว

กิจกรรม ‘สีสันบ้านของฉัน’

กิจกรรม ‘สีสันบ้านของฉัน’ เริ่มจากการพูดคุยกับเด็กเกี่ยวกับ ‘บ้าน’ เช่น บ้านของตนเองมีลักษณะอย่างไร มีใครอยู่บ้าง มีสิ่งใดที่ชอบหรือไม่ชอบในบ้าน จากนั้นจะกระตุ้นให้เด็กวาดภาพบ้านในแบบของตนเอง พร้อมเลือกใช้สีเพื่อเติมเต็มภาพให้มีชีวิตชีวา สีที่เด็กเลือกมักสะท้อนถึงความรู้สึกและประสบการณ์ของพวกเขา เช่น การใช้สีสดเพื่อแสดงความอบอุ่น หรือสีเข้มเพื่อแสดงถึงมุมสงบของบ้าน การที่เด็กได้สร้างภาพบ้านของตนเอง ทำให้พวกเขาได้เรียนรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ ความรู้สึกของตน และความสำคัญของ ‘บ้าน’ ในฐานะที่เป็นพื้นที่แห่งความรักและความปลอดภัย การวาดภาพเป็นกระบวนการที่ช่วยให้เด็กได้แสดงออกถึงความรู้สึกภายในอย่างเป็นธรรมชาติ เด็กในวัยนี้มีความอยากรู้อยากเห็นตามธรรมชาติ พวกเขาตื่นเต้นเมื่อได้รับโอกาสในการริเริ่มหรือทดลองสิ่งใหม่ ๆ ด้วยตนเอง หากได้รับพื้นที่ปลอดภัยในการทดลองวาดภาพโดยปราศจากข้อจำกัดหรือการตัดสิน (Wright, 2012). ซึ่งเด็ก

จะรู้สึกมั่นใจ กล้าคิด และกล้าทำมากยิ่งขึ้น การเปิดโอกาสให้เด็กได้ค้นคว้า ทดลอง และถ่ายทอดอารมณ์ผ่านงานศิลปะอย่างอิสระ ไม่เพียงแต่ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ แต่ยังเสริมสร้างพัฒนาการด้านจิตใจและสังคม เช่น ความภาคภูมิใจในตนเอง การมีสมาธิ และการแสดงออกอย่างเป็นธรรมชาติ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญต่อการเรียนรู้ในระยะยาว ซึ่งการวาดภาพสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเข้าใจพัฒนาการทางอารมณ์และสังคมของเด็กได้อีกด้วย (Edwards, 2004; Wright, 2012)

ภาพ 4

กิจกรรม ‘สีสันบ้านของฉัน’



งานศิลปะจากหัวข้อ “สีสันบ้านของฉัน” ไม่เพียงแต่สร้างความเพลิดเพลินและเปิดพื้นที่ให้เด็กปฐมวัยได้แสดงออกอย่างอิสระ แต่ยังสะท้อนพัฒนาการทางอารมณ์ ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะทางสังคมที่สำคัญ โดยเมื่อผลงานเหล่านี้ถูกนำไปจัดแสดงในห้องเรียน หรือกิจกรรมครอบครัว ผู้ปกครองสามารถมองเห็นพัฒนาการและมุมมองของเด็กผ่านสายตาของ “ศิลปินตัวน้อย” อันเป็นการสร้างสายสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างบ้านกับโรงเรียน อีกทั้งยังส่งเสริมความมั่นใจ การสื่อสาร และการยอมรับตนเองของเด็ก โดยพิจารณาในเชิงวิชาการ จำเป็นต้องอาศัย การทบทวนวรรณกรรม และ การประยุกต์ทฤษฎีพัฒนาการทางปัญญาของ Piaget ที่ชี้ว่าเด็กเรียนรู้ผ่านการลงมือทำ (hands-on experience) ทฤษฎีของ Vygotsky ที่เน้น “เขตพัฒนาที่ใกล้ที่สุด” (Zone of Proximal Development) และการเรียนรู้เชิงสังคม รวมทั้งแนวคิดทฤษฎีของ Gardner ที่อธิบายความแตกต่างของศักยภาพเด็กในด้านศิลปะ

จินตนาการ และการสื่อสาร การเปรียบเทียบทฤษฎีเหล่านี้กับผลลัพธ์จากกิจกรรมช่วยยืนยันว่า การวาดภาพบ้านไม่ใช่เพียงการฝึกศิลปะ แต่เป็นการพัฒนาความเข้าใจตนเองและผู้อื่น

กระบวนการศึกษา สามารถแสดงได้ในลักษณะกิ่งทอดลง โดยมีกลุ่มตัวอย่างเด็กปฐมวัยเข้าร่วมกิจกรรม “สีสันทันของฉัน” ผ่านขั้นตอนการสอนที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน ดังนี้

ขั้นนำ (Motivation)	สนทนาเรื่อง “บ้านของฉัน” เปิดคำถามปลายเปิด กระตุ้นความสนใจ
ขั้นสอน (Exploration)	แจกวัสดุ เช่น ดินสอสี สีเทียน กระดาษ ให้วาดภาพบ้านหรือครอบครัว พร้อมบรรยายประกอบ
ขั้นสรุป (Reflection)	ให้เด็กเล่าเรื่องราวจากภาพ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นในกลุ่ม และครู/ผู้ปกครองสะท้อนข้อสังเกต
อุปกรณ์/สื่อ	ดินสอสี สีไม้ สีเทียน กระดาษ A4 ภาพตัวอย่างบ้าน
ระยะเวลา	40-60 นาที

การประเมินผลใช้การสังเกตพฤติกรรม (Observation checklist) การประเมินชิ้นงาน (Portfolio) และการประเมินการสื่อสารของเด็ก

ข้อสังเกตทางวิชาการ พบว่าเด็กแต่ละคนมีการเลือกใช้สีและการจัดวางองค์ประกอบที่สะท้อนภาวะอารมณ์ ความมั่นใจ และทักษะการคิดเชิงนามธรรมที่แตกต่างกัน การให้โอกาสเด็กเล่าเรื่องประกอบภาพยังเป็นการบูรณาการทักษะทางภาษาและการสื่อสารเข้ากับทักษะทางศิลปะ กิจกรรมจึงเป็นทั้ง พื้นที่แห่งการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ และ กระบวนการวัดประเมินพัฒนาการ ที่ครอบคลุมทั้งด้านกาย จิตใจ และสังคม

ตาราง 1

ผลงานและคำอธิบายภาพวาดของเด็กในกิจกรรม ‘สีสันทันของฉัน’

ผลงานของเด็กปฐมวัย	คำอธิบาย
ผลงานของเด็กปฐมวัยในกิจกรรม 	ภาพวาดนี้แสดงให้เห็นถึงจินตนาการและความรู้สึกผ่านการใช้สีสดใส เด็กวาดภาพบ้านสี่มุมตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่มีทุ่งหญ้าเขียวขจี ภูเขาหลากสี และท้องฟ้าที่เต็มไปด้วยเมฆสีสดต่าง ๆ พร้อมดวงอาทิตย์สีเหลืองสดใสที่ส่องแสงอยู่บนท้องฟ้า รายละเอียดเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงความอบอุ่นและความสุขในมุมมองของเด็กที่มีต่อบ้านและครอบครัว

ผลงานของเด็กปฐมวัย	คำอธิบาย
ผลงานของเด็กปฐมวัยในกิจกรรม 	ภาพวาดนี้แสดงถึงเด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่ยืนอยู่ท่ามกลางทุ่งหญ้าสีเขียว รายล้อมไปด้วยดอกไม้หลากสี เธอสวมกระโปรงสีชมพูและมีปีกคล้ายนางฟ้า แสดงออกถึงความฝัน จินตนาการ และความสุขในโลกแห่งความเป็นเด็ก เบื้องหลังเป็นท้องฟ้าสีฟ้าสดใส มีทั้งเมฆ ดวงอาทิตย์ และสายฝนโปรยปรายอย่างอ่อนโยน ซึ่งสะท้อนถึงอารมณ์และความรู้สึกที่ละเอียดอ่อนของเด็ก
ผลงานของเด็กปฐมวัยในกิจกรรม 	ภาพวาดนี้สื่อถึงบรรยากาศที่เต็มไปด้วยความสุขและจินตนาการ เด็กวาดภาพตนเองในชุดสีชมพูสดใส ยืนอยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่มีหญ้าเขียว ต้นไม้ และดวงอาทิตย์ที่ส่องแสงอย่างอบอุ่นบนท้องฟ้า ในภาพยังมีการใช้สีเหลืองและส้ม แสดงถึงแสงแดดและบรรยากาศอันร่าเริง รายละเอียดต่าง ๆ สะท้อนถึงความรู้สึกที่สดใส เบิกบาน และปลอดภัย ภาพวาดนี้แสดงถึงพัฒนาการทางอารมณ์ที่ดี ความมั่นใจในตนเอง และการสื่อสารความรู้สึกผ่านศิลปะอย่างชัดเจน

ดังนั้น “สี่สັນบ้านของฉัน” จึงไม่ใช่เพียงแค่งิจกรรมศิลปะทั่วไป หากแต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่หล่อหลอมความคิด ความรู้สึก และจินตนาการของเด็กปฐมวัยผ่านโลกใบเล็กที่เต็มไปด้วยสี่สັນที่เด็กสร้างขึ้นเอง การสอนศิลปะสำหรับเด็กปฐมวัยนั้นไม่เน้นการเลียนแบบเหมือนจริง และเปิดโอกาสให้นักเรียนใช้จินตนาการของตนเองมากที่สุด ผู้สอนควรให้คะแนนจากจินตนาการ ความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำแบบใคร การแสดงออกเฉพาะตน มากกว่าความสวยงามตามกรอบมาตรฐาน เนื่องจากศิลปะไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว จึงมักถูกนำไปใช้ในกิจกรรมส่งเสริมจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์ เด็กที่ผ่านการเรียนศิลปะจึงมักเป็นเด็กที่กล้าแสดงออก ทั้งผ่านการแสดงละคร ร่ายรำ รวมไปถึงการขีดเขียนจินตนาการอย่างอิสระออกมาเป็นภาพวาด ซึ่งตอบสนองจินตนาการของเด็กได้ดีกว่าทางอื่น แต่เป็นกระบวนการเรียนรู้ที่หล่อหลอมความคิด ความรู้สึก และจินตนาการของเด็กวัยเยาว์ผ่านโลกใบเล็กที่เต็มไปด้วยสี่สັນของพวกเขาเอง

อภิปรายผล

จากการดำเนินกิจกรรม “สี่ส้านบ้านของฉัน” พบว่า เด็กปฐมวัยสามารถถ่ายทอดความคิดและอารมณ์ผ่านการใช้สีและการวาดภาพได้อย่างเป็นธรรมชาติ การเลือกใช้สีสดใสหรือสีเข้มไม่เพียงแต่สะท้อนความชอบส่วนตัว แต่ยังแสดงออกถึงสภาวะอารมณ์และประสบการณ์ชีวิตของเด็กในช่วงเวลานั้น ๆ การที่เด็กได้มีโอกาสเล่าเรื่องประกอบภาพ ยังช่วยเสริมสร้างทักษะการสื่อสารและการคิดเชิงนามธรรม ควบคู่ไปกับการพัฒนากล้ามเนื้อเล็กที่จำเป็นต่อการเขียนและการทำกิจกรรมในอนาคต

ผลลัพธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Piaget, J. (1962). ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการลงมือทำ (hands-on experience) และ Vygotsky, L. S. (1978). ที่อธิบายการเรียนรู้ผ่าน “เขตพัฒนาที่ใกล้ที่สุด” (Zone of Proximal Development) โดยการได้รับคำชี้แนะและพื้นที่ปลอดภัยในการทดลอง เด็กจะสามารถพัฒนาศักยภาพได้สูงกว่าการทำด้วยตนเองเพียงลำพัง

การต่อยอดกิจกรรม “สี่ส้านบ้านของฉัน” สามารถนำมาบูรณาการในห้องเรียนได้อย่างหลากหลาย โดยครูอาจใช้การวาดภาพบ้านเป็นกิจกรรมเชื่อมโยงกับวิชาอื่น ๆ เช่น ภาษาไทย โดยให้เด็กแต่งประโยคสั้น ๆ เล่าเรื่องประกอบภาพ คณิตศาสตร์โดยสอดแทรกการนับจำนวนหน้าต่าง ประตู หรือคนในบ้าน และสังคมศึกษาโดยชวนเด็กพูดคุยเกี่ยวกับครอบครัวและบทบาทของสมาชิก การนำเสนอภาพถ่ายผลงานของเด็กในงานวิจัยหรือบทความ จำเป็นต้องคำนึงถึงหลักจริยธรรม โดยต้องได้รับความยินยอมจากผู้ปกครองและกลุ่มตัวอย่าง (เด็กในภาพ) อย่างชัดเจน ทั้งนี้เพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิส่วนบุคคลและสร้างความเชื่อมั่นต่อการเผยแพร่ผลงาน นอกจากนี้ยังสามารถจัดนิทรรศการผลงานในห้องเรียนเพื่อสร้างความภาคภูมิใจให้เด็ก และเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองได้สื่อสารกับบุตรหลานผ่านงานศิลปะโดยการชวนเด็กวาดภาพห้องของตนเอง หรือสถานที่ที่ชอบไปกับครอบครัว เพื่อสะท้อนความรู้สึกและเปิดโอกาสให้เกิดการสนทนาภายในบ้าน การจัด “มุมศิลปะ” เล็ก ๆ ไว้ในบ้านให้เด็กได้วาดและระบายสีอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการนำผลงานมาติดประดับที่บ้าน ก็เป็นวิธีหนึ่งที่ช่วยสร้างกำลังใจและการยอมรับให้กับเด็ก

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560*. ชุมชนสหกรณ์
การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- พรรณี สวนเพลง. (2550). สี่และพัฒนาการของเด็ก. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ขอนแก่น*, 30(2), 15-24
- ปรารณา กุศลโกล และสุรสา จันทนา. (2565). การพัฒนาความสามารถในการใช้กล้ามเนื้อ
มัดเล็กของเด็กปฐมวัยด้วยกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์. *วารสารพุทธสังคมวิทยาปริทรรศน์*,
7(3), 155-164.
- ศุภศรี สุตติยาภรณ์. (2567). การพัฒนากล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัย โดยใช้กิจกรรม การ
วาดภาพระบายสี. *วารสารปัญญาลิขิต*, 3(3), 1-10
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2558). *นโยบายสำนักงานคณะกรรมการการ
ศึกษาขั้นพื้นฐาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2558*. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สุพรรณิ ดัดถุยาวัตร และวตาภรณ์ พูลผลอานวย. (2567). การพัฒนาความสามารถในการใช้
กล้ามเนื้อมัดเล็กของเด็กปฐมวัยโดยการจัดกิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์. *วารสารมนุษยศาสตร์
ราม วัตรจอมมณี*, 7(6), 517-528.
- อมรรัตน์ สารบุญ. (2565). การพัฒนาพฤติกรรมทางสังคมของนักเรียนชั้นปฐมวัย โดยการจัด
กิจกรรมศิลปะสร้างสรรค์เน้นกระบวนการกลุ่ม. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี*, 1(2),
65-72. สืบค้น จาก <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JLA/article/view/1477>
- Berk, L. E. (2013). *Infants, Children, and Adolescents* (7th ed.). Pearson Education.
- Boyatzis, C. J., & Varghese, R. (1994). Children's emotional associations with
colors. *The journal of genetic psychology*, 155(1), 77-85.
- Edwards, L. C. (2004). *The creative arts: A process approach for teachers and
children* (3rd ed.). Merrill/Prentice Hall.
- Gesell, A. & Amatruda, C. S. (1947). *Developmental diagnosis*. Hoeber.
- Jungpanich, P., & Ployluan, W. (2023). การศึกษาสถานการณ์พัฒนาการเด็กปฐมวัย ไทย
ปี 2564. *Thailand journal of health promotion and environmental health*,
46(1), 41-53.
- Kellogg, R. (1969). *Analyzing children's art*. National press books.
- Lowenfeld, V., & Brittain, W. L. (1987). *Creative and mental growth* (8th ed.).
Macmillan.
- Lüscher, M. (2008). *Lüscher-test color-diagnostic*. Color-Test Verlag.

- Piaget, J. (1962). *Play, dreams and imitation in childhood*. W. W. Norton & Company.
- Somchai promsuwan. (2023). Art activity for children enhance creative thinking. *Journal of information technology and innovation*, 22(1), 15–28. retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/oarit/article/view/272966>
- Robinson, K. (2006). *Do schools kill creativity?* [Video]. TED Conference. https://www.ted.com/talks/sir_ken_robinson_do_schools_kill_creativity
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes* (M. Cole, V. John-Steiner, S. Scribner, & E. Souberman, Eds. & Trans.). Harvard University Press.
- Wright, S. (2012). *Children, meaning-making and the arts* (2nd ed.). Pearson Education.

ทางเลือกทางรอด: วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติ สู่ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์

ชิสา สุวรรณนาวิน ¹

พัชชา อุทิสวรรณกุล ²

ศิวรี อรัญนารล ³

รับบทความ : 19 มิถุนายน 2568

แก้ไข : 24 ตุลาคม 2568

ตอบรับตีพิมพ์ : 29 ตุลาคม 2568

¹ นิสิตปริญญาเอก ภาควิชาานุมิติศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีเมล : chisa.swn@gmail.com

² ศาสตราจารย์ ดร.ภาควิชาานุมิติศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีเมล : patcha.u@chula.ac.th

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาควิชาานุมิติศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อีเมล : siwaree.a@chula.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางการใช้วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืน อุตสาหกรรมแฟชั่นกำลังเผชิญความท้าทายด้านการใช้ทรัพยากรที่ยั่งยืน ทำให้วัสดุธรรมชาติ ได้รับความสำคัญเพิ่มขึ้น เช่น เส้นใยสับปะรด กล้วย อ้อย ไมซีเลียม และเส้นใยโปรตีนแมงมุม สังเคราะห์ เนื่องจากย่อยสลายได้ ทดแทนวัสดุสังเคราะห์หรือหนังสัตว์ และยังมีคุณสมบัติที่เหมาะสมต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จากการทบทวนข้อมูลพบว่า จุดร่วมสำคัญของวัสดุเหล่านี้คือการช่วยลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม การสร้างมูลค่าเพิ่มทาง เศรษฐกิจ และการตอบสนองต่อผู้บริโภครุ่นใหม่ที่ใส่ใจความยั่งยืน อีกทั้งยังสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้อย่างหลากหลาย ตั้งแต่เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า ไปจนถึงผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Home & Living ซึ่งสะท้อนว่าไม่ได้เป็นเพียงวัสดุทดแทน แต่เป็นโอกาสในการสร้างคุณค่าใหม่ การต่อยอดและพัฒนาอุตสาหกรรมโดยรวม แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดแฟชั่นที่ หมุนเวียนทรัพยากรเพื่อลดของเสีย (Circular Fashion) และ แฟชั่นที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Slow Fashion) ยึดอายุการใช้งานสินค้า ซ่อมแซม รีไซเคิล และหมุนเวียนทรัพยากร ให้ บรรลุเป้าหมายความยั่งยืนในเชิงระบบ ผู้เขียนวิเคราะห์ว่าความยั่งยืนได้กลายเป็นจุดร่วม เชิงกลยุทธ์ที่อุตสาหกรรมแฟชั่นไม่อาจหลีกเลี่ยง และอนาคตของแฟชั่นไลฟ์สไตล์จำเป็นต้อง อาศัยความร่วมมือจากนักออกแบบ นักวิทยาศาสตร์ และผู้ประกอบการ ในการบูรณาการ องค์ความรู้ด้านวัสดุศาสตร์ เทคโนโลยี และการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรม แฟชั่นที่มีทั้งคุณภาพ ความงาม และความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง

คำสำคัญ : วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติ, ผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์, แฟชั่นยั่งยืน

Survival Alternatives: Naturally derived Materials for Fashion and Lifestyle Products

Chisa Suwannawin ¹

Patcha U-Tiswannakul ²

Siwaree Arunyanart ³

Received : June 19, 2025

Revised : October 24, 2025

Accepted : October 29, 2025

¹ Doctoral candidate, Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University
E-mail: chisa.swn@gmail.com

² Professor, D.F.A., Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University
E-mail: patcha.u@chula.ac.th

³ Assistant Professor, Ph.D., Department of Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University
E-mail: siwaree.a@chula.ac.th

Abstract

This academic article aims to explore approaches for utilizing natural alternative materials in the development of fashion and lifestyle products in order to reduce environmental impacts and promote sustainability. The fashion industry is currently facing challenges related to unsustainable resource use, leading to the growing importance of natural materials such as pineapple fiber, hemp, sugarcane, mycelium, and spider silk proteins. These materials are biodegradable, capable of replacing synthetic fibers or animal leather, and suitable for creating environmentally friendly products. A review of the literature reveals key commonalities: reducing environmental impacts, adding economic value through unique identity, and meeting the expectations of new-generation consumers who value sustainability. Furthermore, these materials can be applied across diverse sectors, from clothing, footwear, and bags to home and living products such as furniture, curtains, and décor. This indicates that natural alternatives are not merely substitutes but opportunities to create new value and to advance the overall fashion industry. Such trends align with the concepts of Circular Fashion and Slow Fashion, which emphasize longevity, repair, recycling, and resource circulation to achieve systemic sustainability. The author concludes that sustainability has become a strategic imperative for the fashion industry, and the future of fashion and lifestyle products requires collaboration among designers, scientists, and entrepreneurs to integrate material science, technology, and creative design. This integration is vital for producing fashion innovations that embody quality, aesthetics, and genuine responsibility toward society and the environment.

Keywords: Naturally derived materials, Fashion and lifestyle products, Sustainable fashion

ปัจจุบันวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติเป็นแนวโน้มที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องจากสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ได้อย่างยั่งยืน โดยข้อมูลจาก Global Fashion Agenda (2566) ระบุว่า มากกว่า 60% ของผู้บริโภคแฟชั่นให้ความสำคัญกับการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สะท้อนให้เห็นว่าวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติกำลังได้รับการยอมรับและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นในระดับสากล วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติที่นำมาใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์ ยังถือเป็นนวัตกรรมวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติที่ยั่งยืนในอนาคต ได้อีกด้วย โดยวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติในกระบวนการนี้ คือวัสดุที่มาจากทรัพยากรธรรมชาติ และผ่านกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม วัสดุเหล่านี้สามารถแบ่งออกเป็นหลายประเภท ได้แก่ วัสดุจากพืช เช่น เส้นใยจากสับปะรด กัญชง และไผ่ เป็นต้น วัสดุจากเชื้อรา และจุลินทรีย์ เช่น หนังจากเห็ดรา เป็นต้น และวัสดุชีวภาพจากโปรตีนแมลงหรือแบคทีเรีย การใช้วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติทำให้อลดการใช้ทรัพยากรและลดปริมาณขยะสิ่งทอที่เกิดขึ้น ในอุตสาหกรรมแฟชั่นได้ โดยบทบาทของวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติที่นำมาใช้ในแฟชั่นไลฟ์สไตล์ในปัจจุบันเป็นกระแสสังคมที่ผู้คนส่วนใหญ่ทั่วโลกต่างให้ความสนใจมากกว่าวัสดุสังเคราะห์ และหลายแบรนด์แฟชั่นชั้นนำได้เริ่มนำวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติมาใช้ในการกระบวนการผลิตเพิ่มขึ้น เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของโลก

นอกจากนั้นนวัตกรรมด้านวัสดุยังช่วยให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่สามารถย่อยสลายทางชีวภาพได้ และมีผลดีในการเกิดวัสดุเชิงนิเวศที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมให้ผู้บริโภคหันมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด (Green Product) รวมถึงยังดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ ๆ ที่มีความใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้ามาใช้บริการเพิ่มขึ้นและยังเพิ่มความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีจุดเด่นด้านความยั่งยืน ความรักโลก จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุชีวภาพมีความโดดเด่นและแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ รวมถึงในด้านคุณสมบัติของวัสดุชีวภาพยังใกล้เคียงหรือดีกว่าวัสดุแบบดั้งเดิมอีกด้วย จึงมีการนำวัสดุชีวภาพมาใช้ในการพัฒนาแฟชั่นที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เพื่อลดการใช้ทรัพยากรของโลกที่จะหมดไปได้ ปัจจุบันจึงมีการพัฒนาวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติให้สามารถผลิตได้ในเชิงอุตสาหกรรมแฟชั่น และยังมีแนวโน้มที่จะได้รับการพัฒนาให้มีคุณภาพเพิ่มขึ้น จากนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐที่สนับสนุนการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมใน

อุตสาหกรรมแฟชั่น อาทิ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ของประเทศไทย ที่เน้นการสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียนและการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในภาคอุตสาหกรรมแฟชั่น

ดังนั้นวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติจึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์ที่ยั่งยืน ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และตอบสนองต่อความต้องการของตลาด คาดว่าแนวโน้มของอุตสาหกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในอนาคต และเพิ่มการนำวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติมาใช้ในทุกภาคส่วน เพราะผู้บริโภคเริ่มตระหนักรู้เกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมเพิ่มขึ้น จึงต้องการผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้นด้วย และแบรนด์แฟชั่นต่าง ๆ ตอบสนองด้วยการนำวัสดุที่ยั่งยืนมาใช้ นอกจากนี้รัฐบาลยังบังคับใช้กฎระเบียบที่เข้มงวดยิ่งขึ้น เพื่อลดการปล่อยคาร์บอนและส่งเสริมความยั่งยืน ผลักดันการเปลี่ยนแปลงไปสู่การใช้วัสดุที่ยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่นต่อไป

ประเภทวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติ

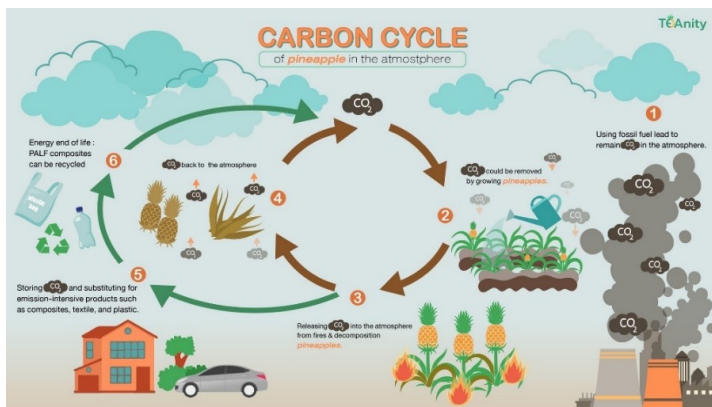
ปัจจุบันวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติได้รับความสนใจมากขึ้นในอุตสาหกรรมแฟชั่น อันเป็นผลมาจากแนวโน้มการพัฒนาอย่างยั่งยืน วัสดุเหล่านี้มีคุณสมบัติในการย่อยสลายได้ทางชีวภาพ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถนำมาใช้ทดแทนวัสดุแบบดั้งเดิมที่ก่อให้เกิดมลภาวะสูง อาทิ โพลีเอสเตอร์ ซึ่งเป็นวัสดุสังเคราะห์ที่ผลิตจากพลาสติก ไม่สามารถย่อยสลายได้ง่ายและยังต้องใช้พลังงานสูงในกระบวนการผลิต หรือหนังสัตว์ มักเกี่ยวข้องกับการใช้สารเคมีที่เป็นอันตรายในการฟอก รวมถึงการเลี้ยงสัตว์ที่ส่งผลต่อการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การทิ้งวัสดุเหล่านี้ที่ไม่สามารถย่อยสลายได้กลายเป็นสาเหตุสำคัญของปัญหาสิ่งแวดล้อมในปัจจุบัน ทั้งนี้อุตสาหกรรมเส้นใยและวัสดุกาลังเคลื่อนตัวไปสู่ทิศทางที่ยั่งยืนมากขึ้น โดยมีการพัฒนามาตรฐานและการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตามยังมีข้อกังขาว่าขนาดใหญ่ โดยเฉพาะในด้านการใช้วัสดุรีไซเคิล ยังอยู่ในสัดส่วนที่ต่ำ หากการผลิตยังคงขยายตัวตามแนวทางเดิมโดยไม่เปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรม การบรรลุเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมก็อาจเป็นเรื่องท้าทายและยากยิ่งขึ้นในอนาคต ด้วยเหตุนี้ วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติจึงถูกมองว่าเป็นคำตอบในการลดมลภาวะและบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างแท้จริง ทั้งยังช่วยสร้างความสมดุลระหว่างการผลิตกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ โดยสามารถจำแนกประเภทของวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติที่ใช้ในการผลิตสิ่งทอแฟชั่นออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่

1. **วัสดุจากพืช** ได้แก่ เส้นใยจากสับปะรด กัญชง อ้อย ฯลฯ วัสดุเหล่านี้มักได้มาจากเศษเหลือทิ้งทางการเกษตร เช่น ใบสับปะรด ใบอ้อย หรือเปลือกต้นกัญชง ฯลฯ นำมาผ่านกระบวนการสกัดและแปรรูปเป็นเส้นใยธรรมชาติที่มีคุณสมบัติย่อยสลายได้ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถนำไปปั่นเป็นด้ายและทอเป็นผืนผ้า ใช้ผลิตเสื้อผ้า หมวก กระเป๋า รวมถึงของตกแต่งบ้าน จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรที่กล่าวมาข้างต้น สามารถเปลี่ยนเป็นเส้นใยจากพืชได้หลากหลายชนิด แต่ละชนิดมีคุณสมบัติและการใช้งานที่แตกต่างกันไป วัสดุจากพืชแต่ละชนิดมีคุณสมบัติและแนวทางการแปรรูปที่แตกต่างกัน โดยสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้

1.1 เส้นใยจากสับปะรด (Pineapple Fiber) สับปะรดเป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศไทย เนื่องจากมีการผลิตในปริมาณมากและส่งออกไปยังหลายประเทศทั่วโลก ทั้งในรูปของผลสดและผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปจากสับปะรด เช่น น้ำสับปะรด สับปะรดแปรรูป สับปะรดอบแห้ง ผลิตภัณฑ์กระดาษจากสับปะรด ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีการนำสับปะรดไปใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ อาทิ การผลิตเส้นใยจากก้านสับปะรด สามารถนำมาผลิตเป็นผ้าที่มีคุณสมบัติพิเศษ เช่น ผ้าที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

ภาพ 1

วัฏจักรการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ของสับปะรดในชั้นบรรยากาศ



หมายเหตุ. จาก การศึกษาการใช้ประโยชน์จากใบสับปะรดเหลือทิ้ง มุ่งสู่เป้าหมายการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ และใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์, โดย ทวีชัย อมรศักดิ์ชัย, 2564, (<https://science.mahidol.ac.th/sdgs/12-001/>). Copyright 2023 Faculty of Science, Mahidol University.

สิ่งทอจากผ้าใยสับปะรดเป็นนวัตกรรมที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับพืชเศรษฐกิจอย่าง สับปะรด โดยนำเส้นใยจากใบสับปะรดมาผลิตเป็นผ้า ช่วยลดขยะจากภาคเกษตรกรรม ประกอบกับเกษตรกรส่วนใหญ่มักนำใบสับปะรดมาเผาทำให้เกิดฝุ่นควันและมลภาวะ จึงเป็นการ สร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นได้อีกด้วย ปัจจุบันผลิตภัณฑ์สิ่งทอแบรนด์ Panas ทำจากเส้นใย ที่ทำจากใบสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียให้คุณสมบัติเส้นใยเหนียว จึงมีความสามารถในการดูดซึ่ม สีมากกว่าผ้า 4 เท่า มีความมันแวววาว ยิ่งซักยิ่งนุ่ม และยังเป็นผ้าออร์แกนิกส์ 100% เพราะ เป็นสับปะรดอินทรีย์ธรรมชาติ ในขณะเดียวกัน การนำใบสมุนไพรที่ปลูกในท้องถิ่น เช่น ใบสัก ใบเพกา ใบโกโก้ ผ่าง และดอกกุหลาบ มาย้อมสีแล้วทอเป็นเสื้อผ้า หมวก กระเป๋า และตุ้มหู ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่เป็นแฟชั่นอย่างยั่งยืน (sustainable fashion) จากผ้าเส้นใยสับปะรด โดยการนำใบสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวีย ซึ่งเป็นวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรในพื้นที่ของจังหวัด เชียงราย มาผลิตเป็นเส้นใยที่มีความนุ่มแต่แข็งแรงทนทาน เส้นใยจะถูกนำมาผ่านกระบวนการ ย้อมสีโดยเทคนิคเฉพาะให้สีติดทน แล้วจึงทอออกมาเป็นผ้าโดยออกแบบลวดลายตาม อัตลักษณ์ของชาวเชียงของที่เรียกว่า “ลายน้ำไหล” ก่อนจะนำมาผลิตเป็นเสื้อผ้า หมวก กระเป๋า และสามารถใช้เทคโนโลยีนาโนในการเพิ่มคุณสมบัติการสะท้อนน้ำและเพิ่มกลิ่นให้ กับผ้าได้ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า ถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นับเป็นหนึ่งใน เทรนด์ของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน (BrandAgeOnline, ม.ป.ป.) จะเห็นได้ว่าการต่อยอดและพัฒนา ผลิตภัณฑ์จากใบสับปะรดมีความเป็นไปได้สูง ทั้งในด้านการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ การเพิ่ม คุณสมบัติของวัสดุด้วยเทคโนโลยีใหม่ ๆ ตลอดจนการขยายตลาดสู่ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญ กับความยั่งยืน ดังนั้นประเด็นสำคัญที่ควรพิจารณาต่อไปคือแนวทางการพัฒนาวัสดุนี้ในอนาคต

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบสับปะรด

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใบสับปะรด (Piñatex) ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นใน อุตสาหกรรมแฟชั่นและสินค้าไลฟ์สไตล์ เนื่องจากเป็นวัสดุที่ย่อยสลายได้และเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม กระบวนการผลิตเริ่มต้นด้วยการสกัดใยจากใบสับปะรด ซึ่งเป็นวัสดุเหลือทิ้งจาก การเกษตร จากนั้นนำมาผ่านกระบวนการแปรรูป เพื่อเพิ่มความแข็งแรงและความยืดหยุ่น ทำให้สามารถนำไปใช้แทนหนังสัตว์หรือวัสดุสังเคราะห์ในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า และรองเท้า เป็นต้น โดย Piñatex เป็นวัสดุที่ทาง H&M เลือกมาใช้แทนหนัง ทำจากเส้นใย ของใบสับปะรด ผู้ผลิตได้อธิบายว่าเมื่อเกษตรกรเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วใบของสับปะรดจะถูก นำมาเผาหรือถูกทิ้งให้เน่าเปื่อย ดังนั้นการนำใบสับปะรดมาผลิตเป็นหนังจะช่วยให้เกษตรกร

มีรายได้เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ piñatex เป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและรับผิดชอบต่อสังคม ด้วย (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2562) การใช้เส้นใยใบสับปะรดซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เหลือทิ้งจากการเกษตรทำให้อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด Piñatex เหมาะสำหรับใช้กับแฟชั่น เครื่องประดับ และเครื่องเบาะ โดยถูกใช้ในแบรนด์ต่าง ๆ มากกว่า 1,000 แบรนด์ทั่วโลก รวมถึง Hugo Boss, H&M และโรงแรม Hilton (alternativeleathers, 2568) แนวทางการพัฒนาวัสดุจากใบสับปะรดในอนาคต ควรมุ่งเน้นไปที่การยกระดับคุณสมบัติของวัสดุให้ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่หลากหลายยิ่งขึ้น อาทิ การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูป เพิ่มความคงทนและความยืดหยุ่น การปรับปรุงกระบวนการย้อมสีให้ได้มาตรฐานสากลและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เสริมคุณสมบัติพิเศษตามความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรสนับสนุนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ที่เชื่อมโยงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความแตกต่างในตลาดโลก และควรมีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ผู้ประกอบการ นักออกแบบ และภาครัฐ เพื่อผลักดันให้วัสดุจากใบสับปะรดเป็นหนึ่งในทางเลือกหลักของอุตสาหกรรมแฟชั่นเชิงยั่งยืนต่อไป

ภาพ 2

H&M เปิดตัวคอลเลกชันแฟชั่นแบบยั่งยืนผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้วัสดุที่ทำจากใบสับปะรด เปลือกส้ม และสาหร่าย



หมายเหตุ. From H&M Conscious Exclusive Campaign 2019, by Emma, 2019, (<https://www.myfacehunter.com/2019/03/hm-conscious-exclusive-2019-campaign.html>). Copyright 2025 My Face Hunter.

วัสดุสิ่งทอจากใยสับปะรดมีส่วนสำคัญในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนในท้องถิ่น อีกทั้งยังได้รับการยอมรับในอุตสาหกรรมแฟชั่นระดับโลก ซึ่งสะท้อนถึงความเป็นไปได้ของการพัฒนาวัสดุธรรมชาติอื่น ๆ ให้ก้าวเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ได้เช่นเดียวกัน

1.2 เส้นใยกัญชง (Hemp Fiber) เส้นใยกัญชงเป็นเส้นใยธรรมชาติที่ได้จากต้นกัญชง (*Cannabis sativa* L.) ชื่อสามัญ Hemp (เฮมพ์) เป็นพืชตระกูลเดียวกับกัญชา แต่มีปริมาณสารมีสาร tetrahydrocannabinol (THC) น้อยกว่า 0.3% จนไม่ก่อให้เกิดผลทางจิตประสาท (Nitayaporn, 2562) เส้นใยกัญชงได้รับความนิยมในอุตสาหกรรมสิ่งทอและวัสดุทดแทนต่าง ๆ เนื่องจากคุณสมบัติที่แข็งแรง ทนทาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เส้นใยกัญชงของไทยจัดว่าเป็นวัสดุชั้นดีเพราะปลูกโดยไม่ใช้สารเคมี เมื่อปลูกจนลำต้นสูงได้ที่ประมาณ 2 เมตร จะตัดต้น รีดกิ่งและยอดออก แล้วนำไปตากแดด 1 สัปดาห์ พอแห้งแล้วจึงนำมาลอกเปลือกออกต่อกันให้เป็นเส้นยาวก่อนนำไปต้มในน้ำเดือดที่ผสมกับขี้เถ้า พอให้นุ่มและเหนียว ก่อนย้อมด้วยสีธรรมชาติ โดยคนสูงอายุในหมู่บ้านจะช่วยกันม้วนเส้นใยกัญชงเป็นก้อนเป็นใจเช่นเดียวกับไหมพรม ทำให้ง่ายต่อการกระบวนการผลิต จากนั้นก็กระจายไปให้สมาชิกในหมู่บ้านถักออกมาเป็นผลงานหลากหลายชนิด อาทิ เสื้อ กระโปรง กระเป๋า หมวก ผ้าคลุมไหล่ ผ้าปูโต๊ะ ปลอกหมอน เป็นต้น (สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย, 2564) จากคุณสมบัติที่โดดเด่นทั้งด้านความแข็งแรง ความทนทาน และเป็นวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถแปรรูปเส้นใยกัญชงให้เป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิด แสดงให้เห็นว่ากัญชงสามารถต่อยอดสู่การพัฒนาเชิงพาณิชย์ สร้างมูลค่าเพิ่มในตลาดแฟชั่นและอุตสาหกรรมสิ่งทอยังยืกันได้ ดังนั้น ประเด็นที่ควรพิจารณาต่อไปคือการวางแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใยกัญชงให้ก้าวทันต่อความต้องการของตลาดสมัยใหม่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใยกัญชง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากใยกัญชงกำลังได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับอุตสาหกรรม เนื่องจากเป็นวัสดุธรรมชาติที่ตอบโจทย์ความยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับเส้นใยอื่น ๆ ในตลาดโลกได้ กัญชงจัดเป็นพืชที่มีความพิเศษ มีคุณสมบัติเด่นในการดูดซับความชื้น ระบายอากาศ และป้องกันแบคทีเรีย เหมาะสำหรับนำไปผลิตเสื้อผ้าและสิ่งทอในประเภทต่าง ๆ ในหลายประเทศต่างได้มีการปลูกและนำเส้นใยกัญชงมาผลิตสินค้าที่หลากหลาย อาทิ เสื้อผ้า ผ้าใบ และเชือก เป็นต้น ด้วยลักษณะโครงสร้างของกัญชงที่มีน้ำหนักมาก ผิวสัมผัส

ของผืนผ้าที่ไม่เรียบและระคายเคืองหากนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม จะทำให้สวมใส่ไม่สบาย จึงได้มีการปรับในเชิงเทคนิคของกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้เส้นใยถักสามารถตอบโจทย์สำหรับการใช้งานเมื่อนำไปผลิตเป็นเครื่องแต่งกายที่สวมใส่สบาย และเกิดความคุ้มค่า สัมพันธ์กับต้นทุนการผลิต ดังนั้นจึงมีการผสมถักใยกับวัสดุอื่น อาทิ ฝ้ายอินทรีย์ (organic cotton) และรวมถึงเซลลูโลสในรูปแบบของ Tencel โดยอาจเป็นการผสมระหว่างถัก : ฝ้าย (สัดส่วน 45 : 55) หรือถัก : เรยอน (สัดส่วน 40 : 60) และรวมถึงการผสมถักใยกับไหม นับเป็นการสามารถสร้างมูลค่าและพัฒนาเทคนิคทางการผลิต ให้เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่มที่ได้มีความนุ่ม เบาสบาย ระบายอากาศ และมีความคงทน ทำให้ผู้บริโภคยืดอายุการใช้งานได้ยาวนาน ถือเป็นการลดปริมาณการใช้วัตถุดิบในการผลิตและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่จะตามมาด้วย (Textile square, 2565) ในอนาคตเส้นใยถักจะมีศักยภาพสูงในการทดแทนเส้นใยเคมี เนื่องจากเป็นวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ย่อยสลายได้ และใช้ทรัพยากรในการผลิตน้อยกว่าวัสดุสังเคราะห์ อาทิ โพลีเอสเตอร์ ทั้งนี้ยังสามารถนำสิ่งทอจากเศษที่พัฒนาแล้วไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบแฟชั่นเครื่องแต่งกายที่มีแนวคิดเรื่องสิ่งแวดล้อม ผสมผสานงานหัตถกรรมร่วมสมัย (Contemporary Craft) ในรูปแบบสไตล์โมเดิร์นผสมกับมินิมอลลิสต์ (Modern Minimalist) เน้นการออกแบบที่มีความทันสมัย มีรูปแบบเรียบง่าย โดยแนวทางการพัฒนาสิ่งทอที่เชื่อมโยงกับการออกแบบดังกล่าวนั้นสอดคล้องกับการเกิดขึ้นของกลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่หันมาให้ความสนใจกับสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาสร้างสรรค์ของตราสินค้าแฟชั่นที่ยั่งยืนต่อไป (ขวัญชัย บุญสม และ ศิวรี อรรณารณ, 2566) อย่างไรก็ตาม เส้นใยเคมีทั้งหมดอาจต้องใช้เวลา เนื่องจากข้อจำกัดด้านต้นทุน การผลิตในเชิงอุตสาหกรรม และกระบวนการพัฒนาเส้นใยให้เหมาะกับการใช้งานที่หลากหลาย ดังนั้นความต้องการของผู้บริโภคที่มุ่งเน้นความยั่งยืน จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยผลักดันให้เส้นใยถักเข้ามาแทนที่เส้นใยจากวัสดุสังเคราะห์ในอนาคต

จากที่กล่าวมาแล้ว เส้นใยถักเป็นวัสดุธรรมชาติได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านเทคนิคการผลิตและการออกแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคใหม่ที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังมีวัสดุธรรมชาติอีกหลายชนิดที่ถูกนำมาศึกษาและพัฒนาต่อยอดในลักษณะเดียวกัน โดยหนึ่งในนั้นคือ เส้นใย้อ้อย (Sugarcane Fiber) ซึ่งกำลังได้รับความสนใจในฐานะวัสดุทดแทนที่มีคุณสมบัติโดดเด่นและสอดคล้องกับแนวคิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

1.3 เส้นใย้อ้อย (Sugarcane Fiber) การปลูกอ้อยถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถสร้างรายได้แก่เกษตรกรรวมกว่าหนึ่งแสนล้านบาทต่อปี อย่างไรก็ตามเกษตรกรจำนวนไม่น้อยยังคงใช้วิธีการเผาใย้อ้อยและซากวัสดุเหลือทิ้งก่อนการเก็บเกี่ยว เนื่องจากช่วยลดต้นทุนแรงงานและทำให้

เก็บเกี่ยวได้สะดวก อีกทั้งยังถูกมองว่าเป็นวิธีกำจัดศัตรูพืชอย่างรวดเร็ว แต่การเผาอ้อยก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบอย่างมาก ทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชน โดยเฉพาะการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเฉลี่ยกว่า 2.4 ล้านตันต่อปี และเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM2.5 ส่งผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจ อีกทั้งยังทำให้หน้าดินเสื่อมสภาพและสูญเสียธาตุอาหารที่จำเป็นต่อการเพาะปลูก เพื่อแก้ไขปัญหาภาครัฐจึงมีนโยบายสนับสนุนการตัดอ้อยสด โดยให้เงินช่วยเหลือและรับซื้อในราคาที่สูงกว่าอ้อยเผา (TerraBKK, 2567) ซึ่งนอกจากจะช่วยลดมลพิษทางอากาศแล้ว ยังเอื้อต่อการนำเศษวัสดุเหลือใช้จากใบอ้อยและกากอ้อยไปใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เช่น การผลิตเส้นใยชีวภาพ สำหรับอุตสาหกรรมสิ่งทอ การผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ หรือแม้กระทั่งการทำปุ๋ยชีวภาพ ให้เพิ่มพูนความอุดมสมบูรณ์ของดิน เป็นต้น การนำวัสดุเหลือใช้จากการปลูกอ้อยมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม สร้างโอกาสใหม่ให้แก่อุตสาหกรรมสิ่งทอของไทยได้อย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นใยจากใบอ้อยเพื่อผลิตสิ่งทอ ถือเป็นแนวทางที่มีความน่าสนใจและพัฒนาสู่การสร้างผลิตภัณฑ์แฟชั่นและเครื่องนุ่งห่มที่ตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นใยอ้อย

การพัฒนาเส้นใยจากใบอ้อยเป็นผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเป็นแนวทางที่น่าสนใจในการเพิ่มมูลค่าให้กับวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรและส่งเสริมความยั่งยืนในอุตสาหกรรมสิ่งทอ โดยการพัฒนาเส้นใยผสมเส้นใยใบอ้อยและเส้นใยฝ้าย สร้างเส้นด้ายสำหรับนำไปใช้ในงานสิ่งทอ เส้นใยฝ้ายจะเป็นตัวช่วยในการปั่นเกลียวแบบหัตถกรรมร่วมกับวัตถุดิบหลักคือเส้นใยใบอ้อย โดยอาศัยทฤษฎี Triaxial blend ในการกำหนดอัตราส่วนผสมของวัตถุดิบ จากนั้นนำเส้นด้ายไปทอด้วยกี่มือ โดยผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ได้สามารถใช้งานได้จริง มีความแข็งแรงต่อแรงฉีกขาด ผืนผ้ามีความหนาและเส้นด้ายมีความแข็งแรง (กรุงเทพมหานคร, 2564) ทั้งนี้การวิจัยและพัฒนากระบวนการแปรรูปเส้นใยจากใบอ้อยได้ถูกดำเนินการอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ อำเภอบ้านไร่ จังหวัดอุทัยธานี ได้นำใบอ้อยที่ไร้ค่ามาสร้างมูลค่าเป็นเส้นใยใบอ้อยและผลิตเสื้อผ้า กระเป๋าชาย สร้างรายได้สูงถึงกิโลกรัมละ 7,000 บาท เมื่อก่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านใหม่ทำอาชีพปลูกหมอนเลี้ยงไหมมาก่อน แต่หลังจากเกิดจากปัญหาการเผาไร่อ้อยในชุมชน พวกเขาก็เปลี่ยนเป็นการนำใบอ้อยมาผลิตเสื้อผ้า ซึ่งในพื้นที่อำเภอบ้านไร่ นั้นประกอบอาชีพทำไร่อ้อยกันเป็นหลัก มักมีการเผาหลังเก็บเกี่ยวเสร็จทำให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทางกลุ่มเล็งเห็นถึงคุณค่าของใบอ้อยที่สามารถนำมาสร้างมูลค่า และลดปัญหา

การเผาไหม้ ขั้นตอนวิธีการทำนั้นจะเริ่มจากการนำไบออยสตามดิกเป็นเส้น ก่อนนำมามัดจากนั้นนำไปหมัก EM ในถัง ใช้เวลาในการหมักที่ 90 วัน จากนั้นจะนำมาซีกจนเกิดเป็นเส้นใยก่อนนำไปต้มและตากแห้ง ก่อนนำไปผสมกับฝ้ายเพื่อเข้าสู่กระบวนการทำผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่ต้องการ ส่วนน้ำหมักที่เหลือนั้นสามารถนำไปใช้รดต้นไม้ และพืชผักในสวน ในไรต์ได้อีกด้วย (News ch7, 2568) แนวทางดังกล่าวลดปัญหาสิ่งแวดล้อมจากการเผาไร้อ้อย สร้างรายได้เสริมให้เกษตรกรในท้องถิ่น และเป็นตัวอย่างของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (circular economy) ที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

การพัฒนาเส้นใยจากไบออยช่วยแก้ปัญหาการเผาไร้อ้อยและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน เป็นการใช้วัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม นอกจากการใช้เส้นใยจากพืชแล้ว ปัจจุบันยังมีการพัฒนาวัสดุชีวภาพทางเลือกจากจุลินทรีย์และเชื้อรา ซึ่งได้รับความสนใจอย่างมากในอุตสาหกรรมแฟชั่นและการออกแบบ โดยหนึ่งในวัสดุที่โดดเด่นและมีศักยภาพสูง คือ ไมซีเลียม (Mycelium) วัสดุชีวภาพที่ถูกนำมาพัฒนาเพื่อตอบโจทย์การทดแทนวัสดุสังเคราะห์อย่างยั่งยืน

2. วัสดุจากเชื้อราและจุลินทรีย์ ที่ได้รับความสนใจอย่างมากในปัจจุบันคือ ไมซีเลียม (Mycelium) ซึ่งเป็นโครงสร้างของเส้นใยจากเห็ดรา สามารถเพาะเลี้ยงในห้องปฏิบัติการโดยใช้เศษฟางหรือวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรเป็นแหล่งอาหาร มีคุณสมบัติเหมือนหนังแท้ คือ แข็งแรง ยืดหยุ่น และย่อยสลายได้ 100% จึงนิยมนำมาทำผลิตภัณฑ์ทดแทนหนัง เช่น กระเป๋า รองเท้า เสื้อผ้า หรือของตกแต่งภายในบ้าน เป็นต้น เส้นใยจากเห็ดรา หรือ Mycelium (ไมซีเลียม) เป็นวัสดุชีวภาพที่เกิดจากเส้นใยของเชื้อรา สามารถเติบโตได้โดยอาศัยสารอินทรีย์ เช่น ฟาง ชีเลื่อย หรือเศษพืชเป็นอาหาร เป็นต้น ไมซีเลียมเป็นโครงสร้างคล้ายรากของเห็ด เติบโตส่วนใหญ่ใต้ดิน ทำหน้าที่เป็นตัวรีไซเคิลและสื่อสารของธรรมชาติโดยนำไปไม้และเศษไม้ไปแปรรูปเป็นเห็ด นอกจากนี้ไมซีเลียมยังช่วยส่งสารอาหารและน้ำให้กับพืชในป่า พร้อมทั้งรับน้ำตาลตอบสนองอีกด้วย ไมซีเลียมเป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติทางโครงสร้างที่แข็งแรงและเป็นฉนวนกันความร้อน จึงสามารถปลูกและแปรรูปให้กลายเป็นวัสดุทดแทนที่มีประสิทธิภาพแทนวัสดุสังเคราะห์ได้ จึงทำให้ไมซีเลียมเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจจากวัสดุชีวภาพและยั่งยืนสำหรับอุตสาหกรรมแฟชั่น (fashionforgood, 2023) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้สามารถเพาะเลี้ยงไมซีเลียมในสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ ทำให้ได้วัสดุที่มีคุณภาพสูงขึ้น โดยไมซีเลียมต้องใช้เวลาเพียง 3 ถึง 4 สัปดาห์ในการเจริญเติบโต ทำให้สามารถเพาะเลี้ยงไมซีเลียมในสภาพแวดล้อมที่ควบคุมได้ในห้องทดลองโดยใช้ระยะเวลาไม่นาน ทำให้เป็นวัสดุที่สามารถผลิตได้มาตรฐานและรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของตลาดในอนาคต

ภาพ 3

ไมซีเลียมเป็นโครงสร้างคล้ายรากของเห็ด



หมายเหตุ. From What is mycelium? , by Fashion For Good, 2023, (https://www.fashionforgood.com/our_news/what-is-mycelium/). Copyright 2022 Fashion For Good.

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นใยจากเห็ดรา

เส้นใยจากเห็ดรา หรือ ไมซีเลียม (Mycelium) กำลังได้รับความสนใจอย่างมากในอุตสาหกรรมแฟชั่น เนื่องจากเป็นวัสดุชีวภาพที่สามารถทดแทนหนังสัตว์และวัสดุสังเคราะห์อื่น ๆ ได้ โดยทั่วไปวัสดุผสมชีวภาพเส้นใยเห็ดจะผลิตมาจากการใช้วัสดุ lignocellulosic เหลือใช้หลายประเภท ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมทางการเกษตร และอุตสาหกรรมเกษตร เช่น ขี้เลื่อย ต้นข้าวโพด แกลบ ฟางข้าว ชานอ้อย เป็นต้น ตลอดจนเปลือกพืชชนิดต่าง ๆ เป็นวัสดุตั้งต้นหลักในกระบวนการผลิต และใช้เส้นใยเห็ดชนิดต่าง ๆ ทำหน้าที่เป็นวัสดุยึดเกาะ ประสาน ทดแทนการใช้พอลิเมอร์แบบสังเคราะห์ที่ใช้กันทั่วไปในการผลิตวัสดุแบบดั้งเดิม (วรวิณี อ้ายดวง และ สายสมร ล่ายอง, 2566) ในการดำเนินธุรกิจที่ผ่านมาแบรนด์รองเท้าและเครื่องหนังในต่างประเทศส่วนใหญ่มีการเลือกใช้วัสดุดั้งเดิม เช่น โพลีเอสเตอร์ ขนสัตว์ และหนัง เป็นต้น

เพื่อผลิตรองเท้าและเครื่องประดับ การออกแบบห่วงโซ่อุปทานและกลยุทธ์การผลิตของแบรนด์ต่าง ๆ จะยืดหยุ่นดังกล่าวดังนี้ในปัจจุบันแบรนด์รองเท้าและเครื่องหนังชั้นนำของโลกต่างได้ตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นของการออกแบบ และการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ตอบสนองต่อความต้องการรักษาสภาพของผูบริโภค ซึ่งนับวันจะมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ (สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ, 2566) การนำไมซีเลียมาใช้แทนวัสดุแบบดั้งเดิม ถือเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ลดการพึ่งพาทรัพยากรจากสัตว์และปิโตรเคมี พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการแฟชั่นสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อผูบริโภครุ่นใหม่ที่มีใจความยั่งยืนมากขึ้น

ภาพ 4

ผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่ทำจากเส้นใยจากเห็ดรา



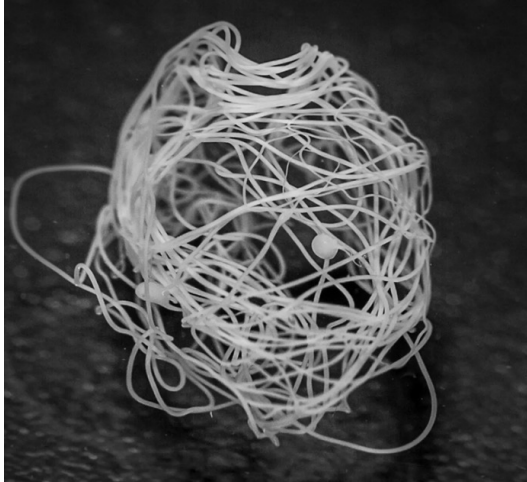
หมายเหตุ. From Inside The Luxury Fashion Industry's Big Sustainability Push, by Thomas, D, 2022, (<https://www.vogue.co.uk/fashion/article/fashion-industry-sustainability>). Copyright 2022 Condé Nast.

การใช้ไมซีเลียมสะท้อนให้เห็นถึงทิศทางของอุตสาหกรรมแฟชั่นที่มุ่งสู่ความยั่งยืน โดยการนำวัสดุชีวภาพมาทดแทนการใช้ทรัพยากรจากสัตว์และปิโตรเคมี อย่างไรก็ตาม แนวทางการพัฒนาวัสดุเพื่อการผลิตสิ่งทอและแฟชั่นยังไม่จำกัดเฉพาะวัสดุจากพืชหรือเชื้อราเท่านั้น ปัจจุบันยังมีการวิจัยและพัฒนาวัสดุทางเลือกจาก โปรตีนของสัตว์ ที่มีคุณสมบัติโดดเด่น โดยเฉพาะ เส้นใยไหมแมงมุมสังเคราะห์ (Spider Silk) ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ได้รับ ความสนใจอย่างกว้างขวางทั้งในด้านวิทยาศาสตร์วัสดุและอุตสาหกรรมแฟชั่นระดับโลก

3. วัสดุจากโปรตีนสัตว์ ที่ถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยีชีวภาพคือ เส้นใยไหมแมงมุมสังเคราะห์ (Spider Silk) ผลิตจากการสังเคราะห์โปรตีนแมงมุมด้วยเทคโนโลยีชีวภาพด้วยการดัดต่อยีนแมงมุมใส่ในแบคทีเรียหรือแพะ แล้วสกัดโปรตีนออกมาเป็นเส้นใย มีคุณสมบัติแข็งแรง ยืดหยุ่นสูง และมีน้ำหนักเบา ใช้ได้ทั้งในการผลิตเสื้อผ้าประสิทธิภาพสูง วัสดุทางการแพทย์ และสินค้าแฟชั่นระดับสูง ถือเป็นนวัตกรรมที่ได้รับความนิยมอย่างมากในวงการวัสดุศาสตร์และอุตสาหกรรมแฟชั่น เนื่องจากใยแมงมามีคุณสมบัติที่น่าสนใจด้านความแข็งแรงเหนือกว่าวัสดุอื่น ๆ ที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติหรือสังเคราะห์ มีความยืดหยุ่น น้ำหนักเบา และมีความทนทานสูง เหมาะสมในการใช้ในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น การผลิตเสื้อผ้า วัสดุทางการแพทย์ และวัสดุเสริมความแข็งแรงในอุปกรณ์ต่าง ๆ เป็นต้น จากการที่ปริมาณโปรตีนที่มีในเส้นใยแมงมุมตามธรรมชาติมีไม่มากพอที่จะผลิตในเชิงพาณิชย์ได้ จึงมีการพยายามสังเคราะห์ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มปริมาณ โดยการนำยีนของแมงมุมใส่เข้าไปในตัวแพะ แล้วนมแพะที่ผลิตได้จะมีเส้นใยแมงมุมผสมอยู่ด้วย นมแพะที่ผลิตได้จะมี Spider Silk ในปริมาณที่สูงขึ้นมาก และอีกวิธีที่มีการพัฒนาคือการผสมยีนแมงมุมกับหม่อนไหม ไหมที่ทอออกมาจะมีส่วนผสมของเส้นใยแมงมุมเหมือนกัน ส่วนวิธีการที่มีการนำมาผลิตในเชิงพาณิชย์แล้วคือ กระบวนการ SynBio โดยการดัดแปลงสายพันธุ์ของแบคทีเรียให้สามารถทำงานใกล้เคียงกับสายพันธุ์ของแมงมุม แล้วนำเข้ากระบวนการบ่มและหมักที่มีน้ำตาลเป็นวัตถุดิบ ซึ่งผลออกมาได้ผลเป็นที่น่าพอใจมากและเริ่มมีการตั้งโรงงานผลิตเชิงพาณิชย์แล้ว ที่สำคัญคือโรงงานดังกล่าวตั้งอยู่ในประเทศไทย ในโครงการเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (ชัยวัฒน์ วิศวกรรม, 2562) การสังเคราะห์เส้นใยไหมแมงมุมจึงเป็นแนวทางที่ช่วยขยายขีดความสามารถในการผลิตวัสดุที่มีความแข็งแรงและยืดหยุ่นสูง พร้อมทั้งเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญในการต่อยอดสู่นวัตกรรมด้านสิ่งทอแฟชั่นที่ยั่งยืนในอนาคต เพื่อให้เกิดการใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางตอบสนองต่อความต้องการของตลาดโลก แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นใยแมงมุมจึงกลายเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นทั้งในเชิงวิทยาศาสตร์และเชิงอุตสาหกรรม

ภาพ 5

กระบวนการใหม่ที่พัฒนาโดยนักวิจัยชาวสวีเดน โดยใช้แบคทีเรียและโปรตีนไหมแมงมุมที่เลียนแบบการผลิตแบบปั่นด้าย



หมายเหตุ. From Large quantities of synthetic spider silk spun on demand, by Jeffrey, C, 2017, (<https://newatlas.com/artificial-spider-silk-slu/47310/>). Copyright 2017 New Atlas.

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นใยจากแมงมุม

การค้นคว้าพัฒนาวัสดุธรรมชาติที่สามารถทดแทนพลาสติกกำลังได้รับความสนใจมากขึ้นในปัจจุบันล่าสุดนักวิทยาศาสตร์ฟินแลนด์ พบว่าวัสดุชีวภาพชนิดใหม่ที่มีผสมผสานระหว่างเส้นใยไม้และใยแมงมួយ่อยสลายใช้แทนพลาสติกได้ วัสดุที่เป็นนวัตกรรมใหม่นี้มีประสิทธิภาพเหนือกว่าวัสดุธรรมชาติและวัสดุสังเคราะห์ทั้งด้านความแข็งแรงและความทนทาน นักวิจัยจากศูนย์วีทีทีและมหาวิทยาลัยอัลโต (Aalto University) ได้รับแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติในการสร้างวัสดุชีวภาพชนิดใหม่ด้วยการผสมผสานเส้นใยเซลลูโลสของไม้และโปรตีนจากใยแมงมุมเข้าด้วยกัน เกิดเป็นวัสดุชนิดใหม่ที่สามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ทั้งยังเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ใยแมงมุมที่ใช้ในการวิจัยมีใยแมงมุมจริง แต่เป็นวัสดุที่นักวิจัยผลิต

ขึ้นจากแบคทีเรียและดีเอ็นเอสังเคราะห์ จึงสามารถสร้างเลียนแบบขึ้นเพื่อใช้ผลิตโมเลกุล โปรตีนใยแมงมุมเทียม ที่มีความคล้ายคลึงทางเคมีกับใยแมงมุมจริง วัสดุสังเคราะห์นี้สามารถ ทดแทนพลาสติกได้ในอนาคต ทั้งประยุกต์ใช้ทางการแพทย์ ใช้เป็นเส้นใยในการผ่าตัด รวมถึง ในอุตสาหกรรมสิ่งทอและบรรจุภัณฑ์ (workpointTODAY, 2562) การพัฒนานี้ช่วยส่งเสริม การสร้างผลิตภัณฑ์สิ่งทอยั่งยืนที่มีความแข็งแรง น้ำหนักเบา และย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ภาพ 6

ต้นแบบเสื้อคลุมตัวแรกของโลกที่สร้างขึ้นโดยใช้วัสดุใยแมงมุมสังเคราะห์จัดแสดงที่นิวยอร์ก



หมายเหตุ. From World's First Synthetic Spider Silk Outerwear Prototype Comes to New York, by Shang, A, 2016, (<https://wwd.com/feature/worlds-first-synthetic-spider-silk-outerwear-prototype-new-york-north-face-spiber-10715220/>). Copyright 2016 wwd.

ตาราง 1

สรุปวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติที่ใช้ในอุตสาหกรรมแฟชั่น

ประเภทวัสดุ	แหล่งที่มา	คุณสมบัติเด่น	การประยุกต์ใช้	ภาพประกอบ
เส้นใยสับปะรด (Pineapple Fiber)	ใบสับปะรด เหลือจากการเกษตร	ย่อยสลายได้ทางชีวภาพ, ดูดซับสีได้ดี, มีความเงางาม	เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก สิ่งทอพื้นบ้าน	
เส้นใยกัญชง (Hemp Fiber)	ลำต้นกัญชง (Cannabis sativa L.)	แข็งแรง ทนทาน ระบายอากาศได้ดี ป้องกันแบคทีเรีย	เสื้อผ้า ผ้าใบ เชือก เครื่องตกแต่ง	
เส้นใย้อ้อย (Sugarcane Fiber)	ใบอ้อย เหลือจากการเกษตร	แข็งแรง หนา ทนต่อ แรงฉีกขาด	เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และ เครื่องประดับ และ สิ่งทอตกแต่งบ้าน	
ไมซีเลียม (Mycelium)	โครงสร้างเส้นใยจากเห็ดรา	แข็งแรง ยืดหยุ่น ย่อยสลายได้ 100%	กระเป๋า รองเท้า เฟอร์นิเจอร์	
เส้นใยแมงมุม สังเคราะห์ (Spider Silk)	โปรตีนจากแมงมุม	เบา ยืดหยุ่นสูง แข็งแรงกว่าวัสดุ ธรรมชาติอื่น ๆ	เสื้อผ้าเฉพาะทาง วัสดุทางการแพทย์ สิ่งทอประสิทธิภาพ สูง	

จากตารางแสดงให้เห็นว่า วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติและชีวภาพสามารถใช้ทดแทนวัสดุสังเคราะห์และหนังสัตว์ในอุตสาหกรรมแฟชั่นได้อย่างเหมาะสม วัสดุจากพืช เช่น สับปะรด กัญชง และอ้อย มีความแข็งแรง ย่อยสลายได้ง่าย และช่วยลดของเหลือทิ้งทางการเกษตร วัสดุจากเชื้อราอย่างไมซีเลียมโดดเด่นด้านความยืดหยุ่นและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้ในสินค้าแฟชั่นและเฟอร์นิเจอร์ ส่วนวัสดุจากโปรตีนสัตว์อย่างเส้นใยแมงมุมสังเคราะห์ มีความแข็งแรง

น้ำหนักเบา และยืดหยุ่นสูง เหมาะสำหรับสินค้าแฟชั่นเฉพาะทางและการแพทย์ สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการพัฒนาแฟชั่นที่ยั่งยืนและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม

เมื่อพิจารณาจากการพัฒนาวัสดุทางเลือกที่กล่าวมาแล้ว ขั้นตอนถัดไปคือการทำความเข้าใจแนวโน้มของผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปตามการยอมรับวัสดุเหล่านี้ ครอบคลุมทั้งด้านการออกแบบ การผลิต และแนวทางการตลาดที่สะท้อนถึงกระแสสังคมร่วมสมัย

แนวโน้มผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์จากวัสดุทดแทนจากธรรมชาติเป็นแนวโน้มที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ เนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่มีความตระหนักและต้องการมีส่วนร่วมในการช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และหันมาเลือกซื้อสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยผู้บริโภคต้องการมีส่วนร่วมในการช่วยลดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม และได้รับผลกระทบในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะปัญหาฝุ่น PM2.5 (อุษา ประชากุล และ พัดชา อุทิศวรรณกุล, 2566) ที่ทวีความรุนแรงขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2560–2567 และเมื่อไม่นานมานี้มีเส้นใยและวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติใหม่เกิดขึ้นจากพืชที่ปลูกง่าย เช่น ปอ และของเสียจากพืช(เส้นใยชีวภาพ) ฯลฯ เช่น สับปะรด(Piñatex) ผลไม้รสเปรี้ยว(Orange Fiber) นม (Qmilk) เห็ด (Mylo) และสาหร่ายทะเล (Algikit) ฯลฯ โดย The H&M Foundation, Fashion for Good และองค์กรอื่น ๆ กำลังสนับสนุนบริษัทสตาร์ทอัพใหม่ ๆ ในการเพิ่มขนาดการผลิตวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติใหม่ (Gwilt, 2020) โดยผลิตวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติจะผ่านกระบวนการแปรรูปทางวิศวกรรมหรือเคมี ให้ได้คุณสมบัติที่เหมาะสมกับการใช้งาน และสามารถลดปริมาณขยะ ทำให้เกิดความน่าสนใจในการผลิตเส้นใยที่ย่อยสลายได้ทางชีวภาพและสามารถนำกลับมารีไซเคิลหรือนำไปใช้ใหม่ได้ โดยลดการใช้ทรัพยากร การปล่อยคาร์บอนและมลพิษจากกระบวนการผลิตได้ (Fletcher and Grose, 2012) ในด้านสิ่งทอและแฟชั่นจะใช้ทดแทนโพลีเอสเตอร์และไนลอนในเสื้อผ้า เพื่อลดการใช้พลาสติกและวัสดุสังเคราะห์ที่ไม่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ วัสดุเหล่านี้มีคุณสมบัติที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า หรืออุปกรณ์ตกแต่งบ้าน ฯลฯ ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตที่เป็นมิตรกับธรรมชาติและความยั่งยืนในระยะยาว

ตลาดผู้บริโภคแฟชั่นไลฟ์สไตล์กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้วัสดุธรรมชาติหรือวัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และเลือกซื้อสินค้าที่ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรที่ดีขึ้น เป็นต้น ในด้านแฟชั่นไลฟ์สไตล์ที่ใช้วัสดุจากธรรมชาติหรือวัสดุรีไซเคิล การเติบโตของตลาดนี้ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่มีความรู้ความเข้าใจมากขึ้นเกี่ยวกับผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการผลิตและการใช้วัสดุสังเคราะห์ ในขณะเดียวกันแนวโน้มการใช้สื่อออนไลน์และการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลยังเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้แบรนด์แฟชั่นไลฟ์สไตล์สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายและตรงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น จึงเป็นโอกาสในการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่จะมีส่วนร่วมในการรักษาสິงแวดล้อมและส่งเสริมการใช้วัสดุที่ยั่งยืน

ภาพ 7

Uniqlo เชื่อมต่อกับผู้บริโภคด้วยสโลแกนที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของชุมชน



หมายเหตุ. From Uniqlo's New Flagship Store Aims to Lure Shoppers and Perhaps Send an Environmental Message, by Klara, R., 2021, (<https://www.adweek.com/brand-marketing/uniqlo-new-flagship-store-ferns-environmental-message/>). Copyright 2021 Adweek.

ในอดีตการออกแบบมักขึ้นกับกระแสบริโภคนิยมทำให้เกิดขยะจำนวนมากและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันนักออกแบบมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์ โดยนักออกแบบเริ่มตระหนักถึงการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีความยั่งยืนมากขึ้น การใช้วัสดุทางเลือกจากธรรมชาติเป็นแนวทางหนึ่งที่ช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงนี้จะเผชิญกับอุปสรรคจากระบบธุรกิจเดิม แต่นักออกแบบและแบรนด์ขนาดเล็กมีความคล่องตัวในการริเริ่มนวัตกรรมที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมในวงกว้าง สะท้อนให้เห็นว่าความยั่งยืนกำลังกลายเป็นเมกะเทรนด์ที่ขับเคลื่อนอนาคตของแฟชั่นไลฟ์สไตล์ (Fletcher and Grose, 2012) การประยุกต์ใช้วัสดุธรรมชาติในแบรนด์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน โดย แบรนด์ต่าง ๆ หันมาใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น เส้นจากไคกล้วย เส้นจากใยมะพร้าว เส้นจากใยสับปะรด เส้นจากใยแมงมุม เส้นใยจากเห็ดราหรือไมซีเลียม และเส้นใยชีวภาพจากโปรตีนแมลงหรือแบคทีเรีย เป็นต้น ในการผลิตเสื้อผ้า กระเป๋า และรองเท้า เพื่อเสริมสร้างความยั่งยืนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีขั้นตอนหลายขั้นตอนที่ต้องพิจารณาในการออกแบบที่ตอบสนองความต้องการกับผู้บริโภค ซึ่งก็คือผู้ที่สวมใส่และผู้ใช้นิยมนำผ่านการออกแบบแฟชั่นไลฟ์สไตล์ การพัฒนาแฟชั่นที่ตอบสนองความต้องการอย่างแท้จริงจะช่วยลดการผลิตสินค้าที่ไม่จำเป็นมากเกินไป การตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคต้องมากกว่าความต้องการของตลาด ทำให้จะช่วยลดการใช้ทรัพยากรทั้งในการผลิตและการจัดจำหน่ายได้ (Gwilt, 2020) นอกจากนี้การออกแบบควรคำนึงถึงความยั่งยืนในกระบวนการผลิต การใช้กระบวนการที่ประหยัดพลังงาน รวมถึงใช้วัสดุที่สามารถรีไซเคิลได้ในการผลิต บรรลุถึงเป้าหมายที่แบรนด์แฟชั่นจำนวนมากได้นำเอาหลักการเหล่านี้มาใช้โดยในกระบวนการผลิต ตั้งแต่การออกแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค การใช้วัสดุ รีไซเคิล ไปจนถึงการสนับสนุนแนวทางการค้าที่เป็นธรรม ได้ปรับเปลี่ยนอุตสาหกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์และส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทั้งนี้การเพิ่มขึ้นของแฟชั่นที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Slow Fashion) ทำให้กระแสด้านผู้บริโภคซื้อสินค้าที่มีคุณภาพสูงมากขึ้นแทนที่จะซื้อเสื้อผ้าแบบ ฟาสต์แฟชั่น (fast fashion) ที่ทำให้เกิดขยะและมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมตามมา ตัวอย่างแบรนด์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ที่ประยุกต์ใช้วัสดุธรรมชาติและมีความยั่งยืน

แนวคิดเรื่องการออกแบบที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนดังกล่าว มิได้เป็นเพียงทฤษฎีในเชิงแนวคิดเท่านั้น แต่ยังถูกนำไปปรับใช้จริงโดยแบรนด์แฟชั่นระดับโลกหลายแห่ง ซึ่งหนึ่งในตัวอย่างที่โดดเด่นและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง คือ Stella McCartney แบรนด์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ที่ถือเป็นผู้นำในการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและหลีกเลี่ยงการใช้สัตว์จากสัตว์มาอย่างต่อเนื่อง แนวปฏิบัติของ Stella McCartney จึงสะท้อนให้เห็นว่า การผสมผสานระหว่างความสวยงามทางแฟชั่นกับความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมสามารถ

ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไปสู่ทิศทางใหม่ที่ยั่งยืนได้จริง Stella McCartney เป็นแบรนด์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ที่เป็นผู้นำในการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและเน้นความยั่งยืนในทุกกระบวนการผลิต ตั้งแต่การเลือกวัสดุที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมไปจนถึงการใช้เทคนิคการผลิตที่ลดผลกระทบต่อโลก และปราศจากการทารุณกรรมสัตว์ โดยไม่มีการใช้วัสดุที่มาจากสัตว์ เช่น หนังขนสัตว์ หรือไหม เป็นต้น ทั้งยังสนับสนุนองค์กรช่วยเหลือสัตว์โดยใช้แพลตฟอร์มเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้วยการส่งเสริมวัสดุทางเลือกอื่น ๆ อาทิ Mylo™ (หนังจากไมซีเลียม) และวัสดุจากพืชอื่น ๆ (Jana, 2025) Stella McCartney ยังใช้วัสดุที่มีการรับรองจากองค์กรที่มุ่งเน้นความยั่งยืน เช่น ผ้าฝ้ายออร์แกนิกและการใช้วัสดุรีไซเคิล เป็นต้น ในการผลิตสินค้าหลายประเภท รวมถึงการพัฒนาสินค้าให้มีอายุการใช้งานยาวนาน โดยไม่ส่งผลกระทบต่อโลกหรือสิ่งแวดล้อม ทำให้ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคที่ต้องการสนับสนุนธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและการปกป้องสัตว์ จึงเป็นตัวอย่างที่ดีของแบรนด์แฟชั่นที่ผสมผสานความสวยงาม การออกแบบที่ทันสมัย และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ภาพ 8

แคมเปญแฟชั่น SS24 ของ Stella McCartney โดยใช้สถานที่โรงงานรีไซเคิล Veolia ทางตอนใต้ของลอนดอน



หมายเหตุ. From Inside Stella McCartney's new SS24 campaign for her most sustainable collection to date, by Bellini, L., 2024, (<https://theglossarymagazine.com/fashion/stella-mccartney-cara-delevingne/>). Copyright 2025 Neighbourhood Media Limited.

นอกจากนี้ แนวโน้มแฟชั่นไลฟ์สไตล์ที่ยั่งยืนยังสะท้อนผ่าน พฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่ ที่ตระหนักรู้ต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากสิ่งแวดล้อม (eco-label) หรือได้รับการรับรองมาตรฐานด้านความยั่งยืน เช่น มาตรฐานสิ่งทออินทรีย์ระดับโลก หรือ GOTS (Global Organic Textile Standard) หรือ การค้าที่เป็นธรรม (Fair Trade) เป็นต้น รวมถึงยินดีจ่ายในราคาที่สูงกว่าเพื่อสนับสนุนแบรนด์ที่เพิ่มความโปร่งใสและรับผิดชอบต่อสังคม ปรากฏการณ์นี้สะท้อนถึงการก่อตัวของกลุ่ม “Conscious Consumers” ที่จะเลือกซื้อสินค้าที่ดีต่อตนเองและสิ่งแวดล้อม รวมถึงจะคำนึงถึงแหล่งที่มาของสินค้า และขั้นตอนการผลิต (Longtungril, 2565) ขณะเดียวกัน การจัดการห่วงโซ่อุปทานก็กลายเป็นประเด็นสำคัญที่แบรนด์แฟชั่นต้องให้ความสนใจ การทำงานร่วมกับเกษตรกรในท้องถิ่น การส่งเสริมการผลิตที่เป็นธรรม ช่วยสร้างความโปร่งใสและเพิ่มความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค แนวทางนี้ยังเชื่อมโยงกับการสร้างเศรษฐกิจหมุนเวียนในระดับชุมชน ทำให้การผลิตแฟชั่นช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้ผลิตต้นน้ำไปพร้อมกัน อีกประเด็นที่ไม้อาจมองข้ามคือ บทบาทของเทคโนโลยี ในการสนับสนุนแฟชั่นที่ยั่งยืน ตั้งแต่การใช้เทคโนโลยีชีวภาพ พัฒนาวัสดุใหม่ อย่าง Spider Silk ไปจนถึงการนำเทคโนโลยีดิจิทัล การใช้ AI และ 3D design เพื่อลดการผลิตตัวอย่างเสื้อผ้าที่สิ้นเปลือง เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยลดการใช้ทรัพยากร เพิ่มโอกาสในการออกแบบและผลิตแฟชั่นที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคลได้อย่างยั่งยืน

สรุป

ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรง ทั้งปัญหา PM2.5 และปริมาณพลาสติกที่ย่อยสลายยาก ได้กลายเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้ทั้งองค์กรและผู้บริโภคหันมาให้ความสำคัญกับแฟชั่นที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การสนับสนุนดังกล่าวส่งผลให้แนวคิดอย่างแฟชั่นที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Slow Fashion) และ การออกแบบและใช้เสื้อผ้าในระบบหมุนเวียนที่ยืดอายุการใช้งาน นำกลับมาใช้ซ้ำ ซ่อมแซม รีไซเคิล เพื่อลดขยะและสร้างความยั่งยืน จนก่อให้เกิดเป็นทิศทางใหม่ของอุตสาหกรรมที่มุ่งเน้นการใช้วัสดุธรรมชาติ เทคโนโลยีที่ยั่งยืน และการผลิตที่โปร่งใสและเป็นธรรม สุดท้ายแล้วทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าความยั่งยืนได้กลายเป็นเมกะเทรนด์ที่กำหนดอนาคตของแฟชั่น และเป็นทางเลือกทางรอดของอุตสาหกรรมแฟชั่น ทั้งนี้ทิศทางอนาคตของวัสดุธรรมชาติในผลิตภัณฑ์แฟชั่นไลฟ์สไตล์ คาดว่าจะมีการเติบโตในอนาคต เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน แบรนด์แฟชั่นและไลฟ์สไตล์จะนำวัสดุธรรมชาติมาใช่มากขึ้น เช่น วัสดุที่มาจาก

พืชและสัตว์ที่เลี้ยงดูอย่างยั่งยืน หรือวัสดุรีไซเคิล ฯลฯ จะช่วยลดการใช้พลาสติกและวัสดุที่ย่อยสลายได้ยาก วัสดุเหล่านี้ช่วยส่งเสริมการผลิตที่ยั่งยืนในระยะยาว อาทิ การใช้ผ้าฝ้ายออร์แกนิก หนังสือเย็บจากพืช หรือแม้กระทั่งโยจากพืชต่าง ๆ เช่น โยสับปะรด โยอ้อย โยกล้วย ขง โยไผ่ โยจากเห็ดรา และโยจากแมงมุม ฯลฯ ที่จะสามารถทดแทนวัสดุสังเคราะห์ในตลาดได้ นอกจากนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะช่วยเสริมสร้างวัฒนธรรมชาติให้มีความแข็งแรง และทนทานเทียบเท่ากับวัสดุสังเคราะห์ ทำให้แบรนด์ต่าง ๆ สามารถผลิตเสื้อผ้า กระเป๋า หรือรองเท้า ที่มีคุณภาพสูงและมีอายุการใช้งานยาวนานยิ่งขึ้น การใช้วัสดุธรรมชาติในผลิตภัณฑ์แฟชั่นจึงเป็นแนวทางที่จะช่วยสร้างความยั่งยืนในอุตสาหกรรมแฟชั่นและตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่คำนึงถึงการรักษาสິงแวดล้อมในปัจจุบันและอนาคต และในปัจจุบันวัสดุทางเลือกจากธรรมชาติได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมแฟชั่นไลฟ์สไตล์ เนื่องจากสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ตอบโจทย์การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน วัสดุเหล่านี้สามารถจำแนกได้เป็นสามกลุ่มหลัก ได้แก่ วัสดุจากพืช เช่น เส้นใยสับปะรด กล้วย และอ้อย เป็นต้น วัสดุจากเชื้อรา และวัสดุจากโปรตีนสัตว์ แต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่แตกต่างกัน แต่จุดร่วมสำคัญคือความสามารถในการทดแทนวัสดุสังเคราะห์หรือลดการพึ่งพาหนังสัตว์ ขณะเดียวกันยังช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ด้วยการสร้างเอกลักษณ์ทางวัตถุดิบ ในมิติของการออกแบบและการผลิต พบว่าการประยุกต์ใช้วัสดุเหล่านี้ช่วยสะท้อนภาพลักษณ์ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นคุณค่าที่ผู้บริโภครุ่นใหม่ให้ความสำคัญ การเติบโตของแนวคิดแฟชั่นที่หมุนเวียนทรัพยากรเพื่อลดของเสีย (Circular Fashion) และแฟชั่นที่มุ่งเน้นความยั่งยืน (Slow Fashion) ยิ่งผลักดันให้แบรนด์ต่าง ๆ หันมาพิจารณาการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การยืดอายุการใช้งานเสื้อผ้า และการสร้างระบบหมุนเวียนของทรัพยากรแฟชั่น ทำให้การพัฒนาวัสดุธรรมชาติไม่ได้เป็นเพียง “ทางเลือก” แต่ได้กลายเป็น “กลยุทธ์หลัก” ของอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังพบว่าการสนับสนุนเชิงนโยบายและเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนวัสดุธรรมชาติสู่ระดับอุตสาหกรรม เช่น การเพาะเลี้ยงไมซีเลียมในห้องปฏิบัติการ การสังเคราะห์โปรตีนแมงมุม หรือการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติให้คงทนและมาตรฐานสูงขึ้น เป็นต้น ความก้าวหน้าดังกล่าวทำให้เกิดโอกาสใหม่ในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ทั้งมีความยั่งยืน คุณภาพ และนวัตกรรม โดยมีจุดร่วมคือการลดมลภาวะ การสร้างคุณค่าเพิ่ม และการตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม กล่าวโดยสรุป แนวโน้มแฟชั่นไลฟ์สไตล์กำลังไปสู่การใช้วัสดุธรรมชาติอย่างจริงจัง อันมีจุดร่วมสำคัญคือการรักษาสสมดุลระหว่าง “ความงาม-คุณภาพ-ความยั่งยืน” ซึ่งผู้เขียนมองว่าเป็นทิศทางที่จะกลายเป็นหัวใจหลักในการกำหนดอนาคตของอุตสาหกรรมแฟชั่นทั้งในระดับชุมชนและระดับโลก

ข้อเสนอแนะในการวิจัยต่อไปจะมุ่งเน้นการต่อยอดวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร และพัฒนาสิ่งทอแฟชั่นไลฟ์สไตล์จากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เพื่อลดการเผาทำลายที่เป็นต้นเหตุของมลพิษ PM2.5 ควบคู่กับการพัฒนาเทคโนโลยีการแปรรูปและการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ อีกทั้งประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมตลอดวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ และศึกษาความเป็นไปได้เชิงพาณิชย์ ผลักดันให้วัสดุเหล่านี้เข้าสู่อุตสาหกรรมแฟชั่นในวงกว้าง ตอบโจทย์ทั้งด้านเศรษฐกิจ นวัตกรรม และความยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งผู้บริโภครุ่นใหม่ให้ความสำคัญ การต่อยอดวัสดุเหลือใช้สู่การเป็นสิ่งทอที่มีคุณภาพ เทียบเท่าหรือดีกว่าวัสดุสังเคราะห์ จะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เสริมรายได้ให้ชุมชนท้องถิ่น และสนับสนุนการพัฒนานวัตกรรมแฟชั่นที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันยังเป็นการแสดงให้เห็นถึงบทบาทของนักออกแบบ นักวิทยาศาสตร์ และผู้ประกอบการ ที่สามารถบูรณาการองค์ความรู้ด้านวัสดุศาสตร์ เทคโนโลยีการผลิต และการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์แฟชั่นที่ยั่งยืนได้อย่างแท้จริง ในอนาคตจะมีการศึกษาต่อยอดคุณสมบัติเฉพาะของวัสดุเหล่านี้ อาทิ ความทนทาน การใช้งานที่หลากหลาย และขยายการผลิตในระดับอุตสาหกรรม โดยมีต้นทุนที่เหมาะสม อีกทั้งศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพของเส้นใยทางเลือกกับเส้นใยดั้งเดิมในด้านต่าง ๆ เช่น ความแข็งแรง ความยืดหยุ่น ความสามารถในการระบายอากาศ และความรู้สึกละเอียดสบายใส่ ฯลฯ ให้ได้เส้นใยผสมที่ตอบโจทย์การใช้งานเฉพาะด้าน และความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ของวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร พร้อมทั้งสนับสนุนให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพมหานคร. (2564). มทร.พระนคร แปร ‘เส้นใยจากใบอ้อย’ สู่มลพิษสิ่งแวดล้อม. <https://www.bangkokbiznews.com/tech/958050>
- ขวัญชัย บุญสม และ ศิวรี อธิญานร. (2566). การพัฒนาสิ่งทอจากเฮมพ์ สำหรับงานสร้างสรรค์แฟชั่นเครื่องแต่งกาย. *วารสารศิลปกรรมบูรพา*, 15(2), 45-61.
- ชัยวัฒน์ โควาศิราช. (2562). เส้นใยมหัศจรรย์ : Wonder Web. <https://www.bangchak.co.th/th/newsroom/everlasting-economy/520/%E0%B9%80%E0%B8%AA%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%A2%E0%B8%A1%E0%B8%AB%E0%B8%B1%E0%B8%A8%E0%B8%88%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A2%E0%B9%8C-wonder-web>
- ทวิชัย อมศักดิ์ชัย. (2564). การศึกษาการใช้ประโยชน์จากใบสับปะรดเหลือทิ้ง มุ่งสู่เป้าหมายการปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ และใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์. <https://science.mahidol.ac.th/sdgs/12-001/>
- วรุณี อ้ายดวง และ สายสมร ถ่ายอง. (2566). เทคโนโลยีวัสดุผสมชีวภาพเส้นใยเห็ด. *จุลสารสำนักวิทยาศาสตร์ ราชบัณฑิตยสภา*.
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2562). H&M เปิดตัวคอลเลกชันแฟชั่นแบบยั่งยืนผลิตจากวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม. <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.1017.1.0.html>
- สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ. (2566). Mycelium (ไมซีเลียม) เส้นใยจากเห็ดรา. <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.3662.1.0.html>
- สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย. (2564). คู่มือชุมชนเรียนรู้หัตถกรรม 2564 วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ใยกล้วยทรายทอง บ้านห้วยทราย อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่. https://cms.sacit.or.th/cms/uploads/categories/d8c5a0341cfbe616d33c7657d-5b71568/_603b9c5585405f50477a5d319006c2fa.pdf
- อุษา ประชากุล และ พัดชา อุทิศวรรณกุล. (2566). นวัตกรรมการออกแบบแฟชั่นไลฟ์สไตล์จากกระบวนการแปรรูปเส้นใย ด้วยผลผลิตเกษตรไร้มูลค่าง่ายยั่งยืน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครพนม*, 13(3), 258-277.
- alternativeleathers. (2025). *Piñatex pineapple leather*. <https://alternativeleathers.com/pages/pinatex>
- Bellini, L. (2024). *Inside Stella McCartney's new SS24 campaign for her most sustainable collection to date*. <https://theglossarymagazine.com/fashion/stella-mccartney-cara-delevingne/>

- BrandAgeOnline. (ม.ป.ป.). ชมเชย ภาคเหนือ“พานาส”ลึงทอจากผ้าใยสับปะรด เพิ่มมูลค่า
ให้ใบสับปะรด เพิ่มรายได้ให้ชุมชน. <https://www.brandage.com/article/35377>
- Emma. (2019). *H&M conscious exclusive campaign 2019*. <https://www.myfacehunter.com/2019/03/hm-conscious-exclusive-2019-campaign.html>
- fashionforgood. (2023). *What is mycelium?*. https://www.fashionforgood.com/our_news/what-is-mycelium/
- Fletcher, K., &Grose, L. (2012). *Fashion and sustainability: design for change*. Laurence King Publishing.
- Gwilt, A. (2020). *A practical guide to sustainable fashion*. Bloomsbury Publishing.
- Jana, S. (2019). *Stella McCartney sets the standard for sustainable luxury fashion*. <https://www.gofynd.com/thecloset/stella-mccartney-sustainable-fashion>
- Jeffrey, C. (2017). *Large quantities of synthetic spider silk spun on demand*. <https://newatlas.com/artificial-spider-silk-slu/47310/>
- Klara, R. (2021). *Uniqlo’s new flagship store aims to lure shoppers and perhaps send an environmental message*. <https://www.adweek.com/brand-marketing/uniqlo-new-flagship-store-ferns-environmental-message/>
- Longtungirl. (2565). *With Jean แบรนด์เสื้อผ้า ที่ใช้กลยุทธรักษโลก แต่ขายหมด ในไม่กี่นาที่*. <https://www.longtungirl.com/7324>
- News ch7. (2568). *ใบอ้อยมีค่าอย่าเผา เส้นใยใบอ้อยผลิตเสื้อผ้า กระเป๋า ส่งขายสร้างรายได้งาม*. <https://news.ch7.com/detail/780907>
- Nitayaporn.m. (2562). *กัญชง (Hemp)*. <https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2268>
- Shang, A. (2016). *World’s first synthetic spider silk outerwear prototype comes to new york*. <https://wwd.com/feature/worlds-first-synthetic-spider-silk-outerwear-prototype-new-york-north-face-spiber-10715220/>
- TerraBKK. (2567). *ลดการเผาอ้อยด้วยคาร์บอนเครดิต และบรรลุเป้าหมาย Net Zero*. <https://www.terrabkk.com/news/206341/>
- Textilessquare. (2565). *วัสดุทางเลือกสำหรับสิ่งทอไทย*. <https://textilessquare.org/web/trend-highlight/detail.php?detailid=150>
- Thomas, D. (2022). *Inside the luxury fashion industry’s big sustainability push*. <https://www.vogue.co.uk/fashion/article/fashion-industry-sustainability>
- Workpoint Today. (2562). *นักวิจัยฟินแลนด์พัฒนาวัสดุชีวภาพใยไม้-ใยแมงมุม พร้อมใช้แทนพลาสติก*. https://www.workpointtoday.com/finland-non-plastic?utm_source



DEC
JOURNAL
Art and Design

หลักเกณฑ์การวัดทำต้นฉบับบทความ เพื่อพิจารณาเผยแพร่ในวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นวารสารเผยแพร่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์และตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่ความก้าวหน้าผลงานวิชาการ บทความวิจัยและบทความวิชาการทางด้านศิลปะ การออกแบบและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบนิเทศศิลป์ ออกแบบภายใน เครื่องเคลือบดินเผา ออกแบบเครื่องแต่งกาย ประยุกต์ศิลปศึกษา ออกแบบเครื่องประดับ ศิลปะการออกแบบดิจิทัล ศิลปะการออกแบบ ศิลปศึกษา ทัศนศิลป์ หัตถศิลป์และหัตถกรรม ศิลปะการออกแบบเชิงวัฒนธรรม ศิลปะการออกแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ ให้แก่อาจารย์ นักศึกษา และนักวิชาการทั้งภายในและภายนอกสถาบัน โดยมีหลักเกณฑ์ในการนำผลงานของผู้สนใจส่งผลงานมาตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design ต้องได้รับการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ตรงกับสาขาวิชา 3 คนต่อ 1 บทความ เพื่อให้วารสารมีคุณภาพระดับมาตรฐานสากลที่ส่งเสริมงานวิชาการ มีประโยชน์และสามารถอ้างอิงได้ ผลงานที่ส่งมาต้องมีความน่าสนใจ มีประเด็นสำคัญของผู้เขียนที่ชัดเจนด้วยองค์ความรู้ที่ทันสมัย และต้องเป็นผลงานที่ไม่เคยเสนอหรือกำลังเสนอเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการใดมาก่อน โดยวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design รับต้นฉบับทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

กำหนดออกปีละ 3 ฉบับ

ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน - ธันวาคม

1. ประเภทของบทความที่เผยแพร่

1.1 บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นบทความที่ผู้เขียนได้เขียนด้วยการนำเสนอแนวคิด วิเคราะห์ วิวิจารณ์ บนพื้นฐานทางวิชาการผ่านการเรียบเรียงจากงานสร้างสรรค์ ผลงานศิลปะ ออกแบบและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ของตนเองหรือของผู้อื่น รวมถึงการวิเคราะห์ปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลง การพัฒนา ที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปะ การออกแบบ และสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง ผู้เขียนสามารถใส่ภาพประกอบ ตาราง เพื่อส่งเสริมให้สร้างความเข้าใจให้กับผู้อ่านได้ง่ายและทำให้บทความมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยการอ้างอิงอย่างเป็นระบบตามมาตรฐาน APA 7th Edition

ส่วนประกอบ : ชื่อเรื่อง ชื่อ-นามสกุลและสังกัดของผู้เขียน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทคัดย่อความยาว 250 - 300 คำ) บทนำ เนื้อหา (สามารถแบ่งเป็นหัวข้อตามที่ผู้เขียนต้องการนำเสนอ) บทสรุป และเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยและที่แปลเป็นภาษาอังกฤษ

1.2 บทความวิจัย (Research Article) เป็นบทความที่ผู้เขียนได้แสดงผลของการค้นคว้า มีวัตถุประสงค์ชัดเจน เพื่อความก้าวหน้าทางวิชาการทางด้านศิลปะ การออกแบบและสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง มีลักษณะเป็นการเขียนด้วยรูปแบบของหลักการวิจัยประกอบด้วย

ส่วนประกอบ : ผู้เขียนสามารถใส่ภาพประกอบ ตาราง เพื่อส่งเสริมให้สร้างความเข้าใจให้กับผู้อ่านได้ง่ายและทำให้บทความมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ด้วยการอ้างอิงอย่างเป็นระบบตามมาตรฐาน APA 7th Edition ชื่อเรื่อง ชื่อ-นามสกุลและสังกัดของผู้เขียน (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) บทคัดย่อและคำสำคัญ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) บทคัดย่อความยาว 250-300 คำ) บทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย เครื่องมือวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปและอภิปรายผล และเอกสารอ้างอิง ที่เป็นภาษาไทยและที่แปลเป็นภาษาอังกฤษ

2. การจัดเตรียมต้นฉบับ

2.1 บทความภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun New ขนาดตัวอักษร 14 pt เมื่อรวมภาพประกอบและตาราง ไม่เกิน 15 หน้า ในการจัดเตรียมบทความ

2.2 ใส่เลขหน้ากำกับทุกหน้าที่ด้านล่าง กึ่งกลางของหน้ากระดาษ A4

2.3 ชื่อเรื่องของบทความ ไม่ควรเกิน 100 ตัวอักษร รวมเว้นวรรค ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 18 pt ตัวหนา

2.4 ชื่อผู้เขียนบทความ อยู่ลำดับลงมาจากชื่อเรื่อง หากมีผู้เขียนบทความหลายคนที่ตั้งกัต่างหน่วยงานกันให้ใช้ตัวอักษรอารบิกตัวเล็กกำกับเหนือตัวอักษรสุดท้ายของนามสกุลแต่ละคนใส่เครื่องหมายจุลภาค (, comma) ถัดจากตัวอักษรอารบิก ตามด้วยเครื่องหมายดอกจัน (asterisk) สำหรับรายละเอียดสถานะของผู้เขียนบทความ ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 14

2.5 ที่อยู่ผู้เขียนบทความ อยู่ลำดับลงมาจากชื่อผู้เขียนบทความ ให้เขียนเรียงลำดับตามตัวอักษรอารบิกที่กำกับไว้ในส่วนของชื่อผู้เขียนบทความ ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 12

2.6 อีเมลผู้เขียนบทความ อยู่ลำดับลงมาจากที่อยู่ผู้เขียนบทความ ให้ใส่อีเมลของผู้เขียนบทความที่สามารถติดต่อได้ในระหว่างดำเนินการ ให้ใช้ตัวอักษร TH Sarabun NEW ขนาดตัวอักษร 12

2.7 บทคัดย่อ (abstract) หรือ บทสรุป (summary) ให้มีเพียงย่อหน้าเดียวโดยไม่ใช้หัวข้อย่อยในบทคัดย่อ ระบุความยาวไม่ควรเกิน 250-300 คำ หากเป็นบทคัดย่อภาษาไทยต้องมีบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ผู้เขียนบทความควรกำหนดคำสำคัญ (key-words) ของเรื่อง แต่ไม่ควรเกิน 5 คำ ขนาดตัวอักษร 14

2.8 องค์ประกอบของบทความ

2.8.1 บทความวิชาการ ประกอบด้วย

1. ส่วนนำ

- ชื่อเรื่อง
- ชื่อผู้เขียนบทความ
(ระบุผู้เขียนบทความสำหรับติดต่อ)
- ที่อยู่ผู้เขียนบทความ/สังกัด
(คณะ มหาวิทยาลัย จังหวัดและอีเมลผู้เขียนบทความ)

2. บทคัดย่อ บทคัดย่อต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่องประเด็นสำคัญของบทความบทสรุป ความยาว 250-300 คำ

3. เนื้อหา

- บทนำ (introduction)
- เนื้อหาในแต่ละประเด็น
- ส่วนสรุปประเด็น (conclusion)

เพื่อแสดงสิ่งสำคัญของประเด็นในแต่ละหัวข้อโดยเรียงเรียงอย่างต่อเนื่อง
นำไปสู่ความคิดเห็นของผู้เขียนในประเด็นของเนื้อหาบทความ

2.8.2 บทความวิจัย ประกอบด้วย

1. หน้าชื่อเรื่อง

- ชื่อเรื่อง
- ชื่อผู้เขียนบทความ (ระบุผู้เขียนบทความสำหรับติดต่อ)
- สังกัด (คณะ มหาวิทยาลัย จังหวัด) และอีเมลผู้เขียนบทความ

2. บทคัดย่อ

- บทคัดย่อต้องระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษา และบทสรุป ความยาว 250-300 คำ

3. เนื้อหาบทความ

- บทนำ (ความสำคัญของที่มา ปัญหาของงานวิจัย วัตถุประสงค์การวิจัย)
- วัสดุอุปกรณ์และวิธีการ
- ผลการศึกษา
- อภิปรายผลการศึกษา
- สรุปผลการศึกษา
- กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

ขั้นตอนการพิจารณาจากผู้ประเมินพิจารณาบทความ

1. การตอบรับหรือปฏิเสธบทความ

กองบรรณาธิการพิจารณาบทความเมื่อได้รับบทความจากผู้เขียน แล้วแจ้งผลการพิจารณาตอบรับหรือปฏิเสธบทความให้ผู้ส่งบทความทราบภายใน 15 วัน หากบทความมีรูปแบบหรือองค์ประกอบไม่ตรงตามหลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความที่วารสารกำหนด ฝ่ายประสานงานจะติดต่อกับผู้ส่งบทความเพื่อให้ปรับปรุงแก้ไขภายใน 15 วัน

2. การประเมินบทความ

ฝ่ายประสานงานนำต้นฉบับบทความที่ผ่านการพิจารณาจากกองบรรณาธิการแล้วนำเสนอให้ผู้ประเมินพิจารณาบทความ (peer reviewer) จำนวน 3 ท่าน โดยกองบรรณาธิการเป็นผู้เลือกจากผู้เชี่ยวชาญหรือเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาที่สอดคล้องกับบทความ ให้เป็นผู้พิจารณาเผยแพร่วรรณกรรมตามเกณฑ์ประเมินบทความที่วารสารกำหนด โดยเก็บข้อมูลทั้งหมดเป็นความลับและไม่เปิดเผย ชื่อ-นามสกุล รวมถึงหน่วยงานที่สังกัดทั้งของผู้เขียนและผู้ประเมินบทความ (double-blinded) จนกว่าต้นฉบับบทความจะได้รับการเผยแพร่ ใช้เวลาพิจารณาแต่ละบทความประมาณ 1 เดือน

3. ผลการประเมินบทความ

บทความที่ผ่านการประเมิน คือ บทความที่ได้รับผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิในระดับ ดี ดีมาก ดีเด่น ทั้งนี้ ผลการพิจารณาของผู้ประเมินบทความถือเป็นสิ้นสุด โดยไม่มีการทบทวนบทความที่ไม่ผ่านการประเมินหรือทบทวนระดับผลการประเมินอีกครั้ง หรือเปลี่ยนแปลงผู้ประเมินบทความใหม่ในทุกกรณี

4. การแจ้งผลการประเมินบทความ

กองบรรณาธิการวารสารจะส่งผลการประเมินให้ผู้ส่งบทความได้ทราบภายใน 7 วัน นับตั้งแต่ได้รับผลการประเมินจากผู้ประเมินท่านสุดท้าย หากมีข้อเสนอแนะหรือข้อแก้ไขปรับปรุงจากผู้ประเมิน ให้ผู้ส่งบทความปรับแก้ไขภายใน 15 วัน แล้วส่งกลับมายังกองบรรณาธิการ นับตั้งแต่วันที่ได้รับทราบผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการ หากผู้ส่งบทความไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอแนะหรือข้อแก้ไขปรับปรุงของผู้ประเมิน ให้ทำหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรชี้แจงรายละเอียดให้กองบรรณาธิการพิจารณา

5. การตอบรับการเผยแพร่บทความ

บทความที่ผ่านการแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้ประเมิน จะได้รับการพิจารณาอีกครั้งจากกองบรรณาธิการ แต่เป็นในรายละเอียดของรูปแบบบทความ การใช้ภาษา และการพิสูจน์อักษร โดยพิจารณาจากความง่ายต่อการอ่านบทความ จากนั้นกองบรรณาธิการจะแจ้งข้อเสนอให้ผู้ส่งบทความแก้ไขปรับปรุง เมื่อแก้ไขปรับปรุงเสร็จสมบูรณ์แล้ว ให้ถือวันที่บรรณาธิการให้ความเห็นชอบแก้ไขบทความครั้งสุดท้ายเป็นวันแก้ไขบทความ และให้ถือวันที่บรรณาธิการมีหนังสือเป็นลายลักษณ์อักษรแจ้งการเผยแพร่บทความ เป็นวันตอบรับการตีพิมพ์บทความ

6. การเผยแพร่บทความ

บทความที่ได้รับหนังสือตอบรับการเผยแพร่จากบรรณาธิการวารสารแล้ว จะได้รับการเผยแพร่ผ่านระบบวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design ออนไลน์ (ThaiJO) ภายใน 30 วัน นับแต่วันออกหนังสือตอบรับการเผยแพร่ โดยที่การเผยแพร่ได้เรียงลำดับก่อนหลังตามวันที่บรรณาธิการวารสารมีหนังสือแจ้งการตีพิมพ์ให้ผู้ส่งบทความทราบ ตามลำดับอย่างเคร่งครัดโดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงหรือทบทวนไม่ว่ากรณีใด

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

วารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร เป็นเสมือนพื้นที่กลางในการนำเสนองานวิชาการด้านศิลปะ การออกแบบ และสาขาที่เกี่ยวข้อง จากการสร้างสรรค์ การวิจัย การเขียนงานวิชาการ ให้กับนักวิชาการ นักออกแบบ ศิลปิน อาจารย์ นิสิต นักศึกษา รวมทั้งบุคคลทั่วไปที่สนใจในงานวิชาการ เพื่อเผยแพร่ผลงานวิชาการให้อยู่ในหลักเกณฑ์ ยึดถือความถูกต้อง คุณภาพของผลงาน ความโปร่งใส และปฏิบัติตามจริยธรรมอย่างเคร่งครัด โดยยึดแนวหลักการ

กองบรรณาธิการวารสารจึงได้กำหนดแนวทางปฏิบัติของบทบาทหน้าที่สำหรับบุคคล 3 กลุ่มให้อยู่ในหลักเกณฑ์การเผยแพร่วารสาร ได้แก่ ผู้เขียนบทความ (Author) บรรณาธิการวารสาร (Editor) และผู้ประเมินบทความ (Peer-Reviewer) ให้ทำความเข้าใจและนำไปปฏิบัติตาม ดังนี้

บทบาทและหน้าที่ของผู้เขียนบทความ

1. ผู้เขียนบทความต้องรับรองว่าผลงานที่เผยแพร่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และเป็นผลงานใหม่
2. ผู้เขียนบทความต้องศึกษารูปแบบการเขียนบทความตามเกณฑ์ของวารสารกำหนดให้ถูกต้องตามองค์ประกอบ
3. ผู้เขียนบทความต้องเขียนและนำเสนอผลงานตนเองทั้งหมด หากในผลงานมีการกล่าวถึงผลงานเขียนของผู้อื่น ต้องมีการอ้างอิงอย่างถูกต้อง และต้องมีการระบุให้ชัดเจนไว้ในเอกสารอ้างอิง ภายในบทความและเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ
4. ผู้เขียนบทความต้องเขียนข้อเท็จจริงจากการทำวิจัยหรือการค้นคว้าทางวิชาการ การสร้างสรรค์ ด้วยความซื่อสัตย์ทางวิชาการ ไม่ค่านิ่งถึงผลประโยชน์ทางวิชาการจนมองข้ามหรือละเมิดสิทธิส่วนบุคคล หรือสิทธิมนุษยชน
5. ผู้เขียนบทความต้องไม่คัดลอกข้อความจากผลงานเดิมของตนเอง ในเรื่องเดียวกันไปเผยแพร่ในวารสารวิชาการมากกว่าหนึ่งฉบับ โดยไม่อ้างอิงผลงานเดิมตามหลักวิชาการในลักษณะที่สร้างความเข้าใจว่าผลงานนั้นเป็นผลงานใหม่
6. ผู้เขียนบทความต้องระบุแหล่งทุนสนับสนุนในการทำวิจัย

7. ผู้เขียนบทความที่มีมากกว่า 1 คน ต้องมีบทบาทหน้าที่ในการวิจัย ค้นคว้าและเขียนบทความด้วยกันจริง

8. ผู้เขียนบทความต้องชี้แจงผลประโยชน์ทับซ้อนที่มีอยู่ในบทความให้กองบรรณาธิการทราบ ตั้งแต่เริ่มส่งบทความ

9. ผู้เขียนบทความต้องยื่นหลักฐานแสดงการอนุญาตจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยของสถาบัน ที่ดำเนินการ หากบทความมีการใช้ข้อมูลจากการทำวิจัยในคนหรือสัตว์

10. ผู้เขียนบทความต้องไม่ละเมิดกระบวนการพิจารณาบทความ การประเมินบทความ และการดำเนินงานของวารสารไม่ว่าในช่องทางใด

11. บทความที่ไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ประเมินให้ ไม่สามารถนำมาประเมินใหม่ หรือนำมาเสนอใหม่ได้อีกครั้ง

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณากลับกรองคุณภาพของบทความเพื่อเผยแพร่ในวารสารที่รับผิดชอบ

2. บรรณาธิการมีหน้าที่ดำเนินการเผยแพร่บทความในวารสารตามรูปแบบ องค์กร ประกอบ และหลักเกณฑ์ที่วารสารกำหนด

3. บรรณาธิการต้องปกปิดข้อมูลของผู้เขียนบทความและผู้ประเมินบทความ ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

4. บรรณาธิการต้องไม่นำบทความที่เคยตีพิมพ์มาแล้ว มาเผยแพร่ซ้ำ

5. บรรณาธิการต้องจัดลำดับการเผยแพร่บทความให้เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดอย่างเคร่งครัด

6. บรรณาธิการต้องไม่นำบทความของตน มาเผยแพร่ในวารสารที่รับผิดชอบขณะเป็นบรรณาธิการ

7. บรรณาธิการต้องไม่มีประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความ ผู้ประเมิน และผู้บริหาร

8. บรรณาธิการต้องกำกับไม่ให้เกิดการละเมิดสิทธิ แทรกแซงกระบวนการพิจารณา การประเมินบทความ และการดำเนินงานของวารสาร

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความต้องไม่เปิดเผยข้อมูลและรักษาความลับของบทความ

2. ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความ หากพบว่าผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความที่ตนเป็นผู้ประเมิน

3. ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความที่ตรงกับสาขาวิชาที่ตนเชี่ยวชาญ พิจารณาหลักการ แนวคิด เนื้อหา รวมทั้งคุณภาพของการวิเคราะห์และความเข้มข้นของผลงานตามหลักวิชาการ

4. ผู้ประเมินบทความต้องประเมินตามการวิชาการ ปราศจากอคติ ประเมินตามข้อเท็จจริงตามหลักการวิชาการ ไม่ใช่ความเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลมารองรับเพียงพอ

5. ผู้ประเมินบทความต้องประเมินและให้ข้อคิดเห็น วิวิจารณ์เชิงวิชาการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้เขียนในเชิงรายละเอียดเพื่อปรับปรุงแก้ไข โดยให้ความสำคัญต่อความก้าวหน้าทางการสร้างความรู้ทางวิชาการ

6. ผู้ประเมินบทความต้องระบุ แสดงให้เห็นผลงานวิชาการที่สำคัญต่อบทความที่ประเมิน แต่ผู้เขียนบทความไม่ได้กล่าวถึง หากมีส่วนใดส่วนหนึ่งหรือทั้งหมดของบทความที่เหมือนหรือมีความซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่นที่เคยมีผู้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว ต้องแจ้งให้บรรณาธิการรับทราบ

7. ผู้ประเมินบทความต้องไม่ละเมิด แทรกแซงกระบวนการพิจารณาบทความ การประเมินบทความ และการดำเนินงานของวารสารในทุกช่องทาง

การส่งบทความ สิ่งที่คุณเขียนบทความต้องนำส่ง

1. ใบสมัคร ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design
2. ไฟล์ต้นฉบับบทความที่จัดพิมพ์ด้วย Microsoft word ในแบบฟอร์มตามที่วารสารได้เตรียมให้ โดยพิจารณาว่าเป็นบทความวิจัย หรือบทความวิชาการ โดยผู้เขียนสามารถปรับหัวข้อตามเหมาะสม แต่ควรมีขนาดของตัวอักษร การจัดหน้ากระดาษตามตัวอย่างจากไฟล์แล้วส่งในระบบ ThaiJO (Submission)

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม :

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย อาริรุ่งเรือง

areerungruang_s@silpakorn.edu

บรรณาธิการ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทรศัพท์ : 08-1619-3228

ID Line : supachai.joe

หมายเหตุ : ทักษะและข้อคิดเห็นในวารสารแต่ละฉบับเป็นของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน มิใช่เป็นความคิดเห็นของกองบรรณาธิการหรือคณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทั้งนี้ กองบรรณาธิการหรือคณะมัณฑนศิลป์ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยกับความคิดเห็นดังกล่าวเสมอไป



<https://so07.tci-thaijo.org/index.php/decorativeartsjournal>



วารสารวิชาการ DEC Journal : Art and Design
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
เลขที่ 31 ถ.หน้าพระลาน แขวงพระบรมมหาราชวัง
เขตพระนคร กรุงเทพฯ 10200
โทรศัพท์: 02-221-5874, 02-221-5832
โทรสาร: 02-225-4350

