

การออกแบบเครื่องแต่งกายจากผ้ามัดหมี่ทอมือ
โดยใช้หลักองค์ประกอบศิลปะ
The Design of Clothes from Handwoven Mudmee
Fabrics by the Principles of Art Composition

นกะวี ด่านลาพล^{1*} และ วรณกร อุ่นวิเศษ²
Nakawee Danlapol¹ and Wannakorn Oonvised²

Received: April 27, 2024

Revised: December 28, 2024

Accepted: December 29, 2024

CHOPHAYOM JOURNAL

¹ สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน

¹ Home Economics Education Faculty of Education Kasetsart
University

¹ (E-mail dnakawee@gmail.com)

*Corresponding Author

² สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

² Home Economics Faculty of Home Economics Technology
Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² (E-mail wannakorn.dd@gmail.com)

บทคัดย่อ

ผ้ามัดหมี่ทอมือเป็นงานหัตถศิลป์ที่มีการสร้างสรรค์ในด้านการผลิตมาตั้งแต่สมัยโบราณ มีคุณค่าทั้งด้านวัฒนธรรมและชีวิตประจำวัน ถือเป็นงานหัตถศิลป์เพื่อสวมใส่ในชีวิตประจำวัน โอกาสพิเศษ งานประเพณีต่าง ๆ ซึ่งตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง เปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมและวิถีชีวิตของมนุษย์ โดยปัจจุบันได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ผ้ามัดหมี่มีการสร้างสรรค์ต่อยอด ตั้งแต่แนวความคิด มุมมองทางการตลาด รวมถึงด้านเทคนิคการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ทั้งสีย้อม เส้นใยที่ใช้ในการทอ เทคนิคการทอ และแนวทางการออกแบบ กลายเป็นผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่น่าสนใจ เพื่อตอบโจทย์สำหรับผู้บริโภคมากที่สุด ในขั้นตอนการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ที่ตรงตามเป้าหมายและหลักการออกแบบเชิงพาณิชย์ หรือ Products & Fashion Design ที่ใช้หลักการทางศิลปะมาเป็นองค์ประกอบหลักด้านการออกแบบ โดยการนำเอาองค์ประกอบ มาออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปที่มีความสร้างสรรค์โดดเด่น น่าสนใจ และมีเอกลักษณ์ ตอบโจทย์สำหรับผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด โดยศึกษาและสังเคราะห์ผลงานเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์พูดคุยกับตัวแทนกลุ่มทอผ้าคราม ผู้จำหน่ายผ้าทอมือ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบพบว่ามีการชื่นชมสนับสนุน ให้คำปรึกษาประเมินผ่านแบบสอบถาม และแนะนำในเชิงบวกประเด็นเกี่ยวกับผลงานสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นข้อมูลเพื่อวิเคราะห์การเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาการออกแบบได้อย่างดี

คำสำคัญ: ผ้ามัดหมี่ทอมือ, การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย, ผ้าไทยอีสาน, องค์ประกอบศิลปะ, การพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์

Abstract

Handwoven Mudmee fabrics are craftsmanship that have been created in aspects of production since ancient times. It has cultural and daily life values regarded as the craftsmanship that can

be worn in everyday life, special occasions, and traditional festivals. Its patterns have been developed continually since the past until the present day based on humans' behavior and the way of life. Presently, handwoven Mudmee fabrics become more popular. It has been developed further in aspects of its concept, marketing, and creation techniques regarding colors, textiles, weaving techniques, and design process. According to this, handwoven Mudmee fabrics become a creative product that responds to consumers' needs. The designing, developing, and creating processes correspond to the goals and principles of products and fashion design. The principles of art composition are used as the main element for the designing process. In the design process, inspiration, concepts, clothing styles, dressmaking techniques, repetition, rhythm, pattern, descending order, direction, harmony, contrast, balance, and unity are used to design products. The designed products become creative, outstanding, interesting, and unique in order to respond to the needs of consumers. The authors study and synthesize the qualitative studies that the interviews conducted to elicit the data from the representatives of the indigo weaving groups, handwoven Mudmee fabrics sellers, and experts in the field of fashion design. The results revealed a positive appreciation, support, and suggestion towards the designed product that was evaluated through the questionnaires. The statistical analysis of perceived value and the number of likes and shares on social media revealed that many designed products received 2,000 to 3,000 likes and shares, including 90 to 95 percent of positive

comments and interactions. According to the results, this information is a practical guideline to develop the design process.

Keyword: Handwoven Mudmee fabrics, fashion design, Thai-Isan Fabric, elements of art, products design

บทนำ

ผ้ามัดหมี่ คือ ผ้าที่ทอจากฝ้ายหรือไหมที่ผูกมัดแล้วย้อมโดยการคิดผูกให้เป็นลวดลาย แล้วนำไปย้อมสีก่อนทอ ถือเป็นศิลปะการทอผ้าพื้นเมืองชนิดหนึ่งที่นิยมทำกันมานานแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยกระบวนการทำผ้ามัดหมี่นั้น ในขั้นตอนการสร้างลวดลาย จะต้องนำเส้นใยฝ้ายหรือเส้นใยไหมไปค้นลำหมี่ ให้ได้ตามจำนวนที่เหมาะสมกับลวดลาย แล้วจึงนำไปซึ่งเข้ากับ “โฮงหมี่” โดยจะใช้เชือกมัดส่วนที่ไม่ต้องการให้ติดสี เรียกว่าการ “โอบ” ในอดีตใช้เชือกกล้วย ต่อมานิยมใช้เชือกฟางพลาสติก มัดให้แน่นตามลวดลายที่กำหนดไว้แล้วนำไปย้อมสี จากนั้นตากแดดให้แห้ง เมื่อนำมาแกะเชือกออกจะเห็นส่วนที่มัดไว้ไม่ติดสีที่ย้อม หากต้องการให้ลวดลายมีหลายสี จะต้องมัดโอบอีกหลายครั้งตามความต้องการ

การมัดหมี่อาจทำได้ทั้งเส้นฝ้ายและเส้นไหม ผ้ามัดหมี่ที่ด้นนั้นจึงพิจารณาได้จากขนาดของลาย ความคมชัดของลาย และจำนวนสีที่ใช้ในแต่ละผืน ด้วยเหตุว่าในกระบวนการทอนั้นผู้ทอจะต้องสร้างลวดลายด้วยการมัดย้อมสีเส้นพุ่งก่อนการนำไปทอ หากลายที่มัดมีขนาดเล็กผู้ทอต้องใช้ความอดุสาหะและความชำนาญในการมัดด้วยเส้นเชือกที่มีขนาดเล็กลงและแน่นขึ้น การย้อมสีก็เช่นกัน ผ้าที่กำหนดให้ใช้สีมากย่อมมีกระบวนการที่ยากตามไปด้วย การเล่นสีของผ้านั้นผู้ทอจะต้องวางแผนในการสร้างลวดลาย เพราะจะต้องย้อมสีจากสีเข้มไปสู่สีอ่อนด้วยด้ายชุดเดียวกัน ดังนั้นผ้ามัดหมี่ ที่มีสีพื้นแตกต่างจากสีของลวดลาย ยิ่งมากเท่าไร ก็ยิ่งแสดงให้เห็นความสามารถของผู้ทอเท่านั้น

เมื่อย้อมสีเสร็จแล้วก็จะนำด้ายที่ได้ไปทอกับเส้นยืน ผู้ทอจำเป็นจะต้อง

ควบคุมความต่อเนื่องของการทอ ด้วยเหตุว่าการมัดด้ายนั้นมัดเป็นกลุ่ม ด้ายแต่ละกลุ่ม จะมีส่วนหัวด้ายที่ทำให้ด้ายมีความยาวต่างกัน เมื่อนำไปทอผู้ทอจะต้องปรับแนวของเส้นด้ายให้มีสายต่อเนื่องกันคล้ายกับการต่อจิ๊กซอว์ให้สายผสมกัน ความคมชัดของลายจึงแสดงให้เห็นความใส่ใจและความเชี่ยวชาญในลายที่ผู้ทอสร้างขึ้น ผ้ามัดหมี่มีความซับซ้อนและความยุ่งยาก เฉพาะในขั้นตอนของการเตรียมลวดลาย แต่ข้อดีคือสามารถทอผ้าที่มีลวดลายยาวต่อเนื่อง กันไปได้ ด้วยการเพิ่มจำนวนมัดด้ายในช่วงของการเตรียมเส้นใย ผ้ามัดหมี่จึงสามารถทอให้ยาวเป็นเมตรได้ จึงนิยมนำมาใช้ในการนุ่งผ้าแบบจีบและโจง รวมทั้งเอามาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าอย่างตะวันตกได้สะดวก

ผ้ามัดหมี่มีบทบาทในวิถีชีวิตตั้งแต่เกิดจนตาย หญิงสาวต้องทอผ้าเพื่อทำเป็นเครื่องนุ่งห่ม วัสดุเส้นใยทั้งฝ้าย และไหม บ่งบอกถึงศักยภาพทางการค้า เพราะเป็นวัสดุที่ใช้แลกเปลี่ยนซื้อขายมาแต่โบราณ ส่วนวัสดุย้อมสีธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นถึงความอุดมสมบูรณ์ของพันธุ์พืชในประเทศไทย ที่มีความหลากหลาย ซึ่งช่วยให้ผ้ามัดหมี่ของไทยมี สีสน เฉพาะตัว และยังสะท้อนไปถึงความเชี่ยวชาญของแต่ละกลุ่มชนในการย้อมสีธรรมชาติ

บทวิเคราะห์

ปัจจุบัน การถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิตผ้ามัดหมี่ ยังคงมีอยู่บ้างตามชนบท แต่เยาวชนรุ่นใหม่ที่ตั้งใจสืบทอดการทอผ้ามีจำนวนลดลง และหลายชุมชนก็ไม่สามารถ สืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้ามัดหมี่ไว้ได้ จึงจำเป็นที่หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องได้ร่วมกันอนุรักษ์และสืบสานให้มรดกภูมิปัญญา ทางวัฒนธรรมแขนงนี้คงอยู่สืบไป

แนวคิดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ เนื่องจากมีการเปลี่ยนความคิดให้เป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับการหากรรมวิธีการผลิตการเลือกวัตถุดิบ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ สูตรในการผลิต วิธีการ

ผลิตให้ได้คุณภาพ ประสิทธิภาพ รูปแบบ สี สัน ขนาดต่าง ๆ ตามความต้องการของตลาด หลายต่อหลายครั้งที่ความคิดที่ผ่านการกลั่นกรองไม่สามารถผลิตเป็นสินค้ามีตัวตนได้ เนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูงมากจนไม่คุ้ม หรือต้องใช้เวลาในการผลิตนานเกินไปไม่ทันกับความต้องการของตลาด ดังนั้น เมื่อแนวคิดผ่านขั้นตอนนี้ไปย่อมหมายถึงกิจการมีผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่ในมือเพื่อรอการจัดจำหน่าย เพียงแต่ปริมาณสินค้าที่ผลิตขึ้นมายังคงมีจำนวนน้อย เนื่องจากยังไม่มี ความมั่นใจต่อการตอบรับของตลาดมากนัก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์มากมายและมีลักษณะครอบคลุมกว้างขวาง แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ ต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างผลกำไร โดยทั่วไปสามารถรวบรวมความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากการขยายสายการผลิต โดยใช้กระบวนการผลิตที่มีอยู่ (line extensions)
2. การสร้างแนวคิดใหม่ในผลิตภัณฑ์เดิม (repositioned existing product) เป็นการปรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในแง่ของการใช้งาน โดยไม่ได้เปลี่ยนแปลงคุณสมบัติหลัก
3. ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมแต่ปรับเปลี่ยนรูปแบบใหม่ (new form of existing products)
4. ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เกิดจากการปรับปรุงสูตรที่มีอยู่แล้ว (reformulation of existing products)
5. ผลิตภัณฑ์ใหม่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่ (new packaging of existing products)
6. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรม (innovative products/ make changes in an existing product) เป็นการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิม
7. ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ (creative product/ bring

into existence, the rare, never before-seen product)

โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและชุมชนต้องมีการศึกษาอย่างละเอียด ปรับวิธีการตั้งแต่แนวความคิด มุมมองทางการตลาด และรวมถึงด้านเทคนิคการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่สีย้อม เส้นฝ้าย เทคนิคการทอ เพื่อสร้างต้นแบบนวัตกรรม แนวทางการออกแบบ และผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์สำหรับผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

ที่มาและขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Products) ในทางการตลาดประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยมีในตลาด เรียกว่า นวัตกรรม (Innovation) ผลิตภัณฑ์ที่ปรับปรุงใหม่ (Product Improvement) และผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตทำขึ้นมา ลักษณะเหมือนผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีจำหน่ายในตลาดแล้ว ดังนั้นที่มาของผลิตภัณฑ์ใหม่น่าจะเกิดจากความต้องการเป็นผู้บุกเบิกในตลาดของธุรกิจ ความต้องการปรับปรุงสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป และความต้องการมีสินค้าจำหน่ายครอบคลุมทุกชนิด เพื่อให้สามารถต่อสู้กับคู่แข่งได้ กระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อนำสู่ตลาดสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

1. สำรวจทรัพยากร จุดเด่น ข้อได้เปรียบ และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันของกลุ่มหรือชุมชนเพื่อจัดการทรัพยากรด้านความรู้ ทักษะ แรงงาน และความสามารถ เทคนิคการย้อม การเส้นฝ้าย การทอผ้า รูปแบบของสินค้า ปัจจุบัน เพื่อเป็นสิ่งที่ใช้ในการพัฒนาต่อยอด สร้างสรรคผลิตภัณฑ์ใหม่

2. ลูกค้า ถือเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญที่สุด เนื่องจากความต้องการของลูกค้าจะถูกแปรสภาพมาเป็นผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้คำติชม ข้อเสนอแนะของลูกค้าล้วนแต่เป็นแหล่งข้อมูลที่มีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

3. สมาชิกในช่องทางการจำหน่าย ร้านค้าต่าง ๆ ที่จัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้ผลิตถือเป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความต้องการของลูกค้ามาสู่ผู้ผลิตสินค้า โดยปกติผู้บริโภคจะระบายความรู้สึก ปัญหาต่าง ๆ เกี่ยวกับการใช้

ผลิตภัณฑ์ตลอดจนข้อเสนอแนะใด ๆ ให้กับผู้จัดจำหน่าย ดังนั้น ร้านค้าหรือตัวแทนคนกลาง จะเป็นแหล่งสะสมข้อมูลจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

4. คู่แข่งขัน เมื่อคู่แข่งชั้นผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด แต่บังเอิญสินค้ามีข้อบกพร่องไม่ประสบความสำเร็จ ผู้ผลิตสามารถนำข้อผิดพลาดดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของตนได้

5. แหล่งความคิดภายในกิจการ กิจการธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน การเปิดโอกาสให้พนักงานในระดับต่าง ๆ ได้แสดงเสนอความคิดใหม่ ๆ อาจจะได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสินค้าใหม่

6. แหล่งความคิดอื่น ๆ เช่น งานวิจัย บทความ ของนักวิชาการ ของสถาบันศึกษา สามารถเป็นแหล่งความคิดแก่ผู้ผลิตในการผลิตสินค้าใหม่ สมาคมการค้าก็สามารถเป็นแหล่งที่จะให้แนวความคิดได้เช่นกัน

ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผนจัดทำอย่างมีขั้นตอนและรู้จักเลือกใช้วัสดุแล้วจัดสรรวิธีการ เพื่อทำตามความต้องการ โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบและคุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิด ตามความคิดและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ (พัชรวาลัย เซ็นเสถียร, 2556)

ความหมายของการออกแบบเครื่องแต่งกาย

การออกแบบเครื่องแต่งกาย ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Fashion Design” หรือ “Costume Design” โดยในวงการออกแบบเครื่องแต่งกาย จะมีการใช้คำว่า Fashion, Costume และ Design มาใช้ทับศัพท์อยู่เสมอ

Fashion หมายถึง การจัดวางรูปแบบ ทำแบบ หรือรูปแบบของเสื้อผ้าหรือสิ่งอื่น ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่กำลังได้รับความนิยม หรือตามความนิยมของคน สมัยนิยม ถูกสมัยนิยม หรือตามสมัยนิยม

Costume หมายถึง เครื่องแต่งกายที่ใช้กันในยุคสมัยหรือท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง ซึ่งได้รับการออกแบบขึ้นมาโดยมีจุดมุ่งหมายเป็นการเฉพาะหรือเป็นพิเศษ (จารุพรรณ ทรัพย์บำรุง, 2543)

ขั้นตอนการออกแบบเสื้อผ้า

การออกแบบเสื้อผ้าเป็นการสร้างสรรค์ผลงานจากความคิด (ณัฐธิดา เรืองธนพิบูลย์, 2559) มีรายละเอียดดังนี้

1. Objective วัตถุประสงค์ของการออกแบบ สามารถแบ่งได้เป็นการสร้างสรรค์งานเพื่อแสดงแนวคิด เน้นเรื่องความแปลกใหม่และความสวยงามของผลิตภัณฑ์กับการสร้างสรรค์งานเพื่อประโยชน์ใช้สอย มีจุดมุ่งหมายการคิดดัดแปลงและสร้างผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย

2. การเลือกแรงบันดาลใจ (Inspiration) ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ภายใต้ Concept ที่กำหนด โดยคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของสิ่งที่บันดาลใจนั้นๆ หรืออาจจะมีการดัดทอนรายละเอียดบางส่วนออกไป

3. Sketch เป็นการวาดภาพร่างตาม Concept ที่วางไว้ เพื่อพิจารณาก่อนเลือกลงใน Collection โดยภาพร่างอาจไม่ต้องการรายละเอียดมากนัก แต่เป็นการร่างภาพที่แปลงจากจินตนาการมาเป็นรูปแบบเสื้อผ้า

4. Collection เมื่อนักออกแบบได้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากแนวความคิดและวาดภาพร่างจากจินตนาการแล้ว ขั้นตอนต่อไปต้องนำมารวบรวมให้เป็น Collection โดยให้มีรูปแบบเสื้อผ้าที่ใกล้เคียงกันหรือไปในทิศทางเดียวกัน อาจแตกต่างกันในรายละเอียด เช่น ด้านของความยาว หรือสีสันทที่ใช้ร่วมกัน เป็นต้น

5. Illustration เป็นขั้นตอนการออกแบบที่เกิดจากการใช้ฝีมือในการวาด หรือการใช้โปรแกรม คอมพิวเตอร์ในการสร้างสรรค์ผลงานออกมาให้สวยงามและโดดเด่น

ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ

การที่นักออกแบบสามารถคิดได้อย่างทันเวลาซึ่งเป็นแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัยตรงกับจุดประสงค์และสร้างสรรค์ เป็นวิธีคิดของมนุษย์หรือวิถีของปัญญาชน วิธีการดังกล่าวนำมาใช้ในการคิด แก้ไข ไตร่ตรอง แล้วจึงนำมาปรับปรุงให้เกิดการพัฒนา และการสร้างสรรค์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การสร้างสรรค์ด้านความคิด (Creative in Thinking) คือ การใช้

หลักการค้นคว้าแล้วนำมาทดลองศึกษาวิเคราะห์ปัญหา ฝึกคิดแก้ไข และไตร่ตรอง

2. การสร้างสรรค์ด้านความงาม (Creative in Aesthetic) คือ การสร้างให้เกิดความประทับใจทางสุนทรียภาพ โดยนำโครงสร้างของศิลปะมาจัดองค์ประกอบให้เกิดความสวยงาม

3. การสร้างสรรค์ด้านประโยชน์ใช้สอย (Creative in Function) คือ การสร้างสรรค์ทั้งด้านความคิดและด้านความงามมาผนวกเข้าด้วยกัน ทำให้เกิดการประดิษฐ์สิ่งของ เพื่อมุ่งไปที่ผลประโยชน์อย่างใดอย่างหนึ่ง (พัชรวาลัย เซ็นเสถียร, 2556)

ความหมายของศิลปะ

ศิลปะเป็นคำที่มีความหมายอย่างกว้างขวาง มีผู้ที่ให้คำจำกัดความ และกำหนดแนวคิดทางศิลปะอย่างมากมาย

ศิลปะ คือ ผลแห่งความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่แสดงออกมาในรูปลักษณะต่าง ๆ ให้ปรากฏซึ่งสุนทรียภาพ ความประทับใจ แสดงออกถึงอารมณ์ ความอัจฉริยภาพ พุทธิปัญญาประสบการณ์ รสนิยมและทักษะของแต่ละคน เพื่อความพอใจ ความรื่นรมย์ ขนบธรรมเนียมจารีตประเพณี หรือความเชื่อทางศาสนา (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

ดังนั้นจึงอาจสรุปได้ว่า “ศิลปะเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดความงาม และความพึงพอใจ”

ฉัตรชัย อรรถปักษ์ (2558) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถหรือกระบวนการทางสมองที่คิดได้หลายทิศทาง หลายแง่หลายมุม คิดได้แปลกใหม่คิดในลักษณะอนันตัย อันนำไปสู่การคิดและเชื่อมโยงผสมผสานให้เกิดสิ่งใหม่รวมทั้งการคิดและการค้นพบการแก้ปัญหาใหม่ตลอดจนความสำเร็จในการค้นพบทฤษฎีต่าง ๆ อันก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ต่อสังคม

องค์ประกอบที่เป็นหลักในการสร้างสรรค์งานศิลปะ

1. การซ้ำ

(repetition) เกิดจากองค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไป วางอยู่ในที่ว่างโดย มีที่ว่างขึ้นอยู่ระหว่างหน่วยองค์ประกอบที่จะนำมาวางซ้ำเหล่านั้นได้แก่ จุด เส้น น้ำหนัก รูปร่าง รูปทรง สี ลักษณะผิว และอื่นๆ

การซ้ำสามารถแบ่งออกได้ 4 รูปแบบดังนี้

1.1 การซ้ำแบบเหมือนกัน เป็นการซ้ำขององค์ประกอบที่มีขนาดน้ำหนักหรือลักษณะเดียวกันเรียงต่อเนื่องกันไป

1.2 การซ้ำแบบลดหลั่น เป็นการตามองค์ประกอบที่มีขนาดน้ำหนัก หรือลักษณะแตกต่างกัน เรียงจากมากไปน้อย หรือน้อยไปมาก

1.3 การซ้ำเป็นจังหวะ เป็นการซ้ำของชุดองค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันต่อเนื่องกันไป ซึ่ง ภายในชุดองค์ประกอบ 1 ชุดนี้จะประกอบด้วยหน่วยย่อยที่มีขนาดน้ำหนักหรือลักษณะที่แตกต่างกัน

1.4 การซ้ำแบบไม่เป็นจังหวะ เป็นการซ้ำของชุดองค์ประกอบลักษณะหนึ่งอย่างอิสระ ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยที่แน่นอน



ภาพที่ 1 การซ้ำแพทเทิร์นชิ้นผ้า การซ้ำโบว์ประดับแขนเสื้อ และการซ้ำชิ้นผ้าตกแต่งแขนเสื้อ

2. จังหวะ

จังหวะ (rhythm) เกิดจากการซ้ำกันอย่างต่อเนื่องและมีเอกภาพขององค์ประกอบพื้นฐานที่มีลักษณะเหมือนกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไปบนที่ว่าง ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

2.1 จังหวะซ้ำ เป็นจังหวะขององค์ประกอบที่มีลักษณะเหมือนกันเรียนต่อกันไป

2.2 จังหวะสลับ เป็นจังหวะองค์ประกอบที่มีลักษณะสลับกันไปมาอย่างเป็นระเบียบ

2.3 จังหวะแปร เป็นจังหวะขององค์ประกอบที่มีการเปลี่ยนแปลงของลักษณะไปทีละเล็กละน้อย เช่น อ่อน-กลาง-แก่-เข้ม ความสำคัญของจังหวะกับการสร้างสรรค์งานศิลปะ

- 1) ช่วยให้เกิดความเป็นระเบียบในผลงาน เข้าใจง่าย
- 2) ช่วยสร้างความสนใจ หากมีการจัดช่วงจังหวะที่ดีสามารถทำให้เกิดการเคลื่อนไหว ช่วยเพิ่มความมีชีวิตชีวาให้ผลงาน
- 3) ช่วยให้เกิดความกลมกลืน เช่น การจัดวางเครื่องเรือน ของตกแต่ง หรืออื่น ๆ ให้ซ้ำ ๆ กัน จะทำให้เกิดความกลมกลืนเป็นระเบียบได้

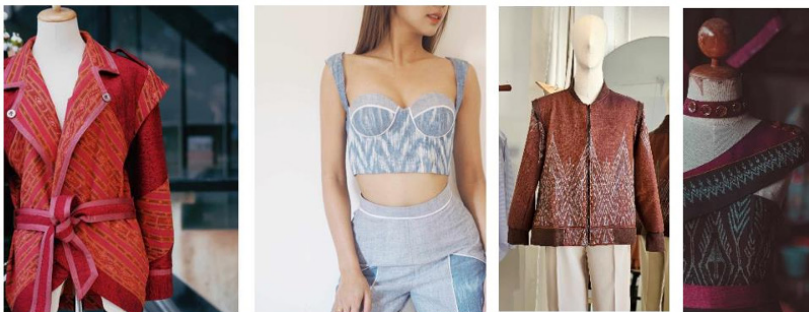


ภาพที่ 2 จังหวะของออกแบบชายเสื้อและการใช้จังหวะสลับผ้าลายมัดหมี่กับผ้าพื้น

3. ลวดลาย

ลวดลาย (pattern) คือลักษณะการจัดวางองค์ประกอบซ้ำๆกันอย่างเป็นจังหวะ ทำให้เกิดลักษณะเฉพาะตัวของงาน ทำให้งานมีเอกภาพและความกลมกลืน โดยปกติลวดลายจะถูกนำไปใช้ในงานออกแบบศิลปะประยุกต์มากกว่างานทัศนศิลป์ เนื่องจากงานศิลปะประยุกต์ต้องการใช้ลวดลาย ในการตกแต่งผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ในขณะที่งานทัศนศิลป์แต่ละชิ้นศิลปินมักต้องการสร้างสรรค์ให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่ซ้ำใคร จึงมักเน้นที่การนำองค์ประกอบมาสร้างสรรค์ให้เกิดจุดเด่นของรูปร่าง รูปทรง ส่วนสี สีส และอื่น ๆ มากกว่าการใช้ลวดลาย

ดังนั้นการใช้ลวดลายในงานทัศนศิลป์จึงต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับองค์ประกอบอื่นที่ใช้เพื่อความกลมกลืนของงาน



ภาพที่ 3 การวางลวดลายผ้ามัดหมี่ให้น่าสนใจและหลากหลาย

4. การลดหลั่น

การลดหลั่น (gradation) คือ การจัดลำดับขององค์ประกอบต่าง ๆ เช่น เส้น รูปร่าง รูปทรง สี ลักษณะผิว ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปตามลำดับ เช่น ระดับสีอ่อนไปสีแก่ ลักษณะผิวเรียบไปสู่ขรุขระ รูปทรงเล็กไปใหญ่ เป็นต้น ในงานทัศนศิลป์และงานศิลปะประยุกต์ การลดหลั่นสามารถทำให้เกิดความรู้สึก

ต้นลึก มีมิติ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป สามารถนำพาสายตาไปสู่จุดเด่นได้



ภาพที่ 4 การลดหลั่นตำแหน่งของแพทเทิร์นแขน ไหล่ และสีเข้ม - อ่อนของผ้า

5. ทิศทาง

ทิศทาง (direction) หมายถึง ความรู้สึกเคลื่อนไหวที่เกิดจากการพิจารณาองค์ประกอบในงานศิลปะ ซึ่งองค์ประกอบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น เส้น รูปร่าง รูปทรง และอื่น ๆ สามารถชักนำสายตาให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวไปตามทิศทางที่ศิลปินสร้างสรรค์ขึ้น ในงานทัศนศิลป์และงานศิลปะประยุกต์ หลักในการกำหนดทิศทางของผลงานมีหลักง่าย ๆ คือ ทิศทางหรือการเคลื่อนไหวใกล้กันหันเหไปในทางเดียวกันจะมีความกลมกลืนกัน ถ้าหันเหไปคนละทาง หรือตรงข้ามกัน จะทำให้เกิดการตัดกัน

ในการจัดองค์ประกอบ ควรเว้น ให้มีที่ว่างในทิศทางดังกล่าวอย่างเหมาะสม จึงจะทำให้งานมีความน่าสนใจ ดูแล้วไม่อึดอัด หากองค์ประกอบมีทิศทางขัดแย้งกันควรพิจารณาก่อนว่าทิศทางโดยรวมของงานเคลื่อนไหวไปที่ทิศทางใด ก็ให้เว้นที่ว่างสำหรับทิศทางนั้นมากกว่าทิศทางอื่น



ภาพที่ 5 การใช้ลวดลายผ้ามาเป็นเส้นนำทิศทางสายตา
สำหรับพรางหุ่นและเพิ่มความน่าสนใจ

6. ความกลมกลืน

ความกลมกลืน (harmony) หมายถึง การนำองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความคล้ายกันหรือเหมือนกันมาจัดวางอย่างสัมพันธ์กัน เกิดการประสานกันอย่างเหมาะสมและลงตัวในผลงาน ดูแล้วไม่ขัดตา โดยลักษณะของความกลมกลืนแบ่งได้ 2 ลักษณะ ดังนี้

6.1 ความกลมกลืนขององค์ประกอบพื้นฐานที่คล้ายกัน

เป็นการนำเอาองค์ประกอบพื้นฐานที่มีความคล้ายคลึงกันในลักษณะต่าง ๆ เช่น รูปร่าง ขนาด ทิศทาง สี ลักษณะผิว มาจัดไว้ด้วยกัน เพื่อให้เกิดความกลมกลืนเป็นระเบียบ

6.2 ความกลมกลืนตามธรรมชาติหรือประโยชน์ใช้สอย

คือความกลมกลืนระหว่างวัตถุต่าง ๆ เช่น ของตกแต่งสวน เครื่องเรือน กับสิ่งที่อยู่แวดล้อม ทั้งในแง่ความสวยงามตามธรรมชาติและประโยชน์ใช้สอย



ภาพที่ 6 การสร้างความกลมกลืนโดยใช้ผ้ามัดหมี่
และผ้าสีพื้นให้เชื่อมโยงไปในโทนสีเดียวกัน

7. การตัดกัน

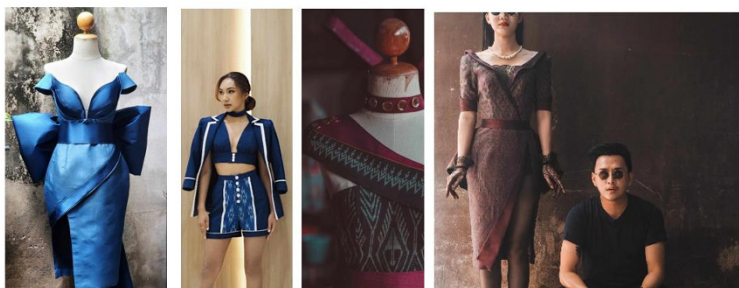
การตัดกัน (contrast) หรือการขัดแย้งกัน หมายถึง การจัดองค์ประกอบ พื้นฐานที่มีคุณสมบัติต่างกันมาไว้ด้วยกัน ความแตกต่างนั้นมีหลายระดับตั้งแต่เล็กน้อย จนถึงแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงจนทำให้งานเกิดความขัดแย้งไม่เป็นระเบียบ การตัดกันถ้าหากใช้ความเหมาะสมจะทำให้เกิดความเด่นปรากฏชัดเจนในชิ้นผลงาน กลายเป็นจุดรวมของความสนใจ (focal point) นอกจากนี้ยังช่วยลดความน่าเบื่อจากความกลมกลืนที่มีมากเกินไป แต่ถ้าใช้หลักการตัดกันมากเกินไป จะทำให้เกิดความไม่เข้ากันหรือการขัดกัน



ภาพที่ 7 การใช้เส้นนำสายตาให้ตัดกันระหว่างผ้ามัดหมี่
และผ้าสีพื้น เพื่อลดความน่าเบื่อและความอึดอัด

8. การประสาน

การประสาน (fransition) คือ การทำให้องค์ประกอบต่างๆเกิดความเชื่อมโยงมีความกลมกลืนกัน เป็นหลักการพื้นฐานในการทำงานศิลปะที่ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งลง การแก้ปัญหาความขัดแย้งในองค์ประกอบ ควรให้มืองค์ประกอบนั้นเป็นตัวกลางหรือตัวประสาน เช่น การแก้ปัญหาเรื่องน้ำหนัก ขาวกับดำควรใช้น้ำหนัก เทาเป็นตัวประสานเป็นต้น สำหรับความขัดแย้งในองค์ประกอบอื่น ไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง ลักษณะผิว สี ทิศทาง ก็สามารถแก้ปัญหาได้ในทำนองเดียวกัน



ภาพที่ 8 การประสานกันระหว่างแพทเทิร์น
และลายผ้ามัดหมี่ให้มีความเชื่อมโยงกัน

9. ความสมดุล

ความสมดุล (balance) หมายถึง ความเท่ากันในน้ำหนักของสิ่งต่างๆ ระหว่าง 2 ส่วน ซึ่งใช้กับความสมดุลของวัตถุจริงที่สามารถชั่งน้ำหนักด้วยเครื่องชั่งได้ เรียกว่า ความสมดุลของน้ำหนักจริงเชิงกายภาพ (physical weight) แต่ความสมดุลในทางศิลปะ หมายถึง ความเท่ากันตามความรู้สึก (sensible equilibrium) โดยการแบ่งภาพหรือผลงานออกเป็น 2 ส่วน โดยใช้เส้นแบ่งกึ่งกลางของผลงานเรียกว่าเส้นแกน(axis) แล้วเปรียบเทียบกับน้ำหนักขององค์

ประกอบพื้นฐานอื่นๆที่อยู่ 2 ด้านของเส้นแกนว่าสมดุลหรือไม่ เป็นความสมดุลตามความรู้สึกทางการเห็น (visual weight) โดยความสมดุล แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

9.1 ความสมดุลแบบ 2 ข้างเท่ากัน (symmetrical balance) หรือความสมดุลแบบสมมาตร จัดวางโดยมีรูปร่าง รูปทรง หรือน้ำหนัก เท่ากันเหมือนส่องกระจก ความสมดุลแบบนี้ให้ความรู้สึกสง่างาม มั่นคง แข็งแรง เป็นทางการ หยุคนิ่ง (static) เช่น ร่างกายของคน หรือสัตว์ที่มองดูจากหน้าตรง สถาปัตยกรรมหลายแห่ง สำหรับในทางศิลปะไม่ค่อยนิยมใช้สมดุลประเภทนี้

9.2 ความสมดุลแบบ 2 ข้างไม่เท่ากัน (asymmetrical balance) หรือความสมดุลแบบอสมมาตร ความสมดุลแบบนี้จะพบเห็นได้ทั่วไปในธรรมชาติ ให้ความรู้สึกอ่อนไหว (dynamic) อิสระ มีพลัง ในทางศิลปะศิลปินและนำออกแบบจะนิยมใช้ความสมดุลประเภทนี้มาสร้างสรรค์ผลงานมาก



ภาพที่ 9 การสร้างความสมดุลให้เท่ากัน
ระหว่างด้านซ้าย - ขวา และบน - ล่าง

10. เอกภาพ

เอกภาพ (unity) หมายถึง 1) ความเป็นหนึ่งอันเดียวกันหรือความเป็น

ระเบียบของภาพ 2) ความกลมกลืนขององค์ประกอบพื้นฐาน 3) ความสมดุลของภาพ และ 4) การรวมกันของรูปทรงในภาพเป็นจุดเด่น

เอกภาพนับว่าเป็นหัวใจสำคัญของการออกแบบและสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ โดยเอกภาพประกอบด้วย 3 สิ่งสำคัญคือ ดุลยภาพ การรวมตัว และความ เป็นระเบียบ



ภาพที่ 10 การใช้โทนสี และการปักตกแต่งในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้เกิดความเป็นเอกภาพ

บทสรุป

จากองค์ประกอบทางศิลปะและการนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผ้ามัดหมี่ทอมือเป็นการสร้างสรรค์ต่อยอด ตั้งแต่แนวความคิด มุมมองทางศิลปะ การออกแบบ การตลาด และการนำองค์ความรู้ทางศิลปะมาใช้ในการพัฒนาด้านเทคนิคการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เมื่อผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เครื่องแต่งกายจากผ้ามัดหมี่ทอมือที่น่าสนใจมากขึ้น จากการใช้องค์ประกอบศิลป์มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ การใช้ การซ้ำ ของแขนเสื้อ กระดุม ชั้นกระโปรง โดยสร้างจังหวะ (rhythm) ของชั้นกระโปรงให้มีสัดส่วน ความยาวไม่เท่ากัน รวมถึงการ

ใช้ ลวดลาย (pattern) การวางลวดลาย ทิศทางลวดลายสร้างการนำสายตา และเลือกชนิดของผ้า สีเส้น เกรดสีของผ้าให้มีความ ความกลมกลืน (harmony) หรือสร้างความโดดเด่น ด้วยการใส่สีตัดกัน การตัดกัน (contrast) เป็นต้น สร้างความหลากหลายสวยงามของรูปแบบ และเพื่อตอบโจทยสำหรับผู้บริโภคมากที่สุด

บรรณานุกรม

จารุพรรณ ทรัพย์ปรุง. (2543). *การออกแบบเครื่องแต่งกาย*. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินติ้ง เฮาส์.

ฉัตรชัย อรรถปักษ์. (2558). *องค์ประกอบศิลปะ*. กรุงเทพฯ: จูน พับลิชชิ่ง.

ณัฐธิดา เรืองนพิบูลย์. (2559). *การพัฒนาเสื้อผ้าสตรีไร้ตะเข็บ ด้วยเทคนิคการทำแบบตัด*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิรเวศน์).

พัชรพล ชื่นเสถียร. (2556). *เอกสารประกอบการสอนวิชาการออกแบบแฟชั่นเพื่อธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). *พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์ การพิมพ์.