

ผ้าขาวม้า: คุณค่าและความหมายจากทุนทางวัฒนธรรม สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

LOINCLOTH: VALUES AND MEANINGS FROM CULTURAL CAPITAL TO CREATIVE ECONOMY

กษิด์เดช เนื่องจำนงค์¹
Kasidesh Nerngchamnong

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาคุณค่าและความหมายผ้าขาวม้าซึ่งเป็นของมรดกภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรมที่นำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม การประเมินคุณค่าและความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์ตามกรอบแนวคิดของวิลเลียม ดี ไลป์ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า คุณค่าและความหมายของผ้าขาวม้ามีลักษณะเป็นพลวัตกล่าวคือมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นคุณค่าและความหมายของผ้าขาวม้าในด้านต่าง ๆ ได้แก่ คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ คุณค่าเชิงวิชาการ คุณค่าเชิงสุนทรียะ และคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ

คำสำคัญ: ผ้าขาวม้า; เศรษฐกิจสร้างสรรค์; ทุนทางวัฒนธรรม

Abstract

This article focuses on the values and meanings of loincloth, a legacy of intangible cultural heritage and cultural capital that brings added value. Significant of values and meanings of cultural heritage is a process that is crucial to the management of cultural resources. The data were analyzed based on the concept of William D. Lipe. The result of study reveals that the values and meanings of the loincloth is a dynamic that is changing all the time, except to show that loincloth has values and meanings in various areas, including the value of symbolic/associative value, academic value, aesthetic value and economic value.

Keyword: Loincloth; Creative economy; Cultural capital

1. บทนำ

ผ้าขาวม้าเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทยซึ่งเป็นงานสิ่งทอโบราณโดยนำเอาเส้นใยธรรมชาติมาสาน ถัก ทอ หรือกรรมวิธีต่างๆ จนมาเป็นผืนผ้า ซึ่งคำว่าผ้าขาวม้านั้นเป็นภาษาเปอร์เซียและ

¹ผู้ช่วยอาจารย์ประจำ โครงการจัดตั้งวิทยาเขตนครสวรรค์ มหาวิทยาลัยมหิดล

สันนิษฐานว่ามาจากคำว่า “กา-มาร์บัน” หมายถึง เข็มขัด ผ้าพัน หรือผ้าคาดเอว (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2556, น.44) ผ้าขาวม้าเป็นที่รู้จักของคนไทยมาอย่างยาวนานตั้งแต่ราวพุทธศตวรรษที่ 16 ตรงกับยุคสมัยเชียงแสน ซึ่งในขณะนั้นผู้ชายเริ่มใช้ผ้าเคียนเอว (ผ้าขาวม้า) มาประยุกต์ใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน อาทิ ใช้เก็บสัมภาระ หนุงอาบน้ำ หรือแม้แต่กระทั่งนำมาใช้ปูเป็นที่นอน ซึ่งผ้าขาวม้าแต่ละท้องถิ่นนั้นที่มีความสวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวนั้นก็คือลวดลายของผ้าทอที่มีลักษณะการทอเป็นลายตารางหรือลายตาหมากรุกนั่นเอง ปัจจุบันกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม

ได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับผ้าขาวม้าในฐานะเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญและควรแก่การสงวนรักษา จึงได้ดำเนินประกาศขึ้นทะเบียนผ้าขาวม้าเป็นมรดกมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในสาขางานช่างฝีมือดั้งเดิมเมื่อปี พ.ศ. 2556 ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวเป็นเพียงมาตรการหนึ่งที่จะสงวนรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้คงอยู่สืบไป นอกความสำคัญที่ได้กล่าวมาข้างต้นแล้ว “ผ้าขาวม้า” นั้นยังมีความสำคัญในฐานะเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจอันนำมาซึ่งรายได้ให้กับประเทศอีกด้วย

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎีในการศึกษา

การศึกษาในครั้งนี้ใช้แนวคิดการประเมินคุณค่าและความหมาย (Value and Meanings) ของทรัพยากรวัฒนธรรม โดยใช้เกณฑ์การประเมินของ วิลเลียม ดี ไลป์ (William D. Lipe) เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั้น ๆ มีความสำคัญด้านใดบ้าง ซึ่งจะส่งผลต่อการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมต่อไปในอนาคต ทั้งนี้วิลเลียม ดี ไลป์ ได้แบ่งเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินออกเป็น 4 ด้าน (Lipe, William D., 1984, pp.1-11) ได้แก่

1) คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic/Associative value)

ทรัพยากรวัฒนธรรมที่เป็นสัญลักษณ์ (Symbols) หรือเป็นตัวแทนแห่งความทรงจำ (Memory) เพื่อระลึกถึงเหตุการณ์ความสำคัญในอดีตและสามารถเชื่อมโยงเรื่องราวจากอดีตสู่ปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ทั้งที่เป็นทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องได้หรือทรัพยากรวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ก็ตาม ทรัพยากรในแต่ละประเภทนั้นมีความสำคัญและเป็นหลักฐานที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องราวอันแห่งอดีตได้เป็นอย่างดีในฐานะที่เป็นมรดกแห่งความทรงจำ (Heritage memory) อันเต็มเปี่ยมไปด้วยเรื่องราวที่ติดอยู่กับทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ๆ

2) คุณค่าเชิงวิชาการ (Informative value)

ทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นแหล่งข้อมูลความรู้สำหรับให้มนุษย์ใช้ศึกษาเรื่องราวต่าง ๆ อาทิ ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ภูมิศาสตร์ ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม รวมไปถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ เป็นต้น คุณค่าเชิงวิชาการนี้เกิดขึ้นจากการศึกษา การค้นคว้า การวิจัย อย่างเป็นระบบและมีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังเป็นหลักฐานในการยืนยันความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี

3) คุณค่าเชิงสุนทรียะ (Aesthetic value)

ทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นจะมีคุณลักษณะบางอย่างที่มีความโดดเด่น เช่น รูปทรง ลวดลาย วัสดุผิว พื้นผิว เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นคุณค่าในด้านความงามและเมื่อได้สัมผัสแล้วทำให้เกิดความรู้สึกชื่นชอบ เพราะมีความงามถูกตาต้องใจทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล อาทิ วัตถุในชิ้นเดียวกันอาจจะมีมุมมองในด้านความงามที่แตกต่างกัน อันเกิดจากปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลนั้นเป็นตัวกำหนด ซึ่งคุณค่าในด้านจะทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานประเภทต่าง ๆ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อไปในอนาคต

4) คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ (Economic value)

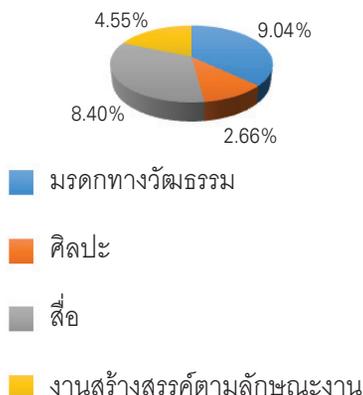
ทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นเปรียบเสมือนเป็นทุนทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งหากได้นำทรัพยากรวัฒนธรรมนั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ อันจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในด้านเศรษฐกิจและตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

3. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทย

ปัจจุบันประเทศไทยได้ตระหนักและให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างมากอันมีสาเหตุมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยที่ผ่านมานั้นไม่อาจดำเนินต่อไปได้ เนื่องจากประเทศไทยได้สูญเสียโอกาสและขีดความสามารถในหลาย ๆ ด้าน (ศุภวดี สายเชื้อ, 2552, น.26) จึงส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงความคิดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยรัฐบาลพยายามที่จะนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาประเทศโดยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ (John Howkins, 2001, p.166) ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้เป็นอย่างดีซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559)

ซึ่งประเทศไทยได้แบ่งประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ออกเป็น 4 ประเภท ตามการจัดประเภทของการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) และงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) สำหรับการเติบโตของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทยที่ส่งผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ระหว่างปี พ.ศ. 2546-2550 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552, น.26-27) พบว่า กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมมีการเติบโตโดยเฉลี่ยมากที่สุดคือร้อยละ 9.04 รองลงมาคือกลุ่มสื่อมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 8.20 และกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงานการเติบโตโดยเฉลี่ยคือร้อยละ 4.55 และอัตราการเติบโตลำดับสุดท้ายคือกลุ่มศิลปะมีอัตราโดยเฉลี่ยร้อยละ 2.66 ดังภาพที่ 1

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้นแสดงให้เห็นว่าอัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่นำรายได้มาสู่ประเทศไทยนั้นมาจากกลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมเป็นหลักจึงส่งผลให้กระทรวงวัฒนธรรมได้ออกนโยบายทางวัฒนธรรมที่เน้นการนำทุนทางวัฒนธรรมไปสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจดังปรากฏอยู่ในแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2550-2559) และยังปรากฏอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560-2564) อีกด้วย



ภาพที่ 1 อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย พ.ศ. 2546-2550
ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552)

4. มรดกทางวัฒนธรรมในฐานะทุนทางวัฒนธรรม

มรดกทางวัฒนธรรมของชาติที่มีอยู่ในปัจจุบันนั้นถือได้ว่าเป็นทรัพยากรอย่างหนึ่งที่มีคุณค่าและความสำคัญอย่างยิ่งในฐานะทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ที่สามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล เดวิด โธรสบี นักเศรษฐศาสตร์ชาวออสเตรเลียได้นิยามคำว่าทุนวัฒนธรรม หมายถึง ทรัพย์สินที่มีคุณค่าในตัวเองเกิดจากการสั่งสมและให้คุณค่าและความสำคัญนอกเหนือจากมูลค่าทางเศรษฐกิจ (David Throsby, 2001, p.46) และนอกจากนี้ทุนทางวัฒนธรรมสามารถแบ่งเป็นประเภทใหญ่ ๆ ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) **ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible Cultural Capital)** ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้จะมีลักษณะเป็นรูปธรรม มองเห็นและสัมผัสได้ อาทิ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม เป็นต้น ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้มีโอกาสที่จะเสื่อมสภาพและสูญหายไปตามกาลเวลา หากขาดการดูแลและอนุรักษ์ให้คงอยู่ ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้ถูกนำไปใช้เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มในสินค้าทางวัฒนธรรมต่าง ๆ โดยการนำรูปร่าง รูปทรง ลวดลายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะมาใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลงานอันก่อให้เกิดคุณค่าหรือมูลค่าเพิ่มของผลงานหรือผลิตภัณฑ์

2) **ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Capital)** ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้จะมีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นหรือสัมผัสได้ อาทิ มุขปาฐะ ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ ศิลปะการแสดง เป็นต้น ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้นั้นจะส่งผลให้เกิดคุณค่าทางจิตใจหรือส่งผลต่ออิทธิพลทางความคิด ความเชื่อ วิถีชีวิต ทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้มักสูญหายได้ง่ายกว่าทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เนื่องจากทุนทางวัฒนธรรมประเภทนี้นั้นมีการฝังลึกอยู่ในตัวปัจเจกบุคคลหากขาดการสืบทอดของคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นพอที่จะสรุปได้ว่าทุนทางวัฒนธรรมทั้ง 2 ประเภท มีคุณค่าในฐานะทุนทาง

วัฒนธรรมที่สามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มได้ด้วยความคิดสร้างสรรค์ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมทั้ง 2 ประเภทนี้นั้น มีความสัมพันธ์เกี่ยวของกันเพราะทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้มักจะมีทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ฝังตัวอยู่ด้วย เช่น ตราประทับลายหม้อปู้รณชฎะนั้นสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท

ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้คือ ตัวยตราประทับซึ่งเป็นโบราณวัตถุที่สามารถจับต้องได้ ส่วนทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้คือ ความเชื่อของลายหม้อปู้รณชฎะที่ชาวอินเดียเชื่อว่าเป็นสัญลักษณ์แห่งความอุดมสมบูรณ์และยังสอดคล้องกับความเชื่อของชาวล้านนาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากงานจิตรกรรมภายในวิหารของวัดพระธาตุลำปางหลวงหรือวัดปงยางคก จังหวัดลำปาง



ภาพที่ 2 จิตรกรรมลายหม้อปู้รณชฎะภายในวิหารวัดพระธาตุลำปางหลวง
ที่มา: <http://travelpangside.blogspot.com/2014/06/unseen-24-2.html>

5. พ้าขาวม้า: คุณค่าและความหมายจากทุนทางวัฒนธรรม

การประเมินความสำคัญ (Assessing significance) ในด้านของคุณค่า (Value) และความหมาย (Meaning) เป็นกระบวนการหนึ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage management) ทั้งที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ (Tangible cultural heritage) และมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (Intangible cultural heritage) เพื่อให้ทราบถึงความสำคัญของมรดกวัฒนธรรมนั้นว่าอยู่ในระดับใดก่อนที่จะดำเนินการจัดการมรดกวัฒนธรรมในขั้นต่อไป (George Smith, 2010, pp.86-99) สำหรับการประเมินคุณค่าและความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมนั้นเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญในด้านต่าง ๆ ซึ่งคุณค่าและความหมายของมรดกทางวัฒนธรรมนั้นเป็นสิ่งที่มนุษย์กำหนดขึ้นและมีความเป็นพลวัต (Dynamic) พร้อมทั้งจะเกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับมุมมองและช่วงเวลานั้น ๆ ซึ่งวิลเลียม ดี โลเป (William D. Lipe) นักวิชาการด้านวัฒนธรรมได้เสนอแนวคิดการประเมินคุณค่าและความหมายทรัพยากรวัฒนธรรมใน 4 ประเด็นคือ คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ คุณค่าเชิงวิชาการ คุณค่าเชิงสุนทรีย์ และคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ (Lipe, William

D., 1984, pp.1-11) จากการศึกษาพบว่าผ้าขาวม้าซึ่งเป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมนั้นมีคุณค่าและความหมายดังนี้

1) คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic/Associative value)

ผ้าขาวม้าเป็นสิ่งที่คนไทยจำนวนมากรู้จักคุ้นเคยมาตั้งแต่เด็กจนโตในฐานะผ้าสารพัดประโยชน์ที่อยู่คู่กับวัฒนธรรมไทยมาอย่างยาวนาน ด้วยเหตุนี้ผ้าขาวม้าถึงถูกนำมาเป็นตัวแทนในการสื่อความหมาย (Interpretation) เพื่อเป็นสัญลักษณ์หรือเป็นตัวแทนแห่งความทรงจำเพื่อสะท้อนเรื่องราวต่าง ๆ ที่อยู่ติดกับมรดกทางวัฒนธรรมและแสดงให้เห็นถึงเรื่องราวนี้แห่งอดีตได้เป็นอย่างดี ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากวรรณกรรม สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโฆษณา ตลอดจนสินค้าหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ เช่น สงกรานต์เมษาผ้าขาวม้า จัดโดยกระทรวงวัฒนธรรมร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ โดยใช้แนวคิดของผ้าขาวม้ามาเป็นตัวแทนในการแสดงออกถึงความเป็นไทย ซึ่งกิจกรรมในแต่ละปีก็จะมีแตกต่างกันออกไป เช่น นิทรรศการผ้าขาวม้าไทย 4 ภาค ผ้าขาวม้าพาเหรด และแฟชั่นผ้าขาวม้าไทย เป็นต้น



ภาพที่ 3 กิจกรรมสงกรานต์เมษาผ้าขาวม้า ซึ่งนำแนวคิดเรื่องผ้าขาวม้ามาใช้เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทย

ที่มา: <http://www.property.chula.ac.th/web/node/237>

2) คุณค่าเชิงวิชาการ (Academic value)

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมการทอผ้าขาวม้าที่บรรพบุรุษได้สั่งสมจนเกิดเป็นองค์ความรู้ที่สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบันนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งในการศึกษาเรื่องราวในเชิงประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม วัฒนธรรม รวมไปถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของมนุษย์ในฐานะผู้ทอ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ทั้งนี้

คุณค่าเชิงวิชาการนี้เกิดขึ้นจากการศึกษา การค้นคว้า การวิจัย อย่างเป็นระบบและมีความน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังเป็นหลักฐานในการยืนยันความสำคัญของทรัพยากรวัฒนธรรมนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี จากการศึกษาพบว่าองค์ความรู้ในเชิงวิชาการต่าง ๆ เหล่านี้ถูกทำไปเผยแพร่ในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การนำเอาความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผ้าขาวม้าไปบรรจุอยู่ในหลักสูตรท้องถิ่นตามสถานศึกษา การฝึกอบรม/สัมมนา ตลอดจนสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ต่าง ๆ



ภาพที่ 4 โครงการฝึกทักษะอาชีพหลักสูตรระยะสั้นวิชาการทอผ้าขาวม้า
ที่มา: <http://chaiyaphum.nfe.go.th/1003/?name=news&file=readnews&id=174>



ผ้าขาวม้า ไม่ใช่คำไทยแท้ แต่เป็นภาษาเปอร์เซีย ที่มีความหมายว่า "กามาร์บันด์" (Kamar band) "กามาร์" หมายถึง เขา หรือ หอนางของร่างกาย "บันด์" แปลว่า พัน รัด หรือ คาด เมื่อพันหรือสอดคัมภีร์กัน จึงหมายถึง เข็มขัด ผ้าพัน หรือ คาดสะเอว คำว่า "กามาร์บันด์" ยังปรากฏอยู่ในภาษาไทยอีก เช่น ภาษามลายู มีคำว่า "กามาร์บันด์" (Kamarban) ภาษาฮินดีมีคำว่า "กามาร์บันด์" (Kamar band) และ ในภาษาอังกฤษมีคำว่า "คัมเมอร์แบนด์" (Commer band) หมายถึง ผ้ารัดเอว ในชุดทักซิโด (Tuxedo) ซึ่งเป็นชุดสำหรับโอกาสงานราตรีสโมสร

จากงานวิจัย เรื่อง "ผ้าขาวม้า" ของ อาจารย์พันธ์ อินทร์สว่าง อธิบดีอาวุโส "ผ้าขาวม้า" เป็นคำที่เทียบมาจากคำว่า "กามา" (Kamar) ซึ่งเป็นภาษาอูรดูที่ใช้อยู่ในประเทศอินเดีย เข้าใจว่าสลับแปลคำว่า "กามา" ของภาษาเขมรไปใช้ด้วย เพราะในประวัติศาสตร์ ประเทศศรีลังกามีการติดต่อกับมาช้านาน

จากหลักฐานของข้อมูล แสดงให้เห็นว่าผ้าขาวม้าเป็นผ้าโบราณ ที่ใช้ปะโชยกันมานานแล้ว คนไทยรู้จักใช้ผ้าขาวม้าตั้งแต่ สมัยอยุธยาครั้งที่ 16 คำนี้มาจากชื่อไป จะตรงกับคนสมัยจีนแผ่นดิน โฉมฉายซึ่งแต่เดิมมีหญิงมักนั่งเก้าอี้ ส่วนผู้ชายจึงใช้ผ้าคาดเอว (ผ้าขาวม้า) ซึ่งได้รับวัฒนธรรมมาจากไทยใหญ่ (ไทยใหญ่ใช้ชื่อเรียกสั้นๆ) ส่วนไทยจากจีนมักนิยมผูก เมื่อพันประโชยหรือพันรัดเข้ามาใช้บ้าง แต่เปลี่ยนมาเป็นผ้าคาดเอว เมื่อเดินทางไกลจึงนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวก ซึ่งใช้ปะโชยมาก เช่น ใช้ต่ออาวุธ และเก็บสัมภาระในภาชนะดินเผา ปุ๊กดิน เนื้ออบน้ำ ใช้เชิดจางกาย เนื้อไทยใหญ่พันประโชยของกาใช้ผ้า จึงนำมาคาดเอวตามอย่างบ้าง "เคียน" เป็นคำไทย มีความหมายตามลงนามคุณ คือ พัน ยุทธภาค โยธ คาค คมม เมื่อนำมารวมกับคำว่า "ม้า" และส่วนใดส่วนหนึ่งของร่างกาย เช่น เอว จึงมีความหมายว่า เป็นผ้าสำหรับคาดเอว ซึ่งคนไทยโบราณจะรู้จัก "ผ้าเคียนเอว" มากกว่า "ผ้าขาวม้า" เนื่องจากใช้เรียกกันมาแต่โบราณ ส่วนคำว่า "ผ้าขาวม้า" มานิยมใช้เรียกกันในภายหลัง

หลักฐานที่แสดงว่าคนไทยเริ่มใช้ผ้าขาวม้าในสมัยเชียงแสน มีปรากฏให้เห็นจากภาพจิตรกรรมฝาผนังที่วัดกุ่มแก้ว จ. น่าน และเมื่อศึกษาแหล่งงานของ หงษ์ - ชาย ไทยในสมัยอยุธยา จากภาพเขียนในสมุดภาพ "ไตรภูมิสมัยอยุธยา" ราวต้นศตวรรษ ที่ 22 จะเห็นได้ว่าชาวสยามนิยมใช้ผ้าขาวม้าหาคบา คาดหง หรือนั่งใจจะเบน

ภาพที่ 5 เว็บไซต์เผยแพร่องค์ความรู้เกี่ยวกับผ้าขาวม้า

ที่มา: <http://www.lib.ru.ac.th/journal/loincloth.html>

3) คุณค่าเชิงสุนทรียะ (Aesthetic value)

ผ้าขาวม้าที่เราพบเห็นคุ้นตากันตั้งแต่ในอดีตจวบจนกระทั่งถึงปัจจุบันนั้นจะเห็นได้ว่ามีคุณลักษณะบางอย่างที่มีความโดดเด่นเป็นอัตลักษณ์ เช่น ลวดลาย วัสดุ ผ้าพื้นผิว เป็นต้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นคุณค่าในด้านความงามและเมื่อได้สัมผัสแล้วทำให้เกิดความรู้สึกชื่นชอบ เพราะมีความงดงามถูกตาต้องใจ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละบุคคล อาทิ ผ้าขาวม้าในผืนเดียวกันแต่ละบุคคลอาจจะมีมุมมองในด้านความงามที่แตกต่างกัน อันเกิดจากปัจจัยพื้นฐานส่วนบุคคลนั้นเป็นตัวกำหนด ซึ่งคุณค่าในด้านสุนทรียะนี้จะทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานประเภทต่าง ๆ อาทิ การนำเอาผ้าขาวม้ามาออกแบบเป็นชุดเดรสและได้รับรางวัลชนะเลิศชุดดีไซเนอร์ระดับโลก WCOPA,S 2016 World Exceptional costume และรางวัลชนะเลิศชุดประจำชาติระดับโลก ในงาน World Championships of Performing Arts ครั้งที่ 20 ที่นครลอสแอนเจลิส ประเทศสหรัฐอเมริกา



ภาพที่ 6 แรงบันดาลใจในการนำผ้าขาวม้าไปใช้เพื่อออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

ที่มา: <http://www.nationtv.tv/main/program/Nation-Mit-Night/378509983/>

4) คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ (Economic value)

ผ้าขาวม้าั้นเปรียบเสมือนเป็นทุนทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่ถูกนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์และก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในด้านเศรษฐกิจและตอบสนองของความต้องการที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทั้งนี้จะเห็นได้ว่าผ้าขาวม้าถูกนำมาประยุกต์และสร้างสรรค์เป็นเครื่องประดับเครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์ หรือของที่ระลึกต่าง ๆ มากมาย อาทิ เสื้อผ้า กระเป๋า หมวก เนคไท รองเท้า ตุ๊กตา เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นการต่อยอดโดยการนำทุนทางวัฒนธรรมของชาติไปใช้เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มนั่นเอง



ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากผ้าขาวม้า

ที่มา: [http://www.manager.co.th/aspbin/viewgallery.aspx?newsid=9540000050674
&imageid=1878295](http://www.manager.co.th/aspbin/viewgallery.aspx?newsid=9540000050674&imageid=1878295)

6. unสรุป

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงผ้าขาวม้าในฐานะที่เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติแล้วยังเป็นทุนทางวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่มีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นไทยได้เป็นอย่างดี และคุณค่าเชิงวิชาการนั้นทำให้เกิดองค์ความรู้ในมิติต่าง ๆ อาทิ ด้านประวัติศาสตร์ ศิลปกรรม และวิถีชีวิต เป็นต้น ส่วนคุณค่าเชิงสุนทรียะ สะท้อนให้เห็นถึงในด้านความงามของผ้าขาวม้าและคุณลักษณะบางอย่างมีความโดดเด่น เช่น ลวดลาย วัตถุประสงค์ สี สัน เป็นต้น นอกจากนี้ผ้าขาวม้ายังมีคุณค่าเชิงเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าเพิ่มได้โดยการนำผ้าขาวม้ามาประยุกต์และสร้างสรรค์เป็น ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้แก่ ผ้าพันคอ กระเป๋า รองเท้า และตุ๊กตา เป็นต้น จากที่ได้กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าผ้าขาวม้านั้นมีคุณค่าและความหมายสอดคล้องกับแนวคิดของ วิลเลียม ดี ไลป์ (William D. Lipe) อย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้คุณค่าและความหมายของผ้าขาวม้านั้นมีความเป็นพลวัตและพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงไปอยู่ตลอดเวลาทั้งนี้ขึ้นอยู่กับ การให้คุณค่าและความสำคัญของคนในแต่ละยุคสมัยนั่นเอง

7. บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2556). มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ: พิธีประกาศขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ประจำปีพุทธศักราช 2556. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.
- ศุภวุฒิ สายเชื้อ. (2552). ประเทศไทยกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ทำไม่ต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: คอนเทคท์พับลิชิ่ง.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2552). รายงานการศึกษาเบื้องต้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ The Creative Economy. กรุงเทพฯ: พี.ซี. เพรส.

- Howkins John. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- Lipe, William D. (1894). *Approaches to the Archaeological Heritage*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Smith George. (2010). *Heritage values in contemporary society*. Walnut Creek, Calif: Left Coast Press.
- Throsby, C. D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge: Cambridge University Press.