

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ ต้นแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม : การออกแบบเพื่อสื่อเอกลักษณ์พื้นถิ่น จากงานจิตรกรรมฝาผนังไทย ” เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ประเภท โคมไฟ เพื่อใช้เป็นสื่อในการถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่ดิงามผ่านภาพจิตรกรรมไทยให้สามารถเห็นได้อย่างมีรูปธรรมและเยาวชนของชาติสามารถเห็นและรับรู้เข้าใจได้ นำมาสู่การโน้มน้าวถึงข้อควรปฏิบัติในสังคมไทยได้อย่างถูกต้อง โดยรูปแบบของโคมไฟจะถูกสร้างสรรค์ให้มีพื้นที่สำหรับเขียนภาพได้ในลักษณะที่แสงไฟไม่ไปทำลายภาพเขียนและภาพเขียนจิตรกรรมไทยจะถูกถ่ายทอดให้เป็นจุดเด่นบนโคมไฟเพื่อให้สามารถมองเห็นได้ชัดเจน ซึ่งรูปแบบของโคมไฟได้สร้างสรรค์จากวัสดุที่สามารถหาได้ง่ายในพื้นที่คือ ไม้เบญจพรรณทั่วไปนำมาขัดสี เกิดความงามด้วยรูปแบบใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มที่ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้ ในขณะที่เดียวกันยังเกิดการหมุนเวียนการใช้วัสดุที่มีอยู่ในพื้นที่ให้สามารถพัฒนาเชิงเศรษฐกิจในชุมชนและระดับประเทศ

งานวิจัยดังกล่าวมีประโยชน์โดยตรงกับสาธารณชนทั่วไปและผู้ประกอบการชุมชนที่ต้องการสร้างรายได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น เนื่องจากการนำเสนอเกี่ยวกับการพัฒนาและสร้างสรรค์โคมไฟร่วมกับการสร้างสรรค์ภาพจิตรกรรมไทยที่เป็นภูมิปัญญาและมรดกทางวัฒนธรรมอันมีค่าของไทยด้วยภาพที่แสดงถึงข้อปฏิบัติที่ดีงามในสังคมไทยให้เป็นแบบอย่างแก่เยาวชนและสาธารณชนทั่วไปให้เกิดการรับรู้ในข้อปฏิบัตินั้นๆ นำมาสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้อาศัยความรู้ จากแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายด้าน ดังนี้

1. ความสำคัญของภาพจิตรกรรมไทย
 - 1.1 ที่มาของการเขียนภาพจิตรกรรมไทย
 - 1.2 เรื่องราวภาพจิตรกรรมไทยจากงานจิตรกรรมฝาผนัง
 - 1.3 การสร้างสรรค์ภาพจิตรกรรมไทย
2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์
 - 2.1 ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม
 - 2.2 วัสดุผลิตภัณฑ์
 - 2.3 พฤติกรรมการใช้งานของมนุษย์
3. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

4. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์
 - 4.1 การสร้างเอกลักษณ์ในสินค้า
 - 4.2 วิธีการสร้างเอกลักษณ์
5. บริบทพื้นที่ในการศึกษาวิจัย
 - 5.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมภาคเหนือ
 - 5.2 ลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมภาคกลาง
6. แนวคิดทฤษฎี
 - 6.1 ทฤษฎีหลัก
 - 6.1.1 ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์
 - 6.1.2 ทฤษฎีการออกแบบและพัฒนา
 - 6.1.3 ทฤษฎีสัญญาวิทยา
 - 6.2 ทฤษฎีเสริม
 - 6.2.1 ทฤษฎีวัฒนธรรมและการแพร่กระจาย
 - 6.2.2 ทฤษฎีการตลาด
 - 6.2.3 ทฤษฎีการรับรู้
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 7.1 งานวิจัยในประเทศ

1. ความสำคัญของภาพจิตรกรรมไทย

1.1 ที่มาของการเขียนภาพจิตรกรรมไทย

ภาพจิตรกรรมไทย เป็นศิลปะอีกประเภทหนึ่งที่แสดงความงามจากเรื่องราว รูปแบบ สีสัน และการจัดองค์ประกอบของภาพ เป็นภาพที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี สังคม และสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ ที่มีคุณค่าทางศิลปะและเป็นประโยชน์ต่อ การศึกษาค้นคว้าเรื่องราวต่างๆ ที่เกี่ยวกับ ศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมการแต่งกายตลอดจนการละเล่นพื้นเมืองต่างๆ ของแต่ละยุคสมัย (สมชาติ มณีโชติ, 2529 : 1) ซึ่งในการเขียนภาพดังกล่าวส่วนใหญ่มักนิยมเขียนไว้ตามผนังอาคารทางพุทธศาสนา เช่น โบสถ์วิหาร ศาลาการเปรียญ ในคูหาของปราสาท รวมทั้งอาคารต่างๆ ที่สร้างขึ้นเนื่องในพุทธศาสนา เป็นต้น ดังนั้น จึงมีการเรียกตามลักษณะของสถานจิตรกรรมนั้นๆ คือ “จิตรกรรมฝาผนัง” (Mural Painting) ซึ่ง วัตถุประสงค์ในการสร้างภาพจิตรกรรมฝาผนังไทย ก็คือการสร้างเพื่อถวายเป็นพุทธบูชา ที่แสดงถึง ความศรัทธาอันสูงสุด (กรมศิลปากร, 2529 : 7) จิตรกรรมไทย (Thai Painting) จึงเป็นภาพเขียนที่มี ลักษณะเป็นแบบอย่างของไทย ที่แตกต่าง จากศิลปะของชนชาติอื่นอย่างชัดเจน ถึงแม้จะมีอิทธิพล

ศิลปะของชาติอื่นบ้าง แต่ก็สามารถ คัดแปลง คลี่คลาย ตัดทอน หรือเพิ่มเติมจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตนเองได้อย่างสวยงาม และมีวิวัฒนาการทางด้านรูปแบบ วิธีการมาตลอดจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสามารถพัฒนาต่อไปได้อีกในอนาคต

จิตรกรรมไทยเมื่อพิจารณาด้านคุณค่าสามารถอธิบายพอสังเขปได้ดังนี้

1. คุณค่าทางประวัติศาสตร์ จิตรกรรมไทยโดยทั่วไปล้วนมีอายุนับร้อยปีขึ้นไป มักแสดงเรื่องราวทางศาสนาที่สอดแทรกวิถีชีวิตของสังคม ขนบธรรมเนียม ประเพณีของผู้คนในอดีตตั้งแต่ชีวิตในวัง เช่น การแต่งกายของสาวชาววัง การแต่งกายเสื้อผ้าของกษัตริย์ การแต่งกายชาวบ้านทั่วไป สถาปัตยกรรม ปราสาทราชวัง บ้านเรือน ฯลฯ ซึ่งเป็นการสะท้อนรูปแบบสภาพที่เป็นจริงเมื่อหลายร้อยปีก่อน และในปัจจุบันภาพเหล่านั้นไม่มีให้เห็นแล้ว ดังนั้นจึงเป็นข้อมูลให้ศึกษาชีวิตของผู้คนในอดีตได้เป็นอย่างดี

2. คุณค่าทางศิลปกรรม สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะความงามของจิตรกรรมไทย ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของไทย โดยมักแสดงภาพที่ขัดแย้งกับความเป็นจริงตามที่ตาเห็น สักเกตได้จากการเขียนภาพบุคคลในจิตรกรรมไทยจะไม่มีกล้ามเนื้อและแสงเงา การใช้สีจะไม่เหมือนจริงตามที่ปรากฏตามธรรมชาติ เช่น การเขียนท้องฟ้าในงานจิตรกรรมไทย มักใช้สีแดงระบายท้องฟ้า ซึ่งตามความเป็นจริงท้องฟ้าจะมีสีฟ้า เป็นต้น และตัวภาพเหล่านั้นหากเป็นภาพชนชั้นสูง มักเขียนกิริยาอาการในรูปแบบที่คล้ายท่าทางของตัวละครในงานนาฏศิลป์ไทย หรือเรียกว่าท่าทางแบบนาฏลักษณะ

3. คุณค่าทางพุทธศาสนา เนื่องจากจิตรกรรมไทยมักเขียนเรื่องราวทางศาสนาแทบทั้งสิ้น จึงสะท้อนโลกทัศน์ทางพุทธศาสนาของคนโบราณ เช่น เรื่องพระพุทธเจ้า คนโบราณให้ความสำคัญกับอดีตพระพุทธเจ้าองค์อื่น ๆ อีกหลายองค์ เรื่องชาดก สะท้อนถึงการบำเพ็ญบารมีเพื่อเป็นพระพุทธเจ้าในช่วงปลาย และไตรภูมิก็เป็นเรื่องราวที่สอนให้มนุษย์มองจักรวาลตามกรอบแนวคิดของพุทธศาสนา เป็นต้น ดังนั้นจึงมีนักวิชาการด้านศิลปะไทยได้นิยามความหมายของจิตรกรรมไทยตามรูปแบบที่พบเห็นไว้ดังนี้

สมชาติ มณีโชติ (2529 : 1) กล่าวว่า จิตรกรรมไทยเป็นงานวิจิตรศิลป์อย่างหนึ่งซึ่งส่งผลสะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ มีคุณค่าทางศิลปะและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าเรื่องที่เกี่ยวข้องศาสนา ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมการแต่งกาย ฯลฯ และมีวิวัฒนาการที่ชัดเจน 2 แบบคือ จิตรกรรมไทยประเพณี และจิตรกรรมไทยร่วมสมัย ซึ่งความหมายของจิตรกรรมไทยประเพณีคือ ศิลปะที่มีความประณีตสวยงาม แสดงความรู้ลึกซึ้งชีวิตจิตใจ และความเป็นไทย ที่มีความอ่อนโยน ละมุนละไม สร้างสรรค์สืบต่อกันมาตั้งแต่อดีตจนได้ลักษณะประจำชาติ และรูปแบบเป็นพิเศษ นิยมเขียนบนฝาผนังภายในอาคารที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาและอาคารที่เกี่ยวข้องกับบุคคลชั้นสูง เช่น โบสถ์ วิหาร พระที่นั่ง วัง บนผืนผ้า บนกระดาน และบนสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ โดยเขียนด้วยสีฝุ่น ตามกรรมวิธีของช่างเขียนไทยแต่โบราณ เนื้อหาที่เขียนมักเป็นเรื่องราว

เกี่ยวกับอดีตพุทธ พุทธประวัติ ทศชาติชาดก ไตรภูมิ วรรณคดีและชีวิตไทย พงสาวดารต่าง ๆ ส่วนใหญ่นิยมเขียนประดับผนังพระอุโบสถ วิหารอันเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และใช้ประกอบพิธีทางศาสนา ส่วนจิตรกรรมไทยแบบร่วมสมัย (Thai Contemporary Painting) เป็นผลมาจากความเจริญก้าวหน้าทางวิทยาการของโลก ความเจริญทางการศึกษา การคมนาคม การพาณิชย์ การปกครอง การรับรู้ข่าวสาร ความเป็นไปของโลกที่อยู่ห่างไกล ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีผลต่อความรู้สึกนึกคิดและแนวทางการแสดงออกของศิลปินในยุคต่อๆมาที่ได้พัฒนาไปตามสภาพแวดล้อม ความเปลี่ยนแปลงของชีวิต ความเป็นอยู่ ความรู้สึกนึกคิด และความนิยมในสังคม สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์ใหม่ของวัฒนธรรมไทยอีกรูปแบบหนึ่งอย่างมีคุณค่า

จุลทรรศน์ พยาฆรานนท์ (2524 : 14) กล่าวว่า จิตรกรรมไทยเป็นงานที่แสดงออกของอากัปกิริยา ท่วงท่า และรูปลักษณะที่เหมือนกันแทบทุกพื้นที่ โดยมีสาเหตุ 3 ประการ คือ การจัดองค์ประกอบตามเนื้อเรื่อง การเขียนเลียนแบบพฤติกรรมจากบุคคลจากการแสดงออกที่แท้จริงและการเขียนตามแบบโบราณที่นิยมสืบต่อกันมา

ดังนั้นจิตรกรรมไทยจึงหมายถึง ภาพเขียนสีบนๆเขียนตามอุดมคติเพื่อให้เกิดความงาม มีลีลาอ่อนโค้งตามแบบนาฏลักษณะ มักพบเขียนอยู่ 2 ประเภท คือ แบบไทยประเพณีและแบบไทยร่วมสมัยตามลักษณะที่กล่าวไว้ข้างต้น

1.2 เรื่องราวภาพจิตรกรรมไทยจากงานจิตรกรรมฝาผนัง

ในการเขียนภาพจิตรกรรมไทยโดยทั่วไปมักแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับอดีตพุทธ พุทธประวัติ ทศชาติชาดก ไตรภูมิ วรรณคดีและวิถีชีวิตไทย พงสาวดารต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งในเรื่องราวดังกล่าวนี้พบว่าบางฉากหรือบางตอนของเนื้อหานั้นๆมักจะมีภาพที่แสดงข้อปฏิบัติที่ดีงามในสังคมไทยให้ปรากฏอยู่เสมอเพื่อเป็นสิ่งเตือนใจหรือเป็นข้อปฏิบัติที่คนในสังคมไทยควรยึดถือเป็นแบบอย่างหลายๆด้าน ดังนี้

1.2.1 ภาพพระอดีตพุทธ เป็นการเขียนเกี่ยวกับอดีตของพระพุทธเจ้าหลายๆองค์ที่ได้จุติและตรัสรู้บนโลกก่อนพระศากยโคดม (สันติ เล็กสุขุม, 2542 : 174) ซึ่งปรากฏในคัมภีร์พุทธวงศ์ กล่าวว่าพระอดีตพุทธ มีจำนวน 28 พระองค์ เริ่มต้น จากพระคันถ์หังกร พระเมธังกรพุทธเจ้า พระสรนังกรพุทธเจ้าพระทีปังกรพุทธเจ้า พระทีปังกรพุทธเจ้า พระโกณฑัญญะพุทธเจ้า พระมังคละพุทธเจ้า พระสุมนะพุทธเจ้า พระเรวตะพุทธเจ้า พระโสภิตะพุทธเจ้า พระอนิมทัสสีพุทธเจ้า พระปทุมะพุทธเจ้า พระนารทะพุทธเจ้า พระปทุมุตระพุทธเจ้า พระสุเมธะพุทธเจ้า พระสุชาตะพุทธเจ้า พระปิยทัสสีพุทธเจ้าพระอัครทัสสีพุทธเจ้า พระธรรมทัสสีพุทธเจ้า พระสิทธัตถะพุทธเจ้า พระติสสะพุทธเจ้า พระปัสสะพุทธเจ้า พระวิปัสสีพุทธเจ้า พระสิขีพุทธเจ้า พระเวสสภูพุทธเจ้า พระกุกสันธะพุทธเจ้า พระโกนาคมนะพุทธเจ้า พระกัสสปะพุทธเจ้า และพระโคดมพุทธเจ้า หรือ

พระพุทธเจ้าองค์ปัจจุบัน (วิกิพีเดีย. พระอติตพุทธ. www.wikipedia.org/wiki/รายนามพระอติตพุทธ. 19 เมษายน 2555.) เมื่อพิจารณาภาพพระอติตพุทธดังกล่าวแล้วมักปรากฏภาพที่แสดงลักษณะของพระพุทธประทับนั่งเรียงเป็นแถวโดยจัดองค์ประกอบเป็นชั้นเต็มผนังและระหว่างพระอติตพุทธแต่ละองค์จะมีพระสาวกหรือเทวดานั่งคั่นในท่าอัญชลิลคล้ายกับภาพเทพชุมนุมที่ปรากฏในงานจิตรกรรมฝาผนังทั่วไป ซึ่งภาพดังกล่าวมีเปลี่ยนแปลงบ้างตามยุคสมัยแต่ที่ยังคงพบเห็นเสมอคือการนั่งในท่าพนมมือแสดงความเคารพของเหล่าพระสาวกซึ่งแสดงถึงลักษณะที่ดั่งงามที่ปฏิบัติสืบต่อมาที่อาจนำมาเป็นสิ่งปฏิบัติในสังคมไทยในการแสดงความเคารพต่อผู้ที่สูงศักดิ์กว่า เช่น การกราบไหว้ ซึ่งแสดงถึงลักษณะของขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดั่งงามในการเป็นแบบอย่างต่อเยาวชนของชาติในเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้วย

1.2.2 ภาพพุทธประวัติ เป็นการเขียนเกี่ยวกับประวัติของพระพุทธเจ้าตอนต่างๆ ตลอดจนเรื่องราวต่างๆ ของบุคคลและสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธเจ้า เช่น ประสูติ ตรัสรู้ ปรีณิพพาน ประวัติพระสาวก ประวัติสถานที่ เหตุการณ์และประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธเจ้า ซึ่งมักมีภาพบุคคลต่าง ๆ นั่งกราบไหว้แสดงความเคารพที่แสดงถึงข้อปฏิบัติที่ดั่งงามของสังคมไทยได้ดี

1.2.3 ทศชาติชาดก เป็นชาดกที่สำคัญที่กล่าวถึง 10 ชาตีสู่ท้ายของพระโพธิสัตว์ ก่อนจะเสวยพระชาติมาเกิดเป็นพระพุทธเจ้า หรือเจ้าชายสิทธัตถะแห่งสาकยวงศ์ ชาดกทั้ง 10 เรื่อง เพื่อให้จำง่าย มักนิยมท่องโดยใช้พยัญชนะแรกของแต่ละชาติ คือ เต ช สุ เน ม ภู จ นา วิ เว (วิกิพีเดีย. ทศชาติชาดก. www.wikipedia.org/wiki/ทศชาติชาดก. 19 เมษายน 2555.) โดยเริ่มจากชาติที่ 1 คือ เตมิย์เข้าชาดก เป็นชาติแรกในทศชาติชาดก ก่อนที่จะมาตรัสรู้เป็นสมเด็จพระอรหันตสัมมาสัมพุทธเจ้านามพระสมณโคดม ชาตินี้ พระองค์ทรงบำเพ็ญเนกขัมมบารมี หมายถึง การละทิ้งจากกามคุณทั้ง 5 ชาติที่ 2 คือชนกชาดก เป็นชาติที่บำเพ็ญวิริยบารมี เป็นพระโพธิสัตว์เสวยพระชาติเป็นพระชนกกุมารโอรสพระเจ้าอริฏฐชนก กษัตริย์เมืองมิลินา ขณะเสด็จลงสำเภาไปค้าขาย เกิดพายุใหญ่เรือแตกกลางมหาสมุทร พระมหาชนกทรงว่ายน้ำได้คลื่อนอยู่ในมหาสมุทรถึง 7 วัน นางเมขลาเห็นจึงพูดลงใจว่า ให้พระองค์ยอมตายเสียเสียตามบุญตามกรรม แต่พระองค์ก็ไม่ทรงฟัง ยังพยายามว่ายน้ำได้คลื่อนอยู่ตามเดิม นางเมขลาเห็นเลื่อมใสในความพยายาม จึงอุ้มพระองค์เหาะไปส่งที่ฝั่ง ชาติที่ 3 สุวรรณสามชาดก เป็นการบำเพ็ญเมตตาบารมี กล่าวถึงพระโพธิสัตว์เสวยพระชาติเป็นพรหมฤๅษี ต้องรับภาระเลี้ยงดูบิดามารดาผู้ดาบอด วันหนึ่งกบิลักษ์แผลงศรมาที่อกได้รับบาดเจ็บสาหัส แต่ก็ไม่ได้อาการไกรธเคืองใดๆ กลับแสดงเมตตาจิตต่อ และเทศนาทศพิธราชธรรมให้กบิลักษ์ฟัง ด้วยอำนาจแห่งเมตตาธรรมจึงทำให้พระสุวรรณสามหายเจ็บปวดและรอดชีวิตมาได้ ส่วนบิดามารดาที่หายจากดาบอดด้วย ชาติที่ 4 เนมิราชชาดก เป็นชาติที่บำเพ็ญอุทฺธยานบารมี กล่าวคือพระโพธิสัตว์เสวยพระชาติเป็นพระเนมิราช โอรสเจ้าเมืองมิลินา โปรดการบริจาคทานและรักษาพรหมจรรย์ พระอินทร์ทรงพองพระทัย จึงให้พระมาตุลีนำทิพยรถมารับไปเที่ยวเมืองสวรรค์ และเมืองนรก แล้วเชิญให้

ครองเมืองสวรรค์ แต่พระเนมิราชไม่ทรงรับและเสด็จกลับบ้านเมืองของพระองค์ ในเวลาต่อมาจึงทรงออกผนวช ชาติที่ 5 มโหสถชาดก เป็นชาติที่บำเพ็ญปัญญาบารมี ชาติที่ 6 ภูริทัตตชาดก เป็นชาติที่บำเพ็ญศีลบารมี ชาติที่ 7 จันทชาดก เป็นชาติที่บำเพ็ญขันติบารมี ชาติที่ 8 นารทชาดก เป็นชาติที่บำเพ็ญอุเบกขาบารมี ชาติที่ 9 วิทูรชาดก เป็นชาติที่บำเพ็ญสัจจบารมี และชาติที่ 10 เวสสันดรชาดก เป็นชาติที่บำเพ็ญทานบารมี (วิกิพีเดีย. ทศชาติชาดก. www.wikipedia.org/wiki/ทศชาติชาดก. 19 เมษายน 2555.)

1.2.4 ไตรภูมิ หรือ ไตรโลก หมายถึง สามโลก ซึ่งเป็นคติเกี่ยวกับโลกฐานตามความเชื่อในพุทธศาสนา ไตรภูมิประกอบด้วย กามภูมิ รูปภูมิ และอรุภูมิ

1.2.5 วรรณคดี หมายถึง วรรณกรรมหรืองานเขียนที่ถูกยกย่องว่าดี มีสาระ และมีคุณค่าทางวรรณศิลป์ วรรณคดี เป็นวรรณกรรมที่ถูกยกย่องว่าเขียนดี มีคุณค่า สามารถทำให้ผู้อ่านเกิดอารมณ์สะเทือนใจ มีความคิดเป็นแบบแผน ใช้ภาษาที่ไพเราะ เหมาะแก่การให้ประชาชนได้รับรู้ เพราะสามารถยกระดับจิตใจให้สูงขึ้น โดยวรรณคดีดังกล่าวถูกนำมาถ่ายทอดเป็นภาพเขียนที่สามารถมองเห็นภาพได้อย่างเป็นรูปธรรมซึ่งแสดงสุนทรียทางอารมณ์ได้เพิ่มขึ้น

1.2.6 วิถีชีวิตไทย หมายถึง ภาพที่แสดงเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินชีวิตของคนไทย ตั้งแต่เกิดจนตาย วิถีไทย จึงเป็นแหล่งรวมความรู้เรื่องสังคม วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ภูมิปัญญาของคนไทย การประเพณี ปฏิบัติ การศึกษาอบรม และการสืบทอดวัฒนธรรมจากอดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมักแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับ ขนบธรรมเนียมประเพณี การละเล่นพื้นบ้าน อาชีพ การละคร ศิลปะ สถาปัตยกรรม งานฝีมือ สถานที่ต่างๆ ฯลฯ

ดังนั้นภาพที่แสดงข้อปฏิบัติที่ดีงามของสังคมไทยจึงมักพบในภาพจิตรกรรมไทยอยู่เสมอ ซึ่งแสดงถึงบทบาทในการเป็นสื่อเพื่อการเรียนรู้ขนบธรรมเนียมต่างๆของไทยได้ดี นอกจากนี้ภาพจิตรกรรมไทยยังสามารถสร้างสรรค์เชิงเศรษฐกิจได้ตั้งแต่เริ่มเขียนขึ้นในวัดหรือในอาคารต่างๆแล้ว กล่าวคือ เมื่อเริ่มเขียนมักจะมีผู้คนต่างๆหรือนักท่องเที่ยวเข้ามาดูอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดเศรษฐกิจขึ้น ส่วนการนำมาสร้างสรรค์ขึ้นใหม่เพื่อการตกแต่งหรือความเชื่อต่างๆอยู่ที่ความพอใจของลักษณะภาพลิตาของเส้น และสีสัน เช่น ภาพที่นำมาเพื่อการตกแต่งบ้านมักจะมีสีสันสวยงาม เรื่องราวเป็นแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน ส่วนภาพที่เป็นความเชื่อจะแสดงออกในลักษณะของภาพเทพต่างๆเพื่อให้สื่อถึงความคุ้มครองให้อยู่เย็นเป็นสุข เป็นต้น

1.3 การสร้างสรรค์ภาพจิตรกรรมไทย

งานจิตรกรรมไทยมีลักษณะเป็นแบบอุดมคติ (Idealistic) ซึ่งมีลักษณะงดงามเกินความเป็นจริงที่ได้มองเห็นทั่วไปในธรรมชาติเพราะเป็นเรื่องที่สร้างขึ้นประกอบศาสนา มีลักษณะเด่นๆ โดยรวมดังนี้

1.3.1 จิตรกรรมไทยมีลักษณะเป็นแบบอุดมคติ

1.3.2 มีการเน้นรายละเอียดต่างๆ ลวดลายวิจิตรบรรจง

1.3.3 ยึดเอาจุดสนใจของเรื่องเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงสัดส่วนที่เหมาะสม และหากต้องการแสดงจุดเด่นมักจะเขียนให้มีขนาดใหญ่กว่าปกติหรือใหญ่กว่าคนอื่นๆ ในภาพเดียวกัน เป็นต้น

1.3.4 แสดงอารมณ์ด้วยเส้นขอบและท่าทาง จึงมักพบว่าภาพบุคคลต่างๆ หน้าตาจะคล้ายกันไปหมด โดยท่าทางจะบอกอารมณ์ของบุคคลนั้นๆ เช่น โกรธ ร่าเริง พอใจ ซึ่งนำมาจากท่าทางของโขนหรือละคร

1.3.5 นิยมเขียนภาพเป็นแบบ 2 มิติ ลักษณะเป็นภาพแบนๆ ใช้เส้นตัดขอบ ไม่มีการให้แสงเงาหรือตำแหน่งใกล้ไกล แต่ระยะหลังรับอิทธิพลของการเขียนภาพแบบตะวันตก ลักษณะของภาพจึงมีลักษณะเป็นแบบทัศนียภาพ (Perspective) โดยพบได้จากการเขียนภาพจิตรกรรมในสมัยรัชกาลที่ 4

1.3.6 นิยมเขียนภาพแบบตานกมอง (Bird's eye view) เป็นการเขียนบรรยายเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบ โดยมีเส้นลึนเทา กั้นเรื่องหรือตอนต่างๆ หรืออาจใช้แนวภูเขา ต้นไม้กั้น เป็นต้น

1.3.7 มักเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับศาสนา นิทานชาดก วรรณคดี กรรมวิธีการเขียนภาพไทย มักเขียนประดับตามฝาผนังโบสถ์ วิหาร ศาลา วัด (Mural Painting) มีวิธีเขียนอยู่ 3 วิธีคือ

1.3.7.1 เขียนสีฝุ่นปูนแห้ง Tempera เป็นการเขียนโดยการผสมสีฝุ่นกับกาวหนังหรือ กาวกระถิน หรือไข่ขาวผสมน้ำผึ้ง แล้วเขียนลงบนผนังปูนที่ฉาบแห้งสนิทแล้ว สามารถเก็บรายละเอียดของภาพได้ดี ใช้เวลาเขียนนานมาก อายุของภาพสั้นเนื่องจากหลุดลอกได้ง่ายเมื่อโดนน้ำ หรือแสงแดด

1.3.7.2 การเขียนแบบปูนเปียก (Fresco) คือการเขียนสีฝุ่นผสมลงบนผนังปูนหลังจากที่ช่างฉาบเสร็จหมดๆ เพื่อให้สีซึมเข้าไปในเนื้อปูน เป็นการเขียนแข่งกับเวลาที่ปูนจะแห้งตัวจึงต้องเขียนอย่างรวดเร็ว เก็บรายละเอียดได้น้อย แต่อายุของภาพจะยาวนานกว่าแบบแรก และลักษณะของภาพจะเป็นช่อง ๆ จึงไม่เป็นที่นิยมมากนัก

1.3.7.3 การเขียนแบบลวักปิดทอง หรือการเขียนแบบสีฝุ่นผสมการปิดทองเพื่อเน้นจุดเด่นในภาพ เช่นงานเขียนลวดลายตู้พระธรรม ตู้พระไตรปิฎก

หลักการเขียนภาพงานจิตรกรรมไทย มีส่วนประกอบที่สำคัญ 4 อย่างคือ

1. กนก คือลวดลายไทยที่ดัดแปลงมาจากธรรมชาติเช่นดอกไม้ ใบไม้ น้ำ เปลวไฟ
2. นาง (นารี) คือภาพคนทั้งหมด เช่น พระนางทั่วไป คน
3. ช้าง (กษะ) คือภาพสัตว์ทั้งหลายยกเว้นลิง
4. ลิง (กระบี่) คือลิงทุกตัวในวรรณคดีรวมทั้งยักษ์ด้วย

ในการเขียนภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยหากต้องการเขียนแบบโบราณต้องมีการเตรียมผนังและลงสีรองพื้นด้วยวิธีการพิเศษก่อนที่จะเขียนภาพ เพื่อให้ได้ภาพที่ปราณีตงดงาม โดยการเตรียมผนังต้องให้ผิวพื้นเรียบ เมื่อระบายสีและตัดเส้นแล้ว จะทำให้ได้ภาพที่คมชัด ดังนั้นการเตรียมผนังจึงต้องหมักปูนขาวที่จะฉาบผนังไว้ประมาณ 3 เดือน หรือมากกว่านั้น และในระหว่างหมักปูนต้องหมั่นถ่ายน้ำจนความเค็มของปูนลดน้อยลง หลังจากนั้นจึงนำปูนที่หมักมาผสมกัน ด้วยน้ำอ้อยที่เคี่ยวจนเหนียวคล้ายความเหนียวของน้ำผึ้ง และยังมีส่วนผสมของกาวยาที่ได้จากยางไม้ หรือกาวยาหนัสดัวที่ได้จากการเคี่ยวหนังวัว หนังควาย หรือหนังกระต่าย หรืออาจใช้ทรายร้อนละเอียดเป็นส่วนผสมอยู่ด้วย ส่วนผสมดังกล่าวจะทำให้ปูนมีความแข็งแรงเหนียว และผิวเรียบเป็นมัน เมื่อปูนฉาบแห้งสนิทแล้วจึงขโลมผนังด้วยน้ำคั้นใบขี้เหล็กเพื่อลดความเป็นด่างของผนัง เพราะเชื่อว่าด่างจะทำปฏิกิริยากับสีบางสี เช่น สีแดง ซึ่งอาจทำให้ได้ค่าความเข้มของสีน้อยลง เป็นต้น การทดสอบว่าผนังยังมีความเป็นด่างอยู่หรือไม่ กระทำได้ด้วยการใช้ขมิ้นจืดที่ฝนหยาบ หากสีเหลืองของขมิ้นเปลี่ยนเป็นสีแดง แสดงว่าผนังยังมีความเป็นด่าง ต้องชะล้างด้วยน้ำคั้นใบขี้เหล็กต่อไปอีก

ในขั้นตอนต่อไปคือการทารองพื้นก่อนการเขียนภาพ โดยใช้ดินสอพองบดละเอียด นำไปหมักในน้ำ กรองเอาสิ่งสกปรกออกแล้วนำมาผสมกับกาวยาที่ได้จากน้ำคั้นเม็ดในของมะขาม เมื่อแห้งจึงขัดให้เรียบก่อนเริ่มขั้นตอนการเขียนภาพ ส่วนสีที่ใช้ระบายภาพได้จากการเตรียมจาก ธาตุ หรือแร่ เช่น สีดำได้จากเขม่า หรือถ่านของไม้เนื้อแข็งสีเหลือง สีน้ำตาล ได้จากดินตามธรรมชาติ สีแดงได้จากดินแดง บางชนิดเตรียมจากแร่ ก่อนเขียนจึงต้องนำมาบดให้ละเอียดสีจะละลายน้ำได้ง่าย ส่วนน้ำที่ใช้ผสมกับน้ำกาวยาที่เตรียมจากหนัสดัว หรือกาวยากระดิน โดยผสมในภาชนะเล็กๆ เช่น โกร่งหรือกะลา เมื่อใช้ไปสักระยะหนึ่งสีจะแห้งให้เติมน้ำแล้วใช้สาบุด ผ่นให้เป็นน้ำสีสามารถนำมาใช้งานได้อีก

นอกจากนี้ยังมีสีทองคือแผ่นทองคำเปลวใช้ปิดส่วนสำคัญที่ต้องการความแวววาว ซึ่งก่อนปิดทองต้องทากาว เช่น กาวได้จากยางต้นรักหรือจากยางต้นมะเคื่อ หลังจากปิดทองแล้วจึงตัดเส้นเป็นรายละเอียด การตัดเส้นมักตัดด้วยสีแดง หรือสีดำ เพราะ 2 สีนี้ช่วยเน้นสีทองให้เปล่งประกายได้ดีกว่าสีอื่น จิตรกรรมฝาผนังที่เขียนขึ้นในสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว นิยมปิดทอง เช่น ภาพการแต่งกายของกษัตริย์ ปราสาทราชวัง ราชรถ ตลอดจนเครื่องประดับต่างๆ โดยอาจกล่าวได้ว่าในสมัยนี้เป็นช่วงแห่งความเจริญสูงสุดของจิตรกรรมไทยแบบประเพณีทีเดียว

การตัดเส้นในงานจิตรกรรมไทยมักใช้พู่กันขนาดเล็ก เรียกกันตามขนาดที่เล็กกว่า พู่กันหมวดหนู ความจริงทำจากขนหนูว มีขนาดใหญ่ขึ้นตามการใช้งาน ใช้ระบายบนพื้นที่ขนาดเล็ก ส่วนแปรงสำหรับระบายพื้นที่ขนาดใหญ่ทำจากรากต้นลำเจียก หรือจากเปลือกต้นกระดังงาโดยนำมาตัดเป็นท่อนพอเหมาะต่อการใช้งาน โดยนำไปแช่น้ำเพื่อทูปปลายข้างหนึ่งให้แตกเป็นฝอยได้ง่าย เพื่อใช้เป็นขนแปรง นอกจากนี้ ช่างไทยยังใช้ปลายแปรงแตะสีหมาดๆ เพื่อแตะ แด้มหรือที่เรียกว่า

กระทั่ง ให้เกิดเป็นรูปใบไม้เป็นกลุ่มเป็นพุ่ม นิยมทำกันในจิตรกรรมสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ วิธีการนี้ใช้แทนการระบายสีและตัดเส้นด้วยพู่กันให้เป็นใบไม้ทีละใบ วิธีการระบายสีตัดเส้นเป็นใบไม้นิยมทำกันในช่วงสมัยกรุงศรีอยุธยา

เมื่อถึงคราวที่อิทธิพลตะวันตกไหลบ่าเข้ามาในประเทศไทยช่วงรัชกาลพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว มีผลต่อการปรับเปลี่ยนลักษณะของจิตรกรรมไทยแบบประเพณี โดยมีการพัฒนาการตามแนวจิตรกรรมตะวันตกเรื่อยมา เช่น เขียนให้มีบรรยากาศตามธรรมชาติ จนกลายเป็นภาพเหมือนจริงยิ่งขึ้น เทคนิคการเขียนภาพมีการแสดงออกที่หลากหลาย มีลีลาให้เลือกใช้มากมายหลายชนิด มีการใช้สีสังเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ สีน้ำมัน สีอะคริลิก สีน้ำ เป็นต้น เพิ่มความสะดวกรวดเร็ว และคงทนยิ่งขึ้น

2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

2.1 ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมหรือสินค้าวัฒนธรรม หมายถึง สินค้าและบริการที่มีวัฒนธรรมฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งในสินค้าหรือบริการนั้นๆ การทำความเข้าใจเกี่ยวกับการฝังตัวของวัฒนธรรมในตัวสินค้าหรือบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญในการวิเคราะห์การเติบโตของทุนวัฒนธรรมด้วย ดังนั้นเหตุผลของผู้บริโภคในการซื้อสินค้านั้นๆ จึงซื้อจากความแตกต่างของนัยทางวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในสินค้า (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2546 : 28.) โดยสินค้าวัฒนธรรมจะเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกของคน ดังนั้น ผู้บริโภคจึงไม่ค่อยใช้เหตุผลในการซื้อหากนัก การตัดสินใจซื้อจึงอยู่ที่ความสามารถในการเข้าถึงเนื้อหาทางวัฒนธรรมนั้นๆ และสิ่งที่น่าสนใจที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้อ คือ “ค่านิยม” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากกระแสทางวัฒนธรรมและความเปลี่ยนแปลงทางสภาพแวดล้อมต่างๆ ของสังคมนั้นๆ

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมจึงเกิดจากการนำเรื่องราวทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นถิ่นเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของสินค้านั้นๆ เพื่อแสดงความเป็นวัฒนธรรมของแต่ละแห่งให้เป็นที่เข้าใจต่อบุคคลภายนอก โดยอาจเชื่อมโยงถึงการนำมาเป็นทุนทางวัฒนธรรมด้วย กล่าวคือ ทุนวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและให้คุณค่าต่อวิถีชีวิตของสังคมในทางใดทางหนึ่ง เช่น ทำให้สังคมอยู่กันอย่างสมานฉันท์ ช่วยจัดระเบียบสังคม ในทางเศรษฐศาสตร์เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิด ธุรกรรมประโยชน์ต่อสังคม และปัจเจก แต่ทุนวัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยีได้ เช่น การทอผ้าที่เป็นวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปเนื่องจากการมีโรงงานทอผ้าซึ่งมีเครื่องจักรเข้ามาช่วย ซึ่งสามารถทอผ้าได้รวดเร็ว และราคาถูกกว่า หรือเมื่อการแพทย์แผนใหม่เข้ามาแทนที่การแพทย์แผนโบราณ ความต้องการของผู้คนก็เริ่มเปลี่ยนแปลงไป เป็นต้น ทุนวัฒนธรรมสามารถนำมาพัฒนาทางเศรษฐกิจได้ ด้วยการสร้างโอกาสให้ประชาชนมีอาชีพที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสร้างรายได้ ส่งเสริมเศรษฐกิจให้ท้องถิ่น เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจำหน่ายของที่ระลึก

ในขณะที่เดียวกันในส่วนของภาครัฐได้มีการปรับตัวนำเอาวัฒนธรรมมาเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจและสังคมปัจจุบัน โดยมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งเสริมผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน ฯลฯ กระบวนการดังกล่าวมีนักวิชาการหลายท่านได้ตั้งข้อสังเกตของจุดอ่อนในการพัฒนานี้ไว้หลายประการ คือ การผูกขาดอำนาจกำกับควบคุม กีดกันหน่วยงานอื่นๆ อ้างข้อกฎหมายระบุว่าเป็นหน้าที่เฉพาะที่ระบุสำหรับหน่วยงานนั้น ๆ โดยกล่าวว่า กรณีที่เห็นได้ชัดเจนคือ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นตัวอย่างที่สะท้อนจุดอ่อนของการทำงานที่ส่วนใหญ่ขาดความริเริ่ม ขาดความเป็นมืออาชีพ ขาดวิสัยทัศน์ที่จะทำงานในลักษณะเครือข่าย อาจจะเป็นเพราะติดระเบียบราชการค่อนข้างมาก (ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์, 2548 : บทคัดย่อ) ในส่วนของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมเมื่อมีการออกแบบพัฒนาจึงใช้หลักการเดียวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์คือ การกำหนดรูปแบบของผลิตภัณฑ์ หรือ ผลของการสร้างรูปวัตถุให้เกิดเป็นลักษณะต่าง ๆ ออกมาให้สามารถมองเห็นและสัมผัสได้ (Visual Form) ซึ่งจะต้องผ่านกระบวนการต่าง ๆ ทางารออกแบบ (Design process) และการผลิต (production) มาก่อนซึ่งต้องมีลำดับขั้นตอนและการแก้ปัญหา (Problem - Solving) กันอย่างต่อเนื่อง จนให้สามารถสนองความต้องการทั้งทางหน้าที่ทางกายภาพ (Physical Function) และสื่อความหมายทางการสร้างสรรค์ได้ โดยทั่วไปการออกแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จะพิจารณาเรื่องของการออกแบบในแง่ของสีและรูปร่างเนื่องจากว่าสีและรูปร่างเป็นลักษณะของการออกแบบที่มองเห็นได้อย่างโดดเด่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

2.1.1 ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) คือทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการที่มีนัยทางวัฒนธรรม ทุนวัฒนธรรมจะเติบโตและแข็งแกร่งได้ต้องอาศัยการเติบโตของอุตสาหกรรมสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products) จึงต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดการฝังตัวของวัฒนธรรม (Cultural Embodiment) กล่าวคือ เมื่อเราซื้อสินค้ามาบริโภคสิ่งที่ได้มาไม่ได้มีแต่ตัวสินค้าเท่านั้นแต่ยังมีวัฒนธรรมที่ฝังตัวอยู่ในสินค้านั้นๆ ซึ่งนัยทางวัฒนธรรมดังกล่าวมีระดับความเข้มข้นไม่เท่ากันจึงทำให้เห็นได้ชัดเจนไม่เท่ากัน ดังนั้นการฝังตัวของวัฒนธรรมที่แตกต่างกันทำให้สินค้ามีคุณลักษณะที่แตกต่างกันจึงทำให้เกิดความหลากหลายทางผลผลิตซึ่งความหลากหลายเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการสินค้า เช่น คนที่เคยกินข้าวอาจต้องการกินพิซซ่า เป็นต้น

2.1.2 กระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้า วัฒนธรรมจะเป็นสินค้าได้ต้องมีราคา และวัฒนธรรมจะมีราคาได้ก็ต่อเมื่อมีความต้องการซื้อ เมื่อความต้องการซื้อเพิ่มมากขึ้นจึงเกิดการผลิต ดังนั้นอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมจึงเกิดขึ้น ทั้งนี้หากสินค้าวัฒนธรรมใดมีความต้องการมากราคาก็จะสูงขึ้น จึงเป็นข้อพิจารณาเกี่ยวกับการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้าจากความต้องการซื้อโดยความต้องการซื้อจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อสิ่งที่ซื้อได้ให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อ ดังนั้นการที่จะทำความเข้าใจในกระบวนการแปรวัฒนธรรมเป็นสินค้าจึงต้องทำความเข้าใจเกี่ยวกับการสร้างอุปสงค์ (Demand Creation) ในสินค้าวัฒนธรรม (รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์, 2546 : 36)

2.2 วัสดุผลิตภัณฑ์

วัสดุผลิตภัณฑ์เป็นอีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ เนื่องจากเมื่อจะทำการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นออกแบบต้องพิจารณาถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นประการแรก เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทนถาวร มีความเหมาะสมต่อการใช้งานของผู้บริโภคและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดในยุคสมัยนั้นๆด้วย ในขณะที่เกี่ยวกับการผลิตที่ใช้วัสดุที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทจะทำให้สามารถลดระยะเวลาในการผลิตได้ ดังนั้นการออกแบบจึงต้องคำนึงถึงวัสดุและเวลาในการผลิตไปพร้อมกันด้วย

สวเรศ เกตุสุวรรณ (2543 : 1) ได้ศึกษาวัสดุผลิตภัณฑ์กับงานออกแบบ (Design and Material) และสรุปว่าสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งในการออกแบบ ได้แก่ การค้นคว้าวัสดุใหม่ๆ ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นโพลิเมอร์ไปสู่งานพลาสติก และระบบนาโนเทคโนโลยีที่ก้าวไปสู่การพัฒนาใยแก้วนำแสง (Fiber optics)

วัสดุใหม่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในสร้างสรรค์นวัตกรรมงานออกแบบให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและสอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยทั่วไปผู้ผลิตหรือนักออกแบบ มักจะเริ่มศึกษาคุณสมบัติของวัสดุ โดยดูจากท้องตลาดที่มีอยู่แล้วนำมาประยุกต์ให้เกิดรูปแบบของสินค้าแบบใหม่ ซึ่งสินค้าที่ออกมาด้วยวิธีนี้ก็มีคุณภาพเป็นเอกลักษณ์ได้ดี เช่น ที่ใส่ไม้จิ้มฟัน รูปพื้นที่ผลิตจากยางของ Propaganda ก็เป็นแนวคิดในการเลือกใช้วัสดุที่ไม่เคยมีมาก่อน สร้างสรรค์เป็นงานออกแบบ ในปัจจุบันพบมีหน่วยงานที่เป็นสื่อกลางในการเชื่อมต่อข้อมูลข่าวสารของนวัตกรรมของวัสดุใหม่กับนักออกแบบ เกิดขึ้นหลายแห่ง โดยเฉพาะ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC ซึ่งได้นำผลงานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบใหม่ๆ ในต่างประเทศมานำเสนออย่างต่อเนื่องมาโดยตลอดจึงทำให้เกิดกระแสสินค้าใหม่เพิ่มขึ้น จึงถือเป็นสิ่งที่ดีที่จะทำให้ให้นักออกแบบมีแนวคิดที่จะสร้างสรรค์งานนวัตกรรมที่แปลกใหม่ในท้องตลาดอันเป็นการก้าวตามเทคโนโลยีได้อย่างทันทั่วถึง

แนวคิดดังกล่าวนำมาใช้ในส่วนของการวิเคราะห์วัสดุต่างๆ ที่เหมาะสมในการนำมาใช้ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม เพื่อประยุกต์ให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมประเภทโคมไฟที่มีภาพจิตรกรรมไทยประกอบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของภาคเหนือและภาคกลางได้เป็นอย่างดี

2.3 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การออกแบบ คือ กิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้ผลงานบรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลหรือนำเสนอด้วยสิ่งใหม่ๆ มีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างชิ้นใหม่ให้แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม โดยความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร (2548 : 189) กล่าวว่า งานออกแบบ คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้างและสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น และเนื่องจากความต้องการของมนุษย์มีมากกว่าปัจจัยการดำรงชีวิตพื้นฐาน 4 ประการ จึงเกิดเป็นแรงผลักดันให้มนุษย์พยายามทำการออกแบบและสร้างสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เพิ่มขึ้นเพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจที่ไม่สิ้นสุด จากลักษณะงานที่เรียบง่าย ค่อยๆ เพิ่มความซับซ้อนเกี่ยวพันกันยิ่งขึ้นระหว่างสิ่งของต่างๆ ด้วยกัน และระหว่างสิ่งของกับสภาพแวดล้อมรอบตัว โดยมีผลมาจากวิถีการดำรงชีวิตและวิทยาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

สวเรศ เกตุสุวรรณ (2543 : 150) ได้ให้คำนิยามการออกแบบในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ การพยายามปรับปรุงแก้ปัญหาเดิมและสร้างสรรค์ผลงานที่แปลกใหม่ออกมาเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ด้วยกระบวนการของการนำความรู้ด้านวิทยาศาสตร์และศิลปะมาใช้ร่วมกันในปริมาณที่เท่ากัน ในขณะที่เดียวกันควรมีการทำวิจัยเกี่ยวกับความต้องการผู้บริโภคด้วยเพื่อให้ทราบความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง

นิรัช สุตสังข์ (2548 : 11) ได้ให้คำนิยามการออกแบบในส่วนของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สัมพันธ์กับความต้องการของผู้บริโภค คือ ความสอดคล้องกับชีวิตประจำวันและความสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ เพื่อพิจารณาปรับเปลี่ยนแนวทางการออกแบบให้เหมาะสมและสอดคล้องกับปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละสภาพการณ์นั้นๆ

จากคำนิยามแนวความคิดเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการต่างๆ ทำให้ได้ข้อสรุปว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อแก้ปัญหาของผลิตภัณฑ์เดิม ด้วยการใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์เพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีทั้งรูปแบบและการใช้สอยที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ในการพิจารณาคัดเลือกและออกแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับผู้บริโภคทั่วไป เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์โคมไฟเชิงวัฒนธรรมของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องด้วย

ในการออกแบบโคมไพเซิงวัฒนธรรมโดยทั่วไป นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์โดยรวม ซึ่งเมื่อพิจารณาจากส่วนรวมทั้งหมด ลักษณะของงานจะเป็นเอกภาพแม้จะใช้วัสดุต่างชนิดกันก็ตาม แต่ต้องสามารถสื่อถึงความรู้สึกที่กลมกลืนกันระหว่างความงามและประโยชน์ใช้สอยก่อนอื่นเมื่อพบสิ่งใดที่มีความประทับใจ ให้ถามตัวเองก่อนว่า ทำไมจึงชอบ อะไรคือจุดดลใจประทับใจให้เกิดความชอบใจในสิ่งที่มองเห็นนั้น เป็นรูปทรง พื้นผิว หรือเส้นรอบนอก หรือความเรียบง่ายในรูปทรง ความหรูหรา ลึกลับ หรือความมีค่าของวัสดุที่ทำ เพื่อนำแนวคิดดังกล่าวมาถ่ายทอดเป็นรูปแบบโคมไพต่างๆโดยยึดแนวทางที่เคยเห็นและชอบก่อน และค่อยๆ ดัดแปลง แก้ไขไปเรื่อยๆ โดยใช้หลักเกณฑ์ความงามทางด้านการออกแบบเป็นแนวทางในการออกแบบ

นักออกแบบที่ดีต้องเป็นผู้มีความคิดสร้างสรรค์ มีความฉับไวทางความคิด และทันต่อการเปลี่ยนแปลงในสังคม รู้จักนำหลักพื้นฐานความงามทางศิลปะมาช่วยสร้างแบบ รู้จักแก้ไขดัดแปลงผลงานรักการค้นคว้าทดลองอยู่เสมอ

นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงการออกแบบที่เข้าถึงใจผู้บริโภคด้วย โดย โรธีย์ เลียนาร์ด์ และ เจฟฟรีย์ เรย์ พอร์ต (2536 : 102) อธิบายไว้ว่าการออกแบบที่เข้าถึงใจคนนั้น เป็นกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ

1. การสังเกต โดยทำการสังเกตผู้บริโภคในช่วงที่ใช้สินค้าชิ้นๆ ทั้งที่บ้านและที่ทำงาน
2. การเก็บข้อมูล ผู้ที่ทำการสังเกตควรเก็บข้อมูลของกลุ่มผู้บริโภคในช่วงที่กำลังทำกิจกรรมต่างๆ เกี่ยวกับสินค้า และให้ตั้งข้อสังเกตว่า ทำไมจึงทำ และพบปัญหาอะไรบ้าง เนื่องจากข้อมูลที่ได้รับเป็นสิ่งที่ได้พบเห็นด้วยตาที่ไม่สามารถวัดค่าในเชิงปริมาณได้ ดังนั้นจึงควรใช้กล้องถ่ายรูป วิดีโอ หรือภาพวาดเพื่อบันทึกข้อมูล
3. การทบทวนและวิเคราะห์ ผู้ที่ทำการสังเกตจะต้องกลับมาอยู่ที่ทำงานเพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ของเขากับเพื่อนร่วมงาน เพื่อวิเคราะห์สิ่งที่เกิดขึ้น และสามารถกลับไปสังเกตเพิ่มเติมอีกครั้งได้
4. การระดมความคิด เป็นการเปลี่ยนสิ่งที่สังเกตได้เป็นแนวทางในการแก้ปัญหา
5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยตัวผลิตภัณฑ์ต้นแบบนี้จะทำให้คนเห็นแนวคิดใหม่ได้อย่างชัดเจน และเป็นการเปิดโอกาสให้คนทดลองใช้เพื่อดูปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ที่จะมาเป็นลูกค้าในอนาคต โดยต้องตั้งคำถามในใจเสมอว่า ผู้บริโภคสนใจผลิตภัณฑ์ต้นแบบหรือไม่ และพวกเขาให้คำแนะนำเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือไม่ อย่างไร และเมื่อได้คำตอบแล้วควรพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับผู้บริโภคในตลาดต่างประเทศด้วย เนื่องจากผู้บริโภคในต่างประเทศจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างจากผู้บริโภคในประเทศ (Dorothy Leonard and Jeffrey F. Rayport. 1997 : 25)

เมื่อพิจารณาถึงความแตกต่างของการออกแบบโคมไฟในปัจจุบันและในอดีตจะพบความแตกต่างที่เห็นได้ชัดเจนในเรื่องของรูปทรง วัสดุที่นำมาใช้ โดยโคมไฟในอดีตการออกแบบจะเรียบง่ายรูปแบบยึดตามที่เคยทำต่อกันมา ส่วนในปัจจุบันรูปแบบมีทั้งความหรูหรา ในโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน วัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่ มีทั้งวัสดุที่มีราคาสูงและราคาต่ำ ฝีมือในการทำแสดงความประณีตและละเอียดอ่อนอย่างชัดเจน เป็นงานที่ต้องใช้ความประณีตอย่างจริงจัง ในขณะที่เดียวกันยังพบโคมไฟในรูปทรงที่เรียบง่าย รูปแบบสัมพันธ์กับวัสดุและโครงสร้างด้วยการใช้วัสดุพื้นถิ่นร่วมกับวัสดุสมัยใหม่เพื่อให้เกิดความร่วมมือมากขึ้น

ส่วนประกอบสำหรับการออกแบบโคมไฟ มีรายละเอียดดังนี้

1. เส้นที่ใช้ในการออกแบบโคมไฟ หมายถึง เส้นที่มีความยาว ความกว้าง ความหนา ซึ่งมองเห็นด้วยตาเปล่าและมีหลายลักษณะดังนี้

1.1 เส้นตรง ซึ่งมีความกว้าง ความยาว และความราบเรียบถ้าจะเปรียบเทียบกับเสียงดนตรีเส้นตรงก็จะให้ความเสมอดันเสมอลายไม่มีสูงต่ำ

1.2 เส้นคลื่น เป็นเส้นที่ให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว ให้ความสนใจ เส้นโค้งให้ความรู้สึกเคลื่อนไหวอ่อนโยนไม่รีบร้อน

1.3 เส้นประ ให้ความรู้สึกขาดเป็นช่วง หยุดชะงัก ไม่คงที่ เส้นนุ่มแหลม ให้ความรู้สึกแตกหักเจ็บปวดรุนแรง

เส้นแต่ละลักษณะจะให้อิทธิพลด้านความรู้สึกที่ต่างกัน เส้นที่ใช้เครื่องมือ เช่น ไม้บรรทัด จะให้ความรู้สึกแข็งกระด้าง มั่นคง ไม่มีความรู้สึกอ่อนไหว โดยจะแตกต่างกับเส้นตรงที่เกิดขึ้นโดยใช้อุปกรณ์เขียนอย่างอิสระหรือเส้นตรงที่เกิดจากการใช้ปากกาวาด มักจะมีน้ำหนักเข้มเบาไม่เหมือนกันและจะให้ความรู้สึกอ่อนไหว

การนำเส้นต่างๆ มาใช้ในการออกแบบเครื่องประดับต้องพิจารณาถึงโครงสร้างของส่วนรวมทั้งหมด และผู้ออกแบบจะต้องระบุให้ชัดเจนว่าจะใช้วัสดุอะไร เทคนิคของการผลิตสามารถช่วยให้เส้นมีการเคลื่อนไหว ได้แก่ เส้นลาด เส้นโลหะอื่นๆ ที่มีลักษณะเป็นเส้น หรือจะใช้วิธีการหล่อเข้าช่วยก็ได้ ก่อนนำเส้นมาใช้จะต้องมีการออกแบบให้ชัดเจน อาจมีการทดลองออกแบบเส้นชนิดต่างๆ ไว้ก่อนและเลือกเส้นที่มีความเหมาะสมกับแบบไปส่งไป

1.4 เส้นเรขาคณิต เป็นเส้นที่ได้รับความนิยมนำมาใช้ในการออกแบบในปัจจุบันค่อนข้างสูง เนื่องจากมีลักษณะรูปทรงที่เรียบง่าย แข็งแรง เป็นต้น เส้นเรขาคณิต ได้แก่ เส้นโค้ง เส้นตรงที่มาบรรจบกันเป็นรูปร่างสามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม วงกลม เป็นต้น

2. รูปทรงและรูปร่าง เมื่อนำมาใช้ในการออกแบบโคมไฟมีความหมายใกล้เคียงกันมาก ความหมายของรูปทรง คือ ส่วนรวมทั้งหมดของงานมีทั้ง ความกว้าง ยาว และสูง ส่วนบริเวณว่าง หมายถึง พื้นที่ว่างซึ่งสัมพันธ์อยู่กับรูปร่างและรูปทรง รูปทรงที่ใช้ในงานออกแบบโคมไฟ มีทั้ง

รูปทรงที่เลียนแบบธรรมชาติ และรูปทรงเรขาคณิต รูปทรงที่นักออกแบบสร้างสรรค์ขึ้นเอง รูปทรงเลียนแบบธรรมชาติ เช่น รูปทรงคน รูปทรงสัตว์ รูปทรงพืช รูปทรงที่ได้จากการส่องกล้องจุลทรรศน์ รูปทรงเรขาคณิต เช่น รูปทรงกลม สี่เหลี่ยม สามเหลี่ยม และรูปทรงสร้างสรรค์ส่วนใหญ่จะเป็นรูปทรงนามธรรม (Abstract Form)

การออกแบบโคมโไฟรูปทรงธรรมชาติสิ่งแวดล้อม เน้นการเลียนแบบหรือลดคัดทอนให้ง่ายขึ้นเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบ โดยคำนึงถึงวัสดุที่จะนำมาใช้ให้มีความสัมพันธ์กับการออกแบบให้มากที่สุด ดังนั้นการออกแบบจะต้องเน้นเรื่องสี วัสดุ การผลิต อาจจะจำลองแบบทำเป็นหุ่นจำลองก่อนก็ได้ขนาดของหุ่นจำลองควรมีลักษณะเท่าของจริง

การออกแบบโคมโไฟที่เป็นรูปทรงเรขาคณิตและรูปทรงเสรีจะเน้นความคิดสร้างสรรค์เกี่ยวกับรูปทรงใหม่ๆ ขึ้นมาเพื่อให้ความร่วมสมัยและแปลกใหม่ไม่ซ้ำกับรูปแบบเดิมที่มีอยู่ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงความงดงามน่าสนใจในตัวของมันเอง รูปทรงจะต้องมีความสัมพันธ์กับส่วนรวมทั้งหมด และควรคำนึงถึงความสัมพันธ์กับบริเวณข้างอีกด้วย

3. สีกับการออกแบบโคมโไฟ โดยทั่วไปแล้วสีจะสร้างความประทับใจต่อผู้พบเห็นได้มากโดยส่วนใหญ่สีมักจะจะเป็นสิ่งที่เรารู้สึกได้มากกว่าสิ่งอื่นๆ ดังนั้นสีที่ใช้ในการออกแบบโคมโไฟจึงเกิดจากการนำมาใช้เขียนในภาพประกอบเพื่อให้เกิดความโดดเด่นร่วมกับเนื้อหาภายในภาพจิตรกรรมไทยที่ต้องการสื่อให้เกิดการปฏิบัติตาม

4. ความรู้สีที่มีต่อสี

4.1 สีแดง (Red) ให้ความรู้สึกตื่นเต้น แสดงจุดเด่นอันน่าสนใจ สะดุดตา มีลักษณะเร้าความสนใจตลอดเวลาที่พบเห็น แต่ถ้าใช้สีแดงมากเกินไปความรู้สึกจะเปลี่ยนเป็นอุณหภูมิสีแดงเข้ากับสีม่วง สีน้ำตาล สีดำ สีทอง สีเขียวเข้ม แต่อย่างไรก็ตามย่อมขึ้นอยู่กับปริมาณการใช้สีให้เหมาะสมด้วย

4.2 สีดำ (Black) มีลักษณะสงบเงียบ อับทึบ น่ากลัว สง่า ถ้าอยู่ในบริเวณกว้างๆ จะให้ความรู้สึกอ้างว้างเงียบสงบมากกว่าอยู่ในบริเวณแคบๆ

4.3 สีเขียว (Green) มีลักษณะเป็นสีให้ความรู้สึกเย็น ให้ความรู้สึกเป็นกลาง สบายตา สดชื่น เป็นสีที่เข้ากับสีเทา สีน้ำตาล เป็นสีที่ตรงกันข้ามกับสีแดง

4.4 สีน้ำเงิน (Blue) เป็นสีเย็น เมื่อมีความเข้มจัดจะให้ความรู้สึกเยือกเย็น สีสงบเข้ากับสีเขียว สีเหลือง สีน้ำตาล และกลมกลืนกับสีดำ เป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกับสีส้ม

5. การสร้างความสมดุล ความสมดุล (Balance) หมายถึง การจัดองค์ประกอบให้สัมพันธ์กัน มีน้ำหนัก หรือความสมดุลกลมกลืนไปด้วยกัน ความสมดุลทำให้เกิดความกลมกลืนสวยงาม ความสมดุลพิจารณาได้เป็น 2 ลักษณะคือ สมดุลซ้ายขวาเท่ากัน (Symmetry) และสมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากัน (Asymmetry) ความสมดุลซ้ายขวาเท่ากันเป็นการสมดุลด้วยขนาด หรือรูปร่างที่

คล้ายกัน หรือการใช้สีที่มีความกลมกลืนกัน ส่วนลักษณะสมดุลซ้ายขวาไม่เท่ากันเป็นการสมดุลที่แตกต่างกันด้านรูปทรง เนื้อที่ สี แต่ดูแล้วรู้สึกกลมกลืนสมดุลกัน การออกแบบ 3 มิติ เช่น เครื่องประดับ ถ้าออกแบบไม่สมดุลจะเห็นสีน้ำหนักเอียงไปข้างใดข้างหนึ่งได้อย่างชัดเจน วิธีแก้ปัญหาเรื่องความสมดุลในการออกแบบคอมพิวเตอร์อาจจะแก้ปัญหาได้ดังนี้

5.1 สมดุลด้วยรูปทรง แก้ปัญหาให้ขนาดรูปทรงเท่ากัน

5.2 สมดุลด้วยสี แก้ปัญหาด้วยการใช้สีให้กลมกลืนกัน

5.3 สมดุลด้วยลักษณะผิว ทำให้เกิดลักษณะผิวที่แตกต่างกันเล็กน้อย

6. การเลือกลักษณะผิว ผิว (Texture) คือ ส่วนที่มองเห็นได้โดยรอบรูปทรงหรือรูปร่างนั้นๆ ซึ่งอาจจะเป็นลักษณะขรุขระ มัน หยาบ ด้านโปร่งใส เป็นต้น ลักษณะผิวให้ความรู้สึกต่อการพบเห็นอย่างยิ่ง ทำให้เกิดความรู้สึกอยากจับต้อง ลูกบิด ลักษณะผิวจะให้ความรู้สึกตอบสนองต่างกันตามแต่ความรู้สึกของแต่ละบุคคลว่าจะตอบสนองไปในด้านใด อย่างไรก็ตามลักษณะผิวจึงมีความสำคัญต่อรูปทรงมากในด้านการสัมผัสลักษณะผิวมีส่วนช่วยในการออกแบบรูปทรงเป็นอย่างยิ่ง สิ่งของเครื่องใช้ตามบริเวณที่เป็นด้าม หรือที่จับถือมักจะออกแบบให้ผิวขรุขระจับถือกระชับมือ

2.4 พฤติกรรมการใช้งานของมนุษย์

ร่างกายของคนเรามีขนาดและลักษณะแตกต่างกัน นักออกแบบจึงต้องทำตามโจทย์ เพื่อหาผลลัพธ์ให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่หรือผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก จำเป็นต้องใช้การศาสตร์(Ergonomics) มาเป็นเครื่องมือทั้งสิ้น ในอดีตเมื่อมีการเรียนเกี่ยวกับ Ergonomics มักจะให้ความสำคัญไปที่รูปร่างและการใช้งานของผู้ใช้เป็นหลัก แต่ในสมัยนี้รูปร่างและการใช้งานไม่ใช่คำตอบที่ถูกต้องเสมอไป เนื่องจาก“Ergonomics” เป็นมากกว่ากายวิภาค (รูปร่างของมนุษย์ (Anatomy) รวมถึงการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าหรือบริการกับพฤติกรรมการใช้งานของผู้บริโภค ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์นอกจากจะต้องให้เหมาะสมกับรูปร่างของผู้บริโภคแล้วยังต้องคำนึงถึงความถนัดระหว่างการใช้งานและความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อม และสิ่งสำคัญยังรวมไปถึงความรู้สึกของผู้ใช้งานด้วย เพราะเกี่ยวข้องโดยตรงกับการทำตราสินค้าหรือที่เราเรียกว่า “แบรนด์ดิ้ง” (Branding) และจากสถานะการตลาดแข่งขันกันอย่างรุนแรงในปัจจุบันจึงมีสินค้าให้เลือกมากมาย ให้ความคาดหวังของลูกค้า (Consumer Expectations) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์สูงตามไปด้วย ดังนั้นจุดนี้จึงทำให้เกิดความคิดริเริ่ม เพื่อต่อยอดงานออกแบบจาก Ergonomics ไปสู่ User – Centered Design, User-friendly, Inclusive Design, Usability จึงคือการได้สร้างทีมงานการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยรวมนักออกแบบ นักวิจัย วิศวกร นักการตลาด Brand Manager และได้เพิ่มนักกายวิภาคเข้าไปมีส่วนร่วมในทีมเพื่อให้งานออกแบบนั้นสมบูรณ์แบบมากขึ้น (สุวิทย์ วงศ์รุจิราวานิชย์, 2549 : 79)

Ergonomics มีเนื้อหาที่ละเอียดอ่อนมากขึ้นซึ่งข้อมูลจาก Design Council ของประเทศอังกฤษ ได้แบ่งเนื้อหาเป็น 3 ส่วน ดังนี้

1. Physical Ergonomics เป็นส่วนที่พูดถึงส่วนของกายวิภาค (Anatomy) พฤติกรรมการใช้งาน (Physiological) และกลไกการใช้งาน (Biomechanical Characteristics) ทั้งหมดนี้เพื่อให้เกิดการใช้งานที่สะดวกและต่อเนื่องได้ดีพร้อมคำนึงถึงความปลอดภัยด้วย

2. Psychological Ergonomics คำนึงถึงความรู้สึกของผู้ใช้งานและความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้ใช้งานมีความสุขและเพลิดเพลินในการใช้งาน ส่วนนี้เองเป็นหัวใจหลักสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

3. Organizational Ergonomics เกี่ยวข้องกับระบบการทำงานเป็นส่วนที่เสริมสร้างการทำงานให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น (สุวิทย์ วงศ์จิราวาณิชย์, 2549 : 79)

ปัจจุบัน Ergonomics มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาสินค้าหรือบริการและยังเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ตราสินค้า (Branding) ที่ดีด้วย

ขนาดสัดส่วนมนุษย์เพื่อการออกแบบ

ความหมายของขนาดสัดส่วนมนุษย์ในการออกแบบโดยทั่วไป คือ การสร้างสรรค์สิ่งต่างๆ รวมทั้งสภาพแวดล้อมเพื่อสนองความต้องการมนุษย์เพิ่มความสะดวกสบายในการทำงาน เป็นการออกแบบตามสัดส่วนร่างกายมนุษย์ (Ergonomic Design) การออกแบบตามสัดส่วนร่างกายมนุษย์ (Ergonomic Design) จะต้องมีข้อมูลที่สัมพันธ์กับมนุษย์และความเป็นอยู่ของมนุษย์ โดยเกี่ยวข้องกับพื้นฐานทางร่างกายมนุษย์และสังคมสำหรับนำไปสู่ขั้นตอนการออกแบบอย่างมีหลักเกณฑ์และสนองตอบความพึงพอใจของผู้บริโภคสูงสุด และจุดเริ่มต้นของการออกแบบจะต้องศึกษาวิชาการที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. มนุษยวิทยา (Anthropometry) คือ การศึกษาขนาดสัดส่วนต่างๆ ของมนุษย์
2. สรีรศาสตร์ (Physiology) คือ วิชาว่าด้วยความสามารถในการทำงานของอวัยวะต่างๆ ของร่างกาย
3. จิตวิทยา (Psychology) เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก (Mental) และอารมณ์ (Emotional Area) ซึ่งรวมเรียกว่า พฤติกรรมของมนุษย์ (Human Behavior) พัฒนาการ (Development) และการแสดงออก (Performance) เกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม
4. สังคมวิทยา (Sociology) ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสังคมของมนุษย์ การออกแบบตามสัดส่วนร่างกายมนุษย์ (Ergonomics) เริ่มใช้ในอังกฤษเป็นครั้งแรก เมื่อปี ค.ศ. 1949 โดยจัดตั้งสมาคม The Ergonomics Research Society (อุดมศักดิ์ สาริบุตร, 2549 : 73)

การเคลื่อนไหวส่วนต่างๆ ของร่างกายมนุษย์

สัดส่วนทางด้านกายวิภาค (Anatomy) ของมนุษย์ เป็นปัจจัยสำคัญในการออกแบบ ซึ่งการออกแบบที่ดีนั้นจะต้องได้ผลดีและเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง โดยควรคำนึงถึงสัดส่วนการใช้สอยส่วนตัว ได้แก่ เกี่ยวกับมือซึ่งเป็นเครื่องมือชิ้นแรกของมนุษย์ที่ใช้สัมผัสกับสิ่งของต่างๆ เช่น การหยิบ อุ้ม บิด และการสวมใส่ ส่วนแขนช่วยในการยก อุ้ม ดึง วัตถุต่างๆ หรือแม้กระทั่งขาที่ช่วยในการเคลื่อนไหวร่างกายให้สามารถเคลื่อนที่ไปได้อย่างต่อเนื่อง โดยหากสามารถจัดกระบวนการอำนวยความสะดวกสบายที่ดีเหมาะสมกับการใช้สอยจะทำให้ผู้บริโภคได้รับความพึงพอใจ ซึ่งประโยชน์ของการออกแบบตามสัดส่วนร่างกายมนุษย์ (Ergonomic Design) ที่มีต่อระบบอุตสาหกรรมจะช่วยทำให้ระบบต่างๆ ดีขึ้นดังนี้

1. การจัดระบบการทำงาน (Lay Out of Work) ได้แก่ การจัดเวลาและขั้นตอนการทำงานเพื่อลดเวลาที่จะเสียไป และเพิ่มผลงาน
2. การผ่อนคลายความตึงเครียด (Repetition Injuries) การทำงานในระบบการผลิตจำนวนมาก คนงานแต่ละคนจะทำงานอย่างเดียวนานๆ ซ้ำๆ เพื่อให้เกิดความอ่อนเพลียเมื่อยล้าเป็นสาเหตุให้เกิดอันตรายได้ง่าย ควรแก้ไขโดยการเปลี่ยนแปลงงาน เพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดของกล้ามเนื้อ
3. การจัดการความร้อน (Heat Stress) ในสถานที่ที่มีความร้อนผู้ทำงานจะทำงานด้วยอารมณ์ที่ไม่เป็นสุขไม่มีสมาธิควรแก้ไขด้วยวัสดุกันความร้อนใช้วัสดุสะท้อนความร้อนระบบการระบายอากาศ เป็นต้น
4. การให้ความสว่าง (Factory and office Lighting) ปริมาณและความร้อนของแสงมีผลต่อการทำงานมาก งานต่างชนิดกันมีความต้องการแสงแตกต่างกันไป การให้แสงโดยตรงกับแสงสะท้อนก็ควรนำไปใช้ให้เหมาะสมกับชนิดของงานด้วย
5. แรงกดดันเสียง (Noise) ในโรงงานอุตสาหกรรมหรือในสำนักงาน ย่อมมีเสียงรบกวนอันเกิดจากภายในหรือภายนอก ระบบการกำจัดเสียง เช่น การปลูกต้นไม้รอบโรงงานเพื่อป้องกันเสียงจากภายนอก การแขวนแผ่นดูดเสียงในโรงงาน การใช้วัสดุเป็นรูพรุนหรืออ่อนนุ่มทำเป็นผนัง การใช้ผ้าม่านในสำนักงานในสำนักงานจะช่วยลดเสียงรบกวนได้มาก
6. สัญญาณหรือเครื่องหมาย (Visual Information) เครื่องหมายบอกทิศทาง บอกสัญญาณต่างๆ อาจทำขึ้นในรูปเป็นตัวหนังสือใช้สี แสง หรือสัญลักษณ์ช่วยอุบัติเหตุในโรงงานได้มาก
7. ขนาดสัดส่วน (Anthropometrics) การรู้ขนาดสัดส่วนต่างๆ ของคน ช่วยให้การออกแบบได้ผลตามความต้องการของผู้ใช้

8. สรีรศาสตร์ (Physiology) การศึกษาสรีรศาสตร์จะทำให้ทราบถึงขีดจำกัดความสามารถของอวัยวะส่วนต่างๆ เพื่อใช้ประกอบการออกแบบให้มีประโยชน์ใช้สอยดียิ่งขึ้น (อุดมศักดิ์ สาริบุตร, 2549 : 82)

3. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ สำหรับขอบเขตในการวัดขนาดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ได้ยึดตามรูปแบบของ UNCTAD เป็นกรอบ โดยแบ่งประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ มรดกทางวัฒนธรรม (Heritage of Cultural Heritage) ศิลปะ (Arts) สื่อ (Media) งานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ซึ่งเป็นการกำหนดกรอบโดยกว้างเพื่อประโยชน์ในการวัดขนาดทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยและสะท้อนถึงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทย มูลค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทยในปี 2545-2549 คิดเป็นร้อยละ 10-11 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยกลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) และกลุ่มสื่อ (Media) เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงสุด ซึ่งหากพิจารณาแยกรายสาขาย่อยจะพบว่ากรอบแบบเป็นสาขาที่มีมูลค่าสูงที่สุด รองลงมา คือ สาขางานฝีมือและหัตถกรรม และสาขาแฟชั่น โดยทั้ง 3 สาขาที่มีมูลค่ารวมกันประมาณร้อยละ 9.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (อาภรณ์ ชีวะเกรียงไกร, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, <http://www.nidambell.net>, 9 พฤษภาคม 2555) แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้ และนวัตกรรมใหม่ที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งที่แสดงความยั่งยืนได้อย่างชัดเจน แนวทางพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะต้องครอบคลุมภาคเศรษฐกิจจริงและเชื่อมโยงกันทั้งเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ อยู่บนพื้นฐานของความหลากหลายทางชีวภาพ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสมผสานกับการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ทั้งนี้ การพัฒนาจะต้องมุ่งสู่การเป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Creative and Green Economy) ในปัจจุบันยังไม่มีกำหนดคำนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นหนึ่งเดียวขึ้นอยู่กับการนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ในประเทศไทยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์จัดอยู่ในระยะเริ่มต้น แต่ถือได้ว่าเป็นการดำเนินการพัฒนาที่ต่อเนื่องและต่อยอดจากแนวทางการพัฒนาด้วยการเพิ่มคุณค่า (Value creation) ของสินค้าและบริการบนฐานความรู้และนวัตกรรม

ซึ่งได้ขับเคลื่อนการพัฒนาตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 จนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ในปัจจุบันทั้งนี้ ในระยะเริ่มต้นของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อการขยายองค์ความรู้และสร้างความเข้าใจทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนและขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างจริงจัง มีการบูรณาการ เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติและสามารถปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ทฤษฎีดังกล่าวนำมาใช้เพื่อกระตุ้นให้ผู้ประกอบการทั้งในเขตเมืองและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิต การสร้างสรรค์ผลงาน โดยเฉพาะผลงานที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมซึ่งถือเป็นคุณค่าที่สำคัญอย่างยิ่ง ได้พิจารณากระบวนการ จากกรณีศึกษา หรือตัวอย่างของผลงานที่สร้างสรรค์ออกมาสู่สาธารณชนที่ทำให้เกิดรายได้ และมีเศรษฐกิจที่ดีต่อชุมชนนั้นๆซึ่งอาจนำมาสู่การพัฒนาจากชุมชนเล็กๆขยายสู่ระดับประเทศได้

4. แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างเอกลักษณ์

4.1 การสร้างเอกลักษณ์สินค้า

เอกลักษณ์ ถึงแม้จะไม่ใช่ว่าสิ่งเกี่ยวกับการสร้างแบรนด์สินค้า (เพราะแบรนด์ประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ) แต่ แบรนด์กับเอกลักษณ์ก็เป็นสิ่งที่ต้องเกิดขึ้นควบคู่กันอยู่เสมอ และแบรนด์ก็เป็นส่วนหนึ่งของสินค้า ที่ต้องอาศัยปัจจัยต่างๆที่คล้ายกัน 3 ส่วน คือ การสร้างเอกลักษณ์ผ่านทางภาพ (Visual Identity) การสร้างเอกลักษณ์ผ่านทางพฤติกรรม (Behavioral Identity) และการสร้างเอกลักษณ์ผ่านการพูด (Verbal Identity) (วิกิพีเดีย. เอกลักษณ์องค์กร.www.wikipedia.org/w/index.php?title=เอกลักษณ์องค์กร.19 เมษายน 2555)

การออกแบบเพื่อสร้าง “เอกลักษณ์” ให้กับสินค้าหรือแบรนด์จึงเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยปัจจัยเดียวกันคือ เอกลักษณ์ต้องสื่อสารถึงจุดยืน บุคลิกภาพ รวมถึงวิสัยทัศน์ของสินค้านั้นๆ จากนั้นจึงพัฒนาต่อไปในเรื่องของรายละเอียดต่างๆ ทั้งการใช้โลโก้ การใช้ตัวอักษร การใช้สี การใช้ภาพ การใช้เรื่องราวและอื่น ๆ อีกมากมาย ที่จะทำได้เอกลักษณ์ตามที่ต้องการ

สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆที่นำเสนอในองค์กรธุรกิจทั่วไปในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการและความคาดหวังต่อสินค้าและบริการที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน โดยผู้บริโภคมีความรู้ความเข้าใจต่อสินค้าหรือบริการมากขึ้นและมีความไวต่อราคา ที่จำหน่ายในท้องตลาด เนื่องจากสภาพการดำรงชีวิตที่มักใช้ชีวิตนอกบ้านมากกว่าการอยู่บ้านจึงทำให้มีเวลาน้อยลงและต้องการความสะดวกสบายในการใช้สอยมากขึ้น ในขณะเดียวกันสินค้าหรือบริการนั้นๆต้องมีคุณภาพดีและมีการรับประกันคุณภาพด้วยเพื่อให้สามารถใช้งานได้ยาวนาน

4.2 วิธีการสร้างเอกลักษณ์

การสร้างเอกลักษณ์สินค้า ผู้วิจัยได้ประยุกต์จากการสร้างเอกลักษณ์ตราสินค้า เนื่องจากเป็น การสื่อถึงการแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคจดจำในตัวสินค้าเช่นกัน (Kotler P, 2003 :) เช่น เมื่อตราสินค้ามีความแข็งแกร่ง จะกระตุ้นให้นึกถึงคำอื่นๆของสินค้านั้นๆด้วย ดังนั้นการสร้างเอกลักษณ์จึงต้องสร้างจากรูปแบบสินค้า สี สัน ถ้อยคำบรรยาย ที่สื่อถึงองค์ประกอบโดยรวมของสินค้า ดังนั้นจึงเป็นการออกแบบที่มีขอบข่ายงานกว้างขวางมากและมีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการออกแบบนิเทศศิลป์ (Visual Communication Design) โดยจะต้องเตรียมการและนำเสนอข่าวสาร (Message) ต่อผู้บริโภค ให้สามารถรับรู้ความหมายและแปลความได้ทางสายตา ทั้งตัวอักษร เครื่องหมายสัญลักษณ์ รูปภาพ และอื่นๆ รวมกัน ด้วยกรรมวิธีการขีด เขียน การพิมพ์ การบันทึกภาพ ตลอดจนเทคนิคการสร้างภาพต่างๆ ทางเครื่องมือ เครื่องจักรกลให้เกิดเป็นรูปร่างที่ประณีต เรียบร้อยสวยงามเพื่อการติดต่อสื่อสารและโน้มน้าวจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ที่ต้องการได้ และเพิ่มการเน้นย้ำให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าจากบุคคลที่มีชื่อเสียง ซึ่งอาจจะเป็นดารา พิธีกร หรือนักกีฬาชื่อดังในการโฆษณา เพื่อต้องการให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจในคุณสมบัติของสินค้า โดยบุคคลดังกล่าวจะสามารถถ่ายทอดคุณสมบัติต่างๆไปที่ตัวสินค้าหรือตราสินค้าด้วย นอกจากนี้ยังต้องอ้างอิงกับเรื่องราวของบริษัทหรือตราสินค้า ซึ่งเป็นที่ชื่นชมและน่าสนใจ โดยอาจเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับผู้ก่อตั้งหรือการต่อสู้เพื่อสร้างบริษัทนั้นๆขึ้นมา หรือเป็นเรื่องราวในการบริจาคหรือช่วยเหลือสังคมที่เป็นที่ชื่นชมของบริษัท โดยเรื่องราวต่างๆนี้จะช่วยตอกย้ำความรู้สึกชื่นชมที่มีต่อตัวสินค้าของผู้บริโภค

ในการสร้างเอกลักษณ์นอกจากพิจารณาจากคุณสมบัติด้านกายภาพของผลิตภัณฑ์แล้ว ที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกซึ่งสื่อความหมายในลักษณะของตัวอักษรและภาพต่างๆทางการสื่อสารที่เป็นทัศนสัญลักษณ์ (Visual Form) ดังนั้นในการออกแบบจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการเรียนรู้ถึงส่วนประกอบสำคัญเพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานและการคำนึงถึงเช่นเดียวกัน และยังพบว่าเอกลักษณ์สามารถสื่อจากด้านอารมณ์ของผู้บริโภคด้วยโดยพิจารณาได้จาก “จุดจับใจ “ (Appeal) คือวิธีการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความปรารถนา หรือมีความต้องการสามารถดึงดูดผู้บริโภคเป้าหมายให้เกิดความต้องการบริโภคสินค้านั้นได้ จุดจับใจ เป็นแนวคิดหลัก (Theme) ของโฆษณาขึ้นนั้นว่าจะใช้สิ่งใดจับใจผู้บริโภคเป้าหมาย เราจึงต้องคิดว่าผู้บริโภคต้องการ อะไร เช่น ต้องการความสะดวกสบาย ต้องการความภาคภูมิใจ เป็นต้น ซึ่งเมื่อเราทราบลักษณะความต้องการของผู้บริโภคแล้วก็เป็นาง่ายที่จะหาจุดจับใจ (Appeal) มาจับใจผู้บริโภค ซึ่งการหาจุดจับใจ (Appeal) สามารถทำได้หลายวิธีด้วยกันเช่น คือ

1.ตรวจสอบ (Inspection) คือวิธีการตรวจสอบว่าสินค้านั้นหรือบริการนั้นมีอะไรเด่นบ้าง และตัดสินใจว่าน่าเอาจุดเด่นนี้มาใช้ในการนำเสนอสินค้า

2. วิธีที่ใช้การวิจัยทางจิตวิทยาเข้ามาช่วย (Consulting Lists of Inspective Tendency) เป็นวิธีการค่อนข้างมีระเบียบ ซึ่งชี้ให้เห็นว่ามนุษย์ถูกกระตุ้นด้วยแรงผลักดันทางจิตวิทยาและสรีระวิทยา สิ่งเหล่านี้ใช้ให้เป็นประโยชน์ในการโฆษณาสินค้าดังที่เราจะเห็นว่า เมื่อต้องการโฆษณาเกี่ยวกับอาหาร โฆษณานี้จะต้องเป็นไปในลักษณะที่เสนอความพอใจทางด้านจิตวิทยาที่เกี่ยวกับความหิวเกิดความอยากรับประทานอาหารที่โฆษณานั้น

3. การจดบันทึกความคิดเห็นต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าอื่นๆ (Conventional Source of Ideas) ความชอบความไม่ชอบของลูกค้า ความสามารถในการซื้อของลูกค้าตลอดจนความประทับใจของลูกค้า

4. การวิจัยที่มีจุดประสงค์ที่จะได้ความคิดเห็นและข่าวสารที่เป็นประโยชน์จากบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Research) จะได้ทราบว่าควรจะใช้จุดจับใจ (Appeal) ได้ในสถานการณ์หนึ่งๆ แต่มีข้อสังเกตว่าการเลือกใช้จุดจับใจ (Appeal) ในการโฆษณาเพื่อให้มีประสิทธิภาพนั้นย่อมขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ความเหมาะสมในหลายๆ ด้านประกอบกัน นอกจากนั้นยังขึ้นอยู่กับสังคมในแต่ละสมัยด้วยกล่าวคือในการโฆษณาสินค้าแบบหนึ่งแล้วประสบความสำเร็จแต่ในอีกสมัยหนึ่งการใช้จุดจับใจ (Appeal) แบบเดิมอาจล้มเหลวก็ได้

5. บริบทพื้นที่ในการศึกษาวิจัย

5.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมภาคเหนือ

5.1.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์

ภาคเหนือมีลักษณะภูมิประเทศที่พื้นที่เป็นภูเขามากกว่าทุกภาค ซึ่งเป็นร้อยละ 78 ของพื้นที่ทั้งหมด ในภาคเหนือแบ่งเป็น 3 เขต คือ เขตทิวเขาและภูเขา เขตที่ราบและหุบเขา เขตแอ่งที่ราบ โดยลักษณะภูมิประเทศที่เป็นทิวเขาและภูเขา มีลักษณะดังนี้

ทิวเขาแดนลาว เป็นทิวเขาที่ทอดตัวยาวอยู่แนวตะวันตกและตะวันออก กั้นพรมแดนระหว่างไทยกับพม่า ความยาว 250 กิโลเมตร ยอดทิวเขาที่สำคัญ คือ ดอยตุงสูง 1,356 เมตร ดอยผ้าห่มปก และดอยอ่างขาง ซึ่งเป็นที่กำเนิดของแม่น้ำปิง

ทิวเขาถนนธงชัย เป็นทิวเขาซึ่งอยู่ทางทิศตะวันตกทอดตัวยาวระหว่างไทยกับพม่า โดยทอดตัวลงมายังเขตจังหวัดแม่ฮ่องสอนและเชียงใหม่ มียอดเขาสูงสุดคือ ดอยอินทนนท์ สูง 2,580 เมตร

ทิวเขาผีปันน้ำ เป็นทิวเขาที่แบ่งน้ำเป็น 2 ทิศ คือ ทิศเหนือไหลสู่แม่น้ำโขง ทิศใต้ไหลสู่แม่น้ำปิง วัง ขม น่าน มีความยาวทั้งหมด 475 กิโลเมตร มียอดเขา คือ ดอยแม่โถและดอยขุนตาล ส่วนทิวเขาหลวงพระบางเป็นทิวเขาที่ตั้งอยู่ด้านตะวันออกของภาคเหนือ เป็นพรมแดนกั้นไทยกับลาว มียอดเขาสูงสุด คือ ภูเมียงอยู่ในประเทศลาวเป็นต้นกำเนิดแม่น้ำน่าน

ในส่วน of ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นที่ราบและหุบเขาประกอบด้วยที่ราบแม่น้ำปิง เป็นแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของภาคเหนืออยู่ในจังหวัดเชียงใหม่และลำพูน ที่ราบแม่น้ำวังเป็นแหล่งเพาะปลูกที่สำคัญของภาคเหนืออยู่ในจังหวัดลำปาง ที่ราบแม่น้ำยม อยู่ระหว่างทิวเขาผีปันน้ำ จังหวัดแพร่ ที่ราบแม่น้ำน่าน เป็นแหล่งเกษตรที่สำคัญของภาคเหนือ คือ จังหวัดน่านและจังหวัดอุดรธานี ที่ราบแม่น้ำยว เป็นแม่น้ำสายสั้นๆ อยู่ในเขตอำเภอขุนยวม อำเภอลำยอง อำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ราบแม่น้ำกก เป็นที่ราบลุ่มแคบๆ อยู่ในเขตอำเภอแม่อาว จังหวัดเชียงใหม่ อำเภอเมือง อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ที่ราบแม่น้ำอิง อยู่ติดกับที่ราบแม่น้ำกก อยู่ในเขตอำเภอพาน จังหวัดเชียงราย อำเภอเทิง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และที่ราบแม่เมย เป็นเส้นพรมแดนกั้นระหว่างไทยกับพม่า อยู่ในเขตอำเภอแม่สะเรียง จังหวัดแม่ฮ่องสอน

ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นแอ่งที่ราบ คือ แอ่งแม่น้ำแจ่ม เป็นแอ่งที่ราบขนาดใหญ่ในอำเภอแม่แจ่ม แอ่งแม่น้ำตื้น อยู่ที่อำเภออมก๋อย จังหวัดเชียงใหม่ แอ่งน้ำฝาง เป็นที่ราบส่วนใต้ของทิวเขาธงชัย แอ่งแม่จิด เป็นที่ราบที่มีความอุดมสมบูรณ์มาก ตั้งอยู่จังหวัดเชียงใหม่ และแอ่งลำปาง เป็นที่ราบที่ยาวที่สุดของภาคเหนือ ตั้งอยู่ในจังหวัดลำปาง

5.1.2 สภาพบริบทพื้นที่ศึกษา

ในการวิจัยนี้ได้เน้นศึกษาเฉพาะจังหวัดภาคเหนือที่มีภาพจิตรกรรมไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือได้ชัดเจนจากลักษณะรูปแบบที่เป็นแบบแผนของภาคเหนือ โดยศึกษาตั้งแต่สภาพพื้นที่ สภาพแวดล้อมของแหล่งจิตรกรรม รูปแบบ ลวดลาย เรื่องราว เทคนิคในการเขียนภาพ เพื่อเป็นแบบอย่างในการนำมาถ่ายทอดบนผลิตภัณฑ์ไลฟ์ และพบภาพจิตรกรรมฝาผนังไทยที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือได้คือ ที่จังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดน่าน ซึ่งที่จังหวัดน่าน ในวัดภูมินทร์ จัดเป็นภาพที่แสดงเอกลักษณ์ภาคเหนือได้ดีที่สุดด้วยรูปแบบและความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป ดังนั้น จึงได้ใช้เป็นพื้นที่ของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาในครั้งนี้

จังหวัดน่าน ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย มีประวัติความเป็นมาที่เก่าแก่ยาวนาน มีชื่อเรียกในพงศาวดารว่า นันทบุรี มีพื้นที่กว้างใหญ่เป็นอันดับ 13 ของประเทศ แต่มีประชากรเบาบางเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศ พื้นที่เต็มไปด้วยภูเขาสูงสลับซับซ้อน และมีลำน้ำหลายสาย เช่น ลำน้ำน่าน ลำน้ำว้า ทั้งยังมีประชากรหลายชาติพันธุ์ นับว่าเป็นดินแดนของความหลากหลายอีกแห่งหนึ่งของประเทศ พื้นที่จังหวัดน่าน มีเขตแดนด้านเหนือและตะวันออกติดต่อกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ด้านใต้ติดกับจังหวัดอุดรธานี ทางตะวันตกติดกับจังหวัดพะเยาและจังหวัดแพร่ นอกจากนี้แล้วจังหวัดน่านยังมีด่านเข้าออกกับประเทศลาวหลายแห่งด้วยกัน เช่น ด่านห้วยโก๋น จุดผ่อนปรนบ้านใหม่ชายแดน และจุดผ่อนปรนบ้านห้วยสะแดง ประวัติศาสตร์เมืองน่านในอดีตเป็นนครรัฐเล็กๆ ก่อตัวขึ้นราวกลางพุทธศตวรรษที่ 18 บริเวณที่ราบลุ่มแม่น้ำน่าน และแม่น้ำสาขาในหุบเขาทางตะวันออกของภาคเหนือ

ประวัติศาสตร์เมืองน่านเริ่มปรากฏขึ้นราว พ.ศ. 1825 ภายใต้การนำของพญาภูคาและนางพญาจำปาผู้เป็นชายา ซึ่งทั้งสองเป็นชาวเมืองเงินยางได้เป็นแกนนำพาผู้คนอพยพมาตั้งศูนย์การปกครองอยู่ที่เมืองล่าง ต่อมาเพี้ยนเป็นเมืองย่าง (เชื่อกันว่าคือ บริเวณริมฝั่งด้านใต้ของแม่น้ำย่าง บริเวณตำบลศิลาเพชร อำเภอปัว เลขไปถึงลำน้ำบัว ไกล่ทิวเขาคอยภูคาในเขตบ้านเลี้ยว บ้านทุ่งฆ้อง บ้านลอมกลาง ตำบลยม อำเภอท่าวังผา) เพราะปรากฏร่องรอยชุมชนในสภาพที่เป็นคูน้ำ คันดิน และกำแพงเมืองซ้อนกันอยู่เห็นชัดเจนที่สุด คือ บริเวณข้างพระธาตุจอมพริกบ้านเลี้ยวมีกำแพงเมืองปรากฏอยู่ซึ่งเป็นปราการทิศใต้และป้อมปราการทิศเหนือ ลักษณะที่ปรากฏเป็นสันกำแพงดินบนยอดคอยม่อนหลวง บ้านลอมกลาง เป็นกำแพงเมืองสูงถึง 3 ชั้น ในแต่ละชั้นกว้าง 3 เมตร สูง 5 เมตร ขนานไปกับยอดคอยม่อนหลวง ต่อมาพระยาภูคาได้ขยายอาณาเขตปกครองของตนออกไปให้กว้างขวางยิ่งขึ้น โดยส่งราชบุตรบุญธรรม 2 คนไปสร้างเมืองใหม่ โดยขุนนุ่นผู้พี่ไปสร้างเมืองจันทบุรี (เมืองพระบาง) และขุนฟองผู้น้องสร้างเมืองวรรณครหรือเมืองปัว ภายหลังขุนฟองถึงแก่พิราลัย เจ้าแก้วเดือนราชบุตรจึงได้ขึ้นครองเมืองปัวแทน ด้านพญาภูคาครองเมืองย่างมานานและมีอายุมากขึ้น มีความประสงค์จะให้เจ้าแก้วเดือนผู้หลานมาครองเมืองย่างแทนจึงให้เสนาอำมาตย์ไปเชิญเจ้าแก้วเดือนเกรงใจปู่จึงยอมไปอยู่เมืองย่างและมอบให้ชายา คือ นางพญาแม่ท้าวคำปิ่นคู่แลรักษาเมืองปัวแทน เมื่อพญาภูคาถึงแก่พิราลัย เจ้าแก้วเดือนจึงครองเมืองย่างแทน ในช่วงที่เมืองปัวว่างจากผู้นำ เนื่องจากเจ้าแก้วเดือนไปครองเมืองย่างแทนปุนั้น พญาจำเมืองเจ้าผู้ครองเมืองพะเยาจึงได้ขยายอิทธิพลเข้าครอบครองบ้านเมืองในเขตเมืองน่านทั้งหมด นางพญาแม่ท้าวคำปิ่นพร้อมด้วยบุตรในครรภ์ได้หลบหนีไปอยู่บ้านห้วยแรงจนคลอดได้บุตรชาย ชื่อว่า เจ้าขุนใส เดิบใหญ่ได้เป็นขุนนางรับใช้พญาจำเมืองจนเป็นที่โปรดปราน พญาจำเมืองจึงสถาปนาให้เป็นเจ้าขุนใสยศ ครองเมืองปราด ภายหลังมีกำลังพลมากขึ้นจึงยกทัพมาต่อสู้อันหลุดพ้นจากอำนาจเมืองพะเยา และได้รับการสถาปนาเป็นพญาผานอง ขึ้นครองเมืองปัวอย่างอิสระระหว่างปี 1865-1894 รวม 30 ปีจึงพิราลัย

ในสมัยของพญาการเมือง (กรานเมือง) โอรสของพญาผานอง เมืองปัวได้มีการขยายตัวมากขึ้นตลอดจนมีความสัมพันธ์กับเมืองสุโขทัยอย่างใกล้ชิด พงศาวดารเมืองน่านกล่าวถึงพญาการเมืองว่า ได้รับเชิญจากเจ้าเมืองสุโขทัย (พระมหาธรรมราชาลิไท) ไปร่วมสร้างวัดหลวงอภัย (วัดอัมพวันาราม) ขากลับเจ้าเมืองสุโขทัยได้พระราชทานพระธาตุ 7 องค์ พระพิมพ์ทองคำ 20 องค์ พระพิมพ์เงิน 20 องค์ ให้กับพญาการเมืองมานูชา ณ เมืองปัว ด้วยพญาการเมืองได้ปรึกษาพระมหาเถรธรรมบาลจึงได้ก่อสร้างพระธาตุแช่แห้งขึ้นที่บนภูเพียงแช่แห้ง พร้อมทั้งได้อพยพผู้คนจากเมืองปัวลงมาสร้างเมืองใหม่ที่บริเวณพระธาตุแช่แห้ง เรียกว่า ภูเพียงแช่แห้ง ในปี พ.ศ. 1902 โดยมีพระธาตุแช่แห้งเป็นศูนย์กลางเมือง หลังจากพญาการเมืองถึงแก่พิราลัย พญาผากองซึ่งเป็นโอรสจึงขึ้นครองราชย์แทน ต่อมาเกิดปัญหาความแห้งแล้งจึงย้ายเมืองมาสร้างใหม่ที่ริมแม่น้ำน่านด้านตะวันตกบริเวณบ้านห้วยไค้ คือ บริเวณที่ตั้งของจังหวัดน่านในปัจจุบัน เมื่อปี พ.ศ. 1911

ในสมัยเจ้าปู่แข่งครองเมืองระหว่างปี พ.ศ. 1950-1960 ได้สร้างวัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดพระธาตุเขาน้อย วัดพญาภู แต่สร้างไม่ทันเสร็จก็ถึงแก่พิราลัยก่อน พญาจ้าวพารพาสุมผู้เป็นหลาน ได้สร้างต่อจนแล้วเสร็จและได้สร้างพระพุทธรูปทองคำปางลีลา ปัจจุบันคือ พระพุทธรูปนันทบุรีศรีศากยมุนี ประดิษฐานอยู่ในวิหารวัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร ในปี พ.ศ. 1993 พระเจ้าติโลกราช กษัตริย์นครเชียงใหม่มีความประสงค์จะครอบครองเมืองน่านและแหล่งเกลือบ่อมาง (เขตตำบลบ่อเกลือใต้ อำเภอบ่อเกลือปัจจุบัน) ที่มีอย่างอุดมสมบูรณ์และหาได้ยากทางภาคเหนือ จึงได้จัดกองทัพเข้ายึดเมืองน่าน พญาอินต๊ะแก่นท้าวไม่อาจต้านทานได้จึงอพยพหนีไปอาศัยอยู่ที่เมืองเชลียง (ศรีสัชนาลัย) เมืองน่านจึงถูกผนวกเข้าไว้ในอาณาจักรล้านนาตั้งแต่นั้นมา ตลอดระยะเวลาเกือบ 100 ปีที่เมืองน่านอยู่ในครอบครองของอาณาจักรล้านนาได้ค่อยๆ ซึมซับเอาศิลปวัฒนธรรมของล้านนาเข้ามาในวิถีชีวิต โดยเฉพาะการรับเอาศิลปกรรมทางด้านศาสนา ปรากฏศิลปกรรมแบบล้านนาเข้ามาแทนที่ศิลปกรรมแบบสุโขทัยอย่างชัดเจน เช่น เจดีย์วัดพระธาตุแช่แห้ง เจดีย์วัดสวนตาล เจดีย์วัดพระธาตุช้างค้ำ แม้จะเหลือส่วนฐานที่มีช้างล้อมรอบซึ่งเป็นลักษณะศิลปะแบบสุโขทัยอยู่แต่ส่วนองค์เจดีย์ขึ้นไปถึงส่วนยอดเปลี่ยนเป็นศิลปกรรมแบบล้านนาไปจนหมดสิ้น ในระหว่างปี พ.ศ. 2103-2328 เมืองน่านได้ตกเป็นเมืองขึ้นของพม่าอยู่หลายครั้งและต้องเป็นเมืองร้างไร้ผู้คนถึง 2 ครั้ง คือ ครั้งแรก ปี พ.ศ. 2247-2249 ครั้งที่ 2 ปี พ.ศ. 2321-2344 (วิกิพีเดีย, จังหวัดน่าน, <http://www.wikipedia/น่าน>, 9 พฤษภาคม 2552)

กลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดน่าน จังหวัดน่านมีจำนวนประชากรน้อยเป็นอันดับ 3 ของประเทศ (40 คนต่อตารางกิโลเมตร) กระจายไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์ ในพื้นที่ราบมักเป็นที่อาศัยของชาวไทย เช่น ไทยล้านนาและไทลื้อ ลาวพวน ส่วนบริเวณที่สูงตามไหล่เขาเป็นชุมชนของชนกลุ่มน้อยที่เรียกกันว่า ชาวเขา ได้แก่ ชาวม้ง เมี่ยน ลัวะ ขมุ และรวมถึงชาวตองเหลืองที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ตำบลแม่ชะนิง อำเภอเวียงสาด้วย ผู้คนในจังหวัดน่านจึงมีภาษาพูดที่หลากหลายคล้ายๆ กัน แต่ส่วนใหญ่จะพูดภาษาไทยถิ่นเหนือหรือพูดคำเมืองสำเนียงน่าน คำพูดสำเนียงคำเมืองน่าน แบ่งได้ 3 แบบ คือ อำเภอเมืองน่านไปจรดอำเภอนาหมื่น พูดสำเนียงคล้ายสำเนียงคำเมืองแบบคนเมืองแพร่ สำเนียงคำเมืองอำเภอแม่จริม คล้ายสำเนียงคนเชียงใหม่ อำเภอท่าวังผาไปสุดอำเภอเฉลิมพระเกียรติ พูดสำเนียงน่านปนสำเนียงภาษาลื้อสำเนียงภาษาลื้อไม่มีสระอ้อเอีย และเอียะ) ส่วนภาษาไทลื้อในจังหวัดน่าน แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ ไทลื้อฝั่งสิบสองปันนา ตะวันออก ได้แก่ เมืองลำ เมืองมาง (อาศัยอยู่แถบลุ่มแม่น้ำน่าน บริเวณชุมชนบ้านหนองบัว และแถวตำบลยอด อำเภอสองแคว) สำเนียงพูดใกล้เคียงกับภาษาไทยอีสานปนลาวพวน ไทลื้อฝั่งสิบสองปันนาตะวันตก ได้แก่ เมืองฮู่ เมืองยอง เมืองเชียงลาบ เมืองเลี้ยว (อาศัยอยู่แถบลุ่มแม่น้ำย่าง บริเวณชุมชนตำบลยม-ศิลาเพชรเลยไปถึงศิลาแลง แถบลุ่มแม่น้ำปัวถึงห้วยโก๋น) สำเนียงพูดเหมือนสำเนียงคนของในจังหวัดลำพูนและเชียงใหม่

สภาพภูมิศาสตร์ จังหวัดน่านมีสภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นภูเขา โดยเฉพาะบริเวณชายแดนด้านเหนือและตะวันออกซึ่งเป็นรอยต่อกับลาว แต่ก็ยังมีแม่น้ำสายสำคัญด้วยนั่นคือ แม่น้ำน่าน ซึ่งมีต้นกำเนิดทางตอนเหนือของจังหวัดแล้วไหลลงไปยังเขื่อนสิริกิติ์ในจังหวัดอุตรดิตถ์ และบรรจบกับแม่น้ำปิงที่จังหวัดนครสวรรค์เป็นแม่น้ำเจ้าพระยา นอกจากนี้ยังมีลำน้ำสาขาต่างๆ ที่สำคัญได้แก่ ลำน้ำสา ลำน้ำว้า ลำน้ำสมุน ลำน้ำปัว ลำน้ำย่าง เป็นต้น เมื่อถึงฤดูหนาว อากาศหนาวจัดเนื่องจากแวดล้อมไปด้วยภูเขาสูง ยอดเขาที่สูงที่สุดคือ ดอยภูคา ในอำเภอปัว มีความสูงถึง 1,980 เมตร

การปกครองแบ่งออกเป็น 15 อำเภอ 99 ตำบล 848 หมู่บ้าน ดังนี้

1. อำเภอเมืองน่าน อยู่ในบริเวณกึ่งกลางของพื้นที่จังหวัด เป็นเมืองขนาดย่อม มีประชากรไม่หนาแน่น
2. อำเภอแม่จริม อยู่ทางตะวันออกของจังหวัด มีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม
3. อำเภอบ้านหลวง อยู่ทางตะวันตกติดกับจังหวัดพะเยา มีผู้คนเบาบาง
4. อำเภอนาน้อย ทางด้านใต้ของจังหวัด มีเส้นทางติดกับจังหวัดแพร่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ อุทยานแห่งชาติศรีน่าน และเสาดินนาน้อย
5. อำเภอปัว อำเภอศูนย์กลางเศรษฐกิจทางตอนบนของจังหวัด มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เก่าแก่และเป็นที่ตั้งของอุทยานแห่งชาติดอยภูคา พื้นที่โดยรอบมีสภาพเป็นภูเขา
6. อำเภอท่าวังผา บริเวณช่วงกลางของจังหวัด มีชื่อเสียงเรื่องการทอดผ้าของหมู่บ้านไทยลื้อ และมีวัดเก่าแก่ คือ วัดหนองบัว
7. อำเภอเวียงสา เดิมเรียกอำเภอสา มีน้ำตกดอยสวรรค์ วัดดอยไชย และวัดบุญยืน
8. อำเภอทุ่งช้าง สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นที่มั่นสำคัญของพรรคคอมมิวนิสต์ประเทศไทย มีอนุสาวรีย์วีรกรรมทุ่งช้างประดิษฐานอยู่
9. อำเภอเชียงกลาง อำเภอเล็กๆ ทางตอนเหนือ มีรีสอร์ทสวยๆ สำหรับนักท่องเที่ยวหลายแห่ง
10. อำเภอนาหมื่น อำเภอทางใต้สุดของจังหวัด ติดกับจังหวัดอุตรดิตถ์ มีหมู่บ้านชาวประมงน้ำจืด ที่อาศัยแอ่งน้ำเหนือเขื่อนสิริกิติ์ทำการประมง และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ
11. อำเภอสันติสุข อำเภอขนาดเล็กทางตะวันออกของจังหวัดมีความสงบท่ามกลางขุนเขา

12. อำเภอบ่อเกลือ มีบ่อเกลือโบราณและตำนานเก่าแก่ สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นที่ตั้งของเมืองภูคาสมัยโบราณ ปัจจุบันเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญโดยเฉพาะเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเส้นทางน้ำ

13. อำเภอสองแคว อยู่ทางตะวันตกเฉียงเหนือของจังหวัดติดกับจังหวัดพะเยา และมีด่านชายแดนไทยลาวทางตอนเหนือมีหมู่บ้านชนกลุ่มน้อยที่เรียกว่า ชาวขมุ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นเขาสูง

14. อำเภอภูเพียง อยู่ใกล้กับอำเภอเมืองน่านเป็นที่ตั้งของพระธาตุแช่แห้ง

15. อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอเหนือสุดของจังหวัดน่าน มีด่านชายแดนไทยลาวและหมู่บ้านชาวเขาเป็นแหล่งปลูกส้มสีทองที่สำคัญของจังหวัดและแหล่งต้นน้ำของแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำน่าน

5.1.3 วัฒนธรรมภาคเหนือ

ภาคเหนือมีลักษณะเป็นเทือกเขา สลับกับที่ราบ ผู้คนจะกระจายตัวอยู่เป็นกลุ่ม มีวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมเป็นของตนเอง แต่มีการติดต่อระหว่างกัน วัฒนธรรมของภาคเหนือหรืออาจเรียกว่า "กลุ่มวัฒนธรรมล้านนา" ซึ่งเป็น วัฒนธรรมเก่าแก่และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ทั้ง สำเนียงการพูด การขับร้อง ฟ้อนรำ หรือการจัด งานฉลองสถานที่สำคัญที่มีแต่โบราณ เช่น พระธาตุคอกยสุเทพ วัดเจดีย์หลวง เป็นต้น (โรงเรียนคารานุกูล.วัฒนธรรมภาคเหนือ. <http://www.thaigoodview.com> 15 พฤษภาคม 2555)

5.1.3.1 วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับศาสนา ความเชื่อ

ความเชื่อเกี่ยวกับการนับถือผี ชาวเหนือหรือที่เรียกกันว่า "ชาวล้านนา"มีความเชื่อในเรื่องการนับถือผีตั้งแต่เดิม โดย เชื่อว่าสถานที่แทบทุกแห่ง มีผีให้ความคุ้มครองรักษาอยู่ ความเชื่อนี้จึงมีอิทธิพลต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน เห็นได้ จากขนบธรรมเนียม ประเพณี และพิธีกรรมต่างๆ ของชาวเหนือ เช่น ผู้เฒ่าผู้แก่ชาวเหนือ (พ่อฮ้อยแม่ฮ้อย) เมื่อไปวัดฟัง ธรรมก็จะประกอบพิธีเลี้ยงผี คือ จัดหาอาหารคาว-หวานเช่น สังเวศน์ป๋วยด้วยผีที่มีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของชาวล้านนา เช่นผีบรรพบุรุษ มีหน้าที่คุ้มครองเครือญาติและครอบครัวผิอารักษ์ หรือผีเจ้าที่เจ้าทาง มีหน้าที่คุ้มครองบ้านเมืองและชุมชนผิขุนน้ำ มีหน้าที่ให้น้ำแก่ไร่นา ผิฝาย มีหน้าที่คุ้มครองเมืองฝายผิสบน้ำ หรือผิปากน้ำ มีหน้าที่คุ้มครองบริเวณที่แม่น้ำสองสายมาบรรจบกัน ผิวิญญานประจำข้าว เรียกว่า เจ้าแม่โพสพ ผิวิญญานประจำแผ่นดิน เรียกว่า เจ้าแม่ธรณี

ปัจจุบันการนับถือผีและประเพณีที่เกี่ยวข้อง มีการเปลี่ยนแปลงและเหลือน้อยลง โดยเฉพาะใน เขตเมือง แต่ในชนบทยังคงมีการปฏิบัติกันอยู่ คนล้านนามีความผูกพันเกี่ยวเนื่องอยู่กับการนับถือผี สามารถพบเห็น ได้จากการดำเนินชีวิตประจำวันของคนเมืองเอง เช่น เมื่อเวลาที่ต้องเข้า ป่าไปหาอาหาร หรือต้องค้างพักแรมอยู่ในป่า มักจะต้องบอกกล่าวเจ้าที่ เจ้าทางเสมอ และเมื่อเวลาที่กินข้าวใน

ป่า ก็มักจะแบ่งอาหารให้เจ้าที่ด้วย เช่นกัน นอกจากนั้นเมื่อเวลาจะอยู่ที่ไหนก็ตามไม่ว่าจะอยู่ในเมืองหรือใน ป่า เมื่อเวลาที่ต้องถ่ายหรือปัสสาวะ ก็มักจะต้องขออนุญาตจากเจ้าที่ก่อน อยู่เสมอ เหล่านี้แสดงให้เห็นว่าวิถีชีวิตของคนเมืองผูกพันอยู่กับการนับ ถือนผี

การเลี้ยงผีของคนล้านนาจะอยู่ในช่วงระหว่างเดือน 4 เหนือ จนถึงเดือน 8 เหนือ ช่วงเวลานี้เราจะพบว่าตามหมู่บ้านต่างๆ ในภาค เหนือจะมีการเลี้ยงผีบรรพบุรุษกันอย่างมากมาย เช่น ที่อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา ก็จะมีการเลี้ยงผีเสื้อบ้านเสื้อเมือง ซึ่งเป็นผีบรรพบุรุษของชาวไทลื้อ พอหลังจากนี้อีกไม่นานก็จะมีการเลี้ยงผีลัวะ หรือ ประเพณีบูชาเสาอินทขิล ซึ่งเป็นประเพณีเก่าแก่ของคนเมือง และยังไม่นับรวมถึงการ เลี้ยงผีผด ผีเม็ง และการเลี้ยงผีปู่แสะย่าแสะของ ชาวลัวะ ซึ่งจะทยอยทำกันต่อจากนี้

ในช่วงกลางฤดูร้อนจะมีการลงเจ้าเข้าทรงตามหมู่บ้านต่างๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความเชื่อของชาวบ้านที่ ว่า การลงเจ้าเป็นการพบปะพูดคุยกับผีบรรพบุรุษ ซึ่งในปีหนึ่งจะมีการลงเจ้าหนึ่งครั้ง และในการลงเจ้าครั้ง นี้ จะถือโอกาสทำพิธีรดน้ำคำหัวผีบรรพบุรุษไปด้วย ยังมีพิธีเลี้ยงผีอยู่พิธีหนึ่งที่มักจะกระทำกันในช่วงเวลา นี้ และที่สำคัญในปีหนึ่งจะทำพิธีนี้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น นั่นก็คือ "การเลี้ยงผีผดผีเม็ง" ชาวบ้านที่ประกอบพิธีนี้ขึ้นบอกว่า การเลี้ยงผีผดผีเม็งจะเลี้ยงอยู่ 2 กรณีคือ เมื่อเวลามีคนเจ็บป่วย ไม่สบายในหมู่บ้าน จะ ทำพิธีขับผีเม็ง เพื่อขอให้ช่วยรักษา เมื่อเวลาที่หายแล้วจะต้องทำพิธีเชิญวิญญาณผีเม็งมาลง และจัดหา คนตรีมาเล่น เพื่อเพิ่มความสุขสนานแก่ผีผดผีเม็งด้วย อีกกรณีหนึ่งเมื่อไม่มีคนเจ็บป่วยในหมู่บ้านจะต้อง ทำพิธีเลี้ยงผีผดผีเม็งทุกปี โดยจะต้องหาฤกษ์ยามที่เหมาะสม และจะต้องกระทำระหว่างช่วงเวลาเดือน 4 เหนือ ถึงเดือน 8 เหนือ ก่อนเข้าพรรษา เพราะถ้าไม่ทำพิธีผีผดผีเม็งอาจจะไม่คุ้มครองคนในหมู่บ้านก็ได้ ดัง นั้นเมื่อใกล้ถึงช่วงเวลาดังกล่าว เรามักจะพบภาพพิธีเหล่านี้ตามหมู่บ้านต่างๆ

คนล้านนากับความเชื่อในการเลี้ยงผี ถือได้ว่าเป็นพิธีกรรมที่สำคัญของพวกเรา แม้ว่าการดำเนินชีวิตของ พวกเขาจะราบรื่นไม่ประสบปัญหาใด แต่ภายใต้จิตสำนึกที่แท้จริงแล้ว คนล้านนาเหล่านี้ไม่อาจลืมเลือน วิญญาณของผีบรรพบุรุษ ที่เคยช่วยเหลือให้พวกเขามีชีวิตที่ปกติสุขมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่า แม้กาลเวลาจะแปร เปลี่ยนไปอย่างไร ภาพที่เรายังคงพบเห็นได้เสมอเมื่อเวลาเดินทางไปยังหมู่บ้านต่างๆ ในชนบท ก็คือ เรือน เล็กๆ หลังเก่าตั้งอยู่กลางหมู่บ้าน นั่นก็คือ "หอเจ้าที่ประจำหมู่บ้าน" ที่ยังย้ำเตือนให้พวกเขาไม่ให้หลงไหล ไปกับกระแสสังคมนั่นเอง

5.1.3.2 วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประเพณีพื้นเมือง

ประเพณีของภาคเหนือ มีลักษณะเป็นพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีการดำรงชีวิต ที่เกิดจากการผสมผสาน ระหว่างพุทธศาสนากับความเชื่อ ในเรื่องการนับถือนผี ทำให้มีประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และลักษณะของ ประเพณีจะแตกต่างกันไปตามฤดูกาล คือ

ช่วงแรก (เดือนเมษายนถึงมิถุนายน) เป็นช่วงการเริ่มต้นปีใหม่หรือ สงกรานต์งานประเพณี จึงเกี่ยวกับการทำบุญ เพื่อความเป็นสิริมงคล ต้อนรับชีวิตใหม่ และอุทิศส่วนบุญกุศลไปให้แก่ บรรพบุรุษ มีการเลี้ยง ฝึและฟ้อนฝึ เพื่อขอฝนช่วยให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ภายในไร่นา

ช่วงที่สอง (เดือนมิถุนายนถึงตุลาคม) เป็นช่วงของการเพาะปลูก และเป็นเทศกาลเข้าพรรษา ประเพณีจึงเกี่ยวข้องกับการประกอบ อาชีพและศาสนา

ช่วงที่สาม (เดือนตุลาคมถึงเมษายน) เป็นช่วงของการเก็บเกี่ยวพืช ผลและเทศกาลออก พรรษา ถือว่าเป็นเวลาแห่งการพักผ่อนงาน ประเพณี จึงเป็นงานรื่นเริงและการทำบุญที่เกี่ยวข้องศาสนา

ประเพณีสงกรานต์

ชาวเหนือมีประเพณีสงกรานต์ที่เหมือนกับชาวไทยภาคอื่น คือ มี การทรงน้ำพระพุทธรูป มี ประเพณีชนทรายเข้าวัด ประเพณีรดน้ำ ดำรง ขอพรจากผู้หลักผู้ใหญ่ สิ่งที่เป็นประเพณีท้องถิ่น คือ มี การทำ บุญถวายขันข้าวที่ถวายตุง และไม้ค้ำสะหลีหรือไม้ค้ำโพธิ์ เพื่ออุทิศ ส่วนกุศลให้แก่วิญญาณ ฝึบรรพบุรุษ และเป็นผลบุญสำหรับตนเอง

ประเพณีสืบชะตา

ชาวล้านนามีความเชื่อว่า การทำพิธีสืบชะตาจะช่วยต่ออายุให้ตน เอง ญาติพี่น้อง และ บ้านเมืองให้ยืนยาว ทำให้เกิดความเจริญรุ่งเรือง และความเป็นสิริมงคล โดยแบ่งการสืบชะตาแบ่ง ออกเป็น 3 ประเภท คือ การสืบชะตาคน นิยมทำกันหลายโอกาส เช่น วันเกิด วันที่ได้รับยศตำแหน่ง วันขึ้นบ้านใหม่ การสืบชะตาบ้าน เป็นการสืบชะตาชุมชนหรือหมู่บ้าน เพื่อให้เกิดสิริมงคลปัดเป่าทุก ภัยต่างๆ นิยมจัดเมื่อผ่านช่วงสงกรานต์ไปแล้ว และการสืบชะตาเมือง เป็นพิธีกรรมที่จัดขึ้นด้วยความ เชื่อว่าเทวดาจะช่วยอำนวยความสุขให้บ้านเมืองเจริญรุ่งเรือง อุดมสมบูรณ์ ในสมัยโบราณพระเจ้า แผ่นดินเป็นประธานในพิธีสืบชะตาเมือง

5.1.3.3 วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับประเพณีพื้นเมือง

ประเพณีปอยน้อย เป็นประเพณีบวช หรือการบรรพชาของชาวเหนือจะมีชื่อ เรียกต่างกันในบางท้องถิ่น เช่น ปอยน้อย ปอย บวช ปอยลูกแก้ว ปอยสาละงอน นิยมจัดภายในเดือน กุมภาพันธ์หรือมีนาคม ซึ่งเก็บเกี่ยวพืชผลเสร็จแล้ว ใน พิธีบวชจะมีการจัดงานเฉลิมฉลองอย่าง ยิ่งใหญ่ มีการแห่ลูกแก้วหรือผู้บวชที่จะแต่งตัวอย่างสวยงามแบบ กษัตริย์หรือเจ้าชาย เพราะถือคติ นิยมว่าเจ้าชายสิทธัตถะได้เสด็จออกบวชจนตรัสรู้ การแห่ให้นิมให้ลูกแก้วจีวรหรือจีวอกคน มีการร้อง รำกันอย่างสนุกสนาน ในงานนี้จะทำให้เด็กชายธรรมดากลายเป็น “ลูกแก้ว” หรือ“เด็กมีค่าเหมือน แก้ว” บางท้องถิ่นการบวชลูกแก้วเป็นการเปิด โอกาสให้ผู้ที่ไม่ใช่พ่อแม่หรือเครือญาติร่วมกันเป็น เจ้าภาพด้วย เพื่อ เป็นการแบ่งบุญและช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดงาน เจ้าภาพ จะ เรียกว่า "พ่อออก หรือบิดาแห่งการจากไป" จากชีวิตทางโลก ของผู้บวช และผู้บวชจะปฏิบัติตนต่อ

พ่อออกเหมือนเป็นพ่อแม่จริงๆ พ่อออกและลูกแก้วจึงเกิดความผูกพันกัน กล่าวได้ว่าเป็นการสร้าง ความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันระหว่างคนในสังคม

ปัจจุบันประเพณีบวชลูกแก้วที่มีชื่อเสียงคือ ประเพณีบวชลูกแก้ว ที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน เมื่อ ข้าวเหนียวสุก แล้วจะนำออกมาจากหวดมาผึ่งบนภาชนะที่เรียกว่า "กั่ว หรือกระโปม" ซึ่งเป็นภาชนะ ที่คล้ายรูปกระจาดที่ ทำด้วยไม้ เพื่อให้ข้าวเหนียวไม่แฉะ และบรรจุข้าวเหนียวลงภาชนะจักสานที่ เรียกว่า ก่องหรือกระติบ ในภาค อีสาน ทำให้ข้าวเหนียวอุ่นอยู่ได้นานจนถึงเวลารับประทาน

ประเพณีแห่นางแมว (ช่วงเวลา ประมาณเดือนพฤษภาคมถึงสิงหาคม)

การประกอบอาชีพทางเกษตรในสมัยก่อนนั้น ต้องพึ่งพาสภาพดินฟ้าอากาศ ซึ่งเป็นไปตาม ธรรมชาติ ถ้าปีไหนฝนดีข้าวกล้าในนาก็เจริญงอกงามดี หากปีใดฝนแล้ง หรือฝนไม่ตกต้องตาม ฤดูกาล ข้าวกล้าในนา ก็จะเสียหาย ไม่มีน้ำจะทำนาชาวบ้านไม่มีวิธีการอื่นใดที่จะช่วยได้ จึงพึ่งพาสิ่ง เหนือธรรมชาติต่างๆ นานา เป็นต้นว่า ทำพิธีขอฝนโดยการแห่นางแมว เชื่อกันว่าหากกระทำเช่นนั้น แล้วจะช่วยให้ฝนตกลงมาได้ (โรงเรียนคารานุกูล. วัฒนธรรมภาคเหนือ. www.thaigoodview.com 15 พฤษภาคม 2555) ในการทำพิธีกรรมจะนำขลอมมาตกแต่งให้สวยงาม ใส่แมวไว้ข้างในมัดผูกให้ เรียบร้อย หลังใส่คานหามหัวท้ายสองคนแห่ไป รอบๆ หมู่บ้านโดยมีกลองยาวนำขบวน พร้อมกับร้อง เพลงแห่นางแมว ผ่านหน้าบ้านใคร เจ้าของบ้านก็จะเอา กระบวยตักน้ำมาสาครดแมว พร้อมทั้งให้ รางวัลแก่พวกแห่ เช่น เหล้า ข้าวปลา หรือของกินอื่นๆ แล้วเคลื่อน ต่อไปเรื่อยๆ จนหมดเขตหมู่บ้าน ก็ นำของนั้นมาเลี้ยงกัน กระทำดังนี้จนกว่าฝนจะตก เนื้อร้องเพลงแห่ นาง แมว มีดังต่อไปนี้

“นางแมวเอ๋ย ขอฟ้าขอฝน ขอ น้ำมนต์รดแมวข้าม้ง ค่าเบี้ยค่าจ้าง ค่าหาแมวมา ถ้าไม่ให้กิน ปลา ขอให้ปลูกข้าว ถ้าไม่ให้กินข้าว ขอให้ข้าวตาฟอย ถ้าไม่ให้กินอ้อย ขอให้อ้อยเป็นแมง ถ้าไม่ให้กินแดง ขอให้แดงคอคอด ถ้าไม่ให้หันอนกอด ขอให้หันมอดเจาะเรือน ถ้าไม่ให้หันอน เพื่อน ขอให้เรือนทลาย แม่นายหอยเอ๋ย กะพั้งไข่ลูก ลูกไม้จะถูกลูก ลูกไม้จะแพง ฝนตกพราๆ มาล่า กระแซง ฝนตกเขาน้อย มาช้อยชวยคา ฝนตกเขาหลวง เป็นพวงระย้า ไร่ไร่ เหลล เล่ ฝนก็เทลง มา เอ้า ฝนก็เทลงมา เอ้า ฝนก็เทลงมา ะๆๆ”

5.1.3.4 วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับที่อยู่อาศัย

ลักษณะเด่นชัดในทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างหนึ่งของชุมชนในภาคเหนือ ที่ไม่ เหมือนกับภาคอื่นๆ ก็ คือ บรรดาชุมชนหมู่บ้านต่างๆ ที่อยู่ในหุบเขาเดียวกันนั้น จะต้องมีความสัมพันธ์กันทางสังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิด จึง จะอยู่ร่วมกันได้ สิ่งนี้แลเห็นได้ จากการร่วมมือกันในการทำให้มีมีการ ชลประทาน เหมือนฝายขึ้น นั่นก็คือแต่ละชุมชนจะต้องมาร่วม กันทำ ฝายหรือเขื่อนกันน้ำ และขุดลอกลำเหมืองเพื่อระบาย น้ำจากฝายที่ กันลำนํ้าไปเลี้ยงที่นาของแต่ละ ชุมชน ทั้งนี้เป็นเพราะในแต่ละหุบ เขา นั้น ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ลาดลงสู่บริเวณที่เป็นแอ่งตอน กลางที่มีลำน้ำไหลผ่าน ลำน้ำดังกล่าวนี้เกิดจากลำธาร หรือลำน้ำ สาขาที่ไหลลงจากที่สูงทั้งสองข้าง

หุบเขามาสมทบด้วย จำนวนลำ น้ำเหล่านี้มีจำกัดไม่เพียงพอแก่การเพาะปลูกของผู้คนทั่วไป จึงจำ เป็นต้องทำฝายทดน้ำและขุดเหมืองจากบริเวณลำน้ำหรือธารน้ำนั้น เข้าไปเลี้ยงที่นาและเพื่อการใช้น้ำของชุมชน จึงต้องมีการออกแรงร่วมกัน เกิดมีกฎเกณฑ์และแบบแผนในการร่วมแรงกันทำเหมืองฝายมา แต่ โบราณ จึงเป็นกิจกรรมที่กษัตริย์เจ้าเมืองหรือนายบ้าน จะต้องคอยควบคุมดูแลให้มีการร่วมมือกัน และลงโทษผู้ที่ไม่ร่วมมือ จึงเกิดมีกฎหมายโบราณขึ้นเรียกว่า "กฎหมายมังราย" ส่วนสภาพที่อยู่อาศัย วัฒนธรรมประเพณี สภาพดินฟ้าอากาศ มีส่วนกำหนดลักษณะที่อยู่อาศัยของผู้คน บ้านเรือน ในภาคเหนือ นิยมสร้างด้วยวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นสอดคล้องกับวิถีชีวิต ตัวเรือนมีขนาดเล็ก ใต้ถุน สูง หลังคาทรงจั่ว ประดับยอดหลังคาด้วยไม้แกะสลักไขว้กัน เรียกว่า "กาแล" ชาวเหนือที่มีฐานะดีจะอยู่ เรือนที่ค่อนข้างมีขนาดใหญ่และประณีตมากขึ้น กาแล คือ ไม้ประดับยอดจั่วหลังคาของ บ้านล้านนา โดยมีประวัติและความเป็นมาหลายอย่าง แต่หากพิจารณาในเชิงช่างแล้ว กาแลนี้เป็นตัว กันไม่ให้ "อีกา" หรือนกทั่วไปมา เกาะที่กลางจั่ว หน้าบ้าน (กลางบันลอม) ทำให้นกเหล่านั้นไม่มา ถ่ายมูลรดหลังคาบ้านให้เป็นคราบน้ำเกลียดจะทำความสะอาดก็ยากเย็น ซึ่งชาวบ้านถือว่าเป็นสิ่ง อัปมงคล

5.1.3.5 วัฒนธรรมที่สืบเนื่องจากการประกอบอาชีพเกษตรกรรม

ชาวเหนือส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา ทำไร่ การทำนาส่วนใหญ่จะเป็นนาดำ ส่วนนาหว่านจะทำ ในที่ลุ่ม ในภาคเหนือนิยมปลูกข้าวเหนียวกันเป็นส่วนใหญ่เพราะบริ โภคข้าวเหนียว ข้าวเหนียวใน ภาคเหนือจึงเป็นข้าวที่มีคุณภาพดี ข้าวพันธุ์ที่มีชื่อเสียง คือ ข้าวสันป่าตอง นอกจากทำนาแล้วยังปลูก พืชไร่อื่น ๆ เช่น หอม กระเทียม ถั่ว ยาสูบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีอาชีพทำสวนด้วย เช่น สวนลำไย และลิ้นจี่ ซึ่งได้ส่งออกขายทั้งในและต่างประเทศอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีอาชีพที่เป็นวัฒนธรรมของ ชาวเหนือ คือ การทำเมี่ยง ชาวเหนือชอบกินหมากและอมเมี่ยง โดยเอาใบเมี่ยงที่เป็นส่วนใบอ่อนมา หมักให้มีรสเปรี้ยวอมฝาด เมื่อหมักนานได้ที่เวลาจะเอาใบเมี่ยงมาอมก็ผสมเกลือเม็ดหรือของกินอย่าง อื่นด้วย นอกจากการอมเมี่ยง คนล้านนาทั้งหญิงและชายจะสูบบุหรี่ที่มวนด้วยใบตองกล้วย ขนาดเท่า นิ้วมือ และยาวเกือบสิบ ชาวบ้านเรียกบุหรี่ชนิดนี้ว่า "จี้โย" หรือ "บุหรี่ยี้โย" ที่นิยมสูบกันมากอาจ เนื่องมาจากอากาศหนาวเย็น และเชื่อว่าการสูบบุหรี่จะทำให้ร่างกายอบอุ่นขึ้น นอกจากอาชีพ เกษตรกรรม ชาวเหนือยังประกอบอาชีพอื่น อาจเรียกได้ว่าเป็นหัตถกรรมหรืออุตสาหกรรมใน ครวเรือนก็ได้ คือ ผู้หญิงจะทอผ้าเมื่อเสร็จจากการทำนา นอกจากนั้นยังมีการแกะสลัก การทำ เครื่องเงิน เครื่องเงิน และการทำเครื่องเหล็ก เป็นต้น (Kingkong. ศิลปวัฒนธรรมภาคเหนือ. http://lingkingkong-kingkong.blogspot.com/2010/01/blog-post_26.html 26 มกราคม 2553)

คนไทยในอาณาจักรล้านนามีชีวิตและความเป็นอยู่ด้วยการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็น หลัก พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา หุบเขา มีพื้นที่ราบจำนวนน้อย คือ ประมาณ 1/4 ของพื้นที่ทั้งหมด ชาวบ้านทำนาแบบนาท่น้ำ พื้นที่สูงปลูกข้าวไร่ พื้นที่ที่ราบในแอ่งเขาอุดมสมบูรณ์ ปลูกข้าวและพืช

อื่นๆ ได้แก่ คือ พื้นที่ราบแอ่งเชียงใหม่ลำพูน และแอ่งเชียงราย ส่วนลำปาง แพร่ น่าน ผลิตข้าวได้น้อย ระบบเศรษฐกิจเป็นแบบผลิตเพื่อให้พออยู่พอกิน ส่วนการค้าขายในหมู่บ้านก็จะมี “กาคมั่ว” ใครมีของอะไรก็นำมาวางขายได้ คำว่า “กาคมั่ว” เป็นภาษาพื้นบ้านของทางล้านนา ซึ่งหมายถึง ตลาดที่คนเรานิยมไปซื้อทั้งของกินของใช้ ของกินพื้นบ้านทางภาคเหนือ และของใช้ที่ชาวบ้านประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมา แล้วจะออกนำมาขายไม่ว่าจะเป็นน้ำพริก แกงฮังเล แกงโสะ ใส่อั่ว จิ้นปิ้ง (หมูปิ้ง) ขนมน้ำเงิน น้ำเงี้ยว เป็นต้น ตลอดจนข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน

5.1.3.6 วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับอาหาร

ชาวเหนือมีวัฒนธรรมการกินที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น นิยมรับประทาน ข้าวเหนียวเป็นหลัก จึงมีภาชนะใส่ข้าวเหนียวในขั้นตอนต่างๆ เช่น ใช้ภาชนะที่เรียกว่า "หวด" ในการนึ่งข้าวเหนียว ซึ่งมีใช้กันทั่วไปในภาคเหนือตอนบน เช่น แม่ฮ่องสอน เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา แพร่ น่าน วัสดุที่ใช้ในการสานหวด คือ ไม้ไผ่ โดยทั่วไปใช้ไผ่เรียว หรือ ไผ่บง การใช้ดอกเรียวและดอกบงมีข้อดีข้อเสียต่างกัน หวดที่สานด้วยไผ่เรียวจะมีความเหนียว ยืดหยุ่นอ่อนตัวได้ดี ข้อเสีย คือหักง่าย ส่วนใหญ่นิยมใช้หวดที่ทำด้วยไผ่บงมากกว่า

อาหารของภาคเหนือประกอบด้วยข้าวเหนียวเป็นอาหารหลัก มีน้ำ พริกชนิดต่างๆ เช่น น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อน มีแกงหลายชนิด เช่น แกงโสะ แกงแค นอกจากนั้นยังมี แหนม ใส่อั่ว แคบหมู และผักต่างๆ อาหารภาคเหนือ ส่วนใหญ่รสชาติไม่จัด ไม่นิยมใส่น้ำตาลในอาหาร ความหวานจะได้จากส่วนผสมของ อาหารนั้นๆ เช่น ผัก ปลา และนิยมใช้ถั่วเน่าในการปรุงอาหาร คนเหนือมีน้ำพริกรับประทานหลายชนิด อาทิ น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อน ผักที่ใช้จิ้มส่วนมากเป็นผัก หนึ่ง ส่วนอาหารที่รู้จักกันดีได้แก่ ขนมน้ำเงี้ยว ที่มีเครื่องปรุงสำคัญ ขาดไม่ได้คือ "ดอกจิว" ซึ่งเป็นดอกหนุ่มที่ตากแห้ง ถือเป็นเครื่องเทศ พื้นบ้านที่มีกลิ่นหอม หรืออย่าง คำขุนน แกงขุนน ที่มีส่วนผสมเป็น ผักชนิดอื่น เช่น ใบชะพลู ชะอม และมะเขือส้ม

5.1.3.7 วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับเพลงพื้นบ้าน

เพลงพื้นบ้านในของภาคเหนือ เป็นเพลงสนุกสนาน เช่น เพลง คำว ซึ่งเป็นบทขับร้องที่มีทำนองสูงต่ำ ไพเราะ เพลงซอ เป็นการ ขับร้องโต้ตอบเกี่ยวพาราสีกัน จ้อย หรือการขับลำนำในโอกาสต่างๆ และทำอ้าหรือคำอ้า ซึ่งเป็นการขับร้องหมู่ เป็นต้น เพลงพื้นบ้านภาคเหนือ สามารถใช้ร้องเล่นได้ทุกโอกาส โดยไม่จำกัดฤดูหรือเทศกาลใดๆ ซึ่งจะใช้ร้องเพลงเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ และการพักผ่อนหย่อนใจ โดยลักษณะการขับร้องและท่วงทำนองจะ อ่อนโยน ฟังดูเนิบนาบนุ่มนวล สอดคล้องกับเครื่องดนตรีหลัก ได้แก่ ปี่ ซึ่ง สะล้อ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถจัดประเภทของเพลงพื้นบ้านของภาคเหนือได้ 3 ประเภท คือ

เพลงซอ ใช้ร้องโต้ตอบกัน โดยมีการบรรเลงปี่ สะล้อและซึงคลอไปด้วย

เพลงจ้อย เป็นการนำบทประพันธ์ของภาคเหนือ นำมาขับร้องเป็นทำนองสั้นๆ โดยเนื้อหาของคำร้องจะเป็นการระบายความในภายในใจ แสดงอารมณ์ความรัก ความเจ็บเหงา มีนักร้องเพียงคนเดียว และจะใช้ดนตรีบรรเลงหรือไม่ก็ได้ เช่น จ้อยให้กับคนรักรู้คนในใจ จ้อยประชันกันระหว่างเพื่อนฝูง และจ้อยเพื่ออวยพรในโอกาสต่างๆ หรือจ้อยอำลา

เพลงเด็ก มีลักษณะคล้ายกับเพลงเด็กของภาคอื่นๆ คือเพลงกล่อมเด็ก เพลงปลอบเด็ก และเพลงที่เด็กใช้ร้องเล่นกัน ได้แก่ เพลงฮือลูก และเพลงลิกจุง จา หรือเล่นชิงช้า ลิกจุงจาเป็นการละเล่นของภาคเหนือ ผู้เล่นมีกี่คนก็ได้ ตามจำนวนชิงช้าที่มี หากผู้เล่นมากกว่าชิงช้าที่มี ก็อาจจะเปลี่ยนกันเล่นอุปกรณ์การเล่น ชิงช้าทำด้วยเชือกเส้นเดียว สอดเข้าไปในรูกระบอกไม้ซาง แล้วผูกปลายเชือกทั้งสองไว้กับต้นไม้หรือพื้นเรือน วิธีเล่น แกว่งชิงช้าไปมาให้สูงมากๆ บทร้องประกอบผู้เล่นจะร้องตามจังหวะที่ชิงช้าแกว่งไกวไปมา ดังนี้

"ลิกจุงจา อีหล้าจุงจ้อย ขึ้นคอยน้อย ขึ้นคอยหลวง เก็บผักจีขวง ใส่ซ้าทั้งลุ่ม เก็บผักกุ่ม ใส่ซ้าทั้งสนเข้านายตน มาปะคนหนึ่ง คีตังคิง หื้ออย่าสาวฟังควักจีคัง หื้ออย่าสาวจูบ แปงตบน้อย หื้ออย่าสาวนอน จีผองซอน หื้ออย่าสาวไหว ร้อยดอกไม้อ หื้ออย่าสาวเหินบ จักเจ็บขบหู ปูหนีบข้าง ช้างไล่แทง แมงแกงขบเขี้ยว เขี้ยวไล่แทง ตกขุมแมงดิน คีม้องโมงงๆ"

นอกจากนี้ยังมีเพลงกล่อมลูกที่ภาคเหนือใช้ในการกล่อมลูกหรือเด็ก ลักษณะเด่นของเพลงกล่อมเด็ก ภาคเหนือนอกจากจะขึ้นต้นด้วยคำว่าลิกจุงจาไหนแล้วยังมักจะขึ้นต้นด้วยคำว่า "อ้อจา" เป็นส่วนใหญ่ จึงเรียกเพลงกล่อมเด็กนี้ว่า เพลงฮือลูกทำนองและลีลาฮือลูกจะเป็นไป ซ้ำๆ ด้วยน้ำเสียงทุ้มเย็นตามถ้อยคำที่สรรมาเพื่อสั่งสอนพรรณาถึงความรัก ความห่วงใยลูกน้อยจนถึงคำขู คำปลอบ ขณะยังไม่ยอมหลับ ถ้อยคำต่างๆ ในเพลงกล่อมเด็กภาคเหนือสะท้อนให้เห็นสภาพความเป็นอยู่ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมต่างๆ ของ คนในภาคเหนือในอดีตจนปัจจุบันได้เป็นอย่างดี นับเป็นประโยชน์ ทางอ้อมที่ได้รับนอกเหนือจากความอบอุ่น ใจของลูกที่เป็นประโยชน์โดยตรงของเพลงกล่อมเด็ก (โรงเรียนคารานุกูล.วัฒนธรรมภาคเหนือ. <http://www.thaigoodview.com> 15 พฤษภาคม 2555)

5.1.3.7 วัฒนธรรมการแต่งกาย ภาคเหนือ

การแต่งกายของคนภาคเหนือที่เป็นชาวบ้านทั่วไป ชายจะนุ่งกางเกงขายาวลักษณะแบบกางเกงขายาวแบบ 3 ส่วน เรียกติดปากว่า “เตี๋ยว” หรือ เตี๋ยวสะดอ ทำจากผ้าฝ้าย ย้อมสีน้ำเงินหรือสีดำ ส่วนเสื้อก็นิยมสวมเสื้อผ้าฝ้ายคอกลม แขนสั้น แบบผ่าอก กระดุม 5 เม็ด สีน้ำเงินหรือสีดำ เช่นเดียวกัน เรียกว่า เสื้อม่อฮ่อม ชุดนี้ใส่เวลาทำงาน สำหรับหญิงชาวเหนือจะนุ่งผ้าซิ่น(ผ้าถุง)ยาวเกือบถึงตาตุ่ม นิยมนุ่งทั้งสาวและคนแก่ ผ้าถุงจะมีความประณีต งดงาม ดิ้นซิ่นจะมีลวดลายงดงาม ส่วนเสื้อจะเป็นเสื้อคอกลม มีสีสันทน ลวดลายสวยงามเช่นเดียวกัน เรื่องการแต่งกายนี้ หญิงชาวเหนือจะแต่งตัวให้สวยงามอยู่เสมอ ชาวเหนือถือว่าเป็นเรื่องสำคัญ

5.1.3.8 ประเพณียี่เป็ง

ประเพณี "ยี่เป็ง" เป็นประเพณีลอยกระทงตามประเพณีล้านนาที่จัดทำขึ้นในวันเพ็ญเดือน 2 ของชาวล้านนา เป็นภาษาคำเมืองในภาคเหนือ คำว่า "ยี่" แปลว่า สอง และคำว่า "เป็ง" ตรงกับคำว่า "เพ็ญ" หรือพระจันทร์เต็มดวง ซึ่งชาวไทยในภาคเหนือจะนับเดือนทางจันทรคติเร็วกว่าไทยภาคกลาง 2 เดือน ทำให้เดือนสิบสองของไทยภาคกลาง ตรงกับเดือนยี่ เดือน 2 ของไทยล้านนา ประเพณียี่เป็งจะเริ่มตั้งแต่วันขึ้น 13 ค่ำ ซึ่งถือว่าเป็น "วันดา" หรือวันจ่ายของเตรียมไปทำบุญเลี้ยงพระที่วัด ครั้นถึงวันขึ้น 14 ค่ำ พ่ออุ้ยแม่อุ้ยและผู้มีศรัทธาก็จะพากันไปถือศีล ฟังธรรม และทำบุญเลี้ยงพระที่วัด มีการทำกระทงขนาดใหญ่ตั้งไว้ที่ลานวัด ในกระทงนั้นจะใส่ของกินของใช้ ใครจะเอาของมาร่วมสมทบด้วยก็ได้เพื่อเป็นทานแก่คนยากจน ครั้นถึงวันขึ้น 15 ค่ำ จึงนำกระทงใหญ่ที่วัดและกระทงเล็ก ๆ ของส่วนตัวไปลอยในลำน้ำ ในงานบุญยี่เป็งนอกจากจะมีการปฏิบัติธรรม ฟังเทศน์มหาชาติตามวัดวาอารามต่าง ๆ แล้ว ยังมีการประดับตกแต่งวัด บ้านเรือน และถนนหนทางด้วยต้นกล้วย ต้นอ้อย ทางมะพร้าว ดอกไม้ ทุ่ง ช่อประทีป และชักโคมยี่เป็งแบบต่าง ๆ ขึ้นเป็นพุทธบูชา พอดกกลางคืนก็จะมีมหรสพและการละเล่นมากมาย มีการแห่โคมทอง พร้อมกับมีการจุดด้วยประทีป (การจุดผาง ประทีป) เพื่อบูชาพระรัตนตรัย การจุดบอกไฟ การจุดโคมไฟประดับตกแต่งตามวัดวาอาราม และการจุดโคมลอยปล่อยขึ้นสู่ท้องฟ้าเพื่อบูชาพระเกตุแก้วจุฬามณีบนสรวงสวรรค์ชั้นดาวดึงส์ (วัฒนธรรมประเพณี. <http://kol2n.110mb.com/cul.html> 15 พฤษภาคม 2555)

5.1.3.9 ประเพณีลอยโคม

งานประเพณีพื้นบ้านในวันเพ็ญเดือน ๑๒ ของชาวล้านนาจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีความเชื่อในการปล่อย โคมลอยซึ่งทำด้วยกระดาษสาติดบนโครงไม้ไผ่แล้วจุดตะเกียงไฟตรงกลางเพื่อให้ไอความร้อนพาโคมลอยขึ้นไปในอากาศเป็นการปล่อยเคราะห์ปล่อยโศกและเรื่องร้ายๆต่างๆ ให้ไปพ้นจากตัว ประเพณีแห่สลุหลวง ประเพณีทิ้งดงามของชาวล้านนาจังหวัดลำปางที่จัดขึ้นในช่วงเทศกาลสงกรานต์ของทุกปี ในงานจะมีการแห่สลุหลวงหรือขันน้ำตามประเพณีโบราณไปรอบเมือง เพื่อรับน้ำขมิ้นสัปปายะจากประชาชนไปสรงแด่พระแก้วดอนเต้า พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมือง

5.1.3.10 ประเพณีแข่งเรือล้านนา

ประเพณีแข่งเรือล้านนาจะถูกจัดขึ้น ณ ลำน้ำน่านทุกปี ในระยะ หลังเทศกาลออกพรรษา ประมาณปลายเดือนตุลาคมหรือต้นเดือนพฤศจิกายน นอกจากเพื่อความสนุกสนานรื่นเริงและเพื่อเชื่อม ความสามัคคีแล้วยังเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม ประเพณี การแข่งเรือแบบล้านนาในงานจะมีการแข่งขันเรือหลายประเภทคือ เรือใหญ่ เรือกลาง และเรือสวยงาม โดยเรือที่เข้าแข่งขันทุกลำต้องแต่งหัวเรือเป็นรูปพญานาค เพื่อคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของเรือแข่งจังหวัดน่าน นอกจากนั้นจะมีการตั้งขบวนล่องน่าน-ติดตามแข่งเรือ ซึ่งเป็นประเพณีดั้งเดิมของจังหวัด

5.1.3.11 ประเพณีสงกรานต์พระบรมธาตุหริภุญชัย

ประเพณีสงกรานต์พระบรมธาตุหริภุญชัย จะจัดขึ้นในวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 8 (เหนือ) ซึ่งจะตรงกับวันเพ็ญขึ้น 15 ค่ำ เดือน 6 ทางภาคกลางชาวบ้านจะพากันเดินทางมาสงกรานต์เพื่อสักการะพระธาตุหริภุญชัย ซึ่งเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า โดยน้ำที่นำมาสงองค์พระธาตุนั้น ชาวลำพูนมักขึ้นไปตักจากบ่อน้ำทิพย์บนยอดดอยชะม้อซึ่งชาวลำพูนเชื่อกันว่าเป็นบ่อน้ำศักดิ์สิทธิ์

5.1.3.12 ประเพณีบูชาอินทขิล

เป็นประเพณีประจำปีของชาวเชียงใหม่ที่สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาชาวบ้านผสมผสานความเชื่อถือผีดั้งเดิมและพุทธศาสนาที่เข้ามาภายหลังเพื่อเป็นการสงกรานต์หลักเมืองและสงกรานต์ถวายพระเจ้าฝางแสนท่าองค์ประธานในพิธีและเพื่อเป็นการสร้างขวัญกำลังใจของผู้ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมมาแต่เดิมในยามบ่ายจะพากันเตรียมดอกไม้เครื่องบูชามาจัดเรียงใส่ในตะกร้าเพื่อทำการใส่ขันดอกหรือการถวายดอกไม้บูชาอินทขิลที่บริเวณหน้าวิหารของวัดเจดีย์หลวง ซึ่งจะประดิษฐานพระเจ้าฝางแสนท่าไว้ให้ประชาชนบูชาเป็นการชั่วคราวหลังจากการแห่ไปตามถนนในเมืองเชียงใหม่ก่อนกลับวัดเจดีย์หลวงเพื่อประกอบพิธีสงกรานต์ ใส่ขันดอกเมื่อเสร็จพิธีก็จะมีมหรสพสมโภชเช่นเดียวกับงานบุญอื่น ๆ

5.1.3.13 ประเพณีเลี้ยงผี

เป็นประเพณีดั้งเดิมของชาวเมืองลำปาง โดยจะจัดให้มีขึ้นระหว่างเดือน 6 เหนือ จนถึงเดือน 8 ของทุกๆ ปี เพื่อทำพิธีเช่นสรงวิญญานบรรพบุรุษที่ล่วงลับไปแล้ว เมื่อถึงวันทำพิธี ผู้ที่เป็นหัวหน้าครอบครัวและญาติมิตรก็จะนำเครื่องอุปโภคบริโภคไปถวายผีบรรพบุรุษของตน โดยจะทำพิธีแยกออกเป็น 2 แบบ คือการเลี้ยงผีผู้ตายไปแล้ว โดยการพ้อนรำอีกอย่างหนึ่ง ซึ่งเรียกว่า "ผีมด" และ "ผีแมง"

5.1.3.14 วัฒนธรรมประเพณีพม่าในล้านนาไทย

ตลอดระยะเวลาที่พม่าปกครองล้านนาไทยเป็นเวลาตั้งแต่ พ.ศ. 2101 ถึง พ.ศ. 2317 นั้น พม่าได้นำเอาวัฒนธรรมประเพณีของตนเข้ามาเผยแพร่ในล้านนา ไทยหลายด้าน ทั้งด้านศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ความเชื่อ การแต่งกาย อาหาร ฯลฯ ทางด้านศิลปกรรม โดยเฉพาะศิลปกรรมที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น เจดีย์ในเชียงใหม่หลาย วัดสร้างตามแบบเจดีย์พม่า ประเพณีการสร้างรูปสิงห์ตามวัดต่างๆ นิยมสร้างตาม ประเพณีพม่า ด้านปติมากรรมพบพระพุทธรูปแบบพม่าในวัดต่างๆ ในล้านนาไทยทั่วไป การที่คนล้านนาไทยนิยมบวชเณรมากกว่าบวชพระภิกษุนั้น เป็นประเพณีนิยมของพม่า อย่างหนึ่งเช่น การนิยมสักตามร่างกายเป็นประเพณีของพม่า ซึ่งคนพม่าถือว่าเด็กผู้ชายของพม่าจะถือว่าเป็นฟ หนุ่มต่อเมื่อได้สักตามร่างกายแล้ว โดยสักเป็นรูปสัตว์ต่างๆ และเชื่อว่าทำให้คง 1 กระพัน ประเพณีการสักนี้ พม่านำเข้ามาใช้ในล้านนาไทยด้านศาสนา พม่าได้นำเอา 4 พุทธศาสนาหินยานแบบพม่า

เรียกว่า นิคมมาน เข้ามา เผยแพร่ในล้านนาไทย แต่ 4 สันนิษฐานว่าไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร แม้ว่าพม่าจะนำเอาพระสงฆ์เข้ามาและสร้างวัดพม่าก็ตาม ส่วนความนิยมและสิ่งที่พม่านำไปจาก เชียงใหม่หรือล้านนาไทยนั้น สันนิษฐานว่าพม่าคงนำไปน้อยมาก เพราะคนพม่าที่เข้ามาปกครอง ล้านนาไทยนั้นมีจำนวนน้อยและอยู่ในฐานะผู้ปกครองล้านนา จึงไม่เลื่อมใสยกย่องวัฒนธรรมของคน ที่ตนปกครองอยู่

5.2 ลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมภาคกลาง

5.2.1 ลักษณะทางภูมิศาสตร์

ภาคกลาง หมายถึง ภูมิภาคตอนกลางของไทย ครอบคลุมพื้นที่แห่งที่ราบลุ่มแม่น้ำ เจ้าพระยา ในบางบริบท ภาคกลางอาจหมายถึงภาคตะวันตกและภาคตะวันออกด้วย ส่วนใหญ่ ประกอบไปด้วยที่ราบซึ่งเกิดจากการที่แม่น้ำพัดพาเอาเศษหิน เศษดิน กรวดทราย และตะกอนมาทับถมพอกพูนมานับเป็นเวลาด้าน ๆ ปี บริเวณที่ราบของภาคนี้กินอาณาบริเวณตั้งแต่ทางใต้ของจังหวัด อุดรติดลงไปจนจรดอ่าวไทย นับเป็นพื้นที่ราบที่มีขนาดกว้างใหญ่กว่าภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศ อย่างไรก็ตามบางบริเวณของภาคกลาง มีภูเขาโดด ๆ ทางจังหวัดนครสวรรค์และด้านตะวันตกของ จังหวัดพิษณุโลก จากหลักฐานทางธรณีวิทยา สันนิษฐานว่าภูเขาโดดเหล่านี้เดิมเคยเป็นเกาะ เพราะน้ำ ทะเลท่วมขึ้นไปถึงจังหวัดอุดรติดในหลายยุค พื้นดินยกตัวสูงขึ้น รวมทั้งการกระทำของแม่น้ำหลาย ๆ สายซึ่งมีการกัดเซาะสึกกร่อนและการทับถมพอกพูน ทำให้บริเวณดังกล่าวเป็นที่ราบอันกว้างใหญ่ ของประเทศ เมื่อพิจารณาตามลักษณะโครงสร้าง บริเวณภาคกลางสามารถแบ่งได้เป็น 3 เขต คือ

1. ภาคกลางตอนบน ได้แก่ บริเวณตั้งแต่จังหวัดนครสวรรค์ขึ้นไปทางตอนบน ครอบคลุม พื้นที่ในเขตจังหวัดกำแพงเพชร พิจิตร พิษณุโลก สุโขทัย รวมทั้งบางบริเวณจังหวัด เพชรบูรณ์ ภูมิประเทศโดยทั่วไปในบริเวณตอนบนนี้ ประมาณ 2 ใน 3 ของพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม แม่น้ำและที่ราบลูกฟูก (rolling plains) ซึ่งเกิดจากการกระทำของแม่น้ำสายสำคัญ ๆ คือ แม่น้ำ ปิง แม่น้ำวัง แม่น้ำยม แม่น้ำน่าน และลำน้ำสาขา ภูมิประเทศที่เป็นลูกฟูกนั้นอาจเกิดจากการที่แม่น้ำ พัดพาเอาเศษหิน กรวด ทรายที่มีขนาดใหญ่และตกตะกอน ก่อนทับถมพอกพูน ถ้าหากเทียบกับดิน ตะกอนแล้ว ชนิดแรกสามารถต้านทานต่อการสึกกร่อนได้มากกว่าชนิดหลัง ทำให้กลายเป็น ภูมิประเทศคล้ายลูกคลื่น มีลูกเนินเตี้ย ๆ สลับกับบริเวณที่ง่ายแก่การสึกกร่อน ซึ่งกลายเป็นร่องลึกมี ลักษณะเป็นที่ราบลูกฟูก นอกจากนี้การกระทำของแม่น้ำยังทำให้เกิดที่ราบขั้นบันได (terraces) ที่ราบ ลุ่มแม่น้ำหรือที่ราบน้ำท่วมถึง (flood plain) ของแม่น้ำปิง แม่น้ำยม และแม่น้ำน่าน อีกด้วย ภูมิประเทศ ทางด้านตะวันออกของเขตนี้เป็นภูเขาและทิวเขาจรดขอบเขตของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แนวทิว เขาดังกล่าว ได้แก่ ทิวเขาเพชรบูรณ์ 2 ซึ่งต่อเนื่องมาจากทิวเขาหลวงพระบาง ระหว่างทิวเขาเพชรบูรณ์ 1 กับทิวเขาเพชรบูรณ์ 2 มีที่ราบแคบ ๆ ในเขตอำเภอหล่มสักและจังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ราบนี้มีแม่น้ำ

ป่าสักไหลผ่านลงไปทางใต้ ทิวเขาเพชรบูรณ์ 2 นี้ส่วนใหญ่เป็นหินแอนดีไซต์ หินไดโอไรต์ยุคเทอร์เชียรี ทางด้านตะวันตกของทิวเขานี้เป็นที่ราบเชิงเขาสลับลูกเนินเตี้ย ๆ ไปจนจรดที่ราบลุ่มแม่น้ำ

2. ภาคกลางตอนล่าง เป็นที่ราบลุ่มซึ่งเริ่มตั้งแต่ทางตอนใต้ของจังหวัดนครสวรรค์ลงไปจนจรดอ่าวไทย ภูมิประเทศภาคกลางตอนล่างบริเวณดินดอนสามเหลี่ยมแม่น้ำเจ้าพระยา พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นดินตะกอนที่แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง และแม่น้ำบางปะกงพัดพามา แม่น้ำเหล่านี้เมื่อไหลผ่านบริเวณที่เป็นที่ราบ ความเร็วของกระแสน้ำจะลดลง วัตถุต่าง ๆ ที่ละลายปนมากับน้ำจะตกตะกอนทับถมพอกพูน ซึ่งตะกอนเหล่านี้ส่วนใหญ่ประกอบด้วยทรายละเอียด ดินเหนียว และดินตะกอน บางส่วนไปตกตะกอนในบริเวณปากแม่น้ำเจ้าพระยา ตะกอนที่ทับถมห่างจากชายฝั่งออกไปไม่ต่ำกว่า 1.5 กิโลเมตร และยังก่อให้เกิดสันดอนในแม่น้ำ ทำให้เกิดอุปสรรคในการคมนาคมทางน้ำเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ดินตะกอนที่แม่น้ำพัดพามีประโยชน์ในการปลูกข้าวซึ่งเป็นพืชหลักของประเทศ ทั้งนี้เพราะดินตะกอนสามารถอุ้มน้ำได้ ความหนาของชั้นดินตะกอนในบางบริเวณที่มีการขุดเจาะเพื่อสำรวจทางธรณีวิทยา พบว่าบางแห่งหนาเกิน 120 เมตร จึงจะถึงหินดินดาน (Dedrock) ข้างใต้

3. บริเวณขอบที่ราบ (Marginal plain) ได้แก่ ภูมิประเทศที่มีลักษณะเป็นที่ราบแคบ ๆ บางบริเวณทางด้านตะวันตกของจังหวัดอุทัยธานี สิงห์บุรี สุพรรณบุรีและนครปฐม และบางบริเวณทางด้านตะวันออกของจังหวัดสระบุรีและลพบุรี ซึ่งลักษณะภูมิประเทศดังกล่าวมีความแตกต่างจากที่ลุ่มแม่น้ำในทางธรณีสัณฐานวิทยา ทั้งนี้เพราะหินที่สึกกร่อนกลายเป็นดินรวมทั้งน้ำเป็นตัวการทำให้เศษดิน เศษหิน เหล่านี้มาทับถมในบริเวณเชิงเขา และส่วนที่ต่อเนื่องของที่ราบลุ่มแม่น้ำเมื่อเปรียบเทียบลักษณะการเกิดพบว่าต่างกัน บริเวณทางด้านตะวันตกของจังหวัดลพบุรี โดยเฉพาะในเขตอำเภอโคกสำโรง เป็นที่ราบสลับลูกเนินเตี้ย ๆ ซึ่งบริเวณนี้สึกกร่อนมาจากหินปูน (ชุดราชบุรี) หินชนวนและหินดินดาน ทำให้ดินมีสีเทาเข้มถึงดำ นอกจากนี้ในบางบริเวณยังมีหินอัคนีแทรกขึ้นมาเป็นหย่อม ๆ มีหินบะซอลต์และหินแอนดีไซต์ปนอยู่ด้วย บางแห่งมีแร่เหล็ก เช่น ที่เขาทับควาย อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี พื้นที่บริเวณขอบที่ราบทั้ง 2 ด้าน ปัจจุบันเป็นแหล่งที่มีความสำคัญในการปลูกพืช เช่น ข้าวโพด อ้อย ข้าวฟ่าง มันสำปะหลัง และอื่น ๆ กลายเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ (วิกิพีเดีย. ภาคกลาง. www.wikipedia.org/wiki/ภาคกลาง 15 พฤษภาคม 2555)

5.2.2 สภาพบริบทพื้นที่ศึกษา

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวง และเมืองใหญ่ที่สุดในประเทศไทยในด้านของความหนาแน่นประชากร ในส่วนของพื้นที่กรุงเทพมหานครมีพื้นที่เป็นอันดับที่ 69 ของประเทศไทย และยังเป็นศูนย์กลางการปกครอง การศึกษา การคมนาคมขนส่ง การเงินการธนาคาร การพาณิชย์ การสื่อสาร และความเจริญของประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นเมืองที่มีชื่อยาวที่สุดในโลกอีกด้วย มีแม่น้ำสำคัญคือ แม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน ทำให้แบ่งเมืองออกเป็น 2 ฝั่ง คือฝั่งพระนครและฝั่งธนบุรี โดยกรุงเทพมหานครมีพื้นที่ทั้งหมด 1,568.737 ตารางกิโลเมตร

กรุงเทพมหานครเป็นเขตปกครองพิเศษของประเทศไทย มิได้มีสถานะเป็นจังหวัด ซึ่งคำว่า กรุงเทพมหานคร นั้น ยังใช้เป็นการเรียกสำนักงานปกครองส่วนท้องถิ่นของกรุงเทพมหานครอีกด้วย ปัจจุบันกรุงเทพมหานครใช้วิธีการเลือกตั้งผู้บริหารแบบการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นโดยตรง เนื่องจากประเทศไทยมีบทบาทด้านวัฒนธรรม สมัยนิยม และการบันเทิงมากขึ้น ในสมัยอาณาจักรอยุธยา บางกอก (กรุงเทพมหานคร) ยังเป็นเพียงสถานีการค้าขนาดเล็ก ตั้งอยู่ที่ปากแม่น้ำเจ้าพระยา ต่อมาในปี พ.ศ. 2310 สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีทรงย้ายเมืองหลวงมาตั้งอยู่ทางตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา คือ ฝั่งธนบุรี จึงได้ชื่อว่า กรุงธนบุรี และในปี พ.ศ. 2325 พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราชทรงย้ายเมืองหลวงมายังฝั่งตะวันออกของแม่น้ำ คือ ฝั่งพระนคร จึงได้ชื่อว่า กรุงรัตนโกสินทร์

พื้นที่บริเวณกรุงเทพมหานครในปัจจุบัน เดิมเป็นที่ตั้งของเมืองธนบุรีศรีมหาสมุทร ชาวต่างชาติเรียกกันว่า "บางกอก" มาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา (พลาตัสย์ สิทธิชัยกิจ, 2551 : 288) มีความสำคัญเนื่องจากเป็นเส้นทางออกสู่ทะเลและติดต่อค้าขายกับอาณาจักรต่าง ๆ เป็นเมืองหน้าด่านขนอน คอยดูแลเกี่ยวกับเรือสินค้าทุกลำที่ผ่านเข้าออก ส่วนบริเวณปากน้ำตรงอ่าวไทย เรียกกันว่า "นิวอัมสเตอร์ดัม" มีชุมชนใหญ่และ โกดังของชาวต่างประเทศไว้สำหรับพักสินค้า ปัจจุบันคือพื้นที่บริเวณอำเภอพระประแดง ที่มาของคำว่า "บางกอก" นั้น มีข้อสันนิษฐานว่าอาจมาจากการที่แม่น้ำเจ้าพระยาคดเคี้ยวไปมา บางแห่งมีสภาพเป็นเกาะเป็นโคก จึงเรียกกันว่า "บางเกาะ" หรือ "บางโคก" หรือไม่ก็เป็นเพราะบริเวณนี้มีต้นมะกอกอยู่มาก จึงเรียกว่า "บางมะกอก" โดยคำว่า "บางมะกอก" มาจากวัดอรุณ ซึ่งเป็นชื่อเดิมของวัดดังกล่าว และต่อมาต่อมากร่อนคำลงจึงเหลือแต่คำว่าบางกอก ต่อมาเมื่อถึงคราวเสียกรุงศรีอยุธยาใน พ.ศ. 2310 หลังการกอบกู้อิสรภาพจากพม่า สมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีทรงสถาปนาเมืองธนบุรีศรีมหาสมุทรให้เป็นราชธานีแห่งใหม่ เมื่อวันที่ 3 ตุลาคม พ.ศ. 2313 แต่กรุงธนบุรีมีสภาพเป็นเมืองเอกแตก ตรงกลางมีแม่น้ำเจ้าพระยาไหลผ่าน เป็นเหตุให้สมเด็จพระเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึก (ทองด้วง) มีความคิดจะย้ายเมืองไปทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยา เพื่อให้การป้องกันรักษาเมืองเป็นไปได้โดยง่าย

เมื่อสิ้นรัชกาลสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรีในวันที่ 6 เมษายน พ.ศ. 2325 สมเด็จพระเจ้าพระยามหากษัตริย์ศึกได้ขึ้นเสวยราชสมบัติเป็นพระมหากษัตริย์ ทรงพระนามว่าพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ปฐมกษัตริย์แห่งราชวงศ์จักรี มีพระราชดำริว่า ฟากตะวันออกของกรุงธนบุรีมีชัยภูมิดีกว่าตะวันตก เพราะมีลำน้ำเป็นขอบเขตอยู่กว่าครึ่ง หากข้าศึกยกมาติดถึงชนพระนคร ก็จะต่อสู้ป้องกันได้ง่ายกว่าอยู่ข้างตะวันตก จึงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างกรุงรัตนโกสินทร์ขึ้นทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาให้เป็นราชธานีแห่งใหม่ โดยสืบทอดศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมจากพระราชวังหลวงของกรุงศรีอยุธยา ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงเปลี่ยนชื่อพระนครจาก บวรรัตนโกสินทร์ เป็น อมรรัตนโกสินทร์ และมีฐานะในการปกครองส่วนท้องถิ่นเป็น "จังหวัดพระนคร" ในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้ตัดถนนใหม่ขึ้น ทรงดำริให้ตัดถนนเจริญกรุง เป็นถนนเส้นแรกในกรุงเทพมหานคร ก่อสร้างเมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2404 (<http://www.bangkokbiznews.com/home/detail/life-style/society> 15 พฤษภาคม 2555) ต่อมาเมื่อวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2514 รัฐบาลจอมพลถนอม กิตติขจรได้รวม จังหวัดพระนคร และ จังหวัดธนบุรี เข้าด้วยกันเป็น นครหลวงกรุงเทพธนบุรี และภายหลังการปรับปรุงการปกครองใหม่เมื่อวันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2515 จึงได้เปลี่ยนเป็นชื่อเป็น กรุงเทพมหานคร แต่นิยมเรียกกันว่า กรุงเทพฯ ในปี พ.ศ. 2554 กรุงเทพมหานครได้รับการประกาศจากองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ ให้เป็นเมืองหนังสือโลก หรือ World Book Capital ประจำปี พ.ศ. 2556[12] กรุงเทพมหานครติดอันดับที่ 102 เมืองน่าอยู่ของโลก จัดอันดับโดย The Economist Intelligence Unit (วิกิพีเดีย. <http://th.wikipedia.org/wiki/กรุงเทพมหานคร> 15 พฤษภาคม 2555)

ลักษณะภูมิประเทศกรุงเทพมหานคร

กรุงเทพมหานครและจังหวัดใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่งของที่ราบลุ่มภาคกลางตอนล่างของประเทศไทย ซึ่งเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การเพาะปลูก พื้นที่ส่วนมากในกรุงเทพมหานครเป็นที่ราบลุ่ม ตั้งอยู่บนพื้นที่บริเวณดินดอนสามเหลี่ยมปากแม่น้ำ ซึ่งเกิดจากตะกอนน้ำพา มีระดับความสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 1.50-2 เมตร โดยมีความลาดเอียงจากทิศเหนือสู่อ่าวไทยทางทิศใต้ และเฉพาะลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาตอนล่างจะอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลไม่เกิน 1.50 เมตร ทำให้เกิดปัญหาน้ำท่วมบ่อยครั้งในช่วงฤดูมรสุม

อาณาเขตติดต่อ

กรุงเทพมหานครมีอาณาเขตทางบกติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดนครปฐม จังหวัดนนทบุรี จังหวัดปทุมธานี จังหวัดฉะเชิงเทรา และจังหวัดสมุทรปราการ ส่วนอาณาเขตทางทะเลอ่าวไทยตอนใน ติดต่อกับจังหวัดเพชรบุรี จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดชลบุรี โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทิศเหนือ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดนนทบุรีและจังหวัดปทุมธานี

ทิศตะวันออก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดฉะเชิงเทรา

ทิศใต้ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรปราการ และอ่าวไทย (ส่วนที่เป็นอ่าวไทยที่เป็น

พื้นที่เดิมของจังหวัดธนบุรี ปัจจุบันคือเขตบางขุนเทียน ซึ่งมีอาณาเขตทางทะเลติดต่อกับอ่าวไทยกับจังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดเพชรบุรี จังหวัดชลบุรี และจังหวัดสมุทรปราการ จุดที่อยู่ใต้อ่าวไทยอยู่ละติจูด 13 องศา 13 ลิปดา 00 ฟลิปดาเหนือ, ลองจิจูด 100 องศา 27 ลิปดา 30 ฟลิปดาตะวันออก ซึ่งเป็นการแบ่งตามพระราชบัญญัติกำหนดเขตจังหวัดในอ่าวไทยตอนใน พ.ศ. 2502)

ทิศตะวันตก มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดนครปฐม

สภาพภูมิอากาศ

กรุงเทพมหานครตั้งอยู่ในเขตร้อน มีภูมิอากาศร้อนแบบทุ่งหญ้าสะวันนา ถือเป็นภูมิอากาศแบบมีฤดูฝนและฤดูแล้ง อากาศของกรุงเทพมหานครได้รับอิทธิพลจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ (กลางเดือนพฤษภาคม-ตุลาคม) และลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ (พฤศจิกายน-กลางเดือนกุมภาพันธ์) โดยมรสุมตะวันตกเฉียงใต้จะพัดเอาไอน้ำและความอุ่นชื้นจากมหาสมุทรอินเดียมาด้วย ทำให้มีฝนตกในช่วงบ่ายถึงค่ำอย่างสม่ำเสมอ และยังก่อให้เกิดร่องมรสุมพาดผ่านในเดือนพฤษภาคมกับเดือนกันยายน ซึ่งทำให้มีฝนตกหนักกว่าปกติ แต่ในช่วงเดือนมิถุนายน-กรกฎาคม ร่องมรสุมนี้จะเลื่อนขึ้นไปพาดผ่านทางเหนือ จนถึงมณฑลยูนนานของจีน ทำให้ฝนตกน้อยลง ในเดือนพฤศจิกายน มรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจะพัดเอาความแห้งแล้งและหนาวเย็นมา ทำให้อากาศเย็นและแห้ง ท้องฟ้าแจ่มใส ไม่มีเมฆและฝนตก อุณหภูมิต่ำสุดของกรุงเทพฯ ที่เคยบันทึกได้คือ 9.9 องศาเซลเซียสที่ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เมื่อวันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2498 และในช่วงวันที่ 25-30 เมษายนของทุกปี ดวงอาทิตย์จะส่องตั้งฉากกับกรุงเทพมหานครพอดี เป็นช่วงที่อากาศร้อนที่สุด อุณหภูมิสูงสุดที่เคยบันทึกได้คือ 40.8 องศาเซลเซียสที่ท่าอากาศยานดอนเมือง เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2526

5.2.3 วัฒนธรรมภาคกลาง

บริเวณภาคกลางส่วนใหญ่เป็นที่ราบ ที่เกิดจากการทับถมดินตะกอนของแม่น้ำ การตั้งถิ่นฐานของ ผู้จะอยู่บริเวณน้ำ เช่น การพายเรือสินค้าจนกลายเป็นตลาดน้ำ การเล่นเพลง หรือการอาศัยอยู่บน เรือนแพ เป็นต้น

5.2.3.1 วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับที่อยู่อาศัย

บ้านทรงไทยนับว่าเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทย ที่ได้คิดสร้างที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมกับสภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และประโยชน์ใช้สอย คือ เป็นเรือนยกพื้นสูง เพื่อป้องกันน้ำท่วมตัวเรือน เพราะในปลายฤดู ฝนจะมีน้ำป่าไหลหลากจากทางเหนือ มาท่วมพื้นที่ลุ่มในภาคกลาง หากมีลมพายุก็สามารถพัดผ่านได้ถุน เรือนไปได้ ได้ถุนเรือน สามารถใช้เป็นสถานที่ทอผ้า ดำข้าว เก็บของ ส่วน

หลังคาที่สูงและลาดชันก็เหมาะ กับสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าว และมีฝนตกชุกของภาคกลาง เพราะทำให้อากาศร้อนจากภายนอกถ่ายเทมา ยังห้องได้ช้า และทำให้ฝนไหลลงอย่างรวดเร็ว รอบตัวเรือนมีชายคายื่นยาว เพื่อป้องกันกันฝนสาด และ แสงแดด การสร้างบ้านยังคำนึงเรื่องทิศทางของการระบายลม และระบายความร้อน โดยลมประจำที่พัดผ่าน เรียกว่า ลมว่าว หรือลมตะเภา พัดจากทิศใต้ไปทิศเหนือ การวางตัวเรือนจึงต้องหันทางทิศใต้ หรือทิศเหนือ เพื่อให้ลมพัดผ่าน

เอกลักษณ์อีกอย่างของเรือนไทย คือมีชานบ้านซึ่งเป็นทีโล่งกลางบ้าน ซึ่งมีประโยชน์ เช่น เป็นที่พักหย่อนใจของคนในครอบครัว นั่งทำงาน รับรองแขก และการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัวใหญ่ เมื่อลูกหลานแต่งงาน และต้องการขยายพื้นที่ของเรือน ก็สามารถสร้างเรือนเชื่อมต่อกันได้ โดยใช้ ชานบ้านเป็นตัวเชื่อมด้วย ประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับสภาพภูมิศาสตร์ และสภาพชีวิตที่เป็นสังคมเกษตร ทำให้เรือนไทยเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของวัฒนธรรมการดำรงชีวิตในภาคกลาง

บ้านเรือนไทย หรือเรือนไทย เรือนไทยภาคกลางจะสร้างด้วยไม้ แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ

1. เรือนเครื่องสับ เป็นเรือนที่ทำด้วยไม้เนื้อแข็ง

2. เรือนไม้ผูก เป็นเรือนที่ทำด้วยไม้ไผ่เป็นส่วนใหญ่ เอกลักษณ์ของคนไทย คือ ยกพื้นสูง มีใต้ถุนเรือน หลังคาหน้าจั่วทรงสูง สร้างโดยไม้ใช้ตะปู แต่จะนำจำนวนต่างๆ ของเรือนมาประกอบกัน เรียกว่าการเข้าไม้ ทำให้สะดวกต่อการย้ายบ้าน

ลักษณะของเรือนไทยภาคกลางเป็นเรือนยกใต้ถุนสูง สูงจากพื้นดินประมาณพื้นศีรษะ รวมทั้งระเบียงและ ชานก็ยกสูงด้วย การยกใต้ถุนสูงนี้มีระดับลดหลั่นกัน พื้นระเบียงลดจากพื้นห้องนอน 40 เซนติเมตร พื้นชาน ลดจากระเบียงอีก 40 เซนติเมตร และปิดด้วยไม้ระแนงตีเว้นช่องโปร่ง การลดระดับ พื้นทำให้ได้ประโยชน์ ดังนี้ คือช่วยให้ลมพัดผ่านจากใต้ถุนขึ้นมา ช้างบนสามารถมองลงมายังใต้ถุนชั้นล่างได้ และใช้ระดับลด 40 เซนติเมตร ไว้เป็นที่นั่งห้อยเท้า หลังคาทรงจั่วสูง ชายคายื่นยาว หลังคาของเรือนไทยเป็นแบบทรงมนิลา ใช้ไม้ทำโครงและใช้จากแฝก หรือกระเบื้องดินเผาเป็นวัสดุหลังคา วัสดุเหล่านี้ต้องใช้วิธีมุงตามระดับองศาที่สูงชันมาก น้ำฝนจึงจะ ไหลได้เร็วไม่รั่ว การทำหลังคาทรงสูงนี้ มีผลช่วยบรรเทาความร้อนที่จะถ่ายเทลงมายังส่วนล่าง ทำให้ที่พักอาศัยหลับนอนเย็นสบาย สำหรับเรือนครัวทั่วไปตรงส่วนของหน้าจั่วทั้ง 2 ด้าน ทำช่องระบายอากาศโดยใช้ ไม้ตีเว้นช่อง หรือทำเป็นรูปรีศมีพระอาทิตย์ เพื่อถ่ายเทควันไฟออกจากเรือนครัวได้สะดวก เนื่องจากสภาพ ดินฟ้าอากาศของภาคกลาง แดดแรงจัด อุณหภูมิบางเดือนสูงถึง 39.9 องศาเซลเซียส ฝนชุก จึงจำเป็นต้องเติมกันสาดให้ยื่นออกจากตัวเรือนมาก เพื่อกันแดดส่องและฝนสาด

5.2.3.2 วัฒนธรรมที่สืบเนื่องจากการทำเกษตรกรรม

คนในภาคกลางมีวัฒนธรรมที่สืบเนื่องจากการทำเกษตรกรรมมากมาย ทั้งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับคน เช่น การลงแขกทำนา การละเล่นเพลงพื้นบ้าน และวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับศาสนา สิ่งศักดิ์สิทธิ์ตามธรรมชาติ เช่น การบูชาแม่โพสพ

คนไทยมีความเชื่อดั้งเดิมเรื่องผีสาธเทวดา ชีวิตประจำวันที่ถูกพันอยู่กับอาชีพชาวนา ชาวนาจึงเชื่อว่าในข้าวมีวิญญาณแม่โพสพ ซึ่งมีบุญคุณต่อชาวนาถึงอยู่ จึงมีการ ปฏิบัติพิธีกรรมเพื่อ ระลึกถึงแม่โพสพ เช่นการสร้างศาลเพิงตาในทุ่งนา เรียกว่า "เรือนแม่โพสพ" มีการทำขวัญข้าวเมื่อ ข้าวเริ่มออก รวง หรือที่เรียกว่า"ข้าวตั้งท้อง" และนำข้าวอ่อนไปทำบุญถวายพระ ในประเพณีสารท เดือนสิบ ซึ่งมีการกว่นข้าวทิพย์หรือข้าวมธุปายาส เมื่อมีการเก็บเกี่ยวข้าวแล้ว ก่อนจะนำข้าวเก็บยุ้ง ฉาง จะมีพิธีบอกกล่าวแม่โพสพ นอกจากนี้ยังมีความเชื่อว่าข้าวเป็นสิ่งที่มิบุญคุณต่อ ชีวิตมนุษย์ จึง ได้รับการยกย่องโดยมีคำเรียกช่วงเวลาในสมัยโบราณ เมื่อข้าวตั้งท้องว่า "ตะวันอ้อมข้าว" แสดงให้ เห็นความสำคัญของ ข้าวว่า เมื่อตั้งท้องแม้แต่พระอาทิตย์ยังต้องอ้อมข้าว เหมือนที่การ ปฏิบัติกันจน ทุกวันนี้ คือ ไม่เหยียบข้าว ไม่ทิ้งข้าว เพราะถือว่าเป็น บาปกรรม

พิธีกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวกับข้าว ก็จะเป็นเรื่องราวที่เกี่ยวกับความเชื่อเรื่องแม่โพสพ ซึ่งเชื่อว่าเป็นเทพีที่คอยดูแลรักษาพืชพันธุ์ธัญญาหารต่างๆ ให้อุดมสมบูรณ์ แม่โพสพก็เหมือนกับ มนุษย์ที่ ต้องการความเอาใจใส่ เหมือนบุคคลทั่วๆ ไป มนุษย์ต้องคอยดูแลแม่โพสพเหมือนดูแลตัวเอง ต้องมีความกตัญญู ต้องเคารพนับถือ มีกิริยาที่สุภาพเรียบร้อย จะพูดจาหยาบคายหรือพูดเสียงดังไม่ได้ แม่โพสพเป็นคนขี้หว้ออ่อน เพราะถ้าเกิด ไม่พอใจจะหนีไปเลย และตามประวัติเคยหนีไปหลายครั้ง ด้วยความน้อยใจเวลามี คนพูดเสียงดัง พอหนีไปที่ที่คอดอยากกันเป็นพันปี เพราะฉะนั้นอันนี้เป็นสิ่งที่ ต้อง ระมัดระวังมาก เวลาติดต่อกับแม่โพสพควรใช้ความสุภาพอ่อนโยน และความกตัญญูกตเวทียอย่าง สูงที่สุด

พิธีกรรมเกี่ยวกับแม่โพสพก็มีขั้นตอนต่างๆ พิธีในภาคกลางจะเห็นว่า จะดำนาจะ ไถอะไรก็ ต้องเชิญแม่โพสพมาก่อน ตั้งแต่ข้าวเริ่มตั้งท้องก็ต้องไปเอาอกเอาใจหา อาหารเปรี้ยวหวานมันเค็มไป บูชาแม่โพสพ หรือว่าเมื่อเสร็จแล้วจะนวดจะเอาข้าวเข้ายุ้ง ทุกอย่างนี้จะต้องมี พิธีกรรมเข้าไป ประกอบ เพื่อก่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ หรือความมั่นใจว่าปีนี้จะมีข้าว และปีหน้าต้องมีนะ หรือว่า พันธุ์ข้าวที่มีต้องเก็บไว้และทำอะไร? ให้เก็บได้ดี ไม่เสียไม่หาย เพื่อที่จะใช้เป็นพันธุ์ในปีต่อไป ลักษณะของพิธีกรรมเรื่องข้าว ส่วนใหญ่ก็จะเกี่ยวข้องกับการที่จะพยายามเอาอกเอาใจขวัญของข้าว โดยมี แม่โพสพเป็นตัวแทน

การทำพิธีกรรมเกี่ยวกับข้าว นอกจากในสังคมที่เป็นบ้านเป็นเมือง อย่างสังคมไทย แล้วจะ เห็นว่าในสังคมอื่นๆ ที่ยังไม่ได้พัฒนาเป็น บ้าน เป็นเมือง การทำไร่ ทำนา ก็มีพิธีกรรมเหมือนกัน ใน การที่จะดูแลข้าวของตัวเอง อย่างเช่นในกลุ่มชาวเขาก็มียุติกรรมเวลาปลูก ข้าวไร่ เขาจะมีวันไหนที่ จะไปเผาไร่ได้ วันไหนเผาไม่ได้ เวลาข้าว ตั้งท้อง ต้องรู้ว่าจะทำอย่างไร เขาถือว่าช่วงข้าวตั้งท้อง หรือ ช่วงข้าวเกี่ยวพาราดี เขาจะบอกว่าห้ามไปไร่ในช่วงนั้น เพราะว่าข้าวกำลัง เกี่ยวพาราดีกัน หรือเวลา ข้าวตั้งท้อง ก็จะต้องหาเงินไปผูกเอาไว้ ต้องผูกเดี่ยวๆ ด้วย เพราะว่าแม่ข้าวเขาตัวเดียว จะได้เก็บเงินไป ได้ ถ้า เกิดไม่เอาเงินหรือเอากระดากไป ผูกเป็นรูปเงินให้แล้วอาจจะไม่คลบนาคาลให้ข้าวอุดมสมบูรณ์

ก็ได้ ฉะนั้น ในกลุ่มทุกกลุ่ม หรือแม้แต่พวกจีนก็มีความเชื่อเรื่องการปลูกข้าวเหมือนกัน ก่อนการปลูกข้าวก็มีการสร้างตูป ผีเอาไว้เซ่นไหว้ ซึ่งเคยอยู่ที่ท้องนาขึ้นมายู่บนตูป เวลาจะไถจะได้ไม่รังควานผี มีการเซ่นไหว้ เวลาจะหยอดข้าวก็ต้องเรียไรเงินมาซื้อหมู มาหมูมาเซ่นผี มาเอาใจผีอีก เพราะว่าถ้าผีไม่พอใจ ปลูกข้าวแล้วจะมีผลเสีย หรือถ้าหากว่าจะทำสู่ขวัญข้าวก็ต้องทำพิธีเลี้ยงผีอีก ก็ต้องไปซื้อสัตว์เรียไรกันเอาเงินมาฆ่า เอาสัตว์มา สังเวยและจะปิดตาเหลวเอาไว้ "ตาเหลว" เป็นสัญลักษณ์ของการป้องกันและบอกขอบเขตไม่ให้สัตว์ ป่าต่างๆ มาทำลายข้าวในไร่ จะเห็นว่ามีความหมายลงโทษคนที่ไปทำไม่ดี มีร้าย ไปขี้ไปเยี่ยว ช้าง ม้า วัว ควาย ไปละเมิดทำให้ไร่นาข้าวปลาเสียหาย หาย มีความหมายบัญญัติไว้ว่าให้ทำบัตรพลีดีไหว้ หรือว่าต้องเซ่นไหว้ เพราะไม่ใช่เพียงแต่ว่าเป็นการลงโทษ คนที่ละเมิดทำข้าวเสียหายเท่านั้น แต่ว่าเป็นลักษณะของความอุปาทว์หรือสิ่งที่ทางเหนือ อาจเรียกว่า"จิต" คือถ้าเผื่อว่าทำแล้ว มันเสียหายแก่ท้องนาแก่ข้าว แล้วไม่ใช่เพียง แต่ว่าคนคนนั้นหรือเจ้าของนาจะเดือดร้อน แต่ว่าจะก่อให้เกิดความ อุปาทว์ หรือวิปริตไปทั้งหมดได้ เพราะฉะนั้นเพื่อกันความเสียหายของ ชุมชน จะต้องทำการบัตรพลีดีไหว้ อันนี้เป็นกฎหมายตราไว้เลย

5.2.3.3 วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร

ภาคกลางเป็นภูมิภาคที่มีดินและน้ำอุดมสมบูรณ์ จึงเป็นแหล่งปลูก ข้าวที่สำคัญของประเทศ และมีอาหารการกินที่อุดมสมบูรณ์ ทั้งพืช ผักและสัตว์ต่างๆ คนภาคกลางนิยมรับประทานข้าวเจ้าเป็นอาหาร หลักในอดีต คนภาคกลางนิยมใช้ใบบัวห่อข้าวนำไปรับประทานเวลา ออกไปทำงานในนา หรือการเดินทางเรียกกันว่า"ข้าวห่อใบบัว" กับ ข้าวที่นิยมมีเกือบทุกมื้ออาหาร คือ น้ำพริกประเภทต่างๆ เช่น น้ำพริก เผา น้ำพริกกะปิ น้ำพริกปลาอย่าง รับประทานกับผักนานาชนิดที่หา ได้ในท้องถิ่น และนิยมปรุงรสอาหารด้วยน้ำ ปลาเช่นเดียวกับคนภาค อีสานที่นิยมใช้น้ำปลาร้าปรุงอาหาร

คนไทยภาคกลางบริโภคข้าวเจ้าเป็นหลัก การรับประทานอาหาร ในแต่ละมื้อจะจัดเป็นสำหรับ มีกับข้าวหลายอย่าง รสชาติอาหารภาค กลางมีการผสมผสานของหลากหลายรสชาติ ทั้งรสเปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ด เอกลักษณะของรสชาติอาหาร ไม่ได้เกิดจากเครื่องปรุง เพียงอย่างเดียว เช่น รสเปรี้ยวที่ใช้ปรุงอาหาร อาจได้ทั้งจากมะนาว มะขาม มะกรูด ตะลิงปลิง ส้มแขก ผลไม้บางชนิด เช่น มะดัน มะม่วง เป็นต้น การใช้เครื่องปรุงรสเปรี้ยวที่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดความ หลากหลายใช้ชนิดของอาหารไทยภาคกลาง เช่น คัมยำ ไข่มะนาว เพื่อให้รสเปรี้ยว แต่คัมโคล้ง ใช้น้ำมะขามเปียก เพื่อให้รสเปรี้ยวแทน

นอกจากนี้ยังมีรสเค็ม ที่ได้จากน้ำปลา กะปิ รสขม ที่ได้จากพืช ชนิดต่างๆ เช่น มะระ เป็นต้น และ ความเผ็ด ที่ได้จากพริก พริกไทย และเครื่องเทศ อาหารภาคกลางเป็น อาหารที่มีครบทุกรส ซึ่งอาหารไทยที่ชาวต่างชาติส่วนใหญ่รู้จัก และนิยมบริโภคล้วนแต่เป็นอาหารภาค กลางทั้งนั้นไม่ว่าจะเป็น คัมยำกุ้ง แกงเขียวหวานผัดไทย พะแนง เป็นต้น

5.2.3.4 วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเพลงพื้นบ้าน

เป็นวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตเกษตรกรรม เพราะการสร้างสรรค์เพลงพื้นบ้าน เช่น เพลงเกี่ยวข้าว เพลงอีแซว เพลงฉ่อย เพลงเหย่ย ขึ้นมานั้นเป็นสิ่งที่ชาวบ้านคิดขึ้น เพื่อเป็นเครื่องผ่อนคลายจากการทำ งานหนัก ทำให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลิน เกิดความสามัคคีในหมู่บ้านเดียวกัน และเป็นการเปิด โอกาสให้หนุ่มสาวได้รู้จัก พบปะพูดคุยกัน โดยในสายตาของผู้ใหญ่ ในปัจจุบัน สภาพสังคมและลักษณะการ ดำรงชีวิตที่เปลี่ยนไป ทำให้เพลงพื้นบ้านถูกละเลย และเกือบจะสูญหายไปหมดแล้ว

เพลงพื้นบ้าน เป็นร้อยกรองที่นำมาจัดจังหวะของคำ และใส่ทำนองเพื่อขับร้องในท้องถิ่น สืบทอดต่อกันมาด้วยวิธีจดจำ ที่มาของเพลงพื้นบ้าน เกิดจากนิสัยชอบบทกลอน หรือที่เรียกว่า “ความเป็นเจ้าบทเจ้ากลอน” ของคนไทย ในท้องถิ่นต่างๆ ที่เรียงร้อยถ้อยคำมีสัมผัสคล้องจอง และประดิษฐ์ ทำนองที่ร้องง่ายแล้วนำมาร้องเล่นในยามว่าง หรือระหว่างทำงานร่วมกัน เช่น ลงแขกเกี่ยวข้าว นวดข้าว เพื่อผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยจากการทำ งาน เพื่อความสนุกสนาน และเพื่อความสามัคคีในกลุ่มชน การใช้ถ้อยคำในเพลงพื้นบ้านนั้นมีลักษณะตรง ไปตรงมา นิยมใช้ภาษาพูดมากกว่าภาษาเขียน บางครั้งก็แฝงนัยให้คิดในเชิงสองแง่สองง่าม บางเพลงก็ ร้องเข้าไปมาชวนให้จับจ้นคุณค่าของเพลงพื้นบ้าน

เพลงพื้นเมืองเป็นมรดกทางวรรณกรรม ชาวบ้านนิรนามได้แต่งเพลงของเขาขึ้น บทเพลงนี้อาจจะมา จากความเป็นคนเจ้าบทเจ้ากลอน และความอยู่ไม่สุขของปาก แต่บังเอิญหรือบางทีไม่ใช่บังเอิญ เพลงของ เขาไพเราะและกินใจชาวบ้านคนอื่นๆ ด้วย ดังนั้นเพลงดังกล่าวจึงได้แพร่กระจายออกไปเรื่อยๆ และในที่สุด ไม่มีใครรู้ว่าใครเป็นคนแต่งเพลงบทนั้น และแต่งเมื่อใดนั้นจึงทำให้อาหาร ภาคกลางมีความโดดเด่นเป็นพิเศษมากกว่าอาหารภาคอื่น

5.2.3.5 วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีและพิธีกรรม

ประเพณีรับบัว เป็นประเพณีของชาวอำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 11 ของทุกปี ในเทศกาลออกพรรษา คำนานของประเพณี รับบัวตำนานหนึ่งเล่าว่า ในสมัยก่อนนั้นอำเภอบางพลี เป็นแหล่งที่มีดอกบัวหลวงมาก เมื่อถึงช่วงออกพรรษา ชาวบ้านที่อยู่ใกล้ อำเภอบางพลี โดยเฉพาะที่อำเภอ เมือง และอำเภอพระประแดง จะเดินทางไปเก็บดอกบัว ที่อำเภอบางพลี เพื่อนำมาประกอบพิธีทำบุญในวันออกพรรษา ต่อมาชาวบางพลีเป็นผู้เก็บดอกบัวไว้แจกให้ ชาวบ้านต่างถิ่น เพื่อเป็นการทำบุญร่วมกัน

เมื่อสถานการณ์ดำรงชีวิตเปลี่ยนไป มีโรงงานอุตสาหกรรม มีบ้านจัดสรรเกิดขึ้นที่อำเภอบางพลีมากขึ้น แหล่งน้ำที่มีดอกบัวน้อยลง หน่วยงานราชการจึงคิดจัดงานรับบัวขึ้นมา เพื่ออนุรักษ์ประเพณีไว้ โดยจัดให้มี การประกวดเรือสวยงาม และนำไม้ไผ่มาสานเป็น โครงรูปองค์พระพุทธรูป ปิดด้วยกระดาษสีทอง สมมุติว่า เป็นหลวงพ่อดุสิต บางพลีใหญ่ใน นำมาตั้งบนเรือแห่ไปตาม

ลำคลองสำโรง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ชาวบ้านที่อยู่ริมฝั่งคลองและชาวบ้านที่นำเรือมาจอดอยู่ริมคลอง จะนำดอกบัวโยนถวายหลวงพ่อดำ ซึ่งปฏิบัติต่อกันมาจนกลายเป็นประเพณีโยนบัวที่แตกต่างจากประเพณีรับบัวแต่เดิม

ประเพณีตักบาตรน้ำผึ้ง เป็นประเพณีถวายเกสร หรือยาแด่พระสงฆ์ โดยทำในวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 10 พุทธศาสนิกชนจะ นำอาหารและข้าวต้มมัด หรือข้าวต้มลูกโยนไปทำบุญที่วัด และจะมีของทำบุญพิเศษ คือน้ำผึ้งชนิด บริสุทธิ พร้อมทั้งน้ำตาลทรายและผ้าแดงผืนเล็กๆ การตักบาตรน้ำผึ้ง เป็นประเพณีที่นิยมในหมู่คนไทยเชื้อสายมอญ ผู้มาทำบุญจะนำผึ้งใส่ในบาตร แปลว่าที่ตั้งอยู่หน้าพระสงฆ์ สามเณร หรือบริเวณที่เหมาะสม จำนวนบาตรส่วนมากตั้งไว้ 32 ใบ โดยถือเคล็ดตามอาการของมนุษย์ปกติ ที่เรียกกันว่า ครบ 32 ชาวบ้านจะนำน้ำผึ้งเทลงบาตร มากน้อย ตามแต่ศรัทธา และกำลังทรัพย์ ใส่น้ำตาลทรายลงในบาตรที่ตั้งอยู่ข้างบาตรน้ำผึ้ง และวางผ้าแดงไว้หลังบาตร

การตักบาตรน้ำผึ้ง เป็นประเพณีที่สืบเนื่องจากความศรัทธาในพระพุทธศาสนา โดยปรากฏอยู่ในชาดก หลายเรื่อง เช่น ชาวบ้านมีความศรัทธาในน้ำผึ้งถวายพระพุทธเจ้า เรื่อง พญาวานรนำรวงผึ้งถวายแด่พระพุทธเจ้า เมื่อเสด็จจำพรรษาอยู่ ณ ป่ารกชัฏวัน เรื่อง พระสงฆ์เกิดอาพาธจากการถูกน้ำฝน จนร่างกายซูบ ผอม พระพุทธเจ้าจึงทรงพุทธานุญาตให้พระสงฆ์ฉันน้ำผึ้ง น้ำอ้อย เนยข้น เนยใส และน้ำมันพืชได้ในยาม วิกาล เพื่อบำรุงร่างกาย เพราะถือว่าทั้งห้าสิ่งนี้เป็นยา จึงมีการถวายน้ำผึ้งเป็นเกสรแทนแด่พระสงฆ์สืบมา

6. แนวคิดทฤษฎีหลักและทฤษฎีเสริม

6.1 ทฤษฎีหลัก

6.1.1 ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์

สุนทรียศาสตร์ คือ วิชาที่ว่าด้วยความซาบซึ้งในคุณค่าของความงาม ฉะนั้นวิชานี้จึงมีค่าหรือมีประโยชน์ต่ออารมณ์ความรู้สึกภายในของความเป็นมนุษย์ เป็นการศึกษาเพื่อสร้างรสนิยม (Taste) ในการพิจารณาและเลือกเสพแต่สิ่งที่ดีที่งาม ตลอดจนสามารถตัดสินค่าของความงามได้ในระดับหนึ่ง การเรียนรู้สุนทรียศาสตร์ไม่ใช่การศึกษาที่ทำให้ผู้ศึกษาเป็นศิลปิน เพราะสุนทรียศาสตร์ศึกษาในแง่ปรัชญาหรือทฤษฎี อาศัยการถกเถียงด้านเหตุผลในปัญหาทางสุนทรียศาสตร์ เช่น อะไรคือสิ่งสวยงาม เราตัดสินได้อย่างไรว่าอะไรงาม เป็นต้น ผู้ที่มีสุนทรียศาสตร์อาจไม่ใช่ผู้สร้างสรรค์งานศิลปะ ไม่ใช่ศิลปิน แต่เป็นผู้มองเห็นและรู้คุณค่าของศิลปะ ส่วนผู้ที่เป็ศิลปินเองถ้าไม่มีอารมณ์สุนทรีย์ หรือไม่มีความรู้ด้านสุนทรียศาสตร์แล้วอาจไม่สามารถสร้างสรรค์ศิลปะที่ดีเด่นได้ แต่หากศิลปินมีความรู้และเข้าใจในสุนทรียศาสตร์ก็จะช่วยส่งเสริมการสร้างสรรค์ศิลปะได้ไม่มากนัก เพราะสุนทรียศาสตร์ เป็นเรื่องการสอน การปลูกฝังให้คนมีความคิดเกี่ยวกับความงามที่มนุษย์

ทุกชาติทุกภาษาได้แสวงหาและใช้เป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์ศิลปะ และสร้างให้เกิดสนิยมชมชื่นในความงามมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์และมีการพัฒนามาตลอดจนถึงยุคปัจจุบัน

นอกจากนั้นวิชาสุนทรียศาสตร์ยังเป็นฐานความรู้ของการวิเคราะห์วิจารณ์งานศิลปะด้วย ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า สุนทรียศาสตร์เปรียบเสมือนมารดาของศิลปะและวิชาศิลปวิจารณ์ ศิลปินไม่ว่าจะเป็นศิลปินที่ดี หรือนักศิลปวิจารณ์ที่ดีได้ถนัดเลยสุนทรียศาสตร์ หรือแม้แต่ผู้เสพศิลปะทั่วไป ถ้าสนใจสุนทรียศาสตร์บ้างก็จะช่วยให้เข้าใจศิลปะได้ดียิ่งขึ้น

สุนทรียศาสตร์ มาจากภาษาสันสกฤตว่า “สุนทริยะ” แปลว่า “งาม” และ “ศาสตร์” แปลว่า “วิชา” เมื่อรวมความแล้ว แปลว่า “วิชาที่ว่าด้วยสิ่งสวยงาม ในภาษาอังกฤษใช้คำว่า “Aesthetics” (เอ็ชเททิกส์) โดยศัพท์คำนี้เกิดจากนักปรัชญาเหตุผลนิยมชาวเยอรมันชื่อ โบมการ์เดิน (Alexander Gottlieb Baumgarten) ซึ่งสร้างคำจากภาษากรีกคำว่า “Aisthetikos” (อ็สเททิโคส) แปลว่า “รู้ได้ด้วยผัสสะ” ความงามอาจเป็นสิ่งที่สัมผัสซึ่งมีอยู่ในทุกสิ่ง อาจจะเป็นสิ่งบริสุทธิ์ที่ปราศจากการปรุงแต่ง หรืออาจจะเป็นคุณสมบัติในทางศีลธรรม หรือสิ่งที่โน้มน้าวใจให้เกิดความรู้สึกซาบซึ้ง ปลอบปลื้มกับ ความงามที่มีอยู่รอบๆ ตัวเรา ทั้งสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ

ส่วนความหมายของคำว่า สุนทรียศาสตร์ ที่มาจากคำในภาษาอังกฤษ Aesthetics ซึ่งบัญญัติโดยนักปราชญ์ชาวเยอรมันชื่อ อเล็กซานเดอร์ โบมการ์เดิน โดยนำรากศัพท์จากภาษากรีกว่า Aisthetikos แปลว่า ความรู้สึกทางการรับรู้ (Sense Perception) โดยมีที่มาจากปราชญ์สมัยกรีกทั้งหลาย เช่น อริสโตเติล เพลโต ได้ถกเถียงปัญหาเกี่ยวกับความงามในด้านต่างๆ เช่น ความงามคืออะไร ค่าของความงามนั้นเป็นจริงที่อยู่โดยตัวมันเองหรือไม่ หรือว่าค่าของความงามเป็นเพียงข้อความที่เราใช้กับสิ่งที่เราชอบ ความงามกับสิ่งที่งามสัมพันธ์กันอย่างไร มีมาตรการตายตัวอะไรหรือไม่ ที่ทำให้เราตัดสินได้ว่าสิ่งนี้งามหรือไม่งามอย่างไร ปัญหาเกี่ยวกับความงามดังกล่าวได้มีการถกเถียงกันมาตลอด ซึ่งโบมการ์เดินได้มีความสนใจในปัญหาความงามนี้มากจึงได้ทำการค้นคว้ารวบรวมความรู้เกี่ยวกับความงามนี้มาไว้ที่เดียวกัน อีกทั้งได้พัฒนาความรู้นี้เพิ่มเติมให้มีเนื้อหาสาระเข้มข้นแล้วตั้งชื่อวิชาที่เกี่ยวกับความงามหรือวิชาเกี่ยวกับความรู้สึกทางการรับรู้ความงามของมนุษย์ว่า Aesthetics

ส่วนในภาษาไทยใช้คำว่า “สุนทรียศาสตร์” เป็นคำแปลจากคำ Aesthetics โดยมาจากคำสมาสสองคำ คือ สุนทริย์+ศาสตร์ สุนทริย์ แปลว่า ดี งาม ศาสตร์ แปลว่า วิชา ความรู้ ถ้าแปลตรงตัวตามรากศัพท์ สุนทรียศาสตร์ก็คือ วิชาความรู้ว่าด้วยความงาม

นอกจากนี้ยังมีผู้ให้คำนิยามและความหมายของสุนทรียศาสตร์ไว้โดยเฉพาะอีกมากมาย ดังจะยกตัวอย่างที่สำคัญดังต่อไปนี้

ศิลป์ พีระศรี “สุนทรียศาสตร์ หมายถึง การศึกษาความรู้สึกโดยธรรมชาติของคนเราทุกคน ซึ่งรู้จักค่าของวัตถุที่งาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเสียง และถ้อยคำที่ไพเราะ”

จากคำนิยามและความหมายของสุนทรียศาสตร์ดังกล่าวพบว่า จะมีประเด็นเกี่ยวกับเรื่องของความงามเป็นสำคัญ แต่ในปัจจุบันสุนทรียศาสตร์มีความหมายและขอบเขตกว้างขวางมากขึ้น เช่น สุนทรียศาสตร์ เป็นสาขาหนึ่งของวิชาวัฒนธรรมวิทยาที่ว่าด้วยทฤษฎีแห่งความงามและความงามซึ่งประทับใจในคุณค่าของศิลปะเป็นการเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่ธรรมชาติ สร้างสรรค์ และศิลปะที่มนุษย์เป็นผู้สร้างสรรค์

สุนทรียศาสตร์ในทางวิชาการถือเป็นวิชาเกี่ยวกับการศึกษาความงามของศิลปะแขนงต่างๆ หลักการและกระบวนการสร้างสรรค์ศิลปะ องค์ประกอบ เทคนิค ผลงาน และแนวคิดทางศิลปะของมนุษย์ในยุคสมัยต่างๆ การวิจารณ์ศิลปะ เป็นต้น

นิคม มูลิกะคามะ (2547 : 107) ได้ให้คำนิยามคำว่า สุนทรียศาสตร์ หมายถึง วิชาความรู้เกี่ยวกับทฤษฎีแห่งความงาม โดยเป็นการสอน การปลูกฝังให้คนมีความคิดเกี่ยวกับความงามที่มนุษย์ทุกคนพึงรู้ที่ต้องการแสวงหาและใช้เป็นเครื่องมือในการยกฐานะและรสนิยมให้เกิดความสุขกายสบายใจ ในขณะเดียวกันสถาบันศิลปะต่างๆ พยายามจัดหลักสูตรในการถ่ายทอดแนวคิดเชิงสุนทรียศาสตร์เพื่อพัฒนาคนให้มีคุณภาพ

สุชาติ สุชนา (2553 : 96) ได้ให้คำนิยาม สุนทรียศาสตร์ เป็นศาสตร์ที่ว่าด้วยคุณค่าทางความงามโดยความงามเป็นอาการทางอารมณ์ที่เกิดจากความพึงพอใจ หรือชื่นชมยินดีที่ได้สัมผัสกับวัตถุทางสุนทรียะที่ครอบคลุมถึงวัตถุ พฤติกรรม ปรากฏการณ์ต่างๆ ที่สามารถก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรียะแก่เราได้

ดังนั้นในการออกแบบโคมไฟ ซึ่งเป็นการออกแบบที่มุ่งเน้นความงามเป็นหลัก เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงได้นำทฤษฎีสุนทรียศาสตร์มาใช้ในการออกแบบเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นจากรูปลักษณ์ภายนอกและความหมายที่แฝงอยู่ภายในของตัวผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งแรกที่จะเป็นสิ่งเร้าให้เกิดความพึงพอใจคือรูปลักษณ์ภายนอกของโคมไฟ ดังนั้นความงามจึงเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดขึ้นมาถ่ายทอดลงบนรูปแบบของผลิตภัณฑ์โคมไฟเพื่อให้ผู้บริโภคสัมผัสได้

เกณฑ์ตัดสินทางสุนทรียศาสตร์

การตัดสินทางสุนทรียศาสตร์ คือ การที่เราใช้จิตแสดงปฏิกิริยาต่อสภาพการณ์ในสิ่งแวดล้อม หรือการที่จิตประเมินค่าวัตถุที่มีคุณค่าที่เราให้เกิดความรู้สึกภายในจิตใจ แม้ว่าความงามจะขึ้นอยู่กับจิต แต่ก็ไม่ได้ขึ้นอยู่กับทางเลือกตามใจชอบ หากแต่ต้องขึ้นอยู่กับคุณค่าที่มีอยู่ในวัตถุนั้นๆ ด้วยมุมมองทางความคิดของแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันหลากหลายออกไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบุคคลนั้นๆ ว่าใช้อะไรเป็นหลักในการตัดสินสิ่งต่างๆ และการตัดสินทางสุนทรียศาสตร์ก็สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มแนวคิด ดังนี้

1. กลุ่มที่ใช้ตนเองเป็นตัวตัดสิน เรียกเกณฑ์ตัดสินนี้ว่า “อัตนัยนิยม” (Subjectivism) เป็นกลุ่มที่เชื่อว่า ความรู้ ความจริง และความดีงามทั้งหลายล้วนเป็นสิ่งที่ไม่มีความจริงในตัวเอง หากแต่เป็นเพียงสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมานั้น ดังนั้นกฎเกณฑ์ในทางความรู้ ความจริงและความดีงามนี้จึงไม่มีอยู่จริง มนุษย์เท่านั้นที่มีอยู่จริงและจะเป็นตัวตัดสินพร้อมทั้งเป็นผู้กำหนดกฎเกณฑ์ต่างๆ ขึ้นมา มนุษย์แต่ละคนต่างมีมาตรฐานความจริงต่างกันออกไปโดยไม่ขึ้นอยู่กับใครหรือสิ่งใด เกณฑ์การตัดสินแบบนี้สามารถทำให้เราเกิดความเชื่อมั่นในตัวเองได้ แต่หากความรู้สึกเชื่อมั่นนี้มีมากจนเกินไปอาจจะส่งผลทำให้เราเป็นผู้ที่เห็นแก่ตัว เอาแต่ใจตัวเอง ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ซึ่งจะส่งผลต่อไปคือ ทำให้เรามีโลกทัศน์ที่แคบและเดียวดายในโลกกว้างนี้ และนักสุนทรียศาสตร์ในกลุ่มนี้ที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มโซฟิสต์ (Sophist) ฮอบส์ (Hobbes) และออร์เตกา (Ortega) เป็นต้น

2. กลุ่มที่เชื่อว่า มีหลักเกณฑ์ที่ตายตัวที่จะใช้ตัดสินได้ โดยเกณฑ์ตัดสินนี้เรียกว่า “ปรนัยนิยม” (Objectivism) เป็นกลุ่มที่เชื่อว่า มีเกณฑ์มาตรฐานตายตัวแน่นอนในทางศิลปะ ซึ่งสามารถนำไปตัดสินผลงานได้ในทุกสมัย เกณฑ์มาตรฐานนี้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงและไม่ขึ้นอยู่กับความรู้สึกใครหรือศิลปินคนไหน กลุ่มนี้มีความเชื่ออีกว่าสุนทรียธาตุมีอยู่จริง แม้ว่าเราจะเข้าถึงมันไม่ได้ก็ตามแต่มันก็มีอยู่จริง และด้วยเหตุผลนี้การที่เราตัดสินศิลปะออกมาไม่เหมือนกันก็เพราะเราแต่ละคนไม่สามารถเข้าถึงสุนทรียธาตุที่แท้จริงได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องฝึกพัฒนาจิตใจให้สมบูรณ์จนสามารถเห็นความงามที่เป็นมาตรฐานได้ ซึ่งบางคนอาจทำสมาธิ บางคนอาจฝึกฝนทางศิลปะจนชำนาญ เป็นต้น

3. กลุ่มที่เชื่อว่าหลักเกณฑ์ในการตัดสินสุนทรียศาสตร์นั้นเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะแวดล้อมเกณฑ์ตัดสินนี้เรียกว่า “สัมพัทธนิยม” (Relativism) เป็นกลุ่มที่มีแนวคิดคล้ายกับกลุ่มอัตนัยนิยมแต่ต่างกันตรงที่กลุ่มสัมพัทธนิยมนั้นมีความเชื่อว่า กฎเกณฑ์ตัดสินทางสุนทรียศาสตร์นั้นขึ้นอยู่กับสภาวะแวดล้อม วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น หรือขึ้นอยู่กับสภาพภูมิประเทศ ตลอดจนดิน ฟ้า อากาศของแต่ละพื้นที่ โดยไม่ขึ้นอยู่กับตัวผู้วิจารณ์ เพราะผู้วิจารณ์จะต้องวางตัวเป็นกลางและต้องคำนึงอยู่ในใจเสมอว่าตนเองเป็นเพียงส่วนหนึ่งของสังคม ดังนั้นแล้วเกณฑ์ตัดสินทางสุนทรียศาสตร์จึงเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมบ้างตามสภาพของภูมิอากาศ ภูมิประเทศนั้นๆ บ้างแล้วแต่สภาวะแวดล้อมจะพาไปนั่นเอง และนักสุนทรียศาสตร์ในกลุ่มนี้ที่สำคัญ ได้แก่ ซานตายานา (Santayana) และแซมมวล อาเล็กซานเดอร์ (Samuel Alexander) เป็นต้น

ประเด็นศึกษาด้านความงาม

จากความหมายของความงามโดยทั่วไปได้มีนักปราชญ์ นักการศึกษาด้านศิลปะ ตลอดจนศิลปินที่มีชื่อเสียงตีความหมายของความงามออกไปอย่างกว้างขวาง แต่มีประเด็นศึกษาที่น่าสนใจก็คือ

1. ความงามกับสิ่งที่มีงาม เป็นประเด็นที่ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความงามกับสิ่งที่มีงาม กล่าวคือ ความงามไม่ใช่สิ่งที่มีงาม แต่เวลากล่าวถึงความงามจำต้องกล่าวถึงสิ่งที่มีงามด้วย เช่น เราพูดถึงความงามของดอกไม้ ความงามก็คือความงาม ดอกไม้ก็คือดอกไม้ แต่เมื่อเอาความงามไปไว้กับดอกไม้ก็เป็นความงามของดอกไม้ ถ้าเอาความงามไปไว้กับตัวผีเสื้อก็เป็นความงามของผีเสื้อ เป็นต้น อาจกล่าวได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ระหว่าง “จิต” และ “ตัวตน” หรือ “นาม” กับ “รูป” กล่าวคือ ความงามเป็นเรื่องของ “จิต” คือ เกี่ยวกับความรู้สึกภายใน สิ่งที่มีงามเป็นเรื่องของ “ตัวตน” คือ เกี่ยวกับความรู้สึกที่สัมผัสกับวัตถุภายนอกนั่นเอง

การศึกษาเรื่องศาสตร์ของความงามจะมีข้อถกเถียงกันอยู่เสมอว่า งานทัศนศิลป์ ควรจะมีคุณค่าของความงามทั้ง 2 ประการ คือ ความงามด้านเนื้อหา และความงามด้านรูปแบบ หรือด้านใดด้านหนึ่งฝ่ายที่มองว่ารูปแบบมีความสำคัญนั้นมีความเชื่อว่า “ศิลปะอันสูงส่งย่อมมีคุณค่าในตนเอง โดยไม่ต้องอาศัยเนื้อหาหรือเรื่องราวใดๆ มาเป็นเครื่องปรุงแต่งในงานศิลปะนามธรรม (Abstract) หรือในเพลงคลาสสิคร่วมสมัยมันมีความงาม มีความสัมพันธ์ลึกซึ้งขององค์ประกอบทั้งมวลปรากฏออกมาเป็นรูปแบบที่มีความงามที่เข้าใจได้ แม้ว่าจะไม่มีเนื้อหาใดๆ เลย” รูปแบบที่กล่าวถึงนี้ก็คือส่วนประกอบของศิลปะ เช่น เส้น สี น้ำหนักแสงเงา เป็นต้น และเทคนิคกรรมวิธีในการแสดงออก เช่น สีน้ำ สีน้ำมัน เทคนิคสื่อผสม เป็นต้น ซึ่งมีทั้งแบบนามธรรมและนามธรรม ส่วนอีกฝ่ายหนึ่งมองว่าเนื้อหาที่มีความสำคัญในการทำให้งานศิลปะนั้นมีคุณค่า ในการที่จะสร้างความรู้สึก ความสะเทือนใจ การสะท้อนความคิดของศิลปินออกมาหากไม่มีเนื้อหาแล้วจะทำให้งานศิลปะนั้นขาดความสมบูรณ์ ซึ่งข้อถกเถียงทั้งสองประการนี้ก็ยังไม่สามารถหาข้อสรุปลงตัวได้และการที่ศิลปินจะสร้างงานศิลปะที่มีความผสมผสานทั้งเนื้อหาและรูปแบบอย่างลงตัวก็เป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก

2. ความงามกับธรรมชาติ เมื่อเราเชื่อว่าหากผลของความงามสร้างประโยชน์ให้แก่มนุษย์ไม่ว่าจะเป็นด้านอารมณ์ ความพึงพอใจ ด้านปัญญาความคิด หรือด้านความต้องการทางร่างกายแล้ว คำถามที่ว่าธรรมชาติมีความงามหรือไม่ ก็สามารถตอบได้ว่า ธรรมชาตินั้นมีความงาม แต่ทั้งนี้ก็มิได้หมายความว่าความเป็นไปของธรรมชาติ ในสิ่งเดียวกันจะสร้างความรู้สึกลึกให้กับมนุษย์ได้ตรงกันหมด เช่น หลังจากฝนตกลงมา เกิดความชุ่มฉ่ำไปทั่ว คนในเมืองอาจรู้สึกดีดรอ้น มีความทุกข์ เพราะเดินทางลำบาก รถติด แต่ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรในชนบทอาจมีความสุข เพราะสายฝน คือ ความหวังของชีวิตในการทำเกษตรกรรม จึงเห็นได้ว่าต่อสิ่งเดียวกัน ถ้ามนุษย์ผู้มีผลประโยชน์แตกต่างกันก็อาจมีความรู้สึกพึงพอใจหรือมองเห็นความงามที่ไม่สอดคล้องกันก็ได้

3. กฎเกณฑ์ของความงามธรรมชาติ

มนุษย์ยอมรับว่าธรรมชาติมีความงามอยู่จริง จึงพยายามที่จะหาคำตอบว่า สิ่งที่เราสร้างหรือสิ่งที่ประกอบกันจนเกิดความรู้สึกทางด้านความงามในธรรมชาตินั้นมันประกอบขึ้นมาด้วยกฎเกณฑ์อย่างไร และสัมพันธ์กับมนุษย์อย่างไร เพราะการดำรงอยู่ของธรรมชาติอันเกี่ยวข้องกับ

ความงามในธรรมชาติย่อมมีกฎเกณฑ์เสมอ และมนุษย์ได้พบกฎเกณฑ์ที่สำคัญหลายประการ จึงอาศัยกฎเกณฑ์เหล่านั้นมาเป็นกฎเกณฑ์ทางศิลปะตั้งแต่เริ่มสร้างงานศิลปะ กฎเกณฑ์ที่สำคัญก็คือ ความสมดุล เพราะทุกสิ่งในธรรมชาติมีความสมดุลอย่างลงตัว เช่น ความสมดุลทางด้านรูปร่าง รูปทรง ความสมดุลทางด้านสี ธรรมชาติยังมีความประสานกลมกลืน ความพอเหมาะพอดี สมดุลกับความแตกต่างขัดแย้ง นอกจากนี้ธรรมชาติมีรูปทรงที่หลากหลายมีการเปลี่ยนแปลง คลี่คลาย ตลอดเวลา

จากกฎเกณฑ์ความงามในธรรมชาติ หากขยายความให้เป็นรูปธรรมในแง่ “รูปแบบ” ก็คือ ในธรรมชาติมีส่วนที่เป็นจุด เป็นเส้น เป็นรูปร่าง รูปทรง เป็นสี เป็นพื้นผิว เป็นต้น ปรากฏอยู่ในทุกอณูของธรรมชาติทั้งสิ้นในลักษณะต่างๆ เช่น ก้อนหินก็มีทั้งรูปทรงที่คล้ายคลึงกันและแตกต่างกันทั้งขนาด ลักษณะ สี ผิว เป็นต้น

4. กฎเกณฑ์ความงามที่มนุษย์สร้างขึ้นในงานศิลปะ

ศิลปะเป็นแขนงหนึ่งที่ศิลปินได้อาศัยธรรมชาติเป็นแหล่งค้นคว้าเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน ต่างกันที่ศิลปินมิได้อาศัยกฎของธรรมชาติล้วนๆ ขึ้นมาสร้างงานศิลปะ แต่ศิลปินรู้จักเพิ่มรู้จักลด รู้จักสร้างสิ่งใหม่ให้สอดคล้องกับความต้องการทางความเชื่อทั้งของตนเองและของสังคม กฎเกณฑ์ การกำหนดหลักของความสมดุลต่างก็เป็นผลมาจากความชัดเจนของศิลปิน การสะสมประสบการณ์ ความเข้าใจ การศึกษาค้นคว้าธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น ซึ่งศิลปินแต่ละคนได้นำมาปรับปรุง พัฒนา สร้างกฎเกณฑ์ขึ้นมาใหม่ตามแนวทางของตนเอง

6.1.2 ทฤษฎีออกแบบ

การออกแบบ คือ ศาสตร์แห่งการแก้ปัญหาที่มนุษย์สร้างสรรค์ขึ้นโดยอาศัยความรู้ และหลักการของศิลปะนำมาใช้ให้เกิดความสวยงามและมีประโยชน์ใช้สอย ซึ่งความสวยงามจะเน้นด้านจิตใจเป็นหลัก เป็นสิ่งแรกที่เราได้สัมผัสก่อน คนเราแต่ละคนต่างมีความรับรู้เรื่องความสวยงามกับความพอใจในทั้ง 2 เรื่องนี้ไม่เท่ากันจึงเป็นสิ่งที่ถกเถียงกันอย่างมาก และไม่มีเกณฑ์ในการตัดสินใดๆ เป็นตัวที่กำหนดชัดเจน ดังนั้นงานที่เราได้มีการจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมนั้นก็จะมองว่าสวยงามได้เหมือนกัน ซึ่งผลจากการออกแบบจะทำให้ผู้ที่พบเห็นเกิดความสุข เกิดความพึงพอใจ การออกแบบประเภทนี้ ได้แก่ การออกแบบด้านจิตรกรรม ประติมากรรม ตลอดจนงานออกแบบ ตกแต่งต่างๆ เช่น งานออกแบบ ตกแต่งภายในอาคาร งานออกแบบตกแต่งสวนหย่อม ส่วนประโยชน์ใช้สอย ส่วนมากจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้รับเป็นจุดมุ่งหมายแรกของการออกแบบ ซึ่งประโยชน์ที่จะได้รับมีทั้งประโยชน์ในการใช้สอยและประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร การออกแบบเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่สำคัญ ได้แก่ ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยานพาหนะ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ เช่น อุปกรณ์ในการประกอบอาชีพทางการเกษตรมีแห อวน ไร่ หรืออุปกรณ์สำนักงานต่างๆ เช่น โต๊ะ เก้าอี้ ตู้ ชั้นวางหนังสือ เป็นต้น ประโยชน์เหล่านี้จะเน้นประโยชน์ทาง

กายโดยตรง ส่วนประโยชน์ในการติดต่อสื่อสาร ได้แก่ การออกแบบหนังสือ โปสเตอร์ งานโฆษณา ส่วนใหญ่มักจะเน้นการสื่อสารถึงกันด้วยภาษาและภาพ ซึ่งสามารถรับรู้ร่วมกันได้เป็นอย่างดี ผู้ออกแบบจำเป็นต้องมีความรู้ความสามารถเฉพาะด้าน ซึ่งการออกแบบ โดยมากมักจะเกี่ยวข้องกับจิตวิทยาชุมชน ประโยชน์ด้านนี้จะเน้นทางด้านความศรัทธาเชื่อถือ และการยอมรับ ตามสื่อที่ได้รับรู้

ความสำคัญของการออกแบบ การออกแบบสามารถแก้ไขปัญหาต่างๆของผลงานได้ ดังนั้นการออกแบบจึงมีความสำคัญ และมีคุณค่าต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่มีความต้องการไม่มีที่สิ้นสุด ทั้งทางด้านร่างกาย อารมณ์ และทัศนคติ ดังนี้

1. การวางแผนการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตามขั้นตอนอย่างเหมาะสมและประหยัดเวลา ดังนั้นอาจถือว่าการออกแบบ คือ การวางแผนการทำงานที่ดี

2. การนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้นความสำคัญในด้านนี้คือ การทำหน้าที่สื่อความหมายเพื่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน

3. สามารถอธิบายรายละเอียดต่างๆ ที่เกี่ยวกับงาน โดยงานบางประเภท อาจมีรายละเอียดมากมาย ซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องและผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่าผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

4. แบบ จะมีความสำคัญมากถ้าผู้ออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิต เป็นคนละคนกัน เช่น สถาปนิกกับช่างก่อสร้าง นักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงาน ตัวแบบจะทำให้สามารถเข้าใจร่วมกันได้ ในการออกแบบสิ่งใดก็ตามนักออกแบบควรจะต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความงามเป็นสำคัญจึงจะทำให้งานออกแบบนั้นมีคุณค่าสมบูรณ์ ทางด้านประโยชน์ใช้สอย และจิตใจ เช่น แก้วใช้ประโยชน์ในการนั่ง แต่ทางด้านจิตใจก็คือ ความงามของรูปแบบแก้วที่มีไว้สำหรับชื่นชม และสิ่งที่จะนำมาประกอบกันให้เกิดความงามก็คือ ส่วนประกอบในการออกแบบ

ส่วนประกอบในการออกแบบมีหลักการพื้นฐานโดยอาศัยส่วนประกอบขององค์ประกอบศิลป์ คือ จุด เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก สี และพื้นผิว นำมาจัดวางเพื่อให้เกิดความสวยงามโดยมีหลักการ ดังนี้ (ชอุต นิมเสมอ. 2531 : 139-140)

1. ความเป็นหน่วย (Unity) ในการออกแบบผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยงานเดียวกันเป็นกลุ่มก้อน หรือมีความสัมพันธ์กันทั้งหมดของงานนั้นๆ และพิจารณาส่วนย่อยลงไปตามลำดับ ในส่วนย่อยๆ ก็คงต้องถือหลักการนี้เช่นกัน

2. ความสมดุลหรือความถ่วง (Balancing) เป็นหลักทั่วไปของงานศิลปะที่จะต้องดูความสมดุลของงานนั้นๆ ความรู้สึกทางความสมดุลของงานนั้นเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นจากความคิดของเรื่องความงามในสิ่งนั้นๆ โดยมีหลักความสมดุลอยู่ 3 ประการ คือ

2.1 ความสมดุลในลักษณะเท่ากัน (Symmetry Balancing) คือ มีลักษณะเป็นซ้าย-ขวา บน-ล่าง เท่ากัน เป็นต้น ความสมดุลในลักษณะนี้สามารถเข้าใจได้ง่าย

2.2 ความสมดุลในลักษณะไม่เท่ากัน (Non-symmetry Balancing) คือ มีลักษณะสมดุลกันในตัวเองไม่จำเป็นต้องเท่ากัน แต่ดูในด้านความรู้สึกแล้วเกิดความรู้สึกสมดุลกันในตัวเอง ซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกที่เกิดในลักษณะที่แตกต่างกันได้ เช่น ใช้ความสมดุลด้วยผิว (Texture) แสง-เงา (Shade) หรือด้วยสี (Color) เป็นต้น

2.3 จุดศูนย์ถ่วง (Gravity Balance) ในการออกแบบใดๆ ที่เป็นวัตถุสิ่งของที่จะต้องใช้การทรงตัวจำเป็นที่ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงจุดศูนย์ถ่วง ได้แก่ การไม่โยกเอียง หรือให้ความรู้สึกไม่มั่นคงแข็งแรง ดังนั้นสิ่งใดที่ต้องการจุดศูนย์ถ่วงแล้ว ผู้ออกแบบจะต้องระวังในสิ่งนี้ให้มาก เช่น เก้าอี้จะต้องตั้งตรง ยึดมั่นทั้งสี่ขาเท่าๆ กัน การทรงตัวของคน ถ้ายืน 2 ขาก็จะต้องมีน้ำหนักลงที่เท้าทั้ง 2 ข้างเท่าๆ กัน ถ้ายืนเอียงหรือพิงฝา น้ำหนักตัวก็จะลงเท้าข้างใดข้างหนึ่ง โดยจุดศูนย์ถ่วงจะอยู่ที่โคนนั้น ผู้ออกแบบจะต้องรู้และวางรูปแบบได้ถูกต้อง เรื่องของจุดศูนย์ถ่วงจึงหมายถึงการทรงตัวของวัตถุสิ่งของนั่นเอง

3. ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Arts) ในเรื่องของศิลปะนั้นเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณากันหลายขั้นตอน เพราะเป็นเรื่องความรู้สึกที่สัมพันธ์กัน ได้แก่

3.1 การเน้นหรือจุดสนใจ (Emphasis or Centre of Interest) งานด้านศิลปะผู้ออกแบบจะต้องมีจุดเน้นให้เกิดสิ่งที่ประทับใจแก่ผู้พบเห็น โดยมีข้อบอกล่าวเป็นความรู้สึกร่วมที่เกิดขึ้นเองจากตัวของศิลปกรรมนั้นๆ ความรู้สึกนี้ผู้ออกแบบจะต้องพยายามให้เกิดขึ้นเหมือนกัน

3.2 จุดสำคัญรอง (Subordinate) คล้ายกับจุดเน้นนั่นเอง แต่มีความสำคัญรองลงไปตามลำดับ ซึ่งอาจจะเป็นรองส่วนที่ 1 ส่วนที่ 2 ก็ได้ ส่วนนี้จะช่วยให้เกิดความลดหล่นทางผลงานที่แสดง ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงสิ่งนี้ด้วย

3.3 จังหวะ (Rhythm) โดยทั่วไปสิ่งที่สัมพันธ์กันในสิ่งนั้นๆ ย่อมมีจังหวะระยะหรือความถี่ห่างในตัวเองเสมอ หรือสิ่งแวดล้อมที่สัมพันธ์กันอยู่จะเป็นเส้น สี แสง เงา หรือช่วงจังหวะของการตกแต่ง แสงไฟ ลวดลายที่มีความสัมพันธ์กันในที่ต่างๆ นั้นเป็นความรู้สึกของผู้พบเห็นหรือผู้ออกแบบซึ่งจะรู้สึกในความงามของสิ่งนั้นๆ นั่นเอง

3.4 ความต่างกัน (Contrast) เป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้น เพื่อช่วยให้มีการเคลื่อนไหวไม่ซ้ำซากทางความรู้สึกเกินไป ปัจจุบันผู้ออกแบบมักจะหาทางให้เกิดความรู้สึกขัดกันต่างกัน เช่น เก้าอี้ชุดสมัยใหม่ แต่ขณะเดียวกันก็มีเก้าอี้สมัยรัชกาลที่ 5 อยู่ด้วย 1 ตัว เพื่อให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกแตกต่างกัน ทำให้เกิดความรู้สึกไม่ซ้ำซาก เพิ่มอรรถรสทางด้านความรู้สึกที่แตกต่างออกไป

3.5 ความกลมกลืน (Harmonies) ความกลมกลืนในที่นี้หมายถึงการพิจารณาในส่วนรวมทั้งหมดแม้จะมีบางอย่างที่แตกต่างกัน การใช้สีที่ตัดกัน หรือการใช้ผิว ใช้เส้นที่ขัดกัน ความรู้สึกส่วนน้อยที่เกิดขึ้นก็ไม่ทำให้ส่วนรวมเสียซึ่งถือว่าเกิดความกลมกลืนกันในส่วนรวม ความกลมกลืนในส่วนรวมนี้ ได้แก่ ความเน้นไปในส่วนมูลฐานทางศิลปะ คือ เส้น แสง-เงา รูปทรง ขนาด ผิว สี นั่นเอง

หลักการจัดภาพในงานออกแบบ การออกแบบมีหลักการที่ควรนำมาพิจารณา คือ

1. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของส่วนประกอบต่างๆ ที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กันเป็นกลุ่มก้อน ไม่แตกกระจาย การออกแบบสร้างสรรค์งานศิลปะเป็นการสร้างเอกภาพขึ้นจากความสับสน ทั้งยังเป็นการจัดระเบียบและดุลยภาพให้แก่สิ่งที่ขัดแย้งกันเพื่อให้รวมตัวกันได้เป็นอย่างดี รายละเอียดเกี่ยวกับเอกภาพ มีดังนี้

1.1 เอกภาพแบบคงที่ (Static Unity) หมายถึง การจัดกลุ่มของรูปร่าง หรือรูปทรงทางเรขาคณิต เอกภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกแข็งแรงมั่นคง ไม่แสดงความรู้สึกเคลื่อนไหว เช่น งานออกแบบสถาปัตยกรรมต่างๆ ไป รวมทั้งงานออกแบบ 2 มิติและ 3 มิติอื่นๆ

1.2 เอกภาพแบบเคลื่อนไหว (Dynamic Unity) หมายถึง การจัดกลุ่มของรูปร่างหรือรูปทรงอิสระ เอกภาพในลักษณะนี้จะให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว การสร้างเอกภาพสามารถทำได้ 2 วิธี คือ

1.2.1 จัดกลุ่มของเส้น รูปร่าง และรูปทรงที่มีลักษณะคล้ายๆ กัน การจัดโดยวิธีนี้จะให้ความกลมกลืนกันดี

1.2.2 จัดกลุ่มของเส้น รูปร่าง และรูปทรงที่มีลักษณะต่างๆ กัน โดยนำมาจัดรวมกัน การจัดโดยวิธีนี้จะให้ความรู้สึกที่น่าสนใจ

2. ดุลยภาพ (Balance) หมายถึง การออกแบบจัดภาพให้มีน้ำหนักถ่วงเท่ากับทั้งสองข้าง โดยมีแกนกลาง (Axis) ของภาพเป็นตำแหน่งในการแบ่งแยกภาพ ดุลยภาพ หรือความสมดุลนี้รับรู้ได้ด้วยสายตาหรือการมองเห็น ลักษณะของดุลยภาพแบ่งออกได้ 3 แบบ คือ

2.1 ดุลยภาพที่เหมือนกันทั้งสองข้าง (Symmetrical Balance) คือ ดุลยภาพที่มีส่วนประกอบของภาพเหมือนกันทั้งสองข้าง ดุลยภาพแบบนี้ให้ความรู้สึกมั่นคง เที่ยงตรง เป็นทางการ นิยมใช้ออกแบบโบสถ์ วิหาร สถานที่ราชการ และงานอื่นๆ ที่ต้องการให้มีความรู้สึกดังกล่าว เช่น ออกแบบเสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์ เป็นต้น

2.2 ดุลยภาพที่ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง (Asymmetrical Balance) คือ ดุลยภาพที่มีส่วนประกอบของภาพไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง แต่มีน้ำหนักของภาพเท่ากันทั้งสองข้าง ดุลยภาพแบบนี้ให้อิสระในการออกแบบได้ดี ส่วนการสร้างดุลยภาพที่ไม่เหมือนกันทั้งสองข้าง มีข้อควรคำนึงถึงอยู่หลายประการ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

2.2.1 คุณภาพของรูปร่าง (Balance of Shape) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากรูปร่าง รูปร่างที่มีขนาดใหญ่จะดูหนักกว่ารูปร่างที่มีขนาดเล็กในกรณีเดียวกัน ดังนั้นเพื่อให้มีคุณภาพ รูปร่างขนาดใหญ่ควรอยู่ใกล้ศูนย์กลางของภาพมากกว่ารูปร่างขนาดเล็ก

2.2.2 คุณภาพของน้ำหนัก (Balance of Value) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากน้ำหนักอ่อนแก่ น้ำหนักที่ตัดกับพื้นจะดูหนักกว่าน้ำหนักที่กลืนไปกับพื้น ในกรณีของรูปร่างที่มีขนาดเท่ากัน ดังนั้นเพื่อให้มีคุณภาพควรขยายขนาดของน้ำหนักที่กลืนไปกับพื้นให้ใหญ่ขึ้น ถ้าไม่ขยายขนาดก็ควรให้อยู่ห่างแกนกลางมากกว่าน้ำหนักที่ตัดกับพื้น

2.2.3 คุณภาพของสี (Balance of Color) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากสีที่มีน้ำหนักเท่ากัน ขนาดเท่ากัน จะเป็นสีเดียวกันหรือต่างสี ย่อมมีคุณภาพเหมือนกัน ส่วนสีที่ตัดกับพื้นจะดูใหญ่กว่าสีที่กลมกลืนไปกับพื้นในกรณีที่มีขนาดเท่ากัน ดังนั้นควรขยายขนาดของสีที่กลืนกับพื้นให้ใหญ่ขึ้น หรือถ้าไม่ขยายขนาดก็ควรให้อยู่ห่างแกนกลางมากกว่าสีที่ตัดกับพื้นจึงจะเกิดคุณภาพ

2.2.4 คุณภาพของลักษณะผิว (Balance of Texture) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากลักษณะผิวในลักษณะต่างๆ

2.2.5 คุณภาพของจุดสนใจ (Balance of Interesting Point) หมายถึง คุณภาพที่เกิดจากจุดสนใจ ซึ่งแม้จะมีขนาดเล็กกว่า ก็สามารถดึงดูดกับรูปร่างหรือรูปทรงที่ดูธรรมดา แต่มีขนาดใหญ่กว่าได้ จุดที่น่าสนใจมีหลายลักษณะดังต่อไปนี้ (ชูลุด นิ่มเสมอ. 2531 : 139-140)

2.2.5.1 เส้นที่มีรูปร่างหรือลวดลายที่แปลกกว่าเส้นธรรมดาๆ เช่น เส้นที่เป็นลวดลายต่างๆ จะดูน่าสนใจกว่าเส้นตั้ง เส้นนอน

2.2.5.2 รูปร่างหรือรูปทรงที่มีชีวิต เช่น รูปคน สัตว์ จะดูมีชีวิตกว่าดอกไม้หรือวัตถุที่อยู่นิ่ง

2.2.5.3 น้ำหนักตัดกัน เช่น น้ำหนักที่ตัดกันเป็นกลุ่มจะดูน่าสนใจกว่าน้ำหนักกลมกลืนกันเป็นกลุ่ม

2.2.5.4 น้ำหนักอ่อนกว่าแต่รูปทรงน่าสนใจกว่า

2.2.5.5 สีสดใสน่าดู เช่น สีเขียนสด จะดูน่าสนใจกว่า สีเทา

2.2.5.6 สีร้อน เช่น กลุ่มของสีร้อน จะดูน่าสนใจกว่ากลุ่มของสีเย็น

2.2.5.7 สีมีความจัดน้อยกว่าแต่รูปทรงมีความหมายมากกว่า เช่น รูปคนพอน้ำตาลอ่อน จะดูน่าสนใจกว่ารูปสี่เหลี่ยมสีแดง

2.5.5.8 ลักษณะผิวที่หยาบขรุขระ เช่น ผิวของเปลือกทุเรียนจะดูน่าสนใจกว่าผิวของเปลือกสาก

2.2.6 คุณภาพแบบรัศมี (Radial Balance) คือ คุณภาพที่มีส่วนประกอบของภาพกระจายออกจากศูนย์กลางเป็นรัศมี สามารถพบเห็นได้ตามธรรมชาติ เช่น โครงสร้างของดอกไม้ รัศมีของดวงอาทิตย์ รูปร่างของสัตว์ ตลอดจนสิ่งที่มีมนุษย์ออกแบบสร้างสรรค์ขึ้น เช่น หน้าของเพชรพลอยที่เจียรระโนแล้ว รวมทั้งการออกแบบน้ำพุสำหรับตกแต่งสถานที่

3. ความกลมกลืน (Harmony) ในการออกแบบให้เกิดความงดงามจะต้องประสานส่วนประกอบในการออกแบบให้กลมกลืนกันอย่างมีเอกภาพ โดยการจัดส่วนประกอบในการออกแบบให้กลมกลืนกันนั้นจะต้องพิจารณาอย่างกว้างๆ ได้แก่ ความคล้ายกัน ความใกล้เคียงกัน ความเหมือนกัน ความคิดในแนวเดียวกัน เป็นต้น

ความกลมกลืนในการออกแบบ เป็นความกลมกลืนของส่วนประกอบในการออกแบบซึ่งมีทั้งความกลมกลืนของเส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด สัดส่วน สี น้ำหนัก ลักษณะผิว รวมทั้งความกลมกลืนของความคิดและจุดมุ่งหมายของสิ่งนั้นๆ

4. ความขัดแย้ง (Contrast) คือ การจัดส่วนประกอบของการออกแบบที่มีคุณสมบัติแตกต่างกันมาไว้ด้วยกัน เพื่อใช้แก้ไขความกลมกลืนที่มากเกินไป ซึ่งจะทำให้งานออกแบบนั้นเกิดความน่าสนใจและมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ความขัดแย้งที่เป็นเอกภาพจะต้องเป็นความขัดแย้งที่กลมกลืน คือ ขัดแย้งเป็นส่วนน้อยกลมกลืนเป็นส่วนใหญ่ โดยคุณสมบัติที่ต่างกันของส่วนประกอบในการออกแบบจะมีทั้งความแตกต่างกันของเส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด สัดส่วน สี น้ำหนัก เป็นต้น

5. สัดส่วน (Proportion) หมายถึง ความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของสิ่งต่างๆ ซึ่งจำแนกออกได้ 2 ลักษณะ คือ

5.1 สัดส่วนที่สัมพันธ์กันในตัวเอง เช่น สัดส่วนของคน ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างหัว ตัว แขน ขา และส่วนประกอบอื่นๆ คนที่มีสัดส่วนสวยงามจะมีความสัมพันธ์ของส่วนประกอบของร่างกายอย่างเหมาะสม สมส่วน เช่น สัดส่วนของวินสตันที่มีชื่อเสียงทั่วโลก สัดส่วนของพระพุทธรูปปางลีลา สมัยสุโขทัย

5.2 สัดส่วนของตัวเองที่ไปสัมพันธ์กับสิ่งอื่น เช่น สัดส่วนของแว่นตาที่รับกับใบหน้าของคน หรือสัดส่วนของคนที่สัมพันธ์กับขนาดของเก้าอี้ ประตู เสื้อผ้า เป็นต้น

ความงามของสัดส่วนยังไม่มีกฎเกณฑ์ที่แน่นอนตายตัว มีแต่เพียงความเชื่อที่สอดคล้องกันในสังคมแต่ละยุคแต่ละสมัยเท่านั้น ในการออกแบบบางครั้งนักออกแบบหรือศิลปินอาจมีเจตนาออกแบบสร้างสรรค์ให้ดูผิดส่วนหรือไม่สมส่วน โดยมีจุดประสงค์จะให้สะดุดตาแก่ผู้ดูก็ไม่ถือว่าเป็น

ความผิดพลาดในการออกแบบแต่อย่างใด ในการออกแบบสัดส่วนนั้นควรมีประสบการณ์ในการดูหลายๆ จึงจะออกแบบได้ดี

6. ช่วงจังหวะ (Rhythm) เปรียบเทียบได้กับการเต้นของหัวใจที่มีการเต้นเป็นระยะสม่ำเสมอหรือเปรียบเทียบกับกลองที่มีลีลาของช่วงดีถี่ห่างเป็นระยะๆ ซึ่งมีช่วงจังหวะในการตีแตกต่างกันไปได้หลายลักษณะ เมื่อเปรียบเทียบกับกรอบทางด้านทัศนศิลป์ ก็คือการจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้มีช่วงจังหวะในลักษณะต่างๆ นั่นเอง ช่วงจังหวะในการออกแบบสามารถแบ่งออกได้ 3 ลักษณะ ดังต่อไปนี้

6.1 จังหวะซ้ำๆ กัน (Repetition) หมายถึง การออกแบบด้วยเส้น สี หรือรูปร่าง ให้มีจังหวะซ้ำๆ กัน โดยให้คำนึงถึงหลักของสัดส่วนและเอกภาพเป็นสำคัญ

6.2 จังหวะที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง (Gradation or Progression) หมายถึง จังหวะการซ้ำของส่วนประกอบในการออกแบบที่มีการเปลี่ยนความยาวหรือความหนาของเส้นแต่ถ้าเปลี่ยนเป็นลำดับเหมือนๆ กันทั้งภาพก็จะดูน่าเบื่ออีก นอกจากการเปลี่ยนความยาวและความหนาของเส้นแล้ว ยังมีการเปลี่ยนช่องไฟระหว่างเส้นหรือรูปร่าง เปลี่ยนสีแท้ น้ำหนักความจัดของสี หรือเปลี่ยนปริมาณการทับกันของส่วนประกอบ เปลี่ยนลักษณะผิวจากเรียบให้เป็นหยาบ และจากความสว่างสดใส

6.3 จังหวะที่เคลื่อนไหวสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง (Continuous Related Movement) หมายถึง จังหวะการซ้ำของส่วนประกอบในการออกแบบที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันไปอย่างต่อเนื่อง และให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว

7. การเน้น (Emphasis) ในงานออกแบบทุกประเภทหากต้องการให้มีความเด่นสะดุดตา เพื่อให้ผู้ดูเกิดความสนใจในสาระของงานออกแบบนั้นๆ จำเป็นต้องสร้างความสนใจด้วยการเน้นรูปทรง ดังนั้นงานออกแบบที่มีคุณภาพจึงควรมีจุดศูนย์กลางของความสนใจ ซึ่งการเน้นให้เกิดจุดเด่นที่น่าสนใจนั้น สามารถทำได้โดยใช้เส้น ทิศทาง รูปร่าง รูปทรง ขนาด ลักษณะผิว สี น้ำหนักตลอดจนบริเวณว่างให้มีความแตกต่างกันในการเน้นจุดเด่นควรเน้นจุดสำคัญเพียงแห่งเดียวและเน้นในปริมาณที่ไม่มากนัก เพื่อให้เกิดเอกภาพของรูปทรง

การออกแบบยุคโลกาภิวัตน์ เมื่อครั้งที่ยังไม่มีเครื่องคอมพิวเตอร์ เราใช้วิธีการนำดินสอปากกามา จี๊ดๆ เขียนๆ ลงบนกระดาษ เป็นการร่างแบบก่อนจะลงมือสร้างสรรค์ผลงานจริงอีกครั้ง ซึ่งต้องใช้เวลาที่ต้องผ่านกระบวนการหลายขั้นตอน ใช้วัสดุอุปกรณ์ประกอบมากมายกว่าจะได้ผลงานแต่ละชิ้น พอมาถึงยุคปัจจุบันมีคอมพิวเตอร์มาช่วยอำนวยความสะดวกในการออกแบบต่างๆ ทำให้ย่นระยะเวลาการทำงานได้โดยไม่ต้องใช้วัสดุอุปกรณ์มากมายเหมือนยุคก่อน และใช้เวลาในการผลิตผลงานแต่ละชิ้นน้อยลง โดยอาศัยโปรแกรมกราฟิกต่างๆ ซึ่งมีอยู่มากมาย ได้แก่ Adobe

Illustrator, Adobe Photoshop, Macromedia Freehand, Corel Draw เป็นต้น ทำให้เราสามารถผลิตผลงานได้เร็วขึ้น ดีขึ้น และน่าสนใจมากกว่าเดิม

6.1.3 ทฤษฎีสัญญาวิทยา

สัญญาวิทยา (Semiology) เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการให้คำอธิบายต่อสิ่งที่เรียกว่า “สัญญา” (Sign) คือ อธิบายการเกิดขึ้น การพัฒนา การแปรเปลี่ยน รวมทั้งการเชื่อมโยงตลอดจนการสูญสลายของสัญญาหนึ่งๆ ที่ปรากฏออกมาอย่างมีระบบระเบียบ โดยจะเน้นในเรื่องการตีความหมายของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบย่อยของโครงสร้าง เป็นทฤษฎีของกลุ่มยุคหลังสมัยใหม่ที่ว่า “สัญญา” จะเป็นตัวกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม โดยเส้นกั้นระหว่างวัฒนธรรมกับสังคม วัฒนธรรมประชาานิยมกับเศรษฐกิจจะเลื่อนหายไปและมีการผสมผสานผสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน มีการพึ่งพาซึ่งกันและกัน เช่น ความเติบโตทางเศรษฐกิจต้องอาศัยวัฒนธรรมและการสร้างวัฒนธรรมก็ต้องอาศัยเศรษฐกิจ โดยจะเกี่ยวพันกันแบบลูกโซ่ มีการเน้นสไตล์หรือรูปแบบมากกว่าเนื้อหา หรือเรียกว่า “อุดมการณ์แบบนักออกแบบ” (Designer Ideology) คือ ทุกอย่างต้องมีการออกแบบ และอุดมการณ์ดังกล่าวจะทำให้ภาพลักษณ์สำคัญกว่าการเล่าเรื่อง ซึ่งการบริโภคก็จะเป็นการบริโภคสัญญา หรือภาพลักษณ์มากกว่าคุณประโยชน์ในการใช้งาน (กาญจนา แก้วเทพ. 2544 : 35) และมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าที่จะต้องมองที่รูปลักษณ์ภายนอกของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์มากกว่า ดังนั้นแนวคิดของกลุ่มนี้จึงไม่สนใจเนื้อหาสาระภายในแต่จะสนใจในเรื่องของการมองสิ่งที่ห่อหุ้มอยู่ภายนอกเป็นสำคัญ

กาญจนา แก้วเทพ (2544 : 35) ได้กล่าวถึงแนวคิดของ อัมเบอร์โต อีโค (Umberto Eco) ซึ่งเป็นนักสัญญาวิทยาที่ได้แสดงแนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์สัญญาว่า ในตัวสัญญาหนึ่งๆ นั้นประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ตัวสัญญาหรือรูปสัญญา ตัวหมาย และแนวคิดทางวัฒนธรรม โดยส่วนที่ 3 หรือแนวคิดทางวัฒนธรรมนั้นจะสามารถผลิตสายโซ่แห่งความหมายได้อย่างกว้างขวางและยาวโดยไม่มีที่สิ้นสุด ส่วนโรแลนด์ บาร์เทส์ (Roland Barthes) นักปรัชญาชาวฝรั่งเศสได้นำแนวคิดเชิงสัญญาวิทยามาใช้ในการตีความสัญญาที่เกี่ยวข้องกับการเมือง โดยเชื่อว่าการวิเคราะห์เชิงสัญญา ประเด็นแรก คือ การแสดงให้เห็นว่ามีเรื่องราวอะไรบ้าง และประเด็นที่สอง คือ กระบวนการสร้างตัวบทต่างๆ ต้องมีกระบวนการเลือกสรรและนำสัญญามาประกอบเข้าด้วยกัน (กาญจนา แก้วเทพ. 2544 : 100)

ดังนั้นในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมจึงมีการวิเคราะห์ทั้งรูปแบบที่เป็นการมองจากรูปลักษณ์ภายนอกและความหมายที่แฝงอยู่ภายในเพื่อสร้างสิ่งเร้าให้เกิดขึ้นในตัวผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งมาที่การบริโภคเป็นหลัก และนำแนวคิดเชิงสัญญามาประกอบด้วย เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์ส่วนหนึ่งเกิดจากการถูกกระตุ้นด้วยสัญลักษณ์อันเป็นสิ่งที่เข้ามาแทนที่ความหมาย

ที่แท้จริงของวัตถุหรือสินค้านั้นๆ (กนกศักดิ์ แก้วเทพ และปัทมวรรณ เนตรพุกณะ. 2541 : 239) จากแนวคิดดังกล่าวผู้วิจัยเชื่อว่าหากนำแนวคิดเชิงสัญลักษณ์มาใช้กับสินค้าโดยให้ผู้บริโภครับรู้ได้จากรูปลักษณะภายนอกจะทำให้ผู้บริโภคเข้าใจความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ภายในสินค้านั้นได้ง่ายขึ้น คือ ขั้นแรกเป็นการกระตุ้นจากรูปลักษณะภายนอกของสินค้า และขั้นที่สองกระตุ้นด้วยความหมาย เมื่อผู้บริโภคเข้าใจแล้วจะเกิดการยอมรับและพออนามาสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

ทฤษฎีดังกล่าวเมื่อนำมาใช้ในด้านการออกแบบต่างๆ จึงหมายถึงการสร้างสัญลักษณ์เพื่อให้เข้าใจร่วมกันระหว่างผู้บริโภคกับตัวสินค้า โดยผู้บริโภคต้องสามารถตีความในสินค้านั้นๆ ได้ ซึ่งสิ่งที่จะทำให้ตีความได้ง่ายขึ้นคือ สัญลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ในขณะนั้น เช่น รูปแบบ สี สัน ข้อความต่างๆ เพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกัน เป็นต้น

6.2 ทฤษฎีเสริม

6.2.1 ทฤษฎีวัฒนธรรมและการแพร่กระจายวัฒนธรรม

แนวคิดเกี่ยวกับวัฒนธรรม พระยาอนุมานราชธน อธิบายว่า วัฒนธรรม คือ สิ่งที่มีมนุษย์เปลี่ยนแปลงปรับปรุงหรือผลิตขึ้นเพื่อความเจริญงอกงามในวิถีชีวิตมนุษย์ในส่วนรวมที่ถ่ายทอดกันได้ เลียนแบบกันได้ เอาอย่างกันได้ (สมศักดิ์ ศรีสันติสุข. 2548 : 3) ในขณะเดียวกัน พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ได้นิยามความหมายของวัฒนธรรมว่า เป็นสิ่งที่ทำความเจริญงอกงามให้กับหมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมในการแต่งกาย วิถีหมู่คณะ เช่น วัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา เป็นต้น

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2548 : 3) กล่าวว่า ความหมายของวัฒนธรรมจากการนิยามของเอ็ดเวิร์ด เบอร์เนท ไทเลอร์ ซึ่งเป็นบิดาสาขามานุษยวิทยาวัฒนธรรม ได้ศึกษาและให้คำนิยามว่า คือ ผลรวมของสิ่งต่างๆ ที่มีความซับซ้อนที่ประกอบไปด้วยความรู้ ความเชื่อ ศิลปะ ศิลธรรม กฎหมาย ประเพณี อุปนิสัย ตลอดจนพฤติกรรมอื่นๆ ที่มนุษย์แสดงออกมา

กาญจนา แก้วเทพ (2544 : 6) ได้ศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมในแง่มุมที่แตกต่าง คือ ได้ให้คำนิยามวัฒนธรรมในแง่มุมที่เป็นลักษณะย่อยตามหัวข้อต่างๆ คือ

1. แง่มุมเชิงประวัติศาสตร์ คือ มีวิวัฒนาการ (เกิด แก่ เจ็บ ตาย) มีการตั้งคำถาม มีเหตุผล มีการพัฒนาความเจริญเติบโตในแง่ของความหมาย มีการเปลี่ยนแปลงคุณค่า และสิ้นสุดที่การสูญสลายของคำดังกล่าว

2. แง่มุมเชิงองค์ประกอบ คือ มีระบบความรู้ ความคิด ความเข้าใจ ความเชื่อ ระบบอารมณ์ความรู้สึก ระบบประเพณีปฏิบัติ ธรรมเนียมประเพณี ระบบค่านิยม และองค์ประกอบแบบทวิลักษณ์ 2 ส่วน คือ ส่วนที่มองเห็นกับส่วนที่มองไม่เห็น

3. แง่มุมเชิงสาขาวิชาการ เช่น สาขามานุษยวิทยา สังคมวิทยา การสื่อสาร

4. แกมมของจตุรรมของค่านิยามภายใต้หัวข้อ ดังนี้ วัฒนธรรมเป็นจิตสำนึกกรวม วัฒนธรรมมีลักษณะเฉพาะบริบท วัฒนธรรมต้องมีลักษณะพลวัตร วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องถ่ายทอด และวัฒนธรรมเป็นเครือข่าย

5. แกมมของวิวาทะทางวัฒนธรรม คือ เป็นการถกเถียงกันในประเทศต่างๆ กัน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มนักสังคมวิทยาที่ได้แสดงความเห็นว่า วัฒนธรรม คือ ความรู้ ความเชื่อ เครื่องมือ อุปกรณ์ และวิถีในการกระทำทุกสิ่งทุกอย่างซึ่งมนุษย์ได้มีส่วนร่วมในฐานะเป็นสมาชิกของสังคม เช่น การทำงาน การกินอยู่ หลับนอน เป็นต้น และได้มีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง กล่าวคือ วัฒนธรรมเป็นศัพท์ทางวิชาการ หมายถึง วิถีการดำเนินชีวิตแห่งพฤติกรรมและบรรดาผลงานทั้งหมดที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น ตลอดจนความคิด ความเชื่อ และความรู้จากสิ่งต่างๆ เหล่านี้ โดยเกิดจากการเรียนรู้ การสร้างสมของมนุษย์ และสามารถถ่ายทอดกันได้จากสังคมหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง จากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนรุ่นต่อไป

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการอีกหลายท่านที่ให้คำนิยามไว้ ซึ่งส่วนใหญ่ก็จะเป็นผลจากการแสดงออกทางพฤติกรรมของคนในสังคมอันได้รับมาจากอดีตทั้งสิ้น

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง แบบแผนการดำรงชีวิตที่มนุษย์สร้างขึ้น ปฏิบัติร่วมกันและเป็นที่ยอมรับของคนในสังคมเป็นส่วนใหญ่ เพื่อความเจริญงอกงามมีการเรียนรู้ และถ่ายทอดสู่รุ่นหลัง สามารถเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในยุคต่างๆ ได้ โดยอาจเสื่อมสลายได้เช่นกันหากสังคมส่วนใหญ่ไม่ยอมรับ สามารถแยกลักษณะวัฒนธรรมเป็นข้อใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. วัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากเป็นแบบแผนในการปฏิบัติและดำรงชีวิตของคนในสังคมได้อย่างมีความสุข ดังนั้นการนำแบบแผนไปปฏิบัติหากพิจารณาจากการศึกษาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดได้อย่างถูกต้อง ก็สามารถทำให้รับรู้ลักษณะที่ถูกต้องของขนบธรรมเนียมประเพณีไทยที่งดงามได้เช่นกัน ทำให้สังคมมีการอยู่ดีกินดี ฯลฯ

2. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น กล่าวคือ เป็นสิ่งที่ไม่ได้ติดตัวมาตั้งแต่เกิด แต่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อใช้เป็นแบบแผนปฏิบัติและกำหนดพฤติกรรมมนุษย์ในสังคมร่วมกัน โดยหากคนในสังคมมีการเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องราวทางวัฒนธรรมจากผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างถูกต้องก็สามารถทำให้คนในสังคมปฏิบัติตัวได้อย่างเหมาะสม ซึ่งถือเป็นการนำมาใช้กำหนดพฤติกรรมที่ดีร่วมกันได้ เป็นต้น

3. วัฒนธรรมมีการยอมรับร่วมกัน คือ เมื่อมีการสร้างวัฒนธรรมขึ้นมาปฏิบัติจะต้องได้รับการยอมรับร่วมกันจึงจะสามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืนเช่นเดียวกับการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม หากยึดถือเป็นแบบแผนเดียวกันที่มีการเรียนรู้ มีการสังเกตจากผลงานที่ถูกสร้างขึ้นมาอย่างถูกต้อง มีการณรงค์ มีการสื่อสารเพื่อเรียนรู้จะทำให้ยอมรับร่วมกันได้

4. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ต้องเรียนรู้ คือ เกิดจากการเรียนรู้ของคนในสังคม เพื่อให้ทราบวิธีปฏิบัติตลอดจนเข้าใจความหมายของสิ่งที่ต้องกระทำร่วมกัน เช่นเดียวกับการสร้างผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่หากมีความเข้าใจถึงสิ่งที่ต้องปฏิบัติร่วมกัน มีขั้นตอนการปฏิบัติอย่างไร เรียนรู้อย่างไร โดยหากมีการปฏิบัติอยู่ก่อนแล้ว ผู้ปฏิบัติรุ่นหลังต้องพยายามเรียนรู้ถึงการแยกแยะในสิ่งที่ดีงามที่ควรยึดถือปฏิบัติตาม เพื่อจะได้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

5. วัฒนธรรมมีการถ่ายทอด คือ ต้องมีการถ่ายทอดสู่รุ่นหลังให้ทราบถึงความสำคัญ เพื่อจะได้ยึดถือปฏิบัติและส่งต่อให้รุ่นหลังได้

6. วัฒนธรรมในแต่ละสังคมมีความแตกต่างกัน โดยขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม ดังนั้นจึงไม่สามารถกำหนดได้ว่าวัฒนธรรมใดดีกว่ากัน

7. วัฒนธรรมสามารถเปลี่ยนแปลงได้ โดยเป็นการเปลี่ยนแปลงตามสภาพสังคมที่เปลี่ยนไปตามกาลเวลา

8. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายได้ โดยหากไม่มีการพัฒนาหรือถ่ายทอดจากคนในสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมก็สามารถเสื่อมสลายได้

9. วัฒนธรรมเป็นผลรวมของหลายๆ สิ่ง คือ เป็นผลรวมจากแบบแผนหรือแนวทางในการดำเนินชีวิตซึ่งประกอบขึ้นมาจากสิ่งต่างๆ หลายๆ อย่างเข้าด้วยกันกลายเป็นวัฒนธรรมหลัก และวัฒนธรรมหลักก็สามารถแบ่งเป็นวัฒนธรรมย่อยๆ ได้อีก

10. วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคม คือเป็นสมบัติส่วนรวม มีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งสู่รุ่นหนึ่ง ส่งผลให้วัฒนธรรมในอดีตถูกถ่ายทอดสู่สังคมปัจจุบันได้

จากแนวคิดเชิงวัฒนธรรม สรุปได้ว่า การสร้างผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมโดยเฉพาะในส่วนของการนำภาพจิตรกรรมไทยมาประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์หลายๆ ประเภท เป็นสิ่งที่ผู้ปฏิบัติควรเรียนรู้ทั้งเรื่องราวและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทถึงหน้าที่การใช้งานที่ถูกต้อง ความเหมาะสมของเรื่องราวต่างๆ ที่ความนำมาประกอบในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทด้วย เพื่อไม่ให้ขัดต่อระเบียบประเพณีในสังคมไทย

1. ลักษณะของวัฒนธรรม ในสังคมทุกสังคมต้องมีวัฒนธรรมและวัฒนธรรมของแต่ละสังคมย่อมมีลักษณะเฉพาะที่แสดงออกมาซึ่งบางครั้งอาจมีการใช้ลักษณะของวัฒนธรรมเป็นเครื่องแบ่งอาณาเขตของประเทศได้ โดยลักษณะเด่นของวัฒนธรรมจะประกอบด้วย

1.1 วัฒนธรรมคือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อใช้ป็นสิ่งช่วยในการดำเนินชีวิต

1.2 วัฒนธรรมเป็นผลรวมของหลายสิ่งหลายอย่าง เช่น ความรู้ ความเชื่อ

1.3 วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นแนวทางพฤติกรรมที่มีการเรียนรู้กันได้ ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นเองโดยปราศจากการเรียนรู้มาก่อน และลักษณะข้อนี้เองที่ทำให้มนุษย์แตกต่างไปจากสัตว์ กล่าวคือ พฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์ปราศจากการเรียนรู้มาก่อน หรือกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า

พฤติกรรมส่วนใหญ่ของสัตว์เกิดจากสัญชาตญาณ ส่วนมนุษย์นั้นมีสมองอันทรงคุณภาพ จึงสามารถรู้จักคิด ถ่ายทอด และเรียนรู้ กระบวนการดังกล่าวที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลมีการติดต่อกับบุคคลอื่นๆ ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม

1.4 วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นมรดกแห่งสังคม วัฒนธรรมเป็นผลของการถ่ายทอดการเรียนรู้ และเครื่องมือที่ใช้ในกระบวนการดังกล่าวคือ การสื่อสารโดยใช้สัญลักษณ์ ได้แก่ การที่มนุษย์มีภาษาที่ใช้แน่นอน ซึ่งมีส่วนช่วยให้การถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นก่อน ๆ ดำเนินสืบต่อเนื่องกันมา ดังนั้น วัฒนธรรมจึงมีลักษณะเป็นมรดกแห่งสังคม

1.5 วัฒนธรรมมีลักษณะเป็นปรากฏการณ์อย่างเดียวกันในทางกายภาพ หรือชีวภาพ โดยอาจเป็นปรากฏการณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม วัฒนธรรม กล่าวคือ ของสิ่งหนึ่งอาจนำมาใช้ในความหมายที่ต่างกันออกไปในแต่ละสังคมต่างๆ ที่ก็คือสิ่งเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ลิ่น เป็นอวัยวะส่วนหนึ่งของร่างกายของทุกคน ชาวทิเบตนำมาใช้ในการแสดงออกถึงความเคารพนับถือ โดยการแลบลิ่น ส่วนชาวไทยกลับถือเป็นการอาการแสดงที่ไม่สุภาพ เป็นต้น

1.6 วัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต หรือแผนดำเนินชีวิตของมนุษย์

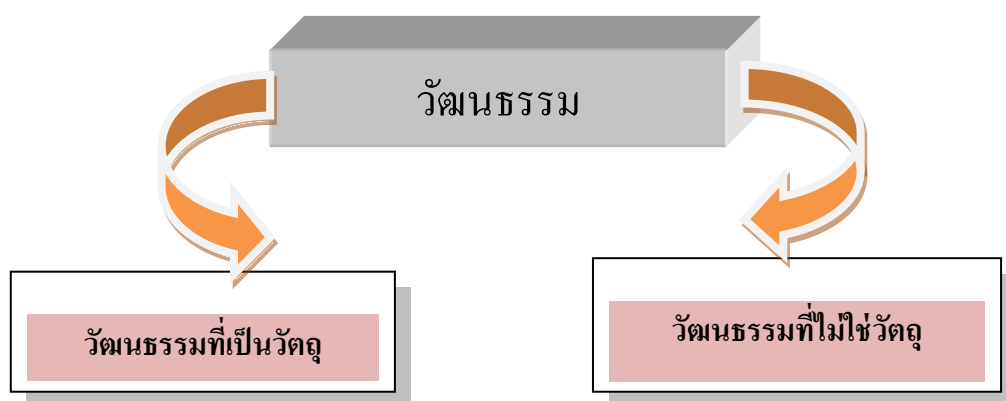
1.7 วัฒนธรรมเป็นผลจากการช่วยกันสร้างสรรค์ของมนุษย์และได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงโดยสิ่งใดที่ไม่ดีหรือล้าสมัยก็เลิกใช้ไป ส่วนสิ่งใดที่ดีก็ยังคงไว้ใช้ต่อไป เช่น การเพาะปลูก แต่ก่อนใช้แรงสัตว์ต่อมาเห็นว่าเป็นวิธีที่ช้าและล้าสมัยจึงประดิษฐ์หรือซื้อเครื่องมือเครื่องจักรมาใช้ในงานเพาะปลูกทำให้ได้ผลผลิตมากขึ้น

1.8 วัฒนธรรมมิใช่เป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่เป็นของส่วนรวมสิ่งที่จะถือเป็นวัฒนธรรมได้จะต้องเป็นสิ่งที่สังคมยอมรับปฏิบัติ ไม่ใช่เฉพาะคนใดคนหนึ่งยอมรับถือปฏิบัติเท่านั้น

2. ประเภทของวัฒนธรรม เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า วัฒนธรรมแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท คือ วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ (Material Culture) กับวัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ (Nonmaterial Culture)

2.1 วัฒนธรรมที่เป็นวัตถุ ได้แก่ สิ่งประดิษฐ์ซึ่งมนุษย์ได้คิดสร้างสรรค์ขึ้น เช่น สิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน อาคารบ้านเรือน รถยนต์ ปากกา นาฬิกา เป็นต้น

2.2 วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ หรือวัฒนธรรมที่เป็นสัญลักษณ์ เช่น ภาษาพูด ระบบความเชื่อ แบบแผนในการดำเนินชีวิต ความคิด ศิลธรรม วิธีการกระทำ ตลอดจนเครื่องใช้ต่างๆ ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นต้น



ภาพประกอบ 2 แผนผังแสดงประเภทของวัฒนธรรม

การแบ่งวัฒนธรรมนั้นนักสังคมวิทยาบางท่านแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. วัฒนธรรมทางแนวความคิด (Ideas-Thinking)
2. วัฒนธรรมทางบรรทัดฐาน (Norms-Doing)
3. วัฒนธรรมทางวัตถุ (Material-Having)

วัฒนธรรมทางแนวความคิด หมายถึง วัฒนธรรมที่เกี่ยวกับความคิดเห็น ความเชื่อหรือความรู้สึกนึกคิด ซึ่งอาจถูกหรือผิดก็ได้ เช่น ความเชื่อว่าคนตายแล้วเกิด การทำบุญ ทำบาป การเชื่อถือโชคลาง เป็นต้น

วัฒนธรรมทางบรรทัดฐาน ได้แก่ ระเบียบแบบแผนหรือประเพณีที่บุคคลในสังคมยึดถือหรือกฎหมายที่ใช้ปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งประกอบด้วย

1. วิถีชาวบ้าน คือ ระเบียบแบบแผนที่บุคคลในสังคมควรจะปฏิบัติ เช่น การบวชลูกชายเมื่ออายุครบ 20 ปี เพื่อทดแทนคุณบิดามารดา การต้อนรับแขก เมื่อใครมาเยี่ยมถึงเรือนชาควรจะต้อนรับ ถ้าใครไม่ปฏิบัติตามอาจได้รับการตักเตือนนินทา เป็นต้น
2. กฎหมาย ได้แก่ ระเบียบแบบแผนที่ทุกคนในสังคมต้องปฏิบัติตาม หากฝ่าฝืนจะถูกลงโทษตามตัวบทกฎหมายหรือระเบียบข้อบังคับ เช่น การหยุดรถเมื่อมีสัญญาณไฟแดงตามกฎหมายจราจร
3. จารีต ได้แก่ ระเบียบแบบแผนที่บุคคลในสังคมจะต้องปฏิบัติตาม หากฝ่าฝืนถือเป็นการกระทำผิดทางศีลธรรมสังคม ซึ่งอาจถูกตัดออกจากสังคม เช่น การเลี้ยงดูพ่อแม่ และตอบแทนบุญคุณเมื่อท่านแก่ชราลง โดยที่เรายังอยู่ในภาวะที่สามารถรับผิชอบได้

วัฒนธรรมวัตถุ ได้แก่ วัตถุสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อนำมาใช้ในสังคม เช่น เสื้อผ้า อาหาร ยา ที่อยู่อาศัย

นอกจากนี้วัฒนธรรมอาจแบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ โดยไม่แยกตามลักษณะที่เป็นวัตถุ และไม่ใช้วัตถุก็ได้ โดยอาจแบ่งตามประเภทของลักษณะเนื้อหา หรือตามลักษณะหน้าที่ก็ได้ ดังนี้ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติได้แบ่งเนื้อหาของวัฒนธรรมไทย โดยจำแนกได้ 5 สาขา คือ

1. ศิลปกรรม ได้แก่ ภาษา วรรณกรรม การละคร นาฏศิลป์ ดนตรี จิตรกรรม สถาปัตยกรรม ประติมากรรม และศิลปะการแสดงอื่นๆ เป็นต้น
2. มนุษยศาสตร์ ได้แก่ คุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม ขนบธรรมเนียมประเพณี กฎหมาย การปกครอง ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ปรัชญา ศาสนา เป็นต้น
3. การช่างฝีมือ ได้แก่ การเย็บปักถักร้อย การแกะสลัก การทอ การจักสาน การทำเครื่องถม เครื่องเงิน เครื่องทอง
4. กีฬาและนันทนาการ ได้แก่ มวยไทย กระบี่ กระบอง ตะกร้อ การละเล่นพื้นเมือง
5. คหกรรม ได้แก่ ระเบียบในเรื่องการกินอยู่ มารยาทในสังคม การแต่งกาย การตกแต่งเคหสถาน การดูแลเด็ก ฯลฯ

แม้จะมีการแบ่งวัฒนธรรมได้หลากหลายรูปแบบแล้ว วัฒนธรรมยังสามารถแยกตามประเภทและลักษณะหน้าที่ ได้ดังนี้

1. เพื่อสนองความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ปัจจัย 4 ในการครองชีพ
2. เพื่อความสงบเรียบร้อยของสังคม ได้แก่ การปกครอง
3. เพื่อผลทางจิตใจ ได้แก่ ศาสนา
4. เพื่อความสดชื่นในชีวิต ได้แก่ สุนทรียภาพ
5. เพื่อการสื่อสารความรู้ ได้แก่ การศึกษา

ดังนั้น วัฒนธรรมจะแบ่งออกเป็นกี่ประเภท และจะแบ่งโดยใช้เกณฑ์อะไรก็ได้ แต่สิ่งที่สำคัญคือเมื่อแบ่งแล้วเราสามารถนำเอาวัฒนธรรมทั้งหลายมาใช้ให้ตรงตามวัตถุประสงค์ได้ มีการยอมรับและปฏิบัติจากสังคมส่วนใหญ่ ถือว่าได้นำมาใช้อย่างถูกต้องและเหมาะสมแล้ว

แนวคิดการแพร่กระจายวัฒนธรรม

การแพร่กระจายวัฒนธรรม มักจะเกิดขึ้นจากพื้นที่หนึ่งแล้วแพร่กระจายสู่พื้นที่หนึ่งหรือหลายๆ พื้นที่ โดยเกิดขึ้นในรูปแบบของการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน เป็นต้น นามาสผสมผสานเกิดเป็นวัฒนธรรมใหม่ขึ้น หากวัฒนธรรมนั้นได้รับการยอมรับก็จะคงอยู่ต่อไป ในขณะที่วัฒนธรรมของสังคมหนึ่ง ย่อมแตกต่างจากวัฒนธรรมของสังคมอื่น และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บกักไว้เหมือนสิ่งของใดๆ ได้ ทรายใดที่มนุษย์ยังมีการเคลื่อนย้ายจากถิ่นหนึ่งไปยังแหล่งอื่น เช่น มีการท่องเที่ยว มีการค้า การเผยแพร่ศาสนา การไปศึกษาหาความรู้ เป็นต้น สิ่ง

ต่างๆ เหล่านั้นก็จะเปลี่ยนนำเอาวัฒนธรรมจากสังคมของแต่ละแห่งไปผสมผสานกับวัฒนธรรมของตนเอง ซึ่งถือได้ว่าเป็นการแพร่กระจายวัฒนธรรม นอกจากนี้ความเจริญก้าวหน้าในการสื่อสารคมนาคมขนส่งก็ยังช่วยให้การแพร่กระจายวัฒนธรรมเป็นไปอย่างกว้างขวาง สะดวกและรวดเร็ว อาจพิจารณาได้จากวัฒนธรรมของต่างประเทศที่ได้หลั่งไหลเข้ามาสู่สังคมไทย เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ต่างๆ ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิต เป็นต้น

การแพร่กระจายทางวัฒนธรรมนั้นมีความสำคัญมากต่อความเจริญก้าวหน้าของสังคม เนื่องจากทำให้สังคมที่ได้รับวัฒนธรรมใหม่ได้โดยไม่ต้องลงทุนและเสียเวลากับการที่จะต้องเริ่มพัฒนาจากจุดเริ่มต้น และหากรู้จักเลือกรับเอา หรือปรับปรุงวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับสังคมของตนแล้วย่อมจะได้รับประโยชน์มากขึ้น แต่อาจมีข้อจำกัดบางประการดังนี้

1. ความเชื่อเดิมที่ขัดกับหรือไม่สอดคล้องกับวัฒนธรรมเดิม
2. ความห่างไกล และการติดต่อคมนาคมไม่สะดวก
3. ความกลัวต่อการเปลี่ยนแปลง
4. ความยากง่ายของวัฒนธรรมใหม่
5. ความผูกพันอยู่กับวัฒนธรรมเดิมและไม่ยอมรับสิ่งแปลกๆ ใหม่

การรับวัฒนธรรมอื่นมาเป็นของตนนั้น อาจทำให้วัฒนธรรมเดิมสลายตัวไปและทำให้สูญเสียความเป็นชาติดั้งเดิม แต่ในขณะเดียวกันหากไม่รับสิ่งนั้นๆ ก็อาจทำให้เกิดผลลบเช่นกัน คือสังคมอาจเจริญก้าวหน้าตามสังคมอื่นไม่ทัน ดังนั้นจึงควรรู้จักเลือกและปรับปรุงแก้ไขให้เกิดการผสมผสานกันเป็นวัฒนธรรมใหม่ขึ้นในลักษณะของความเป็นสิ่งร่วมสมัยที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมต่างๆ ได้อย่างกลมกลืน

ฟรานซิส อาร์ อัลเลน (สุพิศวง ธรรมพินทา. 2532 : 24 ; อ้างอิงมาจาก ฟรานซิส อาร์ อัลเลน. ม.ป.ป. : ไม่มีเลขหน้า) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการแพร่กระจายวัฒนธรรม พบว่า เป็นการให้จากกลุ่มอื่นและต้องเป็นที่ยอมรับในกลุ่มผู้รับด้วย สิ่งใหม่ๆ จึงจะผสมเข้ากับสังคมวัฒนธรรมได้อย่างกลมกลืนและต้องมีการทำอย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกันยังกล่าวว่า การสื่อสารและคมนาคมที่ทันสมัยจะช่วยส่งเสริมการแพร่กระจายวัฒนธรรมได้อย่างดียิ่ง รวมทั้งการรับวัฒนธรรมใหม่ย่อมแตกต่างกันออกไป คือ มีทั้งการยอมรับอย่างเต็มใจและการต่อต้านอย่างรุนแรง

6.2.2 ทฤษฎีการตลาด

การตลาด คือ กระบวนการวางแผนและผลิตตามแผน ตามแนวความคิดผลิตภัณฑ์ที่กำหนดขึ้น การกำหนดราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจเป็นความคิด สินค้าและบริการ เพื่อสร้างสรรค์ให้เกิดการแลกเปลี่ยนขึ้น นำมาสู่ความพึงพอใจของทั้งสองฝ่าย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2543 : 3)

การตลาด คือ เกมแห่งการเรียนรู้ โดยเป็นการตัดสินใจเฝ้าดูผลลัพธ์และเรียนรู้จากผลที่เกิดขึ้น เพื่อให้สามารถตัดสินใจได้ดีขึ้นในครั้งต่อไป (ฟิลลิป คอตเลอร์. 2550 : 294)

ในการทำธุรกิจองค์กรต่างๆ ควรให้ความสนใจในการกำหนดแผนการตลาด เพื่อความสำเร็จขององค์กร โดยทั่วไปแผนการตลาด มีอยู่ 6 ประการ คือ (ฟิลลิป คอตเลอร์. 2550 : 299)

1. แผนการตลาดตราสินค้า

2. แผนการตลาดหมวดผลิตภัณฑ์ เป็นการกำหนดสมมติฐาน การพยากรณ์ และเป้าหมาย เพื่อใช้เป็นปัจจัยประกอบการวางแผนตราสินค้าแต่ละตัวก่อนเพื่อให้เป็นที่ยอมรับ หลังจากนั้นจึงนำมารวมกันเป็นแผนสำหรับหมวดผลิตภัณฑ์ทั้งหมด

3. แผนผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นการกำหนดแผนการพัฒนาและเปิดตัวผลิตภัณฑ์ โดยแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะต้องได้รับการกำหนด ปรับปรุงแก้ไข และทดสอบควบคู่ไปกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยในช่วงของการเปิดตัวสู่ตลาดจะมีรายละเอียดของกิจกรรมที่จะทำชุดต่อไปควบคู่ไปด้วย

4. แผนการตลาดส่วนตลาด เป็นการแยกตลาดออกเป็นส่วนย่อยและกำหนดแผนสำหรับตลาดแต่ละส่วน เช่น โคมไฟ กำหนดส่วนตลาดเป็นกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป วิทยากร เป็นต้น เพื่อให้สินค้าสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ตรงตามเป้าหมาย

5. แผนการตลาดเชิงภูมิศาสตร์ เป็นการวางแผนการตลาดสำหรับประเทศ ภูมิภาค เมือง และพื้นที่ใกล้เคียงในแต่ละส่วน

6. แผนลูกค้า เป็นการจัดเตรียมแผนสำหรับลูกค้าแต่ละราย

ในการวิเคราะห์แผนการตลาด ประกอบด้วย

1. การวิเคราะห์สถานการณ์ มีองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

- 1.1 คำอธิบายเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน เป็นการประเมินสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์จากสถิติการขาย ส่วนแบ่งตลาด ราคาต้นทุน กำไร ข้อมูลคู่แข่ง ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางการตลาด

- 1.2 การวิเคราะห์ SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรคหรือความเสี่ยง) โดยส่วนของจุดแข็งและจุดอ่อน (SW) จะอธิบายเฉพาะส่วนหลักๆ ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โดยจะกล่าวถึงปัจจัยภายในของบริษัท ส่วนโอกาสและอุปสรรคจะกล่าวถึงส่วนที่อยู่ภายนอกองค์กร

- 1.3 ประเด็นปัญหาหลักที่ธุรกิจกำลังเผชิญ จะกล่าวถึงส่วนที่เป็นปัญหาและทางเลือกในการแก้ปัญหา

- 1.4 สมมติฐาน หรือความเข้าใจเกี่ยวกับอนาคต เป็นการเขียนขึ้นในลักษณะของการคาดการณ์อนาคตเพื่อรองรับแผนธุรกิจ

วัตถุประสงค์และเป้าหมายทางการตลาด เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์ที่ต้องการบรรลุผลภายในระยะเวลาที่กำหนด โดยส่วนใหญ่มักกล่าวถึงเรื่องส่วนต่างกำไร ส่วนแบ่งตลาด ความพอใจของลูกค้าส่วนกลยุทธ์การตลาด เป็นการกำหนดกลยุทธ์เพื่อบรรลุเป้าหมาย โดยจะกำหนดภายในประเด็นต่อไปนี้

1. ตลาดเป้าหมาย
2. การวางตำแหน่งหลัก
3. การวางตำแหน่งราคา
4. การวางตำแหน่งคุณค่าโดยรวม
5. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย
6. กลยุทธ์การสื่อสาร

แผนปฏิบัติการด้านการตลาด เป็นการแปลงเป้าหมายและกลยุทธ์ให้เกิดขึ้นตามเวลาที่กำหนด คือ มีการกำหนดระยะเวลา เช่น การเปิดแคมเปญโฆษณา การส่งเสริมการขาย การเข้าร่วมงานแสดงสินค้า การออกผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นต้น

เมื่อพิจารณาด้านการตลาดสำหรับการวิจัยนี้จึงเป็นการมุ่งเน้นพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมประเภทโคมไฟเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้พิจารณาและนำเสนอส่วนประสมทางการตลาดที่เหมาะสมในยุคปัจจุบัน คือ เป็นการพิจารณาจากทั้งในมุมมองของผู้ซื้อและผู้ขาย และกำหนดเป็นกรอบความคิดทางการตลาดของโคมไฟ จากผลการวิจัยนี้ คือ 4 Ps และ 4Cs ดังนี้

ตาราง 1 แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4 Ps และ 4Cs

4 Ps	4 Cs
ผลิตภัณฑ์ (Product)	คุณค่าผู้บริโภค (Customer Value)
ราคา (Price)	ต้นทุนต่อผู้บริโภค (Cost to the Customer)
ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	ความสะดวกสบาย (Convenience)
การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	การสื่อสาร (Communication)

โดยหลักๆ เมื่อนักการตลาดพิจารณาตัวเองว่าเป็นผู้ขายผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคจะมองตัวเองว่าเป็นผู้ซื้อคุณค่า ดังนั้นส่วนประสมการตลาดจึงต้องพิจารณาปัญหาให้เกิดขึ้นเป็น 2 ทาง เพื่อให้เกิดความพอใจต่อทั้งสองฝ่าย

6.2.3 ทฤษฎีการรับรู้

การรับรู้ (Perception) คือ วิธีการที่บุคคลต่าง ๆ มีความคิดต่อตัวกระตุ้นอย่างเดียวกันภายใต้เงื่อนไขเดียวกัน แต่บุคคลเหล่านั้น อาจมีวิธีการยอมรับในตัวกระตุ้น (Recognize) การเลือกสรร (Select) การประมวล (Organize) และการตีความ (Interpret) เกี่ยวกับตัวกระตุ้นดังกล่าวแตกต่างกัน ทั้งนี้ ยังขึ้นอยู่กับพื้นฐานของกระบวนการของบุคคลแต่ละคนเกี่ยวกับความต้องการ ค่านิยม การคาดหวัง และปัจจัยอื่นๆ ดังนั้น การรับรู้สามารถให้คำจำกัดความได้ดังนี้

การรับรู้ (Perception) หมายถึง กระบวนการที่บุคคลแต่ละคนมีการเลือก การประมวลและการตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมาให้ความหมายและได้ภาพของโลกที่มีเนื้อหา (Schiffman and Kanuk .1991:146) นอกจากนี้ การรับรู้ยังหมายถึง กระบวนการการตีความที่ผ่านประสาทสัมผัสใดๆ โดยตรง หรือการรับรู้ อาจหมายถึง การตีความหมายของบุคคลที่จะทำให้เกิดการได้รู้ ได้เข้าใจ ดังนั้นการรับรู้ทุกครั้งที่เกิดขึ้นจึงต้องมีบุคคลเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยเสมอ เพื่อทำการตีความบางสิ่งบางอย่าง หรือเหตุการณ์ หรือความสัมพันธ์ในฐานะเป็นสิ่งที่สัมผัสรู้ โดยการผ่านประสาทสัมผัสนั้นๆ

จากประเด็นดังกล่าวเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึง ทักษะคิด ความต้องการและแรงจูงใจคือสิ่งที่ทำให้เกิดการรับรู้ของบุคคล และการรับรู้ถึงความต้องการจึงทำให้สามารถเปลี่ยนทัศนคติได้ และทัศนคติก็เป็นเงื่อนไขที่มีผลต่อวิธีการรับรู้ของผู้บริโภคด้วย นอกจากนี้ กลยุทธ์การซื้อของผู้บริโภคจะได้รับผลกระทบที่มาจาก การรับรู้ด้วย กล่าวคือบุคคลจะมีการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ วิธีการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ และนำไปสู่การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ และ การที่บุคคลมีการรับรู้ถึงการที่ไม่มีผลิตภัณฑ์ต่างๆอาจนำไปสู่การกระทำทางการตลาดได้ ดังนั้นเพื่อให้เข้าใจความหมายของการรับรู้ได้ดียิ่งขึ้น เราจำเป็นต้องทำความเข้าใจถึงสิ่งต่อไปนี้คือ

1. การรับรู้และความรู้สึกจากการสัมผัสเป็นสิ่งที่ไม่เหมือนกัน

เมื่อบุคคลมีการเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมจะมีปัจจัยที่จำเป็น 2 ประการเข้ามาเกี่ยวข้องคือ ความรู้สึกจากการสัมผัส (Sensation) และการรับรู้ (Perception) และข้อแตกต่างระหว่างความรู้สึกจากการสัมผัสคือ สิ่งซึ่งแสดงถึงผลที่ได้รับจากการกระตุ้นของอวัยวะสัมผัสนั้นๆ ส่วนการรับรู้ จะหมายถึงการตีความหมายของความรู้สึกจากการสัมผัสจากประสาทสัมผัสที่เกิดขึ้นจากตัวกระตุ้น 2 อย่างคือ ตัวกระตุ้นภายนอกและตัวกระตุ้นที่เกิดจากประสบการณ์ในอดีต ความรู้สึกจากการสัมผัสที่ได้จากการมองเห็น (Vision) จากการสัมผัส (Touch) จากการได้ยิน (Hearing) จากการลิ้มรส (Taste) และจากการได้กลิ่น (Smell) ทั้งหมดนี้จะทำให้เกิดผลต่อความรู้สึกที่ได้จากประสาทสัมผัสในทันที เช่น นักศึกษาหญิงใส่รองเท้าส้นสูงบนพื้นซีเมนต์ลื่นลื่นก็จะหกล้มบ่อยๆ ดังนั้นเมื่อเห็นพื้นซีเมนต์ลื่นลื่นก็ต้องเดินเลี่ยงไปทางอื่นเสมอเพื่อไม่ให้หกล้ม จึงทำให้เกิดการรับรู้ได้ว่า พื้นซีเมนต์ลื่นลื่น

เป็นสาเหตุที่ทำให้หกล้มได้ และการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจึงหมายถึงการจดจำผลของการรับรู้ถึงสาเหตุของการหกล้ม นั้นๆ

2. การตอบสนองของผู้บริโภคมีผลจากการรับรู้

ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีการตอบสนองต่อวัตถุที่มองเห็นแตกต่างกัน เนื่องจากพื้นฐานทางวัฒนธรรม ประสบการณ์ในอดีต การรับรู้ ของบุคคลแต่ละคน และแรงจูงใจของบุคคล จะทำให้เกิดการรับรู้ต่อวัตถุที่แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าความรู้สึกของบุคคลทุกคนจะเกิดขึ้นเหมือนกัน แต่การตอบสนองต่อความรู้สึกที่เกิดขึ้นของบุคคลจะมีการตีความหมายได้ต่างกัน ทำให้การรับรู้ของบุคคลที่ได้ออกมาต่างกัน และการรับรู้ต่างกันมีผลทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคแตกต่างกันไปด้วย โดยการรับรู้จะเกี่ยวข้องกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค (Perception relates to consumer needs and motives) ซึ่งความต้องการ แรงจูงใจ และการรับรู้ของบุคคลจะมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ตัวอย่างเช่น ผลไม้ จะเป็นอาหารที่มีประโยชน์เฉพาะคนที่ต้องการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ แต่สำหรับผู้บริโภคที่จัดงานเลี้ยงสังสรรค์ก็อาจเห็นผลไม้เป็นเพียงสิ่งที่ใช้ผสมเหล้าเพื่อให้อร่อยเท่านั้น ดังนั้นสิ่งที่บุคคลรับรู้จึงขึ้นอยู่กับความต้องการและแรงจูงใจของบุคคล ในขณะเดียวกันความต้องการและแรงจูงใจของบุคคลก็ขึ้นอยู่กับสิ่งที่บุคคลรับรู้ด้วย คือ บุคคลอาจไม่รู้ถึงความต้องการตนจนกว่าจะได้เห็นผลิตภัณฑ์ เป็นต้น และการรับรู้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงได้(Consumer perception change) โดยความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภคจะค่อยๆ เปลี่ยนไปตามเวลาตามสถานะของสิ่งแวดล้อมที่เปลี่ยนไป ซึ่งมีผลทำให้การรับรู้มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยจะเห็นได้จากกรณีที่ผู้บริโภคยินดีที่จะลองซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือมีปฏิกิริยาต่อแคมเปญการโฆษณาสินค้าชิ้นใหม่หรือจากการแสวงหาร้านค้าปลีกอื่นๆ ที่ต่างไปจากเดิม เป็นต้น

3. การรับรู้เกี่ยวข้องกับความต้องการและแรงจูงใจของผู้บริโภค

การรับรู้ของผู้บริโภคมีลักษณะเป็นเรื่องส่วนตัวคือ เหตุการณ์อย่างเดียวกันหรือผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ผู้บริโภค 2 คนจะรับรู้สิ่งดังกล่าวได้ไม่เหมือนกัน เนื่องจากการรับรู้เป็นเรื่องส่วนตัวที่เกิดขึ้นภายในใจของบุคคลแต่ละคนที่มีต่อสิ่งใดๆ ซึ่งเรื่องส่วนตัวนี้จะมีอยู่ในจิตใจของบุคคล โดยเฉพาะ บุคคลมักจะมีการจัดสิ่งที่ไม่ต้องการออกไป เช่น ราคาของสิ่งของ หรือข้อบกพร่องบางอย่างของสินค้า บุคคลจะมองเห็นหรือรับรู้แต่สิ่งที่ต้องการจะมองเห็นและได้ยื่นในสิ่งที่ต้องการจะพึง ดังนั้นผู้บริโภคที่ต้องการจะซื้อสินค้าใดๆ ก็รับรู้แต่ข้อดีที่มีอยู่หลายอย่างของสินค้านั้นมากกว่าข้อเสียของสินค้า เป็นต้น ดังนั้น การรับรู้จึงเป็นเรื่องของการคัดสรร เนื่องจากสมองหรือจิตใจของบุคคลแต่ละคนไม่สามารถที่จะเข้าใจและตีความหมายของความรู้ที่ได้รับเข้ามาทางประสาทสัมผัสในเวลาใดเวลาหนึ่งได้ทั้งหมด ซึ่งการที่บุคคลจะยอมให้สิ่งกระตุ้นใดๆ ผ่านเข้ามาในจิตใจหรือไม่นั้น ต้องอาศัยกลไกของการรับรู้ 3 ประการ คือ

3.1 ปริมาณขีดความสามารถในการเรียนรู้(Perception overloading) จะเกิดขึ้นในเวลาใดเวลาหนึ่งที่ผู้บริโภคสามารถที่จะรับเอาตัวกระตุ้นใดๆ เข้ามาสู่ระดับที่รู้เพียงบางส่วนโดยบุคคลจะรู้ตัวว่าเขาไม่สามารถที่ตอบสนองต่อทุกสิ่งทุกอย่างได้หมดในเวลาเดียวกัน ผู้บริโภคสามารถที่จะเลือกสรรผลิตภัณฑ์และร้านค้าได้ด้วยการเลือกรับรู้ของผู้บริโภคตามปริมาณขีดความสามารถของประสาทสัมผัสที่จะรับได้ ดังนั้นปริมาณขีดความสามารถนี้จึงมีประโยชน์ต่อนักการตลาดในการนำเสนอโฆษณาสู่ผู้บริโภคที่จะต้องมีการนำเสนอจุดขายโดยเฉพาะเพียง 1-2 อย่างเท่านั้น เพื่อให้ง่ายต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่ขีดขึ้นการรับรู้ที่จำกัด

3.2 ความไวในการเลือกที่จะรับรู้จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลมีการรับรู้ต่อตัวกระตุ้นหลายอย่างโดยรวดเร็วและถูกต้อง ซึ่งบุคคลจะทำการเลือกที่จะรับรู้ตัวกระตุ้นเฉพาะที่เข้ามาสู่ผู้บริโภคโดยรวดเร็วและที่ตรงกับค่านิยมของผู้บริโภคเท่านั้น ตัวกระตุ้นใดที่ไม่มีประโยชน์หรือตรงกับความต้องการของบุคคลจะถูกมองข้ามไป บุคคลเลือกที่จะคัดสรรเฉพาะตัวกระตุ้นที่บุคคลสนใจเท่านั้น

3.3 การต่อต้านการรับรู้ (Perception defense) จะเกิดขึ้นเมื่อตัวตัวกระตุ้นนั้นไม่ตรงกับค่านิยมของบุคคล ซึ่งค่านิยมของบุคคลไม่เพียงแต่เป็นตัวกระตุ้นที่บุคคลไม่ชอบหรือที่ทำลายความเชื่อของบุคคลออกไปด้วย ฉะนั้น นักการตลาดสามารถใช้ลักษณะของการรับเช่นนี้ในการสร้างโฆษณาให้ออกมาเสริมความเชื่อของบุคคลและหลีกเลี่ยงการนำเสนอข้อมูลที่ขัดแย้งกับความเชื่อของบุคคล

4. การรับรู้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงได้

การรับรู้ของผู้บริโภคจะรับรู้ได้เพียงระยะเวลาไม่นาน (Consumer perception is temporal) ส่วนใหญ่จะถูกจำกัดด้วยเวลา คือ เวลาที่ใช้ในการรับรู้มักจะเป็นช่วงเวลาสั้นๆ ดังนั้นผลิตภัณฑ์และบริการจึงอยู่ในความสนใจของผู้บริโภคได้ไม่ยั่งยืน นอกจากนี้ยังพบว่าเวลา เป็นสิ่งที่สนับสนุนความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยพิจารณาจากการที่สินค้าบางอย่างมีคุณภาพดีแต่กลับประสบกับความล้มเหลวในการโฆษณาได้ เนื่องจากผู้บริโภคจะจดจำสิ่งที่รับรู้ได้ไว้นานและด้วยสาเหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องมีการโฆษณาซ้ำบ่อยๆ เพื่อย้ำคุณสมบัติสินค้าให้อยู่ในความนึกคิดของผู้บริโภคตลอดเวลา นอกจากนี้ นักการตลาดยังสามารถใช้คุณสมบัติข้อนี้ในการสร้างสรรค์งานโฆษณาให้ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ

ปัจจัยที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค (Factors affecting consumer perception)

การรับรู้ของผู้บริโภคมักมีสาเหตุจากปัจจัยต่างๆหลายด้าน โดยแบ่งเป็น 5 ด้าน คือ

1. ปัจจัยด้านเทคนิค หมายถึง สภาพความเป็นจริงของสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับรู้ซึ่งไม่ใช่การตีความของสิ่งนั้น โดยสิ่งที่บ่งบอกถึงความเป็นเทคนิคมักจะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นทางด้านกายภาพ เช่น ขนาด สี สัน การวางตำแหน่ง ฯลฯ โดยสิ่งที่มีขนาดใหญ่จะดึงดูดความสนใจได้ดีกว่าสิ่งที่มีขนาดเล็ก สิ่งที่มีสีสันจะดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจได้ดีกว่าสีขาวดำ และตำแหน่งที่ตั้งของวัตถุจะมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคมักจะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตั้งอยู่ในระดับความสูงที่ช่วงไหล่บนหึ่งของผลิตภัณฑ์ของร้านค้า

2. ความเต็มใจในการรับรู้ของผู้บริโภค หมายถึง สภาวะของจิตใจ ทักษะที่มีต่อสภาวะความพร้อมที่จะรับรู้ของบุคคล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจในการรับรู้ของผู้บริโภค ได้แก่

2.1 ความมั่นคงของการรับรู้ (Perceptual fixation) คือแนวโน้มของผู้บริโภคที่มีต่อการรับรู้ของสิ่งแวดล้อมที่ไม่เปลี่ยนแปลง

2.2 นิสัยการรับรู้ (Perceptual habit) การรับรู้ของผู้บริโภคจะมีรูปแบบเป็นนิสัยที่แน่นอนซึ่ง เกิดจากตัวเองเป็นผู้สร้างนิสัยให้เกิดและรับรู้ได้ถึงนิสัยนั้น เช่น การโดยสารรถไฟฟ้าเป็นประจำ เนื่องจากการได้รับการบริการที่รวดเร็ว เป็นต้น

2.3 ความระมัดระวังและความมั่นใจในการรับรู้ (Confident and caution) ผู้บริโภคที่มีความมั่นใจจะมีแนวโน้มที่สามารถจัดการกับสถานการณ์ที่ซับซ้อนได้ดีกว่า ส่วนผู้บริโภคที่มีความระมัดระวังจะใช้เวลาในการพิจารณาสถานการณ์ แต่จะมีแนวโน้มที่จะได้รับความถูกต้องมากกว่า ฉะนั้น ผู้บริโภคที่มีความมั่นใจจะตัดสินใจได้รวดเร็ว ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีความระมัดระวังจะใช้เวลาในการตัดสินใจนานกว่า

2.4 ความตั้งใจรับรู้ (Attention) ถ้าผู้บริโภคไม่มีความตั้งใจที่จะสนใจต่อตัวกระตุ้น ผู้บริโภคก็จะไม่เกิดความรู้อันนำไปสู่การรับรู้ได้

2.5 โครงสร้างของจิตใจ หรือความคิดที่มีต่อการรับรู้ (Mental set) คือ แนวโน้มของบุคคล หรือความพร้อมที่จะได้ตอบโต้ต่อตัวกระตุ้นที่จะผ่านเข้ามา ถ้าบุคคลมีความพร้อมของจิตใจในการรับรู้ก็จะทำให้เกิดการรับรู้ที่รวดเร็ว

2.6 ความคุ้นเคยต่อสิ่งที่ได้รับรู้ (Familiarity) หมายถึงรูปแบบประสบการณ์ที่เคยได้รับรู้มาก่อนที่จะส่งผลต่อการรับรู้ในปัจจุบัน ถ้าสิ่งที่รับรู้เป็นเรื่องที่เคยประสบมาก่อน ผู้บริโภคก็จะมีแสดงออกต่อตัวกระตุ้นนั้นได้ง่าย

2.7 การคาดหวังจากการรับรู้ (Expectation) เป็นประเภทหนึ่งของโครงสร้างทางจิตใจ หรือความคิดที่มีต่อการรับรู้ เนื่องจากบุคคลมีแนวโน้มที่จะรับรู้ในสิ่งที่เขาคาดว่าจะได้รับ

3. ประสบการณ์ในอดีตของผู้บริโภค โดยทั่วไปการรับรู้ในปัจจุบันเป็นสิ่งที่ได้รับอิทธิพล

มาจากประสบการณ์ในอดีตที่ผ่านมาและการคาดหวังของบุคคลก็จะมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ในอดีตเช่นกัน

4. อารมณ์ของผู้บริโภค หมายถึง ความรู้สึก ทศนคติในปัจจุบัน และสภาวะของจิตใจ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการรับรู้ของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ถ้าผู้บริโภคมีอารมณ์ดีในขณะที่มีตัวกระตุ้นทางตลาดเข้ามา ผู้บริโภคก็จะมีแนวโน้มถูกชักชวนหรือการทำให้ยอมรับได้ง่าย ฉะนั้น นักการตลาดควรจะต้องตระหนักถึงปัจจัยด้านอารมณ์ในการเสนอขายสินค้าตามบ้าน คือ ผู้บริโภคนั้นอยู่ในสภาพที่พร้อมจะถูกนำเสนอสินค้าหรือไม่

5. ปัจจัยการรับรู้ของผู้บริโภคด้านวัฒนธรรมและสังคม ชนชั้นทางสังคม หรือ วัฒนธรรมเฉพาะของบุคคลมีอิทธิพลต่อการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ดังนั้นสิ่งสำคัญมากที่สุดสำหรับนักการตลาดก็คือ การเข้าใจปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความแตกต่างกัน เพื่อที่จะได้สามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับบุคคลแต่ละกลุ่มในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การรับรู้ของผู้บริโภคที่มีอยู่หนึ่งอย่างหรือมากกว่านั้นจะมีผลโดยตรงต่อการตลาด นักการตลาดที่รู้เกี่ยวกับการรับรู้มากเท่าใด ก็ยิ่งทำให้นักการตลาดสามารถสร้างสิ่งดึงดูดใจให้กับตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น การรับรู้ที่เกี่ยวกับร้านค้า (ความประทับใจในภาพรวม) การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (การที่ผู้บริโภคพิจารณาตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใดผลิตภัณฑ์หนึ่งจากการคำนึงถึงปัจจัยในเรื่องคุณภาพ ราคา การให้บริการและการรับประกันของสินค้า) การรับรู้ที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาด (ความประทับใจที่ผู้บริโภคมีต่อการส่งเสริมการตลาด) และการรับรู้ที่เกี่ยวกับความซื่อสัตย์และจรรยาบรรณ (ความรู้สึกของผู้บริโภคที่เป็นผลมาจากการได้เข้าไปเกี่ยวข้องกับธุรกิจที่แสดงถึงการสร้างความรู้สึกที่ดีให้กับผู้บริโภคในแง่ความซื่อสัตย์ที่ธุรกิจมีต่อลูกค้า)

7.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยในประเทศ

อรพินท์ พานทอง และคณะ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2548 : 150) ได้ทำการศึกษาความเป็นไทยเพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบเครื่องประดับ มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลความเป็นไทยที่เป็น “รูปธรรม” และ “นามธรรม” เพื่อใช้ประโยชน์และอำนวยความสะดวกในการออกแบบแก่นักออกแบบเครื่องประดับ ทำให้เครื่องประดับมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและแข่งขันในตลาดสากลได้ และยังเป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมเครื่องประดับให้มั่นคงและยั่งยืน โดยเน้นความเป็นไทยสมัยรัตนโกสินทร์และเลือกศึกษาเฉพาะข้อมูลเฉพาะในภาคกลางของประเทศไทย เพื่อใช้เป็นโครงการนำร่องและเป็นตัวอย่างสำหรับศึกษาความเป็นไทยในภาค

อื่นๆของประเทศไทยในอนาคต วิธีการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 การรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ศิลปะและหัตถกรรม และข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องประดับของประเทศไทย ส่วนที่ 2 เป็นการรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ที่เป็นแบบสอบถามกลุ่มประชากรไทยโดยคัดเลือกจากคุณสมบัติที่เหมาะสม มีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางศิลปะและการออกแบบสาขาต่างๆ การสำรวจรูปแบบเครื่องประดับที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ส่วนที่ 3 เป็นการจัดสัมมนาปฏิบัติการออกแบบเครื่องประดับ เพื่อทดลองใช้ข้อมูลจากส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ออกแบบเครื่องประดับโดยนักออกแบบอาชีพจากอุตสาหกรรมเครื่องประดับและนักออกแบบจากหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบด้านการออกแบบ

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลความเป็นไทยจากเอกสารและการสำรวจภาคสนามมีความสอดคล้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน ความหมายของความเป็นไทยที่เป็น “นามธรรม” ได้แก่ เอกลักษณ์ไทย ความอิสระ ความเรียบง่าย ความสุภาพ ความเคารพนบนอบ ความเคารพระบบอาวุโส เป็นต้น และความหมายที่เป็น “นามธรรม” เป็นที่มาของความเป็นไทยที่เป็น “รูปธรรม” เป็นรูปวัตถุที่แสดงออกในศิลปกรรมสาขาต่างๆ เช่น สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม หรือสิ่งของเครื่องใช้ผลงานหัตถกรรมที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องจักสาน สิ่งทอ เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น ซึ่งพบว่าผลงานที่เป็นวัตถุได้นั้นเป็นความสามารถของช่าง หรือศิลปิน หรือนักออกแบบที่พยายามคลี่คลาย ดีความ จินตนาการจากความเป็น “นามธรรม” เพื่อสร้างสรรค์ให้เป็น “รูปธรรม” ได้สอดคล้องกับความเชื่อศรัทธาของสังคมนั้นทำให้ได้วัตถุที่สนองความจำเป็นในการดำรงชีวิตและเกิดความสุขทางใจ ซึ่งอาจสรุปลักษณะความเป็นไทย 6 ลักษณะที่จะนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบได้ ได้แก่

1. การใช้สมดุลแบบสมมาตรและการใช้พื้นที่ขนาดเล็ก ซึ่งสื่อถึงความเชื่อเรื่องการละเลิกในคำสอนของพุทธศาสนาเรื่องความเบา ความลอย ความนิ่ง และความสงบ
2. การจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบต่างๆ สื่อถึงความเคารพในระบบอาวุโส
3. การใช้ขนาดและสัดส่วนที่เหมาะสมกับมนุษย์ เน้นความสง่างามไม่เน้นขนาดใหญ่โต สื่อถึงความเรียบง่าย อิสระ
4. ความเป็นระเบียบ ประณีต และจิตร ความเป็นศิลปะประดับหรือศิลปะตกแต่งให้ความสำคัญกับฝีมือของช่าง ระดับความประณีตนี้ขึ้นอยู่กับความศรัทธาของช่าง และหน้าที่ใช้สอยของผลงานนั้น
5. การใช้สีหลายสีด้วยกัน โดยเฉพาะสีตรงข้ามสื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตไทยที่มีผลต่อความสามารถในการใช้สีของช่าง ซึ่งคนไทยอยู่กับธรรมชาติซึ่งมีสีอันมากมายเพราะอยู่ในเขตร้อน
6. ความเป็นประเพณีนิยม ยึดมั่นในประเพณีนิยม รูปลักษณ์ และลวดลายที่เป็นประเพณีนิยม ไม่นิยมเปลี่ยนแปลง การนำเอารูปลักษณ์และลวดลายที่เป็นประเพณีมาใช้จึงแสดง

ความเป็นไทยได้ชัดเจนที่สุด การวิจัยนี้ได้ดำเนินการสำเร็จสมบูรณ์ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ กล่าวคือ ได้ข้อมูลความเป็นไทยที่เป็น “รูปธรรม” และ “นามธรรม” สำหรับใช้ในการออกแบบ ได้รูปแบบเครื่องประดับจำนวน 215 แบบ จากการนำผลการวิจัยไปใช้ในการจัดปฏิบัติการออกแบบ ได้ตัวอย่างรูปแบบเครื่องประดับไทยทั้งที่เป็นลักษณะไทยประเพณีและลักษณะสากลที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ซึ่งจัดหมวดหมู่แสดงให้เห็นแนวคิดในการออกแบบอย่างชัดเจน

จากการวิจัยนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมประเภทโคมไฟที่ต้องการสร้างความเป็นไทยรวมถึงการนำไปใช้เป็นข้อมูลในการสื่อถึงข้อปฏิบัติที่ดีในสังคมไทย เพื่อให้เกิดการรับรู้แก่สาธารณชนทั่วไป

พยุพพร ไตรรัตน์สิงห์กุล (2549) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการถ่ายทอดหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานบ้านหนองป่าตอง จังหวัดฉะเชิงเทรา : การวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ เป็นการศึกษาเกี่ยวกับ พื้นฐานการกำเนิด การดำรงอยู่และการถ่ายทอดหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานบ้านหนองป่าตอง โดยการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการของประวัติศาสตร์การบอกเล่า ผลการวิจัยพบว่าหัตถกรรมพื้นบ้านเครื่องจักสานบ้านหนองป่าตอง มีต้นกำเนิดจากชาวพวนที่อพยพมาจากเวียงจันทน์และมาตั้งถิ่นฐานที่หมู่บ้านดังกล่าวในสมัยรัชกาลที่ 3 และได้นำความรู้ประสบการณ์ ด้านการจักสานติดตัวมาด้วย และมีการประยุกต์ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในธรรมชาติมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการดำรงชีวิต ดังนั้นสาเหตุของการเกิดหัตถกรรมจักสานบ้านหนองป่าตองจึงมีอยู่ 3 ประการ คือ ความจำเป็นในการดำรงชีวิต สิ่งแวดล้อมตามสภาพภูมิศาสตร์ และความเชื่อในขนบประเพณีและศาสนา ส่วนรูปแบบการถ่ายทอดวิธีทำเครื่องจักสาน ประกอบด้วย แหล่งความรู้ เช่น ครอบครัว โรงเรียน หน่วยงานทางราชการ ฯลฯ ผู้ถ่ายทอดและผู้รับการถ่ายทอด เช่น ครอบครัว เพื่อนบ้าน และวิธีการถ่ายทอด คือ ถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ การฝึกฝนด้วยตนเอง การถ่ายทอดจากเพื่อนบ้าน และการถ่ายทอดจากหน่วยงานราชการ

งานวิจัยนี้ นำมาใช้ในส่วนของการสร้างกระบวนการ การถ่ายทอดงานภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน เพื่อให้เกิดการสืบสานต่อไป โดยกระบวนการดังกล่าวต้องทำร่วมกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยและสภาพสังคมวัฒนธรรมปัจจุบัน

พลวัฒน์ ประพัฒน์ทอง (2551) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมชุมชน จังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นสินค้า เพื่อส่งเสริมสนับสนุนชุมชนผู้ผลิตให้ผลิตผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเป็นสินค้าของชุมชน และเพื่อเป็นสื่อในการนำเสนอเรื่องราววิถีชีวิตชุมชนในแถบกลุ่มแม่น้ำโขงสู่สาธารณชน โดยการสำรวจ คัดเลือกผลิตภัณฑ์และชุมชนผู้ผลิตรวบรวมข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับเอกลักษณ์ของจังหวัดด้วยการสำรวจพื้นที่นาร่อง คัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตเป้าหมาย โดยหน่วยงานในพื้นที่จังหวัด และกลุ่มชุมชนวัฒนธรรม ซึ่งในการคัดเลือกพิจารณาจาก

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพด้านการผลิต จำนวน 4 แห่ง คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์ ไม้แกะสลัก บ้านถ้ำผาตอง ต. ท่าสูด อ. เมือง จ. เชียงราย กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชียงแสน ต.เวียง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย กลุ่มคนเฒ่าคนแก่(ของเล่นพื้นบ้าน-ไม้ไผ่) ต.ป่าแดด อ. แม่สรวย จ. เชียงราย และ กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเวียงกาหลง บ้านทุ่งม่าน ต.เวียงกาหลง อ.เวียงป่าเป้า จ.เชียงราย ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบเครื่องถ้วยเวียงกาหลงเป็นการเสริมการอนุรักษ์ของ ชุมชนมากกว่าการออกแบบตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากแนวคิดดั้งเดิมและทักษะของกลุ่มนี้มีความสามารถ ในการทำงานเชิงอนุรักษ์ได้ จึงควรส่งเสริมการออกแบบหีบห่อให้สวยงาม ทนทาน และสามารถ นำไปใช้ได้หลากหลายขนาด กลุ่มหัตถกรรมไม้แกะสลักมีทักษะการแกะสลักที่มีลักษณะเฉพาะตัวสูง ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมใหม่จึงต้องสามารถนำไปใช้งานในชีวิตประจำวันและสอดคล้อง กับลักษณะเด่นของจังหวัดเชียงราย

ปานฉัตต์ อินทรัง (2546 : 120) ได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการสร้างงานผลิตภัณฑ์ เชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทยโดยได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมประเภทผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทย เพื่อค้นหาแนวทางการสร้างงาน ผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทยให้เหมาะสมกับหลักปฏิบัติของสังคมวัฒนธรรมไทยในผู้ประกอบการธุรกิจ ประเภทผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทย พบว่าปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เชิง วัฒนธรรมประเภทผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทย คือ ปัญหาที่เกิดจากการกำหนดบทบาทการทำงาน ของแต่ละฝ่าย โดยผู้ประกอบการต้องสามารถออกแบบองค์กรให้เหมาะสมกับลักษณะของธุรกิจ ปัญหาที่เกิดจากการผลิต คือปัญหาที่เกี่ยวกับการขาดแคลนบุคลากรด้านการผลิตเนื่องจากการผลิต ผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทยผู้ผลิตต้องมีทักษะและใจรักเป็นสำคัญ และนักออกแบบซึ่งเป็นผู้ที่ทำ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้องมีการศึกษาเรื่องราวที่จะเขียนในผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนก่อนเขียนเสมอ เพื่อ จะได้เขียนเรื่องราวให้เหมาะสมกับสังคมวัฒนธรรมไทยสู่ผู้บริโภคต่อไป

ส่วนแนวทางการสร้างงานผลิตภัณฑ์แนวจิตรกรรมไทย ให้เหมาะสมกับขนบธรรมเนียมไทย ควรเริ่มจากการถ่ายทอดเรื่องราวขนบธรรมเนียมไทยให้เป็นภาพเขียนจิตรกรรมไทยตามแบบแผน ภาดกลางเพื่อสื่อสารกับช่างเขียนลายและนักออกแบบให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น และมีการวิเคราะห์เรื่องราว ภาพจิตรกรรมไทยเพื่อเขียนบนผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มโครงเรื่องจิตรกรรมไทย คือกลุ่มเรื่องพุทธศาสนา เรื่องประเพณีไทย เรื่องเกี่ยวกับวิชาการ เรื่องเกี่ยวกับวรรณคดี เรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ เพื่อจะ ได้นำไปใช้ได้ง่ายขึ้น

ปรีชา เกาทอง (2547 : ข) ได้ศึกษาและสร้างสรรค์ผลงานออกแบบและพัฒนารูปแบบงาน ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานและสิ่งทอ ให้มีความทันสมัย โดดเด่น มีเอกลักษณ์ของชุมชนด้วยการ พัฒนาปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของชุมชนที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยจำแนกประเภท ของรูปทรง โครงสร้าง วัสดุ และประเภทของการใช้งาน ด้วยการรวบรวมรูปแบบของผลิตภัณฑ์

ที่มีอยู่เดิมในประเทศ ทั้งจากตำรา หนังสือวารสารและสถานที่จริง มีการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ เปรียบเทียบกับของต่างประเทศเพื่อหาความแตกต่างและนำข้อมูลมาประยุกต์ ปรับปรุงในการพัฒนาสินค้าต่อไป เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันเรื่องการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพและมีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุน

ดังนั้นการออกแบบผลิตภัณฑ์โคมไฟที่เป็นแนวผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมจึงได้ประยุกต์ใช้รูปแบบของการออกแบบที่ทันสมัยของรูปทรง โครงสร้าง วัสดุ ที่เป็นองค์รวมในการทำหน้าที่การใช้งานที่เหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบันด้วย