

บทคัดย่อภาษาไทย

โครงการวิจัยเรื่อง สัมพันธภาพระหว่างลวดลายประทับดินเผาบ้านเชียงกับลายมณฑลสมัยนิยมสู่งานออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) ศึกษาสัมพันธภาพลวดลายประทับดินเผาบ้านเชียงเชิงความหมายเปรียบเทียบกับลวดลายมณฑลสมัยนิยม 2) วิเคราะห์ลวดลายประทับดินเผาบ้านเชียงเพื่อประยุกต์เป็นแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) สังเคราะห์ลวดลายประทับดินเผาบ้านเชียงให้เหมาะสมสอดคล้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอและผลิตภัณฑ์อาหารประเภทขนม และ 4) ประเมินผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อทดสอบตลาดโดยกลุ่มผู้บริโภค

ขอบเขตด้านเนื้อหาที่ศึกษา ต่อยอดงานวิจัยของ กนิษฐา เรื่องวรรณคดี ดุษฎีนิพนธ์ในหัวข้อวิจัย ลวดลายประทับดินเผาบ้านเชียง : บูรณาการสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ เพื่อรวบรวมข้อมูลใช้ประกอบการวิเคราะห์ สังเคราะห์ และบูรณาการลวดลายตราประทับดินเผาบ้านเชียง เปรียบเทียบกับลายมณฑลสมัยให้เหมาะสมสอดคล้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน 4 รูปแบบ ประกอบด้วย จักสาน เครื่องปั้นดินเผา ผ้าทอพื้นเมือง และอาหารประเภทขนม เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเพื่อให้ได้แนวทางการออกแบบ ได้แก่ เจ้าหน้าที่บุคลากรพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติบ้านเชียง ผู้ผลิตและกลุ่มร้านค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี จำนวน 12 ร้านค้า เผยแพร่ผลงานการออกแบบในรูปแบบนิทรรศการ ประเมินผลการออกแบบของนักท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 500 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) โบราณวัตถุลูกกลิ้งและตราประทับดินเผาบ้านเชียง สรุปลวดลายไว้ 3 ประเภท คือ ลวดลายเส้น ลวดลายเรขาคณิต และลวดลายธรรมชาติ โดยมีตราประทับดินเผาบ้านเชียง จำนวนรวมทั้งสิ้น 243 ชิ้น การเชื่อมโยงสัมพันธภาพลวดลายประทับดินเผาบ้านเชียงกับลายมณฑลสมัยนิยมสู่งานออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน 5 ประเภท ได้แก่ ประเทศลาว ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน ประเทศอินเดีย และประเทศอียิปต์สามารถสรุปได้ว่า สัมพันธภาพลวดลายมีลักษณะลวดลายที่เชื่อมโยงสัมพันธ์กัน แบ่งได้ 5 ประเภทลวดลาย ได้แก่ การใช้สัตว์เป็นสัญลักษณ์ การใช้ธรรมชาติเป็นสัญลักษณ์ การใช้ผลไม้ ต้นไม้และดอกไม้เป็นสัญลักษณ์ การใช้สิ่งของเครื่องใช้ หรือลายประดิษฐ์เป็นสัญลักษณ์ และการใช้เรื่องของความเชื่อมาสร้างเป็นสัญลักษณ์ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ลวดลายบ้านเชียงมีลักษณะที่สัมพันธ์กับลายมณฑลสมัย สามารถนำมาประยุกต์ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ เมื่อเปรียบเทียบกับ 5 ประเภทเป้าหมาย ปรากฏว่า มีลวดลายการใช้สัตว์เป็นสัญลักษณ์ อันได้แก่ ลายงู มีความหมายเชิงมงคลแสดงถึงอำนาจ การปกป้องคุ้มครองความรู้ รวมถึงสัญลักษณ์ของแผ่นดินโลก ลายกระดองเต่า สื่อถึงความมีอายุยืนยาว และการใช้ธรรมชาติเป็นสัญลักษณ์ ได้แก่ ลายขดกันหอย แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ ความสุข ความโชคดี การต่อเนื่องไม่มีที่สิ้นสุด รวมถึงความนุ่มนวล และลายพระอาทิตย์ที่แสดงถึงพลังงาน อำนาจ สัจธรรมแห่งชีวิต โชคดี สิ่งศักดิ์สิทธิ์ 2) การนำลายบ้านเชียงประยุกต์ลงบนผลิตภัณฑ์ชุมชน ข้อควรคำนึงที่สำคัญคือ การคงลักษณะเด่นของลายที่ยังสามารถสื่อถึงความเป็นบ้านเชียงได้ และแฝงความหมายเชิงมงคลให้แก่ผู้บริโภค ดังนั้นจากการเลือกลายของกลุ่มชุมชน ปรากฏว่าส่วนมากผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา กลุ่มจักสาน และกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองให้ความสนใจในลวดลายขดกันหอย เพราะมีความซึ่ซัดถึงลายบ้านเชียงที่ปรากฏบนภาชนะเขียนสี ส่วนลายอื่นๆ ที่ให้ความสนใจในการนำมาออกแบบ จะประกอบด้วยลายกระดองเต่า ลายงู แตกต่างจากชุมชนกลุ่มอาหารประเภทขนมซึ่งให้ความสนใจในลายพระอาทิตย์ เพราะมีความเป็นสากล สามารถเข้าใจความหมายเชิงมงคลได้ง่าย 3) ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มจักสาน เทคนิคการนำลวดลายมาใช้ในงานจักสาน ด้วยคุณสมบัติวัสดุส่งผลให้

ลายมีลักษณะเหลี่ยม ไม่สามารถทำให้โค้งมนได้ตามลายบ้านเชียงเดิม แต่ยังคงลักษณะของลายไว้ การแปรรูปผลิตภัณฑ์เน้นผลิตภัณฑ์เดิมที่ทางกลุ่มสามารถผลิตได้ เช่น กลุ่มจักสานไม้ไผ่เป็นผลิตภัณฑ์กระติบข้าวเหนียว และพัด เพราะเป็นวิถีดั้งเดิมของทางกลุ่ม และกลุ่มทอเสื่อกก เน้นผลิตภัณฑ์เสื่อผืน อันเป็นเอกลักษณ์ที่ผู้บริโภคจดจำ ผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา ทั้ง 3 กลุ่มชุมชนมีความคิดเห็นตรงกันที่จะเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งที่มีขนาดเล็กพกพาได้ง่ายขึ้น เพราะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลง รวมถึงความสะดวกในการเดินทางส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมสินค้าขนาดใหญ่ น้ำหนักมาก ที่พกพายาก จึงทำการออกแบบเครื่องปั้นดินเผา ประเภทสร้อยคอเครื่องประดับ กระจ่างต้นไม้ และกระดิ่งลม เทคนิคในการผลิตโดยใช้การกดประทับลาย การกลิ้งลายลูกกลิ้ง จนถึงการเขียนสีซึ่งเป็นวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมของคนในพื้นที่ชุมชนบ้านเชียง ผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นเมือง ตามกระแสสังคมที่รณรงค์ให้คนไทยแต่งกายด้วยผ้าไทย ดังนั้นการแปรรูปจะเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เน้นกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารประเภทขนม การออกแบบแม่พิมพ์ขนมต้องคำนึงถึงการลดความเหลี่ยมคมของลายลง เพิ่มลักษณะลายเส้นที่อิสระเพื่อให้ได้ลวดลายที่สวยงามยิ่งขึ้น มีความนุ่มนวลขึ้นจะทำให้ขนมที่ได้มีความน่ารับประทาน และเวลาถอดขนมจากพิมพ์จะทำให้เกิดการชำรุดของลายได้น้อยลง การออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ทั้ง 12 กลุ่มชุมชน เน้นความเป็นสากล เรียบง่ายสามารถประชาสัมพันธ์บอกถึงความเป็นมาของทางกลุ่มชุมชนบ้านเชียง อยู่ที่สามารถติดต่อกับการซื้อขายได้ การดูแลรักษาสินค้า และความหมายเชิงมงคลของลายบ้านเชียง เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเข้าใจได้ง่ายขึ้น และชัดเจนในการสื่อความหมายมากที่สุด 4) ความพึงพอใจและภาพรวมของโครงการอยู่ที่ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.60) ผลรวมในส่วนนิทรรศการ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.51) ส่วนผลงานการออกแบบ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.62) โดยบริโภคให้ความสนใจในรูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอมากเป็นอันดับที่ 1 รองลงมาคือผลิตภัณฑ์จักสาน ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา และแม่พิมพ์ขนม ตามลำดับ

Abstract

The purposes of the research project of “Relation between Ban Chiang pottery pattern stamp and the favorable pattern trend conduce to community product design in Udon-Thani Province were 1) to study the relation of Ban Chiang pottery pattern compare with the favorable pattern trend in term denotation 2) to analyze Ban Chiang pottery pattern stamp for applying community product design guideline 3) to synthesis Ban Chiang pottery pattern stamp design to suitable and blend with community product on many types namely: pottery product type, basketwork type, weaving type and food product in terms of confectionary type and 4) to evaluate community product design for testing the market by consumer.

Area scope and content taken the idea research from Kanittha Ruangwannasak’s dissertation in title “ Ban Chiang pottery pattern stamp: integrated into design of commercial products” compare with the favorable pattern trend to suitable and blend with the community product with 4 style consisted of the basketwork, the pottery, the weaving and the food product in terms of confectionary type. Data collected by unstructured interview method in order to get the design guideline from staff officers of National Museum of Ban Chiang, producers, and 12 shops of Ban Chiang product group in Udon Thani Province and publication the works by exhibition as well as evaluation the design form 500 purposive visitors.

Results found 1) Ban Chiang pottery rollers and stamps could be categorized in 3 types; 1) stripes, 2) geometries, and 3) natures which having Ban Chiang pottery pattern stamp totally 243 pieces, the connecting relation between Ban Chiang pottery pattern stamp and the favorable pattern trend conduce to community product design with 5 countries namely: Lao, Japan, China, India and Egypt which could be summarize that the pattern relation having the connection together with relation which could be categories in 5 pattern as the symbols such as using the animal as the symbol, the nature as symbol, using fruits, trees and flowers as the symbol, using the stuffs or invented pattern as the symbol and using the tale of belief story as the symbol, that could be conclude that Ban Chiang pottery pattern have been relationship with the favorable pattern trend, therefore that could applied in community product design, when compare between 5 target countries ffound the animal pattern that use as the symbol such as snake pattern has the favorable meaning of power, protecting, wisdom including the earth land, turtle pattern has conveyed to have a long life and living as well as using the nature as symbol such as Lai Kod Kon Hoy has showed as completeness, happiness, luckiness, continuity with endless and including softness and sun pattern has showed the power, the command, the truth of life, luckiness and holy thing, 2) to conduce the Ban Chiang pattern apply to community product have notice as being of Ban Chiang pattern prominent that conveys to Ban Chiang and favorable hiding for consumer hence, selecting the pattern of community group that found most community product group such as the pottery group, basketwork group and local weaving group have interested

in Lai Kod Kod Hoy pattern cause this indicated Ban Chiang pattern with appearing on drawing container, other g interesting patterns for design consisted of tortoiseshell pattern, snake pattern with difference from food community group that interested in sun pattern and showed the international which could showed the favorable meaning with outstanding 3) basketwork community group had used the pattern technique in the basketry from the property of material affect that make the ankle which could not make the round as the original Ban Chiang pattern but still being the original pattern, product process that the community group could be producing such as bamboo basketwork group as the sticky rice container product and fan due to the traditional method of group and papyrus mat weaving group focus on the mat with the characteristic that people remember, 3 communities group of pottery have the same agreement that the decorative product design should focus on a little size which could carry with easy due to the changing behavior of tourists include the convenient on travel that affect the tourists would not like a lark product, high weigh and difficult to carry therefore they produce the pottery other categories such as necklace, decorations, flowerpot and wind-bell, producing technique method by pressing stamp the pattern, rolltng with the roller as well as painting which are the traditional technique method of Ban Chiang local community, weaving community product as the trend of wearing Thai fabric campaign therefore fabric process as the garment and cloths and focus on the female, food group product in confectionary category has design the mold should consider to reduce the sharp of ankle and the pattern, increase free style line to make a beautiful pattern for further and make more softness that affect the confectionary look delicious and when take from the mold the confectionary will have less defect, the logo and packaging design of 12 communities focus on the international and homely that could be able publication about Ban Chiang community history, getting the address with easy to contact, be able to keep the product and convey to the favorable meaning of Ban Chiang in order to make the consumer easy understand in meaning with outstanding and 4) the satisfaction and overall of the project was the highest level (mean =4.60), the opinion of total of exhibition was a highest level (mean= 4.51) the opinion of design result was a highest level (mean=4.62), the weaving product was the most interesting by consumer, followed by the basketwork product, the pottery product and the mold, respectively.