

การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรม ไทยมลายู สำหรับเจนเอเรชั่นวาย GRAPHIC DESIGN PATTERNS TO COMMUNICATE THAI-MELAYU IDENTITY FOR GENERATION Y

สุกรี เจ๊ะปูเตะ* SUKRI CHEPOOTEH*
เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อัยุธยา** A-ENDOO DISAKUL NA AYUDHYA**

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์ ที่แสดงออกถึงความเป็นวัฒนธรรมไทยมลายู 2) เพื่อหาแนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู สำหรับเจนเอเรชั่นวาย ซึ่งมีขั้นตอนวิจัยโดยศึกษาข้อมูลและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในพื้นที่ เพื่อสร้างแบบสอบถามนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางเพื่อออกแบบลวดลายซ้ำ และนำผลที่ได้ใช้เป็นเครื่องมือสำหรับทำแบบสอบถามสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเป้าหมายเจนเอเรชั่นวาย โดยผลวิจัยพบว่า สิ่งที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายูนั้นสามารถแบ่งตามแนวทางรากวัฒนธรรมได้ 8 หมวดหมู่ ซึ่งได้แก่ 1) อาหาร 2) เครื่องแต่งกาย 3) ส่วนประกอบของสถาปัตยกรรม 4) ประเพณี 5) การละเล่น 6) ความเชื่อ พิธีกรรม 7) หัตถกรรม 8) วรรณกรรมพื้นบ้านและตำนาน ส่วนแนวทางเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู สำหรับเจนเอเรชั่นวาย พบว่า สิ่งที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายูส่วนใหญ่เป็นเรื่องของวิถีชีวิต มีความเกี่ยวข้องกับอาหารการกิน อาชีพ ประเพณีท้องถิ่น สิ่งของเครื่องใช้ การละเล่นพื้นบ้าน รวมไปถึงเรื่องเล่าขานที่เป็นอดีต และรูปทรงมีความเหมาะสมที่ใช้สื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู คือรูปทรงธรรมชาติ (Organic) รูปทรงเขียนมือ (Hand-Draw) รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) และรูปทรงอุบัติเหตุ (Accidental) และมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม คือ โบราณ (Classic) มีชีวิตชีวา (Dynamic) ดูสง่างาม (Elegant) และดูเป็นธรรมชาติ (Natural)

คำสำคัญ : อัตลักษณ์/ วัฒนธรรมไทยมลายู/ ลวดลายซ้ำ

*นิสิตระดับปริญญาโทบัณฑิต หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขานฤมิตรศิลป์ ภาควิชาอนฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, amakusa130@gmail.com.

*Master student, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University, amakusa130@gmail.com.

**รองศาสตราจารย์, สาขานฤมิตรศิลป์ ภาควิชาอนฤมิตรศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ua_endoo@yahoo.com.

**Associate Professor, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University, ua_endoo@yahoo.com.

Abstract

The objectives of this study were to: 1) Study the design guidelines for graphic repeating patterns expressing Thai-Malay cultural traditions; 2) Identify ways to create effective communication of Thai-Malay cultural identity for members of Generation Y. The research presented in this study has been carried out by collecting relevant information and conducting interviews with the specialists in a field of Thai-Malay culture in the region. Data were subsequently collected to construct a questionnaire for further analysis in order to identify guidelines for repeating patterns design. The study used a group of focus interview (Focus Group) as an instrument to collect data in order to identify the patterns to create effective communication of Thai-Malay cultural identity for members of Generation Y. The findings revealed that Thai-Malay culture can be categorized into 8 groups based on Cultural Roots as follows: 1) Cuisine; 2) Clothing; 3) Components of Architecture; 4) Customs; 5) Folk Plays; 6) Rituals and Beliefs; 7) Handicraft and 8) Folk Tales, Myths and Legends. As for process to communicate the identity and culture of Thai Malay For Generation Y That findings as a result, the communication of Thai-Malay culture can be expressed through its ways of life, traditional cuisines, occupations, local customs, local items and objects, traditional folk plays as well as traditional folk tales. In addition, the fittest shapes to express Thai-Malay culture were organic, hand-draw, geometric and accidental shapes. Meanwhile, the fittest personality division of color were classic, dynamic, elegant and natural.

Keywords: Identity/ Thai-Malay culture/ Pattern

บทนำ

การออกแบบเรขศิลป์ เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีรากฐานมาจากองค์ประกอบทางศิลปะเพื่อใช้ในการสื่อสาร การสื่อความหมาย และสื่อความคิดในยุคปัจจุบัน เนื่องด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี คุณสมบัติที่ดีของการออกแบบเรขศิลป์จะช่วยทำให้ลดข้อจำกัดในการสื่อสารกับประชากรโลกและทำหน้าที่สื่อสารในโลกที่ไร้พรมแดนเป็นอย่างดี นอกจากนี้ในการออกแบบเรขศิลป์จะช่วยสื่อสาร สร้างความน่าสนใจทั้งในแง่เนื้อหาและความงามแล้ว การออกแบบเรขศิลป์ยังช่วยสื่อสารตัวตนหรืออัตลักษณ์ของงานออกแบบนั้น ๆ เพื่อเชื่อมประสบการณ์ การมีส่วนร่วม ความเข้าใจ และความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในงานออกแบบเหล่านั้นอีกด้วย

การซ้ำ (Repetition) คือวิธีการหนึ่งของการออกแบบที่สามารถพบเห็นได้โดยทั่วไป เช่น การซ้ำของลวดลายบนผ้า การซ้ำของบานกระจก การซ้ำของพื้นกระเบื้อง เป็นต้น การซ้ำมีองค์ประกอบหลัก คือหน่วยของรูปทรง (Unit Forms) คือรูปทรงที่เป็นเอกภาพ ที่มีความเหมือนหรือคล้ายกันจำนวนมาก มีการใช้รูปทรงซ้ำมากกว่าหนึ่งครั้ง และโครงสร้างของการซ้ำ (Structure) คือการควบคุมตำแหน่งของรูปทรงให้มีความเท่ากัน โดยใช้เส้นในการแบ่งพื้นที่ทั้งหมดให้มีขนาดและพื้นที่ว่างเท่า ๆ กัน เป็นการกำหนดให้อยู่ในกฎเกณฑ์เพื่อเป็นตัวนำในการจัดวางหน่วยของรูปทรง เพื่อสร้างความสัมพันธ์ของรูปทรงและมีให้มีความสม่ำเสมอ

ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ อุดมไปด้วยร่องรอยของศิลปวัฒนธรรมเก่าแก่มากมาย และยังสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในพื้นที่ไม่ว่าจะเป็น ลวดลายสถาปัตยกรรมโบราณ ลวดลายบนเครื่องไม้เครื่องมือ การแสดงการเล่น รวมไปถึงเครื่องแต่งกายที่คนท้องถิ่นรุ่นเก่าที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ แต่ปัจจุบันศิลปวัฒนธรรมไทยมลายูที่มีอยู่ถูกมองเป็นเพียงวัฒนธรรมเก่าแก่และบางสิ่งถูกลืมเลือนหายไปตามกาลเวลา และอีกประการหนึ่งคือ ไม่มีการจดบันทึกข้อมูลของวัฒนธรรมเป็นลายลักษณ์อักษร เนื่องจากผู้คนในพื้นที่สมัยก่อนไม่มีความรู้ในการจดบันทึกหรือรวบรวมข้อมูลเช่นเดียวกับปัจจุบัน ช่างแกะสลักหรือช่างฝีมือมักถ่ายทอดฝีมือจากรุ่นสู่รุ่น ผนวกกับในปัจจุบันวัฒนธรรมไทยมลายูดั้งเดิมถูกมองว่าเป็นเพียงวัฒนธรรมเก่าแก่ ไม่เป็นไปทิศทางเดียวกันกับกระแสสังคม งานฝีมือขาดความทันสมัย ไม่เป็นที่นิยม จึงทำให้ศิลปวัฒนธรรมถูกแซ่แข่งตามยุคสมัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาที่มาและพัฒนาการวัฒนธรรมไทยมลายู เพื่อหาข้อพิสูจน์เกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยมลายู ใช้ในการอ้างอิงปัญหาวิจัย จากการค้นคว้าข้อมูลพบว่า วัฒนธรรมไทยมลายูสามารถจำแนกหมวดหมู่ได้ตามแนวทางคัดเลือกรากวัฒนธรรม “ของดีบ้านฉัน” 8 วิถีไทย ของกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งแบ่งรากวัฒนธรรมออกเป็นหมวดหมู่ 8 ประเภท ได้แก่ 1) อาหาร 2) เครื่องแต่งกาย 3) ส่วนประกอบของสถาปัตยกรรม 4) ประเพณี 5) การละเล่น 6) ความเชื่อ พิธีกรรม 7) หัตถกรรม 8) วรรณกรรมพื้นบ้านและตำนาน จากการสำรวจพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ในปัจจุบัน ผู้วิจัยพบว่าม้งงานออกแบบมากมาย และรูปแบบที่สามารถพบเห็นมากและมีการนำไปใช้มากที่สุดคือรูปแบบของการซ้ำ (Repetition Pattern) สามารถพบในสื่อสินค้าต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นลวดลายผ้าบนผ้า ลวดลายผ้าบนบรรจุภัณฑ์สินค้าต่าง ๆ ลวดลายผ้าบนของที่ระลึก รวมไปถึงลวดลายซ้ำในงานสถาปัตยกรรม แต่ทว่าปัญหาที่พบคือการออกแบบลวดลายซ้ำส่วนใหญ่มักจะออกแบบโดยนำลวดลายเก่าหรือแบบโบราณดั้งเดิมมาใช้ ไม่มีการดัดแปลงให้มีความแปลกใหม่ไปจากเดิม ขาดการพัฒนาลวดลายหรือรูปแบบการนำเสนอใหม่ ๆ ขึ้นมา โดยจากการลงพื้นที่ภาคสนามพบสาเหตุส่วนหนึ่ง เกิดจากนักออกแบบขาดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ลวดลายขึ้นมาใหม่

หรือฉีกแนวทางการออกแบบไปจากเดิม จึงเป็นสาเหตุทำให้ลวดลายซ้ำที่พบเจอในสามจังหวัดเป็นลวดลายเก่า ไม่สร้างความแปลกใหม่เท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงเห็นว่าควรแก้ไขและพัฒนาแนวทางการออกแบบลวดลายซ้ำ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมายที่กำลังเติบโตในสังคม ซึ่งในปัจจุบัน กลุ่มคนเหล่านั้นคือ กลุ่มเจนเอเรชั่น วาย

เจนเอเรชั่นวาย (Generation Y หรือ Gen Y) คือกลุ่มคนที่ถือได้ว่าเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่สุดของโลก หรือคิดเป็นหนึ่งในสามของประชากรโลกไปแล้ว กลุ่มคนเหล่านี้เกิดระหว่างปี 1981-2000 (ปัจจุบันอายุ ประมาณ 15-34 ปี) และคิดเป็น 32% ของประชากรโลก ในปัจจุบันประเทศที่พัฒนาแล้วเช่น ญี่ปุ่นและ สหรัฐฯ มีประชากร Gen Y อยู่ไม่ถึง 30% ขณะที่ประเทศกำลังพัฒนาส่วนมาก มีสัดส่วนของประชากร Gen Y มากกว่า 30% เมื่อรายได้สูงขึ้นประกอบกับการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เติบโตขึ้นในประเทศที่กำลังพัฒนาเหล่านี้ ประชากรกลุ่ม Gen Y จะกลายเป็นผู้กำหนดทิศทางการโฆษณาหรือแนวทางการขายผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในอนาคต¹

จากสถานการณ์ดังกล่าวผู้วิจัยจึงเห็นว่า หากนำศิลปวัฒนธรรมไทยมลายูที่มีอยู่มาประยุกต์ใหม่ โดยสร้างลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์เพื่อนำไปใช้สื่อสารผ่านสิ่งที่กลุ่มเป้าหมาย เจนเอเรชั่นวาย ให้ความสนใจ แล้ว จะช่วยสนับสนุนให้ลวดลายในวัฒนธรรมไทยมลายูให้เกิดการพัฒนาไปจากเดิม มีความแปลกใหม่ และมีความหลากหลายมากขึ้น เป็นการต่อยอดไปสู่องค์ความรู้การออกแบบทางเรขศิลป์ ซึ่งนอกจากจะเป็นการรักษาและช่วยเสริมภาพลักษณ์ของพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ในปัจจุบันแล้ว ยังสามารถทำให้ วัฒนธรรมไทยมลายูเป็นที่รู้จักในกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์ ที่แสดงออกถึงความเป็นวัฒนธรรมไทยมลายู
2. เพื่อหาแนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู สำหรับเจนเอเรชั่นวาย

สมมติฐานของการวิจัย

การใช้การออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์สามารถส่งเสริมอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูอย่างร่วมสมัยสามารถทำให้เป็นที่น่าสนใจในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเจนเอเรชั่นวายได้

ระเบียบวิธีวิจัยและวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบที่ใช้การออกแบบเรขศิลป์โดยใช้องค์ประกอบของลวดลายซ้ำ และบุคลิกภาพสีตามทฤษฎีสี Image Scale ของ Kobayashi ร่วมกับการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีการออกแบบวิธีดำเนินการวิจัยมี 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ใช้ประกอบงานวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. ข้อมูลประเภทวรรณกรรมและตำราหนังสือ ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยมลายู ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเจนเอเรชั่นวาย และทฤษฎีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับการออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูสำหรับเจนเอเรชั่นวาย

1. "Insight กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y," สุทธภา อมรวิวัฒน์, ข้อมูลความรู้ทั่วไป, https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/130/dzi68owq5l/8372_20141112161337.pdf.

2. ข้อมูลประเภทบุคคล แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมไทยมลายู กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์และลวดลายซ้ำและกลุ่มเป้าหมายของผู้วิจัยที่ต้องการศึกษา เป็นตัวแทนของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

ส่วนที่ 2 การเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การเก็บข้อมูลเพื่อกำหนดกรอบเนื้อหาในการวิจัย และการเก็บข้อมูลเพื่อกำหนดกรอบเครื่องมือในการวิจัย

1. การเก็บข้อมูลเพื่อกำหนดกรอบเนื้อหาในการวิจัย ได้แก่ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยมลายู ข้อมูลเพื่อใช้อ้างอิงและเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลายซ้ำและข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย

2. การเก็บข้อมูลเพื่อกำหนดกรอบเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) รวบรวมข้อมูลเพื่อหาข้อพิพาทในการอ้างอิงปัญหาของวิจัย 2) หาสิ่งที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู โดยแบ่งตามหมวดหมู่ตามแนวทาง "รากวัฒนธรรม 8 วิถีไทย" ของกระทรวงวัฒนธรรมซึ่งได้แบ่งออกเป็น 8 ประเภท 3) ทาองค์ประกอบของลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์ซึ่งประกอบด้วย รูปทรง โครงสร้างการซ้ำทางเรขศิลป์ และสีที่สามารถสื่อสารความเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ 4) สรุปลองค์ประกอบของลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูสำหรับเจนเนอเรชั่นวาย และนำมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการออกแบบต่อไป

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลในการวิจัย สามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลวัฒนธรรมไทยมลายู เพื่อหาข้อพิพาทในการอ้างอิงปัญหาวิจัยจากการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เช่น หนังสือตำราและวรรณกรรม รวมไปถึงการลงพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อสอบถามผู้เชี่ยวชาญถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมไทยมลายูเพื่อหาข้อพิพาทในการอ้างอิงปัญหาวิจัย

2. วิเคราะห์สิ่งที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู วิเคราะห์จากแบบสอบถามสิ่งที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมไทยมลายูจำนวน 3 ท่าน คัดเลือกข้อมูลในแต่ละหมวดหมู่โดยพิจารณาจากคะแนนของคำตอบที่ได้มากที่สุด 3 อันดับแรก ผู้เชี่ยวชาญคัดเลือก เพื่อให้มีความเหมาะสมในการใช้เป็นตัวแปรสำหรับการออกแบบลวดลายซ้ำ

3. วิเคราะห์องค์ประกอบของลวดลายซ้ำและบุคลิกภาพของสี จากแบบสอบถามองค์ประกอบของลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์ และบุคลิกภาพของสีที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู โดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์และลวดลายซ้ำจำนวน 8 ท่าน คัดเลือกรูปร่างและบุคลิกภาพสีตามทฤษฎีสี Image Scale ของ Kobayashi โดยพิจารณาจากรูปร่างและสิ่งที่ถูกคัดเลือกโครงการ 4 ท่านขึ้นไป เพื่อนำไปออกแบบ และใช้สอบถามกับกลุ่มเป้าหมายต่อไป

4. วิเคราะห์เพื่อสรุปลองค์ประกอบและรูปแบบของลวดลายซ้ำ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูสำหรับเจนเนอเรชั่นวาย จากวิเคราะห์ข้อมูลจากการทำสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย จำนวน 7 ท่าน เป็นผู้คัดเลือกข้อมูล โดยใช้ชุดผลงานการออกแบบในแต่ละหมวดหมู่จำนวน 8 หมวดหมู่และในแต่ละหมวดหมู่จะประกอบไปด้วยผลงานลวดลายซ้ำ จำนวน 10 ลาย รวมผลงานทั้งสิ้น 80 ลาย เพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นและความชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อลวดลายซ้ำ พิจารณาจากลวดลายที่ถูกคัดเลือกจากกลุ่มเป้าหมายตรงกัน 4 ท่านขึ้นไป เพื่อนำคำตอบไปใช้พัฒนาในการออกแบบต่อไป

ส่วนที่ 4 การดำเนินการออกแบบ ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปการวิจัยทั้งหมด ผู้วิจัยจะนำผลลัพธ์ที่ได้มาออกแบบลวดลายซ้ำเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูสำหรับเจนอเรชันวาย โดยใช้องค์ประกอบของลวดลายซ้ำและบุคลิกภาพสีตามทฤษฎีสี Image Scale ของ Kobayashi ที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์และลวดลายซ้ำ และนำผลการวิจัยที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการออกแบบลวดลายต่อไป

ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวกับรูปแบบศิลปวัฒนธรรมที่สื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู โดยเฉพาะในสามจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เท่านั้น
2. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษากลุ่มเป้าหมายเจนอเรชันวายเท่านั้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางของการออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์ที่สะท้อนอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูร่วมสมัย
2. ได้แนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูที่มีความเหมาะสมสำหรับเจนอเรชัน วาย

ผลการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งผลการศึกษาออกเป็น 2 ส่วนหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์ ที่แสดงออกถึงความเป็นวัฒนธรรมไทยมลายู และ 2) เพื่อหาแนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู สำหรับเจนอเรชันวาย

ส่วนที่ 1 แนวทางการออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขศิลป์ ที่แสดงออกถึงความเป็นวัฒนธรรมไทยมลายู มีผลการศึกษาเป็นส่วนย่อยออกเป็น 2 ส่วนคือดังนี้

1.1 สรุปผลการวิเคราะห์สิ่งที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามขั้นตอนวิจัยในส่วนที่ 3 ดังที่ได้กล่าวไปแล้วข้างต้น จึงทำการจัดระบบลวดลายที่ค้นพบ เบื้องต้นพบลวดลายจำนวน 58 แบบ จากนั้นผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเข้าพบผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมไทยมลายูเพื่อสอบถามข้อมูลและให้ผู้เชี่ยวชาญคัดกรองข้อมูลเบื้องต้นถึงสิ่งที่เหมาะสมที่จะเป็นลวดลายตั้งต้นในการใช้สื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู กระทั่งพบว่าสิ่งที่เหมาะสมในการใช้เป็นลวดลายตั้งต้นสำหรับการออกแบบลวดลายซ้ำมีจำนวน 37 แบบ โดยคละกันไปในแต่ละหมวดหมู่ จากการวิเคราะห์เบื้องต้นพบว่า สิ่งที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายูส่วนใหญ่เป็นเรื่องของวิถีชีวิต มีความเกี่ยวข้องกับอาหารการกิน อาชีพ ประเพณี ท้องถิ่น สิ่งของเครื่องใช้ การละเล่นพื้นบ้าน รวมไปถึงเรื่องเล่าขานที่เป็นอดีต ซึ่งจากการผลครั้งนี้จะนำไปประยุกต์สร้างเป็นแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญทางด้านออกแบบต่อไป ดังแสดงให้เห็นในตารางที่ 1-8

ตารางที่ 1 สิ่งที่สามารถสื่อวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดยอาหาร
ที่มา : ผู้วิจัย

หมวดยอาหาร	จำนวนครั้งที่เลือก	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1.ข้าวยำ	3	100%
2.ตูปะ	2	66.7%
3.ปูดูสมังต	2	66.7%
4.ไก่กอและ	1	33.3%
5.ตูปะชูดง	1	33.3%

ตารางที่ 2 สิ่งที่สามารถสื่อวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดยเครื่องแต่งกาย
ที่มา : ผู้วิจัย

หมวดยเครื่องแต่งกาย	จำนวนครั้งที่เลือก	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1.ผ้าจวนตานี	3	100%
2.ผ้าซอแกะ	3	100%
3.ผ้าปาเต๊ะ(บาติก)	2	66.7%
4.ผ้าปลางิง	1	33.3%

ตารางที่ 3 สิ่งที่สามารถสื่อวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดยส่วนประกอบของสถาปัตยกรรม
ที่มา : ผู้วิจัย

หมวดยส่วนประกอบของสถาปัตยกรรม	จำนวนครั้งที่เลือก	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1.ลวดลายของลม	2	66.7%
2.เสายอดจั่ว	2	66.7%
3.หลังคาปั้นหย่า	2	66.7%
4.ราวระเบียงบ้าน	1	33.3%
5.หลังคาจั่วมนิลา	1	33.3%
6.หลังคาจั่วสามเหลี่ยม	1	33.3%

ตารางที่ 4 สิ่งที่สามารถสื่อวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดยประเพณี
ที่มา : ผู้วิจัย

หมวดยประเพณี	จำนวนครั้งที่เลือก	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1.พิธีแห่นก	3	100%
2.พิธีแต่งงาน	2	66.7%
3.พิธีสืบทอดชาย	2	66.7%
4.วันอาซูรอ	2	66.7%

ตารางที่ 5 สิ่งที่สามารถสื่อวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่การเล่น
ที่มา : ผู้วิจัย

หมวดหมู่ การเล่น	จำนวนครั้งที่เลือก	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1.การเล่นสืละ	3	100%
2.การเล่นตีเกฮูลู	3	100%
3.การเล่นหนังตะลุง	1	33.3%
4.การเล่นว่าววงเดือน	1	33.3%
5.การรำร่อนแรง	1	33.3%

ตารางที่ 6 สิ่งที่สามารถสื่อวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่พิธีกรรม
ที่มา : ผู้วิจัย

หมวดหมู่ ความเชื่อ พิธีกรรม	จำนวนครั้งที่เลือก	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1.ความเชื่อเกี่ยวกับกริช	3	100%
2.ความเชื่อเกี่ยวกับพิธีแห่นก	2	66.7%
3.ความเชื่อเกี่ยวกับเรือกอและ	2	66.7%
4.ความเชื่อเกี่ยวกับหนังตะลุง	1	33.3%

ตารางที่ 7 สิ่งที่สามารถสื่อวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่หัตถกรรม
ที่มา : ผู้วิจัย

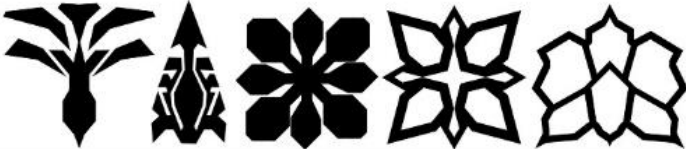
หมวดหมู่ หัตถกรรม	จำนวนครั้งที่เลือก	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1.กรรนกเขา, กรรนกเขาวา, กรรนกหัวจุก	3	100%
2.เรือกอและ	2	66.7%
3.แหวนมลายู	2	66.7%
4.เสื้อกระจุด	2	66.7%

ตารางที่ 8 สิ่งที่สามารถสื่อวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่วรรณกรรมพื้นบ้านและตำนาน
ที่มา : ผู้วิจัย

หมวดหมู่ วรรณกรรมพื้นบ้านและตำนาน	จำนวนครั้งที่เลือก	คิดเป็นเปอร์เซ็นต์
1.ตำนานป็นใหญ่พญาตานี	3	100%
2.ตำนานกริช อาวุธขามลายู	2	66.7%
3.ตำนานมัสยิดกรือเซะ	2	66.7%
4.ตำนานเจ้าเมืองยะลาคนสุดท้าย อังกุสุลย์มาน	1	33.3%
5.ตำนานราชามีเขียว ราชาบอร์ชียง	1	33.3%

1.2 สรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของลวดลายซ้ำและบุคลิกภาพของสีที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูได้ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 8 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด พิจารณาจากคะแนนของคำตอบที่ได้มากที่สุด เพื่อใช้เป็นตัวแปรสำหรับการออกแบบลวดลายซ้ำ ซึ่งในการสร้างแบบสอบถามครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำเอาผลลัพธ์จากแบบสอบถามของผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมไทยมลายูในผลการวิเคราะห์ขั้นที่ 1 โดยใช้แนวทางการออกแบบซึ่งมีการอ้างอิงรูปร่างจากหนังสือ Two Dimensional Design ของ Wucius Wong² 6 แบบ ได้แก่ 1) รูปร่างเรขาคณิต (Geometric) 2) รูปร่างธรรมชาติ (Organic) 3) รูปร่างที่มีด้านเป็นเส้นตรง (Rectilinear) 4) รูปร่างผิดปกติ (Irregular) 5) รูปร่างเขียน (Hand-Drawn) 6) รูปร่างจากอุบัติเหตุ (Accidental) มาใช้สร้างรูปทรงเพื่อเป็นแนวทางในแบบสอบถาม โดยรูปทรงที่สร้างนั้นได้อ้างอิงมาจากรูปทรงที่มักปรากฏและพบได้มากในวัฒนธรรมไทยมลายู จากการลงพื้นที่ภาคสนามและสอบถามข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมไทยมลายู เหตุผลอีกประการหนึ่งที่ผู้วิจัยใช้รูปทรงเหล่านี้ในการทำแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ คือ เพื่อเป็นการแยกประเภทที่มีปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมไทยมลายูให้ชัดเจนว่ามีรูปแบบใดบ้าง และเพื่อให้ง่ายต่อการคำนึงถึงการสื่อสารรูปทรงในแต่ละหมวดหมู่ สาเหตุสำคัญอีกประการคือหากใช้เป็นภาพถ่าย อาจทำให้เกิดการขึ้นทางสายตามากเกินไป

ตารางที่ 9 รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู เพื่อใช้ในแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
ที่มา : ผู้วิจัย

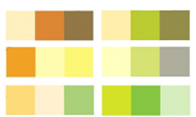
รูปทรงเรขาคณิต Geometric (กำหนดโครงสร้างด้วยเรขาคณิตศาสตร์)	
รูปทรงธรรมชาติ Organic ประกอบจากเส้นโค้ง มีลักษณะคล้ายของเหลวที่ไหลเวียนต่อเนื่อง	
รูปทรงที่มีด้านเป็นเส้นตรง Rectilinear ประกอบจากเส้นตรง ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันทางคณิตศาสตร์	
รูปทรงผิดปกติ Irregular ประกอบจากเส้นโค้งและเส้นตรง ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันทางคณิตศาสตร์	
รูปทรงเขียนมือ Hand-Drawn การเขียนด้วยมือ หรือการใช้เครื่องมือประกอบ	
รูปทรงจากอุบัติเหตุ Accidental ทำขึ้นโดยไม่ตั้งใจ มักเป็นผลมาจากกรรบรีหรือวัสดุพิเศษ	

2. Wucius Wong, *Principles of Form and Design*, แปลโดย เชื้อเย็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา (กรุงเทพมหานคร : คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555). 11-13.

ทั้งนี้ ผลจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ถึงรูปทรงของสิ่งที่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู ในหมวดแต่ละหมวดหมู่ ประมวลคำตอบได้ดังนี้

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบของลวดลายซ้ำและนุคลิกภาพสี
ที่มา : ผู้วิจัย

อันดับ	รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่อาหาร	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	รูปมือเขียน (Hand-Draw) 	7	87.5%

อันดับ	บุคลิกภาพสีที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่อาหาร	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	Natural 	8	100%

อันดับ	รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่เครื่องแต่งกาย	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	รูปมือเขียน (Hand-Draw) 	8	100%

อันดับ	บุคลิกภาพสีที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่เครื่องแต่งกาย	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	Elegant 	6	75%

อันดับ	รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่ส่วนประกอบของสถาปัตยกรรม	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	รูปร่างเรขาคณิต (Geometric) 	7	87.5%
1	รูปร่างผิดปกติ (Irregular) 	7	87.5%

อันดับ	บุคลิกภาพสีที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่ส่วนประกอบของสถาปัตยกรรม	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	Classic 	7	87.5%

อันดับ	รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่ประเพณี	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	รูปร่างธรรมชาติ (Organic) 	7	87.5%
1	รูปร่างผิดปกติ (Irregular) 	7	87.5%

อันดับ	บุคลิกภาพสีที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่ประเพณี	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	Dynamic 	8	100%

อันดับ	รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่ประเพณี	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	รูปร่างธรรมชาติ (Organic) 	7	87.5%
1	รูปร่างผิดปกติ (Irregular) 	7	87.5%

อันดับ	บุคลิกภาพที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่ประเพณี	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	Dynamic 	8	100%

อันดับ	รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่ความเชื่อ พิธีกรรม	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	รูปร่างธรรมชาติ (Organic) 	5	62.5%
1	รูปที่เกิดจากอุบัติเหตุ (Accidental) 	5	62.5%

อันดับ	บุคลิกภาพที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่ความเชื่อ พิธีกรรม	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	Classic 	7	87.5%

อันดับ	รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่กิจกรรม	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	รูปร่างธรรมชาติ (Organic) 	7	87.5%
1	รูปมือเขียน (Hand-Draw) 	7	87.5%

อันดับ	บุคลิกภาพที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดหมู่กิจกรรม	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	Elegant 	5	62.5%

อันดับ	รูปทรงที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดวรรณกรรม พื้นบ้านและตำนาน	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	รูปที่เกิดจากอุบัติเหตุ (Accidental) 	6	75%
1	รูปมือเขียน (Hand-Draw) 	6	75%

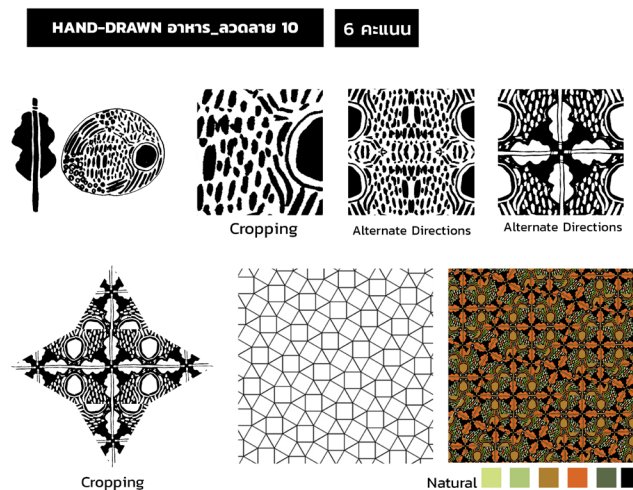
อันดับ	บุคลิกภาพที่สามารถสื่อสารวัฒนธรรมไทยมลายู หมวดวรรณกรรมพื้นบ้านและตำนาน	จำนวนครั้ง	ค่าเฉลี่ย
1	Classic 	6	75%

จากตารางจะเห็นได้ว่ารูปทรงที่มีความเหมาะสม ในการใช้สื่อสารลวดลายอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูมากที่สุด คือ รูปทรงธรรมชาติ (Organic) รองลงมาคือ รูปมือเขียน (Hand-Draw) รูปที่เกิดจากอุบัติเหตุ (Accidental) และ รูปเรขาคณิต (Geometric) ตามลำดับ และส่วนของบุคลิกภาพสีที่มีความเหมาะสม ในการใช้สื่อสารลวดลายอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูมากที่สุด คือ อารมณ์สี Classic รองลงมา คือ อารมณ์สี Dynamic และสง่างาม Elegant ที่ถูกเลือกเท่ากัน และ อารมณ์สี Natural ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อสรุปองค์ประกอบและรูปแบบของลวดลายซ้ำ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูสำหรับเจนเนอเรชันวาย ตามวัตถุประสงค์การศึกษาข้อที่ 2 โดยใช้วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 7 ท่าน เพื่อหาแนวทางการสื่อสาร ความพึงพอใจ และข้อเสนอต่าง ๆ โดยในการสอบถามครั้งนี้ ผู้วิจัยมีเกณฑ์การคัดเลือกโดยพิจารณาจากระดับคะแนนที่กลุ่มเป้าหมายเลือกตรงกันที่สุด ตั้งแต่ 4 คนขึ้นไป หาลวดลายที่เหมาะสมและสามารถสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายูกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ซึ่งสามารถสรุปผลได้ว่า

หมวดหมู่อาหาร

ซึ่งได้แก่รูปทรงของ ไก่กอลและและข้าวยา ออกแบบโดยใช้ รูปเขียนมือ (Hand-Draw) ใช้บุคลิกภาพสี คือ ดุเป็นธรรมชาติ (Natural) และใช้โครงสร้างการซ้ำประเภท โครงสร้างซ้ำชนิดทวีคูณ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคัดเลือกตรงกัน จำนวน 5 ท่าน

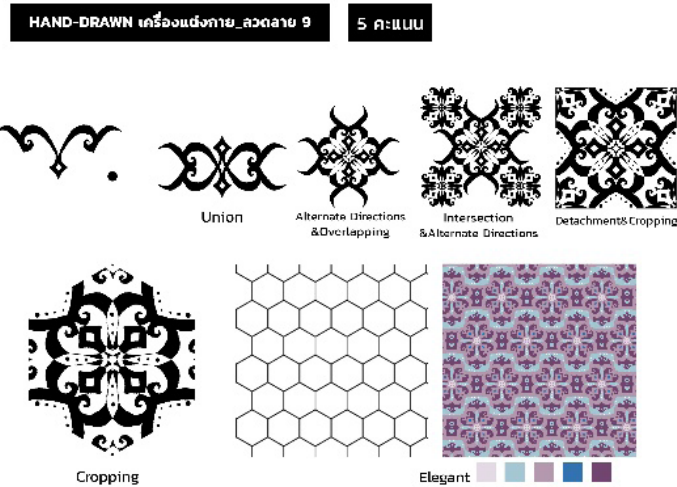


ภาพที่ 1 ลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด ในหมวดหมู่อาหาร
ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด จากจำนวนลวดลายที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม 10 แบบ

หมวดหมู่เครื่องแต่งกาย

ซึ่งได้แก่รูปทรงของ ลายผ้าซอเก๊ะและบาติก ออกแบบโดยใช้ รูปทรงเขียนมือ (Hand-Draw) ใช้ บุคลิกภาพสี คือ ดูสง่างาม (Elegant) และใช้โครงสร้างการซ้ำประเภท โครงสร้างตารางทกเหลี่ยม โดยมี กลุ่มเป้าหมายคัดเลือกตรงกัน จำนวน 5 ท่าน

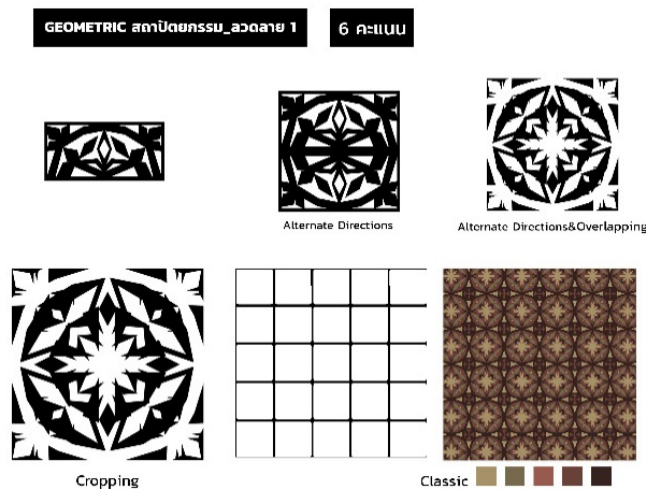


ภาพที่ 2 ลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด ในหมวดหมู่เครื่องแต่งกาย
ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด จากจำนวนลวดลายที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม 10 แบบ

หมวดหมู่ส่วนประกอบของสถาปัตยกรรม

ซึ่งได้แก่รูปทรงของ ลวดลายช่องลม ออกแบบโดยใช้ รูปทรงเรขาคณิต (Geometric) ใช้บุคลิกภาพสี คือ โบราณ (Classic) และใช้โครงสร้างการซ้ำประเภท โครงสร้างเปลี่ยนสัดส่วน โดยมีกลุ่มเป้าหมายคัดเลือกตรงกัน จำนวน 6 ท่าน

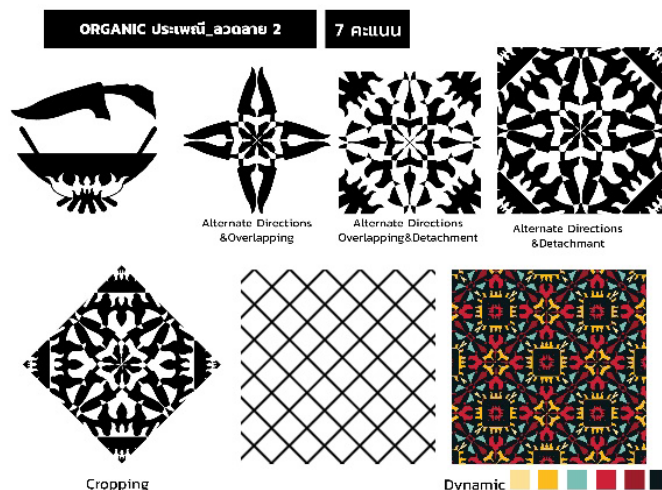


ภาพที่ 3 ลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด ในหมวดหมู่ส่วนประกอบของสถาปัตยกรรม
ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด จากจำนวนลวดลายที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม 10 แบบ

หมวดหมู่ประเพณี

ซึ่งได้แก่รูปทรงของ พิธีเข้าสู่นัดชายและวันอาซูรอ ออกแบบโดยใช้รูปทรงธรรมชาติ (Organic) ใช้นุคลิกภาพสี่ คือ มีชีวิตชีวา (Dynamic) และใช้โครงสร้างการซ้ำประเภท โครงสร้างการเปลี่ยนทิศทาง โดยมีกลุ่มเป้าหมายคัดเลือกตรงกัน จำนวน 7 ท่าน

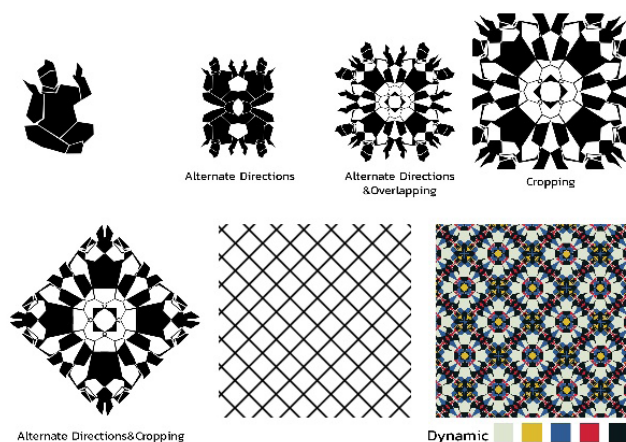


ภาพที่ 4 ลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด ในหมวดหมู่ประเพณี
ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด จากจำนวนลวดลายที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม 10 แบบ

หมวดหมู่ส่วนประกอบของการละเล่น

ซึ่งได้แก่รูปทรงของ การละเล่นดีเกสุลุ ออกแบบโดยใช้ รูปทรงธรรมชาติ (Organic) ใช้นุคลิกภาพสี่ คือ มีชีวิตชีวา (Dynamic) และใช้โครงสร้างการซ้ำประเภท โครงสร้างการเปลี่ยนทิศทาง โดยมีกลุ่มเป้าหมายคัดเลือกตรงกัน จำนวน 7 ท่าน

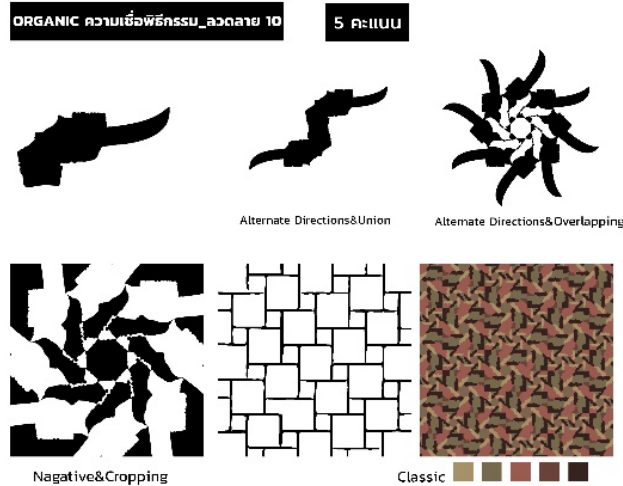


ภาพที่ 5 ลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด ในหมวดหมู่การละเล่น
ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด จากจำนวนลวดลายที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม 10 แบบ

หมวดหมู่พิธีกรรม ความเชื่อ

ซึ่งได้แก่รูปทรงของ ความเชื่อเกี่ยวกับกริช ออกแบบโดยใช้รูปทรงธรรมชาติ (Organic) ใช้บุคลิกภาพสี คือ โบราณ (Classic) และใช้โครงสร้างการซ้ำประเภท โครงสร้างการซ้ำชนิดทวีคูณ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คัดเลือกตรงกัน จำนวน 5 ท่าน

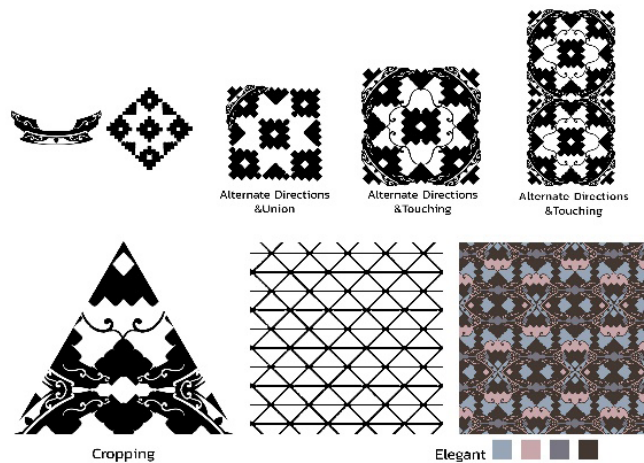


ภาพที่ 6 ลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด ในหมวดหมู่พิธีกรรม ความเชื่อ
ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด จากจำนวนลวดลายที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม 10 แบบ

หมวดหมู่ส่วนประกอบของหัตถกรรม

ซึ่งได้แก่รูปทรงของ เรือกอลและและเสื่อกระจูด ออกแบบโดยใช้ รูปทรงธรรมชาติ (Organic) ใช้บุคลิกภาพสี คือ ดูสง่างาม (Elegant) และใช้โครงสร้างการซ้ำประเภท โครงสร้างตารางสามเหลี่ยม โดยมีกลุ่มเป้าหมายคัดเลือกตรงกัน จำนวน 6 ท่าน



ภาพที่ 7 ลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด ในหมวดหมู่หัตถกรรม
ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด จากจำนวนลวดลายที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม 10 แบบ

หมวดหมู่วรรณกรรมพื้นบ้านและตำนาน

ซึ่งได้แก่รูปทรงของ ราชามิเขียวและเจ้าเมืองยะลาคนสุดท้าย ออกแบบโดยใช้รูปทรงอุบัติเหตุ (Accidental) ใช้บุคลิกภาพสี คือ โบราณ (Classic) และใช้โครงสร้างการซ้ำประเภท โครงสร้างการโค้งและ หักงอ โดยมีกลุ่มเป้าหมายคัดเลือกตรงกัน จำนวน 7 ท่าน



ภาพที่ 8 ลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด ในหมวดหมู่วรรณกรรมพื้นบ้านและตำนาน
ที่มา : ผู้วิจัย

หมายเหตุ : ผู้วิจัยได้นำลวดลายที่ได้คะแนนสูงสุด จากจำนวนลวดลายที่ใช้ในการสนทนากลุ่ม 10 แบบ

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์แนวทางการออกแบบลวดลายซ้ำทางเรขาคณิต ที่แสดงออกถึงความเป็นวัฒนธรรมไทยมลายู พบว่า มีการใช้โครงสร้างการซ้ำและโทนสีที่เป็นลักษณะเฉพาะ จะช่วยสร้างการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้ดี นั้นสอดคล้องกับการวิจัยของ หัสนันท์ นาคไพจิตร³ ที่เคยศึกษาการประยุกต์ใช้องค์ประกอบทางเรขาคณิตจากผ้าทอลายขิดเพื่อสื่อสารวัฒนธรรมอีสานว่า ตำนานเอาองค์ประกอบทางเรขาคณิตมาประยุกต์ โดยการใช้อุปทรงระนาบ โครงสร้างการซ้ำ จังหวะ และการใช้โทนสี จะช่วยสร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ เช่นเดียวกับงานวิจัยภักดี ต่วนศิริ⁴ ที่ได้ศึกษาการออกแบบเรขาคณิตที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) ซึ่งพบว่า การออกแบบลวดลายโดยใช้การจัดวางลวดลายแบบอิสลาม หรือ อาราเบสก์ (Arabesque) มาใช้จะช่วยทำให้สื่อสารได้ดียิ่งขึ้น คุณลักษณะการออกแบบที่เป็นการต่อลายแม่แบบ (Motif) จะช่วยทำให้สื่อสารกับผู้รับชมลวดลายนั้นได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีข้อสังเกตว่า เนื่องด้วยความเป็นไทยมลายูในปัจจุบันนั้น มีความเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กันกับศาสนาอิสลามด้วยลวดลายซ้ำนั้นแฝงฝังอยู่ในงานของสถาปัตยกรรมอิสลามอยู่เสมอ ทั้งในแบบของลวดลายและรูปทรงเรขาคณิต เพราะสะท้อนลักษณะความเป็นอนันต์หรือยิ่งใหญ่อันประมาณมิได้ ซึ่งเป็นลักษณะของการอุปมาว่าเป็นคุณลักษณะสำคัญของพระผู้เป็นเจ้า ดังนั้นการจัดวางลวดลายโดยใช้โครงสร้างการซ้ำจึงเป็นลักษณะสำคัญของศิลปะเหล่าผู้นับถือศาสนาอิสลามที่ผู้รับชมจะคุ้นเคยเป็นอย่างดีเพราะเป็นความรู้สึกที่แฝงฝังอยู่ในระดับของวัฒนธรรม

3. หัสนันท์ นาคไพจิตร, "การประยุกต์ใช้องค์ประกอบทางเรขาคณิตจากผ้าทอลายขิดเพื่อสื่อสารวัฒนธรรมอีสาน" (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2533). 80-102.

4. ภักดี ต่วนศิริ, "การออกแบบลายเส้นศิลปะที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย" (วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2556). 94-120.

อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์วัฒนธรรมไทยมลายู สำหรับเจนเนอเรชั่นวาย ยังสอดคล้องกับการวิจัยของ มุกด์ตรา ทองเวส⁵ ที่ได้ศึกษาการออกแบบเรขศิลป์สำหรับร้านอาหารไทย ประเภทต่าง ๆ เพื่อเจนเนอเรชั่นวาย พบว่ากลุ่มเป้าหมายเจนเนอเรชั่นวาย มีความชื่นชอบองค์ประกอบศิลป์ที่มี จังหวะคล้ายคลึงกันด้วยการสร้างจังหวะ และการซ้ำความต่อเนื่อง (Repetition) และเมื่อนำมาใช้บนสื่อ สินค้าจะช่วยสร้างความน่าสนใจได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งงานของผู้วิจัยก็เป็นได้สร้างสรรค์คุณลักษณะดังกล่าว เอาไว้ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในงานวิจัย

1. ด้านการศึกษา ค้นคว้าข้อมูล ควรมีการวางแผนการวิจัยและการลงพื้นที่ในการศึกษาอย่างเป็นระบบเนื่องจากข้อมูลด้านวัฒนธรรมไทยมลายูนับเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่และประวัติศาสตร์ของสาม จังหวัดชายแดนภาคใต้ ในระหว่างการค้นคว้า เก็บข้อมูล และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญนั้น หากนักวิจัยยัง ไม่มีความคุ้นเคยอาจเกิดปัญหาในการประสานงานและอาจสร้างความกังวลต่อความปลอดภัยของนักวิจัย ได้

2. ด้านการรวบรวมและสังเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากข้อมูลด้านวัฒนธรรมไทยมลายูนับมีจำนวนมาก ทำให้การรวบรวมและคัดแยกในแต่ละหมวดหมู่นั้นต้องใช้เวลาไปอย่างมาก กอปรกับองค์ความรู้บางอย่าง ในวัฒนธรรมไทยมลายู ไม่ได้มีการจดบันทึกและจัดระบบข้อมูลไว้ศึกษาต่อคนรุ่นหลังอย่างดีนัก ดังนั้น หากมีผู้ที่ต้องศึกษาข้อมูลด้านวัฒนธรรมไทยมลายู ควรกำหนดขอบเขตเฉพาะหมวดหมู่ จะทำให้การค้นคว้า มีขอบเขตไม่กว้างจนเกินไปซึ่งจะช่วยให้การทำงานเกิดประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย

3. ด้านการออกแบบ ในการนำลวดลายไปใช้งาน ควรมีการกำหนดขนาดและขอบเขตของลวดลาย เมื่อนำไปใช้กับสื่อสินค้า หรือพื้นที่ต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อให้ลวดลายมีขนาดที่เล็กหรือใหญ่จนเกินไป เพื่อ ป้องกันไม่ให้ลายละเอียดของลวดลายเหล่านี้เสียไป

5. มุกด์ตรา ทองเวส, "การออกแบบเรขศิลป์สำหรับร้านอาหารไทยประเภทต่างๆ เพื่อเจนเนอเรชั่นวาย" (วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหา 97
บัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2559). 126-266.

บรรณานุกรม

- ภักดี ต่วนศิริ. "การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์ศิลปมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร. 2556
- มุกด์ตรา ทองเวส. "การออกแบบเรขศิลป์สำหรับร้านอาหารไทยประเภทต่างๆ เพื่อเจเนอเรชันวาย." วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2559.
- สุทธาภา อมรวิวัฒน์. "Insight กลยุทธ์มัดใจผู้บริโภค Gen Y." ข้อมูลความรู้ทั่วไป. https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/130/dzi68owq5l/8372_20141112161337.pdf.
- หัจญ์นุส นาคไพจิตร. "การประยุกต์ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์จากผ้าทอลายขิดเพื่อสื่อสารวัฒนธรรมอีสาน." วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2553.
- Wucius Wong. *Principles of Form and Design*. แปลโดย เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ อยุธยา. กรุงเทพมหานคร : คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2555.