

การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์สำหรับกลุ่มนิยมนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากแนวคิดศิลปะลัทธินีโอ-ดาดา

ชไมพร สุศรวาสวศ์¹, อรรถพนธ์ พงษ์เลาหพันธ์¹
¹ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 Email: aui.atthaphon@gmail.com¹

Received: Sep 10, 2020

Revised: Oct 28, 2020

Accepted: Nov 6, 2020

บทคัดย่อ

สตรีทแวร์ (Streetwear) เป็นรูปแบบการแต่งกายที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของสังคมโดยเริ่มต้นช่วงยุค ค.ศ. 1980 ในประเทศสหรัฐอเมริกา การแต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์ถูกพัฒนาขึ้นจากการผสมผสานอิทธิพลของวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ส่งผลให้รูปแบบการแต่งกายสตรีทแวร์เป็นส่วนหนึ่งของการแสดงออกถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural diversity) ซึ่งเป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นอยู่บนรากฐานของความเท่าเทียมและสิทธิหลักเสรีนิยม ที่บุคคลสามารถแสดงออกผ่านรูปแบบของการผสมผสานเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายจากหลากหลายวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ซึ่งในปัจจุบันเป็นที่นิยมในตลาดแฟชั่นระดับสากล

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาแนวทางการแต่งกายสตรีทแวร์ และ (2) การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ สำหรับกลุ่มนิยมนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรมจากแนวคิดศิลปะลัทธินีโอ-ดาดา โดยใช้กระบวนการวิจัย 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านกลุ่มเป้าหมาย (2) กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านแนวคิดการออกแบบ และ (3) กระบวนการออกแบบผลงานสร้างสรรค์

ผลจากการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มนิยมนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรม คือกลุ่มคนรุ่นวาย (Generation Y) อายุ 22-37 ปี และรุ่นซี (Generation Z) อายุต่ำกว่า 22 ปี และ (2) แนวคิดศิลปะลัทธินีโอ-ดาดา มักมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน (Daily life) วัฒนธรรมสังคม (Social Culture) โดยศิลปินมักถ่ายทอด สิ่งเหล่านั้นออกมาอย่างเสียดสี ตลกขบขัน เป็นนามธรรม และทำให้ผู้ชมเกิดคำถามต่องานศิลปะที่รับชมอยู่ นิยมจัดองค์ประกอบให้เกิดความรู้สึกขัดแย้ง (Contrasting) นิยมใช้คือเทคนิคแอสเซมบลาจ (Assemblage) และนำวัสดุสำเร็จรูปเข้ามาเป็นส่วนประกอบของผลงาน (3) ผู้วิจัยได้นำผลสรุปจากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและแนวคิดการออกแบบมาพัฒนาเป็นผลงานออกแบบสร้างสรรค์คอลเลกชันเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายจำนวน 5 ชุด

คำสำคัญ : สตรีทแวร์, กลุ่มนิยมนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรม, แนวคิดศิลปะลัทธินีโอ-ดาดา

The Streetwear Collection Design for Cultural Diversity Consumer from Neo-Dada Concept

Chamaiporn Susoravatwong¹, Atthaphon Ponglawhapun¹

¹Creative Arts Department, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Email: aui.atthaphon@gmail.com¹

Received: Sep 10, 2020

Revised: Oct 28, 2020

Accepted: Nov 6, 2020

ABSTRACT

Streetwear is the kind of dressing that evolve along with the development of the society. Streetwear started in 1980's in the United States. The style is developed through the collision between the influence of subcultures. Since streetwear is the way to express the cultural diversity which is the idea based on the equality and liberalism. Streetwear also a way that enables fashion to merge different culture into one collection design. It also popular among international fashion scene at the moment.

This research aims to (1) research streetwear style and (2) design the collection for the cultural diversity consumer from neo-dada concept. There are 3 research process including (1) target group analysis using qualitative research method, (2) design elements analysis using qualitative research method, and (3) collection design process.

The research found that (1) those who preferred cultural diversity are generation Y and Z and (2) The Neo-Dada usually relates to the daily life and social culture. The artist who produce Neo-Dada style of works normally express their sarcastic, funny, and abstract attitude that lead to the questions for audiences. The composition of the work is paradoxical and contrasting with the assemblage details. (3) The prototype collection is presented as the conclusion of the research.

Keywords : Streetwear, Cultural Diversity, Neo-Dada

บทนำ

สตรีทแวร์ (Streetwear)

สตรีทแวร์ (Streetwear) เป็นรูปแบบการแต่งกายที่มีความเปลี่ยนแปลงไปตามพัฒนาการของสังคม โดยเริ่มต้นช่วงยุค ค.ศ. 1980 ในประเทศสหรัฐอเมริกา การแต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์ถูกพัฒนาขึ้นจากการผสมผสานอิทธิพลของวัฒนธรรมย่อย (Subculture) เช่น วัฒนธรรมสเก็ตบอร์ด (Skate Board) วัฒนธรรมฮิปฮอป (Hip-hop) ประกอบกับเครื่องแต่งกายประเภทกีฬา (Sportswear) ซึ่งมีเอกลักษณ์คือรูปแบบการแต่งกายที่มีลักษณะลำลอง (Casual) เคลื่อนไหวสะดวก (Athleisure) และมีขนาดใหญ่กว่าตัว (Oversize) โดยแนวคิดที่สำคัญ ของรูปแบบการแต่งกายแนวสตรีทนี้คือการแสดงออกถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Self Expression) เพื่อแสดงตัวตนรวมถึงทัศนคติของผู้สวมใส่

สตรีทแวร์ (Streetwear) มักหมายถึงเครื่องแต่งกายซึ่งมีลักษณะแบบลำลอง (Casual) สวมใส่ง่าย เคลื่อนไหวสะดวก (Athleisure) และมีขนาดใหญ่กว่าตัว (Oversize) โดยมีเอกลักษณ์คือการแต่งกายเพื่อแสดงออกถึงความเป็นปัจเจกบุคคลและแสดงทัศนคติของผู้สวมใส่ เริ่มแรกสตรีทแวร์มีรากฐานมาจากกลุ่มต่อต้านวัฒนธรรมกระแสหลักในยุค ค.ศ. 1980 (Countercultures) และพัฒนาขึ้นจากกลุ่มวัฒนธรรม

ย่อยต่าง ๆ (Subculture) จนกลายเป็นวัฒนธรรมการแต่งกายกระแสหลัก ซึ่งในปัจจุบันวัฒนธรรมนี้มีการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมแฟชั่นในทุกระดับตลาด

จุดเริ่มต้นของสตรีทแวร์และวัฒนธรรมสตรีทถือกำเนิดขึ้นจาก ฌอน สตัสซี่ (Shawn Stussy) ผู้ประกอบธุรกิจจำหน่ายแผ่นกระดานโต้คลื่นในบริเวณลากูน่าบีช (Laguna Beach) ชายหาดซึ่งเป็นแหล่งรวมตัวของบรรดานักเล่นเซิร์ฟบอร์ดชั้นนำในรัฐแคลิฟอร์เนียประเทศสหรัฐอเมริกาปี ค.ศ. 1979 ภายหลังวัฒนธรรมสตรีทได้แพร่เข้าสู่มหานครนิวยอร์ก แทรกซึมไปในวงการดนตรีแนวฮิปฮอปและเครื่องแต่งกายประเภทกีฬา ซึ่งในช่วงนี้เองที่วัฒนธรรมสตรีทได้กลายเป็นกระแสนิยมที่ได้รับการยอมรับอย่างล้นหลามเนื่องจากแรงขับเคลื่อนสำคัญได้แก่ เอ็มทีวี (MTV) สถานีโทรทัศน์สำหรับวัยรุ่นที่ทรงอิทธิพลเป็นอย่างมากในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเอ็มทีวีได้นำเสนอรายการเพลง ‘YO! MTV Raps’ นำดนตรีแนวฮิปฮอปมาเผยแพร่ให้กับผู้ชมทั่วประเทศ ซึ่งภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของศิลปินดนตรีฮิปฮอปหรือแร็ปเปอร์สมัยนั้นล้วนเป็นศิลปินชาวอเมริกัน-แอฟริกันซึ่งเป็นคนผิวสีและมักสวมใส่เครื่องแต่งกายลักษณะใหญ่โคร่ง (Baggy and Loose) มีเครื่องประดับเป็นสร้อยคอโซ่สีทองและรองเท้ากีฬาตราสินค้าดังอย่างไนกี้ (Nike) หรือ ออดิดาส (Adidas)

โดยลักษณะมิวสิควิดีโอประเภทนี้ถูกเรียกว่าบลิงบลิง (Bling Bling Culture) และเป็นภาพลักษณ์ที่คนมักจดจำของเครื่องแต่งกายแนวสตรีท

วัฒนธรรมสตรีทและเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดครั้งใหญ่และกระจายกระแสนิยมออกไปอย่างรวดเร็วในช่วง ค.ศ. 2000 ที่อิทธิพลของอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดียทำให้คนทั่วโลกสามารถเข้าถึงสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ได้สะดวก

ในปี ค.ศ. 2017 สตรีทแวร์ได้ถูกพัฒนาจนกลายเป็นส่วนสำคัญของตราสินค้าแฟชั่นระดับสูง (High-end) จำนวนมาก มีการผลิตเสื้อผ้าประเภทลำลองและเคลื่อนไหวสะดวกออกมาเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีค่าเฉลี่ยอายุเด็กลงและต้องการสวมใส่เครื่องแต่งกายที่ไม่เป็นทางการจนเกินไปสามารถใส่ได้ในหลายโอกาส (Eundeok Kim, Ann Marie Fiore, and Hyejeong Kim, 2016) ในตลาดตราสินค้าแฟชั่นระดับสูง (High-end) มีอัตราการการเพิ่มขึ้นของการผลิตรองเท้ากีฬา (Sneakers) ถึง 10% และเสื้อยืดถึง 25% รวมถึงรายละเอียดของเครื่องแต่งกายที่เป็นการผสมผสานเอาความเป็นวัฒนธรรมสตรีทมาปรับแต่งร่วมกับเสื้อผ้าชั้นสูง (Luxury Fashion) ได้ปรากฏให้เห็นมากขึ้นเป็นวงกว้าง มีการร่วมมือกันออกแบบของตราสินค้าซูพรีม (Supreme) และ หลุยส์ วิตตอง

รวมถึง เบอร์เบอรี (Burberry) กับตราสินค้าสตรีทแวร์โกชา รับชินสกี (Gosha Rubchinskiy) เป็นต้น

ในปัจจุบันสตรีทแวร์ยังคงเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในวงการแฟชั่นระดับสูง (High-end) เปลี่ยนแปลงไปตามแนวโน้มแฟชั่น (Trend) ที่เกิดขึ้นในแต่ละฤดูกาล (Season) และถึงแม้ว่าการตีความวัฒนธรรมสตรีทของดีไซเนอร์แต่ละคนจะแตกต่างกันไป แต่เอกลักษณ์สำคัญของวัฒนธรรมสตรีทที่ดีไซเนอร์ทุกคนให้ความสำคัญเหมือนกันนั่นคือการออกแบบเพื่อสะท้อนความเป็นอิสระและเรื่องราวของสังคมปัจจุบัน (Urban Culture) เป็นหลัก ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นส่งผลให้เกิดความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural Diversity) ขึ้นในสังคมซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญสำหรับการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ในปัจจุบัน เมื่อบุคคลมีอิสระทางแฟชั่นมากขึ้นและไม่มีการเกณฑ์ทางแฟชั่นใดที่ถูกต้องตายตัวเสมอไป แนวคิดเครื่องแต่งกายซึ่งเกิดจากการผสมผสานวัฒนธรรม (Cross-culture) และไม่จำเป็นที่จะต้องยึดติดกับวัฒนธรรมใดอย่างเดียวจึงได้เกิดขึ้น

กลุ่มนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ความหลากหลายในสังคม (Diversity) หรือเรียกว่าเป็น “คุณลักษณะทางสังคมที่ผู้คนยอมรับและเคารพในความแตกต่างซึ่งกันและกัน” โดยความแตกต่างนี้หมายถึง

ความแตกต่างทางปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ซึ่งได้แก่ เชื้อชาติ เพศ อายุ รายได้ การศึกษาอาชีพ ศาสนา เชื้อชาติสัญชาติ สถานภาพทางสังคม (Social class) และบรรทัดฐานทางวัฒนธรรม (Cultural norms) (Kerwin, L. B, 2010)

คุณลักษณะนี้เกิดขึ้นมาจากผลพวงของการล่าอาณานิคม การอพยพ และการก่อตัวของชุมชนคนพลัดถิ่นในอดีตที่ทำให้หลายประเทศทางฝั่งตะวันตกเกิดความหลากหลายทางชาติพันธุ์ขึ้น ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีกลุ่มคนผิวขาวจำนวนมากเป็นกลุ่มวัฒนธรรมหลักและมีคนกลุ่มน้อย (Visible minorities) เป็นคนผิวสีที่อพยพมาจากถิ่นต่าง ๆ เป็นวัฒนธรรมรอง ทั้งสองกลุ่มต่างได้รับอิทธิพลจากอีกฝ่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านวัฒนธรรมที่ได้แก่ ศิลปะ ดนตรี หรือเครื่องแต่งกาย ทำให้เกิดเป็นความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural diversity) ขึ้น โดยปัจจัยสำคัญคือการหล่อหลอมวัฒนธรรมที่แตกต่างกันให้เป็นเนื้อเดียว (Homogenization of cultures) หรือคือการยอมรับซึ่งความแตกต่างในวัฒนธรรมรูปแบบอื่นที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมที่ตนคุ้นเคย ในบางบริบทยังหมายถึงความแตกต่างของสังคมมนุษย์ (Human societies) ที่ทุกบุคคลมีสิทธิจะเป็นตัวของตัวเองและดำรงอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมใด ๆ ก็ตาม

นอกจากนั้น เมื่อก้าวถึงปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่กลุ่มผู้บริโภคสตรีทแวร์ในประเทศไทยให้ความสนใจและชื่นชอบพบว่านอกจากด้านแฟชั่นและไลฟ์สไตล์ กลุ่มผู้บริโภคยังคงสนใจในด้านศิลปะและการออกแบบ ด้วยเช่นกัน โดยแนวทางการลดช่องว่างระหว่างศิลปะและชีวิต (Close the Gap between Art and Daily Life) เป็นแนวคิดทางศิลปะที่จากการศึกษาเบื้องต้น ผู้วิจัยเล็งเห็นว่ามีความเกี่ยวข้องกับแนวทางการออกแบบสตรีทแวร์เพื่อกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ยังเป็นแนวคิดที่มีความสอดคล้องกับศิลปะลัทธินีโอ-ดาดา อีกด้วย

แนวคิดศิลปะลัทธินีโอ-ดาดา

ศิลปะลัทธินีโอ-ดาดาเกิดขึ้นในยุค ค.ศ. 1960 โดยเป็นลัทธิใหม่ที่พัฒนาขึ้นจากการผสมผสานสองลัทธิศิลปะเข้าด้วยกัน ได้แก่ ลัทธิศิลปะดาดา (Dadaism) และ ลัทธิสำแดงพลังอารมณ์แนวนามธรรมซึ่งลัทธิใหม่ที่เกิดขึ้นนี้อธิบายได้ว่ามีแนวทางการเสียดสีสภาพแวดล้อมทางสังคมและขนบธรรมเนียมประเพณี โดยนำมาทำให้กลายเป็นเรื่องไร้สาระ ดูตลก ผ่านการใช้เทคนิคสร้างสรรค์ที่ผิดปกติ เช่น วิธีการนำเอาวัสดุสำเร็จที่พบเห็นกันอยู่เป็นสามัญธรรมดา (Found Object) มาปรับแต่งเพิ่มรายละเอียด ทำให้สร้างมุมมองที่แตกต่างและเป็นการทิ้งคำถามให้กับสังคม (Helen Molesworth, 2003)

ยิ่งไปกว่านั้นคือจุดเด่นของแนวคิดนีโอ-ดาด้า คือ การถ่ายทอดแนวคิดและเทคนิคดังกล่าว ร่วมกับการจัดกรรมภาพแสดงอารมณ์แบบแอ็บสแตรค เช่น การละเลงสี สาดสี เป็นต้น เรียกได้ว่าลัทธิศิลปะนีโอ-ดาด้า เป็นสุนทรียภาพที่อยู่ตรงกลางระหว่างสินค้าสำเร็จรูป ชยะ และควมมีชีวิตชีวาของสีส้นจากผีแปรง (Arts and Daily Life) (Stavrinaki, M, 2016)

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เบื้องต้นเพื่อศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและรสนิยมการแต่งกายกับกลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทยเป็นจำนวนทั้งสิ้น 15 คน ในช่วงเดือนเมษายน พ.ศ.2562 ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่ากลุ่มผู้บริโภคต้องการแต่งกายเพื่อแสดงความเป็นตนเอง และต้องการความโดดเด่นที่แตกต่างจากคนหมู่มาก โดยนิยมสวมเครื่องแต่งกายที่มีรูปแบบลำลองและคล่องตัว (Casual Athleisure) รวมถึงเสื้อผ้าที่มีรูปแบบไม่แบ่งแยกเพศชัดเจน (Unisex) อย่างเช่น เสื้อยืด กางเกงวอร์ม เซ็ตขนาดใหญ่กว่าตัว (Oversized) เป็นต้น มีบางโอกาสที่สวมใส่คู่กับเครื่องแต่งกายที่มีลักษณะเป็นทางการ (Formal) และสังสรรค์ (Party) อย่างเช่น สูทขนาดใหญ่กว่าตัวและชุดกระโปรงสำหรับออกงาน

อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้บริโภคมีปัญหาด้านช่องทางการซื้อเสื้อผ้าสตรีทแวร์ในประเทศไทย เนื่องจาก

ตราสินค้าที่หาซื้อได้ง่ายตามห้างสรรพสินค้ากลับมีความหลากหลายของสินค้าไม่เพียงพอ (ผู้นำเข้าไม่ได้นำสินค้าเข้ามาจัดจำหน่ายครบทุกรายการ) ส่งผลให้ผู้บริโภคต้องเลือกซื้อเสื้อผ้าผ่านช่องทางอื่น เช่น ร้านค้ามือสอง ร้านค้าออนไลน์ หรือไปซื้อที่ต่างประเทศ (U. Patcha, 2019) โดยผู้วิจัยมุ่งศึกษาหาแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์สำหรับกลุ่มนิยชมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งพัฒนาขึ้นจากแนวคิดศิลปะลัทธินีโอ-ดาด้า เพื่อสร้างรูปแบบของผลงานสร้างสรรค์ที่โดดเด่นแตกต่างจากรูปแบบเสื้อผ้าสตรีทแวร์ในตลาดประเทศไทย เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางการตลาดสำหรับเสื้อผ้าสตรีทแวร์สำหรับกลุ่มคนรุ่นวาย (Generation Y) อายุ 22-37 ปี และรุ่นซี (Generation Z) อายุน้อยกว่า 22 ปี ในตลาดแฟชั่นประเทศไทย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางการแต่งกายสตรีทแวร์ของกลุ่มนิยชมความหลากหลายทางวัฒนธรรม
2. เพื่อออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์สำหรับกลุ่มนิยชมความหลากหลายทางวัฒนธรรม จากแนวคิดศิลปะลัทธินีโอ-ดาด้า

กระบวนการวิจัย

1. กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านกลุ่มเป้าหมาย

ศึกษากลุ่มนิยมนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลดาต้าเซต ด้วยการรวบรวมรูปภาพบุคคลที่แต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์ จำนวน 100 รูป เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบในการแต่งกาย เพื่อสรุปกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง และศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อสรุปประเภทของกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม

2. กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านแนวคิดการออกแบบ

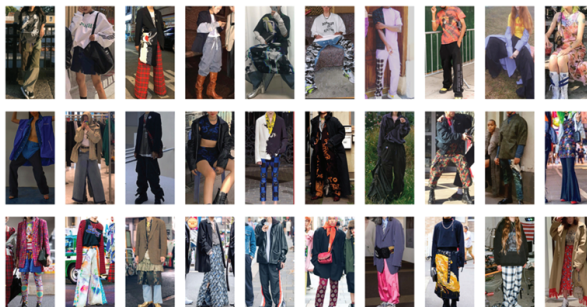
ศึกษาแนวคิดศิลปะนีโอ-ดาดา ด้วยการศึกษางานศิลปะจากศิลปินในแนวคิดนีโอ-ดาดา ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับสากล จำนวน 5 คน คนละ 5 ผลงาน รวมทั้งสิ้น 25 ผลงาน ตามแนวคิดการแบ่งองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น แนวคิดและเนื้อหา, การจัดองค์ประกอบ, วิธีการสร้างสรรค์ผลงาน, วัสดุ, และสี เพื่อสรุปแนวทางการสร้างสรรค์ผลงาน

3. กระบวนการออกแบบผลงานสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบจากการวิจัย

ผลการวิจัย

1. จากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการศึกษากลุ่มนิยมนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ด้วยเทคนิคเปเปอร์ดอลดาต้าเซตด้วยการ

รวบรวมรูปภาพบุคคลที่แต่งกายรูปแบบสตรีทแวร์จำนวน 100 รูป เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบในการแต่งกาย เพื่อสรุปกลุ่มเป้าหมายหลักและกลุ่มเป้าหมายรอง โดยจากการรวบรวมรูปภาพแสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มคนในเจนเนอเรชั่นวาย และเจนเนอเรชั่นซีทั้งหมด และมีรายละเอียดการแต่งกายที่สำคัญ ดังนี้



รูปที่ 1 ตัวอย่างการรวบรวมรูปภาพเพื่อวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์โอกาสการสวมใส่เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ของกลุ่มนิยมนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรม

คำถาม	โอกาสการสวมใส่	ร้อยละ
การแยกประเภทโอกาสในการสวมใส่เครื่องแต่งกาย	ลำลอง - ลำลอง (Casual - Casual)	26
	ลำลอง - สังสรรค์ (Casual - Party)	19
	ลำลอง - ทางการ (Casual - Business)	21
	สังสรรค์ - ลำลอง (Party - Casual)	11
	สังสรรค์ - สังสรรค์ (Party - Party)	8
	สังสรรค์ - ทางการ (Party - Business)	4
	ทางการ - ลำลอง (Business - Casual)	5
	ทางการ - ปาร์ตี้ (Business - Party)	6
	ทางการ - ทางการ (Business - Business)	0

จากการวิจัยพบว่ากลุ่มเป้าหมายแต่งกายในรูปแบบโอกาสลำลอง-ลำลอง (Casual-Casual) (ร้อยละ 26) โดยรองลงมาเป็นลำลองกึ่งทางการ (Casual-Business) (ร้อยละ 21) และลำลองกึ่งสังสรรค์ (Casual-Party) (ร้อยละ 19) ตามลำดับ ความยาวโดยรวมของเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายทั้งหมดเป็นความยาวระดับข้อและมีความยาวระดับสั้น กลาง น่อง ปรากฏผสมกัน

ตารางที่ 2 ความสนใจด้านรูปแบบการผสมผสานวัฒนธรรมของกลุ่มนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรม

คำถาม	รูปแบบวัฒนธรรมที่สนใจ	ร้อยละ
รูปแบบแนวคิด การผสมผสานวัฒนธรรม	1. วัฒนธรรมตะวันออกและตะวันตก	15
	2. วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์และความสมัยใหม่	10
	3. วัฒนธรรมอเมริกันและแอฟริกัน	43
	4. วัฒนธรรมสตรีทและความหรูหรา	32

ด้านรูปแบบการผสมผสานวัฒนธรรมนั้นพบว่ากลุ่มเป้าหมายนิยมรูปแบบ วัฒนธรรมอเมริกันและแอฟริกันมากที่สุด (ร้อยละ 43) รองลงมาเป็นวัฒนธรรมสตรีทและความหรูหรา (ร้อยละ 32), วัฒนธรรมตะวันออกและตะวันตก (ร้อยละ 15), และวัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์และความสมัยใหม่ (ร้อยละ 10)

ประเภทและลักษณะของลายผ้า ที่พบเห็นมากที่สุดคือลายที่เกิดจากการพิมพ์ตัดต่อลาย (ร้อยละ 44) มักเป็นลวดลายที่เกิดจากการจัดองค์ประกอบรูปภาพหรือใช้ประโยชน์คัตวอักษร, รองลงมาเป็นลายลักษณะพิมพ์จบในผ้าผืนเดียว (ร้อยละ 25) ซึ่งมักเป็นลายธรรมชาติอย่างดอกไม้ ลายพราย หรือลายลักษณะนามธรรมที่เป็นแสงสี, รองลงมาคือลายที่เกิดจากกระบวนการทอ (ร้อยละ 19) ซึ่งเกือบทั้งหมดพบเห็นเป็นลายตาราง นอกเหนือจากนี้เป็นลายที่เกิดจากกรรมวิธีอื่น (ร้อยละ 12) เช่นการตีไวยายเป็นต้น

จากการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยสรุปรูปแบบของความหลากหลายทางวัฒนธรรมเชิงแฟชั่นและเครื่องแต่งกายได้ทั้งหมด 4 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 วัฒนธรรมตะวันออกและตะวันตก (East meets West) ในปัจจุบันมีประเทศทางตะวันออกมากมายที่มีอิทธิพลและได้เผยแพร่วัฒนธรรมไปทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศจีนและญี่ปุ่น ซึ่งมีตราสินค้า

จำนวนมากที่นำเอาอัตลักษณ์โดดเด่นของประเทศดังกล่าวมาใช้ออกแบบ เช่น ลวดลายสีเส้นลวดลายที่สื่อถึงกลิ่นอายความเป็นตะวันออก และเสื้อผ้า เช่น กิโมโน หรือเสื้อกระดุมจีน เป็นต้น

รูปแบบที่ 2 วัฒนธรรมกลุ่มชาติพันธุ์และความสมัยใหม่ (Ethnic - Modern) โดยการนำเอาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ (Ethnic group) เช่น กรรมวิธีเย็บปักถักร้อยดั้งเดิมหรือการใช้ผ้าลักษณะทอด้วยมือ (Hand woven fabric) ในเสื้อผ้าสตรีทแวร์ซึ่งเป็นเครื่องแต่งกายรูปแบบลำลองนั้นไม่นิยมใช้กรรมวิธีที่เป็นงานฝีมือ (Handcraft) เท่าไรนัก โดยในปัจจุบันมีการใช้วัสดุกรรมและเทคโนโลยีเข้ามาเป็นทางเลือกทดแทน ทำให้จากผ้าทอมือกลายเป็นผ้าที่ทอด้วยเครื่องจักร รวมถึงมีการตัดทอนลวดลายหรือสีเส้นดั้งเดิมให้ทันสมัย ซึ่งทำให้เหมาะสมกับเครื่องแต่งกายสตรีทและสวมใส่ได้ง่ายมากขึ้น

รูปแบบที่ 3 วัฒนธรรมอเมริกันและแอฟริกัน (American - African) ในประเทศสหรัฐอเมริกา ชุมชนคนผิวสีที่ประกอบด้วยคนแอฟริกันและละตินมีบทบาทในสังคมเป็นอย่างมาก โดยในวัฒนธรรมการแต่งกายปรากฏเป็นรูปแบบที่เรียกติดปากกันว่า “Black style” คือสวมใส่ได้ง่ายและมีขนาดใหญ่กว่าตัวและพัฒนามาเป็นเครื่องแต่งกายในวัฒนธรรมฮิปฮอป

รูปแบบที่ 4 วัฒนธรรมสตรีทและความหรูหรา (Street and Luxury) เมื่อสตรีทแวร์เป็นที่ต้องการมากขึ้นในวงการแฟชั่นระดับสูง (High-end) ส่งผลให้หลายตราสินค้าดึงเอาอัตลักษณ์ความเป็นสตรีทไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับตราสินค้าของตนยกตัวอย่างเช่น การใช้เสื้อผ้าชิ้นสำคัญอย่างเสื้อตัวหลวมโดยเลือกวัสดุที่ให้ความรู้สึกรูหราอย่างซาติน (Satin) กำมะหยี่ (Velvet) หรือผ้าทอลูกฟูก (Jacquard) เป็นต้น

2. จากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านแนวคิดการออกแบบ ผู้วิจัยศึกษาแนวคิดศิลปะนีโอ-ดาดา ด้วยการศึกษางานศิลปะจากศิลปินในแนวคิดนีโอ-ดาดา 5 คน คนละ 5 ผลงาน รวมทั้งสิ้น 25 ผลงาน ได้แก่

โรเบิร์ต ราเชนเบิร์ก (Robert Rauschenberg) ชื่อผลงาน ได้แก่ (1) Caryatid Cavalcade II/ ROCI CHILE, (2) Trophy V, (3) Yellow Body, (4) Dam, และ (5) ½ Gals./ AAPCO Cardboard

จิม ไดน์ (Jim Dine) ชื่อผลงาน ได้แก่ (1) Bedspring, (2) Drag - Johnson and Mao, (3) Untitled (Gossip), (4) Picabia II (Forgot), และ (5) Technicolor Heart แจสเปอร์ จอห์น (Jasper Johns) ชื่อผลงาน ได้แก่ (1) Decoy, (2) Watchman, (3) White Flag, (4) False Start, และ (5) Fool's House

จอห์น แชมเบอร์เลน (John Chamberlain) ชื่อผลงาน

ผลงาน ได้แก่ (1) Untitled 1961, 1962, (2) Lord Suckfist, (3) Foam Sculpture, (4) Dining out Paris, (5) Coutersy of Galerie Karsten Greve

จอห์น เคจ (John Cage) ชื่อผลงาน ได้แก่

- (1) Not wanting to say anything about Marcel II,
- (2) Not wanting to say anything about Marcel IV,
- (3) Stones, (4) Bidding Closed, และ
- (5) VII from Mushroom Book

ผู้วิจัยวิเคราะห์ผลงานตามแนวคิดการแบ่งองค์ประกอบทางศิลปะ เช่น แนวคิดและเนื้อหา, การจัดองค์ประกอบ, วิธีการสร้างสรรค์ผลงาน, วัสดุ, และสี เพื่อสรุปแนวทางการสร้างสรรค์ผลงานโดยได้ผลวิจัยดังนี้

(1) ด้านแนวคิดและเนื้อหา แนวคิดที่ปรากฏในศิลปะแบบนี้โอ-ดาด้า มักมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน (Daily life) วัฒนธรรมสังคม (Social Culture) หรือวัฒนธรรมการบริโภค (Consumer culture) อาจเป็นสิ่งที่เรียบเรียงง่ายที่สามารถพบเห็นได้ในทุก ๆ วัน หรือใช้สอยเป็นประจำ เช่น ข้าวของเครื่องใช้ ป้ายโฆษณา ตัวอักษร และสัญลักษณ์ต่าง ๆ โดยศิลปินมักถ่ายทอดสิ่งเหล่านั้นออกมาอย่างเสียดสี ตลกขบขัน เป็นนามธรรม และทำให้ผู้ชมเกิดคำถามต่องานศิลปะที่รับชมอยู่

เช่น อาจเป็นการใช้ประโยชน์ง่าย ๆ ความหมายสากล แต่แฝงแง่คิดไว้ ซึ่งแท้จริงแล้วศิลปินมักต้องการให้อิสระแก่ผู้ชมในการตีความหมายขึ้นอยู่กับสุนทรียะทางศิลปะและความเป็นปัจเจกบุคคลของแต่ละคน

(2) ด้านการจัดองค์ประกอบ ศิลปินหลายท่านนิยมจัดองค์ประกอบให้เกิดความรู้สึกขัดแย้ง (Contrasting) เพื่อที่จะนำเสนอเนื้อหาบางจุดหรือสัญลักษณ์บางอย่างให้โดดเด่นขึ้นมา โดยใช้ทั้งความขัดแย้งกันในเรื่องของวรรณะสี พื้นผิว รูปร่าง รูปทรง วัสดุ หรือแสงเงา แต่ในอีกด้านหนึ่งก็มีการใช้เทคนิคจัดวางองค์ประกอบที่ขัดแย้งอย่างกลมกลืน เช่น ในภาพเดียวมีความแตกต่างของวัสดุแต่ใช้วรรณะสีเดียวกันคุมความกลมกลืนไว้ หรือ ในภาพเดียวมีความแตกต่างของสีแต่ใช้วัสดุเดียวกันทั้งภาพ เป็นต้น

(3) ด้านวิธีการสร้างสรรค์ ศิลปินในลัทธินีโอ-ดาด้า นิยมใช้คือเทคนิคแอสแซมบลาจ (Assemblage) ที่สามารถสร้างพื้นผิวแตกต่างกันให้กับงานศิลปะ เพื่อเพิ่มลูกเล่นของพื้นผิวให้น่าสนใจยิ่งขึ้นไม่เรียบแบนไปทั้งหมด โดยวิธีการนี้อาจเป็นการตัดปะสื่อหลาย ๆ ชนิดเข้าด้วยกัน (Collage) หรือใช้วัสดุสำเร็จรูปเข้ามาเกี่ยวข้องกับงาน นอกจากนั้น การสร้างสรรค์ศิลปะแบบนี้โอ-ดาด้าที่ขาดไม่ได้นั้นก็คือการถ่ายทอดผลงานแบบนามธรรม (Abstract) โดยมีหลายหลากวิธี เช่น การระบาย ละเลงสี เพื่อสร้างความสับสนในผลงาน การจัดองค์ประกอบที่ดูกระจัด กระจาย

ไม่มีจุดเด่นชัดเจน โดยสิ่งที่นำมาอยู่ในผลงานอาจมีทั้งวัสดุสำเร็จรูป ตัวอักษร ภาพพิมพ์ กระดาษ ผ้า เป็นต้น

(4) ด้านวัสดุ ศิลปินมีการนำวัสดุสำเร็จรูปเข้ามาร่วมสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ เช่น เสื้อยืด เสื้อสิ่งพิมพ์ป้ายจราจร ของใช้ในบ้าน ไปจนถึงเศษเหล็ก โดยทั้งหมดนี้ล้วนเป็นสิ่งของที่ศิลปินพบระหว่างการใช้ชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการพบระหว่างเดินบนท้องถนน อุปกรณ์ของใช้ที่ใช้เป็นประจำระหว่างทำงาน เป็นต้น

(5) ด้านการใช้สี มักเปลี่ยนไปตามความตั้งใจในการจัดองค์ประกอบงานศิลปะของศิลปินแต่ละคน โดยถ้าต้องการจัดองค์ประกอบแบบขัดแย้งชัดเจนก็ใช้โทนสีที่สด ฉูดฉาด เป็นจุดนำสายตาปรากฏขึ้นท่ามกลางส่วนอื่น ๆ ด้านหลังที่ไม่สำคัญเท่า ในอีกวิธีหนึ่งคือการใช้สีแบบกลมกลืนหรือคือการใช้สีเพียงวรรณะเดียวในงานทั้งหมด แต่โดยส่วนมากการใช้สีแบบกลมกลืนนี้จะใช้ในผลงานที่มีความขัดแย้งของพื้นผิว

ตารางที่ 3 ตัวอย่างการวิเคราะห์แนวคิดผลงานของศิลปินในลัทธินีโอ-ดาดา

แนวคิดและเนื้อหา	การจัดองค์ประกอบ	วิธีการสร้างสรรค์	วัสดุ	สี
ศิลปินได้เดินทางไปต่างประเทศบ่อยครั้ง โดยงานชิ้นนี้ต้องการสื่อถึงความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพ โดยสื่อผ่านภาพคอลลาจที่ประกอบด้วย 10 ประเทศ ได้แก่ เม็กซิโก, ชิลี, เวเนซุเอลา, จีน, ฟิลิปปินส์, คิวบา, สหภาพสาธารณรัฐสังคมนิยมโซเวียต, มาเลเซีย และเยอรมนี	เน้นความขัดแย้งของสี และกลมกลืนจุดต่าง ๆ ในภาพด้วยสื่อเดียวคือสีอะคริลิค ถึงแม้จะไม่มีจุดใดที่โดดเด่น เป็นพิเศษแต่ยังดูพิเศษแปลกตาด้วยความขัดแย้งของวรรณะของสี	การฉีกฉีกวางองค์ประกอบคอลลาจ ตัดปะระบายสี ใช้ลายพิมพ์แบบนามธรรม	อะคริลิค ผ้าใบ	



ตัวอย่างผลงานชิ้นที่ 1 : Caryatid Cavalcade II / ROCI CHILE, 1985

โดย โรเบิร์ต ราเชนเบิร์ก (Robert Rauschenberg)

3. จากกระบวนการออกแบบผลงานสร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบจากการวิจัยผู้วิจัยได้ เลือกแนวโน้มแฟชั่น ประจำฤดูกาลไปไม้ผลและฤดูร้อนปี ค.ศ. 2021 จากองค์กรนำเสนอเทรนด์แฟชั่น WGSN ซึ่งประกอบไปด้วยแนวโน้มหลัก (Main Trend) ได้แก่แนวโน้มแฟชั่น Gamescape และแนวโน้มสนับสนุน (Supported Trend)

ได้แก่ แนวโน้มแฟชั่น Transform มาวิเคราะห์เพื่อสรุปเป็นแนวโน้มแฟชั่นใหม่ (New Trend) ที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องแต่งกาย

แนวโน้มแฟชั่นใหม่ กล่าวถึงสภาพสังคมเมืองที่ผู้คนยอมรับและเคารพในความแตกต่างซึ่งกันและกัน (Diversity) โดยให้อิสระและความเท่าเทียมแก่ผู้คนอย่างเต็มที่ (Freedom) ทำให้มีการปะปนของผู้คนเชื้อชาติ และที่มาของวัฒนธรรม โดยองค์ประกอบเหล่านั้นกลมกลืนกับกลืนอายุของวัฒนธรรมย่อยในอดีตอย่างยุค 1980 และบทบาทของเทคโนโลยีในอนาคตอย่างกลมกลืน ที่ซึ่งรูปแบบการใช้ชีวิตนั้นสะท้อนถึงความเป็นเสรีทางความคิด ความกบฏของคนเมืองที่สามารถแสดงทัศนคติออกมาได้เต็มที่ มีการถากถางเรื่องราวในสังคมปัจจุบัน (Daily life - parody) แต่ในขณะเดียวกันก็มีเรื่องของการแข่งขันสุนทรียะการเอาตัวรอดที่อยู่ในสังคมเมืองอันวุ่นวาย (City survival)



รูปที่ 2 แนวโน้มแฟชั่นใหม่ (New Trend)

เมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์แนวโน้มแฟชั่นใหม่แล้ว จึงได้ทำการเขียนแนวคิดแรงบันดาลใจในการออกแบบ โดยเกณฑ์ในการเลือกแรงบันดาลใจ ได้แก่ แรงบันดาลใจต้องมีความสอดคล้องกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย, สามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ได้, สนับสนุนแนวคิดและกรรมวิธีของศิลปะนีโอ-ดาด้า, และส่งเสริมและเป็นไปในทิศทางเดียวกับแนวโน้มการออกแบบใหม่

แรงบันดาลใจในการออกแบบ-“AmeriCan-Dream” คอลเลกชันเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายประจำฤดูใบไม้ผลิและฤดูร้อนประจำปี ค.ศ. 2021 เป็นเรื่องราวของกลุ่มคนหลากหลายสัญชาติ ต่างที่มาและวัฒนธรรมที่อาศัยอยู่ในชุมชนเมืองของสหรัฐอเมริกาและมีการกลืนกลายทางวัฒนธรรม (Cultural assimilation) (Jim Cullen, 2003) การออกแบบเสื้อผ้ามีการนำองค์ประกอบจากวัฒนธรรมเก่าที่ชูความเป็นอเมริกันอย่างเวสเทิร์นแวร์ (Western wear) ผสมกับโครงร่างชุดยูนิฟอร์มในปัจจุบัน เครื่องแต่งกายรูปแบบสตรีท และกีฬา มีกรรมวิธีตัดต่อตัดแปลงโครงสร้างให้ดูแปลกตาและการจัดองค์ประกอบ เช่น โทนสีหรือวัสดุ เพื่อความขัดแย้ง (Contrasting juxtaposition) การสร้างลายพิมพ์ที่ใช้สัญลักษณ์ล้อเลียนคติความฝันอเมริกัน (American dream Parody) ได้แก่ รูปภาพสัญลักษณ์ ประโยค หรือวลีติดหู โดยมีส่วนที่ถูกถ่ายทอดเป็นแบบนามธรรมหรือเป็นลายพรายจากการตัดต่อสื่อหลายชนิด (Photomontage Camouflage) มีการใช้

วัสดุสำเร็จรูปอย่างอุปกรณ์ในชีวิตประจำวันเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องแต่งกาย



รูปที่ 3 แรงบันดาลใจในการออกแบบคอลเลกชัน
AmeriCan-Dream



รูปที่ 4 ภาพแบบร่าง (Sketch) ผลงานการออกแบบ
สร้างสรรค์คอลเลกชันต้นแบบจากการวิจัย



รูปที่ 5 ผลงานการออกแบบสร้างสรรค์ที่เสร็จสมบูรณ์
รวม 5 ชุด



รูปที่ 6 ผลงานการออกแบบสร้างสรรค์ที่เสร็จสมบูรณ์
รวม 5 ชุด

การสรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยพบว่ากลุ่มนิยมนิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นกลุ่มคนที่แฝงตัวอยู่ในประชากรรุ่นวาย (Generation Y) และรุ่นซี (Generation Z) ซึ่งมีความต้องการเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์

แบบจำเพาะที่ไม่สามารถหาได้ตามท้องตลาดทั่วไป ผู้วิจัยจึงนำเสนอแนวทางการออกแบบโดยใช้แนวคิด ศิลปะลัทธินีโอ-ดาดา เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ สร้างสรรค์ผลงานเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลจากระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านกลุ่มเป้าหมาย แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ที่นิยมแต่งกายสตรีทแวร์ ในปัจจุบันนั้นอยู่ในช่วงกลุ่มประชากรรุ่นวาย และรุ่นซี ซึ่งชื่นชอบในการแสดงความเป็นตัวตน รักในความเป็นอิสระเสรี ความสำเร็จ และไม่ปิดกั้นความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยรสนิยมการแต่งกายนั้นคำนึงถึงการสวมใส่เพื่อการแสดงตัวตน ต้องการความโดดเด่น เพื่อแสดงความแตกต่าง โดยชื่นชอบในเรื่องราว การเสียดสีสังคมเชิงขบขันและวัฒนธรรมการบริโภคที่ปรากฏบนเครื่องแต่งกาย และบางโอกาสยังนิยมประยุกต์เครื่องแต่งกายเพื่อสวมใส่เอง

กลุ่มเป้าหมายมีรสนิยมการแต่งกายที่ใช้กรรมวิธี ตัดต่อวัสดุ การตัดออก และรีอโครสร้าง ซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ใช้เพื่อเพิ่มความแปลกใหม่แก่เสื้อผ้า อีกทั้งลักษณะการแต่งกายที่ดูเป็นกลางทางเพศและโอกาสการแต่งกายที่ยืดหยุ่น ผู้วิจัยจึงเลือกลักษณะการออกแบบเชิงผสมผสาน ในด้านวิธีการตัดต่อวัสดุไม่เข้ากัน รวมถึงการตัดต่อผ้าหลากชนิดมาอยู่รวมกัน เพื่อค้นหาแนวทางสร้างสรรค์ที่นอกกรอบไปจากเดิม อีกทั้งสอดคล้องกับ

ความต้องการสิ่งแปลกใหม่ของกลุ่มเป้าหมาย

2. ผลจากระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้านแนวทางการออกแบบ สรุปลได้ว่าลัทธินีโอ-ดาดา มีแนวคิดที่สนับสนุนต่อแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์สำหรับกลุ่มเป้าหมายที่นิยมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในด้านการสร้างสรรค์ที่แสดงถึงความเป็นอิสระ เสียดสียั่วเย้า ใช้หลากหลายวัสดุ รวมทั้งมีความเป็นอัตลักษณ์และสร้างสรรค์อย่างชัดเจน ซึ่งผู้วิจัยเล็งเห็นว่าสามารถนำไปพัฒนาเป็นแนวทางการออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีทแวร์ได้โดยที่สามารถตอบสนองความต้องการและเพิ่มทางเลือกของกลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

3. ผลจากระบวนการออกแบบสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้ออกแบบร่าง (Sketch) ผลงานออกแบบสร้างสรรค์เสื้อผ้า และเครื่องแต่งกายรวมทั้งหมด 8 ชุด และตัดเย็บผลงานจริงรวมทั้งสิ้น 5 ชุด ซึ่งเป็นผลรวมจากการวิเคราะห์และศึกษากลุ่มเป้าหมาย และแนวคิดศิลปะนีโอ-ดาดา

References

- Eundeok Kim, Ann Marie Fiore, and Hyejeong Kim. (2016). Fashion Trend Analysis and Forecasting. 5th reprint. London: Bloomsbury Publishing Plc.
- Helen Molesworth. (2003). From Dada to Neo-Dada and Back Again. October, 105, 177.

- Jim Cullen. (2003). The American Dream :
A Short History of an Idea That
Shaped a Nation. Oxford University Press.
- Kerwin, L. B. (2010). Cultural Diversity : Issues,
Challenges and Perspectives.
Nova Science Publishers, Inc.
- Manatsawee Srinont. (2018). Theory of Generation
and Cognitive Framework. MBU
Education Journal Faculty of Education.
Mahamakut Buddhist University.
2018 Vol. 6 No.1 (January - June) pp.
364-373
- Patcha Utiswannakul. (2019). Fashion Merchandise.
Bangkok, Chula42 Printing.
- Stavrinaki, M. (2016). Dada Presentism :
An Essay on Art and History.
Stanford University Press.
- Stephanie Watson.(2014). Streetwear Fashion.
Lerner Publications ™.