



**IADGE
2022**

**การประชุมวิชาการด้านความก้าวหน้าทางศิลปะ
วัฒนธรรมและการออกแบบ ระดับชาติ ครั้งที่ 4 ประจำปี 2565**

"Transforming the Country through Art, Culture and Innovation"

(บทความวิชาการฉบับเต็ม)

การพัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน
โดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนัง “ฮูปแต้มอีสาน”
Guideline of Community Product Design Teaching
Using Identity of Mural Paintings “Hoop Taem Isan”

พชร วงษ์วรรณ* (ค.บ.)¹, อินทิรา พรหมพันธุ์ (ค.ด.)²

¹ นิสิตมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 E-mail pachara_wongchaiwan@hotmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
เขตปทุมวัน กรุงเทพมหานคร 10330 E-mail intira.p@chula.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษารูปแบบและวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ฮูปแต้มอีสาน 2) เพื่อพัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังฮูปแต้มอีสาน วิธีการวิจัยแบ่งเป็น 2 ระยะ คือ 1) ระยะศึกษาสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีประกอบกับการลงพื้นที่ศึกษาภาคสนามและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 2) ระยะการพัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ขอบเขตของการวิจัย คือ ฮูปแต้มอีสานกลุ่มพื้นที่บ้านในจังหวัดขอนแก่น 4 แห่ง ดังนี้ 1) วัดไชยศรี 2) วัดสนวนวาริพัฒนาราม 3) วัดมณีนิมิตวิทยาราม และ 4) วัดสระบัวแก้ว ผลการวิจัย พบว่า ฮูปแต้มทั้ง 4 แห่ง ถูกสร้างขึ้นก่อนพุทธศักราช 2500 ด้านเนื้อหาปรากฏเรื่องราวเกี่ยวกับวรรณกรรมทางพุทธศาสนา วรรณกรรมพื้นบ้านยอดฮิตเรื่องสินไซ (สังข์ศิลป์ชัย) และสอดแทรกด้วยภาพวิถีชีวิตของคนอีสาน ในด้านลักษณะทางทัศนธาตุจัดอยู่ในกลุ่มฮูปแต้มพื้นบ้านซึ่งฮูปแต้มในแต่ละชุมชนจะมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปทั้งรูปร่าง สี ลายเส้นที่มีการถ่ายทอดอย่างตรงไปตรงมาเน้นความเรียบง่าย และไม่เคร่งครัดในการจัดวางองค์ประกอบ ส่วนแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังฮูปแต้ม สามารถแบ่งกิจกรรมเป็น 4 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาและปรากฏการณ์ปัจจุบัน ระยะที่ 2 ลงพื้นที่ศึกษาและสกัดอัตลักษณ์ชุมชน ระยะที่ 3 การพัฒนาแบบร่วมกัน และระยะที่ 4 นำเสนอและประเมินผล โดยแนวทางการสอนทั้ง 4 ระยะดังกล่าวนี้มีกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่ให้ความสำคัญกับสภาพปัญหาเป็นจุดเริ่มต้น นำไปสู่การวิเคราะห์ สืบค้น และประยุกต์ใช้ข้อมูลในการออกแบบต่อไป

คำสำคัญ: การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน, ฮูปแต้มอีสาน, การสอนออกแบบ

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to study the pattern and analyze the identity of isan mural paintings 2) to develop guideline of community product design teaching model using identity of isan mural paintings. The research was divided into two phases: 1) Studying and synthesizing concepts, theories, field trips and expert interviews. 2) develop guideline of community product design teaching. The scope of research is traditional isan mural paintings in Khon kaen province 4 places as follows: Wat

Chai Sri, Wat Sanuanwaree Patanaram, Wat Matchim Witthayaram and Wat Sa Bua Kaeo. The results of research as are follows all of isan mural paintings was built in 1957. On the content side, there is a story about Buddhism, folk tales and the life of isan people. In terms of visual elements, It is classified as a local mural paintings group, where each community has a different identity such as shape line or color and focus on simplicity and not strictly in the composition. Next, guideline of community product design teaching model using identity of isan mural paintings, The activities can be divided into 4 phases as follows: Phase 1 study of current problems and phenomena, Phase 2 visit the area to study and extract the identity of the community, Phase 3 collab development and Phase 4 present and evaluate. The teaching guidelines in these four stages have a learning management process that focuses on the problem condition as a starting point. leading to further analysis, search and application of the data in the design.

KEYWORDS: *Community Product Design, Isan Mural Paintings, Design Teaching*

บทนำ

ประเทศไทยมีความหลากหลายของทุนทางวัฒนธรรมที่มีแหล่งแรงบันดาลใจที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์นวัตกรรมและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ ปัจจุบันมีกระแส “ท้องถิ่นนิยม” ซึ่งเป็นการกลับมาให้ความสำคัญกับรากเหง้าของชุมชนและท้องถิ่น ทำให้นักออกแบบตลอดจนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้หยิบยกเอาความดั้งเดิมและทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนมาสร้างสรรค์ต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนที่มีมูลค่าและมีความทันสมัย ส่งผลทำให้เกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระดับชุมชน (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2563) แต่อย่างไรก็ตามมักจะพบปัญหาของการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ต่อยอดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ คือ ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้อย่างคุ้มค่า สินค้าไม่เป็นที่น่าสนใจของกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ ขาดรูปแบบการผลิตที่หลากหลาย เนื่องจากการออกแบบยังคง “ติดกับดักความคิด” โดยชุมชนมักจะผลิตสินค้าในรูปแบบเดียวกันและขาดความสามารถในการวิเคราะห์ทุนในชุมชนของตนเอง (กนกวรรณ พวงประยงค์, 2561) ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ผลิตสืบทอดกันด้วยความคุ้นชิน โดยมุ่งเน้นไปที่ความสวยงามเพื่อใช้เป็นของที่ระลึกมากกว่าคำนึงถึงประโยชน์ในการใช้สอย (อริยาพร สุรนาทยุทธ์, 2559) สอดคล้องกับ อรัญ วานิชกร (2559) ที่ได้กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์บางประเภทยังไม่ได้มาตรฐาน มีการผลิตที่ซ้ำและลอกเลียนแบบกัน และส่วนหนึ่งผลิตภัณฑ์มีความสวยงามทุกคนชื่นชมแต่ไม่ซื้อ เนื่องด้วยมีความสำคัญเพียงตั้งแสดงแต่ขาดการปรับปรุงเข้ากับบริบท จากสภาพปัญหาที่กล่าวมานี้ควรจะมีแนวทางในการแก้ไขหรือพัฒนาองค์ความรู้ด้านกระบวนการออกแบบอย่างเป็นระบบ

จิตรกรรมอุบุดัม เป็นหนึ่งในทุนทางวัฒนธรรมอีสานเปรียบเสมือนห้องสมุดขนาดใหญ่ที่บันทึกคำสอนทางศาสนา คติความเชื่อและประเพณีวัฒนธรรมตลอดจนวิถีชีวิตของชาวอีสานผ่านภาพวาดที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง โดยอุบุดัมแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มพื้นบ้าน 2) กลุ่มอิทธิพลศิลปะกรุงเทพฯ (อิทธิพลช่างหลวง) 3) กลุ่มอิทธิพลศิลปะกรุงเทพฯ ผสมล้านช้าง (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2555) โดยอุบุดัมจังหวัดขอนแก่นจัดอยู่ในกลุ่มอุบุดัมพื้นบ้านที่มีการสร้างก่อนปี พ.ศ. 2500 ที่

ยังปรากฏเนื้อหาเรื่องราววรรณกรรมและลักษณะทางทัศนศิลป์ที่มีความสวยงามสมบูรณ์ สามารถส่งเสริมให้เป็นพื้นที่แห่งกิจกรรมการเรียนรู้ด้านศิลปวัฒนธรรมและการออกแบบได้ การนำเอาอัตลักษณ์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชาวอีสานมาต่อยอดสร้างสรรค์ร่วมกับนวัตกรรมและการจัดการเรียนรู้ สามารถสร้างจุดแข็ง ความแตกต่าง และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สินค้าตลอดจนความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด (ชิงชัย ศิริธร, 2562) จากแผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) สำคัญตอนหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่ 4 “อุดมศึกษาเป็นแหล่งสนับสนุนการสร้างงานและนำความรู้ไปแก้ปัญหาผ่านความร่วมมือกับภาคเอกชนและท้องถิ่น” กล่าวว่า บทบาทสำคัญของสถาบันอุดมศึกษาควรรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ดี มุ่งสร้างองค์ความรู้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมการศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาสังคม มีคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการสามารถสร้างโอกาสและเพิ่มมูลค่าให้กับตนเอง ชุมชน สังคม และประเทศชาติ (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561) ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์สถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาจึงควรมีแนวทางพัฒนาทักษะการออกแบบผ่านกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่เน้นการแก้ปัญหา เนื่องจากการออกแบบก็คือกระบวนการแก้ปัญหา (ปัญญา เทพสิงห์, 2557) ดังนั้นรูปแบบการเรียนรู้ที่ใช้สภาพปัญหาเป็นจุดเริ่มต้นจึงมีความเหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้ในการสอนออกแบบ นอกจากนี้ยังสามารถช่วยแก้ไขสภาพปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรมที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน

ดังนั้นเพื่อให้เยาวชนสามารถนำทุนวัฒนธรรมสู่ป้อมมาเพิ่มคุณค่าและมูลค่าสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างเป็นระบบ บทความนี้จึงนำเสนอการศึกษารูปแบบและวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของสุปแต่มจังหวัดขอนแก่นในแต่ละชุมชน ร่วมกับการพัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังสุปแต่มอีสานที่มรูปแบบการเรียนรู้ที่ส่งเสริมทักษะสำคัญในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษารูปแบบและวิเคราะห์หาอัตลักษณ์สุปแต่มจังหวัดขอนแก่น
- 2.2 เพื่อพัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังสุปแต่มอีสาน

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้เลือกศึกษาสุปแต่มในพื้นที่จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากเป็นสุปแต่มที่จัดอยู่ในกลุ่มพื้นที่บ้านที่มีการสร้างก่อนปี พ.ศ.2500 เป็นสุปแต่มที่ยังคงความสมบูรณ์ทั้งเนื้อหาเรื่องราววรรณกรรมและลักษณะทางทัศนศิลป์ที่สามารถดึงอัตลักษณ์นำไปประยุกต์ต่อยอดสู่การสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ ซึ่งประกอบด้วย 4 แห่ง ดังนี้ 1) วัดไชยศรี 2) วัดสนวนวาริพัฒนาราม 3) วัดมัจฉิมิวิทยาราม และ 5) วัดสระบัวแก้ว

วิธีการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนัง “สุปแต่มอีสาน” เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) แบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี เอกสารวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปประยุกต์ออกแบบแนว

ทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนัง “ฮูปแต้มอีสาน” ซึ่งมีประเด็นในการศึกษา ดังนี้

- 1) รูปแบบการสอนที่เน้นการแก้ปัญหา
- 2) การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 3) กระบวนการต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม
- 4) การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21
- 5) อัตลักษณ์ฮูปแต้มจังหวัดขอนแก่น

1) การลงพื้นที่ศึกษาภาคสนาม เพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับสภาพบริบทชุมชนและ อัตลักษณ์ฮูปแต้มอีสาน เช่น เนื้อหาเรื่องราวที่ปรากฏ ลักษณะทางทัศนศิลป์และการจัดองค์ประกอบ รวมทั้งหมด 4 แห่ง คือ 1) วัดไชยศรี บ้านสาวะถี อำเภอเมือง 2) วัดมัจฉิมิวิทยาการ บ้านลาน อำเภอบ้านไผ่ 3) วัดสนวนวาริพัฒนาราม บ้านหัวหนอง อำเภอบ้านไผ่ 4) วัดสระบัวแก้ว บ้านวังคุณ อำเภอหนองสองห้อง โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการลงพื้นที่ คือ แบบบันทึกข้อมูลและรูปภาพลักษณะของอัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนัง “ฮูปแต้มอีสาน” ในจังหวัดขอนแก่น

2) ศึกษารวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ที่คัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้ที่มีประสบการณ์ในด้านที่เชี่ยวชาญเป็นระยะเวลาไม่ต่ำกว่า 5 ปี โดยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ 4 ด้าน จำนวนทั้งหมด 12 คน ดังนี้

- 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 3 ท่าน
- 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน
- 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดรูปแบบการเรียนการสอน จำนวน 3 ท่าน และ
- 4) ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตรกรรมฮูปแต้มอีสาน จำนวน 3 ท่าน

ระยะที่ 2 พัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนัง “ฮูปแต้มอีสาน” โดยการนำข้อมูลจากการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี เอกสารวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาภาคสนาม และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในแต่ละด้าน นำมาสังเคราะห์และพัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลการวิจัย

ฮูปแต้มเป็นหนึ่งในแรงบันดาลใจและทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนที่สามารถนำไปต่อยอดสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ตลอดจนการสร้างแหล่งการเรียนรู้และส่งเสริมให้เยาวชนได้ตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น ดังนั้น จึงนำมาสู่การศึกษารูปแบบและวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ฮูปแต้มอีสานเพื่อเป็นข้อมูลในการนำไปต่อยอดในมิติต่าง ๆ

โดยผลการศึกษารูปแบบและวิเคราะห์หาอัตลักษณ์ฮูปแต้ม จากการลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ฮูปแต้มที่ปรากฏ สามารถสรุปวิเคราะห์ลักษณะของอัตลักษณ์ฮูปแต้มจากตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 วิเคราะห์ลักษณะของอัตลักษณ์สถาปัตยกรรม

ลักษณะสี	ลักษณะสถาปัตยกรรม	เนื้อหาวรรณกรรม	ลักษณะทางทัศนศิลป์
<p>วัดไชยศรี</p> 		<ol style="list-style-type: none"> 1. พุทธประวัติ 2. พระเวสสันดรชาดก 3. ไตรภูมิ 4. วรรณกรรมพื้นบ้าน เรื่องสินไซ (สังข์ศิลป์ชัย) 	<p>มีการทาสีผนังด้วยสีขาว เขียนด้วยสีฝุ่นโทนคราม เหลือง เขียว น้ำตาล เขียนภาพเน้นสัดส่วนที่เกินจริง และมักจะเขียนกระจายอยู่ทุกพื้นที่ของซอกผนังและกรอบหน้าต่าง ตัวละครที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษ คือ ยักษ์ ที่มีท่าทางและรูปแบบที่หลากหลาย</p>
<p>วัดมัชฌิมวิทยาราม</p> 		<ol style="list-style-type: none"> 1. พระเวสสันดรชาดก 	<p>เน้นการลงสีพื้นและต้นไม้ด้วยสีครามและเขียว ตัวละครเน้นสีขาวประกอบด้วยเครื่องทรงสีเหลือง จึงทำให้ตัวละครเด่นขึ้นมาจากพื้นหลังสีคราม นอกจากนี้มีการเขียนลายก้านขดใบเทศบริเวณเสา</p>
<p>วัดสวนวาริพัฒนาราม</p> 		<ol style="list-style-type: none"> 1. พระเวสสันดรชาดก 2. วรรณกรรมพื้นบ้าน เรื่องสินไซ (สังข์ศิลป์ชัย) 3. ไตรภูมิ 	<p>นิยมเขียนด้วยสีคราม เหลือง เขียวและน้ำตาลบนพื้นผนังสีขาวสว่าง มีการใช้เส้นในการแบ่งเรื่องราวหรือตัดเส้นบนตัวละครด้วยสีคราม และนิยมเขียนลวดลายก้านขดประกอบ</p>
<p>วัดสระบัวแก้ว</p> 		<ol style="list-style-type: none"> 1. พุทธประวัติ 2. พระรามชาดก 3. วรรณกรรมพื้นบ้าน เรื่องสินไซ (สังข์ศิลป์ชัย) 	<p>เน้นบรรยากาศภาพรวมให้สว่างสดใส มีการใช้สีคราม เหลือง เขียว น้ำตาล ดำ ปรากฏการวาดภาพคนในหลายท่วงท่าอริยาบถ และมีการเขียนภาพต้นไม้ ใบไม้ คล้ายกับงานตะวันตกในสมัยอิมเพรสชันนิสม์</p>

จากตารางการวิเคราะห์ลักษณะของอัตลักษณ์สถาปัตยกรรมสุปแต้มจังหวัดขอนแก่น พบว่า จิตรกรรมสุปแต้มจัดอยู่ในกลุ่มของสุปแต้มพื้นบ้าน ช่างแต้มจะถ่ายทอดผลงานอย่างตรงไปตรงมาและเน้นความเรียบง่ายตามความเข้าใจของตนโดยไม่คำนึงถึงกฎเกณฑ์ตามหลักองค์ประกอบศิลป์และเรื่องมิติของแสงเงา ซึ่งจะมีการจัดวางองค์ประกอบที่ไม่เคร่งครัด เนื้อหาเรื่องราวที่ปรากฏผ่านงานจิตรกรรมนิยมเขียนเกี่ยวกับพุทธประวัติ พระเวสสันดรชาดก วรรณกรรมพื้นบ้านยอดฮิตอย่างเรื่องสินไซ (สังข์ศิลป์ชัย) และภาพกาทซึ่งเป็นภาพที่แสดงถึงวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมของชาวบ้าน แต่เมื่อศึกษารายละเอียดของเนื้อหาเรื่องราว วรรณกรรมที่นำเสนอ ลายเส้น การใช้สี รูปร่างตัวละคร หรือการจัดองค์ประกอบศิลป์จะพบกับความโดดเด่นที่เป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างกันของแต่ละแห่ง ดังนี้

1) สุปแต้มวัดไชยศรี มีการเขียนภาพที่ค่อนข้างแน่นไม่เว้นแม้แต่ซอกมุมหรือรอบหน้าต่าง เน้นการเขียนภาพตัวละครที่มีขนาดใหญ่โตกว่าความเป็นจริงมากกว่าภาพฉากหรือสถานที่ ไม่ได้คำนึงถึงหลักการจัดองค์ประกอบหรือมิติแสงเงา ปรากฏวรรณกรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น คือ สินไซ หรือสังข์ศิลป์ชัย ซึ่งมีการแสดงเนื้อเรื่องที่ครบสมบูรณ์มากที่สุดที่ยังคงหลงเหลืออยู่ในปัจจุบัน ภาพส่วนใหญ่เน้นการเดินทางผจญภัยของสินไซและการสู้รบกับยักษ์ในด้านต่าง ๆ ดังนั้น จึงทำให้สุปแต้มวัดไชยศรีมีภาพยักษ์ที่มีลักษณะที่หลากหลายมากกว่าที่อื่น ๆ ทั้งในด้านของขนาด กิริยาท่าทาง ตลอดจนการจัดวางโดยสีที่นิยมใช้มากก็คือการลงสีน้ำเงิน เหลือง บนพื้นผนังสีขาว



ภาพที่ 1: ลักษณะของสุปแต้มวัดไชยศรี

ที่มา: ผู้วิจัย (2565)

2) สุปแต้มวัดมัชฌิมิวิทยาราม มีการใช้สีบรรยากาศที่แตกต่างไปจากสุปแต้มในสถานที่อื่น ๆ คือ มีการลงสีบริเวณพื้นหลังที่ทึบหนักไปในโทนสีคราม ฟ้ำ หรือเทา ซึ่งแตกต่างไปจากสุปแต้มสถานที่อื่น ๆ คือ จะเน้นการใช้พื้นหลังสีขาวหรือโทนสว่าง นอกจากนี้ลักษณะของสุปแต้มวัดมัชฌิมิวิทยารามยังมีความคล้ายคลึงกับจิตรกรรมไทยในภาคกลางมีลายก้านขดใบเทศบริเวณเสา เน้นใช้สีไปในโทนเย็นคือสี คราม ฟ้ำ เทา โดยนิยมใช้สีเหลืองสว่างเขียนอาคารสถานที่และเครื่องทรงของตัวละครทำให้ภาพเกิดจุดเด่นขึ้นมาจากสีคราม ในด้านวรรณกรรมปรากฏเรื่อง พระเวสสันดรชาดกเป็นหลัก โดยแต่ละฉากจะมีการเขียนต้นไม้พรรณไม้หรือก้อนหินที่คั่นระหว่างฉากซึ่งหากมองโดยภาพรวมจะรู้สึกว่าเป็นเนื้อเรื่องเดียวกัน



ภาพที่ 2 ลักษณะของสุปแต้มวัดมัชฌิมิวิทยาราม

ที่มา: ผู้วิจัย (2565)

3) อุโบสถวัดสวนวาริพัฒนาราม มีลักษณะการเขียนที่คล้ายคลึงกับการ์ตูนภาพประกอบ โดยมีการเขียนตัวละคร คน สัตว์หิมพานต์ สถานที่ หรือต้นไม้ที่สนุกสนานและมีความหลากหลายแปลกตา ท่วงท่าของคนมีลักษณะหันข้างคล้ายกับการเขียนในยุคอียิปต์ สีที่ใช้คือสี คราม เหลือง น้ำตาล เขียว ซึ่งจะนิยมใช้สีครามในการเขียนตัวละครอีกทั้งใช้ตัดเส้นวัตถุและเส้นแบ่งฉาก ลักษณะของต้นไม้จะมีการแต้มสีเป็นจุด ๆ รวมกันเป็นพุ่มหรือบ้างก็วาดคล้ายกับรูปทรงของก้อนเมฆ ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ คือ ลายก้านขดที่มีการผูกร้อยลวดลายคล้ายกับการเลื้อยของเถาพรรณไม้ นอกจากนี้ยังปรากฏวรรณกรรมเรื่อง ลินไซและพระเวสสันดรชาดก อีกทั้งกลุ่มตัวละครที่โดดเด่นของวัดสวนวาริพัฒนาราม คือ ลินไซ สีโห ยักษ์ ภูซวง ครุฑ นางกนิรี และตัวละครสัตว์ต่าง ๆ



ภาพที่ 3 ลักษณะของอุโบสถวัดสวนวาริพัฒนาราม

ที่มา: ผู้วิจัย (2565)

4) อุโบสถวัดสระบัวแก้ว มีการแบ่งเรื่องราวออกเป็นตอน ๆ โดยมีแถบหรือแม่น้ำเป็นเส้นแบ่งเรื่องคล้ายเส้นสีเทาเน้นบรรยากาศพื้นหลังของภาพที่ขาวสว่าง มีการใช้สีคราม เหลือง เขียว น้ำตาล ดำ และนิยมใช้สีเหลืองหรือสีขาวในการเขียนสีผิวของตัวละครจากนั้นจึงตัดเส้นรอบนอกด้วยสีเข้ม วรรณกรรมที่ปรากฏ คือ พุทธประวัติ พระรามชาดก ลินไซ และภาพกากที่แสดงถึงวิถีชีวิต ประเพณีวัฒนธรรมของชาวอีสานได้อย่างชัดเจน ในด้านของลวดลายนิยมใช้ลายก้านขดและลายดอกไม้ประดับอยู่บริเวณข้างประตูและบริเวณเสา นอกจากนี้อุโบสถวัดสระบัวแก้วยังมีเทคนิคการเขียนภาพต้นไม้ ใบไม้ที่หลากหลายไม่ซ้ำกัน มีลักษณะของผีแปรปรองการแตงแต้มคล้ายกับงานจิตรกรรมตะวันตกในสมัยอิมเพรสชันนิสม์



ภาพที่ 4 ลักษณะของอุโบสถวัดสระบัวแก้ว

ที่มา: ผู้วิจัย (2565)

ผลการพัฒนาแนวทางการสอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังอุโบสถวัดสวนวาริพัฒนาราม ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้รูปแบบการเรียนการสอนที่เน้นกระบวนการแก้ไขปัญหาที่ประยุกต์สอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จากกรณีวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี เอกสารทางวิชาการและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบเพื่อชุมชน จึงนำมาสู่แนวทางการสอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ทั้งหมด 6 ขั้นตอน ดังแผนภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 5 แผนภาพกระบวนการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากแผนภาพกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีพื้นฐานมาจากรูปแบบการเรียนการสอนที่เน้นกระบวนการแก้ปัญหา สามารถสรุปกระบวนการจัดการเรียนรู้หลัก ๆ ออกเป็นทั้งหมด 6 ขั้นตอน โดยสามารถอธิบายเนื้อหาในแต่ละขั้นตอนได้ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหาและความสนใจ (Problem) มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์เห็นความสำคัญของสภาพปัญหาหรือปรากฏการณ์ปัจจุบัน โดยมีผู้สอนเป็นผู้จัดประสบการณ์โดยการนำเสนอสภาพปัญหาหรือสถานการณ์ต่าง ๆ รอบตัวผู้เรียนเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการเรียนรู้ จากนั้นส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มองปัญหาเป็นองค์รวม สามารถวิเคราะห์ปัญหาและเชื่อมโยงได้ว่าตัวปัญหาสามารถส่งผลกระทบต่ออย่างไรกับสังคมและมีความสำคัญอย่างไรกับผู้เรียน ทั้งนี้เพื่อให้ผู้เรียนเห็นประโยชน์ของการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตจริง ทำให้ผู้เรียนเห็นว่าในห้องเรียนกับโลกนอกห้องเรียนเป็นโลกใบเดียวกัน (พงศธร มหาวิจิตร, 2562)

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชน (Identity) การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีความแตกต่างจากการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นจะมุ่งหาอัตลักษณ์ดั้งเดิม นักออกแบบจึงจำเป็นต้องเข้าถึงแหล่งข้อมูลและองค์ความรู้ที่เป็นรากฐานเดิมในแต่ละชุมชนนั้น ๆ เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์จะยังคงอัตลักษณ์และคุณค่า (อริย วาณิชกร, 2559) ดังนั้นการลงพื้นที่เพื่อทำการศึกษารเรียนรู้อัตลักษณ์ภายในชุมชนและทุนทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม จะทำให้เกิดความเข้าใจและซาบซึ้งในคุณค่าของภูมิปัญญาที่ได้ศึกษา สอดคล้องกับ ศรีชนา เจริญเนตร (2563) กล่าวว่า กระบวนการลงชุมชนจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ที่นำไปใช้ในกระบวนการแก้ปัญหาในงานออกแบบได้อย่างตรงจุด นอกจากนี้ผู้เรียนจะต้องรู้จักสังเกต ตั้งคำถาม วิเคราะห์หาปัญหาหรือช่องว่างในการพัฒนา เพื่อที่จะได้นำข้อมูลกลับไปวางแผนแนวทางการออกแบบต่อว่าจะออกแบบเพื่อแก้ปัญหาที่พบหรือจะออกแบบเพื่อสร้างสรรค์ต่อยอดทุนในชุมชน สอดคล้องกับ ปัญญา เทพลิงห์ (2557) กล่าวว่า การแก้ปัญหาทางการ

ออกแบบมี 2 แนวทาง คือ แก่ไขจากสิ่งเดิมและแก้ไขเพื่อให้ได้สิ่งใหม่

ขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และถอดรหัส (Analyse & Decrypt) เก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รวบรวมจากชุมชนไปวิเคราะห์หาแนวทางการออกแบบที่ต่อโจทย์และสอดคล้องกับบริบทชุมชนนั้นร่วมกัน จากนั้นนำลักษณะของภูมิปัญญาหรือทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนไปต่อยอดสู่การออกแบบและเพิ่มมูลค่าโดยอาศัยกระบวนการถอดรหัสอัตลักษณ์ชุมชน จากข้อมูลการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อชุมชนเบื้องต้น สามารถสังเคราะห์กระบวนการถอดรหัสอัตลักษณ์ชุมชนสู่งานออกแบบได้ทั้งหมด 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. กำหนดเลือกวัตถุประสงค์ที่แสดงถึงอัตลักษณ์โดดเด่นของพื้นที่หรือชุมชนนั้น ๆ 2. วิเคราะห์เรื่องราวทางนามธรรมที่เกี่ยวข้องกับวัตถุนั้น ซึ่งอาจจะรวมไปถึงวิถีชีวิต อาชีพ ความเชื่อ ประเพณีและวัฒนธรรม เป็นต้น 3. หาจุดเชื่อมโยงเพื่อสร้างเรื่องราวให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจ 4. สกัดลักษณะเฉพาะของวัตถุออกมา เช่น เส้น สี ลวดลาย รูปร่าง เป็นต้น และ 5. นำเข้าสู่กระบวนการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 4 พัฒนาแบบร่วมกับปราชญ์หรือผู้เชี่ยวชาญ (Collaboration) ขั้นตอนการร่างต้นแบบแล้วนำไปพัฒนาปรับปรุงแบบร่วมกับปราชญ์ชุมชนหรือช่างในท้องถิ่นเพื่อศึกษาแลกเปลี่ยนแนวคิด ความคิดเห็น ลักษณะวิธีการ จะทำให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความร่วมสมัย โดย อรัญ วานิชกร (2559) กล่าวว่า การพบกันระหว่างนักออกแบบกับ ผู้รู้ทางภูมิปัญญาในแต่ละด้านจะทำให้เกิดองค์ความรู้และนวัตกรรมใหม่ ๆ ก่อเกิดงานออกแบบที่ร่วมสมัยและเป็นสากล นอกจากนี้ในขั้นตอนนี้ยังถือเป็นการนำแบบร่างกลับไปตรวจสอบกับต้นทางหรือชุมชนว่าสามารถสื่อสารตรงกับอัตลักษณ์ต้นทางหรือไม่ เพื่อป้องกันการลบเลือนอัตลักษณ์ดั้งเดิมหรือการนำไปใช้ออกแบบผิดบริบท

ขั้นตอนที่ 5 กระบวนการผลิตต้นแบบ (Prototype) ขั้นตอนนี้ผู้เรียนจะได้ปฏิบัติการออกแบบซึ่งนอกจากด้านรูปลักษณ์ความสวยงามแล้ว ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงเรื่องแนวโน้มหรือเทรนด์การออกแบบและหลักการตลาดเบื้องต้น ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงการออกแบบที่สอดคล้องกับสภาพชุมชนโดยไม่เป็นการออกแบบที่เกินความจำเป็น หรือ Over design และที่สำคัญต้องคำนึงถึงการออกแบบอย่างยั่งยืน เพื่อให้ชุมชนสามารถนำผลงานไปประยุกต์หรือผลิตซ้ำ ซึ่งเป็นแนวทางที่ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ต่อไป (อาวิน อินทร์งษ์, 2563)

ขั้นตอนที่ 6 นำเสนอและประเมินผล (Presentation) หลังจากเสร็จสิ้นกระบวนการออกแบบแล้วผู้เรียนควรนำเสนอผลิตภัณฑ์การออกแบบที่หลากหลายรูปแบบและเป็นไปอย่างสร้างสรรค์ โดยผู้สอนไม่ควรจำกัดแนวคิดในการนำเสนอผลงาน เช่น ใช้วิถีทัศน์ประกอบการนำเสนอ การแสดงบทบาทสมมุติ เป็นต้น ทั้งนี้การนำเสนอผลงานต้องแสดงให้เห็นถึงแนวคิด กระบวนการทำงานตั้งแต่ขั้นตอนแรก แนวทางในการแก้ปัญหาจนนำมาสู่รูปแบบของผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาดเพื่อเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะ

จากกระบวนการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้ง 6 ขั้นตอนทีกล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยขอนำเสนอแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังสุโขทัยเป็นต้นแบบ โดยแบ่งกระบวนการเรียนรู้ออกเป็น 4 ระยะ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังสุปแต้มนีฮาน

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	การวัดและประเมินผล
ระยะที่ 1 : ศึกษาสภาพปัญหาและปรากฏการณ์ปัจจุบัน (สัปดาห์ที่ 1)		
หัวข้อที่ 1 ชวนวิเคราะห์ปัญหา ปรากฏการณ์ในการออกแบบ <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนยกตัวอย่างผลงานผลิตภัณฑ์ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากทุนทางวัฒนธรรมในการออกแบบและสอบถามผู้เรียนว่าในกรณีของ “สุปแต้ม” สามารถนำมาออกแบบพัฒนาในรูปแบบใดได้บ้าง - ผู้สอนและนักศึกษาร่วมกันนำเสนอประเด็นและวิเคราะห์สภาพปัญหาการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พบในชีวิตประจำวัน - นำเสนอกรณีศึกษาเปรียบเทียบการออกแบบผลิตภัณฑ์จากข้าวระหว่างญี่ปุ่นและไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เรียนสามารถตระหนักถึงประเด็นปัญหาและสถานการณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนในปัจจุบัน 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากกิจกรรมถาม-ตอบผ่านลิงค์ Google form

กิจกรรม	วัตถุประสงค์	การวัดและประเมินผล
ระยะที่ 1 : ศึกษาสภาพปัญหาและปรากฏการณ์ปัจจุบัน (สัปดาห์ที่ 1)		
หัวข้อที่ 2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากทุนวัฒนธรรมสุปแต้ม <ul style="list-style-type: none"> - บรรยายเนื้อหาความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับจิตรกรรมสุปแต้มพื้นบ้าน - บรรยายเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรม. ในส่วนของกระบวนการออกแบบและการดึงอัตลักษณ์นำมาต่อยอดในงานออกแบบ - ผู้สอนนำเสนอตัวอย่างผลงานผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่โดดเด่น พร้อมกับวิเคราะห์ผลงานร่วมกับนักศึกษา - มอบโจทย์ให้นักศึกษาออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากอัตลักษณ์สุปแต้มที่สามารถสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชนที่ได้รับมอบหมาย 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เรียนมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์สุปแต้ม - ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากกิจกรรมถาม-ตอบผ่านลิงค์ Google form

ตารางที่ 2 แนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังสุปแต่มอีสาน (ต่อ)

ระยะที่ 2 : ลงพื้นที่ศึกษาและสกัดอัตลักษณ์ชุมชน (สัปดาห์ที่ 2)		
<p>หัวข้อที่ 1 สัตเลาะรอบลิม</p> <ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษาทำการศึกษาสุปแต่มในสถานที่จริง ในประเด็นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา ลักษณะทางทัศนศิลป์และเนื้อหาเรื่องราว จากการสำรวจ สืบค้น และการบรรยายจากผู้รู้ในชุมชน - นักศึกษาสำรวจสภาพชุมชนโดยรอบเพื่อเก็บรวบรวมลักษณะของทุนวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ปรากฏในชุมชน และร่วมพูดคุยกับตัวแทนชุมชนเพื่อสอบถามสภาพปัญหาหรือความต้องการเพื่อหาช่องว่างในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์สภาพชุมชนเพื่อระบุปัญหาหรือความต้องการเพื่อนำไปกำหนดแนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากแบบวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน
<p>หัวข้อที่ 2 ถอดรหัสอัตลักษณ์สุปแต่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> - ผู้สอนนำเสนอแนวทางในการสกัดอัตลักษณ์สุปแต่มเพื่อนำมาใช้ต่อยอดในการออกแบบ เช่น การลดทอนเส้น รูปร่าง สี ลวดลาย เป็นต้น - นักศึกษาทำงานเป็นกลุ่มโดยนำลักษณะสุปแต่มทุนวัฒนธรรมหรือสิ่งบ่งชี้ชุมชนที่ได้เก็บรวบรวมจากการลงชุมชน นำมาสกัดลักษณะที่โดดเด่นเพื่อใช้ประยุกต์ออกแบบ - กำหนดประเด็นการออกแบบให้ชัดเจนและร่างภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เรียนสามารถสกัดอัตลักษณ์สุปแต่มตลอดจนสิ่งบ่งชี้ภายในชุมชนเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากแบบวิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน

ระยะที่ 3 : การพัฒนาแบบร่วมกัน (สัปดาห์ที่ 3)		
<p>หัวข้อที่ 1 การตรวจสอบความตรงของอัตลักษณ์ดั้งเดิม</p> <ul style="list-style-type: none"> - นักศึกษานำแบบร่างผลิตภัณฑ์ไปพัฒนาร่วมกับปราชญ์หรือคนในชุมชน เพื่อศึกษาความตรงของอัตลักษณ์ต้นทางและปรับปรุงแบบร่วมกัน - ผู้สอนบรรยายข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการออกแบบการตลาดโดยใช้ทฤษฎี 4Ps (Product, Price, Promotion, Place, Packaging) และแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน - นักศึกษานำแบบร่างไปพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นต้นแบบ (Prototype) และตรวจสอบปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบอย่างยั่งยืน - ผู้เรียนมีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบการตลาดโดยใช้ทฤษฎี 4Ps 	<ul style="list-style-type: none"> - ประเมินจากการสอบถาม - ประเมินจากผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ระยะที่ 4 : นำเสนอและประเมินผล (สัปดาห์ที่ 4)		
หัวข้อที่ 1 เปิดตลาดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ประจำชุมชน - นักศึกษานำเสนอผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ประจำชุมชน - นักศึกษาสร้างช่องทางการตลาดหรือเผยแพร่ผลงานการออกแบบในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การสร้างเว็บไซต์ เฟสบุ๊กแฟนเพจ วิดีโอไวรัล เป็นต้น - กิจกรรมการสะท้อนคิด	- ผู้เรียนสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์ชุมชนได้	- ประเมินจากผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน - ประเมินจากแบบสะท้อนคิด

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนัง “สุปแต่มอีสาน” สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1) การศึกษารูปแบบและอัตลักษณ์สุปแต่มแต่ละแห่งในจังหวัดขอนแก่น พบว่า เป็นสุปแต่มที่จัดอยู่ในกลุ่มพื้นที่บ้านที่มีการสร้างก่อนปี พ.ศ.2500 สุปแต่มแต่ละแห่งมีรูปแบบทางทัศนศิลป์และเนื้อหาวรรณกรรมที่สอดคล้องกัน เนื่องจากอยู่ในแอ่งวัฒนธรรมเดียวกัน โดยสุปแต่มในจังหวัดขอนแก่นจัดอยู่ในกลุ่มของสุปแต่มพื้นที่บ้านที่อยู่บริเวณอีสานกลาง เป็นภาพที่เขียนโดยช่างพื้นบ้านมีการเขียนและถ่ายทอดกันภายในท้องถิ่นเป็นงานเขียนที่เรียบง่ายไม่มีแบบแผนที่แน่นอน เนื้อหาในแต่ละฉากบางแห่งมีการวาดสลับไปมา เน้นการถ่ายทอดเรื่องราวตามจินตนาการและความรู้สึกของช่างแต้ม ในด้านลักษณะทางทัศนศิลป์ของสุปแต่มพื้นที่บ้านที่พบส่วนมากจะไม่เน้นเรื่องมิติแสงเงา ทำให้ภาพมีลักษณะแบนอยู่ในระนาบเดียวกัน และนิยมลงพื้นหลังของผนังด้วยสีชาวนวลหรือสีในโทนสว่างจากนั้นเขียนเส้น รูปร่างลวดลาย หรือตัวละครต่าง ๆ ด้วยสีน้ำเงินคราม เหลือง เขียว และน้ำตาลแดง สอดคล้องกับผลการวิจัยของบุรินทร์ เปล่งดีสกุล (2554) ที่กล่าวว่า จิตรกรรมที่สร้างก่อนปี พ.ศ.2500 ส่วนใหญ่มีการจัดวางองค์ประกอบที่ไม่เคร่งครัด ช่างเขียนจะถ่ายทอดผลงานอย่างเรียบง่ายตามความเข้าใจของตน จึงปรากฏผลงานที่มีรูปแบบอิสระเป็นแบบพื้นบ้าน ประกอบกับใช้สีแบบธรรมชาติ ในด้านของเนื้อหาวรรณกรรมที่ปรากฏในสุปแต่มพื้นที่บ้านจังหวัดขอนแก่นสามารถแบ่งออกตามลักษณะของเรื่องได้เป็น 2 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มเรื่องราวทางศาสนา ได้แก่ พุทธประวัติ ทศชาติชาดก ไตรภูมิ และ 2. กลุ่มวรรณกรรมท้องถิ่น คือ สีนไซหรือสังข์ศิลป์ชัยและพระลักษมณ์พระรามชาดก นอกจากนี้ยังมีภาพกากที่เป็นภาพที่มีการเขียนสอดแทรกไปในโครงเรื่องหลักหรือบริเวณที่ว่างต่าง ๆ โดยภาพกากเป็นภาพที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต สภาพสังคม ประเพณีและวัฒนธรรมของชาวอีสาน เช่น ภาพคนกำลังเป่าแคน จับปลา ภาพกลุ่มหญิงสาวที่แต่งกายแบบอีสาน หรือภาพทหารเครื่องแบบตะวันตก เป็นต้น จากการศึกษาและสังเกตลักษณะของสุปแต่มอีสานจะพบว่า นิยมลงสีผนังหรือพื้นหลังด้วยสีชาวนวลหรือสีสว่าง เนื่องจากตัวอาคารของสิมอีสานมีขนาดค่อนข้างเล็ก เมื่อมีการลงสีพื้นหลังด้วยสีชาวนวลบนฝาผนังจะทำให้บรรยากาศภายในสิมมีความสว่างดูกว้างและโปร่งขึ้น นอกจากนี้ศูนย์วัฒนธรรมอีสานมหาวิทาลัยขอนแก่น (2532) กล่าวว่า สุปแต่มทางภาคอีสานมักจะเขียนอยู่บนผนังด้านนอกของสิมหรือโบสถ์ เนื่องจากภายในตัวอาคารสิมมีขนาดเนื้อที่ที่จำกัด อีกทั้งสิมบางแห่งยังห้ามสตรีเข้าไปภายใน ซึ่งสอดคล้องกับ ศักดิ์ชัย สายสิงห์ (2555) ที่กล่าวว่า การเขียนจิตรกรรมด้านนอกของสิมก็เนื่องมาจากสาเหตุที่สิมพื้นบ้านมีขนาดเล็ก ไม่มีพื้นที่ในการเขียนมากนัก กับ

อีกส่วนหนึ่งที่เป็นมูลเหตุสำคัญคือ พื้นที่ภายในมีค่อนข้างจำกัด ในยามที่มีพิธีกรรมและมีผู้เข้าร่วมเป็นจำนวนมากจนล้น ออกมาภายนอกสิม ผู้ที่อยู่นอกสิมก็สามารถชมจิตรกรรมที่วาดไว้บนผนังด้านนอกได้ นอกจากนี้สิมบางแห่งห้ามสุภาพสตรีเข้าไปภายใน ดังนั้น การเขียนภาพไว้ภายนอกจะทำให้สตรีสามารถชมจิตรกรรมจากภายนอกได้

2) แนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังชุมชน สามารถแบ่งกิจกรรมเป็น 4 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาและปรากฏการณ์ปัจจุบัน ระยะที่ 2 ลงพื้นที่ศึกษาและสกัดอัตลักษณ์ชุมชน ระยะที่ 3 การพัฒนาแบบร่วมกัน และระยะที่ 4 นำเสนอและประเมินผล โดยแนวทางการสอนทั้ง 4 ระยะดังกล่าวนี้มีความสอดคล้องกับในแต่ละขั้นตอนของแผนภาพกระบวนการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน (ภาพที่ 5) ซึ่งสามารถอธิบายให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกัน ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาและปรากฏการณ์ปัจจุบัน สอดคล้องกับขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพปัญหาและความสนใจ (Problem) ในระยะนี้ผู้สอนจะมุ่งเน้นให้ผู้เรียนตระหนักถึงประเด็นปัญหาและสถานการณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนในปัจจุบัน โดยผู้สอนจะเป็นผู้กระตุ้นให้ผู้เรียนได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนความคิดเห็นหรือประสบการณ์ส่วนตัวในประเด็นเกี่ยวกับสภาพปัญหาการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทฤษฎีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่พบในชีวิตประจำวัน และเชื่อมโยงให้ผู้เรียนเห็นว่าประเด็นปัญหาสามารถส่งผลกระทบต่อสังคมหรือตัวผู้เรียนเอง ทั้งนี้เพื่อเชื่อมต่อโลกในห้องเรียนและนอกห้องเรียนทำให้ผู้เรียนเห็นประโยชน์ของการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตจริง (พงศธร มหาวิทยาลัย, 2562) สอดคล้องกับ Gerber (2017) ได้กล่าวว่า ผู้สอนที่ดีจะต้องสามารถเชื่อมโยงบทเรียนเข้ากับชีวิตของผู้เรียน เพราะเมื่อผู้เรียนให้ความสำคัญและใส่ใจ บทเรียนจะทำให้พวกเขาเกิดการเรียนรู้ ทั้งนี้สามารถกล่าวได้ว่าการสอนในระยะที่ 1 สภาพปัญหาจะเป็นจุดตั้งต้นของกระบวนการเรียนรู้และเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาทักษะการแก้ปัญหาด้วยเหตุผลและเข้าใจกลไกสาเหตุของปัญหา (ทิตินา เขมมณี, 2551) ซึ่งจะนำไปสู่การออกแบบเพื่อแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ลำดับถัดมา ระยะที่ 2 ลงพื้นที่ศึกษาและสกัดอัตลักษณ์ชุมชน สอดคล้องกับขั้นตอนที่ 2 การศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชน (Identity) และขั้นตอนที่ 3 วิเคราะห์และถอดรหัส (Analyse & Decrypt) ในการสอนระยะนี้ ผู้เรียนจะได้ลงพื้นที่ชุมชนเพื่อศึกษาอุปนิสัยในสถานที่จริง ในประเด็นเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา เนื้อหาวัฒนธรรม ลักษณะทางทัศนศิลป์ของชุมชน และสำรวจทุนวัฒนธรรมอื่น ๆ ที่ปรากฏในชุมชน จากการสำรวจ สืบค้น สอบถามและการบรรยายจากปราชญ์ชุมชน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ออกมาวิเคราะห์คัดเลือกและสกัดหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่นออกมา ไม่ว่าจะเป็น เส้น สี รูปร่าง ลวดลาย ความเชื่อ เรื่องราวชุมชน ฯลฯ แล้วนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนนอกสถานที่เป็นกิจกรรมที่มีคุณค่า เพราะผู้เรียนจะเกิดการเรียนรู้และได้รับประสบการณ์ตรง ตลอดจนส่งเสริมทักษะด้านต่าง ๆ ซึ่งทำให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ สังเกต สำรวจ และนำไปสู่การแก้ปัญหา (เนาวนิตย์ สงคราม, 2557) นอกจากนี้การลงพื้นที่จริงจะทำให้ผู้เรียนได้วิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของชุมชนแต่ละแห่งที่มีความแตกต่างกัน ทำให้ผู้เรียนเข้าใจลักษณะสภาพชุมชนนั้นอย่างลึกซึ้ง ระยะที่ 3 การพัฒนาแบบร่วมกัน สอดคล้องกับขั้นตอนที่ 4 พัฒนาแบบร่วมกับปราชญ์หรือผู้เชี่ยวชาญ (Collaboration) และขั้นตอนที่ 5 กระบวนการผลิตต้นแบบ (Prototype) โดยในระยะที่ 3 นี้ ผู้เรียนจะได้นำแบบร่างผลิตภัณฑ์กลับไปพัฒนาร่วมกับปราชญ์ผู้เชี่ยวชาญ หรือคนในชุมชน ก่อนจะนำแบบร่างไปพัฒนาเป็นต้นแบบ(Prototype) และตรวจสอบปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดย ชัยวัฒน์ สุวรรณอ่อน (2563) และอาวิน อินทร์ชี่ (2563) ได้กล่าวสอดคล้องกันว่า การนำผลงานไปตรวจสอบกับต้นทาง จะทำให้เกิดการมีส่วนร่วมกับชุมชน ทั้งนี้เพื่อประเมินว่าผลงานที่ออกแบบสามารถสื่อสารตรงกับอัตลักษณ์ต้นทางหรือไม่ เพื่อป้องกันการลบล้างอัตลักษณ์ดั้งเดิมหรือการนำอัตลักษณ์ชุมชนไปใช้ออกแบบผิดบริบทก่อนที่จะนำเข้าสู่กระบวนการผลิต ออกแบบ นำเสนอและหาช่องทางการตลาดเพื่อเผยแพร่ผลงานต่อไป และในระยะสุดท้ายคือ ระยะที่ 4 ระยะนำเสนอและประเมินผล สอดคล้องกับ ขั้นตอนที่ 6 นำเสนอและประเมินผล (Presentation) ในระยะนี้ผู้เรียนจะได้นำเสนอผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจากอัตลักษณ์ชุมชนพร้อมทั้งเสนอแนวทางในการเผยแพร่ผลงานและหาช่องทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊กแฟนเพจ วิดีโอไวรัลหรือแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ซึ่งการนำเสนอผลงานจะทำให้ผู้เรียน

เกิดการเรียนรู้และได้มาซึ่งทักษะ โดยผู้เรียนจะได้เรียนรู้จากเพื่อนร่วมชั้นและเห็นแนวทางในการออกแบบแก้ไขปัญหากลุ่มอื่น ๆ (Belen Calavia, Teresa Blanco & Roberto Casas, 2021) จากการอธิบายแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนังสุปแต่มอีสานทั้ง 4 ระยะเวลาที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ จะสังเกตว่ามีรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ใช้ปัญหาเป็นจุดเริ่มต้นของกิจกรรมการเรียนรู้และนำไปสู่การสืบค้น วิเคราะห์สร้างสรรค์ผลงานออกแบบผ่านกระบวนการแก้ปัญหา กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค (2560) กล่าวว่า การออกแบบคือกิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ดังนั้นรูปแบบการสอนที่เน้นกระบวนการแก้ปัญหาจึงมีความเหมาะสมในการนำมาใช้ประยุกต์สอนออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาทักษะของผู้เรียน ยกตัวอย่างเช่น การคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เน้นหาปัญหาหลักและวิเคราะห์หาแนวทางที่เหมาะสมในการแก้ปัญหานั้น ส่งผลทำให้เกิดสะพานสร้างสรรค์เชื่อมระหว่างปัญหาและแนวทางแก้ไขพัฒนา (Cross, 2011; Dorst & Cross, 2001) ซึ่งจะส่งผลทำให้ผู้เรียนเกิดทักษะที่สำคัญในศตวรรษที่ 21 เช่น ทักษะด้านความร่วมมือ (Collaboration) ทักษะการแก้ปัญหา (problem solving) ตลอดจนทักษะด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Creative and Innovation) ร่วมกับผู้อื่น (Brown, 2008; Razzouk & Shute, 2012)

ข้อเสนอแนะ

1. ควรนำแนวทางการสอนออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้อัตลักษณ์จิตรกรรมฝาผนัง “สุปแต่มอีสาน” ที่พัฒนาขึ้นนั้นไปทดลองใช้จริง เพื่อศึกษาผลกระทบและปรับปรุงพัฒนารูปแบบการสอนให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น
2. ควรนำหลักการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) มาประยุกต์ใช้กับแนวทางการสอนที่พัฒนาขึ้น เพื่อให้สามารถเข้าถึงสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาผลงานที่ชัดเจนขึ้น
3. ควรมีการนำแนวทางการสอนที่พัฒนาขึ้นไปจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน เพื่อเป็นการต่อยอดทุนวัฒนธรรมสุปแต่มอีสานสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ประจำชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- กนกวรรณ พวงประยงค์. (2561). บทบาทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการพัฒนาระดับวิสาหกิจชุมชนไทย. วารสารพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 1(1), 220-252.
- กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2560). พัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้กรอบแนวคิดการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 9(2), 333-366.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). ทุนวัฒนธรรมไทยสู่การสร้างสรรค์เศรษฐกิจ. วารสารอุตสาหกรรมสาร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 58(4), 5-11.
- ชัยวัฒน์ สุวรรณอ่อน. อาจารย์ ดร. คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา. (3 เมษายน 2563). สัมภาษณ์.
- ชิงชัย ศิริธร. (2562). การออกแบบผลิตภัณฑ์กราฟิกจากอัตลักษณ์ตัวละคร และฉากในสุปแต่มอีสานเพื่อใช้ในผลิตภัณฑ์และสื่อดิจิทัลเชิงวัฒนธรรม. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 11(1), 286-312.
- ทิตนา แชมมณี. (2551). รูปแบบการเรียนการสอนทางเลือกที่หลากหลาย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: แอคทีฟ พรินท์.
- เนาวนิตย์ สงคราม. (2557). การศึกษานอกสถานที่และการศึกษานอกสถานที่เสมือนเพื่อการเรียนรู้เชิงรุก. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุรินทร์ เปล่งดีสกุล. (2554). พัฒนาการของจิตรกรรมฝาผนังอีสานกรณีศึกษาจังหวัดขอนแก่นจังหวัดมหาสารคามและจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 3(1), 84-113.

- ปัญญา เทพสิงห์. (2557). สถานะภาพผลิตภัณฑ์ในวิถีสังคมใหม่ และแนวการสอนการออกแบบผลิตภัณฑ์.วารสารสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างวินิจฉัย, 13(1), 31-40.
- ประทับใจ สุวรรณธาดา และศักดิ์ชัย สิกขา. (2561). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญา : ในเขตพื้นที่ภาคอีสานตอนบน. วารสารวิชาการศิลปสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 42(2), 137-155.
- พงศธร มหาวิทยาลัยจิตร. (2562). การประยุกต์ใช้แนวคิดการเรียนรู้โดยใช้ปรากฏการณ์เป็นฐานร่วมกับการเรียนแบบเชิงรุก ในรายวิชาการประถมศึกษา เพื่อส่งเสริมทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 9(2), 73-90.
- ศักดิ์ชัย สายสิงห์. (2555). จิตรกรรมฝาผนัง(อุปแต้ม) และงานประณีตศิลป์. (พิมพ์ครั้งที่ 1). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มิวเซียมเพรส. ศรีचना เจริญเนตร. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (ศูนย์ลำปาง). (1 เมษายน 256 สัมภาษณ์).
- สุกัญญา ภัทรราชย์, บรรณาธิการ. (2532). จิตรกรรมฝาผนังอีสาน. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: อัมรินทร์ พรินต์ติ้ง กรุ๊ป.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580). (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2563). เจาะเทรนด์โลก 2021 : Reform This Moment. สืบค้นข้อมูลเมื่อ 8 มกราคม 2564, เข้าถึงได้จาก: <https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/27494-Trend-2021-Reform-this-Moment>
- อรัญ วานิชกร. (2559). การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อาวิน อินทร์ซี่. รองศาสตราจารย์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. (7 เมษายน 2563). สัมภาษณ์.
- Belen Calavia, Teresa Blanco & Roberto Casas. (2021). Fostering creativity as a problem-solving competence through design: Think-Create-Learn, a tool for teachers. Thinking Skills and Creativity, 39(2021), 1-18.
- Brown, T. (2008). Design thinking. Harvard Business Review, 86(6), 84.
- Cross, N. (2011). Design thinking: Understanding how designers think and work. Berg.
- Razzouk, R., & Shute, V. (2012). What is design thinking and why is it important? Review of Educational Research, 82(3), 330-348.

Faculty of Fine Arts, Buditpatanasilpa Institute
119/10 Moo 3, Salaya Phutthamonthon District,
Nakhon pathom 73170
<https://www.ffa-bpi.com/>

