

อัตลักษณ์กะเหรี่ยง : การพัฒนาเพื่อสร้างเศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน

นางณิชา นทีพาศิต¹, ธรรมนง วงศ์กัญญา, ณัฐพงษ์ ปงกา, พงษ์นรินทร์ พิมพ์สาร, เกรียงไกร ดนัย, ผดุงขวัญ มูลคำ
สาขาเทคโนโลยีศิลป คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
128 ถนนห้วยแก้ว ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ 50300 โทรศัพท์: 053-414-250
E-mail: noot_nathi@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาลวดลายทอผ้ากะเหรี่ยงที่เป็นอัตลักษณ์แฝงคติความเชื่อกะเหรี่ยงปกากะญอ ใช้ประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 ครัวเรือน ที่ทำการทอผ้ากะเหรี่ยงบ้านทาเกศ อำเภอบ้านทา จังหวัดลำพูน ใช้แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์สัญลักษณ์ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องมือการสำรวจ การสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง เฉพาะข้อมูลสำคัญต่อผู้ตอบแบบเจาะจง การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เปรียบเทียบเชื่อมโยงกับทฤษฎีมาพัฒนาเพิ่มมูลค่าด้วยการสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์

ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายทอผ้ากะเหรี่ยงที่เป็นอัตลักษณ์แฝงคติความเชื่อกะเหรี่ยงปกากะญอ มีที่มาของลวดลายจากเรื่องเล่าตำนานและคำสอน จากพิธีกรรม และจากการดำรงวิถีชีวิตที่ผูกพันกับป่าต้นน้ำ นำมาพัฒนาสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ โดยใช้คติความเชื่อเรื่อง สัตว์ที่สื่อถึงการต่อสู้ การสร้างพลัง และความซื่อสัตย์ที่มีต่อสังคมระดับครอบครัวและถิ่นที่อยู่อาศัย ที่จะส่งผลให้ประชาคมอาเซียนเป็นสุขได้จากจุดเล็กๆ รวมเป็นจุดใหญ่ การสร้างแบรนด์ที่ใช้ตัวอักษรภาษากะเหรี่ยงว่า “หลือ หรือ ด้าย” เป็นสื่อสัญลักษณ์บ่งบอกว่า “ด้ายเส้นเดียวไม่เป็นเส้น คนต้องมีพี่น้อง” เป็นความหมายที่สร้างคุณค่าเป็นต้นทุนทางอัตลักษณ์ที่เป็นสมบัติของชาติพันธุ์กะเหรี่ยง เป็นมรดกตกทอดกันมา ที่สำคัญเป็นแบบอย่างการสร้างสื่อสัญลักษณ์ด้วยแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างเศรษฐกิจด้วยต้นทุนทางอัตลักษณ์สู่กลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงในแถบอาเซียนต่อไป

คำสำคัญ : อัตลักษณ์กะเหรี่ยง, การพัฒนา, เศรษฐกิจชุมชน,

Abstract

The objective research to study and design pattern weaving Karen related to identity implicit belief Karen Pgha K'N Yaw. The population were 10 households at Thakhad, Mea-Tha, Lam-phun province. Theory of Identity Symbolic and Packaging Design. Approach by participate survey field note, informal and focus interview by mainstream. Analysis data from area and population. Synthesis in descriptive and compare by theory and design “Branding and Packaging” .

The finding : Pattern Karen weaving related to particularities important “Myth - Ritual and symbol of life maintain the watershed forest” to Branding and Packaging design. The Red symbolic related to “Power mind - Honest -Attraction” include family and ASEAN happiness. Branding by karen alphabet “V ” meaning “Single thread isn't a cloth indicates to human have family. The value added by identity and heritage properties of the Karen ethic. It's symbolic model by create economic to the identity of the karen ethnic in the region.

Keywords: Karen Identity, create, community economic

1. บทนำ

การทอผ้ากะเหรี่ยงมีจุดสำคัญที่การขึ้นเครื่องทอ ต้องกำหนดก่อนว่าจะทอเพื่อใช้ทำอะไร เช่น ทอยาม ทอเสื่อ ทอผ้าถุง ฯลฯ เพื่อกำหนดขนาดความกว้างยาวให้พอดี เครื่องนุ่งห่มของกะเหรี่ยงเป็นการนำผ้าแต่ละชิ้นมาเย็บประกอบกันโดยไม่การตัด การทอผ้าแต่ละครั้งจึงต้องกะให้ได้ขนาดที่จะนำมาเย็บแล้วสวมได้พอดีตัว โดยไม่ใช้เครื่องมือที่เป็นมาตรฐานในการวัด แต่ใช้วิธีกะประมาณ โดยอาศัยความใกล้ชิดผูกพันในครอบครัว การกะขนาดของผ้าที่จะทอ ผู้ทอจะยึดรูปร่างของตนเป็นมาตรฐาน การขึ้นเครื่องทอเพื่อทอเสื่อจะเรียงด้ายสูงประมาณ “ครึ่งไม้” หรือ “ค่อนไม้” ที่เสียบบนไม้ขึ้นเครื่องทอ ถ้าทอให้ผู้อื่นจะต้องเพิ่มหรือลดขนาดของด้ายลง โดยอาศัยการเปรียบเทียบจากรูปร่างของผู้ทอ การกำหนดความกว้างของผ้าที่ทอให้มีขนาด 1 ใน 4 ของรอบอกผู้สวมใส่ อย่างหลวม ๆ ถ้าทอผ้าห่มความกว้างอาจเท่ากับ 1/2 หรือ 1/3 ของความกว้างที่ต้องการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรนำไปประกอบเป็นเครื่องนุ่งห่ม เช่น ผืนผ้าที่ทอจะเท่ากับ 4 เท่าของความยาวแท้จริงของเสื่อ หรือชุดยาวก็จะทอผ้าขนาดเดียวกัน คือ 2 ผืน โดยแต่ละผืนมีความยาว 2 เท่าของความยาวที่แท้จริง เป็นต้น เครื่องทอผ้าไม่มีหลักฐานที่แสดงว่าแต่เดิมรูปแบบของการทอผ้าของกะเหรี่ยงเป็นแบบใด แต่เท่าที่ปรากฏให้เห็นมาจนถึงปัจจุบันพบว่า เป็นแบบทอมัดเอวหรือห้างหลังเช่นเดียวกับการทอผ้าของละว้า และลาหู่ ซึ่งลักษณะการทอผ้าและลักษณะลวดลายที่ปรากฏจะคล้ายกับชาวเปอร์เซียโบราณชนเผ่ากัวเตมาลา

ความเจริญทางวัตถุที่เข้ามายังกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงปกากะญอ ทำให้เกิดการขยายตัวด้านสังคมและเศรษฐกิจ การสร้างเศรษฐกิจชุมชน เป็นการสร้างความความเข้มแข็งให้กับชุมชนเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้เตรียมความพร้อมในการรองรับความเจริญและความเปลี่ยนแปลงในทุกด้านที่จะเข้ามา โดยเฉพาะการนำอัตลักษณ์ผ้าทอกะเหรี่ยงปกากะญอมาต่อยอดสร้างคุณค่า เพื่อให้กลุ่มชาติพันธุ์

กะเหรี่ยงปกาเกอญอมีการดำรงไว้ซึ่งวิถีเดิมและสืบทอดความรู้ ประสพการณ์การทอผ้า ด้วยเทคนิคและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ กะเหรี่ยงปกาเกอญอ พัฒนาอัตลักษณ์กะเหรี่ยงปกาเกอญอสู่ เศรษฐกิจอาเซียน

2. วัตถุประสงค์

ศึกษารวบรวมลายทอผ้ากะเหรี่ยงและผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ กะเหรี่ยงเพื่อสร้างสรรค์ลวดลาย ออกแบบแบรนด์ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์กะเหรี่ยง

3. แนวคิด ทฤษฎี กรอบแนวคิดการวิจัยและ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีอัตลักษณ์ อานันท์ กาญจนพันธุ์ (2548) แนวคิดการนำวิถีชุมชนเป็นสินค้า(Commoditization)เชิงรูปธรรมจาก บริบทชุมชน ความเชื่อ ชาติพันธุ์ ผนวกกับกระบวนการปรับเปลี่ยน เป็นThai - ization เพื่อรองรับระบบตลาด โดยมีอัตลักษณ์เป็นตัว เสริมสร้างคุณค่าเข้าสู่ระบบกลไกตลาด ส่วน ธีรยุทธ บุญมี (2547) การปฏิบัติหมู่บ้านและเกษตรกรรมเพื่อความอยู่รอด แบบ hunting and gathering (aborigin) มาเป็นอยู่ประจำแบบ Settlement และ ปศุสัตว์กึ่งอยู่ประจำแบบ agro pastoralism และปศุสัตว์เร่ร่อนแบบ nomadism ซึ่งเป็นวิถีความเป็นอยู่ของชนเผ่าได้นั้นอัตลักษณ์ของ ตนเองในปัจจุบัน เช่น ภาษาพูดและเขียนของกะเหรี่ยง การบอกเล่า เรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาของชนเผ่า “ปกาเกอญอ” เรียงร้อยเป็น นิทานเล่าเรื่องราวเผ่าพันธุ์ และวัฒนธรรม จุฑาพรพร ผดุงชีวิต (2550)ทางสังคมศาสตร์ สิ่งที่บ่งบอกวัฒนธรรมคือ พฤติกรรม (Behaviorist)ที่มีปฏิสัมพันธ์ในสังคม หน้าที่(Functionalist)ที่ปฏิบัติ ตามกันมา พุทธิปัญญา(Cognitive)ที่เป็นความเชื่อปฏิบัติกันมา และ สัญลักษณ์(Symbolic) เป็นความหมาย ประสพการณ์ ความจริงที่รับรู้ ของคนในสังคม ประยุทธ วงศ์แปง (2549) อัตลักษณ์การแต่งกายกะเหรี่ยง เป็นสิ่งบ่งบอกสถานะทางเศรษฐกิจและสังคมที่บ่งบอกเผ่าพันธุ์ และแทนความหมายส่งความสุขสวมเสื้อผ้าไหมให้ผู้ตายเรียกว่า “ตีปกาเซลอ หม่า”วิถีชีวิตกะเหรี่ยงปกาเกอญอ ใช้ชีวิตแบบพึ่งพาและน้ำ อยู่รวมกันเป็นกลุ่มครอบครัวเดียว

สัญลักษณ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ปูน คงเจริญเกียรติ (2541) “บรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุเพื่อการ จัดจำหน่าย และสนองความต้องการของผู้ซื้อหรือด้วยต้นทุนที่เหมาะสม” มีหน้าที่ ด้านเทคนิค คือ การบรรจุ คัดกรอง รักษาคุณภาพ ขนส่ง วางจำหน่าย และรักษาสีและกลิ่น และด้านการตลาด คือ ส่งเสริม การขายแสดงข้อมูลและเพิ่มมูลค่า เพิ่มปริมาณ ระบบการขนส่ง การ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยใช้เทคนิควิทยาการทางเทคโนโลยี เคมี ฟิสิกส์ จุลชีววิทยา คณิตศาสตร์ กลศาสตร์ ทางบรรจุภัณฑ์ และเทคนิค วิทยาการทางศิลปะการออกแบบเชิงกล ทางโครงสร้างและกราฟิก การตลาด จิตวิทยา โฆษณาและส่งเสริมการขาย มีลักษณะปฐมภูมิ (Primary Packaging) ทุติยภูมิ (Secondary Packaging) และตติย

ภูมิ(Tertiary Packaging) บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิและทุติยภูมิเป็นบรรจุ ภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย (Commercial Packaging) ส่วนบรรจุภัณฑ์ ตติยภูมิเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Packaging) The Leader of Creating and Designing in Packaging การออกแบบ กราฟิกประกอบด้วย คำบรรยาย สัญลักษณ์ และภาพประกอบ ชื่อและ ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า รายละเอียด การสร้างตราสินค้าจะมี บทบาทเป็นสื่อสร้างความจำ เป็นสื่อที่ตอบสนองการมองเห็นและ เทคโนโลยีใหม่ Contour Packaging และความซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) ต้องสะอาดและเกิดความต่อเนื่อง รวมถึงการใช้ ศิลปะท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม วิรุณ ตั้งเจริญ (2530) การออกแบบกราฟิก มี 5 ประเภทคือ 1.Photography คือ ภาพถ่าย 2.Symbolism คือสัญลักษณ์ 3.Typography คือต้นฉบับ 4.Illustration คือภาพประกอบ 5.Descriptive คือจัดวางรายละเอียด ใช้สื่อความหมายในลักษณะตัวอักษรและแผนภาพ (Ideogram & Pictogram) ในรูปแบบทัศนสัญลักษณ์ (Visual form) ประกอบด้วย 1.ตัวอักษร(Type Face)เป็นการจัดวางตัวอักษร(Lay-out Design) ประกอบด้วย ขนาด (Type Size) รูปลักษณ์(Character) เพื่อดึงดูด ความสนใจและบรรยายแสดงเนื้อหา 2.ภาพ(Picture)เป็นการนำภาพ ดึงดูดความสนใจ(Attract attention)สร้างความชัดเจน และความเป็นจริง ที่แตกต่าง(True & Contrast) การลำดับขั้นตอน(Diagram) อธิบาย และบ่งบอกความรู้(Explain instructions)และความคิดรวบยอด (Explain Concept) อ้างอิงสิ่งที่ปรากฏ(Inform of the appearance) ข้อมูลสถิติ(statistical information)ทัศนภาพ (Visionpicture) และการรับรู้ภาพและพื้น(Figure & Ground) ภาพมายาสามมิติ (Illusion Optical Picture) กระบวนการสื่อความหมาย (Communication Process) การรับรู้ด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ สายตา 75 % หู 13 % จมูก 3 % ร่ากาย 6 % ปุ้น คงเจริญเกียรติ (2541) การสร้างภาพ สัญลักษณ์ที่เป็นนามธรรมด้วยจุด เส้น สี รูปภาพ ใช้หลักการ SAFE S(Simple)หมายถึงเข้าใจง่ายสบายตา A(Aesthetic)หมายถึงสวยงาม ชวนมอง F(Function) หมายถึงใช้งานได้ง่ายสะดวก E(Economic) หมายถึงต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

4. วิธีดำเนินงาน

เป็นวิจัยเพื่อพัฒนา โดยวิธีวิจัยแบบผสมผสาน คือการสำรวจและ การมีส่วนร่วม(Survey research and Participatory Action Research) สมมุติฐานการวิจัย การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม ก่อเกิดการแสดงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงปกาเกอญอ การสำรวจลายทอผ้าและผลิตภัณฑ์ ต.ทากาศ อ.บ้านทา จ.ลำพูน วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม 10 ครอบครัว ประเด็น แบรนด์และบรรจุภัณฑ์อัตลักษณ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มภูมิปัญญา ผ้าทอมือสู่ผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจชุมชน ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอ กะเหรี่ยงปกาเกอญอ (Prototype Package) วิเคราะห์ผลโดยใช้ ทฤษฎีอัตลักษณ์ สัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์

5. ผลการศึกษา

5.1 ลวดลายผ้าที่สื่ออัตลักษณ์วิถีกะเหรี่ยงปกากะญอตามคติความเชื่อ คำสอนและนิทานกะเหรี่ยง

5.2 แบรินด์ตัวอักษรภาษากะเหรี่ยงแปลว่า “หล่อหรือด้าย” ตามคำสอนว่า “ด้ายเส้นเดียวไม่เป็นเสื้อ คนต้องมีพี่น้อง” ที่สร้างคุณค่าเชิงปรัชญา เป็นต้นทุนวัฒนธรรมและสมบัติของชาติพันธุ์กะเหรี่ยงเพื่อสื่อสัญลักษณ์ อัตลักษณ์กะเหรี่ยงปกากะญอที่ผูกพันผ้าทอดตลอดชีวิต

5.3 บรรจุภัณฑ์ที่สื่ออัตลักษณ์กะเหรี่ยงปกากะญอตาม ดั้งนี้ กระดาษห่อ (Wrapping) กล่องกระดาษ (Gift-packaging) ถุงกระดาษ (Shopping bag) ที่สร้างมูลค่าเพิ่มผ้าทอมือกะเหรี่ยงสู่เศรษฐกิจชุมชนและอาเซียน

6. การอภิปรายผล

6.1 เครื่องแต่งกาย เสื้อผ้า และสิ่งของเครื่องใช้ เป็นสิ่งบ่งบอกความเป็นเผ่าพันธุ์ ที่สื่อความหมายการอยู่ร่วมกันอย่างเป็นสุขตั้งแต่เกิดถึงตาย มีความเชื่อเรื่องวิญญาณบรรพบุรุษที่คอยปกป้องคุ้มครองคนในหมู่บ้าน ใช้สัญลักษณ์สีขาวหมายถึงบริสุทธิ์ สื่อด้วยชุดขาวสีขาวสำหรับเด็กหญิง สีแดงหมายถึงเลือดเนื้อเชื้อไขชาติพันธุ์กะเหรี่ยง สื่อด้วยเสื้อเซทอง สำหรับเด็กชาย และสีดำหมายถึงการอยู่ร่วมกันหรือมีครอบครัว สื่อด้วยเสื้อเซชู และผ้าซิ่น (หนึ่คิ) เครื่องแต่งกาย เช่น ต่างหู (หน่าติ) ลูกปัดหลากสี (แพ) คติความเชื่อ สีแดง เป็นสีแห่งความเจริญ มั่นคง ความแข็งแรงและมีชัย ส่วนสีขาวเป็นสีของความบริสุทธิ์

6.2 อื้อธา บทกวี คำสอนเป็นลำนำเพลงปกากะญอ ที่พูดถึงทุกสรรพสิ่งรอบตัวที่มีมากกว่าใบไม้ในป่า เกิดจากความรู้สึกนึกคิดที่สื่อออกมาเป็นคำร้องทำนองขับขานจากสิ่งรอบตัว เป็นการเลียนเสียงธรรมชาติขับร้องในโอกาสต่างๆ แยกบทร้องชายหญิง โดยการเอื้อนเอ่ยเสียงจากภายในร่างกายประกอบเครื่องดนตรี “เตหน่า” เสมือนเสียงจากธรรมชาติที่สื่อทุกอารมณ์

6.3 การออกแบบลายผ้าทอ การสร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์เป็นสื่อสมัยใหม่ที่เป็นเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Create Economic) ในระดับชุมชนและอาเซียน

7. สรุปและข้อเสนอแนะ

แบรนด์ภาษากะเหรี่ยงปกากะญอ “หล่อ” เป็นสื่อสัญลักษณ์ ตามคำสอนว่า “ด้ายเส้นเดียวไม่เป็นเสื้อ คนต้องมีพี่น้อง” มีคุณค่าเชิงปรัชญา เป็นต้นทุนวัฒนธรรมและสมบัติของชาติพันธุ์กะเหรี่ยง การทอผ้าที่สรรค์สร้างลวดลายทอตามวิถีกะเหรี่ยงปกากะญอตั้งแต่เกิดจนตาย เป็นการรู้คุณค่าแหล่งทำกิน และกตัญญูต่อบรรพบุรุษที่ล่วงลับ และบรรจุภัณฑ์สื่อสมัยใหม่ที่เป็นเศรษฐกิจเชิง

สร้างสรรค์ นำอัตลักษณ์ชาติพันธุ์กะเหรี่ยง ให้ปรากฏเป็นรูปธรรมบนกระดาษห่อ (Wrapping paper) กล่องกระดาษ (Gift packaging) ถุงกระดาษ (Shopping bag) ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือกะเหรี่ยงสู่เศรษฐกิจชุมชนและอาเซียน

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาที่สนับสนุนทุนวิจัยภายใต้โครงการส่งเสริมการผลิตผลงานวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

9. เอกสารอ้างอิง

- [1] กมล สุดประเสริฐ, การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของผู้ปฏิบัติงาน, สำนักงานโครงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์, กรุงเทพฯ, 2537.
- [2] จุฑาพรรธน์ ผดุงชีวิต, วัฒนธรรม การสื่อสาร อัตลักษณ์, สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ, 2550.
- [3] ปุ่น คงเจริญเกียรติ, การออกแบบบรรจุภัณฑ์, บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่นจำกัด (มหาชน), กรุงเทพฯ, 2541.
- [4] ประยุทธ์ วงศ์แปง, ภูมิไทยชุดไทย: เครื่องแต่งกายอัตลักษณ์กะเหรี่ยงปกากะญอ, รายงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่, 2549.
- [5] อธิษฐ์ บุญมี, ความหลากหลายของชีวิต ความหลากหลายทางวัฒนธรรม, สำนักพิมพ์สายธาร, กรุงเทพฯ, 2547.
- [6] วิรุณ ตั้งเจริญ, การออกแบบบรรจุภัณฑ์, อมรินทร์พรินต์ติ้ง, กรุงเทพฯ, 2530.
- [7] อานันท์ กาญจนพันธ์, ทฤษฎีและวิธีวิทยาของการวิจัยวัฒนธรรมการทะลุรอบและกับดักของความคิดแบบคู่ขนาน, อมรินทร์พรินต์ติ้ง, กรุงเทพฯ, 2548.
- [8] อมรา พงศาพิชญ์, วัฒนธรรม ศาสนา และชาติพันธุ์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ, 2538.