

การพัฒนาศิลปะเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่สาธารณะของชุมชนในภาคเหนือ
ของประเทศไทย

THE DEVELOPMENT OF CREATIVE ARTS IN THE AREA PUBLIC
COMMUNITY IN NORTHERN THAILAND

มานิตย์ โกวฤทธิ์ Manit Kowarhit

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตเชียงใหม่

Mahachulalongkornrajavidyalaya University ChiangMai Campus

manitkowarhit@gmail.com



Haripunchai Review 06/10/2023

Haripunchai Review 26/10/2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการสร้างสรรคผลงานทางศิลปะในผนังพื้นที่สาธารณะของเมืองท่องเที่ยว 2) พัฒนาพื้นที่ศิลปะในเมืองและชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทยแบบมีส่วนร่วม และ3)พัฒนาเมืองให้เป็นแหล่งเรียนรู้และการท่องเที่ยวทางศิลปะเชิงพุทธสู่วิถีชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะในรูปแบบการสร้างภาพสามมิติ (3D) บนผนังพื้นที่สาธารณะ จำนวน 7 แห่ง

ผลการวิจัย พบว่า

1) การสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะในผนังพื้นที่สาธารณะของเมืองท่องเที่ยว โดยการศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชนและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ได้นำไปสู่การสร้างสรรคผลงานทางศิลปะในรูปแบบภาพ 3 มิติ (3D) จำนวน 7 แห่ง คือ 1.หมู่บ้านบุญยืน อำเภอเวียงสา จังหวัดน่าน 2. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัยวิทยาเขตลำพูน อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน 3. หมู่บ้านต้นไคร้ อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ 4. หมู่บ้านลำปางหลวง อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง 5.หมู่บ้านศรีดอนชัย อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน 6. หมู่บ้านวัดท่าข้ามใต้ อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ 7.เทศบาลเมืองตะพานหิน อำเภอตะพานหิน จังหวัดพิจิตร

หลังจากนั้น คณะผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปะ (Art Workshop) ได้แก่ เวทีเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างข้าราชการ นักวิชาการ ศิลปิน ผู้นำชุมชน และชาวบ้านในชุมชน เพื่อขับเคลื่อนผลงานศิลปะไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว และจัดกิจกรรม “ป้ายสี แต้มฝุ่น ปั้นจินตนาการ” เพื่อให้ความรู้ในเชิงปฏิบัติการด้านศิลปะภาพ 3 มิติ (3D) แก่กลุ่มเยาวชน การใช้สื่อสารมวลชนและสื่อสารสนเทศเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

คำสำคัญ: ศิลปะ. วิถีชุมชน. พื้นที่สาธารณะ.

ABSTRACT

this research It has three objectives: (1) to study the creation of artistic works in the public spaces of tourist cities; (2) to develop participatory urban and community art spaces in Northern Thailand. (3) To develop the city to be a learning center and tourism of Buddhist art towards the community way of life in the north of Thailand. This research is an action research by creating works of art in the form of creating three-dimensional images (3D) on the walls of 7 public areas.

The results were found as follows:

1) Results of the study revealed that art tourism cities in Japan and in European countries have an influence on the creation of art works on the public areas of modern Thai tourist cities. such as street art. Lampang City Municipality community wall art Lim Ko Niang Shrine. Pattani City. street art. “Nang Ngam Road”. Yala City Municipality and street art Songkhla

2) Works art creation in the public areas of tourist cities. by studying community history and local identity has led to the creation of works of art in the form of 3D images in 7 places: 1. Boon Yuen Village. Wiang Sa District. Nan Province 2. Mahachulalongkornrajavidyalaya University with Lamphun Campus. Mueang District. Province Lamphun 3. Ton Krai Village. Mueang District. Phrae Province 4. Lampang Luang Village. Mueang District. Lampang Province 5. Sri Don Chai Village. Pai District.

Mae Hong Son Province 6. Wat Tha Kham Tai Village. Hot District. Chiang Mai Province
7. Taphan Hin Municipality Taphan Hin District Phichit Province

After that, the research team organized an activity to transfer knowledge in art (Art Workshop). i.e.a forum for exchanging knowledge among civil servants. academicians. artists. community leaders and villagers. to drive art works into tourist attractions and organized an activity called “Color Signs. Dream Points. Share Imagination” to educate young people about 3D art workshops. The use of mass media and information media to disseminate research findings and publicize community tourist attractions.

Keywords: Art. Way of Community. Public Areas.

บทนำ

สภาวะสมัยใหม่ (Modernity) ถือได้ว่าเป็นตัวจักรสำคัญได้นำพาความหลากหลายทางวัฒนธรรมซึ่งก่อให้เกิดการสร้างสังคมที่มีความทันสมัย ทั้งในเชิงโครงสร้าง ความเชื่อ และทัศนคติ ตลอดจนเป็นตัวการในการบริหารและการจัดการเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมส่งผลให้เกิดความหลากหลายกลายเป็น “ความหลากหลายทางวัฒนธรรม” เกิดการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมที่เข้ามามีบทบาทกับมนุษย์ในสังคมปัจจุบัน ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีต่าง ๆ ทำให้มนุษย์ที่อยู่ห่างไกลกัน มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันสามารถทำการสื่อสารกันได้ง่ายขึ้น (พัชรภา เอื้ออมรวิช. : 80) เกิดการหล่อหลอมในยุคสมัยที่เปลี่ยนไปทั้งปัจจัยในด้านบุคลิกลักษณะด้านความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว และด้านค่านิยม (ปรารธนา ศรนิวัตร และประจวบ เพิ่มสุวรรณ. 2557 : 49) ที่มีลักษณะแตกต่างกันออกไปประกอบกับสังคมที่มีวิวัฒนาการอย่างไม่เคยหยุดนิ่งจึงทำให้รูปร่างหน้าตาของตัวสื่อเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามที่ วอลเตอร์ เบ็นจามิน (Walter Benjamin) ได้ให้แนวคิดไว้ซึ่งได้กล่าวอ้างถึงในหนังสือ สายธารแห่งนักคิด ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองและสื่อสารการศึกษา ที่เขียนโดย กาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน (2551 : 289-291) ไว้ว่าความเป็น “ชีวิตประจำวัน” (Daily life) ซึ่งสนใจในเรื่องชีวิตประจำวัน ที่เป็นแบบธรรมดาๆ ที่เขาใช้ชีวิตอยู่จริง ๆ การศึกษาชีวิตประจำวันที่เสนอจะธรรมดาของผู้คนเหล่านั้น รวมทั้งดูวิธีการใช้ชีวิตของพวกเขาที่สัมพันธ์กับสิ่งของที่ดูธรรมดาๆ ต่าง ๆ เช่น สิ่งที่เขาพบเจอบนท้องถนน ศิลปะที่ชม เสื้อผ้าที่สวมใส่ สิ่งของอุปกรณ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันละครหรือภาพยนตร์ที่ชม ดนตรีที่กลุ่มคนพวกนั้นชอบฟัง

การเก็บของสะสมต่าง ๆ ฯลฯ จากสิ่งที่เป็นธรรมดาเหล่านี้ หากพลิกดูข้างในก็จะมองเห็นโครงร่างของวัฒนธรรม และสังคมสมัยใหม่ของวิถีชีวิตในรูปแบบนั้น ๆ เป็นจามิน เห็นว่าวัฒนธรรมการบริโภคของระบบทุนนิยมนั้นได้เข้ามาเกี่ยวข้องในเรื่องของแฟชั่น การขยายตัวของรูปแบบการใช้ชีวิต (Lifestyle) การสื่อสารโดยมีวัฒนธรรมมวลชน/วัฒนธรรมสมัยนิยม (Mass / Popular Culture) เป็นตัวจักรสำคัญ

คำว่า “พื้นที่สาธารณะ” นั้นอาจหมายถึงคุณค่าหรือความเป็นศิลปะที่เป็นผลต่อเนื่องมาจากการแสดงตัวตนหรือเนื้อหาสาระของศิลปะออกไปสู่พื้นที่สาธารณะ ซึ่งนั่นจะทำให้ศิลปะมีตัวตนที่สมบูรณ์ขึ้น เพราะสามารถทำให้ศิลปะได้ทำหน้าที่อย่างครบถ้วน คือ การได้ถูกถ่ายทอดสาระเนื้อหาออกไปสู่การรับรู้ของสาธารณชนหรือสังคม ทั้งนี้การแสดงออกบนพื้นที่สาธารณะของศิลปินข้างถนนผ่านรูปร่าง รูปทรง สี สัน แสงเงา โดยปัจเจกบุคคลหรือการรวมกลุ่มเพื่อบอกกล่าวข่าวสารกับมวลชน ยังคงถูกนำเสนอจากอารมณ์ภายในที่ต้องการแสดงออกทางความรู้สึกออกมาให้ผู้รับสารได้รับรู้ (Expressive Communication) การแสดงออกดังกล่าว ได้เน้นย้ำถึงความเป็นพลเมืองที่มีอิสรภาพเสรี ไม่ตกอยู่ภายใต้การชักจูงของนายทุนภายใต้ระบบทุนนิยม เป็นการแสดงให้เห็นถึงอัตลักษณ์ในการใช้ศิลปะในฐานะความเป็นพลเมืองที่แตกต่างในฐานะ “พลเมือง” หรือที่เรียกว่า ศิลปะข้างถนน (Street Art) จึงเป็นชื่อที่หมายรวมถึงศิลปะที่รายล้อมอยู่ในความเป็นชุมชนเมืองและสภาพแวดล้อมรอบตัว โดยได้รับการพัฒนามาจากกราฟฟิตีที่เริ่มทำงานโดยการพ่นสีกราฟไฟในเมืองนิวยอร์ก ในปี 1970 ช่วงที่มีการเคลื่อนไหวและสังคมแบบใต้ดิน การเมือง การเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยช่วงเวลานี้เราเรียกว่า โพสต์ กราฟฟิตี (Post-Graffiti) การนำเสนอรูปแบบใหม่ที่แตกต่างจากแบบที่ผ่านมาเกิดขึ้นระหว่างผนังกำแพงตลอดช่วงระยะเวลา 30 ปี ที่ผ่านมานี้ เราสามารถเรียกช่วงระยะเวลานี้ได้ว่า ยุคเรเนซอง (Renaissance) ศิลปินจำนวนมากพยายามที่จะนำเสนอผลงานของตัวเองตามท้องถนน กำแพง หรือทุกๆ ที่พวกเขาสามารถจะทำได้ เพื่อนำเสนอแนวคิดใหม่ๆ นำเสนอพลังแห่งการสร้างสรรค์ กำแพงเปรียบได้กับหอศิลป์ขนาดยักษ์ที่ผู้คนทั่วไปสามารถเข้าถึงได้อย่างไม่ยากเย็น พัฒนาการของสตรีทอาร์ตหรือโพสต์กราฟฟิตีได้ดำเนินไปพร้อมกับการคิดหาวิธีและเทคนิคใหม่ๆ ในการทำงานที่แตกต่างไปจากเดิม ไม่เพียงแต่ใช้สีสเปรย์แต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น แต่ยังมีการผลิตผลงานการใช้ปากกาเคมีทำงานควบคู่กันไปด้วย และยังมีวัสดุต่างๆ ที่ใช้อีก ได้แก่ สเตนซิล สติกเกอร์ โปสเตอร์ สีอะคริลิก และแอร์บรัสเข้ามาร่วม อีกทั้งยังรวมไปถึงภาพถ่ายต่างๆ เช่น โฟโต้ก๊อปปี (Photocopies) โมเสก (Mosaics) อีกด้วย (Louis Bou, Street Art, 2005 : pp. 6-9)

ถึงกระนั้น ในประเทศไทยยังไม่ได้มองถึงคุณค่าที่เป็นเนื้อหาสาระของงานสตรีทอาร์ทอย่างจริงจังมากนัก ส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความสวยงามในผลงานของศิลปินเป็นหลัก เนื่องจากความแตกต่างในวัฒนธรรม ความรู้ และประสบการณ์ทำให้แตกต่างกันกับสตรีทอาร์ทในต่างประเทศที่สะท้อนเนื้อหาที่รุนแรงและลึกซึ้งกว่า แต่ในด้านการสื่อสารในระดับความสวยงามนั้นก็เพียงพอที่จะสามารถสร้างประโยชน์ให้สังคมได้ ถึงอย่างนั้น คนในสังคมก็ยังไม่ได้รู้สึกกับสตรีทอาร์ทมากนัก แต่เนื่องจากการพบเห็นเป็นจำนวนมากขึ้นจนชินตาและกลายเป็นส่วนหนึ่งของเมืองไปโดยไม่รู้ตัว เป็นเสน่ห์ที่แฝงอยู่ในประเทศไทยอยู่แล้ว และเป็นของเก่าที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ แต่โดยรวม ส่วนใหญ่ คนไทยยังขาดความเข้าใจ ในการใช้ศิลปะให้เกิดประโยชน์ต่อบ้านเมือง ชุมชนของตนเอง การดึงเอกลักษณ์อัตลักษณ์ของพื้นที่นั้นออกมานั้น ให้สร้างงานศิลปะเพื่อประดับตกแต่งสถานที่ในสังคมในชุมชนจึงเป็นสิ่งที่ควรสร้าง และบันทึกไว้ให้ผู้คน ได้ตระหนักถึงความรัก ความห่วงใยในศิลปะวัฒนธรรมของตน ปัจจุบันการสร้างงานศิลปะเพื่อประดับตกแต่งสถานที่สำคัญในชุมชน พื้นที่สาธารณะ เช่น บ้าน วัด โรงเรียน โรงพยาบาล ฯลฯ เริ่มเป็นกระแสทั้งการรวมกันของจิตอาสาและการทำในเชิงธุรกิจ ที่นับประกอบขององค์กรเอกชนทั่วไปแต่ทั้งหมดนี้เป็นการทำงานศิลปะร่วมสมัยในรูปแบบที่ยังขาดอัตลักษณ์ในความเป็นไทย แล้วคืนถิ่นสู่สถานที่สร้าง ดังนั้น ควรมีการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่พื้นที่ต่างๆ ที่มีส่วนในการขับเคลื่อนเมืองศิลปะ the city of art ให้มีพลังการสร้างสรรค์จนเป็นกระแสให้ศิลปินสร้างผลงานที่เกิดประโยชน์สูงสุด เป็นโอกาสให้แก่ศิลปินในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะข้างถนน เพื่อต่อยอดสู่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ได้ แต่คนไทยส่วนใหญ่และผู้ประกอบการยังไม่มีต้นแบบการพัฒนาศิลปะข้างถนนมาสร้างมูลค่าให้เห็นภาพตัวอย่างความสำเร็จที่ชัดเจน จึงทำให้ขาดแรงผลักดันและการสนับสนุนจากภาครัฐ ดังนั้นการศึกษาคุณค่าด้านอัตลักษณ์ของศิลปะข้างถนนเพื่อการสร้างมูลค่าสู่การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงเป็น ประเด็นหลักที่ผู้วิจัยศึกษาในงานชิ้นนี้ โดยใช้หลักเพอร์สเปกทีฟ (Perspective) เป็นเรื่องของภาพที่มองเห็นด้านต่างๆ ทุกด้าน โดยเฉพาะภาพทิวทัศน์จะเห็นเป็นภาพลัทธิสมจริงตามธรรมชาติ เพอร์สเปกทีฟ เป็นการประยุกต์ทางเรขาคณิตภาพฉายซึ่งเป็นสาขาหนึ่งทางคณิตศาสตร์ มีประโยชน์สำหรับนักคอมพิวเตอร์ที่นำไปใช้เขียนโปรแกรมเกี่ยวกับภาพ 3 มิติ เพื่อช่วยออกแบบโดยเฉพาะด้านการสร้างภาพยนตร์ และการโฆษณา นอกจากนี้ยังนักเขียนแบบออกแบบ มีการใช้เพอร์สเปกทีฟในการประยุกต์ใช้เขียนภาพเขียนแบบโครงสร้างอาคาร ซึ่งได้ภาพมองเห็นได้ทุกด้าน (ชะเอม สายทอง, 2551 : 1-7) โดยหลักการวาดภาพแบบเพอร์สเปกทีฟ เป็นหลักการสำคัญที่ศิลปินได้นำไปประยุกต์ใช้ในการเขียนรูปภาพ 3 มิติ

เพื่อให้เกิดความสมจริงของภาพ ทำภาพให้ออกมามีลักษณะนูน ลึก หนา บาง เพื่อให้ความรู้สึกแบบว่าพุ่งออกมาจริงๆ เหมือนกำลังได้สัมผัสกับสิ่งตรงหน้า แต่ความจริงแล้วเป็นการทำเพื่อหลอกตา เพราะตามปกติจะเห็นภาพในรูปแบบความกว้างและยาวเท่านั้น ในปัจจุบันมีความนิยมการวาดภาพ 3 มิติ ในพิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์ พิพิธภัณฑ์ หรือตามพื้นถนนในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มากขึ้น โดยมุ่งเน้นในการถ่ายรูป คือให้คนจริงๆ ไปยืนอยู่บนภาพวาดเหล่านั้น ซึ่งก็อาจจะมึนทั้งบนพื้นและกำแพง แล้วก็ให้แสดงท่าทางต่างๆ ให้สอดคล้องกับภาพ ก็จะเหมือนกับไปยืนอยู่บนสถานที่จริงหรือสิ่งที่อยู่ในภาพในนั้น ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะเน้นในการถ่ายทอดเนื้อหาทางวิถีเชิษฐ และ การมีส่วนร่วมของชุมชน อัตลักษณ์พื้นถิ่นในพื้นที่ 3 จังหวัด คือ จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน

วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะบนผนังพื้นที่สาธารณะของเมืองท่องเที่ยวชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทย
- 2) เพื่อพัฒนาพื้นที่ศิลปะในเมืองและชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทยแบบมีส่วนร่วม
- 3) เพื่อพัฒนาเมืองให้เป็นแหล่งเรียนรู้และการท่องเที่ยวทางศิลปะเชิงพุทธสู่วิถีชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. รูปแบบวิธีการวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยการสร้างสรรค์ผลงานทางศิลปะบนผนังพื้นที่สาธารณะของเมืองท่องเที่ยวในรูปแบบการสร้างภาพ 3 มิติ ที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น จำนวน 7 แห่ง เพื่อพัฒนาเมืองให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ และแหล่งเรียนรู้เชิงศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนแนวพุทธ ในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตนมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

1)การศึกษาเชิงเอกสาร (Documentary Study) ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดหลัก 4 แนวคิด คือ แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะในพื้นที่สาธารณะ (Public art) แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัย (Contemporary Art) แนวคิดเกี่ยวกับศิลปะเชิง 3 มิติ (3D Art) และแนวคิดการพัฒนาเมืองเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ

2) การศึกษาภาคสนาม (Field Study) โดยการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นและคัดเลือกชุมชนเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อรวบรวมข้อมูลในเชิงกายภาพของพื้นที่ 7 แห่ง จากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มกับกลุ่มประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ได้แก่ กลุ่มประชากรเป้าหมาย ประกอบด้วย พระสงฆ์ที่เป็นผู้นำในชุมชน จำนวน 7 รูป ผู้นำชุมชน จำนวน 7 คน กลุ่มตัวแทนชาวบ้านในชุมชนทั้ง 7 แห่งรวม 7 คน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ/ท้องถิ่น จำนวน 7 คน และกลุ่มศิลปินที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 7 คน รวมทั้งสิ้น 35 รูป/คน ดังนี้เพื่อรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบในการวาดภาพสามมิติที่สอดคล้องกับวิถีพุทธและวัฒนธรรมในชุมชน มีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้ 2.1) ชุมชนแห่งนั้นเป็นสถานที่เหมาะสมและมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ อาทิ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สำคัญ มีเส้นทางเดินทางเข้าถึงได้ง่าย และมีสิ่งอุปโภคบริโภคเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว 2.2) ชุมชนแห่งนั้น มีองค์กรชุมชน ผู้นำ และประชาชนอนุญาตและให้ความร่วมมือในการพัฒนาพื้นที่สาธารณะในการสร้างสรรค์ผลงานด้านศิลปะ 2.3) ชุมชนแห่งนั้น มีศิลปินหรือกลุ่มเรียนรู้ศิลปะเพื่อการรักษางานศิลปะในผนังพื้นที่สาธารณะให้มีความยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจชุมชนต่างๆ ดังนี้ ศิลปะบนผนังชุมชน ตัวอย่าง ณ หมู่บ้านกองต้า อ.เมือง จ.ลำปาง ประเพณีวัฒนธรรมชนชาวปกากะญอ ณ วัดพระบาทห้วยต้ม อ.ลี้ จ.ลำพูน อัตลักษณ์พื้นถิ่นของหมู่บ้านทุ่งเสี้ยว และวัดศรีนาวรัตน์ อ.สันป่าตอง จ.เชียงใหม่ วัดดอนหลวง อ.ป่าซาง จ.ลำพูน ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เรื่องผ้าทอ และสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ณ ศาลเจ้าแม่ลิ้มกอเหนี่ยว อ.เมือง จ.ปัตตานี ชุมชนที่เน้นการสร้างศิลปะบนผนังต่างๆ เป็นเรื่องราวอัตลักษณ์ของพื้นถิ่นภาคใต้ นวัตวิถีบ้านตาล อ.ฮอด จ.เชียงใหม่ มีชื่อเสียงด้านการทอผ้าฝ้ายพื้นเมือง เสื้อพื้นเมือง สีมะเดื่อ สถาปัตยกรรมบ้านเรือนไม้แบบดั้งเดิม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ผาสิงห์เหลียว นวัตวิถีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย อ.เมือง จ.ลำพูน มีชื่อเสียงด้านการทำต้นสลากย้อมที่มีขนาดใหญ่ และมีแห่งเดียวในโลกช่วงลานวัดบุญยืน อ.เวียงสา จ.น่าน ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เรื่องการแข่งเรือเป็นประเพณีเก่าแก่สืบเนื่องมาแต่โบราณ แต่ก่อนได้กำหนดว่าให้มีการจัดการแข่งขันขึ้นทุกครั้งที่มีงานตานก้วยสลาก (ถวายทานสลากภัต) ชุมชนท่องเที่ยว นวัตวิถีวัดท่าข้ามใต้ (วัดชัยชนะ) อ.ฮอด จ.เชียงใหม่ ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เรื่องการแห่ไม้ค้ำสะหลี เป็นประเพณีเก่าแก่สืบทอดมาแต่โบราณ นวัตวิถีหมู่บ้านลำปางหลวงใต้ อ.เกาะคา จ.ลำปาง ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เรื่องศิลปะ วรรณกรรม วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ต่าง ๆ นวัตวิถีหมู่บ้านต้นไคร้ อ.เมือง จ.แพร่ ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เรื่อง “ผ้าด้นมือ” นวัตวิถีหมู่บ้านวัดศรีดอนชัย อ.ปาย

จ.แม่ฮ่องสอน ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เรื่องราวของวัดศรีดอนชัยวัดแห่งแรกในอำเภอปาย ชุมชนท่องเที่ยววันวิถีชุมชนเมืองตะพานหิน อ.ตะพานหิน จ.พิจิตร ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เรื่อง “วัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีน

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อการสร้างงานศิลปะแนวสตรีทอาร์ต (street art 3D) ในพื้นที่ต่าง ๆ ของการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมมีส่วนสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะความพร้อมของชุมชน และควรสำรวจพื้นที่ให้ครอบคลุมและหลายพื้นที่ เพื่อใช้ในการประเมินความเหมาะสมที่จะเลือกพื้นที่นั้นๆ ประมาณ 10 แห่งไว้เพื่อเป็นตัวเลือก และพื้นที่นั้นๆควรตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน การสัญจรขนส่งสะดวก ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการเลือกสถานที่ในการสร้างสรรค์ผลงาน street art /3D ทั้งความพิเศษของชุมชนในด้านต่างๆ เช่น อัตลักษณ์ชุมชน ความหลากหลายด้านประวัติศาสตร์ ชาติพันธุ์ การเมืองการปกครอง แหล่งท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์สัมมาชีพชุมชนที่สำคัญ ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจด้วยตนเอง ในการลงพื้นที่เป็นการเก็บและหาข้อมูลพื้นที่ชุมชน ดูลักษณะอุปนิสัย ความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชน โดยทางนักวิจัยยังไม่ได้แจ้งถึงความประสงค์และรายละเอียดของการวิจัยให้ชุมชนได้ทราบก่อนการลงพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวเยี่ยมชมพูดคุยแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็นต่างๆ ของคนในชุมชน เนื่องจากต้องการทราบถึงมิติและบริบทต่างๆ ของการดำเนินการไปในลักษณะการพัฒนาพื้นที่ของผู้นำชุมชนหลายๆส่วนว่ามีความเชื่อมโยงกันมากน้อยเพียงใด ความเป็นไปได้ในการนำโครงการลงพื้นที่และสร้างงานในลำดับต่อไป ซึ่งผู้วิจัยให้ความสนใจในการสนทนากับพระภิกษุสงฆ์ก่อนแล้วจึงขยายต่อไปสู่ผู้นำส่วนอื่น ๆ

1. ผู้นำชุมชน

พระภิกษุสงฆ์ คือผู้ซึ่งสละแล้วซึ่งสภาวะความเป็นปัจเจกภาวะ แต่มีชีวิตเพื่อสังฆภาวะ เพื่อชุมชน มีจิตวิญญาณเพื่อชุมชน ต้องมีความรู้สึกรักที่เป็นชุมชน (Community) เพราะชีวิตต้องมีความเกี่ยวข้อง มีการติดต่อสื่อสาร (Communication) กันตลอดเวลา ยิ่งในสมัยโบราณด้วยแล้ว วัดหรือพระสงฆ์กลายเป็นศูนย์กลางของชุมชนไปในตัว วัดจึงเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ของชุมชน มีเรื่องอะไรเกิดขึ้นก็มาประชุมกันที่วัด การร่วมกิจกรรมทางศาสนา เช่นมาทำบุญใส่บาตรที่วัด ในวันสำคัญทางศาสนา คือวันวิสาขบูชา วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา วันเข้าพรรษาและวันสำคัญอื่นๆ และวันที่มีการประชุมเรื่องราวที่ทางราชการให้ผู้นำหมู่บ้านอย่างกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เมื่อได้รับเรื่องราวข่าวสารจาก

ทางราชการมาก็มาประชุมกันที่วัด (โดย พระนิมิตร (ฉายา จันทรสี) กลิ่นดอกแก้ว. ผู้ช่วยเจ้าอาวาส พระอารามหลวง วัดตากฟ้าพระอารามหลวง)

2. การเลือกศิลปินร่วมทีมในการลงพื้นที่สร้างงานศิลปะสตรีทอาร์ต (street art /3D)

ในการลงพื้นที่สร้างผลงานศิลปะสตรีทอาร์ต (street art /3D) ในแต่ละพื้นที่จะใช้ระยะเวลา 10-15 วัน ผู้วิจัยเน้นให้กลุ่มศิลปินพักอยู่ในพื้นที่ชุมชน โดยชุมชนจะมีส่วนร่วมในการดูแลต้อนรับขับสู้กลุ่มศิลปิน ทั้งอาหารและที่พัก เพื่อให้เกิดการแสดงออกถึงน้ำใจไมตรีที่ชุมชนมีต่อศิลปิน เนื่องจากการอยู่ร่วมกันในชุมชนจะมีรายละเอียดการดำรงชีวิตที่ศิลปินและชุมชนจะได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ การให้เกียรติซึ่งกันและกันจึงมีความสำคัญ ดังนั้นอุปนิสัยจิตของศิลปินแต่ละคนจึงมีความสำคัญที่ผู้วิจัยจะต้องเลือกสรรให้ร่วมลงพื้นที่สร้างงาน

3. พลัทธิโซเชียล (social)

ถือได้ว่าเป็นความสำเร็จของโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศิลปะเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่สาธารณะของชุมชนในกลุ่มจังหวัดภาคเหนือในประเทศไทย ที่ผู้วิจัยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกภาคส่วนเช่น พระสงฆ์ประชาชน ผู้นำชุมชน องค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน โรงเรียนและเยาวชนโดยเริ่มดังนี้

- การลงสำรวจพื้นที่แต่ละจังหวัดทั่วภาคเหนือ
- การประชุมที่ให้ชุมชนเป็นจุดศูนย์กลางของโครงการวิจัย
- การเลือกพื้นที่สร้างสรรค์ในชุมชน
- การสร้างสรรค์แบบจากเรื่องราวอัตลักษณ์ที่ชุมชนเป็นผู้ถ่ายทอด
- การลงพื้นที่สร้างสรรค์งานศิลปะ street art 3D ตลอดจนระยะเวลาการอยู่ร่วมกันของผู้วิจัย ศิลปิน ชุมชน ตลอดระยะเวลาการลงพื้นที่การสร้างสรรค์ผลงาน
- การจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติการสู่ชุมชนโดยศิลปินจิตอาสาถ่ายทอดแก่เยาวชนในพื้นที่ต่างๆ
- การจัดกิจกรรมสรุปโครงการเช่น การเสวนาแลกเปลี่ยนถ่ายทอดองค์ความรู้ต่างๆ ที่ได้จากการทำโครงการสู่การดูแลรักษาผลงานภาพวาด street art /3D

สู่การพัฒนาต่อยอดการท่องเที่ยวชุมชนโดยเครือข่ายผู้รู้หลายส่วนเช่น เทศบาลผู้นำชุมชน นักวิชาการท่องเที่ยวอำเภอองค์กรภาครัฐและเอกชนผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่

การประเมินโครงการจากผู้เข้าร่วมทั้งในและนอกเขตพื้นที่

ขั้นตอนการดำเนินกิจกรรมต่างๆของโครงการทุกส่วนผู้วิจัยใช้การประชาสัมพันธ์ด้วยพลังโซเชียลทั้งวัยต่อการสื่อสารจากโลกภายนอกได้การสร้างกระแสความภาคภูมิใจในการมีโอกาสเข้าร่วมโครงการการโพสต์ทาง Facebook. LINE. Instagram. Tiktok เป็นต้นสามารถกระตุ้นการรับรู้ในสังคมได้ดีเป็นอย่างมากในปัจจุบัน

4. การถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการ

เยาวชน คือ ผู้ที่มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมสู่การพัฒนาในอนาคต ที่ผู้วิจัยเลือกเป็นกลุ่มทดลองในการถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการ โดยขอให้ทางชุมชนมอบพื้นที่ผนังหนึ่งพื้นที่ผนังให้เยาวชน และผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรม ได้ลงมือสร้างสรรค์ผลงาน street art /3D ด้วยวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการวาดภาพระบายสีบนพื้นผนัง โดยมีศิลปินเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการ เพื่อเป็นการเรียนรู้ด้วยเทคนิคสถานการณ์จริงจนเข้าใจในบริบทความง่ายของการทำงานให้รู้สึกถึงความรักความห่วงใย เหมือนเป็นสมบัติของชุมชนที่ตนเองได้มีส่วนร่วมและจะได้ช่วยกันดูแลปกป้องไม่ให้ภาพวาดถูกทำลายจากผู้รู้เท่าไม่ถึงการณ์ อีกทั้งยังเป็นการสร้างบุคลากรในพื้นที่ให้ได้พัฒนาต่อยอดไปยังผืนผนังต่างๆ ภายในชุมชนได้ เช่นนี้จะเกิดความภาคภูมิใจที่ได้มีส่วนร่วมทำให้ชุมชนของตนเป็นที่รู้จักเป็นแหล่งท่องเที่ยว และสามารถสร้างรายได้กระจายไปยังอาชีพต่างๆ

5. การดูแลรักษาภาพภาพจิตรกรรม street art /3D

เป็นภาพวาดร่วมสมัยที่ถ่ายทอดเรื่องราวอัตลักษณ์ชุมชนพื้นถิ่นส่วนใหญ่สร้างบนผนังที่ตั้งอยู่ภายนอกอาคารซึ่งมีจุดมุ่งหมายให้การเข้าถึงได้ง่ายมีขนาดใหญ่หลายตารางเมตร ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วัสดุอุปกรณ์โดยเฉพาะสีสำหรับทาผนังที่มีคุณภาพสูง เช่น ยี่ห้อซินแคร์ซึ่งเป็นสีที่ใช้วาดภาพจิตรกรรมผนังโบสถ์วิหาร เป็นต้น โดยการจัดการคุณภาพตั้งแต่พื้นผนังทั้งเก่าและใหม่ ผู้วิจัยใช้น้ำยารองพื้นที่มีส่วนผสมเขื่อน้ำมันทาก่อนวาดภาพ หากเป็นผนังเก่าต้องทำการลอกสีเก่าออกก่อน เมื่อวาดภาพสำเร็จแล้วจะมีการเคลือบสีด้วยน้ำยาเคลือบผนังที่มีคุณภาพ ดังนั้นภาพแต่ละภาพบนผนังจะมีอายุประมาณ 10-15 ปี ขึ้นอยู่กับความเก่าใหม่ของผนัง และการสัมผัสกับแสงแดดและน้ำฝน หรือสภาพอากาศต่างๆ โดยเฉพาะความชื้นที่มักจะเป็นสาเหตุทำให้ภาพชำรุดหลุดลอกก่อนมากที่สุด การใช้น้ำยาเคลือบซ้ำในทุกๆปี จะมีผลทำให้สามารถยืดเวลาอายุของภาพวาดได้อีกทางหนึ่ง แต่ที่สำคัญที่สุดคือการช่วยเป็นหูเป็นตาสอดส่องดูแลป้องกันมิให้ภาพถูกทำลายด้วยการกระทำของผู้ที่ไม่เข้าใจ โดยเฉพาะเยาวชนที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์

อภิปรายผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัยข้อที่ 1 การสร้างสรรค์การออกแบบงานศิลปกรรมในพื้นที่ศิลปะชุมชนหรืองานวิจัยที่สนับสนุนกิจกรรมของชุมชนที่สอดคล้องกับสังคมและวัฒนธรรม จำนวน 7 งาน คือ เรื่อง “สลากย้อม แห่งเดียวในโลก” หรือ ศิลปะติดตั้ง (Installation art) เรื่อง “ไม้ค้ำสะหลี” จิตรกรรมภาพสามมิติ (3D) เรื่อง “แห่พระสิงห์ปาย” จิตรกรรมภาพสามมิติ (3D) เรื่อง “ผ้าคันมือ” บนผนังกำแพงวันตันไคว่ จิตรกรรมภาพสามมิติ (3D) “เรือแข่งเจ้าแม่สายฟ้า” จิตรกรรมภาพสามมิติ (3D) เรื่อง “ฟ้อนดาบฟ้อนเชิง” จิตรกรรม “วิถีความเชื่อวัฒนธรรมเงินของชาวตะพานหิน” จะเห็นได้ว่า ศิลปะเหล่านี้ล้วนเป็นศิลปะร่วมสมัย (Contemporary Art) ที่บูรณาการสร้างสรรค์ร่วมกับศิลปวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดความเข้าใจและเข้าถึงได้ง่าย เช่นเดียวกับงานศึกษาของ พรณี วิรุณานนท์ (2555) พบว่า ศิลปะร่วมสมัยนานาชาติในพื้นที่สาธารณะของประเทศไทย ควรนำเสนอการผสมผสานระหว่างศิลปะที่แสดงอัตลักษณ์ไทยควบคู่กับความเป็นภูมิภาคเอเชีย หรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อยู่ในกระแสสนใจของคนไทยและต่างประเทศ และเป็นเรื่องที่เข้าใจง่ายและเป็นรูปธรรม มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น และมีความเป็นนานาชาติ อย่างไรก็ตาม ศิลปะบางชิ้นนั้นมีความเป็นนามธรรม ดังที่ ลิขิต กิตติศักดิ์ (2559) มีความเห็นว่า ศิลปะในที่สาธารณะปรากฏอยู่ดาษดื่น นอกเหนือจากคุณลักษณะในองค์ประกอบความงามเชิงสุนทรียศาสตร์ ซึ่งบ่อยครั้งผู้พบเห็น ผู้สัมผัส หรือผู้อ่านผลงานศิลปะในที่สาธารณะจะไม่สามารถถกเถียงกันหาความกระจ่างได้อย่างฉับพลัน ดังนั้น การจัดแสดงศิลปะในพื้นที่สาธารณะ หรือการสร้างสรรค์ศิลปะบางชิ้น ควรมีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้หรือการสร้างวิธีการสื่อสารต่อสาธารณชนให้มากขึ้น เพื่อสร้างความเข้าใจของผู้เสพสัมผัสให้เข้าถึงนัยความหมายของงานศิลปะที่ศิลปินต้องการถ่ายทอดรังสรรค์ออกมา ดังที่ แมนฤทธิ์ เตังยะ (2559) กล่าวว่า งานสตรีทอาร์ตไทยมีความหลากหลายทางด้านรูปแบบ จุดยืนของศิลปิน และการจำกัดความ รูปแบบของสตรีทอาร์ตไทยจึงเป็นรูปแบบที่มีความน่าสนใจ เช่นเดียวกับงานศึกษาของ มานิตย์ ไกวฤทธิ์ และ ประเสริฐ บุปผาสุก (2562) ที่มีการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปะ (Art Workshop) ได้แก่ เวทีเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างข้าราชการ นักวิชาการ ศิลปิน ผู้นำชุมชน และชาวบ้านในชุมชน การขับเคลื่อนผลงานศิลปะไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรม “ปายสี แด้มผืน ปันจินตนาการ” เพื่อให้ความรู้ในเชิงปฏิบัติการด้านศิลปะภาพ 3 มิติ (3D) แก่กลุ่มเยาวชน การใช้สื่อสารมวลชนและสื่อสารสนเทศเพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

อภิปรายผลการวิจัยข้อที่ 2 การสื่อสารถ่ายทอดความรู้ด้านศิลปกรรมในพื้นที่สาธารณะแก่ชุมชน และประชาสัมพันธ์สู่สาธารณชน เพื่อให้เกิดการสร้างสรรคและการอนุรักษ์ที่ยั่งยืน คือ การจัดกิจกรรมเสวนาวิชาการศิลปะ (Art Workshop) การจัดกิจกรรมแข่งขันวาดภาพระบายสี กิจกรรมการเสวนาถ่ายทอดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปกรรม กิจกรรมการสร้างสรรคผลงานศิลปะของเยาวชนและจิตอาสา กิจกรรมบูรณาการกับประเพณีท้องถิ่น พิธีสืบชาตาหลวง พิธีสู่ขวัญ กิจกรรมบูรณาการกับการท่องเที่ยว เช่น ถนนศิลปะ (Street Art) ถนนแห่งวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสารมวลชน ซึ่ง ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ (2560) กล่าวว่า ศิลปะข้างถนนได้รับการยอมรับมากขึ้นจากผู้คนในสังคมโดยการแชร์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และดึงความคิดสร้างสรรค์ของตนเองออกมาสร้างผลงานเพื่อสื่อสารกับผู้ที่พบเห็นงานในพื้นที่สาธารณะได้ตระหนักและรู้สึกร่วมกับเหตุการณ์สำคัญในสังคม นอกจากนั้น วันเฉลิม จันทรพงษ์แก้ว (2560) ให้ความเห็นว่า สตรีทอาร์ตยังสามารถสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้ตั้งแต่ระดับตำบลถึงระดับจังหวัด โดยใช้รูปแบบที่ประสบความสำเร็จมาแล้วจากต่างประเทศมาประยุกต์ใช้การทำธุรกิจ เช่น รูปแบบส่งเสริมการท่องเที่ยว ในจังหวัดต่างๆ การทำงานร่วมกันกับ แปรนต์สินค้า และเกิดกิจกรรมทางการตลาดใหม่ๆ เช่น การประกวดการแข่งขันสตรีทอาร์ต ทั้งนี้ธุรกิจสตรีทอาร์ตด้านการสื่อสารเช่น การโฆษณาสามารถเชื่อมโยงสื่อต่างๆ เข้าด้วยกัน เช่น การโฆษณาจากสื่อออนไลน์เข้าสู่สื่อออนไลน์และ สมาร์ทโฟน เพื่อสร้างความต่อเนื่องในการสื่อสารมากยิ่งขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ยังเกิดการต่อยอดจาก ทักษะการประยุกต์ของศิลปินสตรีทอาร์ตมาทำสินค้าเพื่อเพิ่มรายได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานศึกษาของ ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ (2560) กล่าวว่า ในการนำศิลปะข้างถนนมาต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบช่องทางในการสร้างมูลค่าได้ 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และผลงานสร้างสรรค์ ด้านการสร้างแบรนด์และการตลาด ด้านการสร้างมูลค่าในตัวบุคคลโดยใช้ต้นทุนจากความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตต่อไป ดังเช่นงานศึกษาของ ชุตินา บริสุทธิ์ (2557) เสนอกรณีตัวอย่างว่า ปัจจัยที่ส่งผลให้เมือง Kanazawa นำเอาศิลปะร่วมสมัยเข้ามาใช้ได้ว่าเกิดจากการที่เมือง Kanazawa มีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ที่สัมพันธ์กับด้านศิลปะมายาวนาน และมีความต้องการสร้างเสน่ห์แบบใหม่ที่แตกต่างจากเสน่ห์เดิมที่มีความเป็นเมืองเก่า ประกอบกับแนวคิดในการพัฒนาเมืองว่าจะ “พัฒนาสู่สากล” ซึ่งทำให้เมือง Kanazawa เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเปิดรับศิลปะจากต่างประเทศ นอกจากนี้เมือง Kanazawa ยังเป็นเมืองศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ เป็นจุดศูนย์รวมของทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ความสามารถในภูมิภาคที่สามารถร่วมมือกับทางเทศบาลในการพัฒนา

เมืองได้ และปัจจัยที่สำคัญคือการมีอำนาจบริหารราชการส่วนท้องถิ่นที่ผู้นำท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการและดำเนินการนโยบายพัฒนาท้องถิ่นได้โดยตรง ซึ่งนายกเทศมนตรีเมือง Kanazawa ในขณะนั้นได้มีความสนใจในด้านการสร้างเสน่ห์ที่แปลกใหม่ให้แก่เมือง Kanazawa ซึ่งเสน่ห์ที่ทางเมือง Kanazawa ได้เลือกก็คือ “เมืองที่มีการผสมผสานกันของศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิมและศิลปวัฒนธรรมในยุคใหม่ที่ทันสมัย” นั่นเองและงานศึกษาของ ญัฐกานต์ กันธิ (2555) เสนอแนวคิด Machizukuri ว่ามีความเกี่ยวข้องกับองค์การสนับสนุนการท่องเที่ยวท้องถิ่นในจังหวัดโออิตะ หลายโครงการพัฒนาที่เกิดขึ้นจากมีส่วนสำคัญในการช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดโออิตะ และมีส่วนช่วยให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในจังหวัดโออิตะดีขึ้นและสอดคล้องกับวิมลสิทธิ์ หรยางกูร (2011) กล่าวถึงการสร้างสรรค์ความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมชุมชนเมือง ต้องพิจารณาการสร้างสรรค์พื้นที่สีเขียว พื้นที่ลานเมือง / ลานวัฒนธรรม และถนนคนเดิน ตลอดจนการกำหนดการใช้สอยพื้นที่แบบผสมผสาน เพื่อตอบโจทย์กิจกรรมที่หลากหลายของชุมชน ซึ่งนอกจากจะเป็นพื้นที่สาธารณะของชุมชนที่มีกิจกรรมการค้าเศรษฐกิจแล้ว การเปิดพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยการดึงเอาศักยภาพของงานศิลปะมาใช้เป็นเสน่ห์ดึงดูดให้มากขึ้น สอดคล้องกับโอโณทัย อุปคำ (2558) มีความเห็นว่าการศิลปะประเทศไทยค่อนข้างซบเซาและขาดการสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชนทำให้ขาดแคลนพื้นที่ สำหรับศิลปินรุ่นใหม่ ยังขาดพื้นที่แห่งนี้เป็นพื้นที่แสดงผลงานศิลปะสำหรับศิลปินทุกรุ่น ทั้งศิลปินไทยและศิลปินระดับนานาชาติ

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัย เรื่อง “การพัฒนาศิลปะเชิงสร้างสรรค์บนพื้นที่สาธารณะของชุมชนในภาคเหนือของประเทศไทย” ผู้วิจัยมีความคิดเห็นเชิงเสนอแนะ ดังนี้

1. ควรมีการพัฒนาแนวทางการจัดมหกรรมศิลปะร่วมสมัยนานาชาติในพื้นที่สาธารณะของประเทศไทย โดยผสมผสานระหว่างศิลปะที่แสดงอัตลักษณ์ไทยควบคู่กับความเป็นภูมิภาคเอเชียหรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อพัฒนาเป็นศูนย์การแสดงและศูนย์กลางเรียนรู้ของประเทศ
2. ภาครัฐหรือองค์กรท้องถิ่นที่มีความสนใจในการจัดสร้างศิลปะในพื้นที่สาธารณะของชุมชน ควรจัดตั้งองค์กรทางศิลปะหรือคณะกรรมการรับผิดชอบด้านการจัดมหกรรมศิลปะร่วมสมัยในพื้นที่สาธารณะโดยตรง เพื่อเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร เช่น ศิลปินในท้องถิ่น สถานที่ และความรู้ในเชิงศิลป์

3. ควรมีการสร้างสรรคสภาพแวดล้อมชุมชนเมืองให้น่าอยู่อาศัยโดยใช้ศิลปะในพื้นที่สาธารณะ สภาพแวดล้อมชุมชนเมืองที่น่าอยู่อาศัยนั้นจะต้องมีการปรับปรุงและสร้างสรรค์ใน 3 มิติคือ มิติแรก ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของสภาพแวดล้อม มิติที่สอง การสร้างสรรค์สัญลักษณ์ของสภาพแวดล้อมชุมชนเมืองด้วยงานศิลปะ และในมิติที่สาม การสร้างสรรค์ความยั่งยืนของสภาพแวดล้อมชุมชนเมือง โดยการพัฒนาพื้นที่สีเขียว พื้นที่ลานเมือง ลานวัฒนธรรม และถนนคนเดิน ตลอดจนการกำหนดการใช้สอยพื้นที่แบบผสมผสาน

4. ควรพัฒนาหลักสูตรความรู้ศิลปศึกษาแนวสตรีทอาร์ตแก่เด็กและเยาวชน และการเปิดพื้นที่สาธารณะของชุมชนให้เป็นสถานที่แสดงออกทางศิลปะของเด็กและเยาวชนในชุมชน เพื่อปลูกฝังความรักในศิลปะ การพัฒนาฝีมือ รวมไปถึงการปลูกฝังคุณค่าและความตระหนักถึงความมีตัวตนในสังคมของเด็กและเยาวชน ซึ่งจะเป็นกำลังในการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติต่อไป

References

- เกษม เพ็ญภินันท์. (2552). *ความโกลาหลของวัฒนธรรมศึกษา: ยกเครื่องเรื่องวัฒนธรรมศึกษา*. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ. (2559). *ศิลปะข้างถนนการแสดงออกบนพื้นที่สาธารณะ : ต่อเหตุการณ์สำคัญในสังคม Street Art Expression in Public Sphere : Important Social Circumstance*. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- _____. (2560). “ศิลปะข้างถนนการแสดงออกบนพื้นที่สาธารณะ:ต่อเหตุการณ์สำคัญในสังคม”. *วารสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*. 11 (2), 124 – 135.
- _____. และพัชรภา เอื้ออมรวิช. (มปป.). *การศึกษาคุณค่าด้านอัตลักษณ์ของศิลปะข้างถนนเพื่อการสร้างมูลค่าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์*.
- เซแอม สายทอง. (2551) “เพอร์สเปคทีฟ”. *ก้าวทันโลกวิทยาศาสตร์*. 8 (1), 1-7.
- ชุติมา บริสุทธิ์. (2557). *การศึกษาการสร้างเมือง (machizukuri) ด้วยศิลปะร่วมสมัย ภายในเมือง Kanazawa จังหวัด Ishikawa*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ไชยสิทธิ์ ชาญอาวุธ. (2560). “การศึกษาคุณค่าด้านอัตลักษณ์ของศิลปะข้างถนนเพื่อการสร้างมูลค่าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์”. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 25 (49), 247 – 267.

ณัฐกานต์ กันธิ. (2555). *มะจิสุคุริ (Machitsukuri) กับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดโออิตะ ประเทศญี่ปุ่น*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรณี วิรุณานนท์. (2551). “การพัฒนาแนวทางการจัดมหรสพร่วมสมัยนานาชาติในพื้นที่สาธารณะของประเทศไทย”. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานศิลปกรรมร่วมสมัย.

รัตนา โตสกุล. (2548). *มโนทัศน์เรื่องอำนาจ*. กรุงเทพมหานคร : คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ.

วันเฉลิม จันทรพงษ์แก้ว. (2560). *คุณค่าทางการสื่อสารและมูลค่าทางธุรกิจของสตรีทอาร์ท*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ลิขิต กิตติศักดิ์นันท์. (2559). “การถอดความหมายและบทบาทของศิลปะในที่สาธารณะจากภาพถ่ายที่ท่ามหาราช”. รายงานการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มานิตย์ โกวิทธี และประเสริฐ บุปผาสุก. (2562). ศิลปะเชิงพุทธสู่วิถีชุมชนบนผนังพื้นที่สาธารณะในจังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

วิมลสิทธิ์ ทรายงูร. (2011). “การสร้างสรรค์สภาพแวดล้อมชุมชนเมืองที่น่าอยู่อาศัย: ปัญหาที่มองไม่เห็นแลแนวทางแก้ไข”. *วารสารวิจัยและสาระสถาปัตยกรรม/การผังเมือง*. 8 (2). 9-10.

เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา. (2553). “Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย”. *Executive Journal*. 3 (1), 23 – 28.

เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา. Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย.

http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_10/pdf/23-28.pdf. [1 ตุลาคม 2556].

แมนฤทธิ์ เต็งยะ. (2559) “จากวัฒนธรรมกราฟฟิตีสู่งานสตรีทอาร์ตในประเทศไทย”. *Veridian E-Journal. Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 9 (2), 2424-2436.

Louis Bou. (2005). *Street Art. The Spray File*. New York: Colin Design.