

นิยามสี่แห่ง

‘อัมพวา’

■ ชญาพร นาวัลย์

หลายธุรกิจได้กำหนดสี่ให้กับตัวเอง ยกตัวอย่าง ธนาคารกรุงศรีอยุธยาใช้สี่เหลี่ยมเป็นสัญลักษณ์องค์กร ธนาคารกสิกรไทยใช้สี่เหลี่ยม และธนาคารออมสินสีชมพู เปปซี่ใช้กลุ่มสีน้ำเงิน และโคคา โคลา ใช้สีแดง

ทว่า มีใครเคยกำหนดสี่ให้เมือง หรือชุมชนท้องถิ่นบ้าง อัมพวาอาจเป็นชุมชนแรกที่มีสี่ของตัวเอง แต่ก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายดายนัก

การกำหนดสี่ให้กับชุมชนจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการคิดครบถ้วนองค์ภาพพ ย้อนรอยสองดูตำนาน กลั่นกรองสี่ต่างๆ ที่มีความหมายลึกซึ้งผูกพันกับวิถีชีวิตร่วมกับความเห็นของคนในชุมชน แล้วค่อยๆ ผสมแต่ละสีนั้นให้เข้ากันจนเป็นสีอัตลักษณ์ของเมือง

กรณีของ อัมพวา เมืองที่จะเปิดมุมใหม่ด้านการท่องเที่ยวเป็นตัวอย่างของการจัดการเมืองท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างเป็นระบบ

ประจวบเหมาะกับกาลเวลาทำให้ตึกแถวในตลาดอัมพวาผ่านแดดฝนและขาดการบูรณะซ่อมแซมมาร่วม 50 ปี การฟื้นฟูอาคารเก่ารอบใหม่ของอัมพวา จึงเป็นโอกาสเหมาะสำหรับการกำหนด “สี่สีของชุมชน” ริมคลอง สร้างความภูมิใจให้กับคนท้องถิ่น และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยอาศัยสีมาเติมคุณค่าใหม่ ทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่เรียกว่า Architect-Tourism ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในต่างประเทศ

อัมพวา จะเป็นแห่งแรกที่มีการใช้สีมาเพื่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

“ตำนาน” นิยามสี่

รศ. ปิยานันต์ ประสารราชกิจ ให้ข้อมูลด้านการออกแบบอาคารว่า ก่อนจะลงสีให้กับเมือง ต้องวิเคราะห์โครงสร้างของอาคารของเมืองอัมพวาเสียก่อน

อาคารตึกแถว 2 ชั้นบริเวณตลาดอัมพวามีรูปแบบสถาปัตยกรรมที่เรียบง่ายและไม่แตกต่างกันมากนัก แต่ละคูหาจะมีคิบริกันด้านข้าง ประตูหน้าบ้านมีทั้งที่เป็นบานเพี้ยมเหล็กและไม้ บนชั้นสองของอาคารบานหน้าต่างพร้อมช่องแสงจะวางอยู่กลางพื้นที่ของคูหา วงกบและวงกรอบของบานหน้าต่างทำด้วยไม้ ในขณะที่ลูกฟักของหน้าต่างมีทั้งที่เป็นกระฉาก กระฉากสีและลูกฟักไม้

ปัจจุบันสภาพอาคารบริเวณเปลือกนอกไม่ว่าจะเป็นส่วนผิวผนังหรือวงกบบานประตูหน้าต่างมีสภาพเก่า หลุดร่อน สีเดิมของอาคารหาสี่เหลี่ยมอมส้ม สีฟ้า และสีเขียวหลากหลายโทน ในแบบต่างคนต่างทาสีของตัวเอง ทำให้สีโดยภาพรวมของตึกขาดความกลมกลืน ไม่มีโครงสร้างที่เป็นเอกลักษณ์ชัดเจนของสถานที่

ดังนั้น ขั้นตอนของการออกแบบทาสีตึกแถว จึงต้องเริ่มจากการศึกษาประวัติศาสตร์ของพื้นที่ เพื่อนำมาถกกันกรองเป็นโครงสร้างสรุปชุดสีออกมา 7 ชุด เพื่อให้เจ้าของอาคารและผู้พักอาศัยมีส่วนร่วมในการเลือกสี

รศ. ปิยานันต์ ในฐานะที่ปรึกษาฝ่ายออกแบบสี บริษัท ทีโอเอ เพ้นท์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้ระดมความคิดเห็นและศึกษาความเป็นมาของเมืองจึงลงตัวใช้ “สี่สีเขียว” สำหรับทาสี โดยสืบค้นข้อมูลทางประวัติศาสตร์ของเมืองอัมพวาพบว่า เป็นสถานที่ประสูติของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย รัชกาลที่ 2 ซึ่งพระองค์ประสูติในวันพุธ จึงเห็นควรว่าจะใช้สีเขียว เป็นสีประจำวันสำหรับสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านอาคารเก่า

นอกจากนี้ สีเขียวยังเปล่งแสงระยิบระยับมาจากตัวหิ่งห้อย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญของอัมพวาเช่นกัน อีกทั้งในทางวิทยาศาสตร์ สีเขียวเป็นสีที่มองเห็นได้ดีกว่าทุกสีแม้ในสภาพที่มีแสงน้อย หรือแสงสลัว ซึ่งสอดคล้องกับไฮไลต์ของตลาดอัมพวา อย่างตลาดน้ำยามเย็นสีเขียวจึงเป็นสีที่เหมาะสมสำหรับสภาพแสงในยามโพล้เพล้ ก่อนจะสิ้นแสงธรรมชาติไปสู่แสงไฟในยามค่ำคืน

นอกจากจะชวนรับสีเขียวเป็นสีประจำเมืองแล้ว แต่จะให้เขียวทั้งเมืองอาจขาดสีสันที่หลากหลาย จึงต้องเติมโครงสร้างจากสีเขียวด้วย โดยสังเกตจากตึกแถวบางจุดยังทาสีเหลืองและชมพู ทำให้เกิดการใช้สีเหลืองเป็นสีดั้งเดิมที่หาทั่วไปบนอาคาร ช่วยสร้างบรรยากาศในภาพอดีตให้เกิดความงดงามตามมา

ส่วนสีชมพูนั้นเมืองก็ประกอบของสีแดงผสมขาว มีที่มาจากสีเปลือกลิ้นจี่ ผลไม้ขึ้นชื่อของอัมพวา อีกทั้งสีชมพูยังใกล้เคียงคือสีของสถาปัตยกรรมเรือนปั้นหย่าในสมัยรัชกาลที่ 5 และเรือนไทย และตามหลักของมองเห็นสีจากสายตามนุษย์ การเลือกใช้ชมพูเป็นส่วนน้อย จะช่วยขับสีเขียวให้โดดเด่นขึ้นตามหลักทฤษฎีสีในเรื่องของสีคู่ตรงข้าม

เวลาเปลี่ยน"สี"ก็เปลี่ยน

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบเห็นบ่อยของการทาสีอาคาร คือ สีที่ทาแล้วมีความแตกต่างจากสีเลือก เพราะมีตัวแปร คือ อุณหภูมิของสี ทำให้ได้สีเพี้ยน และความสว่างของแหล่งกำเนิดแสง ตลอดจนขนาดของสีที่เปรียบเทียบกับกัน ทำให้นอกจากจะค้นคว้าด้านประวัติศาสตร์ของเมือง เพื่อเลือกสีมาใช้แล้ว ยังต้องอาศัยงานวิจัยเชิงวิทยาศาสตร์ควบคู่ไปด้วย ภายใต้อำนาจ "โครงการวิจัยเรื่องความผิดเพี้ยนของสีอาคารจากสีที่เลือก" เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต่างๆ เหล่านี้ต่อการมองเห็นของสี

ทางทีมวิจัยลงมือเก็บข้อมูลภาพแสงในแต่ละวันเป็นเวลา 7 วัน โดยการวัดอุณหภูมิสี และความเข้มของแสงทุกชั่วโมง ตั้งแต่แปดโมงเช้าถึงหกโมงเย็น จากนั้นถ่ายภาพเพื่อบันทึกอาคารอัมพวาที่ต้องการทาสี และนำภาพที่ได้ไปวิเคราะห์หาหมุมการมองให้ออกแบบขนาดของแผ่นสีทดสอบ เลือกตัวอย่างสีจำนวน 10 สีในระบบของ NCS แล้วนำมาทาบนแผ่นสีทดสอบ ขนาด 1.5 x 1.5 เมตร

ลำดับต่อไปได้นำสีทั้งหมดไปทดสอบในระยะทางที่กำหนด เพื่อให้มูรับภาพของแผ่นทดสอบสีเท่ากับมูรับภาพของอาคารอัมพวา

ทดสอบกันอย่างละเอียดขนาดนี้ ก็เพื่อจะสรุปผลการทดลองให้เห็นว่า การรับรู้ของสีทากายนอกอาคารนั้นเปลี่ยนแปลงไปตามสภาวะสีของแสงนั่นเอง

เมื่อได้สีที่เหมาะสมกับแสงแล้ว ก็ถึงเวลาของคนในชุมชนจะเลือกสีต่างๆ กันได้ตามใจชอบ เพียงแต่ต้องควบคุมให้อยู่ในความสวยงามทางสถาปัตยกรรมและกลมกลืนของสีด้วย

หลังจากการปรับปรุงแล้ว อัมพวา ก็จะถือเป็นตัวอย่างชุมชนท่องเที่ยวแห่งแรกที่ใช้สีเข้ามาเปลี่ยนเมือง ซึ่งจะเป็นตัวอย่างให้แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ใช้ในการพัฒนาเมืองให้มีภูมิทัศน์น่ามอง โดยใช้สี ความรู้ และการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน รัฐ และเอกชน เป็นตัวขับเคลื่อน

