



เทรนด์สีนี้ 'ใคร' กำหนด

Smart Work

● นิภาพร ทับทูน

คนรักแปลกใจกันบ้างหรือไม่ว่า ทำไมช่วงนี้สีชมพูมาแรง รถมอเตอร์ไซด์ก็มีคนถอยมาขับแข่งกันบนท้องถนนเต็มไปหมด บางช่วงคนเห็นสีเสื้อผ้าสีเอิร์ธโทน และบางฤดูสีเขียวหม่นๆ ก็ดูจะฮิตเสียเหลือเกิน หรือนี้จะไม่ใช่วัตถุประสงค์อย่างหนึ่งที่บางคนคิด

"สี" อยู่รอบตัวมนุษย์ และสะท้อนความเป็นตัวตน ตลอดจนสังคมที่อยู่อาศัย ทั้งรถรา เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า บ้าน หรือแม้กระทั่งสัญลักษณ์ทางการเมือง ต่างๆ เหล่านี้มี "สี" เข้ามาเป็นส่วนประกอบทั้งสิ้น แล้วใครกันที่ทำให้สีเหล่านั้นโดดเด่นจนกลายเป็นแฟชั่นขึ้นมา

ในประเทศไทย "นักวิจัยเทรนด์สี" อาจจะเป็นที่ยอมรับกันน้อย แต่สำหรับต่างประเทศ คนกลุ่มนี้มีฐานะทางสังคมไม่ต่างไปจากดีไซเนอร์ใดๆ เลยทีเดียว

พัชรินทร์ สังข์ขาว อาจารย์ประจำสาขาออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ซึ่งรับหน้าที่หนึ่งในทีม "นักวิจัยเทรนด์สี" ให้กับสถาบันวิจัยแฟชั่นแห่งประเทศไทย (InfASH) เล่าว่า นักวิจัยเทรนด์สี คือคนที่รวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่มีอยู่ในปัจจุบันมาวิเคราะห์ร่วมกับสิ่งที่กำลังจะเกิดในอนาคต แล้วจัดหมวดหมู่พร้อมจำแนกออกมา ก่อนจะสร้างธีม และคอนเซ็ปต์ให้กับสีในแต่ละซีซั่น

"เวลาเราวิจัยเทรนด์เราจะต้องเข้าไปในอีก 2 ปีข้างหน้า เพราะมันเป็นเรื่องของ forecast เราจะพยากรณ์แนวโน้มว่าอนาคตจะเกิดอะไรขึ้น จาก ณ ปัจจุบันที่เป็นอยู่จะเป็นตัวบอกว่า อนาคตคาดว่าจะเกิดอะไรขึ้น การคาดการณ์หรือวิจัยเทรนด์คือมันเป็นสิ่งเราคาดเดา มันตอบไม่ได้ว่าผิดหรือถูก แต่มันตอบได้แค่ว่า คาดว่าอะไรจะเกิดขึ้น เหตุที่จะเกิดสิ่งนี้เพราะปัจจุบันคนเป็นแบบนี้ ซึ่งเราดูจากพฤติกรรมของคนด้วย"

ไม่เพียงแค่วิเคราะห์พฤติกรรมของมนุษย์เท่านั้น แต่สิ่งแวดล้อมทุกอย่าง อย่าง ตลอดจนสภาพสังคม เศรษฐกิจ การเมือง ล้วนมีส่วนเกี่ยวข้องต่อการตัดสินใจใช้ "สี" แทบทั้งสิ้น

"สังเกตง่ายๆ ค่ะว่าของเราสีแดงกับสีเหลือง จะใช้ไม่ได้อยู่ช่วงหนึ่ง มันเป็นเรื่องของอิทธิพลของสีที่เข้ามามีบทบาทในการวิจัยเราต้องดูด้วย เพราะถ้าเราเอาสีกลับเข้ามาใช้ในประเพณีไทย มันใช้ไม่ได้ อะไรที่เป็นเชิงลบเกินไป แล้วเกิดผลกระทบ เราก็จะพยายามเลี่ยง แต่ดูเป็นข้อมูล แล้วเราก็จะเก็บข้อมูลไว้เวลาที่เรากำลังจะต้องการเมืองเราจะเลือกแต่เก็บเป็นข้อมูล"

อาจารย์นักวิจัยเทรนด์สีบอกว่า ทีมนักวิจัยของประเทศไทย มีทั้งภาคมหาวิทยาลัย และภาคอุตสาหกรรม เมื่อแชร์ข้อมูลกันแล้วก็จะสรุปเป็นข้อมูลตัวแทนของประเทศไทย นำไปเสนอกับต่างประเทศในงาน Intercolor's Congress โดยมีสมาชิก 14 ประเทศทั่วโลก



ภาพ : ชุติณ สุทธิ

ร่วมประชุม พร้อมสรุปภาพรวมของเทรนด์สีในระดับนานาชาติ ก่อนจะผลิต "Color Card" หรือ "Trend Card" ให้แต่ละประเทศนำกลับมาพิจารณาหา "Key Color" ของตัวเองเพื่อใช้จริง

"กว่าจะได้เทรนด์การออกมาก็ไม่ใช่ง่าย เพราะเราต้องมาวิเคราะห์กันในระดับนานาชาติอีกที อย่างเช่นเรื่องการมองเห็นสีเอเชียกับยุโรปมองเห็นสีต่างกัน เนื่องจากว่าเราอยู่ใกล้เส้นศูนย์สูตร แสงเราจะเยอะกว่า เช่น สีพาสเทลคือสีที่ถูกผสมด้วยสีขาว ถ้าสีชมพูพาสเทลของประเทศไทย เนื้อสีชมพูจะมีเยอะ เนื้อสีขาวมีน้อย แบบนี้เราเรียกว่าพาสเทล แต่ยุโรปคำว่าพาสเทลของเขาคือสีที่มีสีชมพูถูกผสมเข้าไปจนเกือบจะเป็นสีขาวเลยอ่อนมาก อันนั้นเขาเรียกว่าพาสเทล ฉะนั้นไม่แปลกเลยที่ทำให้สีเส้นเสื้อผ้าเราดูใสกว่าเขา แม้กระทั่งซัมเมอร์ของเรากับเขาก็ใช้สีต่างกัน"

อย่างไรก็ตาม เมื่อได้การ์ดสีซึ่งมี "สีหลัก" ของแต่ละประเทศแล้ว ไซไซจะนำสีนั้นๆ มาใช้ในสินค้าได้เลย แต่ผู้ผลิตต้องเลือกสีที่เข้ากับบุคลิกของสินค้าที่จะใช้โดยอ่านค่าเทรนด์สีในแต่ละซีซั่นให้ออก ก่อนจะเลือกสีและนำไปผลิต ซึ่งปัจจุบันเทรนด์การ์ดที่ InFASH ทำการวิจัยนั้นจะถูกส่งมอบให้กับหน่วยร่วมผลิตรวมถึงตัวแทนของภาคอุตสาหกรรม และการศึกษาต่างๆ ซึ่งเป็นการเผยแพร่แบบไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่ในประเทศไทยก็ยังมีร้านซื้อไอเดียจากค่ายเทรนด์ต่างประเทศอยู่เยอะ

"ดีไซเนอร์ไทยอิงกับเราส่วนหนึ่ง เพราะแบรนด์เสื้อผ้าจะไม่ใช้ค่ายเทรนด์ค่ายเดียวจะใช้หลายๆ ค่ายเอามาประกอบกันแล้ว ดีไซเนอร์เอาไปสรุปเป็นไอเดียของตัวเอง โดยที่เขาจะดูก่อนว่า คีย์คัลเลอร์ของเรากับเล่มอื่นเหมือนกันหรือต่างกันยังงั้น แล้วก็เอาไปสรุป แต่จริงๆ เป้าหมายของเรา คืออยากให้มันเป็นประโยชน์กับทุกคนที่เอาไปใช้ เพราะข้อมูลนั้นผ่านกระบวนการคิดมาเยอะ หวังว่าประเทศไทยจะไม่ต้องซื้อเทรนด์ที่แพงๆ

...ในทุกๆ ครั้งที่ทำ เราต้องมีการรีเช็คเราพยากรณ์ว่าสีนี้จะมา เราต้องลงไปดูตลาดจริงๆ ว่าสีนี้มีมั้ย ตอนนี้ประเทศไทยตามเทรนด์กันเยอะมากเราเคยไปกางเทรนด์ดูเฉย...มีเลยแบรนด์นี้ มีๆ เราเลยค่อนข้างจะมั่นใจว่ากระบวนการที่เราทำมันใช้ได้จริง

มันอาจจะไปบังเอิญตรงกันก็ได้ แต่ในการบังเอิญนั้นมันมีที่มาที่ไป เขาอาจจะไปหยิบเล่มอื่นมาใช้ แต่เล่มอื่นนั้นก็มาจากที่ประชุมเดียวกันทั้งหมดเขาก็หยิบข้อมูลจากที่ประชุมไปแตกเป็นเทรนด์ของเขา เพียงแต่เขาอาจจะต้องดีกว่า เราแค่เป็นหน่วยเล็กๆ"

ถามถึงความยากของงานนี้ พัชรินทร์หนึ่งในทีมนักวิจัยเทรนด์สี บอก คงเป็นขั้นตอนของการระดมสมอง เพราะทุกคนมีข้อมูลของตัวเอง และต้องนำมาแลกเปลี่ยนกันตั้งนั้นข้อมูลที่ได้รับจึงมีมหาศาล และการตีความก็จะซับซ้อนขึ้น ซึ่งขั้นตอนของการระดมสมองเพื่อสรุปเทรนด์สีนี้เองที่พัชรินทร์ยอมรับว่า ต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการทำงานแบบสุดพลัง

"งานวิจัยเทรนด์สีมันเป็นเรื่องของอารมณ์ เราต้องสื่อออกมาให้เป็นอารมณ์ของงานให้ได้ บางทีวางแค่ 6 สี ใช้เวลา 1 วัน บางทีวางไปแล้วไม่เอา เอาใหม่ นี่คือการสนุก คืองานมันทำให้เราคิดตลอดเวลา เท่ากับเราทำงานตลอดเวลา มันไม่ใช่งานหนักอะไร แต่มันทำให้เราอยากคิดถึงมันตลอดเวลา มันคือความสุขของเรา

จริงๆ เราเป็นฟิลแพชั่น ฟิลศิลปะ แต่บางทีเราต้องไปอ่านวิทยาศาสตร์ เราต้องไปดูว่าการวิทยาศาสตร์เขามีอันนี้มาใหม่ นี่มันคือความสุขเราต้องไปเรียนรู้เราต้องไปรู้ให้ได้ แล้วต้องไปหาคำตอบให้ได้ บางทีเราไม่รู้เราต้องไปถามผู้เชี่ยวชาญในสายนั้นๆ ว่าอันนี้คืออะไร เราอ่านแล้วไม่เข้าใจ มันเป็นเรื่องรอบตัวที่เราได้เพิ่มขึ้นมา เช่นเขาพูดถึง 3D printing ในวงการแฟชั่นคืออะไร คือมันเป็นเรื่องของนวัตกรรม มันเป็นเรื่องนี้คือความสุข"

สำหรับใครที่สนใจจะเป็นนักวิจัยเทรนด์สี อาจต้องมีพื้นฐานด้านแฟชั่นมาบ้าง แต่สิ่งสำคัญกว่านั้นคือต้องเป็นคนที่ชอบเรียนรู้ตลอดเวลา เหมือนที่นักวิจัยเทรนด์สีอย่างพัชรินทร์ บอกว่า ถ้าหยุดนิ่งเมื่อไรเท่ากับตามหลังคนอื่นทันที