

การสร้างมาตรฐานวิชาชีพที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล



นายพิบูล ไวจิตรกรรม

ศูนย์วิจัยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต

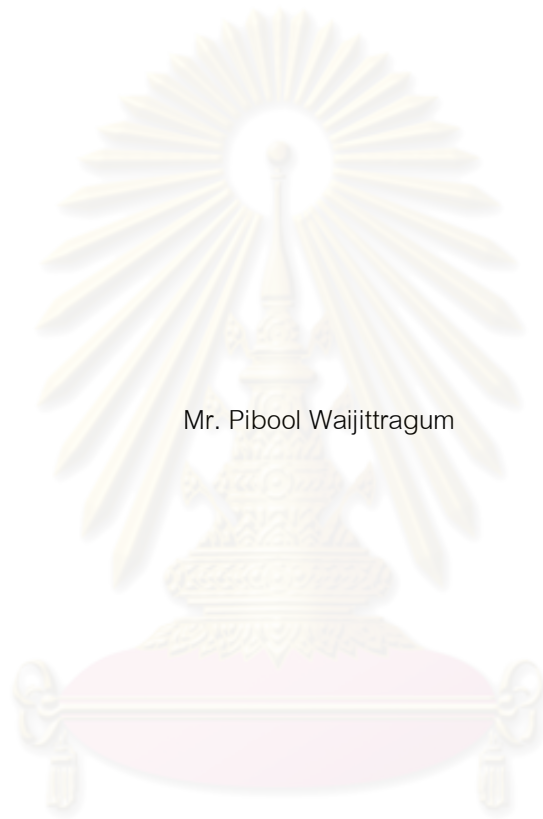
สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

THE STANDARD DEVELOPMENT OF ISLAMIC IDENTITY IN GRAPHIC DESIGN
FOR HALAL PRODUCTS AND SERVICES



Mr. Pibool Waijittragum

ศูนย์วิทยทรัพยากร
A Dissertation Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Fine and Applied Arts Program in Fine and Applied Arts
Faculty of Fine and Applied Arts

Chulalongkorn University

Academic year 2010

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การสร้างมาตรฐานวิชาชีพศิลปะที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับ
ผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล

โดย

นายพิบูล ไวจิตรกรรม

สาขาวิชา

ศิลปกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัย
หนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ จิระพัฒน์ พิตรปรีชา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ อารยะ ศรีกัลยาณบุตร)

..... กรรมการ
(อาจารย์ ดร. จุฬิศพงศ์ จุฬารัตน์)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นภาพรณ สวัสดิ์ชัย)

ทิบูล ไวจิตรกรรม : การสร้างมาตรฐานเรขศิลป์ที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล
(THE STANDARD DEVELOPMENT OF ISLAMIC IDENTITY IN GRAPHIC DESIGN FOR HALAL PRODUCTS AND SERVICES) อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รศ. ดร. ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์, 349 หน้า.

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม 2) วิเคราะห์รูปแบบในการออกแบบที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม 3) หารูปแบบมาตรฐานที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย มีกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับอิสลาม กวีวัฒน์ ท้องถิ่นกวีวัฒน์และโลกาภิวัตน์ ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาททางสังคมอิสลาม 15 คน ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทยมุสลิม 122 คนและนักออกแบบเรขศิลป์ 15 คน ระดับความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.9131 จากการศึกษาวิเคราะห์หรือมูล พบว่า

1) แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามแนวคิดของชาวไทยมุสลิม มีดังนี้

- 1.1 ออกแบบให้สอดคล้องกับหลักศาสนาและแสดงถึงอารยธรรมอาหรับ
- 1.2 ออกแบบให้สอดคล้องกับสังคมไทยและนโยบายของรัฐบาล
- 1.3 ออกแบบให้สอดคล้องกับศิลปะไทยและอัตลักษณ์ไทย
- 1.4 ออกแบบให้สอดคล้องกับศิลปะอิสลาม โดยใช้ลายเรขาคณิตและลายพรรณพฤกษา
- 1.5 ให้ความหมายในพระคัมภีร์อัลกุรอาน เป็นความคิดรวบยอดในการออกแบบ อันได้แก่ ความจริงใจ ความอ่อนน้อม ความรู้ ความสงบ ความพอเพียง ระเบียบและเอกราช

2) แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามรูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีดังนี้

- 2.1 ใช้รูปแบบศิลปะอิสลามที่มีการผสมผสานกับศิลปะไทย
- 2.2 ใช้รูปแบบศิลปะอิสลามแบบดั้งเดิม
- 2.3 ใช้อ็องศ์ประกอบหลัก คือ ลายเรขาคณิตและลายพรรณพฤกษา ส่วนองค์ประกอบเสริม คือ ภาพถ่ายและภาพสัญลักษณ์

3) แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ มีดังนี้

3.1 เอกภาพ ใช้บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ ลำลองและเป็นที่นิยม ใช้สีในกลุ่มสีมืดและสีสดใส ใช้ตัวอักษรไทย กลุ่มตัวมีหัวแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวอักษรแบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวลายมือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน จัดองค์ประกอบด้วยหลักการสมดุลแบบเท่ากัน การซ้ำแบบสม่ำเสมอและความแตกต่างด้วยขนาด

3.2 นอบน้อม ใช้บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ เป็นที่นิยมและลำลอง ใช้สีในกลุ่มสีสดใสและสีหม่น ใช้ตัวอักษรไทย กลุ่มตัวอักษรแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวมีหัวแบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวลายมือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน จัดองค์ประกอบด้วยหลักการแตกต่างด้วยขนาด การซ้ำแบบสม่ำเสมอและความสมดุลแบบเท่ากัน

3.3 จริงใจ ใช้บุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม ลำลองและธรรมชาติ ใช้สีในกลุ่มสีมืดและสีสดใส ใช้ตัวอักษรไทย กลุ่มตัวลายมือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน ตัวมีหัวแบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวลายมือแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน จัดองค์ประกอบด้วยหลักการซ้ำแบบสม่ำเสมอ ความสมดุลแบบเท่ากันและความแตกต่างด้วยขนาด

3.4 ความรู้ ใช้บุคลิกภาพแบบทันสมัย อารมณ์ดีและเป็นที่นิยม ใช้สีในกลุ่มสีมืด ใช้ตัวอักษรไทย กลุ่มตัวอักษรแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวไม่มีหัวแบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวมีหัวแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน จัดองค์ประกอบด้วยหลักการสมดุลแบบเท่ากัน การซ้ำแบบสม่ำเสมอและความแตกต่างด้วยขนาด

3.5 พอเพียง ใช้บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ ลำลองและเป็นที่นิยม ใช้สีในกลุ่มสีสดใสและสีหม่น ใช้ตัวอักษรไทย กลุ่มตัวมีหัวแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวลายมือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากันและตัวอักษรแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน จัดองค์ประกอบด้วยหลักการสมดุลแบบเท่ากัน การซ้ำแบบสม่ำเสมอและความแตกต่างด้วยขนาด

3.6 สงบ ใช้บุคลิกภาพแบบธรรมชาติและเป็นที่นิยม ใช้สีในกลุ่มสีหม่นและสีมืด ใช้ตัวอักษรไทย กลุ่มตัวมีหัวแบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวอักษรแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน จัดองค์ประกอบด้วยหลักการสมดุลแบบปริมาตร หลักการสมดุลแบบเท่ากันและการซ้ำแบบสม่ำเสมอ

3.7 ระเบียบ ใช้บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ เป็นที่นิยมและหรูหรา ใช้สีในกลุ่มสีหม่นและสีมืด ใช้ตัวอักษรไทย กลุ่มตัวมีหัวแบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวอักษรแบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวอักษรแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน จัดองค์ประกอบด้วยหลักการสมดุลแบบเท่ากัน การซ้ำแบบสม่ำเสมอและหลักการสมดุลแบบปริมาตร

สาขาวิชา ศิลปกรรมศาสตร์

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อ นิสิต.....

ลายมือชื่อ อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5186812035 : MAJOR FINE AND APPLIED ARTS

KEYWORDS : GRAPHIC DESIGN / ISLAMIC IDENTITY / HALAL PRODUCTS AND SERVICES

PIBOOL WAJITTRAGUM : THE STANDARD DEVELOPMENT OF ISLAMIC IDENTITY IN GRAPHIC DESIGN

FOR HALAL PRODUCTS AND SERVICES. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. SUPPAKORN DISATAPUNDHU,

Ph.D., 349 pp.

The purposes of this thesis are 1) to analyze principles and concepts in graphic design in relation to Islamic identity 2) to analyze and identify elements of graphic design that reflect Islamic identity 3) to identify the standard format of Islamic identity to Halal products and services available in Thailand. A framework related to Islamization, localization and globalization was applied using qualitative and quantitative research methods. Fifteen people with dynamic roles in Islamic culture were interviewed for the qualitative research. In addition, a questionnaire survey sampling 122 Thai Muslims and 15 graphic designers was used to provide quantitative data. The questionnaire reliability index value is 0.9131. The data analysis has shown the following:

1. Guidelines for Islamic graphic design through Thai Muslims' way of thinking are as follows:

- 1.1 Designing to correspond with Qur'anic principles illustrating Arabian civilization
- 1.2 Designing consistently with Thai social values and government policy
- 1.3 Designing in line with Thai arts and Thai identity
- 1.4 Designing to correspond with Islamic art using geometric form and Arabesque elements
- 1.5 Using the meanings of the Qur'an to contribute to the design concept: sincerity, respect, knowledge, modesty, balance,

remembrance and unity

2. Guidelines for Islamic graphic design through the elements of Islamic Art in Thailand

- 2.1 Blending Islamic designs with Thai design
- 2.2 Using original Islamic designs
- 2.3 Using the main elements of Islamic art: geometric form, Arabesque elements, and the supplementary elements of graphic design: pictures and symbolic drawings

3. Guidelines for Islamic graphic design through the Principle of Image Communication as designated in the Qur'an

3.1 Unity: use natural, casual and classic image. Dark and bright tone colors. Thai characters: round head fonts with one line weight, Thai traditional fonts with different line weights and hand fonts with one line weight. There should be composition with principles of symmetrical balance, regular repetition and contrast of scale.

3.2 Respect: use natural, classic and casual image. Bright and subdued tone colors. Thai characters: Thai traditional fonts with one line weights, round head fonts with one line weight and hand fonts with different line weight. There should be compositions with principles of contrast of scale, regular repetition and symmetrical balance.

3.3 Sincerity: use classic, casual and natural image. Dark and bright tone colors. Thai characters: hand fonts with different line weight, round head fonts with one line weight and hand fonts with one line weight. There should be composition with principles of regular repetition, symmetrical balance and contrast of scale.

3.4 Knowledge: use modern, natural and classic image. Dark tone colors. Thai characters: Thai traditional fonts with one line weights, beaked end fonts with one line weights and round head fonts with one line weight. There should be composition with principles of symmetrical balance, regular repetition and contrast of scale.

3.5 Balance: use natural, casual and classic image. Bright and subdued tone colors. Thai characters: round head fonts with one line weight, hand fonts with different line weight and Thai traditional fonts with one line weights. There should be compositions with principles of symmetrical balance, regular repetition and contrast of scale.

3.6 Modesty: use natural and classic image. Subdued and dark tone colors. Thai characters: round head fonts with one line weight, Thai traditional fonts with one line weights. There should be composition with principles of radial balance, symmetrical balance and regular repetition.

3.7 Remembrance: use natural, classic and elegant image. Subdued and dark tone colors. Thai characters: round head fonts with one line weight, Thai traditional fonts with one line weights and Thai traditional fonts with different line weight. There should be composition with principles of symmetrical balance, regular repetition and radial balance.

Field of Study : Fine and Applied Arts

Student's signature.....

Academic year : 2010

Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความเอื้อเฟื้อ การอนุเคราะห์ข้อมูล ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ อันเป็นประโยชน์แก่กระบวนการวิจัย จากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์ทุกท่านในคณะศิลปกรรมศาสตร์และในคณะต่างๆ ที่กรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาเป็นอย่างดี รวมถึงผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ครอบครัว และเพื่อนๆ ทุกคน ที่เป็นกำลังใจให้ตลอดมา

ขอขอบคุณ รศ.ดร.ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นอย่างสูงในการให้คำปรึกษา และกรุณาสละเวลาให้มาตลอด รวมทั้งอาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ทุกท่านที่ให้ความรู้และช่วยจุดประกายความคิด อัน ได้แก่ รศ.ดร.พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง รศ.อารยะ ศรีกัลยาณบุตร ผศ.ดร.พรประพิศ เผ่าสวัสดิ์

ขอขอบคุณ ดร.จุฬิศพงษ์ จุฬารัตน์ อาจารย์คณะอักษรศาสตร์ จุฬาฯ ผศ.ดร. อาดิศร์ อิศริส รักษาภรณ์ อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต สำหรับความรู้เรื่องศาสนาอิสลาม ศิลปะและวัฒนธรรมอิสลาม

ขอขอบคุณ รศ. จิระพัฒน์ พิตรปรีชา อาจารย์คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาฯ ประธานกรรมการสอบ และ ผศ.ดร. นภาพรรณ สวัสดิ์ชัย อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

ขอขอบคุณ อาจารย์ชยการ ศิริรัตน์ โรงเรียนสาธิตจุฬาฯ ฝ่ายมัธยมและคุณสมชาย โหมมคตาด คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาฯ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

ขอขอบคุณ รศ. ดร. วินัย คะห์ลัน คุณมานิต ทองแสง คุณปรีดี บุญมาเลิศ คุณทำเนียบ แสงเงิน คุณธีรนนท์ ช่วงพิชิต คุณศุภกรีย์ สะเรียม คุณอศุขย์ โยธาสมุทร คุณสมยศ หวังอัปคุลเถาะ ผศ. อมรา รักษาภรณ์ คุณอัมพร สนะพี คุณชัชมา ชันมณี คุณบีบี ไชเรคา ฟินดี คุณธาริน กลิ่นเกสร คุณอาพันธ์ มะแซสฮา คุณอิสมาแอ สมายล์ คุณนพพมพูน น้ำทิพย์ คุณสุรชัย พุฒิกุลางกูร อาจารย์ ดร. พลัง วงษ์ธนสุภรณ์ คุณชนิศา อรดีดลเชษฐ์ คุณอรรตพล สิงห์ทอง คุณสมศักดิ์ ไตรรงค์ถาวร คุณนารี เหลืองวิฑิตกุล คุณนิชชา รัตนารธรรมวัฒน์ อาจารย์วัชราร เพ็ญศศิธร คุณพิธาน จิระวัฒนกิจ คุณเอก อัครประเสริฐกุล อาจารย์พรทิพย์ ธรรมจริยาพันธุ์ ที่สละเวลาให้ข้อมูล และขอขอบคุณสัปบุรุษทุกท่านที่อนุเคราะห์การตอบแบบสอบถาม

ที่สำคัญที่สุด คือ ขอกราบขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้กำเนิดชีวิตที่มีค่ายิ่ง ขอขอบคุณ ภรรยา ที่ให้กำลังใจและอยู่เคียงข้างเสมอมา ขอขอบคุณญาติพี่น้องทุกคนในครอบครัว

รวมถึง ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ทุกท่านในคณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาฯ ขอขอบคุณ คณบดีและเพื่อนอาจารย์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้ความสำคัญกับการศึกษาในครั้งนี้ และขอกราบขอบคุณ อธิการบดีและกองทุนพัฒนาบุคลากร มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ที่ให้โอกาสและให้การสนับสนุนทุนการศึกษาตลอดหลักสูตร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ญ
สารบัญภาพ	ด
สารบัญแผนภูมิ	ธ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
ปัญหาของการวิจัย	2
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
ขอบเขตของการวิจัย	6
กรอบแนวความคิดของการวิจัย	6
วิธีการดำเนินการวิจัย	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
นิยามคำศัพท์	9
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดที่เกี่ยวกับอิสลามภวัตน์	11
ศาสนาอิสลาม	11
ศาสนาอิสลามในประเทศไทย	14
ฮาลาล	16
ความงดงามในพระคัมภีร์	24
แนวคิดที่เกี่ยวกับท้องถิ่นภวัตน์	33
ศีลปะอิสลาม	33
ชาวไทยมุสลิมกับบทบาทของผู้บริโภค	48
วิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม	50
ความเป็นไทยในอิสลาม	53

	หน้า
แนวคิดที่เกี่ยวกับโลกาภิวัตน์	61
การออกแบบเรขศิลป์	61
องค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์	64
ตัวอักษร	65
สี	70
หลักการออกแบบเรขศิลป์	78
ทฤษฎีการรับรู้ในงานออกแบบ	82
บุคลิกภาพกับการออกแบบ	84
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	88
เก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาททางสังคมและศาสนา	90
เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง	93
เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักออกแบบ	99
การวิเคราะห์ข้อมูล	103
บทที่ 4 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามแนวคิดของชาวไทยมุสลิม	104
ทัศนคติของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล..	104
แนวคิดเรื่องความหมายในพระคัมภีร์	107
แนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์ยึดมั่นในอารยธรรมอาหรับ	111
แนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย ปรับตัวตามสังคมและ นโยบายของรัฐบาล	117
แนวคิดของศิลปะไทยกับชาวไทยมุสลิม	123
แนวคิดของศิลปะอิสลามกับชาวไทยมุสลิม	127
บทที่ 5 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามรูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย	132
รูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทยมีความเกี่ยวข้องกับศิลปะไทย	132
รูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทยตามแบบอิสลาม	136
รูปแบบศิลปะมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	139
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับภาพลักษณ์แบบอิสลามดั้งเดิม	141
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับภาพลักษณ์แบบอิสลามผสมไทย	145
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับองค์ประกอบหลักสำหรับการออกแบบเรขศิลป์	151
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับองค์ประกอบเสริมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์	153

	หน้า
บทที่ 6 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ	156
บุคลิกภาพในงานออกแบบที่สื่อความหมายตามคำสอนของศาสนาอิสลาม	156
บุคลิกภาพที่สื่อความหมายของเอกภาพ	158
บุคลิกภาพที่สื่อความหมายของอบอุ่น	159
บุคลิกภาพที่สื่อความหมายของจริงใจ	160
บุคลิกภาพที่สื่อความหมายของความรู้	161
บุคลิกภาพที่สื่อความหมายของพอเพียง - สมดุล	162
บุคลิกภาพที่สื่อความหมายของสงบ - สมาน	163
บุคลิกภาพที่สื่อความหมายของระเบียบ - หลักการ	164
สีที่สื่อบุคลิกภาพในงานออกแบบ	165
ตัวอักษรไทยที่สื่อบุคลิกภาพในงานออกแบบ	181
การจัดองค์ประกอบที่สื่อบุคลิกภาพในงานออกแบบ	196
บทที่ 7 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	212
สรุปผลการวิจัย	214
อภิปรายผลการวิจัย	230
ข้อเสนอแนะ	239
บทที่ 8 การประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ	240
โครงการ Seven Beauties	240
องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบ	241
ผลงานการออกแบบ	242
รายการอ้างอิง	272
บรรณานุกรม	280
ภาคผนวก	285
ภาคผนวก ก	286
ภาคผนวก ข	317
ภาคผนวก ค	336
ภาคผนวก ง	342
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	349

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงผลการสำรวจรูปแบบของเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	2
ตารางที่ 2.1 แสดงช่วงเวลาของจักรวรรดิอิสลาม	43
ตารางที่ 4.1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ ของชาวไทยมุสลิม ในเรื่องการออกแบบเพื่อผลิตภัณฑ์ฮาลาล	106
ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องแนวคิดที่มีความสำคัญต่อชาวไทยมุสลิม	110
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	113
ตารางที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิต ตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)	114
ตารางที่ 4.5 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิต ตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)	115
ตารางที่ 4.6 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิต ตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)	115
ตารางที่ 4.7 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิต ตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)	116
ตารางที่ 4.8 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิต ตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)	116
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	119

ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวความคิดการอยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคม และนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)	120
ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวความคิดการอยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคม และนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)	120
ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวความคิดการอยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคม และนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)	121
ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวความคิดการอยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคม และนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)	121
ตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวความคิดการอยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคม และนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)	122
ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องความเกี่ยวข้องกันของศิลปะไทยกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	124
ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่าศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)	124
ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่าศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)	125
ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่าศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)	125
ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่าศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)	126
ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่าศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้อง กับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)	126
ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องความเกี่ยวข้องกันของศิลปะอิสลามกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	128

ตารางที่ 5.10 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่าศิลปะอิสลาม	
ในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ) ..	139
ตารางที่ 5.11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่าศิลปะอิสลาม	
ในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)	140
ตารางที่ 5.12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่าศิลปะอิสลาม	
ในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)	140
ตารางที่ 5.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น	
ในเรื่องรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	142
ตารางที่ 5.14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)	143
ตารางที่ 5.15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)	143
ตารางที่ 5.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม	
(ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)	144
ตารางที่ 5.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม	
(ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)	144
ตารางที่ 5.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)	145
ตารางที่ 5.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น	
ในเรื่องรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	147
ตารางที่ 5.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)	147
ตารางที่ 5.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)	148
ตารางที่ 5.22 แสดงผลการทดสอบของกลุ่มต่าง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับ	
ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ของผู้ตอบที่มีอายุแตกต่างกัน ที่เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	
ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย	
ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธีของ LSD	148

ตารางที่ 5.23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)	149
ตารางที่ 5.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)	150
ตารางที่ 5.25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาล ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ) ..	150
ตารางที่ 5.26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่ององค์ประกอบหลักที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	152
ตารางที่ 5.27 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่ององค์ประกอบเสริม ที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	154
ตารางที่ 6.1 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ	158
ตารางที่ 6.2 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของอบอุ่น	159
ตารางที่ 6.3 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ	160
ตารางที่ 6.4 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของความรู้	161
ตารางที่ 6.5 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง-สมดุล	162
ตารางที่ 6.6 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของสงบ-สมาธิ	163
ตารางที่ 6.7 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ	164
ตารางที่ 6.8 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องสีที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบลำลอง	165
ตารางที่ 6.9 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องสีที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบทันสมัย	167

ตารางที่ 6.25 แสดงความถี่ในการเลือก ค่าร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก	
ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบทันสมัย	198
ตารางที่ 6.26 แสดงความถี่ในการเลือก ค่าร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก	
ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบชวนฝัน	200
ตารางที่ 6.27 แสดงความถี่ในการเลือก ค่าร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก	
ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ	202
ตารางที่ 6.28 แสดงความถี่ในการเลือก ค่าร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก	
ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบหรูหรา	204
ตารางที่ 6.29 แสดงความถี่ในการเลือก ค่าร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก	
ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋	206
ตารางที่ 6.30 แสดงความถี่ในการเลือก ค่าร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก	
ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม ...	208
ตารางที่ 6.31 แสดงความถี่ในการเลือก ค่าร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก	
ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบโอ้อ่า	210
ตารางที่ 8.1 ข้อมูลการออกแบบสำหรับสถาบันมาตรฐานสากล	242
ตารางที่ 8.2 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์มันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาน่า	247
ตารางที่ 8.3 ข้อมูลการออกแบบสำหรับธนาคารมุสลิม	251
ตารางที่ 8.4 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว ตราดีนี่	256
ตารางที่ 8.5 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ตราสมาร์ท	260
ตารางที่ 8.6 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตราอร่อย	264
ตารางที่ 8.7 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์สบู่ ตราอันดามัน	268

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 บรรจุกัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลประเภทอุปโภคที่มีบุคลิกแบบอิสลาม	4
ภาพที่ 1.2 บรรจุกัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลประเภทบริโภคที่มีบุคลิกแบบอิสลาม	5
ภาพที่ 1.3 สื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลประเภทบริการที่มีบุคลิกแบบอิสลาม ..	5
ภาพที่ 2.1 แผนที่แสดงจักรวรรดิอิสลาม ช่วง ค.ศ. 622 ถึง 750	12
ภาพที่ 2.2 คัมภีร์อัลกุรอาน	13
ภาพที่ 2.3 กะอ์บะฮ์ในมัสยิดอัลฮะรออม นครมักกะฮ์ ศูนย์กลางการประกอบพิธีฮัจญ์	14
ภาพที่ 2.4 พระยาจุฬาราชมนตรี (สิน อหะหมัดจุฬา) ในรัชกาลที่ 5	15
ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงอาหารที่ต้องห้ามประเภทต่างๆ	19
ภาพที่ 2.6 การแต่งกายของมุสลิมตามหลักศาสนา	21
ภาพที่ 2.7 เครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมที่ได้รับอิทธิพลจากเปอร์เซีย	22
ภาพที่ 2.8 ลวดลายในศิลปะอิสลามที่ออกแบบตามหลักศาสนา	23
ภาพที่ 2.9 ธนาคารอิสลามที่ดำเนินการตามหลักการฮาลาล	24
ภาพที่ 2.10 โครงสร้างของมัสยิดมีการรวมศูนย์ไปที่ยอดโดมแสดงถึงความเป็นเอกภาพ ..	26
ภาพที่ 2.11 มัสยิดสีน้ำเงินในอิสตันบูล ตุรกี	27
ภาพที่ 2.12 ลายเรขาคณิตในบานหน้าต่างที่พระราชวังอัลฮัมบราในกรานาดา, สเปน	27
ภาพที่ 2.13 ลายเรขาคณิตที่ได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้แสดงถึงความจริงใจ ที่สัมพันธ์กับธรรมชาติและสิ่งมีชีวิต	28
ภาพที่ 2.14 การแบ่งพื้นที่ด้วยตารางเรขาคณิตในมัสยิดอิบ ตูลูนในไคโร, อียิปต์	28
ภาพที่ 2.15 รูปแบบของมัสยิดที่แสดงถึงความสมดุล	29
ภาพที่ 2.16 สัดส่วนทางเรขาคณิตที่ซุ่มประตูทางเข้า ทัช มาฮาลในอักการา, อินเดีย	29
ภาพที่ 2.17 โดมของมัสยิดเปรียบเสมือนท้องฟ้าและจักรวาล	30
ภาพที่ 2.18 ซุ้มโค้งและโดมของ The Dome of The Rock ในเยรูซาเล็ม, อิสราเอล	32
ภาพที่ 2.19 ตัวอย่างลายเรขาคณิตที่สร้างจากหลักการแบ่งพื้นที่ด้วยเลขฐานสอง	35
ภาพที่ 2.20 ตัวอย่างลายเรขาคณิตที่สร้างจากหลักการแบ่งพื้นที่ด้วยเลขฐานสาม	35
ภาพที่ 2.21 ตัวอย่างลายพรรณพฤกษาที่มีแรงบันดาลใจจากพืชผัก ผลไม้และดอกไม้	37
ภาพที่ 2.22 ตัวอย่างตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ที่ใช้หลักการทางเรขาคณิต	38
ภาพที่ 2.23 ตัวอย่างตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ที่เขียนแบบอิสระ	39

ภาพที่ 2.24 ตัวอย่างตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ที่ออกแบบเป็นภาพสัญลักษณ์	39
ภาพที่ 2.25 ศิลปะอิสลามในสมัยจักรวรรดิอุมัยยะด	40
ภาพที่ 2.26 ศิลปะอิสลามในสมัยมัมลุก	41
ภาพที่ 2.27 ศิลปะอิสลามในสมัยจักรวรรดิออตโตมานและอนาโตเลีย	41
ภาพที่ 2.28 เจริญญาปณัฎจักรวรรดิอุมัยยะด	44
ภาพที่ 2.29 หอเกลียวและปูนปั้นลายพรรณพฤกษาที่เมืองซามาร์รา	44
ภาพที่ 2.30 สุสานของท่านอิสมาอีลที่ 1	45
ภาพที่ 2.31 กระเบื้องสีฟ้าศิลปะยุคเซลจุก	45
ภาพที่ 2.32 ศิลปะเมืองอิซนิก ที่มีลายพรรณพฤกษาสีฟ้า	46
ภาพที่ 2.33 ศิลปะที่มีชื่อเสียงของยุคซาฟาวิ	46
ภาพที่ 2.34 ภาพจิตรกรรมในตำนานกษัตริย์ซาลห์ นามะห์	47
ภาพที่ 2.35 งานแกะสลักหินอ่อนในศิลปะยุคโมกุล	47
ภาพที่ 2.36 งานจิตรกรรมในสมัยกษัตริย์ซาลห์ อาซาน, จักรวรรดิโมกุล	47
ภาพที่ 2.37 ลายไทยที่ใช้ประดับเรือกอลและมีพื้นฐานศิลปะอิสลาม	54
ภาพที่ 2.38 สถาปัตยกรรมไทยและศิลปะไทยที่เป็นส่วนหนึ่งของมัสยิดบางหลวง	54
ภาพที่ 2.39 ศิลปะไทยในเมียร์ร็อบและมิมบร์ที่เป็นส่วนหนึ่งของมัสยิดต้นสน	55
ภาพที่ 2.40 ลายพรรณพฤกษาที่มีเค้าโครงแบบไทย ในมัสยิดกุฎีเจริญพาศน์	55
ภาพที่ 2.41 ลายในซุ้มอิวานที่มีเค้าโครงแบบไทย ในมัสยิดหลวงโกษาอิศihak	55
ภาพที่ 2.42 อาคารมัสยิดต้นสนในอดีต	56
ภาพที่ 2.43 อาคารมัสยิดต้นสนในปัจจุบัน	57
ภาพที่ 2.44 ลายพุดตาน ใบเทศในมัสยิดบางหลวง (กุฎีขาว)	58
ภาพที่ 2.45: ตัวอย่างการใช้เส้นตรงในการสร้างลายเรขาคณิต	64
ภาพที่ 2.46: ตัวอย่างการใช้เส้นโค้งในการสร้างลายพรรณพฤกษา	64
ภาพที่ 2.47: ตัวอย่างการใช้เส้นตรงและเส้นโค้งในการสร้างลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษา และตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ในสถาปัตยกรรมมัสยิด	65
ภาพที่ 2.48: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	67
ภาพที่ 2.49: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	68
ภาพที่ 2.50: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	68
ภาพที่ 2.51: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	68
ภาพที่ 2.52: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวประดิษฐ์แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	68

ภาพที่ 2.53: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	69
ภาพที่ 2.54: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	69
ภาพที่ 2.55: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	69
ภาพที่ 2.56: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	69
ภาพที่ 2.57: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	70
ภาพที่ 2.58: แสดงความสัมพันธ์กันของสีในระบบมันเซลล์	71
ภาพที่ 2.59: ตัวอย่างสีในกลุ่มสีเข้มข้น-แจ่มชัด	72
ภาพที่ 2.60: ตัวอย่างสีในกลุ่มสีสว่างสดใส	73
ภาพที่ 2.61: ตัวอย่างสีในกลุ่มสีหม่น	75
ภาพที่ 2.62: ตัวอย่างสีในกลุ่มสีมืด	77
ภาพที่ 2.63: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการสมดุลแบบเท่ากัน	78
ภาพที่ 2.64: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการสมดุลแบบไม่เท่ากัน	79
ภาพที่ 2.65: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการสมดุลแบบรัศมี	79
ภาพที่ 2.66: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการแตกต่างด้วยขนาด	80
ภาพที่ 2.67: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการแตกต่างด้วยรูปร่าง	80
ภาพที่ 2.68: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการแตกต่างด้วยทิศทาง	80
ภาพที่ 2.69: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการแตกต่างด้วยน้ำหนัก	80
ภาพที่ 2.70: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการซ้ำแบบสม่ำเสมอ	81
ภาพที่ 2.71: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการซ้ำแบบอัตราส่วน	81
ภาพที่ 7.1 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของเอกภาพ	233
ภาพที่ 7.2 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของอบอุ่น	234
ภาพที่ 7.3 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของจริงใจ	234
ภาพที่ 7.4 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของความรู้	235
ภาพที่ 7.5 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของพอเพียง	236
ภาพที่ 7.6 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของสงบ	236
ภาพที่ 7.7 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของระเบียบ	237
ภาพที่ 8.1 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับสถาบันมาตรฐานฮาลาล	243
ภาพที่ 8.2 ชื่อองค์กร ตราสัญลักษณ์และสีหลักของสถาบันมาตรฐานฮาลาล	244
ภาพที่ 8.3 สื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรของสถาบันมาตรฐานฮาลาล	245
ภาพที่ 8.4 ชุมประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ฮาลาลในงานแสดงสินค้า	246

	หน้า
ภาพที่ 8.5 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับมันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาน่า	248
ภาพที่ 8.6 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของ มันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาน่า	249
ภาพที่ 8.7 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของมันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาน่า	250
ภาพที่ 8.8 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับธนาคารมุสลิม	252
ภาพที่ 8.9 ชื่อองค์กร ตราสัญลักษณ์และสีหลักของธนาคารมุสลิม	253
ภาพที่ 8.10 บัตรเครดิตและสมุดเงินฝาก - สื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรของธนาคารมุสลิม..	254
ภาพที่ 8.11 ตู้ ATM - สื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรของธนาคารมุสลิม	255
ภาพที่ 8.12 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับนมเปรี้ยว ตราคินี	257
ภาพที่ 8.13 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของ นมเปรี้ยว ตราคินี	258
ภาพที่ 8.14 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของนมเปรี้ยว ตราคินี	259
ภาพที่ 8.15 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับยาสีฟัน ตราสมาร์ท	261
ภาพที่ 8.16 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของ ยาสีฟัน ตราสมาร์ท	262
ภาพที่ 8.17 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของยาสีฟัน ตราสมาร์ท	263
ภาพที่ 8.18 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตราร้อย	265
ภาพที่ 8.19 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตราร้อย	266
ภาพที่ 8.20 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตราร้อย	267
ภาพที่ 8.21 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์สบู่ ตราน้ำดื่ม	269
ภาพที่ 8.22 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของ ผลิตภัณฑ์สบู่ ตราน้ำดื่ม	270
ภาพที่ 8.23 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของผลิตภัณฑ์สบู่ ตราน้ำดื่ม	271

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1.1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย	8
แผนภูมิที่ 2.1 แสดงการเชื่อมโยงกันของสถาปัตยกรรมมัชยิด ศิลปะอิสลามและเรขาคณิต ..	60
แผนภูมิที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์กันระหว่างความหมายทางศาสนา กับการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ	87
แผนภูมิที่ 3.1 แสดงกิจกรรมการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับคำถามนำการวิจัย	88
แผนภูมิที่ 3.2 แสดงวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์	89



 ศูนย์วิจัยทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คนไทย 63 ล้านคนในปัจจุบัน มีความแตกต่างกันในหลายๆ มิติ เช่น เชื้อชาติ ภาษา ศาสนาและวัฒนธรรม ประมวลร้อยละสิบของคนไทยนับถือศาสนาอิสลาม มีจำนวนเป็นอันดับ 2 รองจากศาสนาพุทธ (สำนักยุทธศาสตร์และประเมินผล, 2551) วิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิมจึงเป็นวัฒนธรรมกระแสรอง ทั้งนี้ ด้วยความมุ่งมั่นในหลักศรัทธา ในหลักปฏิบัติและหลักคุณธรรม ทำให้ชาวไทยมุสลิมใช้ชีวิตอย่างมีความสุข มีสันติ มีระเบียบวินัย ให้อภัย ไม่ประมาท ไม่ฟุ้งเฟ้อลุ่มหลง และอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนกับชาวไทยทุกศาสนา

แนวคิดและการปฏิบัติที่สำคัญมากข้อหนึ่ง ที่อยู่ในหลักการแห่งคุณธรรมของมุสลิม คือ ฮาลาล ซึ่งหมายถึง สิ่งที่ศาสนาอนุมัติ เช่น อนุมัติให้กิน ให้ดื่ม ให้ทำ ให้ใช้สอย การอนุมัติหรือการห้ามสิ่งใดในศาสนาอิสลาม เป็นประกาศิตที่มาจาก อัลลอฮ์ (ช.บ.) มุสลิมทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เพราะมีความเชื่อมั่นศรัทธาว่า โลกนี้มีพระเจ้าองค์เดียว พระเจ้าเป็นผู้สร้างมนุษย์ขึ้นมา สิ่งที่พระเจ้าอนุมัติเป็นสิ่งที่ดีและมีประโยชน์ ฮาลาล เป็นได้ทั้งสิ่งที่กินได้ เช่น อาหาร ยา สมุนไพร และสิ่งที่กินไม่ได้ เช่น เครื่องอุปโภค เสื้อผ้าผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมถึงการบริการต่างๆ เช่น สถาบันการเงิน สปา โรงแรม สถานพยาบาล โรงเรียน กิจการขนส่ง ฯลฯ ดังนั้น ผลิตภัณฑ์หรือบริการใดก็ตาม หากไม่ขัดแย้งกับหลักการในศาสนาอิสลาม ย่อมเป็นฮาลาลได้ทั้งสิ้น

การยึดมั่นในหลักศรัทธา หลักปฏิบัติและหลักคุณธรรม ช่วยให้ผู้มุสลิมดำเนินชีวิตไปอย่างมั่นคง มีสติและมีการเตรียมพร้อมในทุกๆ ด้าน ทำสิ่งที่ถูกต้องโดยไม่ต้องมีผู้ตรวจสอบและไม่ตั้งตนเป็นผู้ตัดสินคนอื่น เป็นการรับผิดชอบต่อสังคมโดยเริ่มต้นที่ตนเองก่อน ตามปรัชญาแนวคิดที่ว่า ทำดีตามแนวทางของอิสลาม เพื่อความสุขที่ยั่งยืนในโลกหน้า ความคาดหวังสูงสุดของมุสลิม คือ เป็นที่โปรดปรานของพระเจ้า (จรัล มะลูลีม, 2550) ดังนั้น มุสลิมจึงมีวิถีชีวิตที่เรียบง่าย ตัดสิ่งที่ไม่จำเป็นออกไป เพื่อให้ไม่ลุ่มหลงไปกับกิเลส ไม่หลงไหลในภาพมายาลวงตา

ปัญหาของการวิจัย

ฮาลาลเป็นเรื่องใหม่สำหรับคนไทย แต่ก็ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางจากสังคมและมีสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ฮาลาลวางจำหน่ายอย่างแพร่หลาย ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าสำหรับบริโภคที่มีภาพลักษณ์แบบผลิตภัณฑ์ทั่วไป และจะแสดงความเป็นฮาลาลโดยใช้เครื่องหมายตราฮาลาลเป็นสัญลักษณ์บ่งชี้เพียงอย่างเดียว ซึ่งยังไม่ได้แสดงภาพลักษณ์ของอิสลามอย่างชัดเจน ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ มีสมมุติฐานว่า รูปแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลควรมีบุคลิกภาพแบบอิสลาม ตามที่ Titus Burckhardt (2009: 43) ในหนังสือ Art of Islam ได้อธิบายถึงศิลปะที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลามว่า มักจะประกอบด้วยลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์

โดยทั่วไปแล้ว รูปแบบทางศิลปกรรมจะถูกแสดงออกมาด้วยองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ เช่น จุด เส้น สีและพื้นผิว ที่จัดวางในลักษณะต่างๆ จนทำให้เกิดความรู้สึกและความหมายที่หลากหลายต่อผู้ชม องค์ประกอบทางทัศนศิลป์เหล่านี้ เมื่อนำไปใช้ในงานออกแบบ 2 มิติ ก็จะเรียกว่า องค์ประกอบทางเรขศิลป์ และอาจกล่าวได้ว่า รูปแบบทางศิลปกรรมมักจะเชื่อมโยงกับกระบวนการออกแบบทุกประเภท ดังนั้น เรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม จึงควรมีรูปแบบที่ประกอบด้วยลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ อย่างหนึ่งอย่างใดหรือทั้งหมด

เพื่อให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยมีรูปแบบอย่างไร และมีการใช้ องค์ประกอบทางเรขศิลป์อย่างไร ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจผลิตภัณฑ์ฮาลาลในท้องตลาดและจากข้อมูลผลิตภัณฑ์ฮาลาลประมาณ 200 ตัวอย่าง ในหนังสือรายนามผู้ประกอบการฮาลาลในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2551-2552 ของสถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทยและใน HAL-Q Directory 2009 ของ The Halal Science Center พบว่า บรรพบุรุษของผลิตภัณฑ์ฮาลาลส่วนใหญ่ไม่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม เนื่องจากไม่มีการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่ทำให้เกิดบุคลิกภาพแบบอิสลาม ส่วนผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม จะปรากฏอยู่ในสินค้าบางประเภท เช่น สินค้าสำหรับบริโภค พบในผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป 1 ตัวอย่าง สินค้าสำหรับอุปโภค พบในผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัย 1 ตัวอย่างและสินค้าประเภทบริการ พบในธุรกิจธนาคาร 1 ตัวอย่าง ตามที่ปรากฏในตารางที่ 1.1

ประเภทของผลิตภัณฑ์ฮาลาล		ผลการสำรวจ	
		มี บุคลิกภาพแบบอิสลาม	ไม่มี บุคลิกภาพแบบอิสลาม
สินค้าบริโภค	ผลิตภัณฑ์อาหารสด		✓
	ผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็ง		✓
	ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป	✓	
	ผลิตภัณฑ์ผักและผลไม้		✓
	ผลิตภัณฑ์แป้ง น้ำตาลและวัตถุดิบ		✓
	ผลิตภัณฑ์ปรุงแต่งอาหาร		✓
	ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่ม		✓
	ผลิตภัณฑ์ขนมและอาหารว่าง		✓
สินค้าอุปโภค	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขอนามัย	✓	
	เวชภัณฑ์ สมุนไพร		✓
	ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง		✓
การบริการ	ธุรกิจธนาคาร	✓	
	ธุรกิจร้านอาหาร		✓
	ธุรกิจโรงแรมที่พัก สปา		✓

ตารางที่ 1.1 แสดงผลการสำรวจรูปแบบของเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล
ที่มา: จากการสำรวจและวิเคราะห์โดยผู้วิจัย

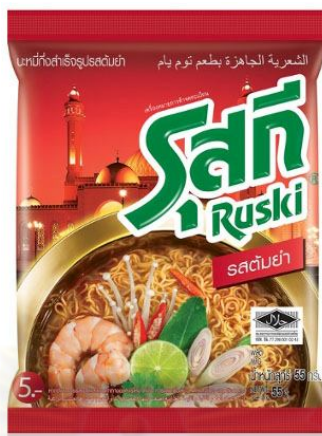
ทำเนียบ แสงเงิน นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมมุสลิม (สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2553) ได้ให้ข้อคิดว่า อาจมีสาเหตุมาจากหลักการของศาสนาอิสลาม ที่ให้ความสนใจในกระบวนการผลิตที่ถูกต้อมากกว่าที่จะเน้นเรื่องภาพลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ฮาลาล รวมทั้งจำนวนประชากรมุสลิมในประเทศไทยมีไม่มาก จึงไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค ทำให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ฮาลาลในระดับอุตสาหกรรม ซึ่งส่วนมากไม่ได้นับถือศาสนาอิสลาม อาจมองข้ามอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมอิสลาม แต่ปัญหานี้ไม่น่าจะเกิดขึ้นกับประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามเป็นหลัก ซึ่งมีวัฒนธรรมที่บ่งบอกอัตลักษณ์ของตนอยู่ก่อนแล้ว จึงไม่ต้องใส่ความเป็นอิสลามเพิ่มเติม



ภาพที่ 1.1 บรรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลประเภทอุปโภคที่มีมุคลิกแบบอิสลาม
ที่มา: Halal insight, Issue 05 July-September 2008

ในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีความหลากหลายมากขึ้นในด้านอายุ เพศ อาชีพ ชนชั้นทางสังคม รูปแบบชีวิต วัฒนธรรมและศาสนา ผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มย่อมมีความต้องการที่แตกต่างกัน จึงเกิดการทำการตลาดเฉพาะกลุ่มกันมากขึ้น ตลาดผู้บริโภคกลุ่มมุสลิมในยุคโลกาภิวัตน์ก็เช่นเดียวกับตลาดกลุ่มอื่นๆ คือ นอกจากจะต้องการผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ถูกต้องตามหลักศาสนาแล้ว ยังต้องการสิ่งตอบสนองทางจิตใจ ต้องการให้ผู้อื่นมองเห็นความสำคัญของตน ต้องการการยอมรับจากสังคมรอบตัว

แนวคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ทำให้เกิดการแบ่งส่วนทางการตลาดและการวางตำแหน่งสินค้าสำหรับผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ที่ใช้หลักการทางประชากรศาสตร์ ศาสนาและรูปแบบการดำเนินชีวิต (Shiffman and Kanuk, 2000) และในปัจจุบันการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามได้รับความสนใจมากขึ้น เช่น เรื่องอัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ของชาวไทยมุสลิม เรื่องรูปแบบมัสยิดในพื้นที่ไทย เรื่องรูปแบบการดำเนินชีวิตของชาวไทยมุสลิม เรื่องการพัฒนาอาหารฮาลาล เป็นต้น แต่ยังไม่พบการวิจัยเกี่ยวกับศิลปะหรือการออกแบบในประเทศไทยที่เชื่อมโยงกับศาสนาอิสลาม



ภาพที่ 1.2 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลประเภทบรี โภคที่มีบุคลิกแบบอิสลาม
ที่มา: www.mama.co.th/products_dom_cate_pack.php

จากปัญหาข้างต้น ทำให้เห็นประเด็นในงานออกแบบเรขศิลป์ที่เกี่ยวข้องกับมุสลิมว่า ในประเทศไทยยังไม่มี การเผยแพร่แนวคิดและรูปแบบเฉพาะตัวที่เด่นชัด สำหรับใช้ในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อรองรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลโดยตรง ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ มีความสนใจที่จะสร้างบุคลิกภาพที่ชัดเจน ให้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ฮาลาล โดยใช้แนวคิด (Concept) และใช้อองค์ประกอบทางเรขศิลป์ (Graphic Elements) เป็นตัวนำเสนอรูปแบบที่เป็นอิสลาม ทำให้เกิดความคิดที่จะวิเคราะห์แนวคิดและรูปแบบศิลปะอิสลาม ให้เกิดเป็นรูปธรรมทางทัศนศาสตร์ (Visual Communication) เพื่อใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design) ให้มีบุคลิกภาพที่บ่งบอกถึงความเป็นอิสลามให้กับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล



ธนาคารอิสลาม
แห่งประเทศไทย

ISLAMIC BANK OF THAILAND • البنك الإسلامي بـتـايلانـد

ภาพที่ 1.3 สื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลประเภทบริการที่มีบุคลิกแบบอิสลาม
ที่มา: www.ibank.co.th

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบเรขศิลป์ที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบในการออกแบบเรขศิลป์ที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม
3. เพื่อหารูปแบบมาตรฐานที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ

ฮาลาลในประเทศไทย

คำถามนำการวิจัย

1. หลักการของศาสนาอิสลามสัมพันธ์กับแนวคิดของการออกแบบ อย่างไร
2. ความเป็นชาวไทยมุสลิมสัมพันธ์กับรูปแบบของการออกแบบ อย่างไร
3. เรขศิลป์ที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย

ควรจะมีลักษณะอย่างไร

ขอบเขตของการวิจัย

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จะศึกษาแนวคิดตามหลักการของอิสลาม แนวคิดของชาวไทยมุสลิม รูปแบบของศิลปะอิสลามที่ปรากฏในประวัติศาสตร์ของชนชาติที่นับถือศาสนาอิสลาม เพื่อศึกษาความเชื่อมโยงของแนวคิดเหล่านี้กับศิลปะอิสลามในประเทศไทย ที่มีอิทธิพลต่อการออกแบบงานเรขศิลป์ที่มีบุคลิกภาพที่บ่งบอกถึงความเป็นอิสลาม ให้กับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย ใช้วิธีเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้ทางประวัติศาสตร์อิสลามและสำรวจความคิดเห็นของชาวไทยมุสลิมและนักออกแบบ เป็นการคาดการณ์เกี่ยวกับรูปลักษณะของงานเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย อันได้แก่ สินค้าสำหรับอุปโภค สินค้าสำหรับบริโภคและบริการ ซึ่งยังไม่มีปรากฏเป็นทางการ แต่จะศึกษาเทียบเคียงได้จากประวัติศาสตร์อิสลามและรูปแบบศิลปะของชนชาติที่นับถือศาสนาอิสลาม

กรอบแนวความคิด

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ มีจุดมุ่งหมายที่จะค้นหาคณะวนการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม แต่ยังไม่มิตัวอย่างผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มี

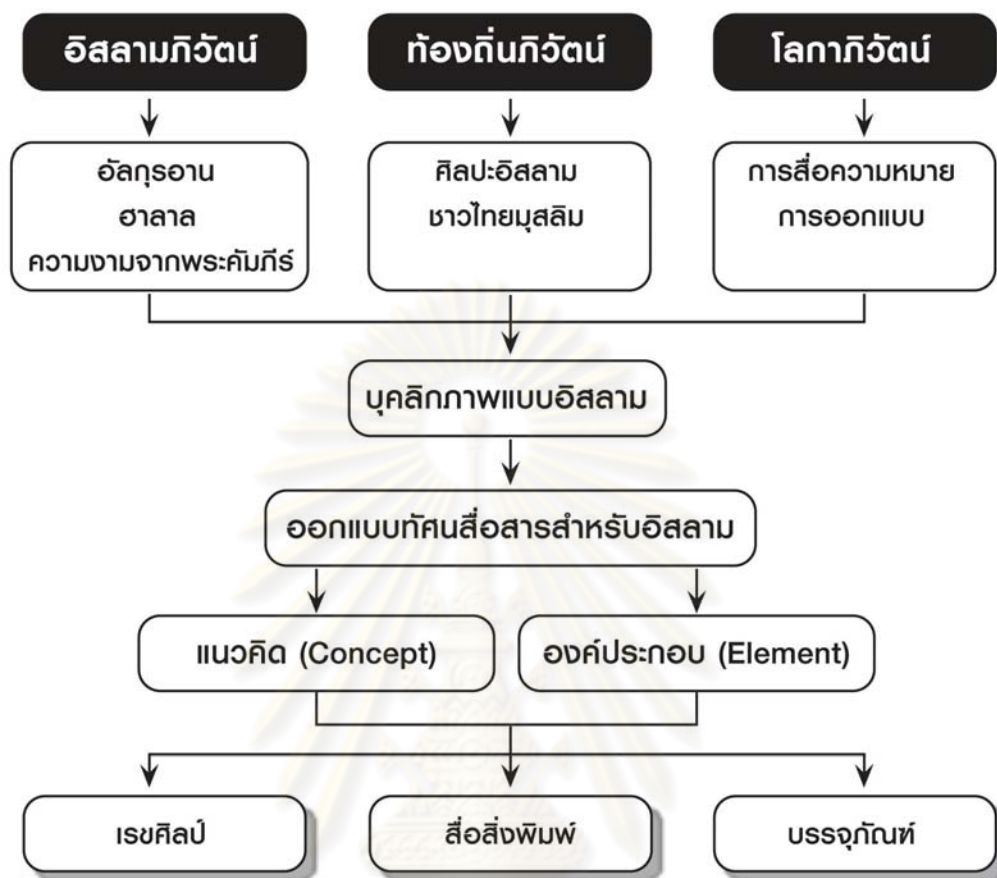
บุคลิกภาพดังกล่าวให้เก็บข้อมูลสำรวจ จึงใช้วิธีสังเคราะห์องค์ความรู้จากแนวคิดทางศาสนาและรูปแบบศิลปะอิสลามผ่านทฤษฎีการออกแบบและความคิดเห็นของชาวไทยมุสลิม ด้วยความมุ่งหวังว่า แนวคิดที่ใช้จะช่วยให้ได้ผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ได้ผลงานออกแบบที่ไม่ขัดต่อหลักการของศาสนา เป็นที่ยอมรับได้ในระดับท้องถิ่น และสามารถสื่อสารได้ในระดับสากล กรอบแนวความคิดที่จะใช้เป็นหลักมีดังนี้

1. อิสลามิกวัตน์ (Islamization) ที่เกี่ยวข้องกับหลักการของอิสลาม ฮาลาลและสุนทรียภาพที่สะท้อนมาจากศาสนา ถึงแม้ว่าศาสนาจะไม่ได้เป็นตัวกำหนดรูปแบบศิลปะโดยตรง แต่ก็ยังเป็นหลักยึดเหนี่ยวในการดำเนินชีวิตประจำวัน จนกลายเป็นวัฒนธรรม ซึ่งในวัฒนธรรมจะมีหลักการและแนวคิดซ่อนอยู่

2. โลกาวัตน์ (Globalization) ที่เกี่ยวข้องกับ การสื่อความหมายและการออกแบบที่เป็นสากล ในกระบวนการสื่อสารที่ใช้หลักการฟัง พูด อ่าน เขียน มีภาษาภาพเป็นภาษาสากลที่สามารถเข้าใจได้เร็วที่สุดแม้จะอ่านหนังสือไม่ออก การสื่อสารด้วยภาพจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับงานเรขาคณิตศิลป์

3. ท้องถิ่นวัตน์ (Localization) ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะอิสลาม แนวคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ความแตกต่างกันของชาติพันธุ์ อันได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา ภูมิภาค ทำให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะตัว เกิดรูปแบบศิลปะ รูปแบบวัฒนธรรมและรูปแบบชีวิต

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภูมิที่ 1.1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ตอบโจทย์การวิจัย จึงต้องกำหนดกระบวนการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วย วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จะใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวไทยมุสลิมในกรุงเทพฯ เริ่มจากการศึกษาและวิเคราะห์ศิลปะอิสลามดั้งเดิม ศิลปะของชนชาติที่นับถือศาสนาอิสลาม เพื่อนำไปตั้งคำถามสำหรับเก็บข้อมูลเชิงสำรวจ โดยใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านศิลปะ วัฒนธรรมอิสลาม จากนั้น จะใช้แบบสอบถามกับมุสลิมที่กลุ่มเป้าหมายและกลุ่มนักออกแบบ เพื่อหาแนวคิดและรูปแบบสำหรับการออกแบบที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม โดยจะกำหนดกิจกรรมการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. วิเคราะห์แนวคิดและรูปแบบของศิลปะอิสลาม และงานออกแบบที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทเอกสาร ได้แก่ หนังสือและตำราประวัติศาสตร์ศิลปะอิสลาม

2. สืบค้นแนวคิดและรูปแบบที่เชื่อมโยงกับการออกแบบที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลประเภทบุคคล ได้แก่ ชาวไทยมุสลิมและนักออกแบบ

3. ประยุกต์ใช้ความรู้ที่ได้ผ่านทฤษฎีการออกแบบ เพื่อให้ได้งานออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวคิดและรูปแบบสำหรับการออกแบบที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม
2. ได้แนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ให้มีบุคลิกภาพที่บ่งบอกถึงความเป็นอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย
3. เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการทางด้านอิสลาม เป็นประโยชน์ต่อชาวไทยมุสลิมและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย

นิยามคำศัพท์

อิสลาม (Islam)	หมายถึง ศาสนา แนวคิดและวิถีชีวิตแบบอิสลาม
ศิลปะอิสลาม (Islamic Art)	หมายถึง ศิลปะที่ถูกสร้างขึ้นโดยมุสลิมภายใต้แนวคิดแบบอิสลาม
ผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล (Halal)	หมายถึง ผลิตภัณฑ์และบริการที่มุสลิมใช้ได้ อย่างถูกต้องตามหลักการในศาสนาอิสลาม
อิหม่าม	หมายถึง ผู้นำทางศาสนาประจำมัสยิด
คอเต็บ	หมายถึง ผู้นำในการละหมาดและเทศนา
บิหลั่น	หมายถึง ผู้ป่าวประกาศเมื่อได้เวลาละหมาด
การสื่อสารอัตลักษณ์ (Identity Communication)	หมายถึง การสื่อสารที่สามารถแสดงให้เห็นภาพลักษณ์ที่โดดเด่น

ทัศนศาสตร์ (Visual Communication)	หมายถึง การสื่อสารที่สามารถแสดงให้เห็นเป็นภาพ
ออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design)	หมายถึง สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเพื่อสภาพแวดล้อม และสื่อเอกลักษณ์องค์กร
สื่อสิ่งพิมพ์ (Publication)	หมายถึง ตำรา หนังสือ นิตยสาร ไปสเตอร์
สื่ออัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)	หมายถึง สื่อหลากหลายชนิด ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์องค์กร หน่วยงานหรือบริษัท
เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ (Packaging Surface)	หมายถึง การออกแบบลวดลายหรือภาพที่จะพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ โดยใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์เป็นหลักในการสื่อ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในวิทยานิพนธ์เรื่อง “การสร้างมาตรฐานวิชาชีพที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล” มีหลักการอยู่บนแนวคิด 3 แนวคิด คือ แนวคิดอิสลามิกวัตน์ อันได้แก่ หลักการของศาสนาอิสลาม คัมภีร์อัลกุรอาน ศาสนาอิสลามในประเทศไทย หลักการของฮาลาล และสุนทรียภาพจากศาสนาที่นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน แนวคิดท้องถิ่นวัตน์ อันได้แก่ ศิลปะอิสลามตามยุคสมัยของจักรวรรดิอิสลาม โครงสร้างและองค์ประกอบของศิลปะอิสลาม ความเป็นไทยในศิลปะอิสลามและในตัวตนของมุสลิม รูปแบบชีวิตและทัศนคติของชาวไทยมุสลิม มุสลิมในบทบาทของผู้บริโภค และแนวคิดโลกาวัตน์ อันได้แก่ องค์ประกอบและการสื่อความหมายในการออกแบบ การรับรู้และหลักการสำหรับการออกแบบ ข้อมูลในบทนี้ ได้มาจากการศึกษาเอกสาร หนังสือที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ การบอกเล่าของผู้รู้ผสมผสานกับผลการวิจัยในเรื่องที่เกี่ยวข้อง

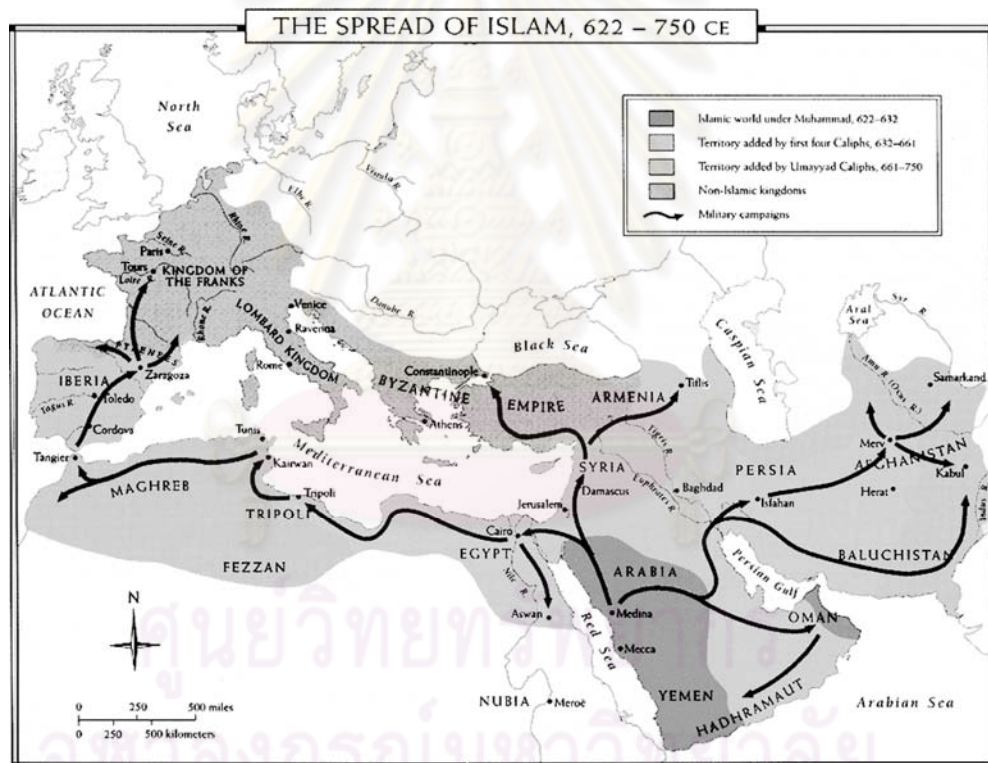
1. แนวคิดอิสลามิกวัตน์

ในแนวคิดที่เกี่ยวกับอิสลามิกวัตน์สำหรับวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จะให้ความสำคัญกับอิสลามศึกษา ที่มีเนื้อหาทางศาสนวิทยา ความจริงทางศาสนา ซึ่งมีอิทธิพลต่อความเชื่อ ความศรัทธา ที่นำไปสู่การปฏิบัติสืบต่อมาจนถึงปัจจุบัน อิสลามิกวัตน์เป็นแนวคิดที่แสดงเอกภาพของศาสนาอิสลาม เพราะมุสลิมทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นชนชาติใดหรืออยู่ในภูมิภาคใด จะมีแนวคิดและหลักปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกัน ในส่วนนี้จะประกอบด้วย หลักการของศาสนา หลักการของฮาลาล และสุนทรียภาพจากศาสนา ซึ่งเป็นหัวใจของศาสนาที่มุสลิมทุกคนจะยอมรับนับถือ มอบกายใจให้แก่พระเจ้า

1.1 ศาสนาอิสลาม

แนวคิดในศาสนาอิสลาม เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กำหนดขึ้นโดย อัลลอฮ์ (ช.บ.) (ช.บ. หรือ ซุบ มาจาก ซุบฮานาฮูวตะอาลา แปลว่า มหาบริสุทธิ์และความสูงส่งยิ่งแก่พระองค์ - เป็นคำสรรคิภาษาอาหรับ เมื่อมุสลิมเอ่ยพระนามของอัลลอฮ์ จะกล่าวคำสรรคิด้วยเสมอ) ซึ่งเป็นผู้สร้างสรรค์สรรพสิ่งรวมทั้งโลกและมนุษย์ เริ่มเผยแพร่ครั้งแรกในปี ค.ศ. 610 โดยศาสดา มุฮัมมัด (ช.ล.) (ช.ล. หรือ ค็อด มาจาก ค็อดลัลลอฮ์อะลัยฮิวะซัลลัมแปลว่า ขอความเจริญและความสันติสุข

จงประสบแต่ท่าน - เป็นคำขอพรภาษาอาหรับ เมื่อมุสลิมเอ่ยนามของท่านศาสดา จะกล่าวคำขอพรด้วยเสมอ) ศาสนาพุทธองค์สุดท้ายที่อัลลอฮ์ส่งมายังโลกมนุษย์ ณ นครมักกะฮ์ในคาบสมุทรอาระเบีย ปัจจุบันคือที่ตั้งของประเทศซาอุดีอาระเบีย เช่นเดียวกันกับศาสนาใดๆ ในโลก แนวคิดอิสลามก็คือหลักปรัชญาในการทำให้ชีวิตมีความสุข ด้วยความมุ่งมั่นศรัทธา ไม่ฟังเพื่อลุ่มหลง ถือสันติให้อภัย มีระเบียบวินัยและไม่ประมาท คำว่า อิสลาม แปลว่า การยอมจำนน การปฏิบัติตาม การนอบน้อม เชื่อฟังและสันติภาพ เป็นศาสนาแห่งการยอม นอบน้อมต่อพระเจ้า โดยยึดถือหลักการในคัมภีร์ อัลกุรอาน ซึ่งเป็นคัมภีร์ที่รวบรวมวจนะของอัลลอฮ์ (ซ.บ.) ที่ประทานแก่มุฮัมมัด โดยผ่านทางศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.) และบันทึก อัลฮะดีษ ซึ่งเป็นบันทึกคำพูด การประพฤติ ปฏิบัติ จริยวัตร วิถีชีวิตของศาสดามุฮัมมัด (ซ.ล.) และบรรดาสาวกของท่าน เป็นแนวทางในการดำรงชีวิต



ภาพที่ 2.1 แผนที่แสดงจักรวรรดิอิสลาม ช่วง ค.ศ. 622 ถึง 750

ที่มา: <http://www.wall-maps.com/Classroom/Atlas/World-History-Atlas.asp>

อัลกุรอาน เปรียบเสมือนคลังแห่งปรัชญา ที่ให้ความสำคัญกับความจริงสูงสุด โดยที่ความจริงสูงสุดในปรัชญาอิสลาม คือ อัลลอฮ์ (ซ.บ.) และคุณสมบัติของพระองค์ ซึ่งปรากฏในพระนาม

ทั้ง 99 ของพระองค์ ที่เป็นสัญลักษณ์ของความจริง ความดีและความงาม (อิมรอน มะลูลิม, กิติมา อมรทัตและจรัญ มะลูลิม, ปรัชญาอิสลาม ฉบับสมบูรณ์, 2550) ซึ่งประกอบด้วย ความจริง ความดี และความงาม มีคำสอนให้มุสลิมดำรงชีวิตโดยใช้เหตุผล จาริตและวิสัยทัศน์ ซึ่งได้แก่ อักล์ (*Aql*) คือ เหตุผล (ความดี) นากล์ (*Naql*) คือ จาริต (ความงาม) และกะซฟ์ (*Kashf*) คือ ความลึกซึ้งที่เปิดเผยแล้ว (ความจริง) ที่เป็นดั่งเชือกสามเส้นที่ถักทอประสานกันอย่างมั่นคง เป็นเส้นทางแห่งสรรพสิ่ง

คัมภีร์อัลกุรอาน มีเนื้อหา 114 บท (ซูเราะฮ์) แต่ละบทจะแบ่งเป็นวรรคหรือตอน (อายะฮ์) รวมทั้งหมด 6,236 วรรค โดยเนื้อหาจะเกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ 3 หมวด คือ หมวดที่เกี่ยวกับศรัทธา ต่ออัลลอฮ์ (ซ.บ.) หมวดที่เกี่ยวกับพงสาวดารของอิสลามและคำพยากรณ์อนาคต และหมวดที่เกี่ยวกับนิติบัญญัติสำหรับชีวิตประจำวัน ดังนั้น อิสลามจึงเป็นแนวทางที่ถูกนำไปใช้กับการดำรงชีวิตในทุกด้านโดยไม่แยกอายุ เพศ เผ่าพันธุ์ วรรณะ ฐานันดร เช่น ชาวมุสลิมมีสิทธิเท่าเทียมกันทุกคน การบริจาคและการสังคมสงเคราะห์เป็นกิจที่ต้องทำ การไม่เอาเปรียบในการดำเนินธุรกิจ ความสะอาดและมีสุขลักษณะที่ถูกต้อง การมีสัจจะ มีสมาธิ ออกกำลังกาย ออกทนต่อปัญหา



ภาพที่ 2.2 คัมภีร์อัลกุรอาน

ที่มา: <http://www.islammore.com/main/content.php>

อิสลามประกอบขึ้นด้วยองค์ประกอบ 5 ส่วน คือ อัล อิสลาม (ศาสนาอิสลาม), อัลลอฮ์ (ซ.บ.) (พระเจ้าของอิสลาม), นบี มุฮัมมัด (ซ.ล.) (ศาสนทูต), อัลกุรอาน (คัมภีร์ของศาสนาอิสลาม), และมุสลิม (ผู้นับถือศาสนาอิสลาม) ศาสนาอิสลามมีหลักการที่สำคัญอยู่ 3 หมวด

หมวดที่ 1 เป็นหลักการแห่งศรัทธา (*Iman*) คือ ศรัทธาต่ออัลลอฮ์ (ซ.บ.) ศรัทธาต่อทูตสวรรค์ ศรัทธาต่อคัมภีร์ ศรัทธาต่อบรรดาศาสดา ศรัทธาต่อข้อกำหนดศกาวาการณ์โดยพระเจ้าและศรัทธาต่อวันพิพากษา

หมวดที่ 2 เป็นหลักการแห่งการปฏิบัติ (*Ibadat*) คือ การกล่าวปฏิญาณตน การละหมาด การบริจาค การถือศีลอดและการประกอบพิธีฮัจญ์

หมวดที่ 3 เป็นหลักการแห่งจริยธรรม (*Ishan*) ที่เป็นพื้นฐานของครอบครัว สังคมและส่วนรวม คือ ให้มีคุณธรรม ซื่อสัตย์ บริสุทธิ์จิตใจ ปราศจากความโลภ โกรธ หลง ไม่มัวเมาในกิเลส เช่น การปฏิบัติตามหลักฮาลาล



ภาพที่ 2.3 กะอ์บะฮ์ในมัสยิดอัลฮะรออม นครมักกะฮ์ศูนย์กลางการประกอบพิธีฮัจญ์
ที่มา: <http://ryehanandsyefan.spaces.live.com/default.aspx>

1.2 ศาสนาอิสลามในประเทศไทย

ศาสนาอิสลามแพร่เข้ามาในประเทศไทยโดยมุสลิมหลายๆ เชื้อชาติ ตั้งแต่สมัยสุโขทัย มีหลักฐานจากหลายๆ แหล่ง ที่ทำให้สามารถประมาณการช่วงเวลาเหล่านั้นได้ เช่น ในศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหง หลักที่ 1 ด้านที่ 3 บรรทัดที่ 1-2 มีคำว่า ปสาน ที่มาจากคำว่า บาซาร์ (Bazar) แปลว่า ตลาด (ดิเรก กุลศิริสวัสดิ์, ความสัมพันธ์ของมุสลิมทางประวัติศาสตร์และวรรณคดีไทย, 2545) ที่มีภาษาเปอร์เซียปรากฏอยู่ มีการพบเครื่องปั้นดินเผาสังคโลกของสุโขทัยในประเทศที่นับถือศาสนาอิสลาม ที่ประเทศอินโดนีเซีย อิหร่านและในแอฟริกา (คิกฤทธิ์ ปราโมช, ปาฐกถาของคิกฤทธิ์, 2503) ในสมัยอยุธยา มีชาวเปอร์เซียเข้ามาตั้งถิ่นฐานทำการค้าและรับราชการ โดยเฉพาะในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช ที่มีสัมพันธ์ไมตรีกับราชวงศ์ซาฟาวิยะฮ์อันทรงอิทธิพลของเปอร์เซีย ต่อมาในสมัยธนบุรีและรัตนโกสินทร์ มีมุสลิมจากหลายเชื้อชาติเข้ามาตั้งถิ่นฐานมากขึ้น ที่เห็นได้ชัดเจน คือ มุสลิมจากมลายู ในสมัยรัตนโกสินทร์ ประเทศมาเลเซียมีชื่อว่า มลายูและมีพื้นที่บางส่วนเป็นส่วนหนึ่งของประเทศไทย คนมลายูส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งได้รับอิทธิพลทางศาสนาจากอินโดนีเซีย อินเดียและอิหร่าน รวมทั้ง ชาวไทยพื้นเมืองบางส่วนที่เป็นชาวพุทธและศาสนาอื่นๆ ก็ได้หันไปรับศาสนาอิสลามเพิ่มขึ้น

ต่อมา พระมหากษัตริย์ทรงโปรดให้มีตำแหน่ง “พระยาจุฬาราชมนตรี” ในการดูแลชาวต่างชาติจากประเทศทางตะวันตกของไทยที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทย ที่เรียกรวมกันว่า “แขก” รวมถึงให้ดูแลหน่วยงานที่ติดต่อทำการค้ากับประเทศดังกล่าวด้วย ในสมัยนั้นจะรู้จักกันในฐานะของ “กรมท่าขวา” ที่เป็นหน่วยงานด้านการค้าและติดต่อกับชาวต่างชาติ อยู่ในสังกัดกรมพระคลัง มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการค้า การเดินเรือพาณิชย์และการต่างประเทศ (จุฬิศพงศ จุฬารัตน์, ชุนนางกรมท่าขวา การศึกษาบทบาทและหน้าที่ในสมัยอยุธยาถึงสมัยรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2153-2435, 2546) ซึ่งเป็นกลุ่มชุนนางเชื้อสายเปอร์เซียที่ดูแลการค้าดังกล่าว มุสลิมเปอร์เซียจึงมีโอกาสและบทบาทสำคัญทางการเมืองและสังคมมากกว่ามุสลิมเชื้อชาติอื่นๆ (จุฬิศพงศ จุฬารัตน์, 2546: 262-336) ในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของประเทศ ทำให้มีมุสลิมเชื้อสายอินเดีย ชาว อาหรับ จาม เข้ามาสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์สายชุนนี้ร่วมกับมุสลิมที่มีอยู่ก่อนแล้ว ในฐานะผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า ในท่ามกลางความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มุสลิมทุกชาติยังสามารถรักษาอัตลักษณ์ของตน โดยผสมกลมกลืนไปกับวิถีท้องถิ่นและหลักการแห่งอิสลามอย่างสมดุล



ภาพที่ 2.4 พระยาจุฬาราชมนตรี (สิน อหะหมัดจุฬา) ในรัชกาลที่ 5

ที่มา: <http://www.siamic.com/siamicpedia/index.php>

ในปี พ.ศ. 2488 มีการออกพระราชกฤษฎีกา ว่าด้วยการศาสนูปถัมภ์ฝ่ายอิสลาม ตำแหน่ง จุฬาราชมนตรีจึงมีฐานะเป็นข้าราชการประจำ และต่อมาในปี พ.ศ. 2540 ตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรอิสลาม ได้กำหนดฐานะของจุฬาราชมนตรีไว้ในมาตรา 6 ว่า พระมหากษัตริย์ทรงแต่งตั้งจุฬาราชมนตรีคนหนึ่ง “เพื่อเป็นผู้นำกิจการศาสนาอิสลามในประเทศไทย” และตามพระราชบัญญัติการบริหารองค์กรอิสลาม ในปี พ.ศ. 2540 ก็ได้กำหนดให้มีกรรมการคณะหนึ่ง เรียกว่า “คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย” ประกอบด้วย จุฬาราชมนตรีเป็นประธาน คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด จังหวัดละ 1 คนและกรรมการอีก 1 ใน 3 ของจำนวนผู้แทน กรรมการอิสลามประจำจังหวัด ซึ่งคัดเลือกโดยจุฬาราชมนตรี เป็นกรรมการ

คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย มีหน้าที่หลักในการให้คำปรึกษาแก่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทยและกระทรวงศึกษาธิการ และออกระเบียบการดำเนินงาน ควบคุมดูแลการบริหารงานของคณะกรรมการอิสลามประจำมัสยิด หน่วยย่อยลงไปจาก คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย คือ คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัด ย่อยลงไปอีก คือ คณะกรรมการอิสลามประจำมัสยิด มีหน้าที่ให้คำปรึกษาและเสนอความเห็นที่เกี่ยวกับศาสนา อิสลามต่อผู้ว่าราชการจังหวัด สุดท้าย คือ มัสยิด โดยมีอิหม่าม เป็นผู้นำทางศาสนาประจำมัสยิด และชุมชน ถัดมา คือ คอเต็บ เป็นผู้นำในการละหมาดและเทศนา และบิหลั่น เป็นผู้ป่าวประกาศเมื่อ ได้เวลาละหมาดประจำมัสยิด ผู้นำองค์กรและคณะกรรมการเหล่านี้ มีหน้าที่ทำนุบำรุงและเผยแพร่วิทยา ศาสนาอิสลามให้ถูกต้องตามหลักการและแนวคิดแห่งอิสลาม โดยมีความผูกพันกับวิถีชีวิตของคน ในท้องถิ่น

1.3 ฮาลาล

เมื่อศาสนาอิสลามเกิดขึ้นบนโลก หลักการฮาลาลก็เริ่มต้นขึ้นเพื่อเป็นหลักปฏิบัติและ มาตรการทางกฎหมายในการบ่งชี้สิ่งที่ถูกต้อง สิ่งที่ไม่ควรกระทำ (ฮาลาล) และสิ่งที่ผิดหลักการ สิ่ง ที่ห้ามกระทำ (ฮะรออม) ฮาลาลอยู่บนพื้นฐานของความยุติธรรม ไม่หลงเชื่อเรื่องผิๆ หรือปฏิบัติตาม แบบสุดโต่ง ดังที่ อัลลอฮ์ (ซ.บ.) ได้กล่าวไว้ว่า “มุสลิมเป็นประชาชาติสายกลาง” (บรรจง บินกาชัน, 2547: 31) โดยธรรมชาติสรรพสิ่งทั้งหลายในโลก ล้วนแต่เป็นประโยชน์ต่อมนุษย์ทั้งสิ้น ไม่มีความ จำเป็นที่จะต้องออกกฎหมายห้าม แต่มีบางสิ่งบางอย่างที่ต้องห้าม ก็เพราะความไม่เข้มแข็งของจิตใจ มนุษย์ที่อาจจะทำสิ่งที่เป็นอันตราย ทำสิ่งที่ไม่บริสุทธิ์

นอกจากเป็นสิ่งที่ถูกต้องแล้ว ฮาลาลยังแสดงความพอเพียง อยู่บนพื้นฐานของความ จำเป็น ฮาลาลปรากฏอยู่ในปัจจัยสี่ของมนุษย์ อยู่ในชีวิตประจำวันของมุสลิม มีเจตนาเพื่อให้ผู้ ปฏิบัติมีความสุขในชีวิต ซึ่งเปรียบได้กับรางวัลที่พระเจ้าประทานมาให้ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม เสื้อผ้าและเครื่องประดับ การทำงานเลี้ยงชีพ การทำธุรกิจ การใช้ชีวิตประจำวัน การจัดการภายใน

บ้าน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลทั้งที่เป็นมุสลิมและไม่ใช่มุสลิม การวางตัวในสังคม ความเชื่อทางศาสนาและกิจกรรมตามประเพณี

คำว่า “ฮาลาล” เป็นคำภาษาอาหรับมีความหมายทั่วไปว่า อนุมัติ เมื่อนำมาใช้ในทางศาสนา จะมีความหมายว่า สิ่งที่ศาสนานอนุมัติ เช่น อนุมัติให้กิน อนุมัติให้ดื่ม อนุมัติให้ทำ อนุมัติให้ใช้สอย เป็นคำที่มีความหมายตรงข้ามกับคำว่า “ฮะรอม” ที่มีความหมายทั่วไปว่า ห้าม และเมื่อนำมาใช้ในทางศาสนาจะมีความหมายว่า สิ่งที่ศาสนาห้าม

การอนุมัติสิ่งใดหรือการห้ามสิ่งใดในศาสนาอิสลาม เป็นประกาศิตที่มาจาก อัลลอฮ์ (ช.บ.) และมาจากศาสนทูตของพระองค์เท่านั้น ถือเป็นหลักสำคัญที่มุสลิมทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยไม่ต้องค้นหาเหตุผลการอนุมัติหรือเหตุผลการห้ามแต่อย่างใด เพราะมุสลิมมีความเชื่อมั่นศรัทธาว่า สิ่งที่พระเจ้าเป็นผู้เป็นเจ้าของอนุมัติเป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ ส่วนสิ่งที่พระเจ้าผู้เป็นเจ้าของห้ามเป็นสิ่งที่มีพิษภัยและมีโทษ พระเจ้าเป็นผู้สร้างมนุษย์ขึ้นมา ทรงทราบดีถึงสิ่งที่เป็นคุณและเป็นโทษต่อมนุษย์ พระองค์จึงอนุมัติสิ่งที่เป็นคุณและห้ามสิ่งที่เป็นโทษ ส่วนเหตุผลที่มนุษย์ค้นพบว่ามีข้อดีในสิ่งที่ศาสนานอนุมัติและมีข้อเสียในสิ่งที่ศาสนาห้าม โดยพระเจ้าเป็นเจ้าของไม่ได้แจ้งไว้และได้นำมาอ้างอิงนั้น เป็นเพียงส่วนประกอบเท่านั้นไม่ใช่เป็นหลักสำคัญ เพราะเหตุผลที่มนุษย์ค้นพบอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ ส่วนประกาศิตของพระเจ้าผู้เป็นเจ้านั้นเป็นอมตะไม่เปลี่ยนแปลง ในเมื่ออิสลามเป็นระบอบในการดำเนินชีวิตของมุสลิม ชีวิตของมุสลิมจึงผูกพันอยู่กับศาสนาตั้งแต่เกิดจนตาย การกระทำทุกอย่างของมุสลิม ต้องดำเนินอยู่ในกรอบที่ศาสนากำหนดในทุกกรณีทั้งเรื่องความผูกพัน ระหว่างมนุษย์กับพระเจ้า มนุษย์กับมนุษย์ และระหว่างมนุษย์กับสัตว์ มุสลิมต้องมีความเมตตาสงสารสัตว์ การกักขังสัตว์ การรังแกสัตว์ จะต้องถูกนำไปไต่สวนต่อหน้าพระเจ้า การเชือดสัตว์เป็นสิ่งที่ยุติธรรมให้กระทำได้ภายใต้กรอบที่เชือดเพื่อเป็นอาหาร ต้องเชือดด้วยมีดที่คมเพื่อไม่ให้สัตว์ทรมาน ขณะเชือดต้องกล่าวนามของพระเจ้าผู้เป็นเจ้าของ

คนทั่วไปมักรู้จักผลิตภัณฑ์ฮาลาลในรูปของอาหาร แต่ในความเป็นจริงผลิตภัณฑ์ฮาลาลเป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์อาหาร ยา สมุนไพร เครื่องอุปโภค เสื้อผ้า เครื่องหนัง รวมถึงงานด้านบริการต่างๆ เช่น กวดตาการ โรงแรม สถานพยาบาล โรงเรียน สถาบันการเงิน สถานประกอบการ บริการสปา กิจกรรมนำเข้าสู่ส่งออก ฯลฯ ผลิตภัณฑ์หรือบริการใดหากไม่ขัดแย้งกับหลักการในศาสนาอิสลาม ย่อมสามารถจัดเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการฮาลาลได้ทั้งสิ้น ฮาลาลที่ปรากฏอยู่ในปัจจัยสี่ของมนุษย์ มีดังนี้

1.3.1 ฮาลาลในเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม

มนุษย์มีทัศนคติที่แตกต่างกันในเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม โดยเฉพาะเรื่องอาหารที่มาจากสัตว์ อิสลามไม่ได้ห้ามอาหารที่ได้มาจากพืช ยกเว้นสิ่งที่เกิดจากการนำไปหมักจนกลายเป็นสุรา ไม่

ว่าจะผลิตจากงุ่น อินทผลัม ข้าวบาร์เลย์ หรือวัตถุดิบใดก็ตาม เมื่อกลายเป็นสุรา อิสลามห้ามดื่มของมึนเมาและเป็นอันตรายต่อร่างกายเช่น ยาเสพติด

เมื่อพิจารณาถึงสรรพสิ่งที่ อัลลอฮ์ (ซ.บ.) สร้างขึ้นมา จะพบว่าสัตว์ทั้งหลายมิได้ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตัวของมันเอง สภาพทางธรรมชาติของสัตว์จะอยู่ในสถานะเพื่อรับใช้มนุษย์ มนุษย์น่าจะได้รับประโยชน์จากการใช้งานมันขณะเมื่อมันมีชีวิตอยู่ ได้รับประโยชน์จากเนื้อของมันหลังจากที่มันถูกเชือด ด้วยเหตุนี้พืชจึงถูกตัดไปเป็นอาหารสัตว์และสัตว์จะถูกเชือดเพื่อเป็นอาหารของมนุษย์ และยิ่งไปกว่านั้นคน ๆ เดียวกันอาจต้องต่อสู้และเสียดสละชีวิตเพื่อคนจำนวนมากอิสลามอนุญาตในสิ่งที่คิมิประโยชน์ ดังนั้น อัลลอฮ์ (ซ.บ.) จึงได้ชื่อนามมนุษย์ทั้งหมดว่า

“มนุษย์ชาติทั้งหลายเอ๋ย จงบริโภคสิ่งอนุมัติจากที่มีอยู่ในแผ่นดิน และอย่าปฏิบัติตามรอยเท้าของมารร้ายซัยตอน เพราะแท้จริงมันเป็นศัตรูของพวกเจ้าอย่างชัดเจน” (อัลบะกอเราะห์ :168)

“จงกล่าวเถิด (มุฮัมมัด) ฉันไม่พบว่าสิ่งใดที่ถูกเผยแก่ฉันเป็นสิ่งที่ต้องห้ามแก่ผู้ที่จะบริโภคมัน เว้นแต่สัตว์ที่ตายเอง หรือเลือดที่ไหลออกมา หรือเนื้อของสุกร เพราะแท้จริงมันเป็นสิ่งสกปรก หรือสัตว์ที่เป็นการฝ่าฝืนที่เปล่งนามอื่นไปจากอัลลอฮ์ขณะเชือด ดังนั้น ผู้ใดตกอยู่ในภาวะคับขัน โดยไม่ได้มีเจตนาชัดเจนและไม่ใช่เป็นการละเมิด เพราะแท้จริงองค์อภิบาลของท่านเป็นผู้ทรงอภัยยิ่ง ผู้ทรงเมตตาเสมอ” (อัลบะกอเราะห์ :145)

อัลลอฮ์ (ซ.บ.) เรียกพวกเขาในฐานะมนุษย์ชาติ ให้บริโภคอาหารที่ดีที่พระองค์ได้ทรงจัดหาไว้ให้บนโลก อันเปรียบได้เสมือนโต๊ะอาหารขนาดใหญ่ และห้ามพวกเขาไม่ให้เจริญรอยตามแนวทางของมารซัยตอนหรือซาตาน ที่ล่อลวงผู้คนให้หลงเชื่อในสิ่งที่ไม่มีความจำเป็น ชักน้ามมนุษย์ไปสู่กับดักทำลายตนเอง จากนั้นพระองค์ได้ทรงอธิบายต่อไปว่า พระองค์ไม่ได้ห้ามพวกเขาบริโภคเว้นอาหารที่ต้องห้าม (บรรจง บินกาซัน, 2547: 67) ที่มีรายละเอียด ดังนี้

1.3.1.1 ซากสัตว์ หมายถึง สัตว์และสัตว์ปีกที่ตายเอง โดยไม่ได้ถูกฆ่าหรือถูกล่าโดยมนุษย์ การกินเนื้อสัตว์ที่ตายเองเป็นสิ่งที่น่าขยะแขยงต่อความรู้สึก สัตว์ตายเองอาจเป็นไปได้ว่ามันตายเพราะเหตุปัจจุบันทันด่วนหรือตายเพราะโรคระบาด ดังนั้น การกินเนื้อของมันจึงอาจเป็นอันตรายได้ สัตว์ตายเองควรเป็นอาหารของสัตว์และนกบางประเภท

1.3.1.2 เลือดทุกประเภท เหตุผลที่ห้ามกินเลือดเพราะมันเป็นสิ่งที่น่ารังเกียจต่อความรู้สึกของมนุษย์ และมันอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพด้วยเช่นกัน

1.3.1.3 เนื้อหมู เนื่องจากหมูเป็นสัตว์ที่ชอบสิ่งปฏิกูล ยิ่งไปกว่านั้นการค้นคว้าทางการแพทย์ได้แสดงให้เห็นว่า การกินเนื้อหมูจะเป็นอันตรายต่อสุขภาพในทุกสภาพอากาศ โดยเฉพาะในเขตอากาศร้อน ในเนื้อหมูมีเชื้อโรคชนิดหนึ่งที่ทำให้เกิดโรคมองอึกเสบ และยังมีพยาธิด้วย

1.3.1.4 สัตว์ที่ถูกพลีให้แก่สิ่งอื่นที่ไม่ใช่ อัลลอฮ์ (ช.บ.) หมายถึง สัตว์ที่ถูกเชือดโดยผู้เชือดกล่าวนามอื่นที่ไม่ใช่ อัลลอฮ์ (ช.บ.) เหตุผลที่ห้ามสำหรับกรณีนี้ เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศรัทธาทั้งสิ้น เพื่อให้การปฏิบัติศาสนกิจบริสุทธิ์

1.3.1.5 ซากสัตว์ที่ถูกรัดคอตาย หมายถึง สัตว์ที่ถูกรัดคอตายด้วยเชือกหรือด้วยวิธีการอย่างใดที่ทำให้หายใจไม่ออก

1.3.1.6 ซากสัตว์ที่ถูกตีจนตาย หมายถึง สัตว์ที่ถูกทุบตีจนตาย

1.3.1.7 ซากสัตว์ที่ตกมาตาย หมายถึง สัตว์ที่ตายเพราะตกจากที่สูงหรือตกหุบเหว

1.3.1.8 ซากสัตว์ที่ถูกขวิดตาย หมายถึง สัตว์ที่ถูกสัตว์อื่นขวิดจนตาย

1.3.1.9 ซากสัตว์ที่ถูกสัตว์ป่ากิน หมายถึง สัตว์ที่ถูกสัตว์ป่ากัดจนตาย

1.3.1.10 ซากสัตว์ที่ถูกเชือดเพื่อบูชาเทวรูปต่างๆ (บรรจง บินกาชัน, 2547: 70)



ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงอาหารที่ต้องห้ามประเภทต่างๆ

ที่มา: <http://www.halal.or.th/th/main/subindex.php>

ส่วนปลาและตักแตนไม่อยู่ในจำพวกซากสัตว์ที่ศาสนาห้าม อิสลามได้ยกเว้นปลาและสัตว์ทะเลอื่น ๆ ออกจากประเภทซากสัตว์ที่ศาสนาห้าม ดังที่ศาสตราจารย์มุฮัมมัด (ช.ด.) ได้ตอบคำถามเกี่ยวกับสัตว์ทะเลว่า

“น้ำทะเลสะอาด และสัตว์ทะเลที่ตายนั้นฮาลาล”

และอัลลอฮ์ (ช.บ.) ได้เคยให้แนวทางเกี่ยวกับปลาและสัตว์ทะเลที่ตายแล้วว่า

“การล่าสัตว์ทะเลเป็นที่อนุมัติแก่พวกท่านและอาหารของมัน”

(อัลมาอิดะห์: 96)

อาหารที่ฮาลาล เป็นอาหารที่ไม่มีสิ่งต้องห้ามเจือปน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเนื้อสัตว์นั้นจะต้องเป็นเนื้อฮาลาล ไม่เจือปนสิ่งฮารอม เช่น เหล้า หรือไขมันหมู เป็นต้น เนื้อสัตว์ที่ฮาลาลจะต้องผ่านการเชือดที่ถูกต้องดังนี้

1. ผู้เชือดเป็นมุสลิมที่เข้าใจและรู้วิธีการเชือดแบบอิสลามอย่างแท้จริง
2. สัตว์ที่จะนำมาเชือดจะต้องไม่เป็นสัตว์ต้องห้าม เช่น สุกร สัตว์ที่ล่าหรือบรีโภคสัตว์อื่นเป็นอาหาร เช่น เสือ สุนัข เหยี่ยว อินทรี สัตว์เลื้อยคลานและงู
3. สัตว์ที่ยังมีชีวิตอยู่ก่อนทำการเชือด
4. การเชือดต้องเริ่มต้นด้วยการเปล่งคำว่า "บิสมิลลาหุ" อันมีความหมายว่า ด้วยพระนามของอัลลอฮ์ (ช.บ.)
5. การเชือดโดยใช้มีดคมตัดเส้นเลือดใหญ่ หลอดลม หลอดอาหาร ที่ล้าคอให้ขาดจากกัน เพื่อให้สัตว์ตายโดยไม่ทรมาน

6. สัตว์ต้องตายสนิทก่อนที่จะแลเนื้อหรือดำเนินการใด ๆ ต่อไป

สัตว์ที่มุสลิมนำมาบรีโภคได้ ที่เป็นสัตว์บก ได้แก่ แพะ แกะ โค กระบือ อูฐ กวาง ที่เป็นสัตว์น้ำ ได้แก่ ปลา ปู กุ้ง หอย และสัตว์ทะเลทั้งหมด ส่วนสัตว์ที่ไม่สามารถบรีโภคได้ ได้แก่ สุกร หมูป่า สุนัข งู ลิง สัตว์มีกรงเล็บ ได้แก่ เสือ หมี นกอินทรี สัตว์มีพิษหรือสัตว์นำโรค ได้แก่ หนู ตะขาบ แมลงป่อง สัตว์ที่ไม่อนุญาตฆ่าตามหลักศาสนา ได้แก่ มด ผึ้ง และนกหัวขวาน สัตว์นำรังเกียจ ได้แก่ เห็บ หมัด ไร เหา แมลงวัน หนอน สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ ได้แก่ กบ จระเข้ สัตว์ที่ไม่เชือดตามหลักศาสนา เลือดจากสิ่งมีชีวิตทุกชนิด รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ สัตว์ที่มีลักษณะเดียวกับปลา (จูปิซพงส์ จูพาร์ตัน, 2550: 74) สิ่งที่เป็นเปื้อนด้วยสิ่งสกปรก ที่เรียกว่า นายิส (Najis) ตามหลักศาสนาอิสลาม เช่น สุนัข สุกร สุรา ซากสัตว์ เลือด น้ำเหลือง น้ำหนอง สิ่งขี้ถ่าย นมลา นมแมว นมสุกร เป็นสิ่งต้องห้าม

การเตรียมและการปรุงอาหารตามหลักฮาลาล ข้อห้ามในเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ข้อห้ามในเนื้อสัตว์บางอย่างหรือการไม่รับประทานสัตว์ที่ตายด้วยวิธีอื่น มีจุดประสงค์ให้มุสลิมมีสติในการบริโภค ให้ได้รับอาหารที่สะอาดถูกสุขลักษณะ เป็นประโยชน์กับร่างกาย กินพออิ่ม กินเท่าที่จำเป็นต้องกิน ซึ่งแนวคิดแบบบริโภคนิยมในปัจจุบันได้แสดงให้เห็นแล้วว่า มีผลเสียต่อสภาพแวดล้อม ต่อระบบนิเวศและเป็นสาเหตุของโรคติดต่อมากมาย

1.3.2 ฮาลาลในเรื่องสิ่งของเครื่องใช้

การสวมใส่เสื้อผ้ามีจุดประสงค์เพื่อการปกปิดร่างกายในส่วนที่พึงปกปิด เสื้อผ้าทำให้มนุษย์ดูงดงามและแตกต่างจากสัตว์ซึ่งเปลือยเปล่า การปกปิดร่างกายของชาวอาหรับยังเป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและอุณหภูมิในตะวันออกกลาง ป้องกันอันตรายจากแสงแดดและพายุทราย การแต่งกายของผู้หญิงที่ต้องปกปิดร่างกายให้มิดชิด ไม่แสดงส่วนโค้งเว้าหรือส่วนที่พึงสงวน มีเจตนาที่จะไม่ให้เป็นการดึงดูดทางเพศ ไม่เอื้ออำนวยต่อการลวนลาม ป้องปรามการข่มเหงทางเพศ ส่วนการใส่เครื่องประดับก็เพื่อให้เกิดความสง่างาม เพราะความสะอาดและความสวยงามเป็นหัวใจของมุสลิมทุกคน เป็นที่มาของบุคลิกภาพที่ดี แต่ก็ห้ามผู้ชายสวมใส่ผ้าไหมและทองคำ เพราะการใช้สิ่งของราคาแพงเป็นเรื่องฟุ่มเฟือย เป็นการแสดงออกถึงความอ่อนแอ อาจทำให้ผู้ชายกลายเป็นผู้หญิง ซึ่งเป็นเรื่องต้องห้ามของอิสลาม



ภาพที่ 2.6 การแต่งกายของมุสลิมตามหลักศาสนา

ที่มา: <http://par-ratai.moobanthai.com>



ภาพที่ 2.7 เครื่องแต่งกายของสตรีมุสลิมที่ได้รับอิทธิพลจากเปอร์เซีย
ที่มา: www.bangkokbiznews.com

1.3.3 ฮาลาลในเรื่องการใช้ชีวิต

การห้ามมิและห้ามวาดภาพหรือรูปปั้น เป็นข้อปฏิบัติที่เข้าใจได้สำหรับมุสลิม แต่เป็นเรื่องเข้าใจยากสำหรับคนทั่วไปที่ไม่ใช่มุสลิม แต่หากพิจารณาถึงเจตนาแล้ว จะพบเจตนาดีที่แฝงอยู่ในข้อห้าม กล่าวคือ ภาพวาดหรือรูปปั้นอาจมีไว้สำหรับรำลึกถึงบุคคลอันเป็นที่รักก็จริง แต่นานวันไปอาจกลายเป็นการกราบไหว้บูชา ภาพนา บนบานศาลกล่าว ยกย่องให้เป็นเทพเจ้าขึ้นมา แทนที่มนุษย์จะทำความดี ยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง กลับไปหวังในสิ่งที่ตัวเองไม่ได้พยายาม อยากรได้อะไรแบบไม่ต้องเหนื่อย ไปมัวเมาหลุมหลงกับสิ่งที่ไม่แน่นอน แล้วยังไปบูชาสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเองกับมือ ที่สำคัญคือ เป็นการไม่ศรัทธาต่อความเป็นเอกภาพของพระเจ้า ที่ห้ามสร้างอะไรขึ้นมาเทียบเท่าเสมอกับพระองค์ อีกทั้ง ผู้วาดภาพหรือปั้นรูป มักจะหลงใหลได้ปลื้มไปกับสิ่งที่ตนสร้างขึ้นมา เหมือนตนเป็นผู้ให้ชีวิตกับแผ่นกระดาษหรือก้อนดินเหนียว อาจคิดไปว่าตนเป็นพระเจ้าเสียเอง อาจเกิดการหมกมุ่นในกามารมณ์หรือเกิดเสนาหาในงานนั้น ส่วนเหตุผลที่ไกลกว่านั้น คือ ภาพวาดและรูปปั้นเป็นสัญลักษณ์ของความฟุ่มเฟือย เป็นสัญลักษณ์ของการแบ่งชนชั้น

มนุษย์กับความงามเป็นของคู่กัน ดังนั้น การถ่ายทอดความงามให้ออกมาเป็นรูปธรรม จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงไปได้ ทางออกของศิลปินมุสลิมก็คือ การใช้สัญลักษณ์แทนความดีและความงาม ด้วยการออกแบบลวดลายที่เกิดจากรูปทรงทางเรขาคณิต ใช้รูปทรงของพันธุ์พืชที่ปรากฏตามธรรมชาติ ที่เรียกว่า ลายพรรณพฤกษา และใช้รูปทรงของตัวอักษรอาหรับ ที่มีรูปทรงแบบเรขาคณิต และรูปทรงอิสระ โดยออกแบบทำให้เห็นเป็นภาพต่างๆ วัตถุประสงคหลักของตัวอักษรประดิษฐ์คือ เพื่อสรรเสริญพระเจ้า เพื่อให้มุสลิมรำลึกถึงพระเจ้า การใช้ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ที่มีพระ

แทนการวาดภาพหรือปั้นรูปคน ลวดลายทั้ง 3 แบบ มักจะผสมผสานอยู่ด้วยกัน มีให้เห็นใน คัมภีร์อัลกุรอานและใช้เป็นลายประดับสถาปัตยกรรมมัสยิด ส่วนลายเรขาคณิตและลายพันธุ์พืช จะ มีให้เห็นในวิถีชีวิตต่างๆไปของมุสลิม ไม่ได้จำกัดไว้เฉพาะสำหรับกิจกรรมทางศาสนาอย่างเดียว เช่น ใช้ประกอบในหน้าหนังสือ ลายผ้า ลายพรม เครื่องประดับ



ภาพที่ 2.8 ลวดลายในศิลปะอิสลามที่ออกแบบตามหลักศาสนา
ที่มา: Pepin van Roojen, Islamic Design, 2009

1.3.4 ฮาลาลในเรื่องการทำมาหากิน

การทำธุรกรรมด้านการเงินการธนาคารที่ไม่คิดดอกเบี้ย เป็นเจตนารมณ์อันงดงามอีกแบบหนึ่ง ที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมในปัจจุบัน หลักการของธนาคารต่างๆไป คือ แสวงหาผลประโยชน์จากดอกเบี้ยที่จ่ายโดยผู้กู้ยืม อิสลามเห็นว่า การคิดดอกเบี้ยเป็นการเอาทรัพย์สินจากผู้อื่น โดยไม่ได้ให้สิ่งตอบแทนกลับไป ดอกเบี้ยทำให้คนไม่คิดจะทำงานหาเงิน เพราะมันแตงเก็บผลประโยชน์ ดอกเบี้ยทำให้สังคมไม่สามัคคีกัน คนไม่ยอมทำดีต่อกัน สุดท้ายดอกเบี้ยเป็นการซ้ำเติมคนจน เพราะปกติคนที่ต้องกู้เงินมักจะขัดสนทางการเงินอยู่แล้ว การไปคิดดอกเบี้ยจะยิ่งทำให้คนจนลงไปอีก

ธนาคารอิสลามจะไม่มีการนำเงินที่รับฝากไปปล่อยกู้ แต่จะนำไปลงทุนในธุรกิจด้านอื่นที่ ให้ผลตอบแทนแก่ธนาคาร เป็นการเสนอตัวเข้าไปเป็นหุ้นส่วนแทนการเป็นเจ้าของนี้ เมื่อมีกำไรก็จะ ได้เงินเหมือนกัน แต่หากขาดทุนก็รับผลกระทบไปด้วยกัน ธนาคารจะนำเงินฝากไปซื้อของที่มีราคาสูง แล้วนำมาขายแบบผ่อนหรือให้เช่า โดยได้รับผลประโยชน์จากส่วนต่างของราคาขาย และการคิดค่าธรรมเนียมในการให้บริการทางการเงิน



ภาพที่ 2.9 ธนาคารอิสลามที่ดำเนินการตามหลักการฮาลาล

ที่มา: <http://www.ibank.co.th/2010/th/main/>

1.4 ความงามในพระคัมภีร์

อัลกุรอาน ไม่เคยกล่าวถึงศิลปะโดยตรง แต่มักจะบรรยายถึงความงามที่พระเจ้าทรงสร้าง โดยมุสลิมทุกคนได้นำไปใช้ในชีวิตประจำวันอย่างมีสติและด้วยศรัทธา คำนึงถึงคุณค่า ประโยชน์ ระเบียบและเหตุผล ความงามที่ได้จากการถอดความหมายของอัลกุรอาน เปรียบเสมือน แนวความคิดหรือทิศทางการออกแบบที่ศิลปินอิสลามใช้ถ่ายทอดลงไปในรูปแบบเรขาคณิต ลาย พรรณพฤกษาและตัวอักษรประดิษฐ์ เมื่อนำไปใช้กับแนวคิดที่เหมาะสม จะได้ออกแบบที่มี บุคลิกภาพแบบอิสลาม

ใจความในอัลกุรอาน จะเกี่ยวข้องกับหลักการใช้ชีวิต การนึกคิด การปฏิบัติในทางที่ดีงาม โดยการเปรียบเปรยหรืออ้างอิงถึงสิ่งแวดล้อมรอบตัว ความดีงามจะถูกแทนที่ด้วยสิ่งสวยงาม ความ สมบูรณ์แบบหรือการได้สมหวังตามปรารถนา บ่อยครั้งจะแทนที่ด้วยสิ่งที่มีมนุษย์สร้างสรรค์ขึ้น

“อัลลอฮ์ทรงเป็นดวงประทีปแห่งชั้นฟ้าทั้งหลายและแผ่นดิน อุปมาดวงประทีปของ พระองค์เสมือนดังช่องตามผนังที่มีตะเกียง ตะเกียงนั้นอยู่ในโคมแก้ว โคมแก้วเป็น เสมือนดวงดาวที่ประกายแสง ถูกจุดจากน้ำมันของต้นไม้ที่มีความจำเริญ คือ ต้น มะกอก มันมิได้อยู่ทางตะวันออก และมีได้อยู่ทางตะวันตก น้ำมันของมันแทบ ประกายแสงออกมา แม้ไฟมิได้กระทบมัน ดวงประทีปซ้อนดวงประทีป อัลลอฮ์ ทรงนำทางด้วยดวงประทีปของพระองค์แก่ผู้ที่พระองค์ทรงประสงค์ และอัลลอฮ์ ทรงยกอุทาหรณ์ทั้งหลายนี้เพื่อมนุษยชาติและอัลลอฮ์เป็นผู้ทรงรอบรู้ทุกสิ่ง”

(อัลกุรอาน 24: 35)

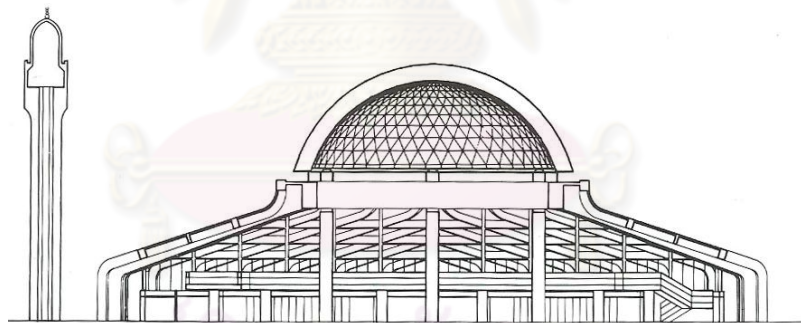
อัลกุรอาน มักจะบรรยายถึงชีวิตที่สงบสุขช่วงวันจันทร์ ในดินแดนอุดมสมบูรณ์ดุจดัง สรวงสวรรค์ ซึ่งเป็นรางวัลแก่ผู้ที่ศรัทธา

“วันที่เจ้าจะเห็นบรรดาผู้ศรัทธาชายและบรรดาผู้ศรัทธาหญิง แสงสว่างของพวกเขา จะฉายแสง ณ เบื้องหน้าของพวกเขา และทางเบื้องขวาของพวกเขา ในวันที่จะมีข่าวดีแก่พวกเขา คือสวนสวรรค์หลากหลายที่มีแม่น้ำหลายสายไหลผ่าน ณ เบื้องล่างของมัน การได้พำนักอยู่ในนั้นตลอดกาล นั่นคือชัยชนะอันยิ่งใหญ่”
(อัลกุรอาน 57: 12)

ในงานสถาปัตยกรรม งานศิลปกรรมและการออกแบบเรขศิลป์ ต้องใช้ความคิดรวบยอดเป็นตัวกำหนดแนวทางที่ต้องการสื่อสาร และใช้องค์ประกอบทางทัศนศิลป์เป็นเครื่องมือในการแสดงแนวคิดนั้นๆ ให้เห็นเป็นรูปธรรม ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จะใช้ความหมายของคำสอนที่อยู่ในคัมภีร์อัลกุรอานเป็นแนวคิดในการออกแบบ เพราะว่าในสถาปัตยกรรมมัซยิดมีการใช้ความหมายเหล่านี้เป็นแนวทางออกแบบโครงสร้าง เพื่อให้มีภาพลักษณ์ที่เป็นเอกภาพเดียวกัน ในทุกๆ ส่วนของมัซยิดจะมีจุดมุ่งหมายและสอดคล้องกับคุณค่าที่แฝงอยู่ของแนวคิดนั้นๆ ในศาสนาอิสลาม มัซยิดเป็นบ้านของพระเจ้า เป็นศูนย์รวมของมุสลิม เป็นที่ๆ มีความงดงามสูงสุด ทำให้ศิลปะอิสลามหรืองานประยุกต์ศิลป์ต่างๆ มักจะเกี่ยวข้องกับมัซยิดและปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของมัซยิดเสมอ ศิลปกรรมที่ปรากฏในมัซยิดจึงน่าจะได้รับการยอมรับตามหลักศาสนา มีคุณค่าและความงดงามตามแบบฉบับของอิสลาม เมื่อพิจารณาองค์ประกอบของศิลปะอิสลาม ก็จะเห็นว่าประกอบขึ้นจากองค์ประกอบพื้นฐานทางทัศนศิลป์ ซึ่งก็เป็นองค์ประกอบเดียวกันกับองค์ประกอบทางเรขศิลป์ ดังนั้น การออกแบบเรขศิลป์ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จึงใช้แนวคิดทางสถาปัตยกรรมเป็นจุดเริ่มต้น จากนั้นจะเชื่อมโยงกับศิลปกรรมและเรขศิลป์

นิสริน มุสตาฟา (2008: 27-36) ได้เขียนหนังสือที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการใช้ความหมายในคัมภีร์อัลกุรอาน มาเป็นแนวทางในการออกแบบสถาปัตยกรรมอิสลามและมัซยิด เขาได้อธิบายถึงหลักการ 7 ข้อ ที่มีความเป็นนามธรรมสูง ซึ่งใช้เป็นแนวคิดหลักในการสร้างมัซยิดที่มีนัยตามคำสอนของศาสนาอิสลาม อันได้แก่ เอกภาพ (Unity) ความนอบน้อม (Respect) ความจริงใจ (Sincerity) ความรู้-เหตุผล (Knowledge) ความพอเพียง-สมดุล (Balance) ความสงบ-สมาธิ (Modesty) ระบิเยบ-หลักการ (Remembrance) หลักการเหล่านี้มักใช้ในการออกแบบสถาปัตยกรรม ซึ่งเป็นการใช้พื้นที่เชิงสามมิติ เป็นสิ่งที่จับต้องได้และมีแนวคิดเรื่องประโยชน์ใช้สอยเป็นส่วนใหญ่ เมื่อต้องการนำหลักการเหล่านี้มาประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์ ที่เป็นการใช้พื้นที่เชิงสองมิติ จะต้องวิเคราะห์ความหมายแล้วนำไปถ่ายทอดเป็นรูปร่างรูปทรงแบบต่างๆ ตามหลักการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการจัดองค์ประกอบภาพ หลักการทั้ง 7 ข้อ มีคำอธิบาย ดังนี้

1. เอกภาพ (Unity) ในบทที่ 2 ตอนที่ 163 ของอัลกุรอาน ได้กล่าวถึงความเป็นเอกภาพหรือเตาฮีดในภาษาอาหรับ (*Tawhid*) ซึ่งเป็นแก่นแท้ของศาสนาอิสลามที่อยู่ในคำปฏิญาณว่า “ไม่มีพระเจ้าอื่นใด นอกจากอัลลอฮ์ (ช.บ.) และนบีมุฮัมมัด (ช.ล.) เป็นศาสนทูตของพระองค์” มุสลิมรวมเป็นหนึ่งเดียว มีพระเจ้าองค์เดียว ด้วยอำนาจแห่งพระเจ้า มุสลิมจึงเป็นส่วนหนึ่งของจักรวาล (Nisreen Moustafa, 2008: 45) ซึ่งจักรวาลไม่มีขอบเขต ไม่มีที่สิ้นสุด จักรวาลไม่ใช่พื้นที่ว่างเปล่า แต่จักรวาลมีจุดศูนย์กลางที่แผ่ขยายอะตอมออกไปไม่มีการหยุด แนวคิดเชิงปรัชญาที่ใช้อธิบายศาสนาอิสลาม คือ อัลลอฮ์ (ช.บ.) เป็นพระเจ้าองค์เดียว ซึ่งทรงสร้างจักรวาล โลกและมนุษย์ ไม่มีสิ่งใดเกิดขึ้นได้ด้วยตัวเอง สิ่งทั้งหลายทั้งปวงเกิดขึ้นมาตามพระประสงค์ของพระเจ้าและไม่ว่าจะเกิดเหตุอะไรขึ้น ผลที่ตามมาย่อมเป็นพระประสงค์ของอัลลอฮ์ (ช.บ.) มุสลิมจะกล่าวคำว่า “อินชาอัลลอฮ์” (*Insha Allah*) ที่แปลว่า “หากเป็นพระประสงค์ของอัลลอฮ์” หลังจากรับปากหรือตกลงไว้กับใครว่าจะทำตามนั้น แต่เนื่องจากอนาคตเป็นสิ่งที่ไม่แน่นอน ถึงจะตั้งใจทำแล้ว แต่ก็อาจจะมิอุปสรรคมาขัดขวางไม่ให้สิ่งนั้นสำเร็จได้ตามที่รับปากไว้ มุสลิมจึงถือว่า นั่นเป็นพระประสงค์ของอัลลอฮ์ (ช.บ.) ที่เขาต้องยอมรับ แต่ถ้าทำได้สำเร็จ มุสลิมจะถือว่า มนุษย์เป็นเพียงผู้ที่พยายามทำให้ดีเท่านั้น ส่วนความสำเร็จนั้น อัลลอฮ์ (ช.บ.) เป็นผู้ประทานให้ มุสลิมจะยอมรับชะตาชีวิตที่ตนเลือก โดยมีการคล้อยจากพระเจ้าเป็นแรงจูงใจ



ภาพที่ 2.10 โครงสร้างของมัสยิดมีการรวมศูนย์ไปที่ยอดโดม แสดงถึงความเป็นเอกภาพ
ที่มา: The mosque: History, architectural development & regional diversity, 1997

เมื่อพระเจ้าเป็นผู้สร้างโลก อำนาจจึงเป็นของพระเจ้าองค์เดียว ไม่มีใครสามารถเทียบเท่ามุสลิมทุกคนจึงมีความเสมอภาค มีความเท่าเทียมกัน มีพระเจ้าองค์เดียวกันอย่างเป็นเอกภาพ มนุษย์ไม่สามารถตัดสินว่าใครทำถูก ใครทำผิดได้ด้วยตัวเอง เพราะนั่นเป็นอำนาจของพระเจ้า ตามหลักแห่งความศรัทธา ข้อที่ 5 คือ เชื่อในวันแห่งคำตัดสิน (The Day of Judgment: *Giyama*) และยอมรับผลที่ได้รับจากการกระทำ หลังจากเสียชีวิตไปแล้ว

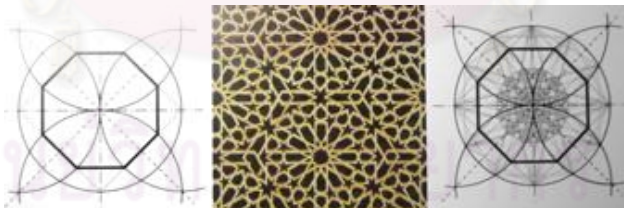


ภาพที่ 2.11 มัสยิดสีน้ำเงินในอิสตันบูล ตุรกี

ที่มา: Divine Inspiration: Seven Principles of Islamic Architecture, 2008

2. ความนอบน้อม (Respect) ในบทที่ 49 ตอนที่ 13 ของอัลกุรอาน มีความหมายว่า ความนอบน้อมหรืออิติรอมในภาษาอาหรับ (*Ihtiram*) ตามหลักแห่งความศรัทธา ข้อที่ 1 คือ เชื่อในพระเจ้า (Belief in God: Allah) มีนัยยะในเรื่องการเชื่อมโยงระหว่างพระเจ้ากับมนุษย์ โดยผ่านกิจกรรมประจำวัน คือ การละหมาด ซึ่งเป็นการเคารพภักดีที่สมบูรณ์แบบ (Nisreen Moustafa, 2008: 56) มีการสื่อสัญลักษณ์ของความนอบน้อม โดยการอาบน้ำทำความสะอาดร่างกายก่อนละหมาด แสดงการนอบน้อมยอมรับ ปฏิบัติตามและชำระจิตใจให้บริสุทธิ์ เป็นการวางรูปแบบปฏิบัติ โครงสร้างวิธีการและองค์ประกอบของภารกิจ

หากจะอธิบายเรื่องความนอบน้อมตามแนวคิดเชิงโครงสร้างนิยม นี่คือการสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งที่คิด สิ่งที่ทำและสิ่งที่เชื่อ เป็นการยอมรับ ยอมจำนนต่อหลักคิด (The faith: *Iman*) หลักปฏิบัติ (The practices: *Ibadat*) และจริยธรรม (The ethic: *Ishan*) ทั้งสามหลักการเป็นสิ่งที่มุสลิมทุกคนต้องมี เพื่อแสดงความนอบน้อม ไม่สามารถละเว้นข้อหนึ่งข้อใดได้



ภาพที่ 2.12 ลายเรขาคณิตในบานหน้าต่างที่พระราชวังอัลฮัมบราในกรานาดา, สเปน

ที่มา: Divine Inspiration: Seven Principles of Islamic Architecture, 2008

3. ความจริงใจ (Sincerity) ในบทที่ 98 ตอนที่ 5 ของอัลกุรอาน มีความหมายว่า ความจริงใจหรืออิกลาสในภาษาอาหรับ (*Ikhlās*) การยอมรับในหลักศรัทธา หลักปฏิบัติและจริยธรรม เป็นการภักดีต่อพระเจ้าอย่างบริสุทธิ์ใจ นัยยะของความจริงใจ คือ การมีพระเจ้าองค์เดียว อำนาจในโลกนี้มีอยู่หนึ่งเดียว ไม่มีอะไรเสมอเหมือน ศิลปินอิสลามแสดงแนวคิดเรื่องความจริงใจด้วยการใช้

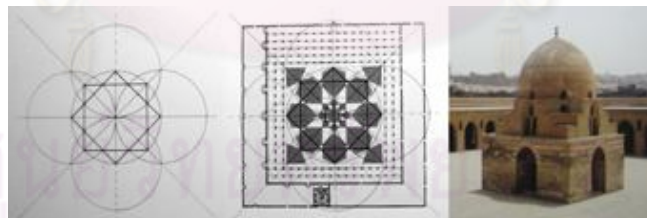
สัญลักษณ์แทนภาพ เช่น การสร้างสวนเพื่อสื่อถึงสวรรค์ การใช้แสงเพื่อให้มีสยิดคู่อ่อนโยนและ การใช้ลายเรขาคณิตในสถาปัตยกรรมมัสยิด



ภาพที่ 2.13 ลายเรขาคณิตที่ได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้ แสดงถึงความจริงใจที่สัมพันธ์กับธรรมชาติและสิ่งมีชีวิต

ที่มา: Divine Inspiration: Seven Principles of Islamic Architecture, 2008

4. ความรู้-เหตุผล (Knowledge) ในบทที่ 49 ตอนที่ 3 ถึง 5 ของอัลกุรอาน มีความหมายว่า ความรู้-เหตุผลหรืออิล์มในภาษาอาหรับ (*Ilm*) ศาสนาอิสลามมักจะสื่อสัญลักษณ์ของความรู้สติปัญญาและการมีเหตุผลออกมาในเชิงคณิตศาสตร์และรูปทรงเรขาคณิต เพราะเป็นพื้นฐานของการแสวงหาคำตอบ เป็นการคำนวณหาความชัดเจนของสิ่งที่ไม่น่าจะคาดเดาได้ ไม่สามารถมองเห็นได้หากไม่ใช่ตัวแทนที่เป็นตัวเลข เหมือนกับการจำลองระเบียบของจักรวาลที่พระเจ้าทรงสร้าง มนุษย์ไม่เคยออกไปไกลเกินระบบสุริยะ แต่มนุษย์รู้ว่ามิจักรวาลไกลออกไปไม่รู้จักจบสิ้นด้วยการอุปมาด้วยสิ่งที่มนุษย์รู้จักดี นั่นคือ คณิตศาสตร์และเรขาคณิต

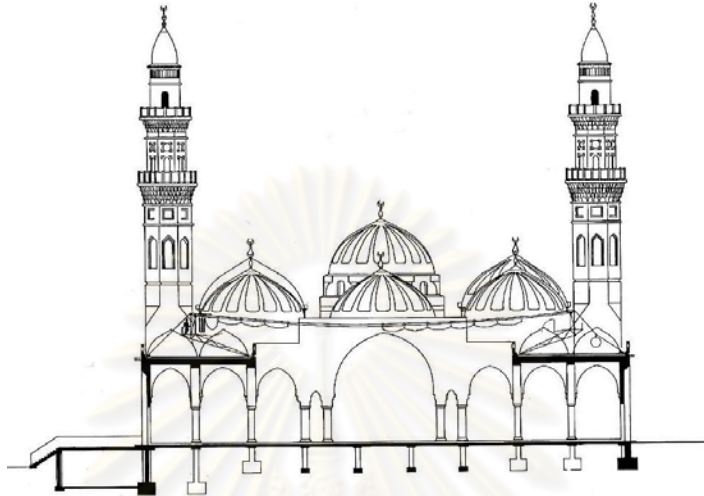


ภาพที่ 2.14 การแบ่งพื้นที่ด้วยตารางเรขาคณิตในมัสยิด อิบ ตูลูนในไคโร, อียิปต์

ที่มา: Divine Inspiration: Seven Principles of Islamic Architecture, 2008

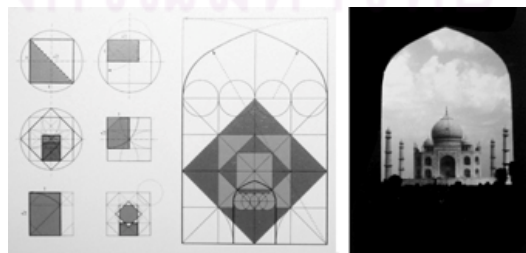
5. ความพอเพียง-สมดุล (Balance) ในบทที่ 31 ตอนที่ 18 ของอัลกุรอาน หมายถึงความพอเพียง-สมดุลหรืออิกติซอดในภาษาอาหรับ (*Iqtisad*) แนวคิดอิสลามให้ความสำคัญกับความพอดี ความสมดุลกันของสิ่งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม สิ่งที่มีมุสลิมปฏิบัติกัน มีความหมายตามที่ปฏิบัติไม่จำเป็นต้องตีความมากไปกว่านั้น ความงามในเชิงรูปธรรมของอิสลาม คือ การมีองค์ประกอบที่ครบถ้วน พอเหมาะพอดี มีความกลมกลืน ไม่ขัดแย้งหรือแตกต่างกันมากๆ และมีจังหวะที่

เหมาะสม คล้ายกับการจัดลำดับก่อน-หลังและการให้สัดส่วนที่สัมพันธ์กับภาพรวม เช่น ความเป็นธรรมชาติ



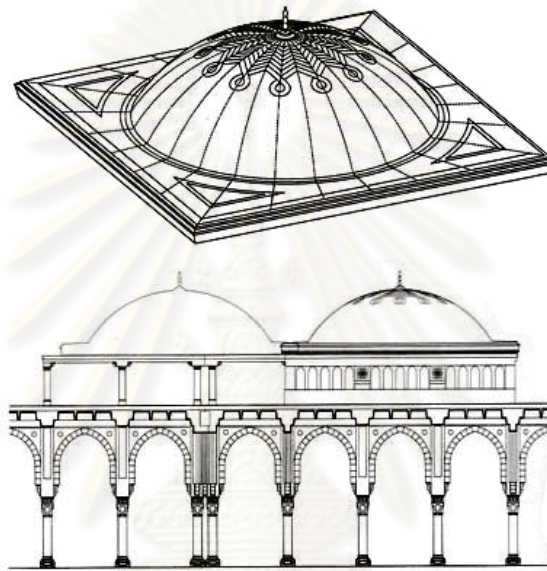
ภาพที่ 2.15 รูปแบบของมัสยิดที่แสดงถึงความสมดุล
ที่มา: Architecture of the contemporary mosque, 1996

6. ความสงบ-สมาธิ (Modesty) ในบทที่ 24 ตอนที่ 30 ถึง 31 ของอัลกุรอาน หมายถึง ความสงบ-สมาธิหรือฮายะในภาษาอาหรับ (*Haya*) การแสดงความเคารพและให้เกียรติซึ่งกันและกันเมื่อมุสลิมพบปะกัน มีความหมายที่แสดงถึง ความสงบเสงี่ยม ถ่อมตน อยู่ในศีลธรรมอันดีและมีจิตสำนึก เป็นการปฏิบัติต่อสังคม ต่อพระเจ้า การรู้จักหน้าที่และกาลเทศะทำให้มุสลิมมีความสำรวม ในสังคมมุสลิมจะเกี่ยวข้องกับความอ่อนน้อมถ่อมตน (ตะวาคุ) การอยู่ในศีลธรรม (เอียะติฮอม) และการมีจิตสำนึก (อิสติยะฮาย์) ซึ่งมีผลทำให้มุสลิมมีลักษณะสงบเสงี่ยม การแบ่งสัดส่วนในที่อยู่อาศัยและการละหมาด พื้นที่ละหมาดสำหรับชายและหญิงจะแยกส่วนกัน สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องผู้หญิงมุสลิมจะไม่ใช้ชีวิตร่วมกับผู้ชายที่ไม่ใช่พ่อ พี่ชาย น้องชาย สามีหรือลูก เพื่อป้องกันปัญหาและความวุ่นวายที่อาจจะเกิดขึ้นได้เป็นที่มาของความสงบ ทำให้มีสมาธิ



ภาพที่ 2.16 สัดส่วนทางเรขาคณิตที่ชุ่มประดูทางเข้า ทัช มาฮาลในอักคารา, อินเดีย
ที่มา: Divine Inspiration: Seven Principles of Islamic Architecture, 2008

7. ระเบียบ-หลักการ (Remembrance) ในบทที่ 13 ตอนที่ 28 ของอัลกุรอาน หมายถึง ระเบียบ-หลักการหรือดิเกอร์ในภาษาอาหรับ (*Dhikr*) สิ่งที่พระเจ้าสร้างมีมากจนไม่สามารถนับจำนวนได้ พระเจ้าได้สร้างสิ่งเหล่านั้นซ้ำๆ มานานตั้งแต่เริ่มสร้างจักรวาลและจะสร้างต่อไปไม่มีวันสิ้นสุด เพื่อให้รำลึกถึงพระเจ้า ศิลปะอิสลามนิยมใช้หลักการซ้ำขององค์ประกอบต่างๆ หลักการแห่งความสมดุล เพื่อสื่อว่าพระเจ้าอยู่ในทุกๆ ที่และทรงเป็นนิรันดร ใช้สัญลักษณ์ที่สื่อถึงศูนย์กลางและจักรวาล



ภาพที่ 2.17 โดมของมัสยิดเปรียบเสมือนท้องฟ้าและจักรวาล

ที่มา: The mosque: History, architectural development & regional diversity, 1997

James Dickie (1984: 15) ใน Allah and Eternity: Mosques, Madrasas and Tombs อธิบายเรื่องระเบียบและหลักการว่า คือ ความเป็นนิรันดรของพระเจ้า เพราะพระเจ้าเป็นเอกภาพไม่มีสิ่งใดเกิดก่อนพระเจ้าและไม่มีสิ่งใดดำรงอยู่นานกว่าพระเจ้า มุสลิมจึงแสดงความเป็นนิรันดรของพระเจ้าด้วยพระนามของอัลลอฮ์ 99 พระนาม มุสลิมจะนำพระนามไปปรากฏในสถานที่ที่เหมาะสม ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นมัสยิด Dickie ยังเสริมว่า พระเจ้าสร้างมนุษย์ขึ้นมาโดยให้สิ่งพิเศษติดตัวมาด้วย 7 สิ่ง คือ การมีชีวิต มีจิตใจ มีพลัง มีความรู้ ได้ยิน ได้เห็นและได้พูด มุสลิมนำความวิเศษนี้มาสร้างสรรค์ความคิดดีๆ และสิ่งที่สวยงาม

Ernst J. Grube (1984: 13) ใน What is Islamic Architecture อธิบายว่า สถาปัตยกรรมมัสยิดจะมีแนวคิดเรื่องความสมดุลทั้งแบบสมมาตรและอสมมาตร การมีซุ้มทางเข้า (Iwan) หลายซุ้มและมีเสามากมายมหาศาล แสดงถึงความไม่สิ้นสุดของจักรวาล เป็นลักษณะของการซ้ำกันแบบไม่สิ้นสุด การสร้างสวนแบบเขาวงกต การหมุนวนของน้ำพุ เป็นปรัชญาสูงสุดเรื่องเอกภาพของ

พระเจ้าที่เป็นรากที่หยั่งลึกของอิสลาม ดังตัวอย่างในพระราชวังอัลฮัมบราในกรานาดา ประเทศสเปน

John D. Hoag (1987: 12) ใน Islamic Architecture และ Volkmar Enderlein (2004: 64) ใน Architecture กล่าวถึงการใช้นิวทริกเรื่องความสมดุลและมีเอกภาพในสถาปัตยกรรมมัสยิด โดยทั้งคู่ได้อ้างถึงวิหารศักดิ์สิทธิ์ (The Dome of The Rock) เป็นตัวอย่างว่า มีแผนผังรูปแปดเหลี่ยมที่สมมาตร มีซุ้มทางเข้า (Iwan) ทั้ง 4 ทิศ มีเสาหลัก 4 เสารองรับหลังคาโดม มีซุ้มโค้ง 4 ซุ้มเชื่อมต่อกันระหว่างเสาหลัก ในแต่ละเสาหลักจะมีเสาย่อยที่แบ่งออกมาอีก 3 เสาเพื่อรองรับซุ้มโค้งย่อย

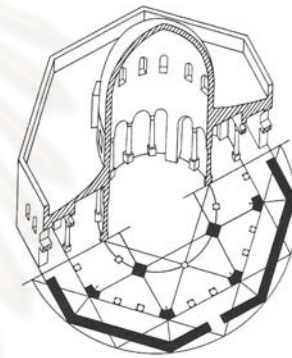
Oleg Grabar (2004: 44) ใน Architecture เขียนถึงสถาปัตยกรรมมัสยิดของอิสลามยุคแรกๆ ว่า เป็นสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าสูงสุดของมุสลิมที่มีให้เห็นในปัจจุบัน เช่น มัสยิดในคามาซัส แสดงความเป็นเอกภาพด้วยการใช้รูปแบบแปดเหลี่ยมสำหรับพื้นของมัสยิด มีเสาจำนวนมาก มีน้ำพุบนลานกว้าง มีการตกแต่งเมียร์ร็อบและมิมบَّرเพื่อรำลึกถึงพระเจ้า

หลักการทั้ง 7 ข้อ ที่มุสตาฟาได้อ้างถึง เป็นแนวคิดหลักที่อยู่ในคำสอนของศาสนา ในการดำเนินชีวิตประจำวัน มุสลิมจะต้องรำลึกถึงความเป็นเอกภาพ ความอบอุ่น ความจริงใจ ความรู้-เหตุผล ความพอเพียง-สมดุล ความสงบ-สมาธิ และการมีระเบียบ-หลักการ มุสลิมจะต้องนำมาปฏิบัติอยู่เสมอ อาจกล่าวได้ว่าหลักการทั้ง 7 ข้อเป็นหัวใจของอิสลาม สถาปนิกจึงใช้เป็นแนวคิดหลักในการสร้างมัสยิด โดยมีความหมายและประโยชน์ใช้สอยในทุกตารางนิ้ว ตั้งแต่ทางเข้า ลานน้ำพุ ระเบียงหน้าอาคารที่ให้ความรู้สึกสงบ มีสมาธิ มีความกลมกลืนระหว่างมัสยิดกับชุมชน มีพื้นที่สำหรับทำความสะอาดร่างกาย ซึ่งหมายถึงการชำระจิตใจให้บริสุทธิ์ เป็นการแสดงถึงความอบอุ่นต่อพระเจ้า การไม่มีรูปเคารพหรือสัญลักษณ์ใดๆ สื่อถึงความจริงใจ ความมีสมาธิจดจ่อต่อพระเจ้า ภายในอาคารมีการแบ่งพื้นที่สำหรับหญิงและชาย เพื่อให้มีระเบียบ มีความสงบ ให้เกียรติซึ่งกันและกัน พื้นที่ที่เหมาะสมและบริเวณโถงกลางมีโดมสูงเปรียบเสมือนท้องฟ้าและจักรวาล เพื่อให้รำลึกถึงเอกภาพของมุสลิมและความเป็นหนึ่งเดียวของพระเจ้า

มัสยิดมีความหมายในฐานะบ้านของพระเจ้า ในฐานะศูนย์กลางของชุมชนและในฐานะสัญลักษณ์ของอิสลาม มุสลิมทุกคนจึงให้ความสำคัญกับมัสยิดเป็นอย่างมาก ดังนั้น สิ่งที่ดีที่สุดสวยงามที่สุดของอิสลามจะปรากฏให้เห็นที่มัสยิด เช่น รูปแบบสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมแบบอิสลาม ซึ่งเป็นไปตามคำสอนทางศาสนาที่ไม่มีการสร้างรูปเคารพ ไม่นิยมวาดภาพบุคคล (จิตรกรรม) เพื่อรำลึกถึงหรือเพื่อความพึงพอใจ ทำให้ไม่ค่อยปรากฏงานศิลปะในบ้านพักอาศัยของมุสลิมทั่วไป

ปัญญา เทพสิงห์ (2548: 123) เขียนถึงสถาปัตยกรรมมัสยิดว่า ได้รับอิทธิพลจากศิลปะยุคไบแซนไทน์ โดยมีซุ้มโค้ง (Arch) เพดานโค้ง (Vault) และโดม (Dome) คล้ายอาคารบาซิลิกา (Basilica) ของโรมัน แต่จะดัดแปลงพื้นที่ใช้สอยให้เป็นประโยชน์ เช่น ส่วนที่เป็นเว็จ (Aps) ของบา

ซิกก็จะเป็นที่ตั้งรูปเคารพ แต่ในศาสนาอิสลามจะไม่มีรูปเคารพ จึงทำเป็นช่องเว้าเข้าไปสำหรับผู้นำในการละหมาด ที่เรียกว่า เมียร์ร็อบ (Mihrab) โดยจะประดับลวดลายหรือตัวอักษรที่เป็นถ้อยคำศักดิ์สิทธิ์ ให้เป็นจุดรวมสายตาขณะละหมาด ผนังกำแพงก่อนข้างหนา ทึบตัน เพื่อกันความร้อนจากภายนอกและรองรับน้ำหนักของหลังคาที่เป็นโดมคล้ายหัวหอม มีการดัดแปลงช่องเว้าที่มุมเพดานคล้ายหินย้อยหรือรวงผึ้ง ที่เรียกว่า มุการ์นีส (Muqarnas) ซุ้มโค้งจะมีลักษณะคล้ายเกือกม้า (Horseshoe Arch) หรือคล้ายกليبัว (Ogival Arch) รูปแบบของสถาปัตยกรรมมัซยิดมีพื้นฐานมาจากหลักคณิตศาสตร์ จึงมีแนวคิดเรื่องการซ้ำ ห้างจังหวะ การใช้พื้นที่ว่าง ความสมดุลและความเป็นเอกภาพ



ภาพที่ 2.18 ซุ้มโค้งและ โดมของ The Dome of The Rock ในเยรูซาเล็ม, อิสราเอล
ที่มา: Islam from Baghdad to Cordoba, 2009

ศิลปะอิสลามมีมิติที่หลากหลาย ไม่ได้มีเฉพาะลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาหรือตัวอักษรประดิษฐ์เท่านั้น ในศิลปะดั้งเดิมของชนชาติที่นับถืออิสลาม ซึ่งเป็นศิลปวัฒนธรรมที่มีมาก่อนที่ศาสนาอิสลามจะแผ่เข้าไป มีการวาดภาพคนและภาพสัตว์อย่างแพร่หลาย ศิลปะดั้งเดิมเหล่านี้จะถูกสืบทอดมาถึงปัจจุบัน เป็นภูมิปัญญาของแต่ละชาติพันธุ์ ที่เห็นได้ชัดที่สุด คือ ศิลปกรรมของเปอร์เซีย (อิหร่าน) เช่น ภาพคนและภาพสัตว์ในงานจิตรกรรมภาพประกอบตำนานกษัตริย์ ภาพจิตรกรรมในกระเบื้องโมเสก เครื่องปั้นดินเผา เซรามิก ลายผ้า ลายพรม

ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ มีความตั้งใจที่จะนำความหมายทั้ง 7 ประการในพระคัมภีร์ ไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์ โดยมีเป้าหมายให้ใช้เป็นแนวคิด (Concept) สำหรับการออกแบบ แต่ในศิลปะอิสลาม ไม่ได้กำหนดให้หลักการเหล่านี้มีรูปแบบที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน จึงต้องทำการสำรวจจากความคิดเห็นของนักออกแบบในขั้นต่อไป เพื่อหารูปแบบการใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์ให้กับหลักการเหล่านี้ อันได้แก่ การจัดองค์ประกอบภาพ ตัวอักษรและสี

2. แนวคิดท้องถิ่นภวัตน์

ท้องถิ่นภวัตน์ เป็นแนวคิดที่แสดงสุนทรียภาพ ซึ่งสะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในแต่ละท้องถิ่นที่รับศาสนาอิสลามไปปรับให้เข้ากับลักษณะของแต่ละภูมิภาค เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของมุสลิมที่แตกต่างกันไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์และชาติพันธุ์ ท้องถิ่นภวัตน์สำหรับวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จะเกี่ยวกับศิลปะอิสลามตามยุคสมัยของจักรวรรดิอิสลาม โครงสร้างและองค์ประกอบของศิลปะอิสลาม ความเป็นไทยในศิลปะอิสลามและในตัวคนของมุสลิม รูปแบบชีวิตและทัศนคติของชาวไทยมุสลิมมุสลิมในบทบาทของผู้บริโภค

2.1 ศิลปะอิสลาม

ศิลปะอิสลามเป็นศิลปะรูปแบบหนึ่งที่สะท้อนถึงวิถีชีวิต ความเชื่อและวัฒนธรรมของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากทอดหนึ่งจากความศรัทธาในคำสอนของอัลลอฮ์ (ช.บ.) อาจกล่าวได้ว่า รูปแบบของศิลปะอิสลามไม่ได้ถูกกำหนดจากศาสนาโดยตรง แต่เป็นภาพสะท้อนในหลักศรัทธาและหลักปฏิบัติของชาวมุสลิม สอดคล้องกับความเชื่อที่ว่าพระเจ้าเป็นผู้กำหนดสรรพสิ่งในโลกนี้ ไม่มีอะไรเกิดมาแบบไร้เหตุผล ไม่มีอะไรอยู่ได้ตามลำพังโดยไม่เกี่ยวข้องกับสิ่งอื่น ดังนั้น การใช้ชีวิตประจำวันที่ถูกหลักศาสนาก็คือการยอมรับในพระเจ้า ศิลปะอิสลามเป็นผลจากการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและทักษะด้านการคำนวณของชาวอาหรับ เกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น เริ่มขึ้นในดินแดนตะวันออกกลาง (เอเชียตะวันตก) ที่เป็นมุสลิมอาหรับ ขยายออกไปในดินแดนที่ไม่ใช่อาหรับ จนไปรุ่งเรืองสูงสุดนอกพื้นที่ตะวันออกกลาง การกล่าวถึงศิลปะอิสลามตามยุคสมัยหรือจักรวรรดิ เป็นการแสดงถึงความเป็นสากลและความยิ่งใหญ่ของอิสลาม เช่น ลายพันธุ์พฤกษาและลายเรขาคณิตที่ใช้ประดับมัสยิด ซึ่งใช้หลักปฏิบัติในแนวทางเดียวกันทุกที่ แต่บางครั้ง การพิจารณาศิลปะอิสลามในแต่ละประเทศ ก็จะเห็นถึงความเป็นท้องถิ่น การปรับตัวและการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น มัสยิดในตะวันออกกลางเน้นเรื่องขนาดและความวิจิตรตระการตา ส่วนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เน้นเรื่องประโยชน์ใช้สอยและความกลมกลืนกับภูมิประเทศ ภูมิอากาศและวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในบทความวิชาการเรื่อง “กุหลาบเปอร์เซียในราชอุทยานกรุงเทพฯ: รุปรอยวัฒนธรรมอินโด-อิหร่านในศิลปกรรมไทยสมัยอยุธยา” ของจุฬิศพงศ์ จุฬารัตน์ (2548) ที่กล่าวถึงอิทธิพลของศิลปะอิสลามที่เข้ามายังกรุงเทพฯในสมัยอยุธยา ในบทความนี้ มีข้อมูลชี้ให้เห็นถึงรูปแบบของศิลปะไทยในสมัยนั้น ที่คล้ายคลึงกับศิลปะอิสลามในยุคจักรวรรดิออตโตมาน (Ottoman) แห่งตุรกี และจักรวรรดิซาฟาวิแห่งอิหร่าน ซึ่งส่งต่อมายังจักรวรรดิโมกุลแห่งอินเดีย ก่อนที่จะแพร่เข้ามาใน

ประเทศไทยสมัยอยุธยา ในบทความนี้มีหลักฐานใช้เปรียบเทียบรายละเอียดได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นสถาปัตยกรรม จิตรกรรมและงานประณีตศิลป์

แหล่งข้อมูลที่มีคุณค่าอีกแห่งหนึ่งเป็นวรรณกรรมเรื่อง “ศิลปะแบบอิสลามของเปอร์เซีย” ที่จัดพิมพ์โดยศูนย์วัฒนธรรม สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐอิสลามแห่งอิหร่าน, กรุงเทพฯ แปลโดยกิติมา อมรทัต ในปี พ.ศ. 2549 มีเนื้อหาเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปะสมัยต่างๆ ของเปอร์เซีย ดินแดนเอเชียตะวันตกก่อนที่จะเป็นอาณาจักรอิสลามเมื่อหลายพันปีมาแล้ว จนเมื่อกำเนิดศาสนาอิสลามในคริสต์ศตวรรษที่ 7 ไปจนถึงยุคจักรวรรดิซาฟาวิ อันรุ่งเรืองในช่วงปี ค.ศ. 1000 โดยศึกษาจากหลักฐานทางศิลปะ เช่น สถาปัตยกรรมจากภูมิปัญญาชาวบ้าน ภาพวาดแบบจิตรกรรมย่อส่วน (Miniature) การทำกระดาดและหนังสือ ศิลปะบนพื้นพรมและลายผ้า งานประดับตกแต่งและงานกระเบื้อง

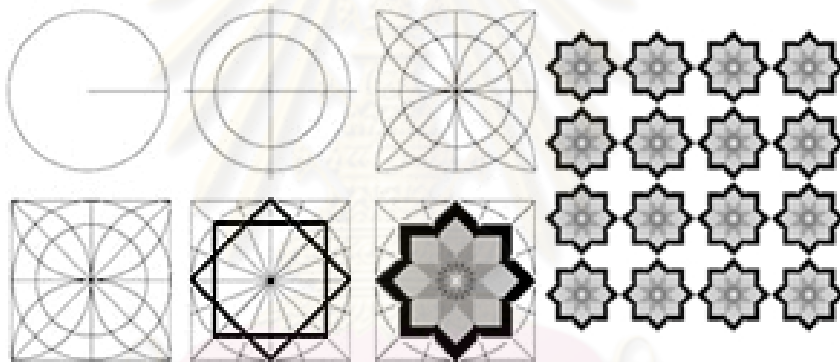
ประยูร อุดุชาภู (น. ณ ปากน้ำ) ได้เขียนไว้ใน “ศิลปะและวัฒนธรรมจากดินแดนอาหรับเมื่อแรกเข้าสู่สยามประเทศ” ในปี พ.ศ. 2537 เกี่ยวกับการเข้ามาตั้งถิ่นฐานในสมัยกรุงศรีอยุธยาของแขกมัวร์ (ในสมัยกรุงศรีอยุธยา มุสลิมที่มาจากเอเชียตะวันตกหรือชาวอาหรับ จะถูกพวกฝรั่งเรียกรวมๆ กันว่า แขกมัวร์) การมีส่วนร่วมในการช่วยกรุงสยามรบกับประเทศข้างเคียงและการเข้ารับราชการในตำแหน่งกรมท่าขวาของแขกเจ้าเซ็น (อิสลามนิกายชีอะห์) สายเปอร์เซีย หลักฐานส่วนใหญ่เป็นภาพจิตรกรรมที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับแขกเปอร์เซีย โดยมีภาพของแขกเปอร์เซียปรากฏอยู่ในงานศิลปกรรมเหล่านั้นด้วย

งานเขียนของศรีสุรางค์ พูลทรัพย์ เรื่องอิทธิพลของอิสลามในอินเดีย ตีพิมพ์ในหนังสือเรื่องอารยธรรมตะวันออก ในปี พ.ศ. 2542 กล่าวถึงการที่ศาสนาอิสลามเข้ามาอิทธิพลในอินเดีย โดยพวกพ่อค้าชาวเปอร์เซีย ในช่วงปี ค.ศ. 1526 ถึง 1858 โดยอยู่ในยุคสมัยของจักรวรรดิโมกุล ในช่วงเวลาดังกล่าวได้เกิดศิลปะแบบผสมผสานระหว่างเปอร์เซียกับอินเดีย ที่เรียกว่าอินโด-อิสลามที่มีความงดงามเป็นรูปแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต่อจากนั้น อินเดียซึ่งเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมเอเชียใต้ก็แพร่กระจายอิทธิพลอิสลามไปสู่ดินแดนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซียและไทย

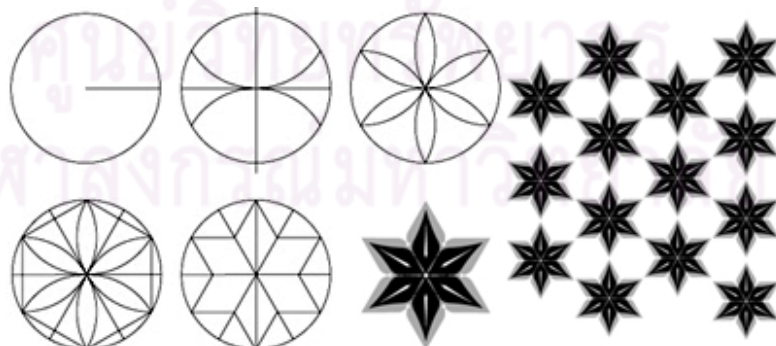
ข้อมูลหลักฐานที่เป็นวรรณกรรมอีกส่วนหนึ่ง จะมาจากหลักการออกแบบของอิสลาม ที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรม รูปแบบการใช้ชีวิต หลักปฏิบัติประจำวัน การออกแบบในวัฒนธรรมอิสลามมีการใช้หลักเรขาคณิต หลักแห่งความสมมาตรและการซ้ำ เป็นการถ่ายทอดความเชื่อในพระเจ้าลงไปในตลาดลายที่ใช้ประดับตกแต่งและตัวอักษรประดิษฐ์ ในส่วนนี้จะอธิบายถึงที่มาของแนวความคิดและองค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะอิสลาม ที่มักจะปรากฏในงานประดับตกแต่งสถาปัตยกรรมมัสยิด ในงานทำหนังสือและตัวอักษรที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น Islamic Design a Genius for Geometry โดย Daud Sutton (2007) ที่เน้นเรื่องการซ้ำกันในหลายๆ แบบของรูปทรง

เรขาคณิต ในหนังสือเรื่อง Symmetries of Islamic Geometrical Patterns ที่เขียนโดย Syed Jan Abas และ Amer Shaker Salman (1995) มีเนื้อหาเกี่ยวกับรูปแบบและเอกลักษณ์ของลวดลายอิสลามที่มีโครงสร้างตามแบบเรขาคณิต หลักแห่งความกลมกลืน หลักแห่งสัดส่วน การรวมเป็นกลุ่ม การแบ่งตารางพื้นที่แบบกริดและวงกลม

Issam El-Said (1976) ใน Islamic Art and Architecture : The System of Geometric Design เป็นหนังสือที่อธิบายเรื่องรูปทรงเรขาคณิตพื้นฐานในศิลปะอิสลาม ที่เกิดจากการซ้ำกันของรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส การคำนวณสัดส่วนจากค่าของเลขฐานสองและเลขฐานสาม การซ้ำกันของรูปทรงหกเหลี่ยมและแปดเหลี่ยม หนังสือเล่มนี้เป็นการปรับปรุงมาจากเรื่อง Geometric Concepts in Islamic Art ที่ Issam El-Said เขียนร่วมกับ Ayse Parman ที่เน้นเรื่อง การวัดขนาด การแบ่งพื้นที่ การใช้ที่ว่างสำหรับการจัดองค์ประกอบในการออกแบบ สัดส่วนที่สมบูรณ์แบบในโลกอุดมคติ



ภาพที่ 2.19 ตัวอย่างลายเรขาคณิตที่สร้างจากหลักการแบ่งพื้นที่ด้วยเลขฐานสอง
ที่มา: ออกแบบโดยผู้วิจัย



ภาพที่ 2.20 ตัวอย่างลายเรขาคณิตที่สร้างจากหลักการแบ่งพื้นที่ด้วยเลขฐานสาม
ที่มา: ออกแบบโดยผู้วิจัย

พิบูล ไวจิตรกรรม (2553: 501) ในบทความวิชาการเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์ของอิสลาม สำหรับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล” ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับลายเรขาคณิต (Geometric Form) ในศิลปะอิสลามว่า มีโครงสร้างที่เกิดจากการซ้ำของรูปทรงเรขาคณิตพื้นฐาน เช่น วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม แปดเหลี่ยม การซ้ำของรูปทรงเรขาคณิตเหล่านี้ก่อให้เกิดลวดลายขึ้นใหม่หลากหลายแบบ เป็นการซ้ำที่ใช้หลักการแบ่งพื้นที่ในรูปทรงพื้นฐาน โดยมากจะเป็นการแบ่งแบบสมมาตร (Symmetry) คือ เท่ากันทุกด้าน ซึ่งจะได้ลายใหม่จากการแบ่งพื้นที่ออกเป็นสองส่วน สามส่วน สี่ส่วน ห้าส่วน หกส่วน แปดส่วน สิบสองส่วน สิบหกส่วนต่อไปได้เรื่อย ๆ แบบไม่สิ้นสุด ตามหลักการเลขยกกำลัง (Root) การซ้ำทำให้เกิดโครงสร้างใหม่ที่ให้เห็นเป็นรูปทรงต่าง ๆ เป็นหลักการที่ให้ความสำคัญกับการรับรู้ภาพรวมมากกว่าการสนใจรายละเอียด (Gestalt) ในระยะไกล ๆ เรามักจะเห็นลายเรขาคณิตในศิลปะอิสลามเป็นภาพใดภาพหนึ่ง แต่เมื่อเข้าไปดูใกล้ ๆ จะเห็นว่ามันประกอบขึ้นจากรูปทรงพื้นฐานชิ้นเล็กๆมากมาย ที่แทบจะไม่สื่อความหมายอะไรเลย ซึ่งเป็นหลักการเดียวกันกับการสร้างภาพจิตตอล แต่แตกต่างกันตรงที่รูปทรงเรขาคณิตพื้นฐานชิ้นเล็ก ๆ เหล่านั้น มีรูปร่างที่ไม่เหมือนกันเสียทีเดียว หากแต่จะมีความคล้ายคลึงกันมากกว่า ลายเรขาคณิตในศิลปะอิสลามประกอบขึ้นจากรูปทรงเรขาคณิตพื้นฐานหลายแบบ หลายขนาด ที่เป็นไปตามหลักการแห่งขนาดและสัดส่วน โดยยึดโยงกันไว้ด้วยความสมดุลในทุกๆ มิติ ทำให้ได้ภาพรวมที่มีแนวทางชัดเจน มีโครงสร้างที่คาดเดาได้ตามหลักการแห่งเอกภาพ แต่ก็หาจุดสิ้นสุดไม่ได้ ซึ่งมาจากแนวคิดเรื่องพระเจ้าเป็นผู้สร้างโลกและสร้างจักรวาล พระเจ้ามีองค์เดียว แต่พระเจ้าจะอยู่ในทุก ๆ ที่ พระเจ้าเป็นเรื่องของการไม่มีที่สิ้นสุดเช่นเดียวกับโอกาสที่ไม่มีวันไปให้ถึงขอบสุดจักรวาล

Daud Sutton (2007: 14) เขียนถึงลายพรรณพฤกษาว่า เป็นลวดลายพรรณไม้ในอุดมคติที่อยู่บนสวนสวรรค์ มีลักษณะของการม้วนขดของกิ่งก้านขององุ่น ใบปาล์ม ไม้พุ่มที่มีหนามและดอกกุหลาบ ที่ถูกประดิษฐ์ดัดแปลงให้สวยงามเกินจริง เป็นความสมบูรณ์แบบในอุดมคติ มักจะประกอบกันเป็นภาพในเชิงเรขาคณิต โดยใช้การซ้ำแบบสม่ำเสมอและแบบรัศมี การหมุนวนของก้านเถาและใบองุ่น ช่วยประสานพื้นที่ที่กว้างเปล่าให้มีเนื้อหา เปรียบเสมือนดวงดาวที่โคจรรอบดวงอาทิตย์ เหมือนการกำเนิดของสิ่งมีชีวิต และการหมุนเวียนของฤดูกาล ดังนั้น ลายพรรณพฤกษาจึงสื่อถึงชีวิตที่สัมพันธ์กับจักรวาล สื่อถึงชีวิตที่ผสานกลมกลืนกับธรรมชาติ

ในขณะที่ Oleg Grabar (1987: 185) และ Dominique Clevenot (2000: 135) อธิบายเรื่องลายพรรณพฤกษาไปในทิศทางเดียวกันว่า เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในศิลปะของตะวันออกกลาง มีมาตั้งแต่สมัยโรมัน สมัยซาราเซนและไบแซนไทน์ ลายพรรณพฤกษาที่สวยงามจะเป็นของจักรวรรดิอุมัยยะด เป็นลวดลายที่ดึงดูดความสนใจ มีให้เห็นอยู่ทั่วไป เช่น ในเซรามิก ชู่มประตูดาน สลักหินและในแพชั่นเครื่องแต่งกาย แต่ Clevenot ก็เสริมว่า ลายพรรณพฤกษาไม่สามารถบ่งบอก

ว่าเป็นศิลปะอิสลามได้อย่างดีดงาม อาจจะเป็นเพราะลายพืชและลายดอกไม้มีให้เห็นอย่างค้ำยคั่นในศิลปะทุกแบบ

ในลายพรรณพฤกษาแบบเปอร์เซีย มักจะได้รับแรงบันดาลใจจากรูปทรงของพืช ผัก ผลไม้และดอกไม้ ดังที่ จูฬิศพงษ์ จุฬารัตน์ (2550: 66) ในบทความวิชาการเรื่อง “เรื่องเล่าจากยะหมาด: ศาสนาและความเชื่อเกี่ยวกับการกินการอยู่ของเจ้าเซ็น” ได้กล่าวถึงดอกไม้ว่า มีขนมหวานในวัฒนธรรมเปอร์เซีย ที่เรียกว่า สะลัวดอกไม้ ที่ปรุงด้วยดอกไม้ที่มีกลิ่นหอม อันได้แก่ ดอกส้ม ดอกมะลิ ดอกกุหลาบ ดอกควินซ์ที่เป็นต้นไม้มงคลเดียวกับแอปเปิลและแพร์ ส่วนองุ่นและทับทิม ก็เป็นผลไม้ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด ผลไม้และดอกไม้ดังกล่าวมักจะปรากฏอยู่ในศิลปกรรมเปอร์เซียมาตั้งแต่สมัยโบราณ



ภาพที่ 2.21 ตัวอย่างลายพรรณพฤกษาที่มีแรงบันดาลใจจากพืช ผัก ผลไม้และดอกไม้
ที่มา: Islamic Design, 2009

Abdelkebir Khatibi และ Mohammed Sijelmassi (1996: 90) กล่าวถึงตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ว่า เป็นศิลปะการออกแบบที่เชื่อมโยงภาษาเข้ากับภาพ (รูปทรงของตัวอักษร) เริ่มจากการไล่ความหมายลงไปในโครงสร้างของตัวอักษร คล้ายภาพสัญลักษณ์ที่ถูกจัดวางให้มีจังหวะและค่าน้ำหนัก ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ถูกใช้เพื่อสรรเสริญพระเจ้า มีการออกแบบตัวอักษรให้เป็นรูปร่างต่างๆ โดยบรรจุนามของพระเจ้าไว้ข้างใน หลักการพื้นฐานของตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ คือการผสมผสานกันระหว่างเรื่องประจักษ์กับการซ่อนเร้น

ภาษาอาหรับมาตรฐานจะเริ่มเขียนจากขวามาซ้าย เช่นเดียวกับการอ่านหนังสืออาหรับจะเริ่มอ่านจากด้านขวาแบบเดียวกับภาษาจีนที่คล้ายการอ่านจากหลังไปหน้า ตัวอักษรอาหรับ

ประดิษฐ์มีโครงสร้างหลายแบบ เช่น แบบที่อยู่ในรูปทรงเรขาคณิต ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นทรงสี่เหลี่ยม พื้นที่ข้างในประกอบด้วยตัวอักษรหลายตัว สามารถแปลความหมายได้เป็นประโยค แบบที่มีรูปทรงอิสระคล้ายการเขียนด้วยมือ และแบบภาพสัญลักษณ์ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ตัวอักษรแบบอิสระ มาจัดองค์ประกอบให้เห็นเป็นภาพหรือเป็นสัญลักษณ์ลายเซ็น

โดยปกติแล้วมีการใช้ตัวอักษรอาหรับเพื่อการสื่อสารอยู่ทั่วไปในประเทศอาหรับ แต่หากว่าตัวอักษรนั้นมีความหมายเป็นพระนามของพระเจ้าหรือมีถ้อยคำสรรเสริญพระเจ้า มุสลิมจะนำไปใช้อย่างระมัดระวังหรือใช้เพื่อประดับตกแต่งสถาปัตยกรรมมัสยิดเท่านั้น กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า เมื่อศิลปินอิสลามต้องการจะสื่อถึงพระเจ้า เขาจะใช้ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์แทนการวาดภาพพระองค์ ข้อมูลที่เกี่ยวกับตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ (Calligraphic) ในบทความวิชาการเรื่อง “ความงดงามแบบอิสลามในโลกของการออกแบบ” ของพิบูล วัจิตรกรรม (2553: 512) ได้กล่าวว่า ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์เป็นศิลปะอิสลามอีกแบบหนึ่ง ที่แสดงความเป็นอาหรับมากที่สุด เป็นการนำตัวอักษรอาหรับในแบบต่างๆ มาผสมกับรูปทรงเรขาคณิตและลายพรรณพฤกษา จึงมีตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์หลายแบบ เช่น แบบสี่เหลี่ยม แบบโค้งมนอ่อนช้อย แบบประดิษฐ์เป็นภาพ ต่าง ๆ และแบบที่มีลวดลายต่าง ๆ ประกอบเป็นฉากหลัง จุดประสงค์ของตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ คือ เป็นถ้อยความที่ใช้สรรเสริญพระเจ้า เราสามารถพบเห็นศิลปะแบบนี้ได้ทั่วไป ในสถาปัตยกรรมอาหรับ ในมัสยิด ใช้ประกอบในศิลปะอิสลามที่ใช้กับศาสนา ใช้กับคัมภีร์ อัลกุรอาน มีเหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์มีความสำคัญ คือ ด้วยหลักศรัทธาและหลักปฏิบัติของศาสนาอิสลาม มีข้อที่บอกว่า ศาสนาอิสลามมีพระเจ้าองค์เดียว ไม่มีใครเทียบเท่าได้ การพยายามทำตัวเสมอพระเจ้าเป็นเรื่องต้องห้าม ดังนั้น การปั้นรูปหรือวาดภาพบุคคลจึงทำไม่ได้ เพราะอาจจะทำให้เกิดการกราบไหว้บูชาเสมอเหมือนพระเจ้า ซึ่งอาจทำให้ผู้คนหมกมุ่นอยู่กับการแสดงออกในพิธีกรรมแทนที่จะปฏิบัติตามหลักศาสนา



ภาพที่ 2.22 ตัวอย่างตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ที่ใช้หลักการทางเรขาคณิต

ที่มา: The Splendour of Islamic Calligraphy, 2008

لَيْلِي وَنَهْجِي
 بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ
 دِيَّوَانُ الْخَطِّ الْعَرَبِيِّ

ภาพที่ 2.23 ตัวอย่างตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ที่เขียนแบบอิสระ
 ที่มา: The Splendour of Islamic Calligraphy, 2008



ภาพที่ 2.24 ตัวอย่างตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ที่ออกแบบเป็นภาพสัญลักษณ์
 ที่มา: The Splendour of Islamic Calligraphy, 2008

หากพิจารณาศิลปะอิสลามตามประวัติศาสตร์ของชาติอิสลาม จะพบว่ามรดกวัฒนธรรมที่เป็นมาที่ยาวนานและมีอิทธิพลในอาณาบริเวณที่กว้างไกล ในภาพรวมศิลปะอิสลามมีโครงสร้างที่แน่นอน แต่มีรายละเอียดที่ต่างกันไปตามยุคสมัยของจักรวรรดิอิสลาม ยุคสมัยของจักรวรรดิอิสลาม หลากยุคเกิดขึ้นในเวลาไล่เลี่ยกันไม่ห่างกันมากนัก เป็นการเกิดขึ้นแบบเหลื่อมล้ำซ้อนทับกันเสีย

เป็นส่วนใหญ่ ไม่ได้สืบทอดต่อเนื่องกันแบบสิ้นสุดยุคหนึ่งแล้วจึงเกิดอีกยุคหนึ่ง บางจักรวรรดิมิอิทธิพลกระจายไปในหลายประเทศในช่วงเวลาที่ต่างกันมาก อาณาบริเวณของจักรวรรดิอิสลามจะครอบคลุมพื้นที่ทางตะวันตกของเอเชีย ตอนเหนือของแอฟริกาและตอนใต้ของยุโรป เริ่มต้นขึ้นหลังยุคสมัยของอิหม่ามอะลี อิบну อับิฏอฺลิบ ซึ่งเป็นเคาะลีฟะฮ์คนที่ 4 หลังจาก นบีมุฮัมมัด ตั้งแต่ ค.ศ. 656 ถึง 661 หลังยุคของอิหม่ามอะลี จักรวรรดิแรกของอิสลาม “ราชวงศ์อุมัยยะด” ก็เริ่มขึ้นโดย มูอาวีเยฮ์ ที่ 1 (มุฮัมมัดรอฟลี แวหะมะ, 2550: 11) จักรวรรดิมุสลิมแยกตามชาติพันธุ์ได้ 3 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มแรกเป็นจักรวรรดิมุสลิมที่เป็นชาวอาหรับ ระหว่างปี ค.ศ. 661 ถึง 750 อิทธิพลอิสลามอยู่ในอำนาจของจักรวรรดิอุมัยยะด มีศูนย์กลางอยู่ที่ซีเรีย แล้วแผ่ขยายไปในอียิปต์ (แอฟริกาตอนเหนือ) ในอิหร่าน และระหว่างปี ค.ศ. 756 ถึง 1031 ในสเปน (ยุโรปตะวันตก) ถัดมา คือ จักรวรรดิอับบัสลิด ที่มีอำนาจระหว่างปี ค.ศ. 750 ถึง 868 โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่แบกแดด ในอิรัก ในอียิปต์ จากนั้นก็แผ่ขยายไปถึงทรานโซซานเนีย ส่วนในอิหร่าน จักรวรรดิอับบัสลิด มีอำนาจอยู่นานกว่า คือระหว่างปี ค.ศ. 750 ถึง 1258 หลังจากนั้น จึงเป็นยุคสมัยของจักรวรรดิฟาติมิด ระหว่าง ค.ศ. 909 ถึง 1171



ภาพที่ 2.25 ศิลปะอิสลามในสมัยจักรวรรดิอุมัยยะด

ที่มา: Titus Burckhardt, **Art of Islam, Language and Meaning**, 2009.

กลุ่มที่สองเป็นจักรวรรดิมุสลิมที่ไม่ใช่ชาวอาหรับ โดยจักรวรรดิอัยยูบิดเชื้อสายเตอร์ก - เคิร์ด ครองอำนาจเป็นช่วงสั้นๆ ระหว่างปี ค.ศ. 1171 ถึง 1250 ในอียิปต์ หลังจากนั้น ในอียิปต์นี้เอง จักรวรรดิหมลุกเชื้อสายเตอร์ก ก็เข้ามาแทนที่ ระหว่างปี ค.ศ. 1250 ถึง 1517 ซึ่งก่อนหน้านั้นหลายปี จักรวรรดิเซลยูคเชื้อสายเตอร์ก ได้แผ่อำนาจเข้าไปในอิหร่าน ระหว่างปี ค.ศ. 1038 ถึง 1194 และขยายอาณาจักรเซลยูคแห่งรุมไปถึงตุรกีและอนาโตเลีย ในระหว่างปี ค.ศ. 1077 ถึง 1307 ต่อมาใน

คริสต์ศตวรรษที่ 13 จักรวรรดิมองโกลมีอำนาจสูงสุด ซึ่งแผ่ขยายไปถึงตุรกี แบนแคด เปอร์เซีย เอเซียกลาง



ภาพที่ 2.26 ศิลปะอิสลามในสมัยมัมลุก

ที่มา: Museum with No Frontiers, **Mumluk Art**, 2001.

กลุ่มที่สามเป็นจักรวรรดิมุสลิมที่ไม่ได้อยู่ในตะวันออกกลาง เช่น ในดินแดนที่คาบเกี่ยวระหว่างยุโรปกับเอเชีย อย่างตุรกีและอนาโตเลีย ได้เกิดจักรวรรดิออตโตมานของชนชาติเตอร์กขึ้น ระหว่างปี ค.ศ. 1281 ถึง 1922 และในระหว่างปี ค.ศ. 1571 ถึง 1798 จักรวรรดิออตโตมานก็เกิดขึ้นในอียิปต์ ในเวลาใกล้เคียงกัน มีจักรวรรดิซาฟาวิในอิหร่าน ระหว่างปี ค.ศ. 1501 ถึง 1722 และก็ในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ระหว่างปี ค.ศ. 1526 ถึง 1858 ที่อินเดียก็เกิดจักรวรรดิโมกุลขึ้นทางตอนใต้ จักรวรรดิออตโตมาน เป็นจักรวรรดิมุสลิมสุดท้าย ซึ่งล่มสลายไปหลังสงครามโลกครั้งที่ 1



ภาพที่ 2.27 ศิลปะอิสลามในสมัยจักรวรรดิออตโตมานและอนาโตเลีย

ที่มา: http://en.wikipedia.org/wiki/Culture_of_the_Ottoman_Empire

จุดเริ่มต้นของศิลปะอิสลามเกิดขึ้นในสมัยจักรวรรดิอุมัยยะด ที่มีศูนย์กลางอยู่ที่คัมภัสกัซ ในซีเรีย ซึ่งได้รับอิทธิพลจากศิลปะยุคไบแซนไทน์ (Byzantine) หรือโรมันตะวันออก ที่มีความ

สอดคล้องกับความเชื่อของชาวมุสลิม ทำให้เกิดการยอมรับและเป็นต้นแบบที่ถ่ายทอดไปยังยุคต่อๆมา เช่น การห้ามสร้างรูปเคารพ สถาปัตยกรรมแบบกรีก - โรมัน มีโค้งเส้าแบบปาเส้า (Coronate) คือ มีเส้าจำนวนมหาศาลเพื่อรองรับหลังคาหรือโดม ด้านจิตรกรรม ไม่นิยมวาดภาพพระเจ้าหรือบุคคลสำคัญทางศาสนา จะวาดภาพชีวิตทั่วไปหรือภาพคนที่เป็นส่วนประกอบของลวดลาย จะเห็นได้จากเหรียญกษาปณ์ของอาณาจักรอิสลาม ที่ไม่มีรูปบุคคล มีแต่ชื่ออักษรีย์และตัวอักษรอาหรับตามพระคัมภีร์ เมื่อจักรวรรดิอุมัยยะดเสื่อมอำนาจลง จักรวรรดิอับบาซิดก็ขึ้นมาแทนที่ มีความเจริญทางวิทยาศาสตร์ คาราศาสตร์และคณิตศาสตร์ ไม่มีเค้าโครงของศิลปะไบแซนไทน์ที่เป็นยุโรปแล้ว แต่เป็นแบบอาหรับผสมเปอร์เซีย ต่อจากอับบาซิด คือ ฟาติมิดในอียิปต์ ไอย์ยูบิกและมัมลุกที่อยู่ในแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน ซึ่งมีจุดเด่นที่งานหัตถกรรม แพรพรรณ งานโลหะ เซรามิก เครื่องแก้วและโมเสก

ต่อมาเป็นสมัยของเซลจุกและออตโตมาน ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ในอนาโตเลียและตุรกี มีความโดดเด่นในงานกระเบื้องเคลือบสีฟ้าที่ได้อิทธิพลจากจีน เมื่อถึงคริสต์ศตวรรษที่ 16 จักรวรรดิอิหร่านก็เจริญขึ้นมาเทียบเคียงด้วยการขับไล่พวกมองโกลโดยชาห์ อิสมาอิล ที่ 1 ปฐมกษัตริย์ของราชวงศ์ซาฟาวิ ในสมัยซาฟาวินี้ ศิลปะเปอร์เซียเจริญรุ่งเรืองมากจนกลายศิลปะอิสลามแบบหนึ่งที่มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงมาก คือ ภาพจิตรกรรมชาห์นามะห์หรือตำนานกษัตริย์ งานสถาปัตยกรรม มัสยิด พระราชวัง เครื่องเคลือบดินเผา เซรามิก อิทธิพลของจักรวรรดิอิหร่าน-ซาฟาวิ ส่งต่อให้กับราชวงศ์โมกุลในอินเดีย หลังจากนั้น จักรวรรดิอิสลามอันรุ่งโรจน์ก็เริ่มเสื่อมลงและสิ้นสุดในศตวรรษที่ 19

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

AD	600	700	800	900	1000	1100	1200	1300	1400	1500	1600	1700	1800
Region													
Spain			Umayyad 755 - 1031					Almohad 1130 - 1269					
						Almoravid 1056 - 1147			Nasrid Kingdom of Granada 1232 - 1492				
North Africa			Idrisids of Fez 789 - 947				Almohad 1130 - 1269						
			Aghlabids of Kairouan 800 - 905			Almoravid 1056 - 1147			Hafsids of Tunis 1228 - 1574				
					Zirids 927 - 1152			Merinids of Fez 1216 - 1456		Bey of Tunis & Algeria 1516 - 1574			
Egypt	Umayyad 661 - 750												
			Abbasid 750 - 868			Ikhshidis 935 - 969							
					Fatimid 969 - 1171								
			Tulunid 868 - 905						Mamluk 1250 - 1517				
							Ayyubid 1171 - 1250					Ottoman Empire 1517 - 1798	
Turkey & Anatolia							Seljuk of Rum 1107 - 1307						
									Ottoman Empire 1281 - 1922				
Iran	Umayyad 661 - 750												
				Abbasid 750 - 1258									
				Buyids 932 - 1055				Ilkhanid 1215 - 1353			Safavid Empire 1501 - 1722		
					Seljuk 1038 - 1194					Timurid 1378 - 1506		Afsharid 1736 - 1796	
Transoxania			Abbasid 750 - 874										
				Ghaznavid 962 - 1186									
			Samanid 874 - 1001			Khwarazm Shahs 1141 - 1220			Timurid 1378 - 1506				
							Ilkhanid 1215 - 1353			Khanates			
Afghanistan & Northern India													
				Ghaznavid 962 - 1186									
						Ghorid 1150 - 1216		Delhi Sultanate 1216 - 1526					
										Mughal Empire 1526 - 1858			

ตารางที่ 2.1 แสดงช่วงเวลาของจักรวรรดิอิสลาม

ที่มา: The Islamic Arts Museum Malaysia, 2004

ในหนังสือศิลปะเอเชีย ที่เขียนโดยปัญญา เทพสิงห์ (2548) มีข้อมูลเรื่องศิลปะอิสลามในเอเชียที่เน้นเรื่องประวัติศาสตร์ศิลปะอิสลาม โดยการแบ่งช่วงเวลาของศิลปะอิสลามออกเป็นยุคๆ เริ่มตั้งแต่ยุคสมัยจักรวรรดิอุมัยยะด ค.ศ. 661 ในดินแดนอียิปต์ อิหร่านและซีเรีย ไปจนถึงยุคของจักรวรรดิโมกุล ค.ศ. 1526 ในอินเดีย เนื้อหาเน้นไปในทางสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างทางศาสนางานหัตถศิลป์และงานประณีตศิลป์ของชาวมุสลิมในประเทศที่ได้รับอิทธิพลจากศาสนาอิสลาม เช่น

ในเอเชียตะวันตก เอเชียใต้และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ศิลปะอิสลามในทวีปเอเชีย แบ่งออกเป็น 7 ยุค ดังนี้

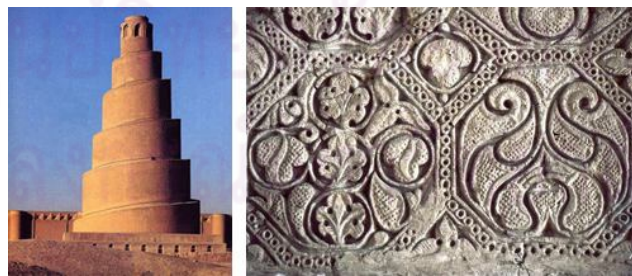
1. ศิลปะยุคอุมัยยาด (Umayyad) คริสต์ศตวรรษที่ 7-8 บริเวณประเทศซีเรีย ได้รับอิทธิพลจากศิลปะยุคไบแซนไทน์ โดยกษัตริย์มูอาวีเยฮ์ ที่ 1 ที่มีเชื้อสายอาหรับที่เคยกครองนครมักกะฮ์และมีแนวคิดแบบเปอร์เซีย เป็นชนชาติที่ชอบการทำสงคราม ขยายอาณาจักรกว้างขวางไปถึงอินเดียและจีน สร้างมัสยิดใหญ่โตที่ตกแต่งด้วยลวดลายวิจิตรตระการตา ศิลปะที่โดดเด่น คือ กระเบื้องโมเสก ลายพรรณพฤกษา เกรียกษาปณ์แบบนูนต่ำที่ไม่มีรูปเคารพ มีแต่ตัวอักษร



ภาพที่ 2.28 เกรียกษาปณ์จักรวรรดิอุมัยยาด

ที่มา: Islamic Art and Architecture, 1999

2. ศิลปะยุคอับบาสิด (Abbasid) คริสต์ศตวรรษที่ 8-13 บริเวณประเทศอิรัก โดยอับดุลอัล อับบาส กษัตริย์อาหรับตระกูลฮาซิมที่ได้รับการสนับสนุนจากเปอร์เซีย (ซิมะห์) สร้างศิลปะอิสลามแบบอาหรับ ไม่เป็นไบแซนไทน์แล้ว มีความสามารถทางวิทยาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ การคำนวณ ดาราศาสตร์ เกิดลัทธิซูฟี สร้างมัสยิดที่มีโดมทรงหัวหอม ทรงต้นปาล์ม มีอิสระในการสร้างงานศิลปะ มีภาพจิตรกรรมที่มีภาพคน



ภาพที่ 2.29 หอเกลียวและปูนปั้นลายพรรณพฤกษาที่เมืองซามาร์รา

ที่มา: Islamic Art and Architecture, 1999

3. ศิลปะยุคซามานี (Samanid) คริสต์ศตวรรษที่ 9-11 บริเวณประเทศอิหร่านตอนเหนือ ในคูราซานและทรานโซเซียนา สืบเชื้อสายมาจากจักรพรรดิซามานีแห่งเปอร์เซีย เป็นยุคที่มี

ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ การเมือง อุตสาหกรรม เครื่องปั้นดินเผาของเมืองนิซาปูร์และสะมาร์คานด์ สถาปัตยกรรมแบบสามัญ ที่ยังเหลืออยู่ในปัจจุบัน คือ สุสานของท่านอิสมาอีล ที่ 1 (ค.ศ. 907) ในเมืองบุคอรอ



ภาพที่ 2.30 สุสานของท่านอิสมาอีล ที่ 1

ที่มา: Islamic Art and Architecture, 1999

4. ศิลปะยุคเซลจุก (Seljuk) คริสต์ศตวรรษที่ 11-12 บริเวณประเทศอิรัก อิหร่าน เป็นเผ่าหนึ่งของชนชาติเตอร์ก ทำสงครามกับคริสเตียน ตอนหลังถูกมองโกลรุกรานจึงอพยพไปสู่อียิปต์ พวกเซลจุกกลุ่มหนึ่งในอนาโตเลีย (ยุโรป) ได้พัฒนาจนกลายเป็นจักรวรรดิออตโตมัน ศิลปะเซลจุกที่โดดเด่น คือ กระเบื้องสีฟ้าที่ทำจากโคบอลซึ่งได้รับเทคโนโลยีจากจีน



ภาพที่ 2.31 กระเบื้องสีฟ้าศิลปะยุคเซลจุก

ที่มา: Islamic Art and Architecture, 1999

5. ศิลปะยุคออตโตมัน (Ottoman) คริสต์ศตวรรษที่ 14-20 บริเวณประเทศตุรกี เริ่มจากออสมันลีแห่งราชวงศ์ออสมัน ผู้นำชนชาติเตอร์กในอนาโตเลียหรือรูม เป็นจักรวรรดิสมัยใหม่ มี

ระบบทหารรับจ้าง มีการใช้ปืน ศิลปะออตโตมัน ที่โดดเด่น คือ พรม กระเบื้องอิซนิก ที่มีลายพรรณพฤกษาบนพื้นสีฟ้า เช่น ดอกพีโอนี การ์เนชั่น ทิวลิป กุหลาบ ไฮยาซีน



ภาพที่ 2.32 ศิลปะเมืองอิซนิก ที่มีลายพรรณพฤกษาสีฟ้า
ที่มา: Islamic Art and Architecture, 1999

6. ศิลปะยุคซาฟาวิ (Safavid) เฉพาะยุคแรกที่อยู่ในคริสต์ศตวรรษที่ 16 ถึง 17 ในบริเวณประเทศอิหร่าน โดยซาห์ อิสมาอิล ที่ 1 เมืองหลวงอยู่ที่ตะบรีซ ศิลปะซาฟาวิอยู่ในช่วงเวลาเดียวกันกับเรอเนสซองส์ (ยุโรป) ภาพจิตรกรรมในตำนานกษัตริย์ซาห์ นามะห์ เป็นภาพวาดที่มีชื่อเสียงมากของศิลปะยุคนี้ ที่มีลักษณะการวาดแบบ 2 มิติคล้ายภาพในศิลปะไทย ระบายสีแบบราบเรียบ ไม่มีการเกลี่ยไล่สีน้ำหนัก มีเส้นล้อมรอบร่างกายหรือวัตถุซึ่งทำให้ดูเป็นภาพสมมุติมากกว่าภาพจริง หน้าคนจะหันข้างเสมอ โดยมุมของร่างกายจะเป็นด้านหน้า ให้ความสำคัญของเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ สื่อสารด้วยภาษากาย ไม่มีระยะภาพ



ภาพที่ 2.33 ศิลปะที่มีชื่อเสียงของยุคซาฟาวิ
ที่มา: Islamic Art and Architecture, 1999

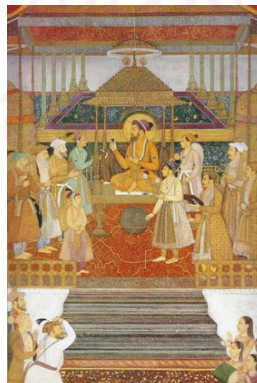


ภาพที่ 2.34 ภาพจิตรกรรมในตำนานกษัตริย์ชาห์ นามะห์
ที่มา: Islamic Art and Architecture, 1999

7. ศิลปะยุคโมกุล (Mughal) คริสต์ศตวรรษที่ 16-19 บริเวณประเทศอินเดีย ในอดีตเคยปกครองโดยกษัตริย์มุสลิมเชื้อสายเตอร์ก จักรวรรดิโมกุลสถาปนาโดยฮัมมัด บาบัวร์ ศูนย์กลางอยู่ที่เมืองเดลีและอักรา ได้รับอิทธิพลจากศิลปะยุคออตโตมันและซาฟาวิ เช่น ชู่มโค้ง เรียกศิลปะอิสลามในอินเดียว่า ศิลปะอินโด-อิสลาม หรือ ศิลปะมัวร์



ภาพที่ 2.35 งานแกะสลักหินอ่อนในศิลปะยุคโมกุล
ที่มา: The Majesty of Mughal Decoration, 2007



ภาพที่ 2.36 งานจิตรกรรมในสมัยกษัตริย์ชาห์ จาฮาน, จักรวรรดิโมกุล
ที่มา: The Majesty of Mughal Decoration, 2007

ศิลปะอิสลามที่ยังเหลือร่องรอยให้เห็นในประเทศไทย คือ ศิลปะยุคซาฟาวิ ซึ่งตรงกับตอนปลายของสมัยอยุธยา (จุฬารัตน์, 2548) เป็นช่วงที่ขุนนางไทยมุสลิมเชื้อสายจากเปอร์เซียมีอิทธิพลอย่างมากในราชสำนัก มีการเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมอิสลามแบบเปอร์เซีย เกิดการผสมผสานกับวัฒนธรรมไทยในหลายๆ เรื่อง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ไทย เช่น ลายไทยผสมกับลายพรรณพฤกษาแบบเปอร์เซีย ลายผ้า ลายพรม อาหาร ขนมหวานและคำศัพท์บางคำที่กลายเป็นภาษาไทยไปในที่สุด

ศิลปะยุคโมกุลของอินเดียก็มีให้เห็นอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก เพราะโมกุลมีรูปแบบที่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะยุคซาฟาวิอีกทอดหนึ่ง เป็นช่วงปลายของจักรวรรดิอิสลามที่กำลังจะสิ้นสุดลง เริ่มมีอิทธิพลจากศิลปะตะวันตกเข้ามาแทนที่ รูปแบบของศิลปะไทยที่ได้รับจากศิลปะยุคซาฟาวิและโมกุลที่เด่นชัดมาก คือ ภาพจิตรกรรมไทยแบบ 2 มิติ ที่ไม่แสดงระยะภาพด้วยขนาด น้ำหนัก และรายละเอียด ลักษณะภาพแบนราบ ไม่มีการเกลี้ยไถ่น้ำหนักสีให้เกิดมวลปริมาตรของร่างกายหรือวัตถุ ไม่ใส่แสงตกกระทบและเงาที่ทอดลงมา ใช้เส้นล้อมรอบร่างกายทำให้ดูเป็นภาพสมมุติมากกว่าภาพจริง หน้าคนจะหันข้าง 45 องศาเสมอโดยไม่คำนึงถึงมุมของร่างกาย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นด้านหน้า ใ้รายละเอียดของเครื่องแต่งกาย เช่น ลายผ้า ความพลิ้วไหวของเนื้อผ้า รอยจับจีบของเสื้อผ้า การใส่เครื่องประดับที่บ่งบอกถึงสถานะทางสังคม หน้าคนจะไม่แสดงอารมณ์ ดูคล้ายยืนเฉยๆ แต่จะใช้ภาษาร่างกายสื่อสารแทน มีการแสดงทัศนียภาพที่เป็นสวนเป็นภูเขาเป็นป่า

2.2 ชาวไทยมุสลิม

2.2.1 ชาวไทยมุสลิมในบทบาทของผู้บริโภค

ในวิทยานิพนธ์เรื่อง “รูปแบบการดำเนินชีวิต ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลของผู้บริโภคมุสลิม” โดยยุพิน หะสัน (2546: 146-149) ให้ความสนใจในแนวคิด 3 เรื่อง คือ

1. กิจกรรมที่ชาวไทยมุสลิมทำเป็นประจำ เช่น การใช้ชีวิตอยู่กับบ้าน การติดตามข่าวสารบ้านเมือง การทำกิจกรรมทางศาสนาและการเยี่ยมญาติพี่น้อง
2. สิ่งที่ชาวไทยมุสลิมให้ความสนใจมาก เช่น เรื่องในครอบครัว การใช้ชีวิตอยู่กับบ้าน อาหารการกินที่มีประโยชน์
3. ความคิดเห็นที่ชาวไทยมุสลิมมีคล้ายกัน เช่น การรวมกลุ่มกัน ปัญหาสังคมเกิดจากการขาดศีลธรรม อนาคตจะมั่นคงถ้ามีการวางเป้าหมายที่ชัดเจน แนวคิดแบบตะวันตกทำให้สภาพสังคมเสื่อมลง

พบว่า มีรูปแบบการดำเนินชีวิตของชาวไทยมุสลิม 9 แบบ คือ

1. กลุ่มชีวิตทันสมัยแต่หัวใจอนุรักษ์นิยม เป็นผู้ที่รักความสนุกสนาน หากความสุขความบันเทิงใส่ตัว เช่น ดูหนัง ฟังเพลง แต่งตัวตามยุคสมัย ซ้อมปิ้ง ร้องคาราโอเกะ ชมคอนเสิร์ต งานเทศกาลบันเทิง การสังสรรค์กับเพื่อนฝูง ในขณะที่เดียวกันก็เป็นผู้ที่จริงจังกับชีวิต ใส่ใจในอนาคต เป้าหมายในชีวิต คือ ประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน การมีเงินเก็บ ความมั่นคงในชีวิตและอนาคตบั้นปลาย แต่คนกลุ่มนี้ไม่เห็นด้วยกับกระแสใหม่ๆ บางอย่างในสังคมปัจจุบัน เช่น การอยู่กินกันก่อนแต่งงาน การทำศัลยกรรมตกแต่งร่างกาย การมีพฤติกรรมผิดเพศและการไม่รับผิดชอบครอบครัว
2. กลุ่มสนใจข่าวสาร เป็นผู้ที่ชอบรับข้อมูลข่าวสาร สถานการณ์บ้านเมืองทั่วโลก ชอบอ่านหนังสือ นิตยสาร ต้องการเป็นที่ยอมรับของผู้อื่น สร้างความมั่นใจให้ตัวเองด้วยการแต่งตัว แต่งหน้า สนใจบุคลิกภาพของตัวเอง ไม่ค่อยใส่ใจปัญหาสังคม หากเป็นเรื่องไกลตัวหรือไม่เกี่ยวกับตนเอง
3. กลุ่มยึดหลักการ เป็นผู้ให้ความสำคัญกับการทำกิจกรรมทางศาสนา ให้ความร่วมมือในงานการกุศล ชอบอ่านหนังสือเกี่ยวกับศาสนา เยี่ยมเขียนญาติพี่น้องมุสลิม ใส่ใจในการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย ใส่ใจในส่วนผสมและการผลิตตามหลักการฮาลาล สนใจการออกกำลังกาย รักษาความสะอาด ซึ่งสอดคล้องกับหลักคำสอนของศาสนาอิสลามและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของมุสลิม
4. กลุ่มใส่ใจตัวเอง สนใจสังคม เป็นผู้ที่สนใจดูแลตัวเอง ต้องการสุขภาพที่แข็งแรงและรูปร่างที่สมส่วน มักทำจิตใจให้แจ่มใส ชอบการพักผ่อน คลายเครียดด้วยการออกกำลังกาย ฟิตเนส นวด อบชารันน่าและสปา สนใจปัญหาสังคม สิ่งแวดล้อม เพื่อนบ้าน แต่ไม่ค่อยเห็นด้วยกับการโฆษณาชวนเชื่อให้บริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย
5. กลุ่มรักกีฬา ชอบความท้าทาย เป็นผู้ที่ชอบกิจกรรมท้าทายความสามารถ ความตื่นเต้น การลุ้นระทึก ชอบกีฬา ชอบออกกำลังกาย เป็นผู้ที่มีความกระตือรือร้น ไม่ชอบอยู่นิ่ง ชอบใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ ท่องเที่ยวผจญภัย สนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ เป็นผู้ที่ชอบการเปลี่ยนแปลง ทุ่มเทในการทำงาน ให้ความสำคัญกับผลตอบแทนและความคุ้มค่า
6. กลุ่มติดคอมพิวเตอร์เพื่อน เป็นผู้สนใจในเทคโนโลยี ชอบใช้คอมพิวเตอร์และเครื่องมือไอที ชอบความทันสมัย ชอบทำกิจกรรมกับเพื่อนฝูง ไม่ชอบอยู่คนเดียว ชอบปรึกษาปัญหากับเพื่อน ให้เพื่อนช่วยตัดสินใจ
7. กลุ่มความคิดก้าวไกล หัวใจแบรนด์เนม เป็นผู้ที่ชอบใช้สินค้าจากต่างประเทศ ชอบเที่ยวต่างประเทศ เป็นคนมองโลกในแง่ดี มองการณ์ไกล คิดถึงอนาคต มีความคิดทันสมัย ก้าวทัน

โลกทันเทคโนโลยี ไม่ยึดติดกับขนบธรรมเนียม ชอบความเปลี่ยนแปลง ปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อมใหม่ได้เป็นอย่างดี

8. กลุ่มความสุขอยู่ในบ้าน เป็นผู้ที่ใช้ชีวิตเรียบง่าย ไม่ชอบทำกิจกรรมนอกบ้าน แต่จะมีความสุขกับการใช้ชีวิตกับครอบครัวภายในบ้าน เช่น ปลูกต้นไม้ เลี้ยงสัตว์ เป็นผู้ที่ให้ความสำคัญกับครอบครัว แก้ปัญหาด้วยการปรึกษาผู้ใหญ่ในบ้าน

9. กลุ่มสนุกกับชีวิตและยอมรับสิ่งใหม่ๆ เป็นผู้ที่ไม่ชอบเก็บตัว แต่ชอบงานรื่นเริง ชอบสังสรรค์พูดคุยกับคนหลากหลาย นิยมอยู่อาศัยในเมืองหลวงหรือเมืองใหญ่ ยอมรับวัฒนธรรมต่างชาติ เพราะไม่เห็นว่าอะไรก่อให้เกิดปัญหาอะไร ปัญหาเกิดจากการไม่ปฏิบัติตามคำสอนของศาสนาต่างหาก

ผู้บริโภคมุสลิมที่มีความรู้ในเรื่องอาหารฮาลาล จะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลในระดับสูง มุสลิมที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบยึดหลักการ สนใจข่าวสาร สุขภาพอยู่บ้าน รักกีฬา ชอบความท้าทาย จะมีความรู้ในเรื่องอาหารฮาลาลเป็นอย่างดี มุสลิมที่มีรูปแบบการดำเนินชีวิตแบบยึดหลักการ จะมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลที่เคร่งครัด การที่มีความรู้ในเรื่องอาหารฮาลาลทำมุสลิมให้มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาลที่ถูกต้อง

ผลการวิจัยของยูนิ สอดคล้องกับแนวคิดการแบ่งส่วนทางการตลาดที่ใช้ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมเป็นเกณฑ์ ที่เห็นความสำคัญของความแตกต่างในศาสนา เห็นความแตกต่างในรูปแบบการดำเนินชีวิตของชาวไทยมุสลิม หลักปฏิบัติทางศาสนาทำให้เกิดการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ถึงแม้ว่าจะเป็นสังคมวัฒนธรรมกระแสรองในไทย แต่เมื่อพิจารณาในภาพกว้างจะเห็นว่ามุสลิมทั่วโลกประมาณ 1,800 ล้านคนเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักและผู้บริโภคทั่วไปอีกมหาศาลเป็นเป้าหมายรอง ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการทางร่างกายและจิตใจไม่ต่างกัน การปรับตัวให้เข้ากับสังคมไทยโดยไม่ขัดต่อหลักศาสนา เป็นแนวทางที่ชาวไทยมุสลิมถือปฏิบัติมาช้านาน ดังจะเห็นได้จาก รูปแบบทางสถาปัตยกรรมมัสยิดหลายแห่งที่แสดงความเป็นไทยได้อย่างชัดเจน การประกอบอาชีพโดยไม่แบ่งแยกศาสนา อาหารการกินที่มีรสชาติแบบไทยๆ รวมถึงสภาพความเป็นอยู่และการเข้าสังคมที่กลมกลืนไม่แปลกแยก

2.2.2 วิธีชีวิตของชาวไทยมุสลิม

ชาวไทยมุสลิม โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ ได้ผ่านกระบวนการปรับตัวเพื่อให้อยู่ร่วมกับสังคมโดยที่ยังคงอัตลักษณ์ไว้ได้ ในท่ามกลางวัฒนธรรมกระแสหลักของพุทธและพราหมณ์ อีกทั้ง ความหลากหลายในเชื้อชาติและความแตกต่างทางวัฒนธรรมของมุสลิมเอง ก็ทำให้ชุมชนมุสลิมมีวิถีชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะ อาคิร อิดริส รัชมนณี (2552: 3) ในวิทยานิพนธ์เรื่อง “แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมมัสยิดในกรุงเทพฯ” พบว่า ชุมชนมุสลิมมีความเชื่อมโยงกับมัสยิด

เพราะมัสยิดมีฐานะเป็นบ้านของพระเจ้า เป็นศูนย์กลางของชุมชน แนวคิดที่ใช้ในการสร้างมัสยิดจึงมีความสำคัญและสะท้อนวิถีคิด วิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของมุสลิมด้วย อาดิศร์ อธิบายว่า ในช่วงกว่า 200 ปีที่ผ่านมา แนวคิดหลักที่ใช้ในการสร้างมัสยิดในกรุงเทพฯ มีการเปลี่ยนแปลงถึง 8 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดในการอยู่ตามสภาพท้องถิ่น ซึ่งมีผลให้มัสยิดมีรูปแบบตามท้องถิ่น ตั้งแต่สมัยอยุธยาจนถึงต้นกรุงรัตนโกสินทร์ มุสลิมหลายๆ เชื้อชาติจะช่วยกันก่อสร้างมัสยิดด้วยวัสดุที่หาได้ และภูมิปัญญาในท้องถิ่น ที่แสดงความเรียบง่าย เป็นเรือนไม้หลังคาจั่ว มีชานและชายคายื่นยาว ออกมากันฝนกันแดด คล้ายกับโบสถ์และวัด มีความสอดคล้องกับสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น คำนี้ถึงวิถีชีวิตของชาวบ้านและสภาพอากาศ สอดคล้องกับหลักคำสอนของศาสนาอิสลาม ที่อยู่อย่างเรียบง่าย พอเพียง อยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมและสังคม

2. แนวคิดในการอิงกับอำนาจท้องถิ่น ซึ่งมีผลให้มัสยิดมีรูปแบบไทยประเพณี ในสมัยอยุธยา ขุนนางมุสลิมที่มีบทบาทในราชสำนัก ที่มีหน้าที่ดูแลการก่อสร้างมัสยิด เพื่อให้เหมาะสมกับฐานะบ้านของพระเจ้า มัสยิดส่วนใหญ่ในสมัยนั้นจึงมักจะใช้รูปแบบทางสถาปัตยกรรมชั้นสูง เช่น วัดและวัง มาปรับใช้เพื่อสื่อถึงศักยภาพของตนที่เชื่อมโยงกับอำนาจการปกครอง

3. แนวคิดในสร้างอัตลักษณ์โดยเชื่อมโยงกับเชื้อชาติ ซึ่งมีผลให้มัสยิดมีรูปแบบตามวัฒนธรรมต่างชาติ เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงชาติพันธุ์และศักยภาพของชุมชน เช่น มัสยิดกุฎีหลวงและกุฎีเจริญพาศน์ที่ใช้รูปแบบสถาปัตยกรรมท้องถิ่นของเปอร์เซีย ซึ่งเป็นประเทศมุสลิมสายชีอะฮ์

4. แนวคิดในการโหยหาอดีต ซึ่งมีผลให้มัสยิดมีรูปแบบอนุรักษ์สถาปัตยกรรมอิสลาม เป็นแนวคิดที่ต้องการหวนรำลึกถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรอิสลามในอดีต เช่น ออตโตมัน ซาฟาวิและโมกุล สาเหตุมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างผู้มีบทบาททางศาสนาอิสลาม จากขุนนางมาเป็นนักธุรกิจ จากการใช้วัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ และเพื่อแสดงความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของศาสนาอิสลาม

5. แนวคิดในการฟื้นฟูศาสนา ซึ่งมีผลให้มัสยิดมีรูปแบบอาหรับประยุกต์ เป็นการรวมลักษณะเด่นของสถาปัตยกรรมอาหรับไว้ด้วยกัน ซึ่งเคยเป็นสัญลักษณ์ของความหุรเราะฮ์ดั่งการในสายตาของชาวตะวันตก แต่สำหรับมุสลิมแล้ว เป็นการแสดงความผูกพันและการเป็นส่วนหนึ่งของประชาชาติอิสลาม (อุมมะฮ์) มากกว่าเพื่อความหุรเราะฮ์ สำหรับชาวไทยมุสลิม ความเป็นอาหรับจะหมายถึง นครมักกะฮ์ ที่เป็นที่ตั้งของวิหารกะอ์บะฮ์ ศูนย์กลางการประกอบพิธีฮัจญ์และนครมะดีนะฮ์ ที่เป็นศูนย์กลางการเผยแผ่ศาสนาอิสลามของท่านศาสดา ปัจจุบันดินแดนทั้ง 2 แห่งอยู่ในประเทศซาอุดีอาระเบีย แนวคิดอาหรับประยุกต์นี้สื่อถึงอิสลามในแนวทางใหม่ ซึ่งชาวไทยมุสลิมรับรูปแบบนี้มาใช้เมื่อต้นคริสต์ศตวรรษที่ 20

6. แนวคิดในการทบทวน ซึ่งมีผลให้มัสยิดมีรูปแบบที่เน้นเหตุผล ในสมัยของจอมพล ป. พิบูลสงคราม มีนโยบายให้ประชาชนอยู่ภายใต้วัฒนธรรมแบบเดียว ซึ่งเป็นผลทำให้มุสลิมตระหนักถึงอัตลักษณ์ของตน เมื่อไม่มีรูปแบบจากอาณาจักรอิสลามที่ชัดเจน จึงใช้วิธีทบทวนคำสอนของศาสนาควบคู่ไปกับศิลปะวิทยาการสากล เพื่อให้ได้รูปแบบที่สะท้อนความเป็นเหตุเป็นผลตามหลักคำสอน มากกว่าการใช้รูปแบบที่แสดงถึงชนชาติเช่นเดิม มีการใช้รูปแบบอาคารราชการในกรุงเทพฯ ที่ได้รับอิทธิพลจากยุโรป มาเป็นรูปแบบสถาปัตยกรรมมัสยิดที่ทันสมัยในยุคนั้น

7. แนวคิดในการเปิดตัวสู่วัฒนธรรมสากล ซึ่งมีผลให้มัสยิดมีรูปแบบสมัยใหม่ หลังยุคล่าอาณานิคม มุสลิมตระหนักถึงการฟื้นฟูประเทศเพื่อไม่ให้วัฒนธรรมถูกกระแสการพัฒนากลืนหายไป มีการปรับใช้วิทยาการสมัยใหม่ให้สอดคล้องกับแนวทางของศาสนา ให้มีรูปทรงเรียบง่ายในลักษณะนามธรรม ที่แสดงออกในโครงสร้าง ระบบอาคารที่ทันสมัยและวัสดุ โดยไม่ต้องสื่อถึงอัตลักษณ์ของชาติใดเป็นพิเศษ

8. แนวคิดในการสร้างอัตลักษณ์ใหม่ ซึ่งมีผลให้มัสยิดมีรูปแบบคลาสสิกใหม่ เป็นยุคที่ประเทศมุสลิมใหม่มีบทบาททางเศรษฐกิจ ทั่วโลกได้เกิดศิลปวัฒนธรรมรูปแบบใหม่ขึ้น ทำให้การสร้างอัตลักษณ์เป็นสิ่งสำคัญในยุคโลกาภิวัตน์ จึงมีการปรับเปลี่ยนรูปทรง การประดับตกแต่ง การจัดองค์ประกอบตามแบบในอดีตให้เข้ากับเทคโนโลยีการก่อสร้างสมัยใหม่ มีลักษณะโดยรวมแบบสมัยใหม่แต่เน้นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นบางอย่างในอดีตมาใช้ในเชิงสัญลักษณ์

จากหลักคำสอนของศาสนาอิสลามที่ไม่สร้างรูปเคารพ ไม่ลุ่มหลงในภาพจิตรกรรม ทำให้ชาวไทยมุสลิมแสดงวิถีชีวิตและวิถีคิดออกมาทางรูปแบบของสถาปัตยกรรมมัสยิด เป็นการแสดงถึงมโนทัศน์และอิทธิพลที่ทำให้มุสลิมมีแนวคิดแบบต่างๆ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จากแนวคิดทั้ง 8 แนวคิด ทำให้เห็นความโดดเด่นในการปรับตัวของชาวไทยมุสลิมให้เข้ากับสังคมสภาพแวดล้อมและกฎระเบียบ เห็นความมั่นคงในการรักษาอัตลักษณ์ของอิสลามและยึดมั่นในคำสอนของศาสนาได้เป็นอย่างดี แนวคิดเหล่านี้ จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแบบสอบถามเพื่อสำรวจทัศนคติของชาวไทยมุสลิมเกี่ยวกับแนวคิดที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของมุสลิมในปัจจุบัน สรุปแนวคิดที่จะนำไปใช้ในบทต่อไป มีดังนี้

1. แนวคิดแบบ “อยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาล”
2. แนวคิดแบบ “ใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์ ยึดมั่นในอารยะธรรมอาหรับ”
3. แนวคิดแบบ “วิถีชีวิตสมัยใหม่ตามแบบตะวันตก สร้างเอกลักษณ์ใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ”

2.2.3 ความเป็นไทยในอิสลาม

ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ (2541: 1-10) ได้เสนอแนวทางในการศึกษาสถานการณ์ทางศาสนาอิสลามในปัจจุบันว่า มีแนวคิดหลัก 2 แนวคิด คือ อิสลามศึกษา ที่มีนัยในทางศาสนวิทยา ให้ความสำคัญกับความจริงและความเคร่งครัดทางศาสนา และมุสลิมศึกษา ที่ให้ความสำคัญกับมนุษย์ในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลายที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุสลิมได้ปรับวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับปัจจัยท้องถิ่นและปัจจัยภายนอก จนกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งก็มีผลต่อแนวคิดและการแสดงออกที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ใช้แนวคิดมุสลิมศึกษา ในการศึกษาตัวตนของชาวไทยมุสลิมในประเทศไทยซึ่งมีบรรพบุรุษมาจากเชื้อชาติต่างๆ 6 ชาติ (เสาวนีย์ จิตต์หมวด, 2531: 104) คือ เปอร์เซีย อาหรับ ชาว-มลายู จาม-เขมร อินเดีย-ปากีสถาน-บังคลาเทศ และจีน ชาวไทยมุสลิมไม่ว่าจะมีเชื้อชาติใด ต่างก็อยู่ร่วมกับชาวไทยพุทธได้อย่างกลมกลืน

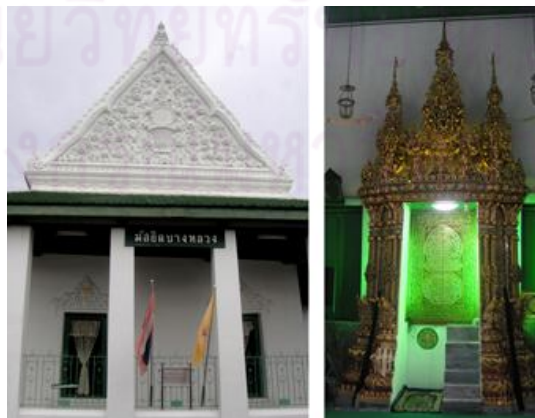
วัฒนธรรมไทยไม่ได้ขัดแย้งกับวัฒนธรรมอิสลามแต่อย่างใด มุสลิมใช้ชีวิตอยู่ในสังคมที่มีวัฒนธรรมแตกต่างได้ หากวัฒนธรรมนั้นไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลามและมุสลิมเองก็จะไม่ทำกิจกรรมทางศาสนาของศาสนาอื่นอยู่แล้ว ทำให้มุสลิมไม่ต้องละทิ้งการปฏิบัติตามหลักการของตนสามารถใช้ชีวิตร่วมกับชุมชนต่างศาสนาได้ เช่น การร่วมงานรื่นเริง งานเทศกาลต่างๆ การอยู่บ้านทรงไทย การใช้ภาษาไทยในชีวิตประจำวัน การรับประทานอาหารไทยเป็นหลัก เช่น น้ำพริกปลาทุบแกงส้ม แกงเลียง การทักทายด้วยการไหว้ มัสยิดหลายแห่งใช้โครงสร้างทางสถาปัตยกรรมแบบไทย หลายแห่งใช้ลายไทยในการประดับตกแต่ง สายธารหลักของศิลปะและวัฒนธรรมอิสลามในประเทศไทย ได้รับการถ่ายทอดมาจากอินเดีย-เปอร์เซียสายหนึ่ง และจากชาว-มลายูอีกสายหนึ่ง ทั้งสองสายมีโครงสร้างมาจากที่เดียวกัน นั่นคือ อารยะธรรมอาหรับแล้วมาผสมผสานกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นของแต่ละชาติพันธุ์

การที่ชาวไทยมุสลิมมีชีวิตอยู่ในสังคมที่มีวัฒนธรรมหลักแบบพุทธและพราหมณ์ เป็นการผสมกลมกลืนทางวัฒนธรรม ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดอย่างหนึ่งคือ ลวดลายจิตรกรรมที่ใช้ประดับเรือกอลและ ในจังหวัดปัตตานี ซึ่งอยู่บนพื้นฐานของอิสลาม มีแนวคิดแบบอาหรับและได้รับอิทธิพลจากสังคมแวดล้อมที่เป็นชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิมและชาวจีน เป็นการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ความที่ชาวไทยมุสลิมทางตอนใต้ของไทยมีเชื้อสายชาว-มลายู ทำให้เกิดวัฒนธรรมและศิลปกรรมแบบผสมผสานระหว่างชาว มลายู ไทยและจีน มีการใช้ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษา ตัวอักษรประดิษฐ์และลายสัตว์ในวรรณคดีไทย รวมถึงลายสัตว์ตามความเชื่อในโชคลางแบบจีน มัสยิดของมุสลิมเชื้อสายจีนหลายแห่งมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมแบบจีนอย่างชัดเจน มีลายเรขาคณิตและลายพรรณพฤกษาที่ประยุกต์เข้ากับลวดลายจีน ซึ่งมีให้เห็นในงานเซรามิกและภาพวาดแบบศิลปะอิสลาม-เปอร์เซีย ยุคจักรวรรดิซาฟาวิ



ภาพที่ 2.37 ลายไทยที่ใช้ประดับเรือกอและที่มีพื้นฐานศิลปะอิสลาม
ที่มา: ลวดลายจิตรกรรมบนเรือกอและในจังหวัดปัตตานี (วุฒิ วัฒนสิน, 2542)

ศิลปะอิสลามแบบเปอร์เซียมีความโดดเด่นมากในเมืองไทย เป็นที่รู้จักกันในฐานะของศิลปะเปอร์เซียมากกว่าความเป็นศิลปะอิสลามเสียด้วยซ้ำไป ในสมัยอยุธยา มุสลิมที่มีบทบาทสำคัญมักจะเป็นชาวเปอร์เซีย ด้วยความเจริญรุ่งเรืองที่มีมาก่อนไทยหลายพันปี ศิลปะและวัฒนธรรมไทยในยุคนั้นจึงมีร่องรอยของเปอร์เซียให้เห็น เช่น ในรูปแบบของสถาปัตยกรรม ในลวดลายและเรื่องราวที่ผสมผสานอยู่ในลายไทย ลวดลายในเครื่องประดับ ในลายผ้า สิ่งทอและเครื่องปั้นดินเผา ในอาหารและของหวาน รวมทั้งในคำศัพท์อีกมากมายที่กลายเป็นคำไทยไปในที่สุด ศิลปะเปอร์เซียกับลายไทยมีความคล้ายคลึงกันในหลายประเด็น เช่น มีโครงสร้างแบบเรขาคณิต ใช้ความสมดุลแบบสมมาตรในการแบ่งพื้นที่ของลาย แล้วประดับประดาด้วยลายที่ประยุกต์มาจากสิ่งมีชีวิตในธรรมชาติ มีมัสยิดหลายแห่งที่ใช้โครงสร้างทางสถาปัตยกรรมแบบไทย เช่น มัสยิดอิหม่ามบารา (กุฎีเจริญพาสณ์) มัสยิดหลวงโกษา อิศหาก (วัดเก่า) มัสยิดบางหลวง (กุฎีขาว) ในกรุงเทพฯ และมีการใช้ลายไทยประดับธรรมาสน์ (เม็ยร็ร็อบและมิมบัจ) เช่น มัสยิดตะเกียโยธิน ในจังหวัดอยุธยา มัสยิดต้นสน ในกรุงเทพฯ



ภาพที่ 2.38 สถาปัตยกรรมไทยและศิลปะไทยที่เป็นส่วนหนึ่งของมัสยิดบางหลวง
ที่มา: ภาพถ่ายจากการสำรวจภาคสนามโดยผู้วิจัย, 2553



ภาพที่ 2.39 ศิลปะไทยในเมียร์ร็อบและมิมบร์ที่เป็นส่วนหนึ่งของมัสยิดต้นสน
ที่มา: ภาพถ่ายจากการสำรวจภาคสนามโดยผู้วิจัย, 2553



ภาพที่ 2.40 ลายพรรณพฤกษาที่มีเค้าโครงแบบไทย ในมัสยิดกุฎีเจริญพาสณ์
ที่มา: Muslim Worship Sites in Thailand, 2007



ภาพที่ 2.41 ลายในซุ้มอิวานที่มีเค้าโครงแบบไทย ในมัสยิดหลวงโกษาอิสหาก
ที่มา: Muslim Worship Sites in Thailand, 2007

มัสยิดต้นสน เป็นมัสยิดที่สำคัญและเก่าแก่ที่สุดในกรุงเทพฯ มีมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา มีประวัติศาสตร์อันยาวนานที่เกี่ยวข้องกับราชสำนักไทย เป็นสุสานที่ฝังร่างของบรรพชนมุสลิม พระยาจุฬาราชมนตรีในอดีตและขุนนางที่รับราชการในสมัยอยุธยา สร้างในปลายสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช เมื่อ พ.ศ. 2231 โดยเจ้าพระยาราชวังสันเสนีย์ (มะหฺมุด) เดิมเรียกกันว่า “กุฎีใหญ่” อาคารเดิมสร้างเป็นเรือนไม้สักยกพื้น หลังคามุงด้วยกระเบื้องดินเผา รูปทรงคล้ายศาลาการเปรียญ ในวัดพุทธ มีการปลูกต้นสนคู่ไว้ที่หน้าประตูกำแพงมัสยิดจึงเปลี่ยนชื่อเป็นทางการว่า มัสยิดต้นสน

ในเอกสารประกอบการประชุมสัมมนาทางวิชาการเรื่อง "ชีวิตไทยในธนบุรี" ของศูนย์ศิลปวัฒนธรรม สถาบันราชภัฏธนบุรี (2533) ได้อ้างถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมไทยของมัสยิดต้นสนว่า ในสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 มัสยิดต้นสนได้มีการตกแต่งบูรณะขยายต่อเติม ที่หน้าจั่วมีการเสริมช่อฟ้าใบระกา คล้ายอารามหรือศาลาการเปรียญ มีการทำมียรรีอบสำหรับอหิหาม และมิมับรแบบไทยแท้ มีการแกะสลัก ฝังกระจกสี ลงรักปิดทองคล้ายวัดในศาสนาพุทธ เมื่อรัชกาลที่ 3 เสด็จทางชลมารทผ่านหน้าของมัสยิดทางคลองบางกอกใหญ่ ทรงทอดพระเนตรอาคารมัสยิดต้นสนที่มีรูปร่างคล้ายวัด มีช่อฟ้าใบระกา มีลวดลายที่หน้าจั่วแบบวัดในศาสนาพุทธ ก็ยกพระกรขึ้นประนมแล้วตรัสถามชื่อวัด เมื่อได้รับการกราบทูลว่าเป็นมัสยิดอิสลาม จึงได้มีพระกระแสรับสั่งแก่ท่านหลวงโกษาอิศihak (นักโกดาอาลี) ซึ่งเป็นมหาดเล็กใกล้ชิดของพระองค์ ให้ไปยกเอาช่อฟ้าแบบวัดออกเสีย เพื่อมิให้มีใครเข้าใจผิด ต่อมาในปี พ.ศ. 2495 ได้มีการสร้างใหม่เป็นอาคารคอนกรีตเสริมเหล็ก เนื่องจากอาคารหลังเดิมทรุดโทรมเกินกว่าจะบูรณะได้



ภาพที่ 2.42 อาคารมัสยิดต้นสนในอดีต

ที่มา: มุสลิมมัสยิดต้นสนกับบรรพชนสามยุคสมัย 2544

แน่งน้อย สักคีศรี (2544: 33) ในหนังสือ “มุสลิมมัสยิดต้นสนกับบรรพชนสามยุคสมัย” อธิบายถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมมัสยิดต้นสนว่า หลังจากได้รับการบูรณะมาหลายครั้ง ตั้งแต่รัชกาลที่ 2 ถึงรัชกาลที่ 5 อาคารมัสยิดต้นสนก็มีลักษณะดังนี้ คือ แบ่งออกเป็นอาคารประธานและเฉลียงรอบ มีฝาผนังพร้อมหน้าต่างแทนระเบียงโล่ง หน้าบันก่อปูนปิดหน้าจั่วแทนเครื่องไม้ เป็นลายพรรณพฤกษา ตรงกลางเป็นเป็นช่องกลม

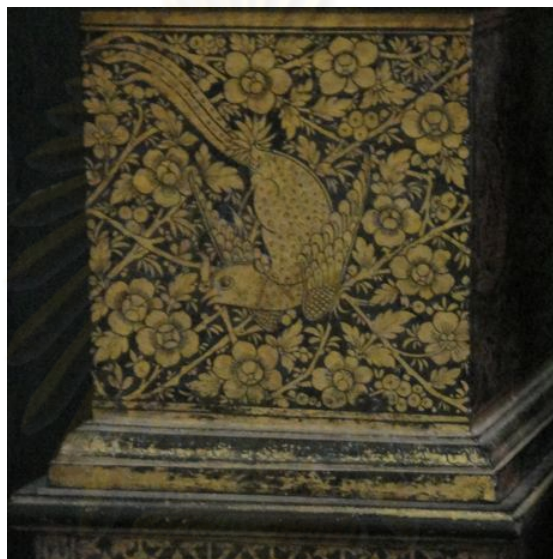


ภาพที่ 2.43 อาคารมัสยิดต้นสนในปัจจุบัน
ที่มา: มุสลิมมัสยิดต้นสนกับบรรพชนสามยุคสมัย 2544

จากข้อมูลเกี่ยวกับการใช้โครงสร้างทางสถาปัตยกรรมแบบไทยและศิลปะสำหรับตกแต่งแบบไทยในหลายๆ มัสยิด ทำให้ทราบว่า ชาวไทยมุสลิมมีความคิดที่กลมกลืนกันในความเป็นไทยกับความเป็นอิสลาม ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ ลวดลายในศิลปะอิสลามและศิลปะไทยมีลักษณะบางอย่างที่คล้ายคลึงกัน เช่น ลายดอกไม้ร่วง ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ลายพุดตานใบเทศ ที่นำลายดอกพุดตานของไทยมาผสมผสานกับลายใบไม้ของอิสลาม ซึ่งจุฬิศพงศ จุฬารัตน์ (2548) ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะที่คล้ายกันของลายไทยกับลายเปอร์เซีย ไว้ในบทความวิชาการเรื่อง “กุหลาบเปอร์เซียในราชอุทยานกรุงสยาม: รูปรอยวัฒนธรรมอินโด-อิหร่านในศิลปกรรมไทยสมัยอยุธยา” ว่าเป็นลายก้านต่อดอกไม้ผู้กเป็นเถาโค้ง แล้วพัฒนาไปสู่ลายก้านขดปลายลายรูปพุ่มข้าวบิณฑ์ ที่มีลายเครือเถาล้อมรอบม้วนเป็นวงโค้ง

ตัวอย่างที่เด่นชัดอีกจำนวนหนึ่ง ได้แก่ ลายกระหนกก้านขดปลายลายรูปหัวสัตว์ ที่พบเห็นในงานศิลปกรรมไทยและลายรดน้ำ ที่มีลักษณะคล้ายลายพรรณพฤกษาที่ขดเป็นวง ตรงปลายประดิษฐ์เป็นรูปหัวสัตว์ แบบเดียวกับที่ใช้ทอลายพรมเปอร์เซียและพรมอินเดีย

ลายรดน้ำที่ตู้พระธรรมวัดเชิงหวาย ศิลปะอยุธยาตอนปลายที่มีลักษณะคล้ายกับภาพ
ต้นไม้แห่งชีวิต (Tree of Life) ที่เป็นศิลปะเปอร์เซียในพุทธศตวรรษที่ 22 โดยเป็นภาพเขียนพุ่มไม้ที่มี
มีดอกไม้ ผลไม้และมีสรรพสัตว์มาอาศัยอยู่ได้กิ่งก้านของต้นไม้รูปแบบลวดลายที่มีลักษณะร่วมกัน
เหล่านี้ แสดงให้เห็นถึงรสนิยมด้านความงามจากโลกมุสลิมสู่สังคมไทยและพัฒนากลายเป็นพุทธ
ศิลป์แบบไทย



ภาพที่ 2.44 ลายพุดตานใบเทศในโบสถ์ในมัสยิดบางหลวง (กุฎีขาว)
ที่มา: ภาพถ่ายจากการสำรวจภาคสนามโดยผู้วิจัย, 2553

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ก่อนที่จะนำเสนอแนวคิดโลกาภิวัตน์ในส่วนต่อไป ผู้วิจัยต้องการอธิบายความเชื่อมโยงกันของแนวคิดอิสลามิกวัตน์ ท้องถิ่นวัตน์และโลกาภิวัตน์ ดังนี้

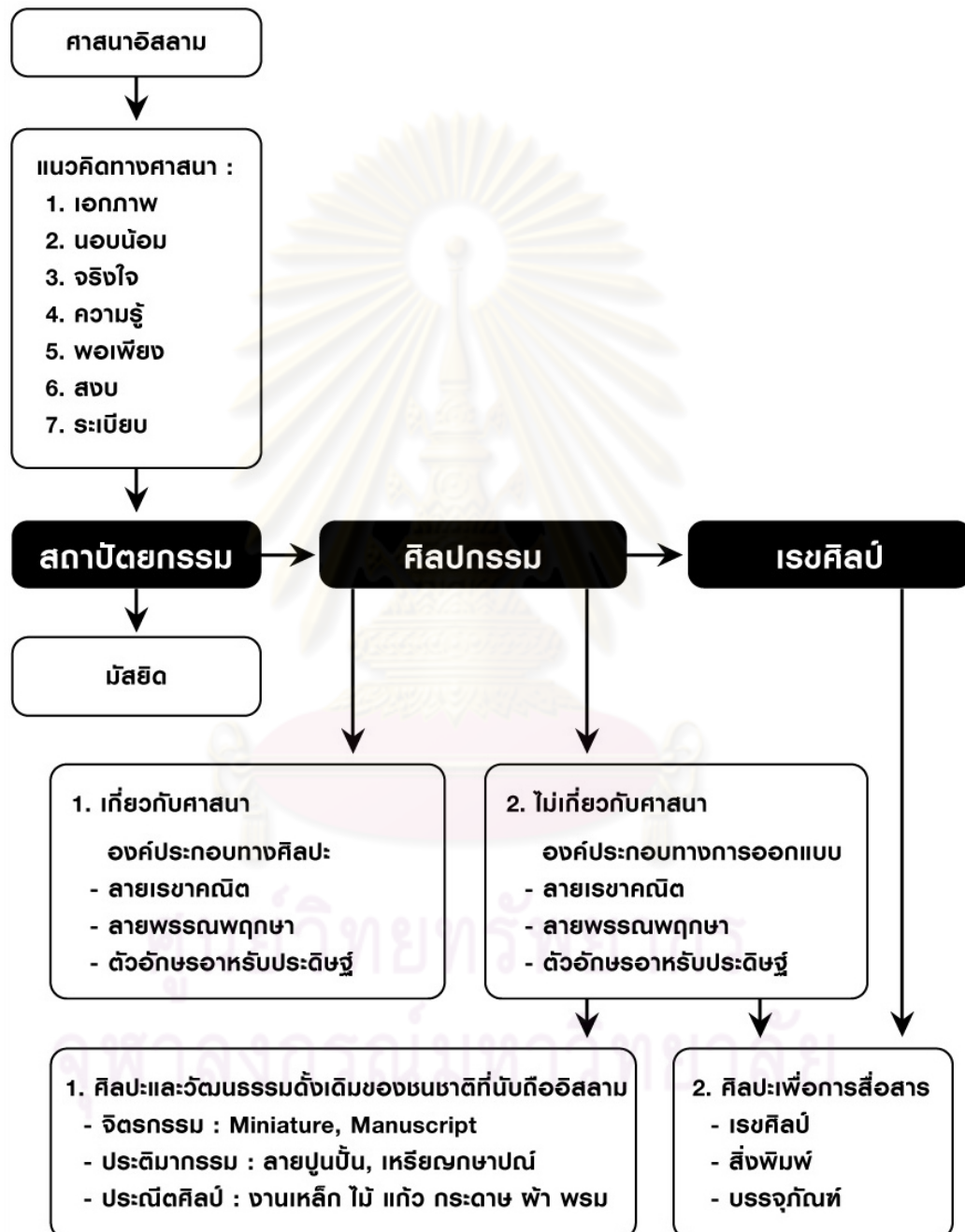
แนวคิดอิสลามิกวัตน์ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จะอ้างอิงถึงความหมาย 7 ประการในพระคัมภีร์เสมอ ซึ่งเป็นความคิดรวบยอดที่แฝงอยู่ในรูปแบบสถาปัตยกรรมมัซยิด เป็นการสร้างสิ่งที่ดีที่สุด มีประโยชน์ที่สุดของอิสลาม โดยมีแรงบันดาลใจมาจากความงดงามในคำสอนที่สรุปย่อลงไป ในความหมายทั้ง 7 ประการ แต่ก็ไม่ผู้มั่งคั่งว่าความหมายข้อใดหมายถึงส่วนไหนของมัซยิด เช่น หลังคาโดมและลวดลายที่ปรากฏที่โดมแสดงความเป็นเอกภาพและระเบียบของจักรวาล แต่ความสมดุลของโครงสร้างก็แสดงถึงความจริงใจและความสงบ ในขณะที่การแบ่งสัดส่วนของแผนผังและการซ้ำของลวดลายบนผนังก็สามารถแสดงถึงความพอเพียงและความรู้

อาจกล่าวได้ว่า ความหมายทั้ง 7 ประการมีความเป็นนามธรรมค่อนข้างสูง บางครั้งไม่สามารถลงเอยลงไปได้ว่า จะมีรูปธรรมเป็นอะไรอย่างตายตัว ดังนั้น จึงใช้ศิลปกรรมเข้ามาช่วยถ่ายทอดความหมายและทำให้เกิดความรู้สึกร่วมไปกับความหมายนั้นๆ การที่ศิลปะอิสลามเข้ามาเกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมมัซยิด ก็เพราะว่าศิลปะอิสลามจะประกอบด้วย ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรประดิษฐ์ ซึ่งมีสถานะเป็นองค์ประกอบทางทัศนศิลป์และทำหน้าที่เป็นสื่อหรือเป็นรหัสที่ใช้ในการสื่อสาร ทำให้คนทั่วไปสามารถเห็นเป็นรูปธรรมและเข้าถึงความหมายได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ศิลปะอิสลามยังถูกนำไปใช้ในการออกแบบลวดลายในพระคัมภีร์และภาพประกอบหนังสือ (Miniature and Manuscript) ดังนั้น ศิลปะอิสลามจึงมีแนวคิดและรูปแบบไปในทิศทางเดียวกับองค์ประกอบทางเรขศิลป์ ด้วยเหตุนี้ สถาปัตยกรรมมัซยิด ศิลปะอิสลามและเรขศิลป์ จึงเชื่อมโยงถึงกันได้

ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับศาสนาอิสลาม มีแนวคิดและรูปแบบที่สอดคล้องกับคำสอน มีจุดประสงค์เพื่อการสื่อความหมายและใช้ในการสร้างสมาธิเมื่อเข้าไปในมัซยิด หากพิจารณาลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรประดิษฐ์ในด้าน โครงสร้างและวิธีประกอบลาย จะพบว่า มีโครงสร้างที่ไม่ซับซ้อน เริ่มต้นจากลายพื้นฐานที่เป็นรูปทรงเรขาคณิตหรือรูปทรงธรรมชาติอย่างง่าย จากนั้น จึงใช้การซ้ำแบบสม่ำเสมอในการประกอบลายให้มีบริเวณกว้างขึ้น โดยใช้ความสมดุล ใช้สัดส่วนและอัตราส่วนของขนาดที่แน่นอน มีจังหวะและการเว้นที่ว่างอย่างมั่นคง ทำให้ผู้ที่ดูลายแบบอิสลามมีความสงบนิ่ง ควบคุมอารมณ์ความรู้สึกได้ดี

การสื่อสารในโลกสากล เรขศิลป์จะมีหน้าที่สื่อความหมาย ใช้แทนคำพูดและแทนภาพต่างๆ ได้ โครงสร้างของเรขศิลป์มักจะประกอบด้วยองค์ประกอบทางทัศนศิลป์ ซึ่งในศิลปะอิสลามประกอบด้วยองค์ประกอบทางทัศนศิลป์อย่างมากมาย ดังนั้น เราจึงสามารถนำองค์ประกอบของศิลปะอิสลามไปใช้ในการสร้างเรขศิลป์แบบอิสลามได้อย่างแน่นอน และจากแนวคิดที่อธิบายมานี้

สามารถสรุปได้ว่า สถาปัตยกรรมมัสยิดมีความเกี่ยวข้องกับศิลปะอิสลามและนำไปถ่ายทอดเป็นงานเรขศิลป์ได้



แผนภูมิที่ 2.1 แสดงการเชื่อมโยงกันของสถาปัตยกรรมมัสยิด ศิลปะอิสลามและเรขศิลป์

3. แนวคิดโลกาภิวัตน์

โลกาภิวัตน์ เป็นแนวคิดที่เกี่ยวกับการสื่อสารที่เ็นสากล มนุษย์ใช้การสื่อสารในการเรียนรู้ตัวเอง เรียนรู้ผู้อื่นและเรียนรู้สังคม ขอบเขตของโลกาภิวัตน์ครอบคลุมอยู่ในศิลปะ วัฒนธรรม ภาษา การสื่อสารและสันตนาการ ดังนั้น องค์ประกอบที่ทำให้เกิดโลกาภิวัตน์ จึงเป็นสิ่งที่มองเห็นได้ เช่น ภาพวาด ภาพถ่าย ภาพเคลื่อนไหว สัญลักษณ์ภาพ การแสดง แสง สี และสิ่งที่มองไม่เห็น เช่น เสียง บรรยากาศ กลิ่นและการสัมผัส

การสื่อสารที่เป็นภาษาสากลสำหรับวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ คือ เรขศิลป์ ซึ่งส่วนใหญ่มักจะใช้สำหรับการอ่านและการดู เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ทุกประเภท การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์และการสื่อสารบนสื่อทางเลือกอื่นที่ไม่ใช่สิ่งพิมพ์ เช่น สื่อดิจิทัล (Digital media) สื่อผสมผสาน (Multimedia)

3.1 การออกแบบเรขศิลป์

การออกแบบเรขศิลป์หรือกราฟิก (Graphic Design) เป็นกระบวนการนำเสนอข้อมูลและข่าวสารแบบหนึ่ง ที่ไม่ค่อยมีอุปสรรคทางด้านเชื้อชาติและภาษา เพราะเป็นภาษาสากลที่เป็นภาพ เป็นสัญลักษณ์และบางครั้งก็อาจเป็นตัวอักษร เรขศิลป์ที่ดีจะต้องชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ซับซ้อน คัดทอนสิ่งที่ไม่จำเป็นออกไป วิรุณ ตั้งเจริญ (2545: 14) ให้รายละเอียดเกี่ยวกับการออกแบบเรขศิลป์ว่าเป็นการออกแบบจัดวางข้อมูลสำหรับการอ่านและดู การตอบสนองกลุ่มเป้าหมายให้เกิดการคล้อยตามในสิ่งที่มองเห็น เช่น การจัดวางองค์ประกอบ รูปแบบของตัวอักษร สัญลักษณ์ต่างๆ ภาพประกอบหรือภาพถ่าย เป็นเรื่องที่สำคัญมาก

วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2535: 17) อธิบายถึงคุณค่าทางความงามของการออกแบบเรขศิลป์ว่า สามารถพิจารณาได้จากรูปแบบของตัวอักษร ขนาดของตัวอักษร การกำหนดที่เว้นว่างและระยะห่าง การใช้กลุ่มสี และภาพรวมรวมของงานออกแบบที่ถ่ายทอดออกมาทางการจัดองค์ประกอบภาพ การออกแบบเรขศิลป์ที่ดีควรใช้หลักการที่ทำให้งานดูง่าย ชัดเจน มีเอกภาพทั้งเรื่องราวและรูปแบบ ต้องมีการเน้นในสิ่งที่สำคัญ เป็นจุดสนใจและจะต้องมีความสมดุลในการจัดองค์ประกอบของชิ้นงาน

ศิริพรณ์ ปิเตอร์ (2549: 1) ให้ความสำคัญกับตัวอักษรและภาพ มากกว่าองค์ประกอบอื่นใด เพราะภาพหนึ่งภาพมีความหมายแทนคำพันคำ ทักษะในการสื่อความหมายของภาพเป็นเรื่องสำคัญของนักออกแบบเรขศิลป์ ซึ่งต้องอาศัยประสบการณ์ที่มีรากฐานมาจากสังคมและวัฒนธรรม นักออกแบบต้องมีความรู้ความเข้าใจในการสร้างสรรค์อย่างมีสุนทรียภาพ (Aesthetics) และมีคุณค่าทางการใช้สอยตามวัตถุประสงค์ (Functions)

Gregg Berryman (1984: 2) ใน Note on Graphic Design and Visual Communication ได้กล่าวถึงการออกแบบว่าเป็นการแก้ปัญหาในสถานการณ์ที่มีข้อจำกัดด้วยวิธีที่ดีที่สุด เพราะการออกแบบไม่ได้มีคำตอบเดียวแบบวิทยาศาสตร์ จึงใช้วิธีที่เหมาะสมที่สุดมากกว่าวิธีที่ถูกต้องที่สุด โดยทั่วไปการออกแบบแยกเป็น 3 ประเภท คือ ออกแบบเรขศิลป์ ที่เกี่ยวกับสิ่งที่มนุษย์ต้องอ่านและดู ออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวกับสิ่งที่มนุษย์ต้องใช้และออกแบบสื่อในสภาพแวดล้อม ที่เกี่ยวกับสิ่งที่มนุษย์ต้องใช้ชีวิตอยู่ ในการออกแบบเรขศิลป์ Berryman จะให้ความสำคัญกับภาพถ่าย ภาพวาด สัญลักษณ์และตัวอักษร

Dorothea C. Malcolm (1972: 74) กล่าวไว้ในหลักการออกแบบว่า มนุษย์ถ่ายทอดความคิด สิ่งที่เห็นและความรู้สึก ลงไปในรูปร่างรูปทรง ในที่ว่างและในการจัดองค์ประกอบ เช่น เส้น รูปร่าง รูปทรง สี ค่าน้ำหนักและพื้นผิว สิ่งเหล่านี้จะแสดงคุณค่าทางศิลปะออกมาโดยผ่านกระบวนการแสดงความรู้สึก นั่นคือ หลักการออกแบบ ซึ่งได้แก่ ความสมดุล จังหวะ การซ้ำ การเน้น ความแตกต่างและเอกภาพ

Wucius Wong (1993: 27) เขียนเรื่องการสร้างรูปทรง 2 มิติในงานออกแบบเรขศิลป์ว่า ต้องใช้หลักการที่ทำให้เกิดความรู้สึกในภาพ หลักการเหล่านั้น คือ การซ้ำ การหมุนวน การแผ่ขยาย การแปรเปลี่ยน ความคล้ายคลึง โครงสร้าง ขนาดและสัดส่วน การเน้น จังหวะ ลีลาและการเคลื่อนไหว ทิศทาง ตำแหน่ง ที่ว่าง สีและเอกภาพ

ฉลอง สุนทรนนท์ (2547: 124) อธิบายถึงจุดมุ่งหมายของการออกแบบเรขศิลป์ว่า ต้องทำให้ผู้รับข่าวสารเข้าใจสิ่งที่ต้องการจะบอก และต้องสร้างคุณค่าทางความงามหรือมีสุนทรียภาพปรากฏอยู่ในงานออกแบบนั้นๆ องค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์ที่ต้องให้ความสำคัญ คือ ตัวอักษร ภาพประกอบ สัญลักษณ์ ภาพกราฟิก คุณค่าทางความงามและคุณสมบัติของวัสดุ

ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์ (2550: 20) ให้ความหมายของการออกแบบเรขศิลป์ว่า เป็นการออกแบบเพื่อการสื่อสาร โดยอาศัยผลกระทบทางจิตวิทยาของผู้ออกแบบและผู้บริโภคที่ให้ความสนใจในการสร้างความโดดเด่นสะดุดตา ทำให้เกิดความสนใจในสื่อที่ออกแบบ ธารทิพย์ จะให้ความสำคัญกับการจัดวางองค์ประกอบในการออกแบบ เช่น ภาพถ่าย ภาพที่ประดิษฐ์ขึ้น ตัวอักษร องค์ประกอบที่เป็นทัศนธาตุ เรื่องของสีและการสื่อสารด้วยสัญลักษณ์

โสรัช นันทวัชรวิบูลย์ (2545: 36) กล่าวถึงบรรทัดฐาน (Criteria) ในงานออกแบบเรขศิลป์ว่า จะต้องตอบสนองประโยชน์ใช้สอย ต้องอ่านง่าย ชัดเจน จะต้องตอบสนองความพึงพอใจในความงาม มีจุดเด่น มีจุดสนใจ ให้ความรู้สึกประณีตพิถีพิถัน และจะต้องตอบสนองในการสื่อความหมาย ได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ แก้ปัญหาได้ด้วยการออกแบบ โสรัช ให้ความสำคัญกับภาษาภาพและการรับรู้ในภาพ การใช้สี การจัดวางตัวอักษร สัญลักษณ์ การจัดองค์ประกอบภาพ และหลักการในการออกแบบ

ทองเจือ เขียดทอง (2548: 85) กล่าวถึงการออกแบบสัญลักษณ์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบเรขศิลป์ว่า จะต้องใช้หลักการสื่อความหมาย เช่น การสื่อความหมายตามวัฒนธรรม การสื่อความหมายในภาพ ความหมายของสี รูปทรงของตัวอักษร การสื่อความหมายด้วยการจัดองค์ประกอบ

มาโนช กงกะนันท์ (2549: 113) อธิบายว่า ความงามในงานออกแบบเรขศิลป์ มักจะมีหลักการออกแบบในลักษณะต่างๆ มาเกี่ยวข้อง เช่น การซ้ำ จังหวะ การเน้น การแปรเปลี่ยน การเคลื่อนไหว ความกลมกลืน ความขัดแย้ง แตกต่าง สัดส่วน สมดุลและเอกภาพ

ไพฑูรย์ ทองทรัพย์ (2542: 119) ให้รายละเอียดในการออกแบบว่า ต้องคำนึงถึงความสมดุล ทั้งแบบเท่ากันสองข้าง แบบสองข้างไม่เท่ากันและแบบรัศมี ต้องคำนึงถึงสัดส่วน เพราะเกี่ยวข้องกับขนาด รูปร่างและพื้นที่ว่าง ต้องคำนึงถึงความกลมกลืน ที่เกี่ยวข้องกับทิศทาง ขนาด รูปร่างพื้นผิว สีและความคิด ต้องคำนึงถึงความแตกต่าง ที่แตกต่างด้วยรูปร่าง ขนาด พื้นผิวและสี ต้องคำนึงถึงจังหวะ ที่เกิดจากการซ้ำกันแบบสม่ำเสมอ แบบไม่สม่ำเสมอและแบบอัตราส่วน รวมถึงต้องคำนึงถึงการเน้นและเอกภาพ

นพวรรณ หมั่นทรัพย์ (2539: 129) เขียนถึงการออกแบบเรขศิลป์ว่า มีการใช้หลักการสำหรับออกแบบที่เป็นนามธรรมในการสร้างความหมายให้กับรูปทรงต่างๆ เช่น หลักการในสัดส่วน ขนาด ค่าน้ำหนัก รูปร่าง รูปทรง พื้นผิว ตำแหน่ง ทิศทาง การทำให้เกิดความเป็นเอกภาพ ความแตกต่าง การเน้น การซ้ำและความสมดุล

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร (2550: 17) กล่าวถึงการออกแบบสิ่งพิมพ์ ซึ่งเป็นศาสตร์ย่อยของการออกแบบเรขศิลป์ว่า เป็นสื่อที่ผลิตขึ้นด้วยกระบวนการทางการพิมพ์ เพื่อใช้สำหรับการสื่อสารด้วยภาษาเขียน ภาษาภาพหรือสัญลักษณ์ต่างๆ การออกแบบสิ่งพิมพ์ต้องใช้องค์ประกอบและกระบวนการสร้างสรรค์แบบเดียวกับการออกแบบเรขศิลป์ คือ ต้องใช้องค์ประกอบพื้นฐานทางทัศนธาตุ ตัวอักษร ภาพประกอบ ตราสัญลักษณ์และสี ต้องใช้หลักการออกแบบที่แบ่งออกเป็น

1. หลักการออกแบบพื้นฐาน เช่น เอกภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างพื้นและภาพ การเน้น และการสร้างลำดับความสำคัญ สัดส่วน โดยปกติงานออกแบบเรขศิลป์ที่ได้มาตรฐาน ส่วนใหญ่จะต้องมีความเป็นเอกภาพ ไม่ว่าจะเป็นเอกภาพทางความคิดหรือเอกภาพทางกายภาพ ต้องแบ่งสัดส่วนพื้นที่ในชิ้นงาน เพื่อให้เกิดลำดับก่อนหลัง เกิดการเน้น เกิดการกลมกลืน

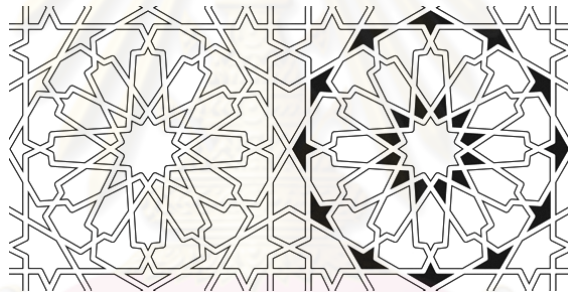
2. หลักการสนับสนุน เช่น ขนาด ความสมดุล ทิศทางและการเคลื่อนไหว ความขัดแย้ง จังหวะ ลีลาและการซ้ำ หลักการสนับสนุนมักจะใช้เพื่อทำให้งานออกแบบเรขศิลป์นั้นๆ สื่อความหมายได้เฉพาะเจาะจงมากขึ้นและมักจะใช้ร่วมกับหลักการพื้นฐาน

3.2 องค์ประกอบในการออกแบบเรขศิลป์

จากข้อมูลของศิลปะอิสลามที่พบในมัสยิดในประเทศไทย เมื่อนำมาพิจารณาในประเด็นขององค์ประกอบของเรขศิลป์ อันได้แก่ การจัดองค์ประกอบ ตัวอักษรและสี จะเห็นว่า องค์ประกอบของศิลปะอิสลามมีความสอดคล้องกับองค์ประกอบทางเรขศิลป์ มีความเป็นไปได้ที่จะนำไปสร้างงานเรขศิลป์แบบอิสลามได้ ดังนี้

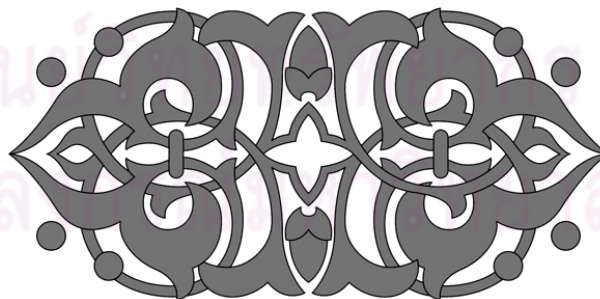
3.2.1 องค์ประกอบพื้นฐาน

องค์ประกอบพื้นฐานที่ทำให้เห็นเป็นรูปร่างรูปทรงในศิลปะอิสลาม เกิดจากการผสมผสานกันขององค์ประกอบทางทัศนธาตุ เช่น เส้นตรงและเส้นโค้ง ที่ใช้สร้างรูปทรงพื้นฐานแบบเรขาคณิต ได้แก่ วงกลม สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ห้าเหลี่ยม หกเหลี่ยม สิบสองเหลี่ยม และรูปทรงพื้นฐานแบบอิสระ ได้แก่ ลายดอกไม้ ใบไม้ และสิ่งมีชีวิต



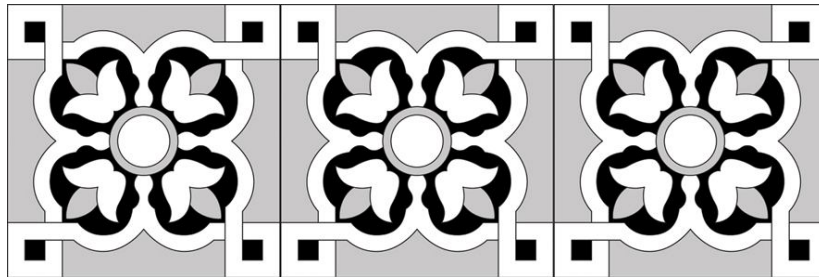
ภาพที่ 2.45: ตัวอย่างการใช้เส้นตรงในการสร้างลายเรขาคณิต

ที่มา: Islamic Designs: Pepin Van Roojen, 2009



ภาพที่ 2.46: ตัวอย่างการใช้เส้นโค้งในการสร้างลายพรรณพฤกษา

ที่มา: Islamic Designs: Pepin Van Roojen, 2009



ภาพที่ 2.47: ตัวอย่างการใช้เส้นตรงและเส้นโค้งในการสร้างลายเรขาคณิต ลายพรรณม
พฤกษาและตัวอักษรสำหรับประดิษฐ์ในสถาปัตยกรรมมัสยิด
ที่มา: Islamic Designs: Pepin Van Roojen, 2009

3.2.2 ตัวอักษร

ตัวอักษรเป็นองค์ประกอบที่ใช้ในการสื่อสารข้อความเป็นหลัก แต่ตัวอักษรก็มีส่วนร่วมในการแสดงอารมณ์ความรู้สึกด้วยเช่นกัน นักออกแบบจึงพยายามถ่ายทอดบุคลิกลักษณะลงไปในตัวอักษรแบบต่างๆ เพื่อให้ผู้อ่านมีความรู้สึกร่วมไปกับข้อความนั้นๆ จนบางครั้งเราสามารถเข้าใจอารมณ์ของงานออกแบบจากการดูรูปแบบตัวอักษร ทั้งที่อ่านข้อความเหล่านั้นไม่ออกเสียด้วยซ้ำ ในหนังสือมาตรฐาน โครงสร้างตัวอักษรไทยของราชบัณฑิตยสถาน (2540: 33) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบตัวอักษรไทยว่า ในตัวอักษรชุดเดียวกันจะมีโครงสร้างพื้นฐาน สัดส่วนขนาดของเส้น ช่องไฟในเกณฑ์เดียวกัน ลักษณะทั่วไปของตัวอักษรไทยแบบหลัก มีดังนี้

1. กลุ่มที่มีจะงอยโค้ง
2. กลุ่มที่มีหัวกลม หัวขมวดหักหน้าบาน หัวหยักหักโค้งหน้าบาน
3. กลุ่มที่มีเส้นบนโค้ง เส้นบนหยักโค้ง
4. กลุ่มที่มีเส้นล่างตรง เส้นล่างเอียงขึ้น เส้นล่างเอียงลง
5. กลุ่มที่มีเส้นหน้าตรง เส้นหน้าโค้ง เส้นกลางตรง เส้นหลังตรง
6. กลุ่มที่มีการขมวดหน้าตรง ขมวดกลางตรง ขมวดหลังตรง
7. กลุ่มที่ไม่มีกึ่ง

สันติ คุณประเสริฐ (2542: 187) สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับลักษณะที่สำคัญของตัวอักษรไทยในงานสิ่งพิมพ์ว่า มีโครงสร้างอยู่ 3 แบบ คือ

1. ตัวพิมพ์เนื้อเรื่อง (Text Type) ต้องมีหัวกลมโปร่งเป็นช่องว่าง เส้นลำตัวขนานตั้ง ไม่เล่นหาง อ่านง่ายเพราะหัวของตัวอักษรเป็นจุดเด่นให้จดจำตัวอักษรได้ ซึ่งการจำตัวอักษรเป็นกลุ่ม

ช่วยให้อ่านข้อความได้เร็วขึ้น เมื่อวิเคราะห์ตามโครงสร้างเส้นอักษร (Stroke) จะมีลักษณะที่โดดเด่น ดังนี้

- 1.1 มีเส้นตรงแนวเฉียงหักมุม เส้นบางเท่ากันตลอด ซึ่งเรียกว่า ตัวเหลี่ยม
- 1.2 มีเส้นโค้งและความหนาบางไม่เท่ากัน เรียกว่า ตัวธรรมดา
- 1.3 เส้นหนาและบางสลับกัน เรียกว่า ตัว ผ.ศ.

2. ตัวพิมพ์ตกแต่ง (Display Type) เมื่อวิเคราะห์ตามโครงสร้างของตัวอักษร มีลักษณะที่โดดเด่น ดังนี้

2.1 แบบมีหัว มีโครงสร้างและสัดส่วนที่หลากหลาย เป็นอิสระไม่มีกฎเกณฑ์บังคับ

2.2 แบบไม่มีหัว มักจะมีลำตัวกว้าง เส้นมีความหนา

3. ตัวอักษรประดิษฐ์ (Decorative Type) มีโครงสร้าง สัดส่วน ขนาดของเส้น ที่ลักษณะเฉพาะตัว แตกต่างกันไปตามความหมายของข้อความหรือวลีที่ต้องการจะสื่อความหมาย

ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ (2543: 118) ทำการวิจัยเรื่อง “การใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อสารบุคลิกลักษณะในงานออกแบบเรขาคณิต” โดยใช้วิธีจำแนกรูปแบบตัวอักษรที่อ้างอิงจากเกณฑ์ของราชบัณฑิตยสถาน (2540) และเกณฑ์ที่แบ่งแบบสากลเป็นหลัก โดยสรุปแบบตัวอักษรไทยที่ใช้กับเครื่องคอมพิวเตอร์ในปัจจุบัน ได้ 5 กลุ่ม ดังนี้

1. ตัวเนื้อความแบบตัวมีหัวกลม
2. ตัวตกแต่งแบบตัวมีหัว
3. ตัวตกแต่งแบบตัวไม่มีหัวหรือมีหัวเป็นจะงอยหรือเชิง
4. ตัวเอกลักษณ์
5. ตัวลายมือเขียน

โสรัชญ์ นันทวัชรวิบูลย์ (2545: 170) ได้จำแนกแบบตัวอักษรไทยออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

1. แบบดั้งเดิมหรือแบบมีหัว เป็นตัวอักษรมีหัวที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย เป็นที่คุ้นเคยอ่านง่าย นิยมใช้ในงานสิ่งพิมพ์ คล้ายกับตัวอักษรแบบมีขาของภาษาอังกฤษ

2. แบบหัวตัดหรือแบบไม่มีหัว เป็นการตัดหัวของตัวอักษรแบบมีหัวออก คล้ายการเขียนด้วยปากกาออแรง เป็นตัวอักษรที่ทันสมัยและเป็นสากลกว่า คล้ายกับตัวอักษรแบบไม่มีขาของภาษาอังกฤษ

3. แบบลายมือ เหมาะกับงานที่ไม่เป็นทางการ ให้ความรู้สึกอิสระและเป็นธรรมชาติ สนุกสนาน นอกกรอบ คล้ายกับตัวอักษรแบบ Script ของภาษาอังกฤษ

4. แบบคัดลายมือหรือตัวอักษร คัดลายการคัดลายมือด้วยปากกาหัวแหลม ดูเป็นทางการ รู้สึกถึงพิธีรีตองแบบไทยๆ รู้สึกถึงความเคารพ ให้เกียรติ

5. แบบประดิษฐ์ เป็นแบบที่ให้ความรู้สึกหลากหลาย เป็นการดัดแปลงมาจากตัวอักษรต่างๆ ไป แต่มีลักษณะเฉพาะที่เข้ากับงานนั้นๆ ดูสะอาดตาและมีความหมาย คล้ายกับตัวอักษรแบบ Display Type ของภาษาอังกฤษ

รัชชัช ศรีสุเทพ (2549: 51) ได้แบ่งรูปแบบตัวอักษรไทยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มที่มีหัวกลมโปรง ที่เหมาะสำหรับใช้กับเนื้อความยาวๆ เพราะมีลักษณะอ่านง่ายสบายตา

2. กลุ่มที่ไม่มีหัวกลมโปรง ไม่เหมาะสำหรับใช้กับเนื้อความ มักจะเป็นตัวประดิษฐ์หรือดัดแปลงขึ้นมา ใช้เป็นหัวเรื่อง ตัวประดับหรือตัวลวดลาย ความยากหรือง่ายในการอ่าน ขึ้นอยู่กับลักษณะของตัวอักษรแต่ละแบบ

ในงานออกแบบเรขศิลป์ ยังไม่มีการกำหนดแบบตัวอักษรไทยที่เหมาะสมกับงานที่ต้องการสื่อบุคลิกภาพแบบอิสลาม จากข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานตัวอักษรไทยที่อ้างอิงไว้ สามารถแบ่งกลุ่มตัวอักษรไทยเพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการเก็บข้อมูลวิจัย โดยการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มนักออกแบบเรขศิลป์ ดังนี้

1. กลุ่มตัวมีหัว

1.1 กลุ่มตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน เป็นตัวอักษรแบบทางการ มีความสม่ำเสมอ อ่านง่ายสบายตาเหมาะสำหรับใช้กับเนื้อความ

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ	ก ข ค ง จ ฉ ช ซ
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0	1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ภาพที่ 2.48: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

1.2 กลุ่มตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน เป็นตัวอักษรแบบทางการ ที่มีความหนาของเส้นไม่สม่ำเสมอ แสดงความนุ่มนวลอ่อนช้อยขึ้นมาเล็กน้อย อ่านง่ายสบายตาเหมาะสำหรับใช้กับเนื้อความ

ก ข ค ง จ ฉ ซ ช
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ก ข ค ง จ ฉ ซ ช
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ภาพที่ 2.49: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

2. กลุ่มตัวไม่มีหัว

2.1 กลุ่มตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน เป็นตัวอักษรที่ไม่เป็นทางการ ดูอ่อนคลายเป็นกันเองแต่ไม่ดูฉลาด เหมาะสำหรับใช้กับเนื้อความสั้นๆ

ก ข ค ง จ ฉ ซ ช
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ก ข ค ง จ ฉ ซ ช
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ภาพที่ 2.50: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

2.2 กลุ่มตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน เป็นตัวอักษรที่ไม่เป็นทางการ ดูอ่อนคลายเป็นกันเองแต่มีลูกเล่นมากขึ้น เหมาะสำหรับใช้กับเนื้อความสั้นๆหรือหัวเรื่อง

ก ข ค ง จ ฉ ซ ช
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ก ข ค ง จ ฉ ซ ช
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ภาพที่ 2.51: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

3. กลุ่มตัวประดิษฐ์

3.1 กลุ่มตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน เป็นตัวอักษรที่ไม่เป็นทางการ มีรายละเอียดเฉพาะในแต่ละแบบมากขึ้น เหมาะสำหรับใช้กับหัวเรื่อง

ก ข ค ง จ ฉ ซ ช
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ก ข ค ง จ ฉ ซ ช
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

ภาพที่ 2.52: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

3.2 กลุ่มตัวประดิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน เป็นตัวอักษรที่ไม่เป็นทางการ มีรายละเอียดและลูกเล่นมาก ดูหือหาว มีเอกลักษณ์ เหมาะสำหรับใช้กับหัวเรื่อง

ก ข ค ง จ ฉ ช ช **ก ข ค ง จ ฉ ช ช**
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 **1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

ภาพที่ 2.53: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวประดิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน
 ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

4. กลุ่มตัวอาร์กซ์

4.1 กลุ่มตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน เป็นตัวอักษรแบบทางการ ที่มีความเป็นไทยดูเป็นต้นตำหรับ มีความเป็นท้องถิ่น เหมาะสำหรับใช้กับเนื้อความสั้นๆ

ก ข ค ง จ ฉ ช ช **ก ข ค ง จ ฉ ช ช**
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 **1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

ภาพที่ 2.54: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน
 ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

4.2 กลุ่มตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน เป็นตัวอักษรแบบกึ่งทางการ ดูเป็นต้นตำหรับ มีความเป็นท้องถิ่น มีความโอ้อ่า เหมาะสำหรับใช้กับเนื้อความสั้นๆ

ก ข ค ง จ ฉ ช ช **ก ข ค ง จ ฉ ช ช**
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 **1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

ภาพที่ 2.55: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน
 ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

5. กลุ่มตัวลายมือ

5.1 กลุ่มตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน เป็นตัวอักษรที่ไม่เป็นทางการเป็นอย่างมาก ดูไม่จริงจัง เล่นๆ สนุกสนาน เหมาะสำหรับใช้ดึงดูดสายตา

ก ข ค ง จ ฉ ช ช **ก ข ค ง จ ฉ ช ช**
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 **1 2 3 4 5 6 7 8 9 0**

ภาพที่ 2.56: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน
 ที่มา: ชุดตัวอักษรในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

5.2 กลุ่มตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน เป็นตัวอักษรที่ไม่เป็นทางการเป็นอย่างมาก ความหนาของเส้นไม่สม่ำเสมอจึงมีความพลิ้วไหวมากกว่าแบบแรก ดูไม่จริงจัง เล่นๆ สนุกสนาน เหมาะสำหรับใช้ดึงดูดสายตา ใช้ประดับตกแต่ง

ก ข ค ง จ ฉ ช ซ ๗ ๘ ๙ ๑๐ ๑๑ ๑๒ ๑๓ ๑๔
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

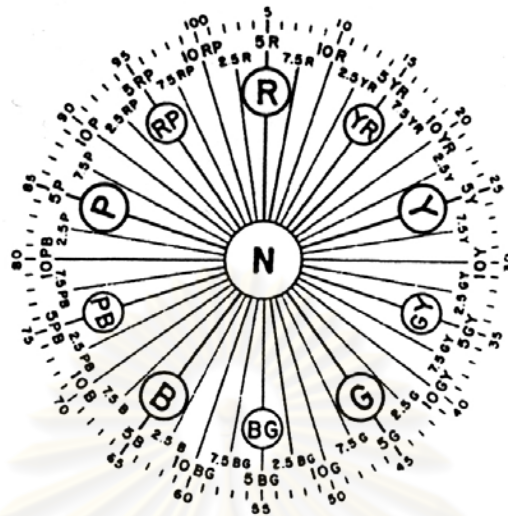
ภาพที่ 2.57: ตัวอย่างตัวอักษรกลุ่มตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน
ที่มา: ชุดตัวอักษรใน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ระบบปฏิบัติการแมคอินทอช

3.2.3 สี

สีเป็นองค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่มีความสำคัญมาก สีสามารถสร้างความหมาย ความรู้สึกได้หลากหลาย อัลเบิร์ต เฮซ มันเชลล์ (Albert Henry Munsell) ได้สร้างทฤษฎีสีระบบมันเชลล์ ในปี ค.ศ. 1898 และสร้างวงจรสี (Color Sphere) ในหนังสือ “A Color Notation” ซึ่งเป็นหนึ่งในทฤษฎีสีที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับกันอย่างแพร่หลาย

ระบบสีของมันเชลล์ ตั้งอยู่บนพื้นฐานของสี (Hue) ทั้งหมด 10 สี และมีสีหลักๆ อยู่ 5 สี ได้แก่ แดง เหลือง เขียว น้ำเงิน และม่วง ส่วนอีก 5 สี ที่เกิดจากการผสมกันของ 5 สีหลัก นั่นคือ สีเหลือง-แดง เขียว-เหลือง น้ำเงิน-เขียว ม่วง-น้ำเงิน และแดง-ม่วง โดยแต่ละสีมีสัญลักษณ์ ดังนี้ คือ

1. สีแดง (Red: R)
2. สีเหลือง (Yellow: Y)
3. สีเขียว (Green: G)
4. สีน้ำเงิน (Blue: B)
5. สีม่วง (Purple: P)
6. สีที่เกิดจากการผสมระหว่างสีเหลืองและสีแดง (Yellow-red: YR)
7. สีที่เกิดจากการผสมระหว่างสีเขียวและสีเหลือง (Green-yellow: GY)
8. สีที่เกิดจากการผสมระหว่างสีน้ำเงินและสีเขียว (Blue-green: BG)
9. สีที่เกิดจากการผสมระหว่างสีม่วงและสีน้ำเงิน (Purple-blue: PB)
10. สีที่เกิดจากการผสมระหว่างสีแดงและสีม่วง (Red-purple: RP)



ภาพที่ 2.58: แสดงความสัมพันธ์กันของสีในระบบมันเซลล์
ที่มา: The Art of Color and Design: Granddis, M., 1951

ในวงจรสีของระบบมันเซลล์ มีสีทั้งหมด 130 สี เป็นสีแบบมีสี (Chromatic Colors) 120 สี และแบบไม่มีสีอีก 10 สี (Achromatic Colors) นอกจากนั้นแล้วยังมีการแบ่งโทนสีเข้มหรือแจ่มชัด ไปถึงสว่าง (Vivid Tones – Bright Tones) จากสีที่ดูเบา ๆ ไปจนถึงโทนสีหนักหรือมืด (Subdued Tones – Dark Tones) สามารถแจกแจงรายละเอียด ได้ดังนี้ คือ

1. โทนสีเข้มขึ้นหรือแจ่มชัด (Vivid Tones) เป็นสีในกลุ่มที่ให้ความรู้สึกแจ่มชัด หนักแน่น มีชีวิตชีวา (Vivid) และให้ความรู้สึกที่เข้ม (Strong) สีในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

1. คาร์ไมน์ (Carmine)
2. ออเรนจ์ (Orange)
3. เหลลโล (Yellow)
4. เหลลโล กรีน (Yellow Green)
5. กรีน (Green)
6. ฟิค็อก กรีน (Peacock Green)
7. เซรูลีน บลู (Cerulean Blue)
8. อัลตรามารีน (Ultramarine)
9. เพอร์เพิล (Purple)
10. มาเจนต้า (Magenta)
11. รูจ โครอล (Rouge Coral)

12. เพอร์ซิมมอน (Persimmon)
13. โกลด์ (Gold)
14. กราส กรีน (Grass Green)
15. มาลาไชต์ กรีน (Malachite Green)
16. จูเวล กรีน (Jewel Green)
17. ไลท์ บลู (Light Blue)
18. แซปไฟร์ (Sapphire)
19. ไวโอเลต (Violet)
20. สปินเนอร์ เร็ด (Spinner Red)



ภาพที่ 2.59: ตัวอย่างสีในกลุ่มสีเข้มเข้มแจ่มชัด

ที่มา: Color Image Scale: Shigenobu Kobayashi, 1990

2. โทนสีสว่างสดใส (Bright Tones) เป็นสีในกลุ่มที่ให้ความรู้สึกสว่างชัดเจนเหมือนการสะท้อนของแสง หรือเครื่องประดับเพชร ในลักษณะที่อ่อนหวาน (Bright) ในกลุ่มที่เป็นโทนสีอ่อนเบา เจือจาง บรรยากาศเหมือนความฝัน หวาน ๆ (Pale) และในกลุ่มที่มีน้ำหนักสีเบา ๆ ให้ความรู้สึกถึงความอ่อนโยนและบอบบาง (Very pale) สีในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

21. โรส (Rose)
22. แอปริคอต (Apricot)
23. คานารี เยลโล (Canary Yellow)
24. คานารี (Canary)
25. เอเมอรัลด์ (Emerald)
26. เทอร์คอยซ์ (Turquoise)
27. สกาย บลู (Sky Blue)
28. ซาลเวีย บลู (Salvia Blue)
29. ลาเวนเดอร์ (Lavender)
30. โรส พิงค์ (Rose Pink)

31. ฟลามิงโก (Flamingo)
32. ซันเซ็ท (Sunset)
33. ซัลเฟอร์ (Sulphur)
34. เลทเทิส กรีน (Lettuce Green)
35. ไลท์ โอพาลีน กรีน (Light Opaline Green)
36. ไลท์ อะควา กรีน (Light Aqua Green)
37. อะควา บลู (Aqua Blue)
38. สกาย มิสท์ (Sky Mist)
39. ไลแลค (Lilac)
40. โมฟวี่ พิงค์ (Mauve Pink)
41. เบบี้ พิงค์ (Baby Pink)
42. เพล โอเชอร์ (Pale Ochre)
43. ไอวอรี (Ivory)
44. เพล ชาร์ตทรูซ (Pale Chartreuse)
45. เพล โอเพิล (Pale Opal)
46. ฮอริซอน บลู (Horizon Blue)
47. เพล บลู (Pale Blue)
48. เพล มิสท์ (Pale Mist)
49. เพล ไลแลค (Pale Lilac)
50. เชอร์รี่ โรส (Cherry Rose)



ภาพที่ 2.60: ตัวอย่างสีในกลุ่มสีสว่างสดใส

ที่มา: Color Image Scale: Shigenobu Kobayashi, 1990

3. โทนสีหม่น (Subdued Tones) เป็นสีในกลุ่มที่ให้ความรู้สึกเรียบง่าย อ่อนโยน (Light grayish) ให้ความรู้สึกอ่อนโยน และสีเส่นห์ (Light) ให้ความรู้สึกเรียบง่าย และหรรษา (Grayish) และให้ความรู้สึกเงิบ และพิถิพิถัน (Dull) สีในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

51. ฟิงค์ เบจ (Pink Beige)
52. เฟรนช์ เบจ (French Beige)
53. ไลท์ โอลีฟ เกร (Light Olive Gray)
54. มิสท์ กรีน (Mist Green)
55. แอช เกร (Ash Gray)
56. เอ็กเชลต์ บลู (Eggshell Blue)
57. เพาเคอร์ บลู (Powder Blue)
58. มูนสโตน บลู (Moonstone Blue)
59. สตาร์ไลท์ บลู (Starlight Blue)
60. โรส มิสท์ (Rose Mist)
61. แซนดอล ฐู๊ด (Sandalwood)
62. เบจ (Beige)
63. มัสตาร์ด (Mustard)
64. เพีย กรีน (Pea Green)
65. สเปรย์ กรีน (Spray Green)
66. เวนิส กรีน (Venice Green)
67. อะความารีน (Aquamarine)
68. เฟด บลู 2 (Pale Blue II)
69. ไลแลต 2 (Lilac II)
70. ออร์คิด (Orchid)
71. โรส เกร (Rose Gray)
72. โรส เบจ (Rose Beige)
73. แซนด์ เบจ (Sand Beige)
74. มิสเทิลโท กรีน (Mistletoe Green)
75. มิสท์ กรีน 2 (Mist Green II)
76. บลู สปรูซ (Blue Spruce)
77. บลู เกร (Blue Gray)
78. สเลต บลู (Slate Blue)

79. พีเจียน (Pigeon)
80. ออร์คิด เกร (Orchid Gray)
81. โอลด์ โรส (Old Rose)
82. คาร์เมล (Camel)
83. ดัสตี้ โอลีฟ (Dusty Olive)
84. ลีฟ กรีน (Leaf Green)
85. เจด กรีน (Jade Green)
86. เคมบริดจ์ บลู (Cambridge Blue)
87. ชาโดว์ บลู (Shadow Blue)
88. ชาโดว์ บลู 2 (Shadow Blue II)
89. ดัสตี้ ไลแลค (Dusty Lilac)
90. โอลด์ โมฟว์ (Old Mauve)



ภาพที่ 2.61: ตัวอย่างสีในกลุ่มสีหม่น

ที่มา: Color Image Scale: Shigenobu Kobayashi, 1990

4. โทนมืด (Dark Tones) เป็นสีในกลุ่มที่ให้ความรู้สึกลึกซึ้ง มั่นคง และดูเป็นผู้ดี (Deep) ให้ความบรรยากาศของความมั่นคง (Dark) มีโทนสีใกล้เคียงสีดำ ให้ความรู้สึกเคร่งเครียด (Dark grayish) และในกลุ่มโทนมืดดำไปถึงขาว ให้ความรู้สึกหนักแน่น สงบนิ่ง (Neutral) สีในกลุ่มนี้ประกอบด้วย

91. บรีค เรด (Brick Red)
92. บราวน์ (Brown)
93. กากี (Khaki)
94. โอลีฟ กรีน (Olive Green)
95. วีรีเดียน (Viridian)

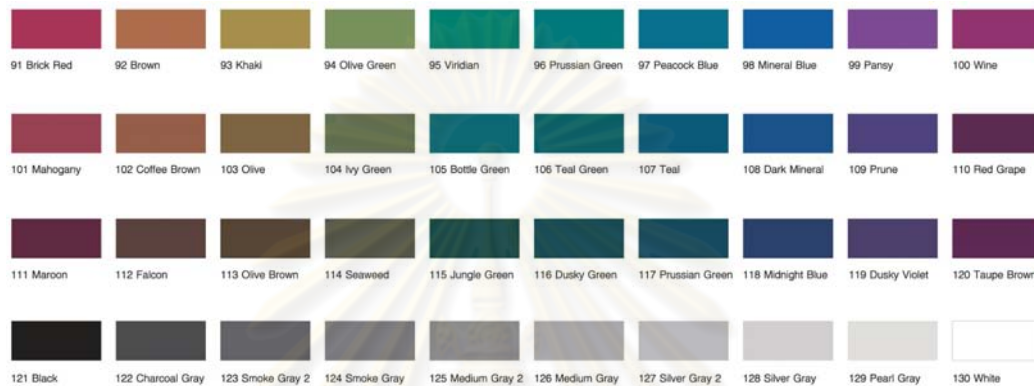
96. พรัสเซียน กรีน (Prussian Green)
97. พีค็อก บลู (Peacock Blue)
98. มินเอรอล บลู (Mineral Blue)
99. แพนซี่ (Pansy)
100. ไวน์ (Wine)
101. มาฮอกานี (Mahogany)
102. คอฟฟี่ บราวน์ (Coffee Brown)
103. โอลีฟ (Olive)
104. ไอวี กรีน (Ivy Green)
105. บ๊อตเติล กรีน (Bottle Green)
106. ทีล กรีน (Teal Green)
107. ทีล (Teal)
108. ดาร์ค มินเอรอล บลู (Dark Mineral Blue)
109. พรูน (Prune)
110. เรด เกรป (Red Grape)
111. มารูน (Maroon)
112. ฟัลคอน (Falcon)
113. โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)
114. ซีวีด (Seaweed)
115. จังเกิล กรีน (Jungle Green)
116. ดัสกี้ กรีน (Dusky Green)
117. พรัสเซียน บลู (Prussian Blue)
118. มิดไนท์ บลู (Midnight Blue)
119. ดัสกี้ ไวโอเล็ต (Dusky violet)
120. ท็อป บราวน์ (Taupe Brown)
121. แบล็ค (N1.5=Neutral / Black)
122. ชาร์โคล เกร (N2=Neutral / Charcoal Gray)
123. สโมค เกร (N3=Neutral / Smoke Gray)
124. สโมค เกร 2 (N4=Neutral / Smoke Gray II)
125. มีเดียม เกร (N5=Neutral / Medium Gray)
126. มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)

127. ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)

128. ซิลเวอร์ เกร 2 (N8=Neutral / Silver Gray II)

129. เพิร์ล เกร (N9=Neutral / Pearl Gray)

130. ไวท์ (N9.5=Neutral / White)



ภาพที่ 2.62: ตัวอย่างสีในกลุ่มสีมืด

ที่มา: Color Image Scale: Shigenobu Kobayashi, 1990

รัชชชัย ศรีสุเทพ (2549: 12) ในหนังสือ ชุดสีโดนใจ ได้แบ่งกลุ่มสีออกเป็น 8 กลุ่ม ตามการรับรู้ในอารมณ์ความรู้สึก โดยใช้พื้นฐานของเนื้อสีและโทนสีตามแบบของมันเชลล์ ดังนี้

1. กลุ่มสียอดนิยม เป็นกลุ่มสีที่มีความอึมตัวสูง สีสดใส จัดจ้าน
2. กลุ่มสีแบบโทนสี เป็นกลุ่มสีที่ใช้เนื้อสีปฐมภูมิเป็นตัวตั้งต้น แล้วเพิ่มคู่สีที่มีน้ำหนักสีลดหลั่นลงไป ไประดับลงไปหลายๆ ระดับ
3. กลุ่มสีแบบพาสเทล เป็นกลุ่มสีที่มีความอึมตัวต่ำ ดูอ่อนหวาน บางเบา
4. กลุ่มสีแบบเฮปปี เป็นกลุ่มสีที่มีความอึมตัวปานกลาง ดูอบอุ่น นุ่มนวล
5. กลุ่มสีแบบผ่อนคลาย เป็นกลุ่มสีโทนเย็นผสมผสานกับสีเทาอ่อนๆ ดูเย็นสบาย
6. กลุ่มสีแบบเข้มขุ่น เป็นกลุ่มสีโทนเย็นที่มีความอึมตัวสูง ผสมผสานกับสีเทาเข้มๆ ดูสุกม มีระดับ
7. กลุ่มสีแบบมีศิลป์ เป็นกลุ่มสีโทนอบอุ่นที่มีความอึมตัวปานกลางดูสดใส บางสบาย มีสไตล์ มีเอกลักษณ์
8. กลุ่มสีแบบทันสมัย เป็นกลุ่มสีที่มีความอึมตัวสูงที่ผสมผสานกับสีเทา ดูชัดเจน กระฉับกระเฉง เข้ากับยุคสมัย

สมเกียรติ ตั้งนโม (2536: 73) กล่าวถึงประโยชน์ของสีในการออกแบบไว้ว่า ใช้สีเพื่อเรียกร้องความสนใจ สีสามารถเรียกร้องความสนใจได้ดีกว่าองค์ประกอบอื่น เราสามารถจับสีได้ก่อนอื่น ตามมาด้วยภาพและสัญลักษณ์ต่าง ๆ จากนั้นจึงเป็นตัวอักษรตามมาด้วยรูปทรง ข้อความ และลวดลายซ้ำ (Pattern) ใช้สีเพื่อดึงความสนใจ งานออกแบบที่มีสีสันสามารถดึงดูดใจได้ยาวนานกว่าการใช้สีขาว สีดำ สีสันทำให้ผู้ดูจดจำข้อมูลสื่อสารและงานออกแบบนั้นได้เป็นอย่างดี ระดับการสื่อสารของสีมีหลายประเภท เพื่อกระตุ้นประสาทสัมผัสอื่น ๆ และสื่อสารอารมณ์ ความรู้สึก สีในกลุ่มสีร้อน ให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหวมากกว่ากลุ่มสีเย็น สีที่ให้ความรู้สึกเกี่ยวกับระยะใกล้ไกลต่างกัน โดยแบ่งระยะเป็น 3 ระยะ ดังนี้

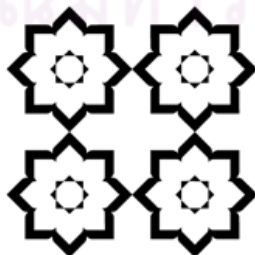
1. ระยะหน้า (Fore Ground) มักจะใช้สีในกลุ่มสีร้อน เช่น สีเหลือง สีส้ม สีแดง
2. ระยะกลาง (Middle Ground) มักจะใช้สีในกลุ่มสีกลาง เช่น สีส้มแดง สีเขียว สีน้ำเงิน
3. ระยะหลัง (Back Ground) มักจะใช้สีในกลุ่มสีเย็น เช่น สีม่วง สีม่วงน้ำเงิน

3.3 หลักการออกแบบเรขศิลป์

หลักการออกแบบเรขศิลป์ เป็นแนวทางที่ใช้ในการจัดวางองค์ประกอบให้เกิดเป็นภาพ เกิดเป็นรูปร่างรูปทรงในงานออกแบบ เป็นความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบทางเรขศิลป์กับวิธีจัดวางให้เห็นเป็นภาพในลักษณะต่างๆ กัน มีดังนี้

3.3.1 ความสมดุล (Balance) ในศิลปะอิสลาม สิ่งแรกที่ต้องมีคือ เอกภาพ (Unity) ที่แสดงถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จริงใจและนอบน้อม วิธีจัดองค์ประกอบภาพให้มีเอกภาพจะต้องคำนึงถึงความสมดุล สมดุลในรูปร่าง รูปทรง สมดุลในจังหวะของการซ้ำ ที่จะสะท้อนถึงความต่อเนื่อง

3.3.1.1 สมดุลแบบเท่ากัน (Symmetrical Balance) เป็นการเท่ากันในทุกทิศทาง ซ้าย ขวา บน ล่าง ลักษณะคล้ายการสะท้อนของกระจก ในหลักการสมดุลแบบเท่ากัน มีหลักการอื่นๆ ที่ช่วยทำให้รู้สึกถึงความสมดุล เช่น การซ้ำ จังหวะ สีลา ความกลมกลืน ความคล้ายคลึง



ภาพที่ 2.63: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการสมดุลแบบเท่ากัน

3.3.1.2 สมดุลแบบไม่เท่ากัน (Asymmetrical Balance) เป็นการเท่ากันในทุกทิศทางในแง่ของภาพรวม แต่มีรายละเอียดของการซ้ำที่ไม่เท่ากัน ปริมาณของรูปทรงไม่เท่ากัน ค่าน้ำหนักไม่เท่ากัน ไม่เหมือนการสะท้อนของกระจก ในหลักการสมดุลแบบไม่เท่ากัน มีหลักการอื่นๆ ที่ช่วยทำให้รู้สึกถึงความสมดุล เช่น การซ้ำ จังหวะ ลีลา ความกลมกลืน ความคล้ายคลึงความแตกต่าง การแปรเปลี่ยน



ภาพที่ 2.64: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการสมดุลแบบไม่เท่ากัน

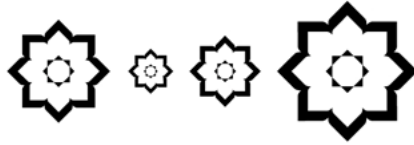
3.3.1.3 สมดุลแบบรัศมี (Radial Balance) เป็นการเท่ากันในลักษณะรอบทิศทาง แผ่กระจายเป็นรัศมีรอบจุดศูนย์กลาง ในหลักการสมดุลแบบรัศมี มีหลักการอื่นๆ ที่ช่วยทำให้รู้สึกถึงความสมดุล เช่น การซ้ำ จังหวะ ลีลา ความกลมกลืน ความคล้ายคลึง ความแตกต่างของขนาด การแปรเปลี่ยน การแผ่ขยาย การหมุนวน



ภาพที่ 2.65: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการสมดุลแบบรัศมี

3.3.2 ความแตกต่าง (Contrast) ในศิลปะอิสลาม มีการใช้ความแตกต่างเพื่อเน้นความสำคัญ แต่เป็นความแตกต่างที่มีจังหวะสม่ำเสมอ มีอัตราส่วน ขนาด ทิศทางและค่าน้ำหนักที่แน่นอน คาดเดาสิ่งที่จะเกิดได้ ความแตกต่างจะเกิดจากการซ้ำและแปรเปลี่ยน

3.3.2.1 แตกต่างด้วยขนาด (Contrast of Scale) มักจะใช้กับการทำให้รำลึกถึงศูนย์กลาง ดูกระจายออกไปรอบนอก ดูเคลื่อนไหว มีพลัง ความแตกต่างในศิลปะอิสลามมักใช้ร่วมกับการซ้ำ การแผ่ขยาย



ภาพที่ 2.66: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการแตกต่างด้วยขนาด

3.3.2.2 แตกต่างด้วยรูปร่าง (Contrast of Shape and Form) มักจะใช้กับการนำสายตา ทำให้เกิดความกลมกลืนในความแตกต่าง ในศิลปะอิสลามมีการใช้รูปร่างที่แตกต่างกันอย่างหลากหลาย แต่ให้ความรู้สึกที่กลมกลืนโดยใช้หลักการแปรเปลี่ยนของรูปร่างแบบค่อยเป็นค่อยไป



ภาพที่ 2.67: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการแตกต่างด้วยรูปร่าง

3.3.2.3 แตกต่างด้วยทิศทาง (Contrast of Direction) ในศิลปะอิสลามมีการใช้ทิศทางอย่างชัดเจน โดยการซ้ำแบบสม่ำเสมอ จะทำให้เห็นการเคลื่อนที่ที่มีระบบ ทั้งแบบเป็นเส้นตรง เป็นวงกลมหรือวนเป็นเกลียว บางครั้งทิศทางก็เกิดจากการลดหลั่นของขนาดและการแปรเปลี่ยนของรูปร่างแบบค่อยเป็นค่อยไป



ภาพที่ 2.68: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการแตกต่างด้วยทิศทาง

3.3.2.4 แตกต่างด้วยน้ำหนัก (Contrast of Weight) การใช้ค่าน้ำหนักในศิลปะอิสลาม มักจะเกิดจากความแตกต่างในขนาดของรูปร่าง ขนาดของเส้นและโทนสี



ภาพที่ 2.69: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการแตกต่างด้วยน้ำหนัก

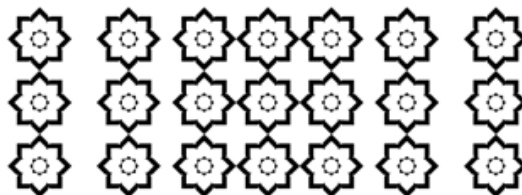
3.3.3 การซ้ำ (Repetition) เป็นกระบวนการที่ทำให้เห็นความหมายและความรู้สึกของภาพรวม ทำให้เกิดการรับรู้ในส่วนย่อยและส่วนรวม การซ้ำมักจะปรากฏในทางกายภาพ ที่ต้องใช้จังหวะ ความกลมกลืน ความขัดแย้ง เป็นตัวกำหนดการซ้ำ ในศิลปะอิสลามใช้หลักการซ้ำเป็นพื้นฐานที่ทำให้เกิดภาพ ในหน่วยย่อยของลวดลายอิสลาม จะเริ่มต้นที่การแบ่งพื้นที่ จากนั้น การซ้ำจะเริ่มทำหน้าที่ในการเชื่อมประสานให้กลายเป็นหน่วยใหญ่ โดยปกติจะปรากฏการซ้ำแบบเท่ากันทุกด้านแบบสม่ำเสมอและแบบพัฒนาการ ที่มีอัตราส่วนของขนาดและพื้นที่ว่าง ที่สอดคล้องกันอย่างเป็นสัดส่วน ที่สามารถคาดเดาได้

3.3.3.1 ซ้ำแบบสม่ำเสมอ (Regular) เป็นเรื่องพื้นฐานที่ศิลปะอิสลาม จะใช้การซ้ำแบบเท่ากันในทุกทิศทาง เพราะจะทำให้เกิดความสมดุล มีเอกภาพ การแบ่งพื้นที่ว่างด้วยตารางกริดในศิลปะอิสลาม ช่วยในการคำนวณทิศทางและตำแหน่งของรูปร่างได้อย่างแม่นยำ การซ้ำแบบสม่ำเสมอจะใช้หลักการของจังหวะ ลีลาและที่ว่างอย่างสอดคล้องกัน



ภาพที่ 2.70: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการซ้ำแบบสม่ำเสมอ

3.3.3.2 ซ้ำแบบพัฒนาการหรือแบบอัตราส่วน (Progressive) ในศิลปะอิสลาม ใช้การซ้ำแบบนี้ไม่มากนัก ส่วนมากเป็นลายพันธุ์พืชและสิ่งมีชีวิต การซ้ำแบบพัฒนาการหรือแบบอัตราส่วนเป็นการซ้ำในลักษณะของการกระจายตัวของรูปร่างที่เหมือนกัน โดยเว้นระยะห่างที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างเป็นอัตราส่วนที่แน่นอน ซึ่งจะทำให้ความรู้สึกถึงการเคลื่อนไหว ทำให้เกิดจังหวะและเป็นการเน้นแบบหนึ่ง



ภาพที่ 2.71: ตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ โดยใช้หลักการซ้ำแบบอัตราส่วน

จากข้อมูลเกี่ยวกับ องค์ประกอบทางการออกแบบเรขศิลป์และหลักการออกแบบเรขศิลป์ของผู้เขียนหลายๆ ท่านที่ใช้อ้างอิงในข้างต้น แสดงให้เห็นว่าการออกแบบเรขศิลป์เป็นกระบวนการสื่อสารแบบหนึ่งที่น่าเน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร ในลักษณะของภาพและตัวอักษรเป็นหลัก กระบวนการออกแบบเรขศิลป์ต้องอาศัยการสื่อความหมาย การตีความและการรับรู้ในองค์ประกอบที่ปรากฏในชิ้นงาน องค์ประกอบเหล่านี้ ก็คือองค์ประกอบทางทัศนธาตุหรือองค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ และองค์ประกอบเสริม เช่น ภาพประกอบ สัญลักษณ์ ตัวอักษร สี สัน องค์ประกอบทั้งหมดนี้จะให้ความหมายตามหลักการรับรู้ทางกายภาพด้วยตัวขององค์ประกอบนั้นๆ เองและด้วยการจัดวางองค์ประกอบ ให้เห็นเป็นภาพหรือรูปทรงต่างๆ

การประยุกต์ใช้หลักการออกแบบเรขศิลป์ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จะใช้เฉพาะที่มีความเชื่อมโยงกับศิลปะอิสลามในระดับโครงสร้าง กล่าวคือ พื้นฐานของศิลปะอิสลาม จะประกอบด้วยลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ ศิลปะทั้ง 3 รูปแบบ ถูกสร้างขึ้นจากองค์ประกอบทางทัศนธาตุที่มีวัตถุประสงค์สำหรับสื่อความหมายและความงาม โดยอาศัยหลักการรับรู้ภาพ ที่เกิดจากการจัดองค์ประกอบเป็นหลัก

3.4 ทฤษฎีการรับรู้ในงานออกแบบ

มนุษย์มีความสามารถในการรับรู้ที่ไม่เท่ากัน แตกต่างกันไปตามภูมิหลัง อุปนิสัย สภาพครอบครัว ประสบการณ์ การศึกษา สังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม คนเรามักจะตีความในสิ่งที่ตนเห็นหรือตั้งคํากำหนด ดังคำกล่าวที่ว่า “ภาพ 1 ภาพ แทนความหมายได้ 1000 คำ” ที่หมายถึงกระบวนการรับรู้ของคน จะเกิดจากการเห็นของตาแล้วส่งผ่านไปยังสมอง เกิดการตีความจากสิ่งที่เคยพบเห็น แล้วจัดหมวดหมู่ตามความเข้าใจ

มนุษย์รับรู้ได้จากการมองเห็น ได้ยิน ลิ้มรสและการสัมผัส ในงานออกแบบเรขศิลป์ต้องอาศัยการรับรู้จากการมองเห็นเป็นหลัก ดังนั้น องค์ประกอบทางทัศนธาตุ เช่น รูปร่าง รูปทรง สี พื้นผิว จึงมีความสำคัญมากที่สุด นักออกแบบจะใช้ทฤษฎีการรับรู้ในการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งแบ่งออกได้ 2 แบบ คือ

3.4.1 การรับรู้สิ่งที่เห็นด้วยความรู้สึก (Sensual Theories of Visual Communication) ศิริพรรณ ปิเตอร์ (2549: 24) กล่าวว่า การรับรู้สิ่งที่เห็นด้วยความรู้สึกเกิดจากสิ่งเร้ารอบตัวที่เข้ามาในชีวิต จนเกิดเป็นการรับรู้อย่างฉับพลันผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 มายังสมอง ทำให้รู้สึกถึงสิ่งนั้นได้ การรับรู้สิ่งที่เห็นด้วยความรู้สึกเกิดจากหลักการ 3 เรื่อง คือ

3.4.1.1 หลักการเกสทอลต์ (Gestalt) วิรุณ ตั้งเจริญ (2545: 44) อธิบายว่า เกสทอลต์ เป็นการรับรู้สิ่งที่เห็นที่ให้ความสำคัญกับภาพรวมมากกว่าส่วนย่อย เช่น ในการสร้างงานศิลปะสื่อผสมด้วยวัสดุเหลือใช้หลายๆ อย่างที่เราเรียกว่าคืออะไร แต่เราก็เห็นภาพรวมของชิ้นงานตาม

เจตนาของผู้สร้างงาน ไม่ได้มองเห็นว่า งานชิ้นนั้นสร้างจากวัสดุอะไร หลักการเกสต่อลต์จะต้องอาศัยกฎเกณฑ์ในการสร้างภาพอีก 4 กฎ คือ กฎของความใกล้ชิด (Proximity) กฎของความคล้ายคลึง (Similarity) กฎของความต่อเนื่อง (Continuity) และกฎของการประสานสนิท (Closure)

3.4.1.2 หลักการจัดโครงสร้าง (Constructivism) ที่เน้นการจัดองค์ประกอบในงานสิ่งพิมพ์ให้สอดคล้องกับการอ่าน ทิศทางในการอ่าน การเคลื่อนที่ของสายตา การลำดับความสำคัญ เพื่อให้เข้าใจง่าย ความสำคัญของภาพ ของสีกับการมองเห็น

3.4.1.3 หลักการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ (Ecological) เป็นการเรียนรู้ในชีวิตประจำวัน ที่ทำให้เกิดความเข้าใจและจดจำในสิ่งที่เกิดขึ้น นักออกแบบมักจะนำหลักการเชื่อมโยงความสัมพันธ์มาใช้สร้างสัญลักษณ์เพื่อถ่ายทอดความคิดของตน

3.4.2 การรับรู้ด้วยภาพ (Perception Theories of Visual Communication) โสรัชชานันทวีชรวินูญลย์ (2545: 50) อธิบายการรับรู้ด้วยภาพว่า เป็นการรับรู้จากการมองเห็น ผ่านการประมวลผลจากสมองและจิตใจ กลายเป็นการรับรู้และความเข้าใจ ซึ่งจะเกิดเป็นภาพที่มองเห็น (Visual Image) และภาพที่คิดว่าเป็น (Conceptual Image) โดยอาศัยหลักการสื่อสาร 2 หลักการ คือ

3.4.2.1 หลักการสัญวิทยา (Semiotics) ที่เป็นการสื่อสารเชิงสัญลักษณ์ด้วยตัวอักษร (Verbal Communication) และภาพ (Visual Communication) ซึ่งให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์กันระหว่างภาพสัญลักษณ์กับโครงสร้าง (Syntactics) ความสัมพันธ์กันระหว่างภาพสัญลักษณ์กับความหมายของภาพ (Semantics) และความสัมพันธ์กันระหว่างภาพสัญลักษณ์กับการตีความของกลุ่มเป้าหมาย (Pragmatics)

การสื่อสารเชิงสัญลักษณ์มีระดับการสื่อความหมายใน 3 ระดับ คือ ระดับสัญลักษณ์ไอคอน (Iconic Sign) ที่เป็นภาพสัญลักษณ์แทนสิ่งต่างๆ ที่มีความเหมือนจริงที่สุด ทำให้ตีความง่าย เข้าใจง่าย เช่น ภาพสัญลักษณ์ต่างๆ ไป ระดับสัญลักษณ์ชี้แนะ (Indexical Sign) ที่เป็นภาพสัญลักษณ์ที่มีความหมายแฝงไว้เป็นการชี้แนะให้เข้าใจตามนั้น ส่วนใหญ่ต้องอาศัยประสบการณ์และการรับรู้ในระดับเดียวกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร เช่น สีของใบไม้ไม่สามารถชี้แนะได้ว่า ตอนนี้เป็นฤดูอะไร และระดับสัญลักษณ์ตัวแทน (Symbols) ที่เป็นภาพสัญลักษณ์แบบนามธรรมเพื่อสื่อความหมายในเชิงเปรียบเทียบอุปมาอุปไมย ซึ่งแตกต่างกันไปตามบริบทของสังคมและวัฒนธรรมนั้นๆ เช่น สัญลักษณ์สามเหลี่ยม หมายถึง ไฟในสังคมหนึ่ง แต่ก็หมายถึงความมั่นคงในอีกสังคมหนึ่ง

3.4.2.2 หลักการการหยั่งรู้ (Cognitive) เมื่อมองเห็นภาพ จะเกิดความเข้าใจ โดยอาศัยความรู้และประสบการณ์ อาศัยความสามารถในการตีความ ซึ่งมีปัจจัยอยู่ใน 9 เรื่อง คือ ความทรงจำ (Memory) ความสามารถในการเห็นภาพ (Projection) ความคาดหวัง (Expectation) การเลือกสรร (Selectivity) พฤติกรรม (Habituation) สิ่งเร้า (Salience) จุดสนใจ (Dissonance) วัฒนธรรม (Culture) และคำ (Word)

3.5 บุคลิกภาพกับการออกแบบ

การออกแบบงานเรขศิลป์จะต้องเริ่มต้นจากความคิดรวบยอด (Concept) จากนั้น จะกำหนดบุคลิกภาพ (Mood and Tone) ที่สามารถแสดงภาพของความคิดนั้นๆ ซึ่งบุคลิกภาพในงานออกแบบเรขศิลป์จะถูกแสดงออกมาด้วยองค์ประกอบทางการออกแบบ อันได้แก่ ภาพ ตัวอักษร สี และการจัดองค์ประกอบ หลักการของบุคลิกภาพในงานออกแบบจะเกี่ยวข้องกับรสนิยมและรูปแบบชีวิต ช่วยให้สามารถสื่อความหมายและสร้างรูปแบบตามแนวคิดที่ตั้งไว้ได้ง่ายขึ้น เป็นกระบวนการที่ช่วยให้ผู้ออกแบบบรรลุเป้าหมายที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มีการประยุกต์ใช้หลักการบุคลิกภาพกับการวิจัยในหลายๆ ด้าน เช่น การค้นหากลุ่มสีที่จะใช้กับผู้บริโภคที่แตกต่างกันด้วยเพศ วัย การค้นหาแบบตัวอักษรที่เหมาะสมกับบุคลิกภาพแบบต่างๆ และการหาวิธีจัดวางองค์ประกอบภาพที่แสดงอารมณ์ความรู้สึกได้อย่างหลากหลาย ตัวอย่างงานวิจัยที่ใช้หลักการบุคลิกภาพในการออกแบบ มีดังนี้

ธีรวัฒน์ พจน์วิบูลศิริ (2543) ทำวิจัยเรื่อง การใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อสารบุคลิกลักษณะในงานออกแบบเรขศิลป์

ญาดา ชวาลกุล (2543) ทำวิจัยเรื่อง การใช้ที่ว่างเพื่อสื่อสารบุคลิกภาพของงานออกแบบเรขศิลป์ 2 มิติ

มหิศรา อรุณสวัสดิ์ (2545) ทำวิจัยเรื่อง การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อรสชาติอาหารขบเคี้ยว

มัทนี ส่องเนตรพานิช (2545) ทำวิจัยเรื่อง การใช้องค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อบุคลิกภาพผลิตภัณฑ์สุxonนามัยเจริญพันธุ์สำหรับวัยรุ่นหญิง

จิตรภรณ์ สีเอียด (2545) ทำวิจัยเรื่อง การใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์เพื่อสื่อความหมายทางดนตรีคลาสสิกในแต่ละยุค

พิบูล ไวจิตรกรรม (2547) ทำวิจัยเรื่อง การใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์สำหรับการออกแบบหนังสือพิมพ์สำหรับผู้หญิง

พิทพันธ์ สิทธิรักษ์ (2547) ทำวิจัยเรื่อง มาตรฐานการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสมุนไพรไทย

นัยนา หอมแหม่ม (2547) ทำวิจัยเรื่อง การประยุกต์ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์เพื่อสื่อวัฒนธรรมอีสาน

มนฤดี มิตรเจริญถาวร (2548) ทำวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางชาย

ชัชฉวี คุรุภากรณ์ (2549) ทำวิจัยเรื่อง การซ้ำเพื่อสื่อสารบุคลิกภาพในงานออกแบบเรขศิลป์

วีรวรรณ จิตร โสภิน (2548) ทำวิจัยเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ชา
 วิศิษฐ์ ศุภางคะรัตน์ (2549) ทำวิจัยเรื่อง การสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์
 โดยใช้ทฤษฎีเฟนดาซี

หลักการบุคลิกภาพในงานออกแบบเรขศิลป์ ที่เขียนโดยซิเกโนบุ โทบายาชิ (1990: 12) มีการวิจัยหารูปแบบบุคลิกภาพตามรสนิยมและรูปแบบชีวิต จากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่ง โดยใช้รูปแบบบุคลิกภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและเข้าใจความหมาย 180 บุคลิกภาพ ข้อสรุปจากการวิจัย คือ สามารถจัดกลุ่มบุคลิกภาพได้ 15 แบบ ในแต่ละแบบมีบุคลิกภาพย่อย ๆ ที่มีความหมายไปในทิศทางเดียวกันประกอบอยู่ และมีเพียง 8 แบบที่มีความเหมาะสมที่จะใช้ในงานออกแบบได้ทุกแขนง บุคลิกภาพทั้ง 8 แบบที่เป็นแนวทางสำหรับการออกแบบ มีรายละเอียด ดังนี้

3.4.1 บุคลิกภาพแบบลำลอง (Casual) หมายถึง การมีสีสัน (Colorful) รักความเป็นอิสระและวิถีชีวิตที่เรียบง่าย รื่นเริง ง่าย ๆ สบาย ๆ เป็นคนเปิดเผย มีความสุขอยู่ตลอด ลำลอง ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อยๆ ได้แก่ เขียววัย (Young) ฉูดฉาด (Flamboyant) สนุกสนาน (Enjoyable) ร่าเริง (Merry) แจ่มแจ่ม (Vivid) กลุ่มสีที่มักจะใช้แสดงถึงบุคลิกภาพแบบลำลอง คือ สีโทนสดใส สว่าง เข้มข้น

3.4.2 บุคลิกภาพแบบทันสมัย (Modern) หมายถึง มีความชัดเจนในรูปแบบ และประโยชน์ใช้สอย มีความคมชัด ความโดดเด่น ทันสมัยประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อยๆ ได้แก่ ก้าวหน้า (Progressive) ดูเป็นโลหะ (Metallic) มีเหตุผล (Rational) ชัด เฉียบคม (Sharp) เป็นชาวเมือง เป็นผู้ดี (Urbane) กลุ่มสีที่มักจะใช้แสดงถึงบุคลิกภาพแบบทันสมัย คือ สีโทนเข้ม ดำ สีโทนแรงๆ แบบชัดเจน

3.4.3 บุคลิกภาพแบบชวนฝัน (Romantic) หมายถึง ดูนุ่มนวล หวาน ชวนฝัน ภูมิเสน่ห์ดึงดูดใจ ชวนฝันประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อยๆ ได้แก่ มีเสน่ห์ (Charming) ช่างฝัน (Dreamy) ไร้เดียงสา (Innocent) อ่อนโยน (Soft) อ่อนหวาน (Sweet) กลุ่มสีที่มักจะใช้แสดงถึงบุคลิกภาพแบบชวนฝัน คือ สีโทนหวาน อ่อน โชน บางเบา (Light Pastel Tones)

3.4.4 บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ (Natural) หมายถึง ดูเรียบง่าย พื้น ๆ อบอุ่น เต็มไปด้วยความเป็นธรรมชาติ เจริญสงบ ตรงข้ามกับความทันสมัย ธรรมชาติประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อยๆ ได้แก่ มีความกรุณา (Generous) สนิทสนม (Intimate) เป็นธรรมชาติ (Natural) ประทับใจ (Simple/Appealing) ร่าเริง (Tranquil) กลุ่มสีที่มักจะใช้แสดงถึงบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ คือ สีโทนน้ำตาล นวล ๆ เป็นสีที่ผสมขึ้นมาจากแม่สีหลักกับน้ำหนักของสีเทา

3.4.5 บุคลิกภาพแบบหรูหรา (Elegant) หมายถึง สวยงาม ละเมียดละไม ละเอียดอ่อนสงบนิ่งในด้านอารมณ์ และความรู้สึก แต่แฝงด้วยเสน่ห์ หล่อหลอมประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อยๆ

ได้แก่ เยาว์วัย (Young) งดงาม (Flamboyant) สนุกสนาน (Enjoyable) ร่าเริง (Merry) แจ่มแจ้ง (Vivid) กลุ่มสีที่มักจะใช้แสดงถึงบุคลิกภาพแบบหรูหรา คือ สีโทนสดใส สว่าง เข้มข้น

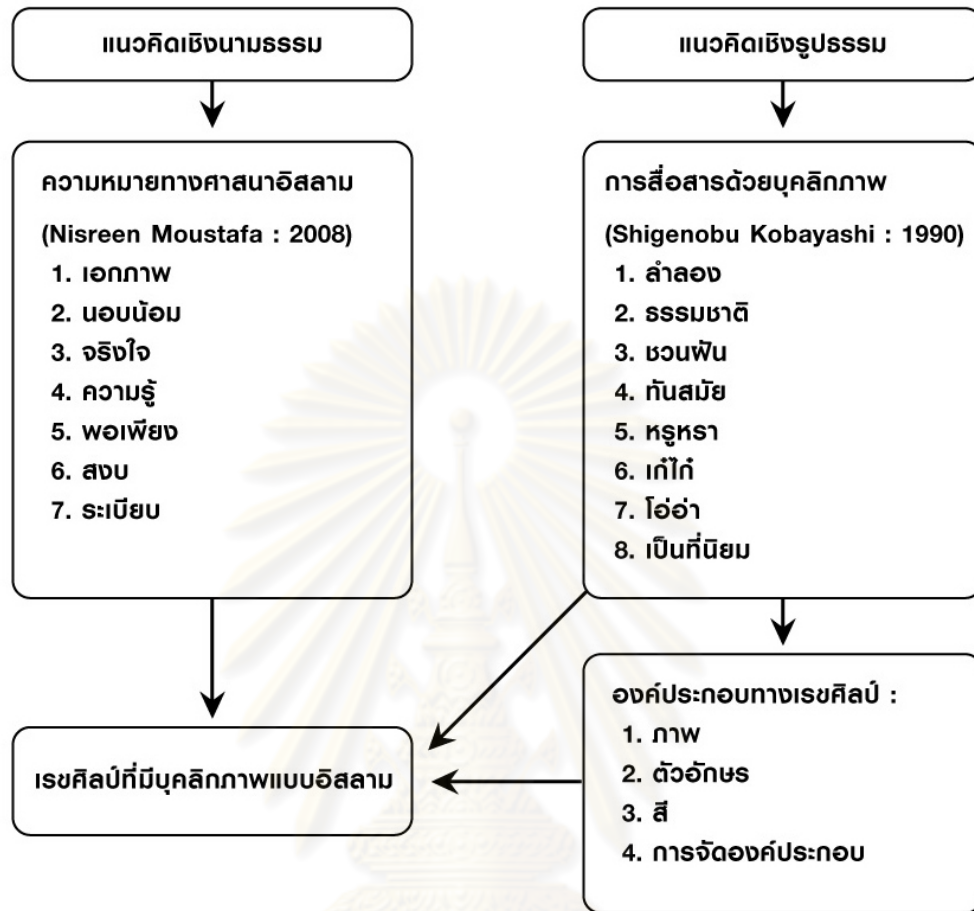
4.3.6 บุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋ (Chic) หมายถึง มั่นใจในตัวเอง ฉลาด เป็นผู้ใหญ๋ มีรสนิยมแบบชาวกรุง คูมีเสน่ห์ที่เหลี่ยมน้อย ไม่ฉูดฉาดฉาบฉวย เก๋ไก๋ประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อยๆ ได้แก่ สงบเสงี่ยม (Modest) เงียบ (Quiet) เรียบง่าย (Simple) มีสติ (Sober) ละเอียดย่อน (Subtle) กลุ่มสีที่มักจะใช้แสดงถึงบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋ คือ สีที่ผสมกับโทนเทาและลดน้ำหนักของสีให้เบาลง

4.3.7 บุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม (Classic) หมายถึง คูมีแบบแผน รอบคอบ สมบูรณ์แบบ เป็นทางการ มีสุนทรียภาพ และคุณภาพ รู้สึกถึงประเพณี วัฒนธรรม และการประดับประดาเป็นที่นิยมประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อยๆ ได้แก่ มีความนิยม (Classic) ลึกซึ้ง (Heavy/Deep) เป็นผู้ใหญ๋ (Mature) มีรสนิยม (Tasteful) มีแบบแผน (Traditional) กลุ่มสีที่มักจะใช้แสดงถึงบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม คือ สีโทนหนัก ๆ โทนเทา น้ำตาล ดำ หรือเขียวเข้ม

4.3.8 บุคลิกภาพแบบโอ้อ่า (Dandy) หมายถึง คูมั่นใจ มั่นคง เข้มแข็ง แต่เรียบง่ายสบาย ๆ เป็นผู้ใหญ๋ โอ้อ่าประกอบด้วยบุคลิกภาพย่อยๆ ได้แก่ สง่างาม (Dignified) สงบเงียบ (Placid) ไว้ใจได้ (Reliable) ชำของโลก/เป็นชาวกรุง (Sophisticated) มีสาระ (Substantial) กลุ่มสีที่มักจะใช้แสดงถึงบุคลิกภาพแบบโอ้อ่า คือ สีโทนหนัก ๆ เครื่องขริม โทนเทาเข้ม น้ำตาลเข้ม หรือเขียวเข้ม

การนำหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพในงานออกแบบของโคบายาชิ มาใช้ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ เพื่อเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดแนวคิดที่มีความเป็นนามธรรม อันได้แก่ ความหมายทางศาสนาอิสลาม ให้ปรากฏเป็นบุคลิกภาพแบบต่างๆ ที่ทำให้เห็นเป็นภาพได้ ทำให้เข้าใจได้และทำให้เกิดความรู้สึกคล้อยตามได้ โดยผ่านสื่อที่เรียกว่า องค์ประกอบทางเรขศิลป์หรือองค์ประกอบสำหรับการออกแบบ อันได้แก่ ภาพ ตัวอักษร สีและการจัดองค์ประกอบดังปรากฏในแผนภูมิที่ 2.2

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภูมิที่ 2.2 แสดงความสัมพันธ์กันระหว่างความหมายทางศาสนากับการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

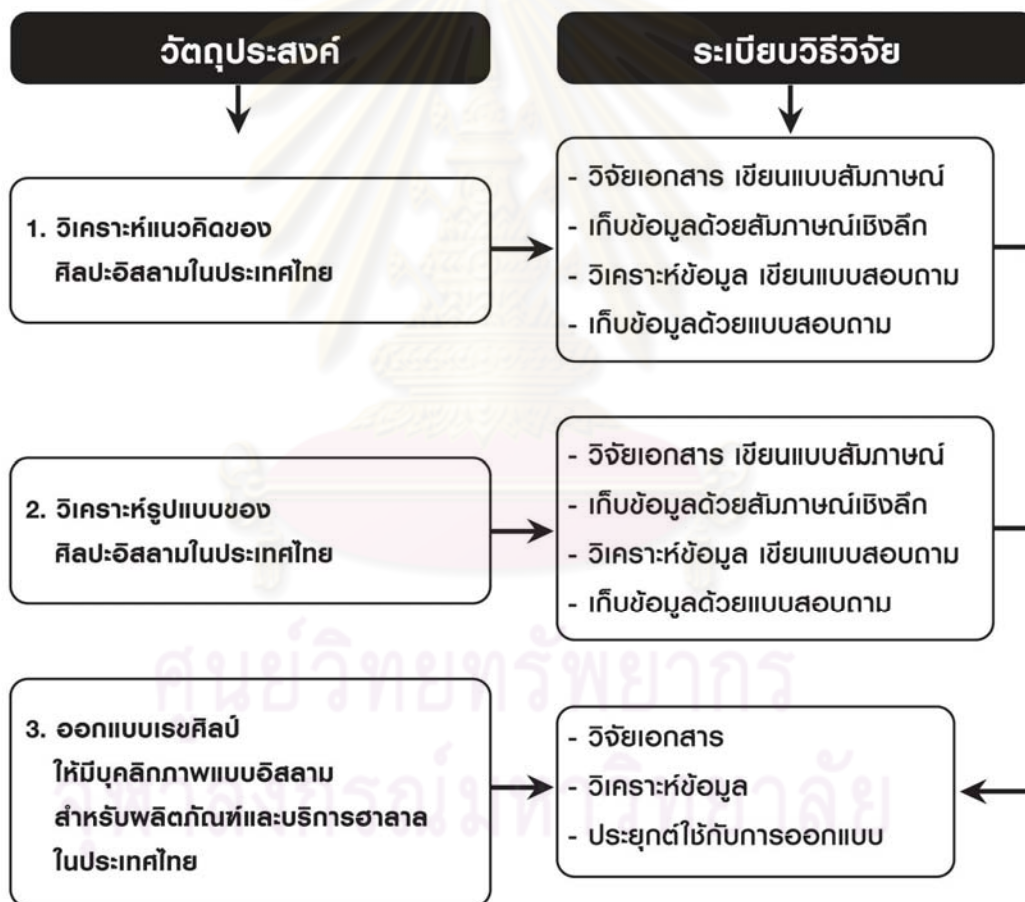
ระเบียบวิธีวิจัย

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์ที่จะวิเคราะห์แนวคิดและรูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทย และนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์ให้มีคุณลักษณะที่บ่งบอกถึงความเป็นอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย จากกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้ที่ให้ความสนใจในทฤษฎีอิสลามภวัตน์ ตามหลักการที่ศาสนาไม่ได้เป็นตัวกำหนดรูปแบบศิลปะโดยตรง แต่เป็นหลักยึดเหนี่ยวในการดำเนินชีวิตประจำวันจนกลายเป็นวัฒนธรรม ซึ่งในวัฒนธรรมจะมีหลักการและแนวคิดซ่อนอยู่เสมอ ในทฤษฎีท้องถิ่นภวัตน์ ด้วยความแตกต่างกันของชาติพันธุ์อันได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา ภูมิถิ่นนา ทำให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะตัว เกิดรูปแบบศิลปะ รูปแบบวัฒนธรรมและรูปแบบชีวิต



แผนภูมิที่ 3.1 แสดงกิจกรรมการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับคำถามนำการวิจัย

ในทฤษฎีโลกาภิวัตน์ ซึ่งเป็นกระบวนการสื่อสารที่ใช้หลักการฟัง พูด อ่าน เขียน และมีภาษาภาพเป็นภาษาสากลที่สามารถเข้าใจได้เร็วที่สุดแม้จะอ่านหนังสือไม่ออก การสื่อสารด้วยภาพจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับงานเรขศิลป์ จากแนวคิดเรื่องศาสนาและวัฒนธรรม ทำให้เกิดประเด็นคำถามว่า แนวคิดของศาสนาอิสลาม มีความสัมพันธ์กับการออกแบบเรขศิลป์หรือไม่ อย่างไร จากแนวคิดเรื่องชาติพันธุ์และอัตลักษณ์ ทำให้เกิดประเด็นคำถามว่า รูปแบบของศิลปะอิสลาม มีความสัมพันธ์กับชนชาติที่นับถือศาสนาอิสลามหรือไม่ อย่างไร และจากแนวคิดเรื่องการสื่อความหมายและทัศนสื่อสาร ทำให้เกิดประเด็นคำถามว่า เรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทยที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม ควรจะมีลักษณะอย่างไร



แผนภูมิที่ 3.2 แสดงวิธีดำเนินการวิจัยเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ กำหนดข้อมูลสำหรับวิจัยไว้ 2 ประเภท คือ ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสำรวจความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นชาวไทยมุสลิม และข้อมูลทุติยภูมิ โดยศึกษาจากเอกสารและตำราที่เกี่ยวกับศาสนาอิสลาม แนวคิดและรูปแบบของศิลปะอิสลาม ผลจากการศึกษาจะนำไปเชื่อมโยงกับการออกแบบเรขาคณิตให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม กระบวนการวิจัย มีดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลที่เป็นเอกสารและตำราที่เกี่ยวกับศาสนาอิสลาม ศิลปะอิสลาม ชาวไทยมุสลิมและการสื่อความหมายในงานออกแบบ
2. สร้างแนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง
3. เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นชาวไทยมุสลิม ที่มีความเชี่ยวชาญทางประวัติศาสตร์ ศิลปะและวัฒนธรรมอิสลาม
4. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สรุปแนวคิดหลัก จากนั้นจึงสร้างคำถามสำหรับแบบสอบถาม
5. เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทยมุสลิม
6. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม
7. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย
8. ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยสำหรับการออกแบบ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) รวม 3 ขั้นตอน เริ่มจากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-informant) เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้าง (Interview Sheet) เพื่อรวบรวมประเด็นปัญหาและความคิดเห็นของผู้ให้ข้อมูลแต่ละคน ต่อจากนั้น จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง เพื่อสนับสนุนแนวคิดที่ได้จากการสัมภาษณ์ในเชิงปริมาณ และขั้นสุดท้าย จะใช้แบบสอบถามในการหาค่าความถี่ในการเลือก เพื่อสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มนักออกแบบ ในเรื่ององค์ประกอบที่จะใช้ในการออกแบบ รายละเอียดมีดังนี้

ส่วนที่ 1 เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาททางสังคมและศาสนา

มีจุดประสงค์เพื่อวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบเพื่อให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม ตามแนวคิดอิสลามภวัตน์ที่แสดงเอกภาพในวิถีคิดของศาสนาอิสลาม โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นชาวไทยมุสลิม ที่มีความรู้ความสามารถ ทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมอิสลามและทางด้านสังคมของชาวไทยมุสลิม ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงตัวบุคคล (Purposive Sampling) ที่มีความรู้ความชำนาญและมีประสบการณ์โดยตรงกับข้อมูลที่ต้องการ มีรายนาม ดังนี้

1. รองศาสตราจารย์ ดร. วินัย ฉะห์ลัน
ผู้อำนวยการสถาบันวิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. อีหม่าม มานิต ทองแสง
มัศยิดคารู้อาฆาน
3. คอเต็บ ปรีดี บุญมาเลิศ
มัศยิดคารู้อิบาอะห์
4. คุณทำเนียบ แสงเงิน
นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมมุสลิม
5. คุณธีรนนท์ ช่วงพิชิต
นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และชุมชนมุสลิม
6. คุณศุภกรีย์ สะเริ่ม
เลขานุการและกรรมการมัศยิดอัลอิสติกอมะห์
7. คุณอคุลย์ โยธาสมุทร
ประธานสภาเขตบางพลัด เลขานุการและกรรมการมัศยิดบางอ้อ
8. คุณสมยศ หวังอัปดุลเลาะ
กรรมการฝ่ายกิจการฮาลาล คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อมรา รัถยมนี
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
10. คุณอัมพร สนะพี
นักวิชาการสถานเอกอัครราชทูตอินโดนีเซียประจำประเทศไทย
11. คุณซัลมา ชันมณี บรรณาธิการ
นิตยสารข่าวสารมุสลิม
12. คุณบีบี โซเรดา ฟินดี
บรรณาธิการบริหาร นิตยสารข่าวสารนิตวาไรตี้
13. คุณธาริน กลิ่นเกสร
นักออกแบบอิสระ
14. คุณอาฟีนดี มะแซฮาอิ
นักวิชาการทางศิลปะ
15. คุณอิสมาแอ สมายล์
นักวิชาการทางศิลปะ

ในการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง คำถามจะเขียนขึ้นมาจากการประมวลข้อมูลประเภทเอกสาร คำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์จะเป็นข้อสรุปส่วนแรกของผลการวิเคราะห์ในบทที่ 4 และ 5 โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามมาช่วยสนับสนุนความคิดนั้นๆ แนวคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์ตามขอบเขตที่กำหนดไว้ จะเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลามเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม เกี่ยวกับฮาลาลและแนวทางของเรขศิลป์ที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ประเด็นคำถาม มีดังนี้

1. ศิลปะไทย ศิลปะอิสลามและศิลปะตะวันตก มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิมอย่างไร
2. รูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่หรือไม่ มีความเป็นอิสลามดั้งเดิมผสมอยู่หรือไม่ และมีความเป็นตะวันตกผสมอยู่หรือไม่
3. แนวคิดแบบอิสลามดั้งเดิม แนวคิดแบบปรับตัวตามสังคมและแนวคิดแบบตะวันตก เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบันอย่างไร
4. แนวคิดเรื่องความจริงใจ, ความอ่อนน้อม, ความรู้-เหตุผล, ความสงบ-สมาธิ, ความพอเพียง-สมดุล, ระเบียบ-หลักการ, เอกภาพ เป็นแนวคิดทางศาสนาที่สำคัญต่อชาวไทยมุสลิมในปัจจุบันอย่างไร
5. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยควรมีลักษณะอย่างไร ระหว่างแบบอิสลามดั้งเดิม แบบอิสลามผสมไทยและแบบอิสลามผสมตะวันตก
6. องค์ประกอบหลักสำหรับการออกแบบ เช่น ลายเรขาคณิต (Geometric Form) ลายพรรณพฤกษา (Arabesque) และตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ (Calligraphic) มีความสำคัญต่อการออกแบบสำหรับฮาลาลอย่างไร
7. องค์ประกอบเสริมสำหรับการออกแบบ เช่น ภาพถ่ายคน ภาพวาดคนภาพถ่าย สิ่งของเครื่องใช้ ภาพวาดสิ่งของ ภาพสัญลักษณ์สิ่งของเครื่องใช้ ภาพถ่ายสัตว์ที่มีชีวิตอยู่ ภาพวาดสัตว์ ภาพสัญลักษณ์สัตว์ มีข้อจำกัดในการใช้อย่างไร
8. ทศนคติของชาวไทยมุสลิมเกี่ยวกับการออกแบบเพื่อผลิตภัณฑ์ฮาลาล เช่น เรื่องความสะดวกในการเลือกซื้อ เรื่องการออกแบบจะขัดแย้งกับวิถีชีวิตหรือไม่ เรื่องการมีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ทำให้ชาวไทยทั่วไปเข้าใจอิสลามมากขึ้น เรื่องการมีบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์แบบอิสลามทำให้เห็นความสำคัญของชาวไทยมุสลิม เรื่องการประดับตกแต่งบรรจุภัณฑ์ฮาลาลด้วยเรขศิลป์ที่มีลักษณะแบบอิสลาม เรื่องศิลปะอิสลามในประเทศต่างๆ มีลักษณะเหมือนกันหรือไม่ เรื่องควรมีสัญลักษณ์อย่างอื่นเพิ่มเติมจากเครื่องหมายฮาลาลหรือไม่ เรื่องศิลปะอิสลามมีอยู่ทั่วไปในประเทศไทยหรือไม่ เรื่องวัฒนธรรมไทยและวัฒนธรรมตะวันตก เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิมหรือไม่ อย่างไร

ส่วนที่ 2 เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

มีจุดประสงค์เพื่อวิเคราะห์รูปแบบในการออกแบบเพื่อให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม ตามแนวคิดท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นในแต่ละท้องถิ่นที่รับศาสนาอิสลามไปปรับให้เข้ากับลักษณะของแต่ละภูมิภาค เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของมุสลิมที่แตกต่างกันไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์และชาติพันธุ์ ในส่วนนี้เป็นการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวไทยมุสลิม ที่มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 ประชากรของการวิจัย คือ ชาวไทยมุสลิมที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จากข้อมูลสำมะโนครัวล่าสุด ในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวน 156,696 คน (จำนวนประชากร อายุ 15 ปีขึ้นไป จำแนกตามศาสนา, สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2548)

2.2 กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย คือ ชาวไทยมุสลิมจำนวนหนึ่งที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยจะเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมดของการวิจัยและเป็นตัวแทนที่มาจากมัสยิดต่างๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากข้อมูลสำมะโนครัวล่าสุด ในปี พ.ศ. 2552 มีจำนวน 175 มัสยิด เฉพาะมัสยิดที่จดทะเบียนจัดตั้งกับสำนักงานคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย (ข่าวสารมุสลิม, 2552) คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ วิเชียร เกตุสิงห์ (2537) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n คือ จำนวนตัวอย่างหรือขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N คือ จำนวนประชากรทั้งหมด

e คือ ความน่าจะเป็นของความผิดพลาดที่ยอมรับได้ ซึ่งเท่ากับ 5% ระดับความน่าเชื่อถือจึงเท่ากับ 95% ตัวเลขที่ใช้แทนสูตรดังกล่าว มีดังนี้

$$n = \frac{175}{1 + (175) \times (0.05)^2}$$

$$n = 121.73$$

ดังนั้น การเก็บข้อมูลในกลุ่มนี้จะมีจำนวนตัวอย่าง 122 คน ที่เป็นตัวแทนจากมัสยิด 122 มัสยิด ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้แบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยการสุ่มเลือกตามรายชื่อมัสยิดทั้งหมดในเขตกรุงเทพฯ แล้วหยิบฉลากจนครบตามจำนวนที่ต้องการ ชื่อ

มัศยิดที่หยิบได้ คือกลุ่มตัวอย่างที่จะเก็บข้อมูล มัศยิด 1 แห่ง จะเลือกตัวแทน 1 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม โดยอธิหามหรือกรรมการบริหารมัศยิด เป็นผู้คัดเลือกตัวแทนตามความเหมาะสม ซึ่งหมายความว่า มีทั้งที่อธิหามตอบแบบสอบถามเอง กรรมการบริหารมัศยิดเป็นผู้ตอบและที่มอบหมายให้สัปบุรุษ ซึ่งเป็นผู้ที่นับถือศาสนาอิสลามที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่ หรือให้การสนับสนุนมัศยิดและมาละหมาดเป็นประจำเป็นผู้ตอบ

2.3 เครื่องมือสำหรับเก็บข้อมูลที่จะใช้ในส่วนนี้ คือ แบบสอบถาม ที่มี 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามในข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา บทบาทหน้าที่ในชุมชนมุสลิม อาชีพ และภาษาที่ใช้สื่อสาร ลักษณะคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) และเติมข้อความลงในช่องว่าง

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามในความคิดเห็นที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ความคิดเห็นที่เกี่ยวกับฮาลาลและความคิดเห็นที่เกี่ยวกับบรรจุกิจฮาลาล โดยมีการวัดแบบประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีการของเร็นซิส ลิเกิร์ต (Rensis Likert: Likert Scale) และใช้หลักเกณฑ์การตอบแบบสอบถามด้วยการให้คะแนนในคำตอบที่ต้องการเลือกเป็น 5 ระดับ ได้แก่

- 5 คือ เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 คือ เห็นด้วยมาก
- 3 คือ เห็นด้วยปานกลาง
- 2 คือ เห็นด้วยน้อย
- 1 คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย วิธีการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ใช้สูตรดังนี้

คะแนนสูงสุด – คะแนนต่ำสุด

จำนวนชั้น

5 – 1

5

= 0.80

ระดับคะแนนที่ได้ เมื่อใช้ค่าอันตรายภาคชั้น เท่ากับ 0.80 คือ

4.21 ถึง 5.00 คือ เห็นด้วยมากที่สุด

3.41 ถึง 4.20 คือ เห็นด้วยมาก

2.61 ถึง 3.40 คือ เห็นด้วยปานกลาง

1.81 ถึง 2.60 คือ เห็นด้วยน้อย

1.00 ถึง 1.80 คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้วิจัย ได้ตั้งเกณฑ์การสร้างมาตรฐานเรขศิลป์ที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล โดยการพิจารณาในระดับคะแนน ตั้งแต่ 3.41 คะแนนขึ้นไปของคะแนนในแต่ละข้อของแบบสอบถาม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาลและด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรพบุรุษฮาลาล ข้อใดได้คะแนนตามเกณฑ์ จะใช้เป็นมาตรฐานเรขศิลป์ที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล

2.5 การทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของเครื่องมือ ก่อนจะนำเครื่องมือไปใช้เก็บข้อมูล มีการทดสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม ดังนี้

2.5.1 ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาโดยการประเมินความสอดคล้อง (IOC) เป็นการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา ตรวจสอบว่าข้อคำถามแต่ละข้อสอดคล้องกับพฤติกรรมบ่งชี้ที่กำหนดไว้หรือไม่ จากนั้นนำผลการตรวจสอบของผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านมารวมกันคำนวณหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ซึ่งคำนวณจากความสอดคล้องระหว่างประเด็นที่ต้องการวัดกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น ดัชนีที่ใช้แสดงค่าความสอดคล้องเรียกว่า ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ IOC (Item - Objective Congruence Index) ค่า IOC มีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 ข้อคำถามที่มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรมีการปรับปรุงแก้ไขเป็นการพิจารณาข้อคำถามในแบบสอบถาม ว่ามีความสอดคล้องกับเนื้อหาเชิงหลักการและทฤษฎีเพียงใด การประเมินแบบสอบถามครั้งนี้ ใช้รูปแบบการประเมินแบบ ชิป (CIPP Model) ของสตีฟเฟิลบีมและคณะ (D.L. Stufflebeam and others, 1977) โดยจะประเมินในปัจจุบันด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาลและด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรพบุรุษฮาลาล ประเมินภาษาที่ใช้ในการเขียนแบบสอบถาม ว่ามีความกระชับ ถูกต้องและเป็นที่น่าสนใจเพียงใด ทำการประเมินโดยนักวิชาการที่มีความรู้ ความสามารถทางด้านประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม และทางด้านสังคมของชาวไทยมุสลิม 3 ท่านได้แก่

1. อาจารย์ ดร. จุฬิศพงศ์ จุฬารัตน์
คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาดิศร์ อิศริส รักษาภรณ์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. คุณทำเนียบ แสงเงิน
นักวิชาการด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมมุสลิม

2.5.2 เนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามในส่วนต่างๆ คือ

1. เรื่องความเกี่ยวข้องกันของศิลปะกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิมดังนี้
 - ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
 - ศิลปะอิสลาม มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
 - ศิลปะตะวันตก มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
2. เรื่องรูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทย ดังนี้
 - ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่
 - ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม
 - ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นตะวันตกผสมอยู่
3. เรื่องแนวคิดที่เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ดังนี้
 - แนวคิดแบบ “ใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์เท่านั้น”
 - แนวคิดแบบ “ยึดมั่นในอาระชาธรรมของชาดีอาหรับ”
 - แนวคิดแบบ “อยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทย”
 - แนวคิดแบบ “ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย”
 - แนวคิดแบบ “วิถีสมัยใหม่แบบตะวันตก”
 - แนวคิดแบบ “สร้างเอกลักษณ์ใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ”
4. เรื่องแนวคิดทางศาสนาที่สำคัญต่อชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ดังนี้
 - แนวคิดเรื่อง “ความจริงใจ”
 - แนวคิดเรื่อง “ความอ่อนน้อม”
 - แนวคิดเรื่อง “ความรู้-เหตุผล”
 - แนวคิดเรื่อง “ความสงบ-สมาธิ”
 - แนวคิดเรื่อง “ความพอเพียง-สมดุล”
 - แนวคิดเรื่อง “ระเบียบ-หลักการ”
 - แนวคิดเรื่อง “เอกภาพ”

5. เรื่องรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ดังนี้
 - บรรจุกฎหมายฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม
 - บรรจุกฎหมายฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย
 - บรรจุกฎหมายฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมตะวันตก
6. เรื่ององค์ประกอบหลักสำหรับการออกแบบ ดังนี้
 - ใช้ลายเรขาคณิต (Geometric Form)
 - ใช้ลายพรรณพฤกษา (Arabesque)
 - ใช้ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ (Calligraphic)
7. เรื่ององค์ประกอบเสริมสำหรับการออกแบบ ดังนี้
 - ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบมุสลิม)
 - ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบมุสลิม)
 - ใช้ภาพถ่ายสิ่งของเครื่องใช้
 - ใช้ภาพวาดสิ่งของหรือภาพสัญลักษณ์สิ่งของเครื่องใช้
 - ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์ที่ปรุงสุกแล้ว
 - ใช้ภาพวาดสัตว์หรือภาพสัญลักษณ์สัตว์
 - ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์สดๆ
 - ใช้ภาพถ่ายสัตว์ที่มีชีวิตอยู่
 - ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้ชาย
 - ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบทั่วไป)
 - ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้หญิง
 - ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบทั่วไป)
8. เรื่องทัศนคติของชาวไทยมุสลิมเกี่ยวกับการออกแบบเพื่อผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ดังนี้

- ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุกฎหมายแบบอิสลาม ช่วยเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อ
- ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุกฎหมายแบบอิสลาม ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
- ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์
- มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีสื่อ โฆษณาและประชาสัมพันธ์
- ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ได้และไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม

- ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ช่วยทำให้ชาวไทยทั่วไปเข้าใจอิสลามมากขึ้น
- มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีเอกลักษณ์แบบอิสลาม
- ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ทำให้เห็นความสำคัญของชาวไทยมุสลิม
- ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ช่วยทำให้ชาวไทยทั่วไปเข้าใจอิสลามมากขึ้น
- ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรใช้เรขาคณิตที่มีลักษณะแบบอิสลาม
- ศิลปะอิสลาม ใช้ประดับตกแต่งในบรรจุภัณฑ์ฮาลาลได้
- ศิลปะอิสลาม มีลักษณะเหมือนกันหมดในทุกประเทศ
- นอกจากเครื่องหมายฮาลาลแล้ว ควรมีสัญลักษณ์อย่างอื่นเพิ่ม
- ศิลปะอิสลาม มีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย
- วัฒนธรรมไทย เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม
- วัฒนธรรมตะวันตก เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม

2.5.3 ผลการประเมินความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้ผลดังนี้

1. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม มีค่าเฉลี่ย 0.9744 หมายถึง มีความเที่ยงตรงสูง ในคำถามข้อที่ 1. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย ได้คะแนนประเมินจากผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 คือ 0 หมายถึง ไม่มั่นใจ ทำให้มีค่าเฉลี่ย 0.667 ซึ่งมีความเที่ยงตรงสูง
2. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 1.000 หมายถึง มีความเที่ยงตรงสูง
3. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีค่าเฉลี่ย 1.000 หมายถึง มีความเที่ยงตรงสูง
4. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ฮาลาล มีค่าเฉลี่ย 1.000 หมายถึง มีความเที่ยงตรงสูง
5. ผลรวมของการประเมินความสอดคล้อง (IOC) มีค่าเฉลี่ย 0.994 หมายถึง ภาพรวมของแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูง
6. คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในเนื้อหาของแบบสอบถาม มีดังนี้ เรื่องการใช้ภาษาที่เย็นช่อยู่ในบางประโยค การซ้ำซ้อนของคำถาม การที่ต้องตอบหลายคำตอบในคำถามข้อเดียว อาจ

ทำให้ผู้ตอบสับสน ตัดคำถามบางข้อออกเพราะไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์และไม่เกี่ยวกับงานวิจัย ผู้วิจัยได้แก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำก่อนจะนำไปทดสอบความน่าเชื่อถือ

2.5.3 การทดสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ ไปทดสอบ (Pre - Test) กับชาวไทยมุสลิมจำนวน 30 คน ซึ่งมีคุณสมบัติเดียวกันกับกลุ่มเป้าหมายที่เลือกไว้ เพื่อนำคำถามในส่วนประเมินค่า มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) เนื่องจากเป็นวิธีการหาความเชื่อมั่นที่เหมาะสม สำหรับสร้างเครื่องมือที่มีการให้คะแนนแบบประมาณค่า การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยวิธีวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ปรากฏผลของความน่าเชื่อถือ ดังนี้

- | | |
|--|----------|
| 1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม | = 0.8549 |
| 2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม | = 0.8447 |
| 3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาล | = 0.8170 |
| 4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุกฎหมายฮาลาล | = 0.9157 |
| 5. ความน่าเชื่อถือในภาพรวมของแบบสอบถาม | = 0.9131 |

ส่วนที่ 3 เก็บข้อมูลจากกลุ่มนักออกแบบ

มีจุดประสงค์เพื่อประยุกต์ใช้แนวคิดและรูปแบบที่ได้ข้างต้น ในการออกแบบเรขศิลป์ให้มีคุณลักษณะแบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย โดยยึดหลักแนวคิดโลกาภิวัตน์ที่เกี่ยวกับการสื่อสารแบบสากล ในส่วนนี้เป็นการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มนักออกแบบที่เป็นมุสลิมและที่ไม่ได้เป็นมุสลิม เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นสากลที่ไม่มีข้อจำกัดทางด้านพรมแดน ด้านภาษาและศาสนาของแนวคิด โลกาภิวัตน์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

3.1 เกณฑ์การเลือกตัวแทนจากกลุ่มนักออกแบบ คือ เป็นนักออกแบบเรขศิลป์ นักออกแบบสิ่งพิมพ์หรือนักออกแบบสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปทางด้านศิลปกรรมและการออกแบบ สำหรับการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ได้ใช้เทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) ในการคัดเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งกำหนดไว้ในขั้นต้น 30 คน แต่เนื่องจากชาวไทยมุสลิมที่ทำงานด้านการออกแบบเรขศิลป์มีไม่มาก มีหลายท่านไม่ประสงค์ที่จะตอบแบบสอบถามและมีหลายท่านไม่ส่งคำตอบกลับมา ทำให้มีข้อจำกัดในด้านจำนวนของผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นมุสลิม นักออกแบบที่เป็นมุสลิมทุกคนที่ตอบแบบสอบถามจะเป็นผู้ที่ได้รับการแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทางศิลปวัฒนธรรมอิสลาม หรือจากมุสลิมที่มีบทบาท

ทางสังคม ส่วนนักร้องแบบที่ไม่ได้เป็นมุสลิม จะเป็นผู้ที่ได้รับการแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบเรขศิลป์ ซึ่งจะเป็นผู้ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาของแบบสอบถามในส่วนนี้ จากกระบวนการคัดเลือกดังกล่าว ทำให้ได้ผู้ตอบแบบสอบถาม 15 คน ซึ่ง Macmillan (1971) ได้ กล่าวถึงจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามว่า ในการทำวิจัยด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) จะใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นผู้เชี่ยวชาญเฉพาะเรื่องนั้นๆ เท่านั้น และไม่มีข้อกำหนดตายตัวว่าต้องใช้ ผู้ตอบแบบสอบถามกี่คน เกณฑ์ทั่วไป คือ หากมีผู้ตอบแบบสอบถาม 17 คนขึ้นไป จะมีช่วงของ ความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ 0.50 – 0.48 ความคลาดเคลื่อนลดลง 0.02 ในการเก็บข้อมูลในส่วนนี้ผู้ตอบ แบบสอบถาม 15 คน มีช่วงของความคลาดเคลื่อนอยู่ที่ 0.50 – 0.54 จึงมีความคลาดเคลื่อนเพิ่มขึ้น 0.04 โดยมีรายนามผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้

1. คุณศุภกรีย์ สระเริ่ม
นักร้องแบบเรขศิลป์และกรรมการจัดงานมุสลิมในแผ่นดินไทย
2. คุณซัลมา ชันมณี
บรรณาธิการ นิตยสารข่าวสารมุสลิม
3. คุณบีบี โซเรดา ฟินดี
บรรณาธิการบริหาร นิตยสารข่าวสารนิสวาไรดี
4. คุณธาริน กลิ่นเกสร
นักร้องแบบอิสระ
5. คุณอาฟีนดี มะแซฮาอิ
นักวิชาการทางศิลปะ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
6. คุณอิสมาแอ สมายล์
นักวิชาการทางศิลปะ กรมราชทัณฑ์
7. คุณชนิดา อรดีศลเชษฐ์
นักร้องแบบเรขศิลป์ บริษัท ลีโอ เบอร์เน็ท จำกัด
8. คุณอรรณพ สิงห์ทอง
นักร้องแบบเรขศิลป์ บริษัท J.W.T. จำกัด
9. คุณสมศักดิ์ ไตรรงค์ถาวร
นักร้องแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท Hakuodo Bangkok จำกัด
10. คุณนารี เหลืองวิฑิตกุล
นักร้องแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท McCann Worldgroup จำกัด
11. คุณนิชชา รัตนธรรมวัฒน์
นักร้องแบบสื่อดิจิทัล บริษัท Adapter จำกัด

12. อาจารย์วัชรารุท เพ็ญศิริ
อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
13. คุณพิชาน จิระวัฒนกิจ
นักออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท J.W.T. จำกัด
14. คุณเอก อัครประเสริฐกุล
นักออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท True Corporation จำกัด
15. อาจารย์พรทิพย์ ชรรณจรียาพันธ์
หัวหน้าสาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

3.2 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเนื้อหาในแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านกรออกแบบเรขศิลป์ นักออกแบบสิ่งพิมพ์หรือนักออกแบบสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่มีประสบการณ์ตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไป จบการศึกษาระดับปริญญาโทขึ้นไปทางด้านศิลปกรรมและการออกแบบ มีรายนาม ดังนี้

1. คุณนพมพูน น้ำทิพย์
ประวัติการศึกษา Iowa State University, USA.
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการฝ่ายออกแบบ บริษัท J.W.T. จำกัด
2. คุณสุรัชย์ พุฒิกุลางกูร
ประวัติการศึกษา Visual Communication – Tokyo Kakuin, Tokyo Japan
ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ บริษัท Illusion จำกัด
3. อาจารย์ ดร. พลัง วงษ์ธนสุภรณ์
ประวัติการศึกษา Doctor of Design
Swinburne University of Technology, Australia
ตำแหน่ง หัวหน้าสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์
คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

3.3 เนื้อหาในแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามในส่วนต่างๆ คือ

1. บุคลิกภาพในการออกแบบตามทฤษฎีของโคบายาชิ ที่สามารถสื่อถึงความหมายของแนวคิดในศาสนาอิสลาม

- คำว่า เอกภาพ
- คำว่า ความนอบน้อม
- คำว่า จริงใจ
- คำว่า ความรู้
- คำว่า พอเพียง – สมดุล
- คำว่า สงบ – สมาน
- คำว่า มีระเบียบ – มีหลักการ

2. สี ที่สื่อถึงบุคลิกภาพในการออกแบบ

- บุคลิกภาพแบบ ดำดอง
- บุคลิกภาพแบบ ทนสมัย
- บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน
- บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ
- บุคลิกภาพแบบ หรรษา
- บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋
- บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม
- บุคลิกภาพแบบ โอ้อ่า

3. แบบของตัวอักษรไทย ที่สื่อถึงบุคลิกภาพในการออกแบบ

- ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันหรือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
- ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันหรือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
- ตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันหรือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
- ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันหรือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
- ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันหรือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

4. การจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพในงานออกแบบ

- ใช้ความสมดุลแบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี
- ใช้ความแตกต่างด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก
- ใช้การซ้ำแบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

3.4 หลักเกณฑ์การตอบแบบสอบถาม คือ คำถามส่วนที่ 1 ให้เลือกคำตอบข้อที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุดเพียงคำตอบเดียว ในคำถามส่วนที่ 2 ถึง 4 ให้เลือกคำตอบข้อที่เห็นว่าเหมาะสมได้มากกว่า 1 คำตอบ การวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้วิธีแจกแจงความถี่เป็นเปอร์เซ็นต์ร้อยละ โดยจะนับความถี่เฉพาะข้อที่ถูกเลือก มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 15 คน คำตอบที่ผ่านเกณฑ์ที่ผู้วิจัยตั้งไว้คือ ต้องมีความถี่ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ซึ่งเท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์หรือเทียบเท่ากับ 2 ใน 3 ของทั้งหมด

การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามในส่วนที่ 2 และ 3 ไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) for Windows Version 17 ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการสรุปข้อมูลส่วนบุคคลและความคิดเห็นของนักออกแบบ ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentages)

ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาลและความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุกิจภัณฑ์ฮาลาล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Means) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

สถิติอ้างอิง (Inference Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน และเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม ดังนี้

การคำนวณหาค่า t - Test เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของ ตัวแปร 2 กลุ่ม ได้แก่ เพศ

การทดสอบค่าความแปรปรวนของข้อมูลด้วย f - Test ใช้สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา บทบาทหน้าที่ในชุมชนมุสลิม อาชีพ โดยการวิเคราะห์หาค่าความแปรปรวนทางเดียว (One - Way ANOVA) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม กรณีพบความแตกต่างของตัวแปรเป็นรายกลุ่ม ผู้วิจัยจะวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างนั้นเป็นรายคู่ โดยการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยวิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

บทที่ 4

แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามแนวคิดของชาวไทยมุสลิม

ในบทนี้เป็นผลการวิเคราะห์แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ ให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม ตามแนวคิดอิสลามิกวิทัศน์ที่แสดงเอกภาพในวิถีคิดของศาสนาอิสลาม ซึ่งในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จะหมายถึง มโนทัศน์ของมุสลิมที่เกี่ยวกับหลักการ วิถีคิดและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความคิดนั้นๆ เป็นผลการวิเคราะห์ที่ได้จากข้อมูลทฤษฎี อันได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวกับศาสนาอิสลามและศิลปะอิสลาม และที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ อันได้แก่ ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 15 คน และข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด แนวคิดของศิลปะอิสลามในประเทศไทย จะมีความเชื่อมโยงกับวิถีคิดของชาวไทยมุสลิม ที่มีผลกระทบต่อการดำรงชีวิตในสังคมไทยภายใต้หลักการของศาสนาอิสลาม เชื่อมโยงกับทัศนคติที่เกี่ยวกับศิลปะอิสลาม ศิลปะไทยและความเป็นคนไทย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ทัศนคติของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

แนวคิดนี้เป็นทัศนคติของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการใช้ชีวิตในสังคมไทย โดยทั่วไปแล้วไม่ว่าจะเป็นมุสลิมเชื้อชาติอะไร ล้วนแต่ต้องการให้อยู่อย่างมีความสุข มีความสำคัญในสังคมและได้รับความสะดวกสบายตามอัตภาพ เรื่องปัจจัยสี่จะมีความหมายเป็นอันดับแรก การกินการอยู่ให้ถูกหลักฮาลาลจึงเป็นเรื่องสำคัญ เมื่อมุสลิมอยู่ในชุมชนมุสลิม การปฏิบัติตามหลักฮาลาลจะเป็นเรื่องปกติ แต่จะเป็นปัญหาอยู่บ้างก็ต่อเมื่อต้องใช้ชีวิตนอกชุมชนมุสลิม ซึ่งในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ฮาลาลวางจำหน่ายอยู่ทั่วไป ที่เพิ่มความสะดวกสบายและทำให้ได้ปฏิบัติตามหลักศาสนา

เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์ฮาลาลในมิติของการเตรียมและการปรุง จะพบว่าผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่ได้รับตราสัญลักษณ์ฮาลาลจะมีกระบวนการถูกต้องไว้ใจได้ มีโรงงานผลิตที่มีมาตรฐานชั้นสูงทางฮาลาล มีสถาบันวิทยาศาสตร์ทำหน้าที่ตรวจสอบไม่ให้ความผิดพลาดทางสารประกอบและเคมีที่ต้องห้าม ทางภาครัฐฯ มีนโยบายที่ให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์ฮาลาล แต่หากพิจารณาในมิติของรูปผลิตภัณฑ์ภายนอก จะพบว่ายังไม่ตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจของผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม เช่น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์และเรขศิลป์ (ลวดลาย) ของบรรจุภัณฑ์ ที่มักจะมีลักษณะกลางๆ ไม่สื่อถึงบรรยากาศหรือวัฒนธรรมอิสลาม โดยมีสาเหตุส่วนหนึ่งมาจากการลงทุนและการตลาดของผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ที่ศาสนาอิสลามไม่ใช่ศาสนาหลัก ซึ่งมีผลต่อจำนวนผู้บริโภค

การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ให้มีลักษณะแบบอิสลามเป็นสิ่งที่ยังไม่มีการปฏิบัติอย่างจริงจัง แต่หากมองที่ประโยชน์ที่น่าจะได้รับอย่างน้อยที่สุดก็เป็นการเพิ่มความสะดวกในเลือกซื้อ แทนที่จะเสียเวลาในการมองหาตราสัญลักษณ์ฮาลาลที่มีขนาดเล็กมาก อีกทั้งการออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีลักษณะแบบอิสลามก็ไม่ขัดต่อหลักการทางศาสนา เพิ่มทางเลือกและเพิ่มผู้บริโภคในคนทั่วไป ในทางจิตวิทยาผู้บริโภค เป็นการให้ความสำคัญกับผู้บริโภคกลุ่มย่อย เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม เป็นการเชื่อมโยงกับสังคมระดับสากล เช่น เพิ่มตลาดในประเทศอิสลาม ในกลุ่มวัฒนธรรมอาหรับ

“น่าจะมีห้างสรรพสินค้าสักแห่งที่จัดพื้นที่สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีชั้นวางโดยเฉพาะ มีการตกแต่งซุ้มโฆษณาประชาสัมพันธ์ มีตู้แช่อาหารประเภทเนื้อสัตว์ แยกจากสินค้าที่ไม่ฮาลาล มีสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ฮาลาลติดให้คนเห็น”
(อคุลย์ โยธาสมุทร, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2553)

“ร้านอาหารมุสลิมหน้าปากซอย แต่ก่อนใช้รูปดาวกับเดือน เดือนนี้มีสติ๊กเกอร์ฮาลาลก็พอได้ แต่ถ้าตกแต่งให้มีเอกลักษณ์อิสลามจะดี ทำได้ ไม่ได้ผิดหลักศาสนา”
(มานิต ทองแสง, สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2553)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนทัศนคติของชาวไทยมุสลิม ในเรื่องการออกแบบเพื่อผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในขั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบข้อที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น เกี่ยวกับทัศนคติของชาวไทยมุสลิม ในเรื่องการออกแบบเพื่อผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ทัศนคติของชาวไทยมุสลิม ในเรื่องการออกแบบเพื่อผลิตภัณฑ์ฮาลาล	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ช่วยเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อ	4.47	.69	1
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	4.39	.78	2
ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์	4.34	.79	3
มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีสื่อโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์	4.33	.69	4
ผลิตภัณฑ์ฮาลาล สามารถมีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	4.33	.80	5
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ช่วยให้ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น	4.24	.84	6
มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีเอกลักษณ์แบบอิสลาม	4.23	.75	7
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ทำให้เห็นความสำคัญของชาวไทยมุสลิม	4.19	.91	8
ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ช่วยให้ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น	4.10	.94	9
ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรใช้เรขาคณิตที่มีลักษณะแบบอิสลาม	3.89	1.10	10
ศิลปะอิสลาม ใช้ประดับตกแต่งในบรรจุภัณฑ์ฮาลาลได้	3.83	1.04	11
ศิลปะอิสลาม มีลักษณะเหมือนกันหมดในทุกประเทศ	3.41	1.05	12
นอกจากเครื่องหมายฮาลาลแล้ว ควรมีสัญลักษณ์อย่างอื่นเพิ่ม	3.14	1.38	13
ศิลปะอิสลาม มีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย	3.13	.94	14
วัฒนธรรมไทย เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม	3.01	1.04	15
วัฒนธรรมตะวันตก เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทย มุสลิม	1.99	1.05	16

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ทศนคติของชาวไทยมุสลิม ในเรื่องการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล อันดับแรก คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ช่วยเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 อันดับ 2 คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 อันดับ 3 คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีส่วนประกอบรสชาติมีรสหวาน มีค่าเฉลี่ย 4.34 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 อันดับ 4 คือ มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีรสชาติและรสชาติมีรสหวาน มีค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 อันดับ 5 คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาล สามารถมีส่วนประกอบรสชาติได้ ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 4.33 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 อันดับ 6 คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีรสชาติมีรสหวาน ช่วยทำให้ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 อันดับ 7 คือ มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีเอกลักษณ์แบบอิสลาม มีค่าเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.75 อันดับ 8 คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ทำให้เห็นความสำคัญของชาวไทยมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 4.19 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 อันดับ 9 คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่มีบรรจุภัณฑ์แบบอิสลาม ช่วยทำให้ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น มีค่าเฉลี่ย 4.10 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.94 อันดับ 10 คือ ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรใช้เรขาคณิตที่มีลักษณะแบบอิสลาม มีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.10 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 11 คือ ศิลปะอิสลาม ใช้ประดับตกแต่งในบรรจุภัณฑ์ฮาลาลได้ มีค่าเฉลี่ย 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 12 คือ ศิลปะอิสลาม มีลักษณะเหมือนกันหมดในทุกประเทศ มีค่าเฉลี่ย 3.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.05 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) ส่วนทัศนคติของชาวไทยมุสลิม ในเรื่องนอกจากเครื่องหมายฮาลาลแล้วควรมีสัญลักษณ์อย่างอื่นเพิ่ม ในเรื่องศิลปะอิสลามมีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย ในเรื่องวัฒนธรรมไทยเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม และในเรื่องวัฒนธรรมตะวันตก เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2. แนวคิดเรื่องความหมายในพระคัมภีร์

เนื้อหาในคัมภีร์อัลกุรอาน 114 บท (ซูเราะฮ์) หรือ 6,236 วรรค (อายะฮ์) ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องราว 3 หมวด คือ หมวดศรัทธา หมวดพงสาวดารและหมวดนิติบัญญัติ มุสลิมจะปฏิบัติตามคำสอนแต่ละข้อในชีวิตประจำวันด้วยความนอบน้อมและศรัทธา เพื่อให้ชีวิตดำเนินไปอย่างถูกต้อง

และเป็นที่ยอมรับของพระเจ้า คำสอนแต่ละข้อเป็นวจาจาพระเจ้าที่ถ่ายทอดมายังท่าน ศาสดา ส่วนหนึ่งของคำสอนได้ถูกถ่ายทอดเป็นคำศัพท์ที่มีความหมายเกี่ยวกับความดีความงาม ที่มุสลิมจะต้องมี จะต้องปฏิบัติ อันได้แก่

5.1 ความจริงใจ (Sincerity) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า การเคารพภักดีต่อพระเจ้าอย่างบริสุทธิ์ใจ เป็นผู้มีเจตนาในแนวทางที่เที่ยงตรง

5.2 ความนอบน้อม (Respect) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า พระเจ้าได้สร้างมนุษย์เพศชาย เพศหญิง ให้เป็นเผ่า เป็นตระกูล ผู้ที่นอบน้อม ขำเกรงในพระเจ้าผู้ทรงรอบรู้ คือ ผู้ที่มีเกียรติยิ่ง

5.3 ความรู้ - เหตุผล (Knowledge) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า พระเจ้าทรงสอนมนุษย์ในสิ่งที่เขาไม่รู้ ไม่กระจ่าง

5.4 ความสงบ - สมถะ (Modesty) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า ให้สำรวมในกิริยามารยาท ใช้ชีวิตอย่างระมัดระวัง สงวนท่าที

5.5 ความพอเพียง - สมดุล (Balance) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า พระเจ้าไม่ทรงโปรดผู้คนที่หยิ่งโส ไร้มรรยาท จองหอง และคุยโวโอ้อวด

5.6 ระบียบ - หลักการ (Remembrance) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า สรรพสิ่งในโลกล้วนแต่พระเจ้าสร้าง ให้รำลึกถึงพระเจ้าเสมอ พระเจ้าอยู่ในทุกหนแห่งและในจิตใจ

5.7 เอกภาพ (Unity) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า ในโลกนี้มีพระเจ้าเพียงองค์เดียว ไม่มีผู้ควรแก่การเคารพสักการะใด ๆ นอกจากพระองค์ผู้ทรงกรุณาปรานีผู้ทรงเมตตา

“เอกภาพและความจริงใจ เป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับมุสลิม เอกภาพเป็นหัวใจ มุสลิมมีเอกภาพในพระเจ้าองค์เดียว มุสลิมเริ่มต้นชีวิตด้วยความจริงใจเมื่อมีความจริงใจต่อผู้อื่น ความสำเร็จก็จะเกิด”

(ซัลมา ซันมณี, สัมภาษณ์, 13 กรกฎาคม 2553)

เอกภาพ ความสมดุล นอบน้อมและความจริงใจ เป็นคำที่ได้ยินค่อนข้างบ่อยในบริบทของอิสลาม โดยเฉพาะเอกภาพจะถูกใช้ในทุกเรื่อง ซึ่งเป็นไปตามหลักการของศาสนาที่มุสลิมจะต้องยอมรับในพระเจ้าองค์เดียวกัน ในหลักศรัทธา หลักปฏิบัติและหลักคุณธรรมเหมือนกัน ในศิลปะอิสลามก็ใช้หลักการแห่งเอกภาพและสมดุล เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งาน ดังที่ปรากฏในโครงสร้างของสถาปัตยกรรมมัสยิด ในลายเรขาคณิต ในลายพรรณพฤกษาและในตัวอักษรประดิษฐ์

“ลวดลายทั้งหมดที่ใช้ตกแต่งมัสยิดครั้งล่าสุดนี้ ใช้หลักการแบบให้มีเอกภาพกลมกลืนกัน ด้านใน โถงละหมาด ด้านนอกอาคาร ชุ่มโค้งที่ประตู หน้าต่าง ทางเดินริมกำแพง ใช้ลายปูนปั้นแบบเรขาคณิตกับลายพรรณพฤกษาให้มันสม่ำเสมอกลืนกัน

ไป สมัยก่อนไม่มีลาอะไรเลย เรียบๆ ประตุน้ำต่างก็เป็นสีเหลืองมตรงๆ ดูไม่สมคูลกัน” (ทำเนียบ แสงเงิน, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2553)

สังคมไทยในปัจจุบัน ความจริงใจถูกหยิบยกขึ้นมาใช้บ่อยกว่าคำอื่นๆ เนื่องมาจากปัญหาเรื่องความสามัคคี ผลประโยชน์ การเอาเปรียบกัน การโฆษณาชวนเชื่อที่ขาดความจริงใจ ทำให้สังคมพัฒนาไปในทางวัตถุนิยม ไม่มีจริยธรรม ปัญหาเหล่านี้มีผลทำให้มุสลิมทั่วๆ ไปเลือกความจริงใจเป็นคำตอบที่สำคัญที่สุดในปัจจุบัน ส่วนมุสลิมกลุ่มที่มีบทบาททางสังคม ยังคงเลือกเอกภาพเป็นคำตอบที่สำคัญที่สุด

“มุสลิมที่มาละหมาดกันที่นี่ มีความหลากหลาย มาจากหลายๆ ที่มีทั้งรวยมากๆ รวยจนและจนมากๆ มีหมดทุกอาชีพ แต่เมื่อเข้ามาแล้วทุกคนเท่ากันหมด คิดเห็นไปในทางเดียวกัน มีปัญหาอะไรก็คุยกัน แก้ไขกันไป มุสลิมมีพระเจ้าองค์เดียวกัน มุสลิมทุกคนเป็นพี่น้องกันหมด นี่แหละเอกภาพ” (บีบี โซเรดา ฟินดี, สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่องแนวคิดที่มีความสำคัญต่อชาวไทยมุสลิม ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในขั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบข้อที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องแนวคิดที่มีความสำคัญต่อชาวไทยมุสลิม

แนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
แนวคิดเรื่อง “ความจริงใจ” มีความสำคัญต่อท่าน	4.65	.52	1
แนวคิดเรื่อง “ความนอบน้อม” มีความสำคัญต่อท่าน	4.61	.60	2
แนวคิดเรื่อง “ความรู้-เหตุผล” มีความสำคัญต่อท่าน	4.56	.62	3
แนวคิดเรื่อง “ความสงบ-สมาธิ” มีความสำคัญต่อท่าน	4.52	.69	4
แนวคิดเรื่อง “ความพอเพียง-สมดุล” มีความสำคัญต่อท่าน	4.47	.69	5
แนวคิดเรื่อง “ระเบียบ-หลักการ” มีความสำคัญต่อท่าน	4.41	.80	6
แนวคิดเรื่อง “เอกภาพ” มีความสำคัญต่อท่าน	4.24	.92	7

จากตารางที่ 4.2 พบว่า แนวความคิดที่มีความสำคัญต่อชาวไทยมุสลิม อันดับแรก คือ ความจริงใจ มีค่าเฉลี่ย 4.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.52 อันดับที่สอง คือ ความนอบน้อม มีค่าเฉลี่ย 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 อันดับที่สาม คือ ความรู้และเหตุผล มีค่าเฉลี่ย 4.56 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62 อันดับที่ยี่สี่ คือ ความสงบและสมาธิ มีค่าเฉลี่ย 4.52 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 อันดับที่ยี่ห้า คือ ความพอเพียงและสมดุล มีค่าเฉลี่ย 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.69 อันดับที่ยี่หก คือ ระเบียบและหลักการ มีค่าเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 และอันดับที่ยี่เจ็ด คือ เอกภาพ มีค่าเฉลี่ย 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.92

จากข้อมูลเชิงปริมาณในแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมส่วนใหญ่ เห็นว่า แนวคิดเรื่องความจริงใจ เรื่องสำคัญที่สุดในสังคมปัจจุบัน ความจริงใจจะช่วยลดปัญหาหลายเรื่อง ส่วนแนวคิดที่เหลือก็สำคัญทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นความนอบน้อม ความรู้และเหตุผล ความสงบและสมาธิ ความพอเพียงและสมดุล ระเบียบและหลักการ เอกภาพ เพราะทั้งหมดนี้อยู่ในคำสอนของศาสนา คำตอบที่ได้จากเรื่องนี้แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมในปัจจุบันจัดอันดับความสำคัญของแนวคิดในการใช้ชีวิตแตกต่างกันไปตามยุคสมัยและสภาวะแวดล้อม อีกทั้ง บทบาทหน้าที่ของมุสลิมและความแตกต่างกันของสังคมก็เป็นสาเหตุที่ แนวคิดเรื่องเอกภาพ ซึ่งเป็นพื้นฐานของศาสนา ถูกจัดอันดับความสำคัญเป็นเรื่องท้ายสุด แต่จากค่าเฉลี่ยคะแนนที่ได้ของแนวคิดเรื่องเอกภาพ แสดงว่า เอกภาพ อยู่ในความคิดของชาวไทยมุสลิมเสมอ

3. แนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์ ยึดมั่นในอารยธรรมอาหรับของชาวไทยมุสลิม

แนวคิดนี้จะแสดงออกมาในรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่สะท้อนวิถีคิดและอัตลักษณ์ของมุสลิม มุสลิมทั่วโลกมีความยึดมั่นในหลักคำสอนของศาสนา ไม่ว่าจะอยู่ในวัฒนธรรมใดหรืออยู่ในส่วนใดของโลก ชาวไทยมุสลิมก็เช่นกัน โดยมีแนวคิดในการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของอิสลามและเชื่อมโยงกับเชื้อชาติของตน ซึ่งมีผลทำให้มุสลิมมีวิถีชีวิตที่แตกต่างจากศาสนาอื่น เป็นการใช้หลักศาสนาในการดำเนินชีวิต การละหมาดวันละ 5 เวลา การยึดหลักการฮาลาลและการนอบน้อมต่อพระเจ้า ทั้งหมดนี้คือ ความเป็นเอกภาพของมุสลิมที่เชื่อมโยงด้วยกิจกรรมในมัสยิด

ชาวไทยมุสลิมสมัยใหม่เป็นผู้ที่ปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะอยู่ในสังคมที่มีหลักคิดแบบใด มุสลิมก็จะใช้ชีวิตตามหลักคำสอน จะให้ความสำคัญต่อชาติพันธุ์ของตน การละหมาดในมัสยิดใดก็ได้ที่สะดวก ทำให้มุสลิมมีความเป็นเอกภาพ ช่วยลดความรู้สึกแปลกแยกหรือแตกต่าง เพราะมุสลิมยึดหลักปฏิบัติมากกว่าการแสดงทางพิธีกรรม

“มุสลิมจะยึดมั่นในบทบัญญัติของพระเจ้า ความสำเร็จในชีวิตได้มาด้วยสติปัญญาที่พระเจ้ามอบให้ บางครั้งคนเราก็ดำเนินไม่ได้ทุกอย่างตามที่ปรารถนา นั่นก็เป็นกฎแห่งธรรมชาติ”

(ปรีดี บุญมาเลิศ, สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2553)

ชุมชนมุสลิมจะดำเนินชีวิตไปตามวัฒนธรรมอิสลาม อยู่ร่วมกันในฐานะพลเมืองไทย ดูแลตักเตือนกันเหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน โดยมีมัสยิดเป็นศูนย์กลาง การใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์จะถูกปลูกฝังมาตั้งแต่เด็กจนโต เช่น เมื่อไปมัสยิดต้องแต่งกายที่สุภาพและถูกหลักการฮาลาล การสวดขอพร (ดุอาอ์) ต่อพระเจ้าก่อนจะเข้าและออกจากมัสยิด

“ชาวไทยมุสลิมทุกคนจะน้อมรับในพระคัมภีร์ ในชุมชนแถบนี้จะมีมัสยิดที่นี้กันทุกวัน มีวิถีชีวิตกลมกลืนไปกับไปชาวบ้านทั่วไป มีมุสลิมหลายชาติอยู่ปนกัน ส่วนใหญ่จะเป็นมุสลิมมลายู”

(มานิต ทองแสง, สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2553)

การยึดมั่นในอารยธรรมอาหรับของชาวไทยมุสลิม เป็นไปในลักษณะของความนอบน้อมต่อพระเจ้า โดยที่พระเจ้าอยู่เหนือการรับรู้และจินตนาการของมนุษย์ ไม่มีสัญลักษณ์ใดสามารถสื่อถึงพระเจ้าได้ จึงไม่มีการสร้างรูปเคารพใดๆ การรำลึกถึงพระเจ้าของมุสลิมในอารยธรรมอาหรับคือ การสร้างมัสยิดให้ดูดีที่สุด ตกแต่งประดับประดาด้วยลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและ

ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ ที่เป็นข้อความจากคัมภีร์อัลกุรอาน ที่เตือนใจให้มุสลิมรำลึกถึงพระเจ้าอยู่เสมอ เช่น ตัวอักษรอาหรับที่จารึกไว้เหนือประตูทางเข้ามัสยิดกุฎีลอิสลาม ที่มีความหมายว่า แท้จริงแล้วบรรดามัสยิดทั้งหลายเป็นกรรมสิทธิ์ของอัลลอฮ์ จงอย่าเคารพกราบไหว้สิ่งอื่นใด เว้นแต่อัลลอฮ์เท่านั้น

การใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์สอดคล้องกับการดำรงชีพของชาวไทยมุสลิมทั่วไป โดยที่มุสลิมสามารถประกอบพิธีทางศาสนาควบคู่ไปกับการประกอบอาชีพ การละหมาดของมุสลิมไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน ดังจะเห็นได้จากการมีห้องละหมาดในสถานที่ราชการ สถานที่สาธารณะ ในที่ชุมนุมและสถานที่ทำงานหลายแห่ง บางองค์กรยอมให้มุสลิมพักเที่ยงในวันศุกร์ได้ยาวนานกว่าวันอื่น เพื่อไปละหมาดในมัสยิดที่ใกล้ที่สุดหรือบริษัทบางแห่งก็อนุญาตให้มุสลิมที่มีหน้าที่นำในการละหมาดวันศุกร์ เลิกงานได้ก่อนเที่ยง

“ต่อเมื่อการละหมาดได้สิ้นสุดลงแล้ว ก็จงแยกย้ายกันไปตามแผ่นดิน และจงแสวงหาความโปรดปรานของอัลลอฮ์ และจงรำลึกถึงอัลลอฮ์ให้มากๆ เพื่อว่าพวกเขาจะได้รับชัยชนะ” (อัลกุรอาน 62: 10)

“ที่ทำงานเห็นความสำคัญของการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์ ด้วยหน้าที่ของอิหม่าม ในการนำละหมาดวันศุกร์ บริษัทฯ จะให้ทำงานตอนเช้าไม่กั๋วชั่วโมง” (หมัดอร่าม ทรงศิริ, สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2553)

ในการดำเนินชีวิตประจำวัน มุสลิมจะให้ความสำคัญกับช่วงเวลาในการประกอบพิธี ดังนั้น อิขเราะห์ศักราชของอิสลามจึงต้องไม่ผิดพลาด มีการคำนวณวันเดือนปีทางจันทรคติอย่างเคร่งครัด หนึ่งปีจะมี 354 วัน ปฏิทินทางจันทรคติจะมีวันในรอบปีน้อยกว่าทางสุริยคติ เดือนตามอิขเราะห์ศักราชจะค่อยๆ เคลื่อนไปจากช่วงของแต่ละฤดู และจะกลับมาพบกับปีทางสุริยคติอีกครั้งใน 32 ปีครั้งโดยประมาณ ทำให้เดือนในรอบปีของอิสลามจะเคลื่อนไปจากเดือนในปฏิทินสากลแบบสุริยคติ กำหนดการพิธีฮัจญ์ในแต่ละปีจึงไม่ซ้ำวันและเดือนเดิม ตั้งแต่ พ.ศ. 2500 เป็นต้นมา การเดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์มีความสะดวกมากขึ้น สามารถเดินทางไปประเทศซาอุดี อาระเบียได้โดยตรง และมีมุสลิมไปศึกษาต่อในประเทศอาหรับมากขึ้น ทำให้มุสลิมรุ่นใหม่มีแนวความคิดแบบอาหรับอย่างชัดเจน ซึ่งมีผลต่อรูปแบบทางสถาปัตยกรรมมัสยิดด้วย

“ปัจจุบัน นักศึกษาไทยไปเรียนที่อียิปต์และซาอุดีฯ กันเยอะ ส่วนใหญ่ไปเรียนศาสนา เรียนกฎหมายอิสลาม เรียนภาษาอาหรับ แต่ศิลปะไม่เคยเห็นใครไปเรียน อาจจะมีแต่ก็คงน้อยมาก มุสลิมในไทยมีบางคนเขียนตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ได้ แต่จบนิติศาสตร์มาจากไลโร ในเมืองไทยมีงานพวกนี้ให้ดูทุกมัสยิด แถวมัสยิดยะวาก็มีคน

เขียนอักษรประดิษฐ์ได้ ชาวบ้านส่วนใหญ่อ่านภาษาอาหรับไม่ได้ แต่สวดตาม คัมภีร์อัลกุรอานได้”

(สมยศ หวังอับลูเลาะ, สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2553)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่องแนวคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในชั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบข้อที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม

แนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
แนวคิดแบบ “ใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์เท่านั้น” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	4.36	.80	4.32 .67
แนวคิดแบบ “ยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับในดินแดน ตะวันออกกลาง” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	4.32	.67	1
แนวคิดแบบ “อยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	4.28	.61	4.09 .61
แนวคิดแบบ “ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	3.89	1.07	2
แนวคิดแบบ “วิถีสมัยใหม่แบบตะวันตก” เหมาะสมกับชาวไทย มุสลิมในปัจจุบัน	2.00	.98	2.95 .95
แนวคิดแบบ “สร้างเอกลักษณ์ใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิม ในปัจจุบัน	2.38	1.15	3

จากตารางที่ 4.3 พบว่า แนวคิดที่เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน เป็นอันดับแรก คือ แนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์เท่านั้นและการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับในดินแดนตะวันออกกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 (การใช้ชีวิตตาม

หลักการในพระคัมภีร์เท่านั้น มีค่าเฉลี่ย 4.36 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.80 และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับในดินแดนตะวันออกกลาง มีค่าเฉลี่ย 4.32 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67)
 อันดับ 2 คือ แนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย มีค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 (การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 และการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย มีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.07) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก ส่วนวิถีสมัยใหม่แบบตะวันตกและการสร้างเอกลักษณ์ใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	4.35	.57	.200	.842
หญิง	4.33	.50		

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างเพศของผู้ตอบ ที่เห็นว่า การใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.842 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.5 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.392	4	.598	2.189	.074
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	35.523	117	.273		
รวม	37.915	121			

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างอายุของผู้ตอบ ที่เห็นว่า แนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.074 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.6 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.542	4	.136	.471	.757
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	37.373	117	.287		
รวม	37.915	121			

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ ที่เห็นว่า แนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.757 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.7 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.744	4	.186	.651	.627
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	37.171	117	.286		
รวม	37.915	121			

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ ที่เห็นว่า แนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.627 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.8 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.671	8	.334	1.194	.308
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	35.244	113	.280		
รวม	37.915	121			

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ ที่เห็นว่า แนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์และการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.308 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป เห็นว่าการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์เป็นสิ่งสำคัญและการยึดมั่นในอารยธรรมของชาติอาหรับ เหมาะสมกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิมเป็นอันดับที่ 1 มุสลิมจะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสังคม และยังคงรักษาหลักการทางศาสนาไว้ได้ โดยที่ไม่เป็นอุปสรรคกับการดำรงชีพ เป็นคำตอบที่มีเอกภาพในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าผู้ตอบจะเป็นเพศอะไร อายุเท่าใด มีการศึกษาในระดับใด มีบทบาทหน้าที่อะไรในชุมชนและทำอาชีพอะไร

4. แนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาล

แนวคิดนี้จะแสดงออกมาในวิถีชีวิต ในวิถีคิด ในโครงสร้างของสถาปัตยกรรมมัสยิดและรูปแบบศิลปกรรมที่ปรากฏในมัสยิด เนื่องจากชุมชนมุสลิมมีความเชื่อมโยงกับมัสยิดโดยตรง ด้วยความที่มัสยิดมีฐานะเป็นบ้านของพระเจ้า เป็นศูนย์กลางของชุมชน แนวคิดที่ใช้ในการสร้างมัสยิดจึงมีความสำคัญและสะท้อนวิถีคิด สะท้อนวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของมุสลิม มุสลิมทุกคนมีความยึดมั่นในหลักคำสอนของศาสนา จะมีแนวคิดในการสร้างอัตลักษณ์ของอิสลามและเชื่อมโยงกับเชื้อชาติของตน ซึ่งมีผลทำให้มัสยิดมีรูปแบบพื้นฐานแบบอิสลาม เป็นแนวคิดที่ต้องการหวนรำลึกถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรอิสลามในอดีต แต่จะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมของแต่ละชาติพันธุ์และศักยภาพของชุมชน

ในชุมชนมุสลิมที่แวดล้อมด้วยสังคมไทย สิ่งที่มุสลิมได้รู้ได้เห็นจึงหนีไม่พ้นวิถีชีวิตแบบไทย วัฒนธรรมไทย บ้านไทย วัดไทยและวัง มุสลิมไม่ทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอื่น แต่ไม่ได้ปฏิเสธความเป็นไทย ดังนั้น การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย เป็นการปรับตัวให้เข้ากับบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อม มุสลิมส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยที่ปรุงตามหลักการฮาลาล ที่อยู่อาศัยในชุมชนมุสลิมจะมีรูปแบบกลมกลืนกับชุมชนศาสนาอื่น ด้วยการใช่วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น ทำมาค้าขายและมีอาชีพแบบเดียวกับชาวไทยทั่วไป วัดและวังเป็นสิ่งที่สมบูรณ์แบบในอุดมคติสำหรับชาวไทยโดยทั่วไป ดังนั้น รูปแบบทางสถาปัตยกรรมไทยและศิลปะไทยบางอย่าง จึงเป็นสิ่งที่มุสลิมในยุคหนึ่งนำไปปรับใช้ในการสร้างมัสยิด เพื่อสื่อถึงความสัมพันธ์อันแนบแน่นระหว่างผู้มีบทบาททางศาสนากับภาครัฐฯ

“มุสลิมจะอยู่ร่วมกับคนทั่วไปและทำงานสอดรับกับนโยบายของทางภาครัฐฯ ได้เป็นอย่างดี อิหม่ามรับราชการก็เยอะ เป็นทหารก็เยอะ กรรมการมัสยิดเป็นนักการเมืองก็เยอะ เป็นสมาชิกสภากรุงเทพ สมาชิกสภาเขตก็หลายคน เป็นครู

อาจารย์ เป็นคนที่มีความรู้มากมาย” (อดุลย์ โยธาสมุทร, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2553)

วิถีชีวิตของมุสลิมในประเทศไทยต่างจากในแถบประเทศอาหรับอย่างชัดเจน ทั้งภูมิประเทศและภูมิอากาศที่ไม่เหมือนกัน รูปแบบมัสยิดจากตะวันออกกลางจึงไม่เหมาะกับบริบทของประเทศไทย แต่เมื่อต้องสร้างมัสยิดในไทยให้มีเอกภาพแบบอิสลาม จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมด้วยโครงสร้าง วัสดุและวิธีสร้าง ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่สอดคล้องกับความเรียบง่าย ความพอเพียง การอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสังคม ในโครงสร้างมีการใช้ไม้ผสมกับอิฐ มีการใช้ศิลปะไทยสำหรับประดับตกแต่งในหลายๆ มัสยิด ซึ่งเป็นแนวคิดที่มีมาตั้งแต่ปลายสมัยอยุธยา จนถึงต้นสมัยรัตนโกสินทร์ ในปัจจุบันอาจไม่มีการสร้างมัสยิดด้วยแนวคิดนี้เพิ่มอีก แต่มัสยิดที่มีลักษณะแบบนี้ยังคงมีให้เห็นและเป็นที่ยอมรับกันว่า เป็นอัตลักษณ์ของมุสลิมในไทย

“บรรพบุรุษเป็นชาวอินโดนีเซีย ที่เรียกว่า มุสลิมชวา ครอบครัวดั้งเดิมอยู่แถวมัสยิดยะวา ตัวมัสยิดมีรูปแบบทางสถาปัตยกรรมและเครื่องประกอบหลังคาแบบชวา แต่ก็มีเค้าโครงแบบอาคารทั่วไปในไทย อย่างอื่นก็เหมือนชาวบ้านแถวนั้น ไม่มีอะไรพิเศษ อิหม่ามเป็นผู้อาวุโสในชุมชน ที่บ้านทำนาขายของกิน ใช้ชีวิตพอเพียงและกลมกลืนกับชาวพุทธทั่วไป”

(อัมพร สนะฟี, สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2553)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่องแนวคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในชั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบข้อที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม

แนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
แนวคิดแบบ “ใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์เท่านั้น” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	4.36	.80	4.32 .67
แนวคิดแบบ “ซีมันในอาระธรรมของชาติอาหรับในดินแดน ตะวันออกกลาง” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	4.32	.67	1
แนวคิดแบบ “อยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	4.28	.61	4.09 .61
แนวคิดแบบ “ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	3.89	1.07	2
แนวคิดแบบ “วิถีสมัยใหม่แบบตะวันตก” เหมาะสมกับชาวไทย มุสลิมในปัจจุบัน	2.00	.98	2.95 .95
แนวคิดแบบ “สร้างเอกลักษณ์ใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิม ในปัจจุบัน	2.38	1.15	3

จากตารางที่ 4.9 พบว่า แนวคิดที่เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน อันดับ 2 คือ แนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย และการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย มีค่าเฉลี่ย 4.09 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 (การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย มีค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.61 และการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย มีค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.07) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.10 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	4.06	.59	.431	.667
หญิง	4.11	.63		

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างเพศของผู้ตอบ ที่เห็นว่า การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.667 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.573	4	.643	1.753	.142
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	47.698	117	.367		
รวม	50.270	121			

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างอายุของผู้ตอบ ที่เห็นว่า การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.142 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.839	4	.210	.551	.698
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	49.432	117	.380		
รวม	50.270	121			

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ ที่เห็นว่า การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.698 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.13 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.656	4	.414	1.107	.356
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	48.615	117	.374		
รวม	50.270	121			

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ ที่เห็นว่า การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA

Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.356 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องแนวความคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.408	8	.301	.792	.610
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	47.862	113	.380		
รวม	50.270	121			

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดและวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ ที่เห็นว่า การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทยและการปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.610 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป เห็นว่าการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย การปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย เป็นสิ่งสำคัญและเหมาะสมกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิมเป็นอันดับที่ 2 เป็นการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสังคม โดยที่ยังคงรักษาหลักการทางศาสนาไว้ได้ ไม่เป็นอุปสรรคกับการดำรงชีพ คำตอบที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางศาสนาและชาวบ้านทั่วไป มีเอกภาพไปในทิศทางเดียวกัน คำตอบไม่แตกต่าง ไม่ว่าผู้ตอบจะเป็นเพศอะไร อายุเท่าใด มีการศึกษาในระดับใด มีบทบาทหน้าที่อะไร ในชุมชนและทำอาชีพอะไร

5. แนวคิดของศิลปะไทยกับชาวไทยมุสลิม

โดยปกติชาวไทยในประเทศไทย ไม่ว่าจะมีความเชื่อชาติใดหรือนับถือศาสนาอะไร ล้วนแต่คุ้นเคยกับความเป็นไทยและอัตลักษณ์ไทย อันได้แก่ อุปนิสัยที่สนุกสนานร่าเริง การกินกาอยู่ การแต่งกาย งานเทศกาล วัฒนธรรมและศิลปกรรม ลายไทยเป็นสิ่งที่มีความค่าตามอุดมคติของคนไทย รวมทั้งแก้วสีและทองคำก็เหมาะสมของสูงของมีค่ามีราคา สิ่งปลูกสร้างในราชสำนักหรืออารามหลวง ล้วนประดับตกแต่งด้วยสิ่งเหล่านี้ ดังนั้น แนวคิดเรื่องศิลปะไทยจึงมีนัยกับชาวไทยมุสลิมพอสมควร ในปัจจุบันอาจไม่มีการใช้ในสถาปัตยกรรมอิสลามยุคใหม่ แต่มุสลิมก็ไม่ถือว่าเป็นสิ่งต้องห้าม

ในสมัยอยุธยา ขุนนางมุสลิมที่บทบาททางการเมือง มักจะเชื่อมโยงศักยภาพของอิสลามเข้ากับรูปแบบของราชสำนักสยาม ทำให้มีศิลปะไทยปรากฏอยู่ในมัสยิดหลายแห่ง เกิดมโนทัศน์เรื่องความเป็นไทยของมุสลิม เช่น ที่มัสยิดบางหลวง (กุฎีขาว) ตัวอาคารมัสยิดหลังคาทรงจั่ว มีเสามิระเบียงแบบเดียวกับอุโบสถของวัดไทย หน้าบันเป็นปูนปั้นลายดอกพุดตาน ที่ซุ้มเมียร็อบเป็นลายไทยปิดทองประดับกระจกสี

“เป็นมัสยิดเก่าแก่อายุใกล้เคียงกับมัสยิดต้นสนที่อยู่อีกฝั่งคลอง คนแถวนี้เห็นลายไทยทั้งข้างนอกข้างในจนชินตา ศาลาศูนย์อบรมคุณธรรมและจริยธรรมที่อยู่ข้างๆ ยังปลูกใหม่เป็นเรือนไทยเลย”

(ประสาทร นาวาทอง, สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2553)

ที่มัสยิดต้นสนก็เป็นอีกมัสยิดหนึ่ง ที่ใช้ลายไทยปิดทองประดับกระจกสีที่ธรรมมาสน์ (เมียร็อบและมิมบับ) จากประวัติความเป็นมาของมัสยิด ที่มีความเกี่ยวข้องกับราชสำนักและขุนนางมุสลิม การมีรูปแบบศิลปะไทยในมัสยิดจึงเป็นแนวคิดที่สำคัญ

“ปัจจุบันมีการบูรณะปรับแต่งภาพลักษณ์ของมัสยิดทั้งหลัง ให้มีรายละเอียดของศิลปะอิสลามมากขึ้น ทั้งลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับ ทำซุ้มโค้งตามประตูหน้าต่างแบบศิลปะเปอร์เซีย ประดับกระจกสี สมัยก่อนไม่มี จะราบเรียบไปหมด โคมตรงโถงละหมาดทำใหม่หมด เมียร็อบและมิมบับ ที่เป็นศาลาไทยก็เอาไปเก็บรักษาไว้อย่างดีในอาคารที่ทำการของมัสยิด เพราะสมัยก่อนที่นี่มีเอกลักษณ์ไทย อยู่ใกล้พระราชวังสมัชชนบุรี มีข้าราชการ ทหารเรือมาละหมาดทุกวัน สัปบุรุษเหล่านี้คุ้นเคยกับศิลปะไทยทั้งนั้น”

(ทำเนียบ แสงเงิน, สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2553)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่องความเกี่ยวข้องกันของศิลปะไทยกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในชั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องความเกี่ยวข้องกันของศิลปะไทยกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม

ศิลปะกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	3.82	1.07	1
ศิลปะอิสลาม มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	3.74	.98	2
ศิลปะตะวันตก มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	2.16	1.01	3

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.07 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 2 คือ ศิลปะอิสลาม มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 ส่วนศิลปะตะวันตก เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	3.76	.99	-.564	.574
หญิง	3.87	1.15		

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างเพศของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม

ไทยมุสลิม ผลการทดสอบด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.574 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.972	4	.743	.632	.640
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	152.762	117	1.175		
รวม	155.733	121			

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างอายุของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.640 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	7.022	4	1.756	1.535	.196
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	148.711	117	1.144		
รวม	155.733	121			

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.196 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.19 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	9.953	4	2.488	2.219	.070
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	145.780	117	1.121		
รวม	155.733	121			

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.070 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	8.949	8	1.119	.960	.470
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	146.785	113	1.165		
รวม	155.733	121			

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.470 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลเชิงปริมาณในแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป เห็นว่าศิลปะไทยมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิมเป็นอันดับที่ 1 แนวคิดของศิลปะไทยไม่ขัดแย้งกับหลักการของอิสลามและอยู่ในความนึกคิดของมุสลิม

โดยทั่วไป คำตอบที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางศาสนาและชาวบ้านทั่วไป มีเอกภาพไปในทิศทางเดียวกัน คำตอบไม่แตกต่างกันไม่ว่าผู้ตอบจะเป็นเพศอะไร อายุเท่าใด มีการศึกษาในระดับใด มีบทบาทหน้าที่อะไรในชุมชนและทำอาชีพอะไร

6. แนวคิดของศิลปะอิสลามกับชาวไทยมุสลิม

โดยปกติมุสลิมทั่วๆ ไปในประเทศไทยจะได้พบเห็นศิลปะอิสลามเฉพาะในมัสยิด ทำให้ไม่ได้อยู่ในความนึกคิดมากเท่าใดนัก การยึดหลักปฏิบัติทางศาสนาในชีวิตประจำวันมากกว่าการแสดงออกด้วยการตกแต่งประดับประดา ทำให้ชาวไทยมุสลิมไม่ค่อยใส่ใจในรูปแบบของศิลปะมากนัก ปัจจัยทางเศรษฐกิจก็เป็นสาเหตุหนึ่ง ที่ทำให้มัสยิดในประเทศไทยไม่นิยมการตกแต่งประดับประดา แนวคิดเรื่องศิลปะอิสลามจึงเป็นเรื่องไกลตัวสำหรับชาวไทยมุสลิม

“การที่มัสยิดในประเทศไทยไม่มีการประดับตกแต่ง ปล่อยให้เรียบๆ ง่ายๆ เป็นเพราะมัสยิดส่วนใหญ่ไม่มีทุนรอนในการตกแต่งต่างหาก ถ้าไปดูมัสยิดในตะวันออกกลางจะเห็นว่า มีการประดับประดาอย่างหรูหรา ไม่แพ้พระราชวัง”
(วินัย ดะห์ลัน, สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2552)

แนวคิดเรื่องศิลปะอิสลามเป็นเรื่องไกลตัวสำหรับชาวไทยมุสลิมส่วนใหญ่ สาเหตุหนึ่งเป็นเพราะมีโอกาสไม่บ่อยที่จะใช้ศิลปะอิสลามในชีวิตประจำวัน ศิลปะอิสลามมีแนวคิดและรูปแบบที่เฉพาะตัว มีความหมายที่ลึกซึ้ง ใช้ค่อนข้างยาก รวมทั้งศิลปะอิสลามก็มักจะมีภาพลักษณ์และความหมายที่มักเกี่ยวข้องกับศาสนา โดยเฉพาะตัวอักษรอาหรับที่คนไทยไม่คุ้นเคยหรือคำที่มีความหมายเกี่ยวกับพระเจ้า จะต้องระมัดระวังที่จะนำไปใช้

“สมัยที่เป็นนักศึกษาก็เคยทำงานโดยใช้แนวคิดศิลปะอิสลาม สวยดี มีลักษณะเฉพาะตัว แต่ก็ใช้อย่างเหมือนกัน เพราะทุกคนดูออกว่าเป็นของอิสลาม ไม่ค่อยเห็นว่าเอาไปใช้กับอย่างอื่น”

(อาฟีนดี มะแซฮาดี, สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2553)

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่องความเกี่ยวข้องกันของศิลปะอิสลามกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในชั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบข้อที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องความเกี่ยวข้องกันของศิลปะอิสลามกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม

ศิลปะกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	3.82	1.07	1
ศิลปะอิสลาม มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	3.74	.98	2
ศิลปะตะวันตก มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	2.16	1.01	3

จากตารางที่ 4.21 พบว่า ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.07 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 2 คือ ศิลปะอิสลาม มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.98 ส่วนศิลปะตะวันตก เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 4.22 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	3.51	1.19	-2.460	.015 *
หญิง	3.92	.74		

* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างเพศของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลาม มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.015 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 โดยเพศหญิงมีความเห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม มากกว่าเพศชาย ในผู้ตอบที่เป็นเพศชายมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก

ตารางที่ 4.23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.334	4	.833	.856	.492
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	126.592	117	.974		
รวม	129.926	121			

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างอายุของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.492 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.317	4	.329	.333	.856
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	128.609	117	.989		
รวม	129.926	121			

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.856 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.875	4	.469	.476	.753
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	128.050	117	.985		
รวม	129.926	121			

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.753 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4.589	8	.574	.577	.795
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	125.337	113	.995		
รวม	129.926	121			

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.795 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลเชิงปริมาณในแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป เห็นว่าศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิมเป็น

อันดับ 2 รองจากศิลปะไทย หมายความว่า ส่วนใหญ่แล้วมุสลิมเห็นว่าการใช้ศิลปะอิสลามมีเงื่อนไขมากกว่าใช้ศิลปะไทย ศิลปะอิสลามมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ควรใช้กับงานเฉพาะอย่างและศิลปะอิสลามถูกมองว่าเป็นศิลปะสำหรับศาสนาเท่านั้น คำตอบที่ได้จากผู้ให้ข้อมูลทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป มีเอกภาพไปในทิศทางเดียวกัน คำตอบไม่แตกต่างกันไม่ว่าผู้ตอบจะมีอายุเท่าใด มีการศึกษาในระดับใด มีบทบาทหน้าที่อะไรในชุมชนและทำอาชีพอะไร แต่มีความแตกต่างกันระหว่างเพศของผู้ตอบ คือ ผู้ตอบที่เป็นเพศหญิง มีความคิดเห็นว่า ศิลปะอิสลามมีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิมมากกว่าผู้ตอบที่เป็นเพศชาย

การที่ผลการวิเคราะห์มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เป็นเพราะว่าคำตอบในแต่ละข้อมีความคิดเห็นในหลายระดับ กล่าวคือ ผู้ตอบส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันและให้ค่าระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและเห็นด้วยมาก แต่ก็มีผู้ตอบส่วนน้อยที่มีความคิดเห็นไปในทิศทางตรงกันข้าม โดยให้ค่าระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยน้อยและเห็นด้วยน้อยที่สุด ทำให้ข้อมูลมีการกระจายค่อนข้างมาก อธิบายความคิดเห็นที่ต่างกันได้ว่า ชาวไทยมุสลิมประกอบด้วยมุสลิมจากหลายเชื้อชาติ ซึ่งมีทัศนคติต่อกิจกรรมในสังคมปัจจุบันที่ต่างกันพอสมควร และในชุมชนมุสลิมแต่ละแห่งจะมีสมาชิกที่แตกต่างกันด้วยเพศ วัย การศึกษา อาชีพ บทบาทหน้าที่ และบริบททางสังคมที่ต่างกัน ความแตกต่างเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ตอบมีความคิดเห็นไม่เหมือนกัน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามรูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย

ในบทนี้เป็นผลการวิเคราะห์รูปแบบในการออกแบบที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม ตามแนวคิดท้องถิ่นที่สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ที่เกิดขึ้นในแต่ละท้องถิ่นที่รับศาสนาอิสลามไปปรับให้เข้ากับลักษณะของแต่ละภูมิภาค เป็นการแสดงถึงอัตลักษณ์ของมุสลิมที่แตกต่างกันไปตามสภาพทางภูมิศาสตร์และชาติพันธุ์ ซึ่งในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จะหมายถึง องค์ประกอบหรือรูปแบบและสิ่งที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบนั้นๆ เป็นผลการวิเคราะห์ที่ได้จากข้อมูลทุติยภูมิ อันได้แก่ เอกสารที่เกี่ยวกับศาสนาอิสลามและศิลปะอิสลาม และที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ อันได้แก่ ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล 15 คน และข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด รูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย จะมีความเชื่อมโยงกับลักษณะของศิลปะแบบอิสลามศิลปะแบบไทย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. รูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทยมีความเกี่ยวข้องกับศิลปะไทย

แนวคิดนี้จะแสดงออกมาในวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ที่มีความเกี่ยวข้องกับศิลปะไทย และความเป็นไทย จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ทำให้ทราบว่า ศาสนาอิสลามในประเทศไทยมีความรุ่งเรืองมากในสมัยอยุธยา ชุนนางและข้าราชการที่เป็นมุสลิมในยุคนั้นจึงมีศักยภาพทางสังคมและศาสนา มีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลาม เช่น รูปแบบของมัสยิด การใช้ศิลปะไทยในการตกแต่งมัสยิดและธรรมาสน์ ด้วยธรรมชาติของมุสลิมที่ปรับตัวเข้ากับสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ดี ทำให้ชาวไทยมุสลิมยอมรับการผสมผสานกับความเป็นไทยได้ ปัจจัยสี่ของชาวไทยมุสลิมไม่แตกต่างจากชาวไทยพุทธ ดังนั้น ลายไทย ศิลปะไทยหรือสถาปัตยกรรมไทยจึงไม่ใช่เรื่องไกลตัว รูปแบบศิลปะที่ใช้กับศาสนาอิสลามในประเทศไทยจะมีความเป็นไทยผสมอยู่หรืออาจจะกล่าวอีกแบบหนึ่งว่า รูปแบบศิลปะไทยที่ปรากฏในศาสนาอิสลามในประเทศไทยจะมีกลิ่นอายแบบอิสลามในระดับหนึ่ง เช่น ลายดอกไม้ร่วง ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ลายพุดตานใบเทศ แต่เนื่องจากการสิ้นสุดยุคสมัยของจักรวรรดิอิสลามอันรุ่งเรือง เข้าสู่ยุคอิสลามคณาใหม่ที่ยึดหลักการของศาสนามากกว่าอัตลักษณ์ของชนชาติที่นับถืออิสลาม ทำให้การสร้างมัสยิดหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามในยุคใหม่ ความเป็นอาหรับมากขึ้น รูปแบบที่ผสมกับความเป็นไทยจึงมีให้เห็นน้อย

“มีการใช้ศิลปะไทยในมัสยิดหลายแห่ง โดยเฉพาะมัสยิดที่สร้างในสมัยอยุธยาและต้นรัตนโกสินทร์ ในทำนองเดียวกันก็มีภาพคนแขก (อาหรับ-อิสลาม) ปรากฏอยู่ในศิลปะไทยตามวัดต่างๆ มากมาย เห็นตามบานประตูโบสถ์ สื่อสิ่งพิมพ์ที่ทำให้งานวิชาการมุสลิมในแผ่นดินไทย มีแนวคิดแบบไทยชัดเจนเลย ใช้ศิลปะไทยและสัญลักษณ์ไทยหลายอย่างมาผสมผสานกับศิลปะอิสลาม”

(ศุกรีย์ สะเริ่ม, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2553)

“มัสยิดกุฎีขาวและมัสยิดต้นอยู่คนละฝั่งคลอง แต่มีอาคารทรงไทยเหมือนกัน แถวนี้อยู่ใกล้วังเก่ามีวัดอยู่รอบทุกด้าน ใช้ลายไทยประดับเมียรื้ออบและมิมับร์เหมือนกัน ตอนนี้อยู่รักษาอย่างดี ตัวมัสยิดต้นสนหลังเก่าทรุดโทรมมาก รื้อปลูกใหม่เป็นแบบอาหรับมาหลายสิบปีแล้ว”

(ทำเนียบ แสงเงิน, สัมภาษณ์, 23 กรกฎาคม 2553)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่องรูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทย ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในขั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบข้อที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องรูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทย

รูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่	3.95	.83	1
ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม	3.77	1.00	2
ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นตะวันตกผสมอยู่	2.20	1.09	3

จากตารางที่ 5.1 พบว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.83 อันดับ 2 คือ ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความ

เป็นอิสลามดั้งเดิม มีค่าเฉลี่ย 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 และศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นตะวันตกผสมอยู่ เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 5.2 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	3.95	.84	.012	.990
หญิง	3.95	.83		

จากตารางที่ 5.2 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างเพศของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.990 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.247	4	.312	.443	.777
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	91.390	117	.703		
รวม	92.637	121			

จากตารางที่ 5.3 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างอายุของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.777 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.4 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4.663	4	1.166	1.723	.149
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	87.974	117	.677		
รวม	92.637	121			

จากตารางที่ 5.4 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.149 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.5 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.449	4	.612	.882	.476
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	90.188	117	.694		
รวม	92.637	121			

จากตารางที่ 5.5 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.476 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.6 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.492	8	.436	.617	.762
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	89.145	113	.708		
รวม	92.637	121			

จากตารางที่ 5.6 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็น ไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.762 ซึ่ง มากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาท ทางสังคมและชาวบ้านทั่วไป มีความเห็นว่ารูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทยมีความเกี่ยวข้องกับ ศิลปะไทย เป็นอันดับที่ 1 แสดงว่าชาวไทยมุสลิมให้ความสนใจสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น มี การผสมกลมกลืนกัน ในอัตลักษณ์ท้องถิ่นและในความเป็นอิสลาม ศิลปะอิสลามในประเทศไทยมี ความเกี่ยวข้องกับศิลปะไทยเป็นคำตอบที่มีเอกภาพในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะผู้ตอบจะเป็นเพศอะไร อายุเท่าใด มีการศึกษาในระดับใด มีบทบาทหน้าที่อะไร ในชุมชนและทำอาชีพอะไร

2. รูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทยตามแบบอิสลาม

แนวคิดนี้แสดงออกมาในรูปแบบสถาปัตยกรรมมัซยิดที่มีลักษณะแบบอาหรับ ศิลปกรรม แบบอิสลามที่ปรากฏในมัซยิด ลวดลายในคัมภีร์อัลกุรอาน เป็นแนวคิดที่ต้องการเชื่อมโยงกับเชื้อ ชาติ เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงชาติพันธุ์และศักยภาพของชุมชนแสดงความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของ ศาสนาอิสลาม แสดงความรุ่งเรืองของอาณาจักรอิสลามในอดีต เช่น ออตโตมัน ซาฟาวิและโมกุล ลักษณะแบบนี้เริ่มในสมัยรัตน โกสินทร์ ซึ่งมีการเปลี่ยนในสังคมหลายอย่าง เช่น ผู้มีบทบาททาง ศาสนาอิสลามเปลี่ยนจากขุนนางมาเป็นชาวบ้านและนักธุรกิจ

ศิลปะอิสลามที่ปรากฏในประเทศไทย มีทั้งลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษร อาหรับประดิษฐ์ ซึ่งเป็นแบบแผนเดียวกันกับศิลปะอิสลามในตะวันออกกลาง แต่ต่างกันตรงที่

ปริมาณการใช้ที่น้อยกว่า ใช้ในบริเวณจำกัดไม่ได้ใช้เพื่อการประดับพื้นผิวทั่วทั้งอาคารเหมือนใน ตะวันออกกลางหรือในอิหร่าน ส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นป้ายที่มีตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์อยู่ข้างใน บางป้ายเป็นพระนามของพระเจ้า มีมัสยิดหลายแห่งใช้ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและ ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ในการประดับเมียร์ร็อบและมิมบَّر มัสยิดบางแห่งที่มีความเกี่ยวข้องกับ ชนชาติเปอร์เซียจะใช้ศิลปะอิสลามแบบเปอร์เซียในการตกแต่งมัสยิดทั้งหลาย มัสยิดหลายแห่งมี แผนผังพื้นอาคารและโดมเป็นรูปหกเหลี่ยมหรือแปดเหลี่ยม ลวดลายที่ใช้มีพื้นฐานมาจากวงกลม และสี่เหลี่ยม การประกอบลายจะใช้ลักษณะซ้ำไปเรื่อยๆ แบบสมมูลกันทุกด้านหรือแบบกระจาย ออกไปเป็นรัศมี ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของอิสลามอย่างชัดเจน มัสยิดส่วนใหญ่จะเป็นสีอ่อนๆ สีครีม หรือสีขาว นิยมใช้สีทองและสีเขียวในการตกแต่งลวดลาย

“อาคารมัสยิดต้นสนที่สร้างใหม่ แต่เดิมไม่ได้ตกแต่งลวดลายศิลปะอิสลามเหมือน แบบนี้ ตอนนี้ใส่ลายเรขาคณิตแบบอาหรับ ใส่ลายพรรณพฤกษาเข้าไป ทำซุ้มโค้ง แบบเปอร์เซีย ทำให้มัสยิดดูนุ่มนวลขึ้น มีรายละเอียดแบบอิสลาม ที่มีสยิดผดุงธรรม อิสลามและกวีเจริญพาศน์ มีการใช้รูปแบบสถาปัตยกรรมแบบเปอร์เซีย”
(ทำเนียบ แสงเงิน, สัมภาษณ์, 23 กรกฎาคม 2553)

ศิลปะอิสลามตามมโนทัศน์ของชาวไทยมุสลิมมักจะปรากฏเป็นภาพโดมรูปหัวหอม ดาว กับเดือนและสีเขียว สิ่งเหล่านี้ถูกใช้สื่อถึงอิสลามจนกลายเป็นสัญลักษณ์ แท้ที่จริงแล้วมัสยิดไม่ได้มี รูปแบบทางสถาปัตยกรรมที่เป็นโดมรูปหัวหอมทุกที่เสมอไป แต่โดมรูปหัวหอมเป็นรูปแบบศิลปะ ยุคหนึ่งของอิสลาม ส่วนสัญลักษณ์ดาวกับเดือนเป็นสิ่งที่จดจำง่าย แต่ไม่ได้มีความหมายทางภาษาที่ แปลว่า อิสลาม เป็นเพียงส่วนหนึ่งของตัวอักษรอาหรับที่อยู่ในคัมภีร์อัลกุรอาน และสีเขียวเป็นสีที่ ถูกใช้กับความเป็นอิสลามมากที่สุด ตามข้อมูลในประวัติศาสตร์ศิลปะอิสลาม ในจิตรกรรม เปอร์เซียมีภาพวาดศาสดาแต่งกายด้วยเสื้อคลุมและผ้าโพกศีรษะสีเขียว ซึ่งเป็นเหตุจูงใจให้มุสลิม เลือกใช้สีเขียว

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบใน เรื่องศิลปะอิสลามในประเทศไทยมีความเป็นอิสลามดั้งเดิม ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในขั้นต้น โดยใช้ กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบข้อที่มี ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 5.7 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องรูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทย

รูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทย	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม	3.77	1.00	2

จากตารางที่ 5.7 พบว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม เป็นอันดับ 2 มีค่าเฉลี่ย 3.77 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00

ตารางที่ 5.8 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	3.64	1.00	-1.297	.197
หญิง	3.87	1.00		

จากตารางที่ 5.8 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างเพศของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม ผลการทดสอบด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.197 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.9 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4.684	4	1.171	1.178	.323
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	129.198	117	.994		
รวม	133.881	121			

จากตารางที่ 5.9 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างอายุของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็น ไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.323 ซึ่ง มากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.10 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	3.989	4	.997	.998	.411
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	129. 893	117	.999		
รวม	133.881	121			

จากตารางที่ 5.10 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.411 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.11 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4.184	4	1.046	1.049	.385
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	129.697	117	.998		
รวม	133.881	121			

จากตารางที่ 5.11 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทาง เดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.385 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.12 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	13.962	8	1.745	1.834	.077
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	119.920	113	.952		
รวม	133.881	121			

จากตารางที่ 5.12 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ ที่เห็นว่า ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็น ไทยผสมอยู่ ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.077 ซึ่ง มากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาท ทางสังคมและชาวบ้านทั่วไป มีความเห็นว่ารูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทยมีความเป็นอิสลาม ดั้งเดิม เป็นอันดับที่ 2 แสดงว่าชาวไทยมุสลิมยังคงยึดมั่นในอัตลักษณ์ของตน การมีตัวตนในสังคม

การแสดงถึงอารยธรรมที่โดดเด่น การมีวัฒนธรรมที่เข้มแข็งไม่สูญสิ้นไปได้ง่ายๆ ศิลปะอิสลามในประเทศไทยมีความเป็นอิสลามดั้งเดิม เป็นคำตอบที่มีเอกภาพในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าผู้ตอบจะเป็นเพศอะไร อายุเท่าใด มีการศึกษาในระดับใด มีบทบาทหน้าที่อะไรในชุมชนและทำอาชีพอะไร

รูปแบบศิลปะมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ฮาลาลตามหลักศาสนาอิสลาม เป็นได้ทั้งผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริโภค ใช้อุปโภคและที่เป็นการบริการ หลักการฮาลาลที่ได้วางไว้ก่อนหน้านี้นี้ มักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย กระบวนการผลิต และผลกระทบของผลิตภัณฑ์ฮาลาล ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาล เรขศิลป์ สิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาล ในส่วนนี้จึงเป็นผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ทำให้เห็นภาพลักษณ์ภายนอกที่แสดงเอกลักษณ์ของฮาลาล

โดยทั่วไปแล้ว การสร้างภาพลักษณ์ภายนอกให้กับผลิตภัณฑ์ มักจะเชื่อมโยงกับบริบทของสังคมนั้นๆ เช่น รูปแบบศิลปะ วัฒนธรรมแวดล้อมและวิถีชีวิตของผู้บริโภค กล่าวคือ รูปแบบศิลปะจะเป็นตัวกำหนดแนวทางในภาพรวมสำหรับการออกแบบ โดยมีองค์ประกอบของศิลปะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นภาพลักษณ์อย่างเป็นรูปธรรม ส่วนวัฒนธรรมแวดล้อมและวิถีชีวิตของผู้บริโภค จะแสดงรสนิยมของแต่ละท้องถิ่น ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปตามภูมิภาค จากข้อมูลวิเคราะห์ทำให้ทราบว่า ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย สามารถแสดงออกมาใน 2 แนวทาง คือ ภาพลักษณ์แบบอิสลามดั้งเดิมและภาพลักษณ์แบบอิสลามผสมไทย

3. ผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับภาพลักษณ์แบบอิสลามดั้งเดิม

แนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมมีความยึดมั่นในหลักศาสนา ถึงแม้ว่าจะใช้ชีวิตอยู่ในสังคมไทยที่มีวัฒนธรรมพุทธเป็นหลัก แต่การมีภาพลักษณ์แบบอิสลามยังคงเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติให้เห็น เป็นความภาคภูมิใจที่มีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง เป็นการบ่งชี้อัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่าง การที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ฮาลาลควรมีภาพลักษณ์แบบอิสลามดั้งเดิม แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ฮาลาลที่วางจำหน่ายในประเทศไทยควรมีภาพลักษณ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไป และถ้าจะแตกต่างก็ควรเป็นไปในทิศทางที่บ่งบอกความเป็นอิสลาม

“ควรออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีภาพลักษณ์แบบอิสลาม ทั้งหีบห่อ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณาและตกแต่งจุดขายให้เห็นว่าเป็นอิสลาม เป็นฮาลาล”

(อคุลย์ โยธาสมุทร, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2553)

ในทางปฏิบัติ การออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีภาพลักษณ์แบบอิสลาม จะต้องใช้ องค์ประกอบหลักทางศิลปะอิสลาม ซึ่งได้แก่ ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับ ประดิษฐ์ องค์ประกอบทั้ง 3 อย่าง ล้วนปรากฏในงานออกแบบของประเทศในแถบตะวันออกกลาง และประเทศอิสลาม ด้วยเหตุที่ประเทศเหล่านี้ มีวัฒนธรรมอาหรับและอิสลามมายาวนาน และเป็น วัฒนธรรมกระแสหลักของประเทศ

“บรรจุกุณฑ์ในประเทศอาหรับใช้ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษร อาหรับประดิษฐ์กันทั้งนั้น เป็นวัฒนธรรมของเขา เหมือนคนไทยชอบใช้ลายไทย คน จีนก็ชอบใช้ลายจีน”

(ทำเนียบ แสงเงิน, สัมภาษณ์, 23 กรกฎาคม 2553)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบใน เรื่องรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในชั้นต้น โดยใช้กระบวนการ คำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบข้อที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 5.13 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องรูปแบบที่จะใช้ กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

รูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
บรรจุกุณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลาม ดั้งเดิม	4.18	.91	1
บรรจุกุณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลาม ผสมไทย	3.90	.90	2
บรรจุกุณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลาม ผสมตะวันตก	2.21	1.16	3

จากตารางที่ 5.13 พบว่า ลักษณะที่ควรจะเป็นของบรรจุกุณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย อันดับแรก คือ แบบอิสลามดั้งเดิม มีค่าเฉลี่ย 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.91 อันดับ 2 คือ แบบ

อิสลามผสมไทย มีค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90 ส่วนแบบอิสลามผสมตะวันตก เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ตารางที่ 5.14 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	4.14	.99	-4.72	.638
หญิง	4.21	.85		

จากตารางที่ 5.14 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างเพศของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม ผลการทดสอบด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.638 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.15 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.524	4	.131	.153	.961
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	111.209	117	.855		
รวม	111.733	121			

จากตารางที่ 5.15 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างอายุของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.961 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.16 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย
ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	2.066	4	.517	.612	.654
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	109.667	117	.844		
รวม	111.733	121			

จากตารางที่ 5.16 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.654 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.17 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย
ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.359	4	.340	.400	.808
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	110.375	117	.849		
รวม	111.733	121			

จากตารางที่ 5.17 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.808 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.18 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุกฎหมายฮาลาลในประเทศไทย
ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	11.121	8	1.390	1.741	.095
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	100.612	113	.799		
รวม	111.733	121			

จากตารางที่ 5.18 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุกฎหมายฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.095 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป มีความเห็นว่าบรรจุกฎหมายฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม แสดงว่าชาวไทยมุสลิมยังคงยึดมั่นในอัตลักษณ์ของตน ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง แสดงถึงอารยธรรมที่โดดเด่น ไม่กลืนหายไปในวันชนกรรมกระแสหลักที่แตกต่าง การที่บรรจุกฎหมายฮาลาลในประเทศไทยควรมีลักษณะแบบอิสลาม เป็นคำตอบที่มีเอกภาพในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าผู้ตอบจะเป็นเพศอะไร อายุเท่าใด มีการศึกษาในระดับใด มีบทบาทหน้าที่อะไรในชุมชนและทำอาชีพอะไร

4. ผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับภาพลักษณ์แบบอิสลามผสมไทย

แนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมมีความยืดหยุ่นในการใช้ชีวิต ความสามารถในการรักษาอัตลักษณ์ของตนไว้โดยการผสมผสานกับความเป็นท้องถิ่น เป็นแนวทางที่ทำให้ศิลปะและวัฒนธรรมอิสลามในยุคหนึ่งมีความเจริญรุ่งเรือง แพร่หลายไปในหลายๆ ภูมิภาค หลังยุคของจักรวรรดิอิสลามแล้ว ศิลปะอิสลามก็เป็นพื้นฐานส่วนหนึ่งของศิลปะในยุคต่อมาและแพร่หลายไปสู่ศิลปะตะวันตก ศิลปะอิสลามเมื่อเจริญรุ่งเรืองในภูมิภาคใด ก็มักจะผสมผสานกับศิลปะในท้องถิ่นนั้นๆ เกิดเป็นศิลปะอิสลามเฉพาะตัว เช่น ศิลปะเปอร์เซีย ศิลปะออตโตมาน ศิลปะโมกุลที่มีหลักการตามศาสนาอิสลาม แต่แสดงตัวตนตามวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน แนวคิดนี้ใช้อธิบายรูปแบบศิลปะอิสลามในชวาและมลายูได้ด้วยเช่นกัน

เมื่อกล่าวถึงศิลปะอิสลามในประเทศไทย รูปแบบที่รู้จักกันส่วนใหญ่จะเป็นลายเรขาคณิตแบบอาหรับ ส่วนตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์มักจะถูกมองว่าเป็นส่วนประกอบทางศาสนา เป็นส่วนหนึ่งของมัสยิด มากกว่าที่จะเป็นงานศิลปะ และในส่วนของลายพรรณพฤกษา บางครั้งถูกมองว่าเหมือนลายไทย ซึ่งลายพรรณพฤกษากับลายไทยมีแนวคิดที่เหมือนกันตรงที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตในธรรมชาติ มีโครงสร้างของลวดลายที่ใกล้เคียงกัน แต่ต่างกันเฉพาะในรายละเอียดและความอ่อนช้อยที่มีในลายไทยมากกว่าในแบบอาหรับ ทำให้มัสยิดในประเทศไทยในสมัยอยุธยาและต้นรัตนโกสินทร์ มีศิลปะไทยเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ถึงแม้ว่าศิลปะไทยที่ปรากฏในมัสยิดจะมีปริมาณไม่มากนัก แต่ก็สามารถอธิบายได้ว่า ชาวไทยมุสลิมไม่ได้ปฏิเสธความเป็นไทยและศิลปะไทย และหากจะนำศิลปะไทยเข้าไปผสมผสานกับวิถีชีวิตของมุสลิม ก็มีแนวโน้มที่จะทำได้

“ถ้าจะมีลายไทยผสมก็น่าจะได้ ช่างในมัสยิดมีศิลปะไทยอยู่เยอะแยะ มีผู้ล่ายรดน้ำเครื่องใช้ต่างๆ เป็นแบบไทยๆ ก็หลายชิ้น โคมไฟที่ได้รับพระราชทานจากรัชกาลที่ 7 ก็ยังแขวนอยู่ ลายไทยปูนปั้นข้างนอกก็เพ็งบูรณะเสร็จ ไม่นานนี่เอง”
(ประสาทพร นาวาทอง, สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2553)

การนำศิลปะไทยเข้าไปผสมผสานกับศิลปะอิสลามในเชิงของการออกแบบเรขศิลป์ อาจเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนัก เนื่องจากยังไม่ค่อยมีงานเรขศิลป์ที่มีลักษณะอิสลามแบบไทยให้ศึกษา ส่วนใหญ่จะเป็นการนำศิลปะไทยมาปรากฏในงานเรขศิลป์สำหรับอิสลาม ทำให้ดูจงใจ ดูไม่กลมกลืนสักเท่าใด รวมทั้งในศิลปะอิสลามมักจะใช้หลักการในการซ้ำของลวดลาย การจัดองค์ประกอบแบบสมดุลกัน การกระจายลายแบบเท่ากัน ไม่ค่อยเน้นให้เกิดความแตกต่างเฉพาะจุดเหมือนในศิลปะไทยและศิลปะเปอร์เซียที่ให้ความรู้สึกอิสระ ดูเป็นธรรมชาติมากกว่า ในกรณีของผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยที่ควรมีภาพลักษณ์แบบอิสลามผสมไทย อาจจะอธิบายได้ว่า สามารถนำลายไทยเข้าไปผสมในระดับหนึ่งที่ไม่มากจนเกินไป ใช้องค์ประกอบเสริมสำหรับการออกแบบ เช่น ใช้ภาพและสัญลักษณ์ที่แสดงวิถีชีวิตแบบไทยหรือใช้ตัวอักษรไทย

“เริ่มมีการใช้ศิลปะไทยในสิ่งสิ่งพิมพ์สำหรับอิสลามมากขึ้น อย่างในโลโก้งานมุสลิมในแผ่นดินไทย ก็ใส่สีของธงชาติไทยเข้าไปในรูปจันทร์เสี้ยว ที่ประกอบด้วยตัวอักษรอาหรับและลายเรขาคณิตแบบอิสลาม แต่ก็ยังไม่มียูนิโคดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบอิสลามในไทย”

(ศุภรีย์ สะเริ่ม, สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2553)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่องบรรจุกิจภัณ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในชั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 5.19 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่องรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

รูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
บรรจุกิจภัณ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย	3.90	.90	2

จากตารางที่ 5.19 พบว่า ลักษณะที่ควรจะเป็นของบรรจุกิจภัณ์ฮาลาลในประเทศไทย อันดับที่ 2 คือ แบบอิสลามผสมไทย มีค่าเฉลี่ย 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.90

ตารางที่ 5.20 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุกิจภัณ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างเพศของผู้ตอบ)

เพศ	\bar{X}	S.D.	t	Sig
ชาย	3.93	.89	.321	.748
หญิง	3.88	.92		

จากตารางที่ 5.20 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างเพศของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุกิจภัณ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย ผลการทดสอบด้วยค่า T-test ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.748 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5.21 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุกณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย
ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างอายุของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	8.227	4	2.057	2.634	.037 *
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	101.521	117	.781		
รวม	109.748	121			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 5.21 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างอายุของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุกณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.037 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จึงทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD ซึ่งแสดงในตารางที่ 5.22

ตารางที่ 5.22 แสดงผลการทดสอบของกลุ่มต่าง ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ของผู้ตอบที่มีอายุแตกต่างกัน ที่เห็นว่า บรรจุกณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย ที่ได้จากการทดสอบด้วยวิธีของLSD

อายุ	ผลต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่ม (Mean Difference (I-J))					
	Mean	ต่ำกว่า 25 ปี	26 - 35 ปี	36 - 45 ปี	46 - 55 ปี	> 56 ปี ขึ้นไป
ต่ำกว่า 25 ปี	3.62	-	-.2281	-.1970	.0490	-.5556 *
26 - 35 ปี	3.67			.0311	.2771	-.3275
36 - 45 ปี	3.86				.2460	-.3586
46 - 55 ปี	3.89					-.6046 *
มากกว่า 56 ปีขึ้นไป	4.22					-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ <0.05

จากตารางที่ 5.22 พบว่า ผลการทดสอบด้วยวิธีจับคู่พหุคูณ (Multiple Comparisons Test) ด้วยค่าสถิติ LSD ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 สรุปผลได้ดังนี้

กลุ่มอายุ ต่ำกว่า 25 ปี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาล ที่เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย น้อยกว่า กลุ่มอายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไป

กลุ่มอายุ ระหว่าง 46 - 55 ปี มีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาล ที่เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย น้อยกว่า กลุ่มอายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มอายุอื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.23 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.262	4	.315	.378	.824
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	108.486	117	.835		
รวม	109.748	121			

จากตารางที่ 5.23 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างระดับการศึกษาของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.824 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**ตารางที่ 5.24 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย
ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ)**

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4.994	4	1.248	1.549	.192
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	104.754	117	.806		
รวม	109.748	121			

จากตารางที่ 5.24 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างบทบาทหน้าที่ของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.192 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

**ตารางที่ 5.25 แสดงการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคิดเห็น เรื่องบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย
ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย (ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ)**

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	4.073	8	.509	.607	.771
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	105.675	113	.839		
รวม	109.748	121			

จากตารางที่ 5.25 พบว่า ความแตกต่างในระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ระหว่างอาชีพของผู้ตอบ ที่เห็นว่า บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยค่า F-test โดยวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA Analysis of Variance) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่ามีค่า Sig. เท่ากับ 0.771 ซึ่งมากกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

จากข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามแสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป มีความเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบ

อิสลามผสมไทย เป็นอันดับ 2 รองจากแบบอิสลามดั้งเดิม แสดงว่าชาวไทยมุสลิมให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตแบบไทย มีการปรับตัวให้กลมกลืนกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในสังคมไทย และเห็นว่า การเป็นชาวไทยมุสลิมก็ควรมีลักษณะเฉพาะตัวแบบไทยมุสลิม การที่บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย เป็นคำตอบที่มีทิศทางเดียวกันเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะผู้ตอบจะเป็นเพศอะไร มีการศึกษาในระดับใด มีบทบาทหน้าที่อะไรในชุมชนและทำอาชีพอะไร จะมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน แต่ก็มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันบ้างในกลุ่มผู้ตอบที่มีอายุต่างกัน คือ กลุ่มผู้ตอบที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปีและกลุ่มผู้ตอบที่มีอายุระหว่าง 46 ถึง 55 ปี มีความเห็นว่า บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย น้อยกว่ากลุ่มผู้ตอบที่มีอายุมากกว่า 56 ปีขึ้นไป ส่วนกลุ่มอายุอื่นๆ มีความเห็นไม่แตกต่างกัน แสดงว่า กลุ่มคนในวัยทำงานและวัยกลางคน ไม่เห็นด้วยที่จะให้บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย

5. ผลลัพธ์ฮาลาลกับองค์ประกอบหลักสำหรับการออกแบบเรขศิลป์

แนวคิดนี้แสดงถึงกระบวนการออกแบบงานเรขศิลป์ให้มีลักษณะแบบอิสลาม โดยใช้องค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะอิสลาม ซึ่งได้แก่ ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ ซึ่งสอดคล้องกับการออกแบบเรขศิลป์ที่มักจะเชื่อมโยงกับรูปแบบศิลปะและความต้องการของผู้บริโภค งานเรขศิลป์ที่ดีจะต้องตัดทอนสิ่งที่ไม่จำเป็นออกไปแต่ยังคงสื่อความหมายได้ชัดเจน แล้วยังแสดงบุคลิกภาพเฉพาะตัวอีกด้วย หรืออาจจะกล่าวได้ว่า เป็นการสื่อสารแบบสากลแต่มีรสนิยมแบบท้องถิ่น

การใช้องค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะอิสลามในงานออกแบบเรขศิลป์ ใช้ได้ใน 2 นัย คือ ใช้เป็นลายพื้นของงานออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับคุณสมบัติและกระบวนการสร้างงานของศิลปะอิสลาม หรือใช้สร้างภาพประกอบที่สื่อความหมาย เล่าเรื่องราวต่างๆ ได้ งานเรขศิลป์ที่มีลักษณะแบบอิสลามในประเทศทางตะวันออกกลางส่วนมากมักจะใช้วิธีแรก คือ ใช้เป็นลายพื้นของงาน มีทั้งที่เป็นลายเรขาคณิตอย่างเดียว ลายพรรณพฤกษาอย่างเดียวและที่ผสมกันทั้ง 2 ลาย ส่วนงานออกแบบเรขศิลป์สำหรับอิสลามยุคใหม่ที่มีความเป็นสากลมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะใช้องค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะอิสลามในลักษณะเดี่ยวๆ ไม่นิยมนำมาเรียงซ้ำๆ กัน ไม่ทำเป็นลายพื้นตามอย่างต้นตำหรับ ส่วนตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ถูกใช้ในเชิงของงานจิตรศิลป์มากกว่า

“โดยปกติแล้ว สิ่งที่เกี่ยวข้องกับอิสลามจะใช้ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ ในงานกราฟิกสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลก็เอาไปใช้ได้ ขนมหที่ซื้อมาจากประเทศในตะวันออกกลาง ที่กล่องก็มีลายพวกนี้ ส่วนใหญ่ใช้ลายเรขาคณิตกับลายพรรณพฤกษา เขาใช้ภาษาอาหรับกันทั้งเมือง ก็ต้องใช้ตัวอักษร

อาหารอยู่แล้ว ในประเทศไทยก็มีเด็กๆ มาเรียนภาษาอาหารกันเยอะ หลากๆ มัซฮิด เขาก็มีสอน ภาษาอาหารในไทยไม่หายไปไหนหรอก แต่จะใช้เป็นหลักเลขยกยาก” (ทำเนียบ แสงเงิน, สัมภาษณ์, 23 กรกฎาคม 2553)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่ององค์ประกอบหลักที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในชั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 5.26 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่ององค์ประกอบหลักที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

องค์ประกอบหลักที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
ใช้ลายเรขาคณิต (Geometric Form)	3.79	1.34	1
ใช้ลายพรรณพฤกษา (Arabesque)	3.76	1.20	2
ใช้ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ (Calligraphic)	3.40	1.24	3

จากตารางที่ 5.26 พบว่า องค์ประกอบหลักที่ควรจะใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย อันดับแรก คือ ลายเรขาคณิต มีค่าเฉลี่ย 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.34 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 2 คือ ลายพรรณพฤกษา มีค่าเฉลี่ย 3.76 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.20 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) ส่วนตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ มีค่าเฉลี่ย 3.40 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.24 ไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

จากข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป มีความเห็นว่า องค์ประกอบหลักที่จะใช้กับการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล คือ ลายเรขาคณิตและลายพรรณพฤกษา มีนัยสำคัญในอันดับที่ใกล้เคียงกันมาก ไม่สามารถกล่าวได้ว่า ลายเรขาคณิตหรือลายพรรณพฤกษา ลายแบบใดใช้แสดงความเป็นอิสลามในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ได้

ดีกว่ากัน ส่วนตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ไม่น่าจะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยได้ดึ้นัก หากตีความตามค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นจากแบบสอบถาม อาจกล่าวได้ว่า ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์สามารถใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยได้ เพราะมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าเกณฑ์ไม่มาก ซึ่งผู้ให้ข้อมูลที่มีความเชี่ยวชาญภาษาอาหรับแนะนำว่า ควรใช้เป็นคำศัพท์ในการเรียกชื่อสินค้าต่างๆ ไม่ควรมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับพระเจ้า ผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทยควรมีภาษาไทยเป็นหลัก ส่วนการใช้ตัวอักษรอาหรับเป็นหลัก จะเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจำหน่ายในประเทศทางตะวันออกกลางมากกว่า

6. ผลิตภัณฑ์ฮาลาลกับองค์ประกอบเสริมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์

แนวคิดนี้แสดงถึงกระบวนการออกแบบงานเรขศิลป์ให้มีลักษณะแบบอิสลาม โดยใช้องค์ประกอบเสริมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์ ซึ่งได้แก่ ภาพประกอบ โดยภาพประกอบในงานออกแบบเรขศิลป์ คือ ภาพถ่ายและภาพที่สร้างขึ้นมาด้วยการวาดหรือภาพกราฟิกที่สร้างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ทั้งภาพถ่ายและภาพกราฟิกสามารถใช้กับการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลได้ แต่ประเด็นอยู่ที่เนื้อหาและรายละเอียดในภาพนั้นๆ มากกว่า กล่าวคือ หากจะใช้ภาพคน จะต้องแต่งกายสุภาพเรียบร้อยตามหลักศาสนาอิสลาม ไม่ยั่ววนหรือแสดงอาการทางกามารมณ์ ผู้หญิงจะต้องไม่แสดงส่วนของร่างกายที่ห้ามเปิดเผย เช่น คอ หน้าอก แขน ขาและเส้นผม ควรใช้ผ้าคลุมผม (ฮิญาบ) ภาพสัตว์หรือสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ที่เป็นอาหารของมนุษย์ ควรเป็นภาพอาหารที่ปรุงเสร็จแล้วหรือผ่านการชำแหละแล้ว ส่วนภาพสัตว์ที่มีชีวิตอยู่จะต้องไม่เป็นสัตว์ต้องห้ามตามหลักการฮาลาล ไม่มีเงื่อนไขใดๆ กับการใช้ภาพถ่ายและภาพกราฟิกสิ่งของต่างๆ ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิต

“การทำมาหากินสุจริตเป็นสิ่งที่ศาสนานูมัต การสื่อสารเพื่อการตลาด เพื่อการค้าขาย หากจะต้องมีภาพประกอบก็ควรมี แต่ต้องทำให้ถูกต้อง ไม่ผิดหลักศาสนา ให้ทำตามหลักปฏิบัติของฮาลาล”

(สมยศ หวังอับลูเลาะ, สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2553)

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 122 ชุด เพื่อที่จะสนับสนุนคำตอบในเรื่ององค์ประกอบเสริมที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่ได้จากการสัมภาษณ์ในชั้นต้น โดยใช้กระบวนการคำนวณตามหลักการทางสถิติ เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ เลือกเฉพาะคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์มีดังนี้

ตารางที่ 5.27 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็น ในเรื่ององค์ประกอบเสริม ที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

องค์ประกอบเสริมที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	ระดับความคิดเห็น		
	Mean	SD.	ลำดับ
ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบมุสลิม)	3.96	1.26	1
ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบมุสลิม)	3.94	1.29	2
ใช้ภาพถ่ายสิ่งของเครื่องใช้	3.64	1.37	3
ใช้ภาพวาดสิ่งของหรือภาพสัญลักษณ์สิ่งของเครื่องใช้	3.49	1.42	4
ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์ที่ปรุงสุกแล้ว	3.43	1.42	5
ใช้ภาพวาดสัตว์หรือภาพสัญลักษณ์สัตว์	3.42	1.41	6
ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์สดๆ	2.75	1.33	7
ใช้ภาพถ่ายสัตว์ที่มีชีวิตอยู่	2.41	1.21	8
ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้ชาย	2.05	1.12	9
ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบทั่วไป)	2.02	1.19	10
ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้หญิง	1.96	1.06	11
ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบทั่วไป)	1.56	.87	12

จากตารางที่ 5.27 พบว่า องค์ประกอบเสริมที่ควรจะใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย อันดับแรก คือ ภาพถ่ายผู้ชายที่แต่งกายแบบมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 3.96 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.26 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 2 คือ ภาพถ่ายผู้หญิงที่แต่งกายแบบมุสลิม มีค่าเฉลี่ย 3.94 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.29 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 3 คือ ภาพถ่ายสิ่งของเครื่องใช้ มีค่าเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.37 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 4 คือ ภาพวาดสิ่งของหรือภาพสัญลักษณ์สิ่งของเครื่องใช้ มีค่าเฉลี่ย 3.49 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.42 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับ 5 คือ ภาพถ่ายเนื้อสัตว์ที่ปรุงสุกแล้ว มีค่าเฉลี่ย 3.43 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.42 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้

มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) อันดับสุดท้าย คือ ใช้ภาพวาดสัตว์หรือภาพสัญลักษณ์สัตว์ มีค่าเฉลี่ย 3.42 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.41 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เพราะคำตอบที่ได้มีความคิดเห็นในหลายระดับ ทำให้การกระจายของข้อมูลค่อนข้างมาก) ส่วนภาพถ่ายเนื้อสัตว์สดๆ ภาพถ่ายสัตว์ที่มีชีวิตอยู่ ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้ชาย ภาพถ่ายผู้ชายที่แต่งกายแบบต่างๆไป ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้หญิงและภาพถ่ายผู้หญิงที่แต่งกายแบบต่างๆไป มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

จากข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมทั้งกลุ่มที่มีบทบาททางสังคมและชาวบ้านทั่วไป มีความเห็นใกล้เคียงกันว่า องค์ประกอบเสริมที่จะใช้กับการออกแบบरेขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล คือ ภาพถ่ายและภาพกราฟิกที่เกี่ยวกับคน สัตว์และสิ่งของ เงื่อนไขแรกอยู่ที่เนื้อหาและรายละเอียดของภาพ เงื่อนไขต่อมาอยู่ที่การนำไปใช้ในเชิงธุรกิจ ใช้เพื่อการสื่อสาร ไม่นำไปใช้กับศาสนา และหากภาพที่ใช้นั้นไม่ขัดต่อหลักศาสนา ไม่ขัดต่อหลักการฮาลาล สามารถนำไปใช้กับการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลได้

การที่ผลการวิเคราะห์มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานค่อนข้างสูง เป็นเพราะว่าคำตอบในแต่ละข้อมีความคิดเห็นในหลายระดับ กล่าวคือ ผู้ตอบส่วนใหญ่มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันและให้ค่าระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยมากที่สุดและเห็นด้วยมาก แต่ก็มีผู้ตอบส่วนน้อยที่มีความคิดเห็นไปในทิศทางตรงกันข้าม โดยให้ค่าระดับความคิดเห็นในระดับเห็นด้วยน้อยและเห็นด้วยน้อยที่สุด ทำให้ข้อมูลมีการกระจายค่อนข้างมากอธิบายความคิดเห็นที่ต่างกันได้ว่า ชาวไทยมุสลิมประกอบด้วยมุสลิมจากหลายเชื้อชาติ ซึ่งมีทัศนคติต่อกิจกรรมในสังคมปัจจุบันที่ต่างกันพอสมควร และในชุมชนมุสลิมแต่ละแห่งจะมีสมาชิกที่แตกต่างกันด้วยเพศ วัย การศึกษา อาชีพ บทบาทหน้าที่ และบริบททางสังคมที่ต่างกัน ความแตกต่างเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ตอบมีความคิดเห็นไม่เหมือนกัน

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ

ในบทนี้เป็นผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางเรขศิลป์ ที่จะใช้ในงานออกแบบให้สื่อบุคลิกภาพแบบอิสลาม ตามแนวคิดโลกาภิวัตน์ที่เกี่ยวกับการสื่อสารแบบสากล ที่ไม่มีข้อจำกัดทางด้านพรมแดน ด้านภาษาและศาสนา ซึ่งในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้จะหมายถึง แนวคิด (Concept) หรือบุคลิกภาพในงานออกแบบ การใช้สี การใช้ตัวอักษรไทยและการจัดองค์ประกอบภาพ เป็นผลการวิเคราะห์ที่ได้จากข้อมูลปฐมภูมิ อันได้แก่ ข้อมูลจากการสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ 15 คน องค์ประกอบทางเรขศิลป์สำหรับบุคลิกภาพแบบอิสลามนี้ จะมีความเชื่อมโยงกับความหมาย 7 ประการ ที่มีนัยตามคำสอนของศาสนาอิสลาม อันได้แก่

1. เอกภาพ (Unity) หมายถึง เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เห็นตรงกัน ไม่ขัดแย้ง
2. ความนอบน้อม (Respect) หมายถึง ศรัทธา เคารพ ภักดี ขอมรับ คิดเห็นคล้อยตาม
3. จริ่งใจ (Sincerity) หมายถึง น่าเชื่อถือ บริสุทธิ์ใจ มีความยึดมั่น มั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลง
4. ความรู้ (Knowledge) หมายถึง มีความเข้าใจ กระจ่างแจ้ง มีความหมาย เป็นสัญลักษณ์
5. พอเพียง - สมดุล (Balance) หมายถึง มีประโยชน์ มีคุณค่า กลมกลืน มีลำดับขั้นตอน
6. สงบ - สมาน (Modesty) หมายถึง เป็นธรรมชาติ มีความเคารพ ให้เกียรติ อ่อนน้อมถ่อม

ตน

7. มีระเบียบ – มีหลักการ (Remembrance) หมายถึง กฎธรรมชาติ ความสมดุลของโลก มีระเบียบแบบแผน เรื่องของสังคม การอยู่ร่วมกับผู้อื่น

ผลการวิเคราะห์จะใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย โดยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ ดังนี้

1. บุคลิกภาพในงานออกแบบที่สื่อความหมายตามคำสอนของศาสนาอิสลาม

แนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่าความหมายตามคำสอนของศาสนาอิสลาม สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบเรขศิลป์ ความหมาย 7 ประการที่นำมาใช้กับการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ เอกภาพ ความนอบน้อม ความจริงใจ ความรู้-เหตุผล ความพอเพียง-สมดุล ความสงบ-สมาน และระเบียบ-หลักการ ที่มีความเป็นนามธรรมสูงมาก มีความหมายค่อนข้างกว้าง ทำให้ต้องนำมาวิเคราะห์หาความหมายที่เหมาะสมกับการออกแบบเรขศิลป์ ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ใช้หลักการเรื่องบุคลิกภาพสำหรับการออกแบบ 8 แบบของโคบายาชิ ซึ่งเป็นการวิจัยหารูปแบบบุคลิกภาพตาม

รสนิยมและรูปแบบชีวิตจากผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนหนึ่ง โดยใช้รูปแบบบุคลิกภาพที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักและเข้าใจความหมาย 180 บุคลิกภาพ ข้อสรุปจากการวิจัย คือ สามารถจัดกลุ่มบุคลิกภาพได้ 15 แบบ ในแต่ละแบบมีบุคลิกภาพย่อย ๆ ที่มีความหมายไปในทิศทางเดียวกันประกอบอยู่ และมีเพียง 8 แบบที่มีความเหมาะสมที่จะใช้ในงานออกแบบได้ทุกแขนง บุคลิกภาพทั้ง 8 แบบที่เป็นแนวทางสำหรับการออกแบบ ได้แก่

1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual) คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน คู่อ่อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern) คือ ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เฉียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic) คือ ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural) คือ ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ราบรื่น ประณีประนอม
5. บุคลิกภาพแบบ หรรษา (Elegant) คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋เก๋ (Chic) คือ เก๋เก๋ คือ ละเอียดย่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic) คือ เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อ้อ (Dandy) คือ โอ้อ้อ คือ สง่างาม สงบสงัด มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง

โดยการให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบเรขศิลป์ เลือกบุคลิกภาพที่สามารถแสดง ความหมายในแต่ละข้อตามคำสอนของศาสนาอิสลาม ผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.1 บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ

เอกภาพ (Unity) หมายถึง เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เห็นตรงกัน ไม่ขัดแย้ง

ตารางที่ 6.1 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)	13	86.6	2
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)	7	46.6	6
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic)	10	66.6	4
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)	15	100	1
5. บุคลิกภาพแบบ หุหุระ (Elegant)	10	66.6	4
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋เก๋ (Chic)	5	33.3	7
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)	12	80	3
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อ่า (Dandy)	9	60	5

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.1 พบว่า บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ อันดับแรก คือ ธรรมชาติ มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 2 คือ ลำลอง มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 3 คือ เป็นที่นิยม มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 4 มี 2 คำตอบ คือ ชวนฝันและหุหุระ มีผู้เลือก 10 คนเท่ากัน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ อันดับต่อจากนี้ไปเป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ อันดับ 5 คือ โอ้อ่า มีผู้เลือก 9 คน เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 6 คือ ทันสมัย มีผู้เลือก 7 คน เท่ากับ 46.6 เปอร์เซ็นต์ และอันดับ 7 คือ เก๋เก๋ มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์

1.2 บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม

นอบน้อม (Respect) หมายถึง ศรัทธา เคารพ ภักดี ยอมรับ คิดเห็นคล้อยตาม

ตารางที่ 6.2 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)	11	73.3	3
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)	5	33.3	6
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic)	6	40	5
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)	15	100	1
5. บุคลิกภาพแบบ หุหุระ (Elegant)	7	46.6	4
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋เก๋ (Chic)	2	13.3	7
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)	14	93.3	2
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อ่า (Dandy)	7	46.6	4

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.2 พบว่า บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม อันดับแรก คือ ธรรมชาติ มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 2 คือ เป็นที่นิยม มีผู้เลือก 14 คน เท่ากับ 93.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 3 คือ ลำลอง มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับต่อจากนี้ไปเป็น คำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ อันดับ 4 มี 2 คำตอบ คือ โอ้อ่าและหุหุระ มีผู้เลือก 7 คนเท่ากัน เท่ากับ 46.6 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 5 คือ ชวนฝัน มีผู้เลือก 6 คน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 6 คือ ทันสมัย มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ และอันดับ 7 คือ เก๋เก๋ มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์

1.3 บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ

จริงใจ (Sincerity) หมายถึง น่าเชื่อถือ บริสุทธิ์ใจ มีความยึดมั่น มั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลง

ตารางที่ 6.3 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)	13	86.6	2
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)	11	73.3	4
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic)	4	26.6	7
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)	12	80	3
5. บุคลิกภาพแบบ หุหรา (Elegant)	9	60	6
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋เก๋ (Chic)	3	20	8
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)	15	100	1
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อ่า (Dandy)	10	66.6	5

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.3 พบว่า บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ อันดับแรก คือ เป็นที่นิยม มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 2 คือ ลำลอง มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 3 คือ ธรรมชาติ มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 4 คือ ทันสมัย มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 5 คือ โอ้อ่า มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ อันดับต่อจากนี้ไปเป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ อันดับ 6 คือ หุหรา มีผู้เลือก 9 คน เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 7 คือ ชวนฝัน มีผู้เลือก 4 คน เท่ากับ 26.6 เปอร์เซ็นต์ และ อันดับ 8 คือ เก๋เก๋ มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์

1.4 บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของความรู้

ความรู้ (Knowledge) หมายถึง มีความเข้าใจ กระจ่างแจ้ง มีความหมาย เป็นสัญลักษณ์

ตารางที่ 6.4 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของความรู้

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของความรู้	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)	9	60	6
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)	15	100	1
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic)	3	20	7
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)	14	93.3	2
5. บุคลิกภาพแบบ หุหุระ (Elegant)	11	73.3	4
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋เก๋ (Chic)	3	20	7
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)	12	80	3
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy)	10	66.6	5

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.4 พบว่า บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของความรู้ อันดับแรก คือ ทันสมัย มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 2 คือ ธรรมชาติ มีผู้เลือก 14 คน เท่ากับ 93.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 3 คือ เป็นที่นิยม มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 4 คือ หุหุระ มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 5 คือ โอ้อำ มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ อันดับต่อจากนี้ไปเป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ อันดับ 6 คือ ลำลอง มีผู้เลือก 9 คน เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ และอันดับ 7 มี 2 คำตอบ คือ ชวนฝันและเก๋เก๋ มีผู้เลือก 3 คน เท่ากัน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์

1.5 บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง- สมดุล

พอเพียง - สมดุล (Balance) หมายถึง มีประโยชน์ มีคุณค่า กลมกลืน มีลำดับขั้นตอน

ตารางที่ 6.5 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง-สมดุล

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง-สมดุล	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)	13	86.6	2
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)	3	20	5
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic)	2	13.3	6
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)	15	100	1
5. บุคลิกภาพแบบ หุหุระ (Elegant)	8	53.3	4
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋เก๋ (Chic)	3	20	5
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)	12	80	3
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy)	8	53.3	4

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.5 พบว่า บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง-สมดุล อันดับแรก คือ ธรรมชาติ มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 2 คือ ลำลอง มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 3 คือ เป็นที่นิยม มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ อันดับต่อจากนี้ไปเป็น คำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ อันดับ 4 มี 2 คำตอบ คือ หุหุระและโอ้อำ มีผู้เลือก 8 คนเท่ากัน เท่ากับ 53.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 5 มี 2 คำตอบ คือ ทันสมัยและเก๋เก๋ มีผู้เลือก 3 คนเท่ากัน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ และอันดับ 6 คือ ชวนฝัน มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์

1.6 บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของสงบ - สมาธิ

สงบ - สมาธิ (Modesty) หมายถึง เป็นธรรมชาติ มีความเคารพ ให้เกียรติ อ่อนน้อมถ่อมตน

ตารางที่ 6.6 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของสงบ-สมาธิ

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของสงบ-สมาธิ	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)	6	40	5
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)	6	40	5
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic)	4	26.6	6
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)	15	100	1
5. บุคลิกภาพแบบ หุหุระ (Elegant)	9	60	3
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic)	2	13.3	7
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)	14	93.3	2
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อ่า (Dandy)	8	53.3	4

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.6 พบว่า บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของสงบ-สมาธิ อันดับแรก คือ ธรรมชาติ มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 2 คือ เป็นที่นิยม มีผู้เลือก 14 คน เท่ากับ 93.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับต่อจากนี้ไปเป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ อันดับ 3 คือ หุหุระ มีผู้เลือก 9 คน เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 4 คือ โอ้อ่า มีผู้เลือก 8 คน เท่ากับ 53.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 5 มี 2 คำตอบ คือ ลำลองและทันสมัย มีผู้เลือก 6 คนเท่ากัน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 6 คือ ชวนฝัน มีผู้เลือก 4 คน เท่ากับ 26.6 เปอร์เซ็นต์ และอันดับ 7 คือ เก๋ไก๋ มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์

1.7 บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ

ระเบียบ – มีหลักการ (Remembrance) หมายถึง กฎธรรมชาติ ความสมดุลของโลก มีระเบียบแบบแผน เรื่องของสังคม การอยู่ร่วมกับผู้อื่น

ตารางที่ 6.7 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องบุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)	9	60	5
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)	8	53.3	6
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic)	4	26.6	7
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)	15	100	1
5. บุคลิกภาพแบบ หุหุระ (Elegant)	11	73.3	3
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic)	4	26.6	7
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)	14	93.3	2
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อ่า (Dandy)	10	66.6	4

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.7 พบว่า บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ อันดับแรกคือ ธรรมชาติ มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 2 คือ เป็นที่นิยม มีผู้เลือก 14 คน เท่ากับ 93.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 3 คือ หุหุระ มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 4 คือ โอ้อ่า มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ อันดับต่อจากนี้ไปเป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ได้แก่ อันดับ 5 คือ ลำลอง มีผู้เลือก 9 คน เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ อันดับ 6 คือ ทันสมัย มีผู้เลือก 8 คน เท่ากับ 53.3 เปอร์เซ็นต์ และอันดับ 7 มี 2 คำตอบ คือ ชวนฝันและเก๋ไก๋ มีผู้เลือก 4 คนเท่ากัน เท่ากับ 26.6 เปอร์เซ็นต์

2. สี่ที่สื่อบุคลิกภาพในงานออกแบบ

แนวคิดนี้จะแสดงออกมาในการใช้สี เพื่อให้สีเหล่านั้นสื่อบุคลิกภาพต่างๆ ที่ใช้เป็นแนวคิดในงานออกแบบ ตามหลักการสื่อความหมายของสีและกลุ่มสี เป็นองค์ประกอบทางการออกแบบที่มีความยืดหยุ่นและมีความแปรปรวนสูง ความหมายของสีจะเปลี่ยนแปลงได้ด้วยปัจจัยต่างๆ เช่น ตัวเนื้อสี กลุ่มโทนสี การใช้สีร่วมกันหลายๆ สี สัดส่วนของการใช้สีหลายสีร่วมกัน ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

2.1 บุคลิกภาพแบบลำลอง

ลำลอง (Casual) หมายถึง สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน ดูอ่อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า ตารางที่ 6.8 แสดงความถี่ในการเลือก ค่าร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องสีที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบลำลอง

ระดับความคิดเห็น			หมายเลขสีที่ถูกเลือก สำหรับบุคลิกภาพแบบลำลอง
ลำดับที่	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	
-	15	100	-
-	14	93.3	-
1	13	86.6	24
2	12	80	28, 29, 30
-	11	73.3	-
3	10	66.6	23, 25, 26, 27
-	9	60	-
-	8	53.3	-
4	7	46.6	18
5	6	40	3, 14, 17, 21, 34, 35, 36, 38
6	5	33.3	2, 15, 16,
7	4	26.6	4, 8, 13, 19, 22, 33, 47, 97, 98
8	3	20	5, 6, 7, 9, 10, 11, 20, 31, 32, 39, 40, 46, 50, 68, 96
9	2	13.3	1, 12, 41, 42, 43, 44, 45, 48, 49, 51, 52, 53,
10	1	6.6	54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 69, 70, 99, 106, 115, 116, 117, 127, 128

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.8 พบว่า สีที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบล้าลอง มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

24. คานารี (Canary)

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

28. ซาลเวีย บลู (Salvia Blue)

29. ลาเวนเดอร์ (Lavender)

30. โรส พิงค์ (Rose Pink)

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

23. คานารี เยลโล (Canary Yellow)

25. เอเมอรัลด์ (Emerald)

26. เทอร์คอยส์ (Turquoise)

27. สกาย บลู (Sky Blue)

ส่วนอันดับที่ 4 ถึง 10 เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.2 บุคลิกภาพแบบทันสมัย

ทันสมัย (Modern) หมายถึง ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี

ตารางที่ 6.9 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องสื่ที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบทันสมัย

ระดับความคิดเห็น			หมายเลขสื่ที่ถูกเลือก สำหรับบุคลิกภาพแบบทันสมัย
ลำดับที่	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	
-	15	100	-
-	14	93.3	-
-	13	86.6	-
-	12	80	-
1	11	73.3	113, 114, 116, 119, 120
2	10	66.6	22, 23, 24, 25
3	9	60	107, 111, 112, 115, 117, 118
4	8	53.3	21, 26, 27, 105, 106,
5	7	46.6	28, 108, 109
-	6	40	-
7	5	33.3	29, 30, 33, 34, 110
8	4	26.6	32, 35, 37, 38, 39, 60
9	3	20	12, 31, 36, 40,
10	2	13.3	52, 59, 73, 74, 77, 78, 98, 104, 126, 127
11	1	6.6	1, 3, 7, 8, 10, 11, 13, 14, 15, 18, 41, 42, 48, 49, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 75, 76, 79, 80, 91, 97, 101, 102, 103, 121, 122, 123, 124, 125, 128, 129, 130

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.9 พบว่า สีที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบทันสมัย มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

113. โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)

114. ซีวีค (Seaweed)

116. คัสกี้ กรีน (Dusky Green)

119. คัสกี้ ไวโอเล็ต (Dusky violet)

120. ท็อป บราวน์ (Taupe Brown)

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

22. แอปริคอต (Apricot)

23. คานารี เยลโล (Canary Yellow)

24. คานารี (Canary)

25. เอเมอเรียลด์ (Emerald)

ส่วนอันดับที่ 3 ถึง 11 เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.3 บุคลิกภาพแบบชวณฝัน

ชวณฝัน (Romantic) หมายถึง มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา

ตารางที่ 6.10 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือกในเรื่องสี่ที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบชวณฝัน

ระดับความคิดเห็น			หมายเลขสี่ที่ถูกเลือก สำหรับบุคลิกภาพแบบชวณฝัน
ลำดับที่	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	
-	15	100	-
-	14	93.3	-
1	13	86.6	41, 44, 45, 46, 47, 48
2	12	80	36, 37, 42, 43, 49, 50, 70
3	11	73.3	35, 38, 66, 68, 69
-	10	66.6	-
4	9	60	39, 67
5	8	53.3	33, 34, 40
6	7	46.6	25, 26, 27, 28
7	6	40	24, 29, 65
8	5	33.3	5, 31, 32
9	4	26.6	21, 23
10	3	20	22, 64
11	2	13.3	3, 10, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 91, 100
12	1	6.6	1, 2, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 89, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 120

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.10 พบว่า สีที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบขวนฝืน มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 41. เบบี้ พิงค์ (Baby Pink)
- 44. เฟด ชาร์ตท루ซ (Pale Chartreuse)
- 45. เฟด โอเพิล (Pale Opal)
- 46. ฮอริซอน บลู (Horizon Blue)
- 47. เฟด บลู (Pale Blue)
- 48. เฟด มิสท์ (Pale Mist)

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 36. ไลท์ อะควา กรีน (Light Aqua Green)
- 37. อะควา บลู (Aqua Blue)
- 42. เฟด โอเชอร์ (Pale Ochre)
- 43. ไอวารี (Ivory)
- 49. เฟด ไลแลค (Pale Lilac)
- 50. เชอร์รี่ โรส (Cherry Rose)
- 70. ออร์คิด (Orchid)

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 35. ไลท์ โอพาลีน กรีน (Light Opaline Green)
- 38. สกาย มิสท์ (Sky Mist)
- 66. เวนิส กรีน (Venice Green)
- 68. เฟด บลู 2 (Pale Blue II)
- 69. ไลแลค 2 (Lilac II)

ส่วนอันดับที่ 4 ถึง 12 เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2.4 บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ

ธรรมชาติ (Natural) หมายถึง เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ราบรื่น ประนีประนอม

ตารางที่ 6.11 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือกในเรื่องสี่ที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ

ระดับความคิดเห็น			หมายเลขสี่ที่ถูกเลือก สำหรับบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ
ลำดับที่	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	
-	15	100	-
-	14	93.3	-
1	13	86.6	71
2	12	80	78
3	11	73.3	67, 68, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 79, 80, 96
-	10	66.6	-
4	9	60	65, 66, 87, 88, 94, 95
5	8	53.3	64, 98, 99
6	7	46.6	84, 85, 86, 97, 100
7	6	40	89, 90, 93
8	5	33.3	91, 92
9	4	26.6	62, 63, 69, 70, 83
10	3	20	61, 81, 82
11	2	13.3	5, 6, 14, 15, 16 17, 26, 28, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57
12	1	6.6	4, 7, 18, 25, 34, 58, 59, 60, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.11 พบว่า สีที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

71. โรส เกร (Rose Gray)

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

78. สเลต บลู (Slate Blue)

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

67. อะความารีน (Aquamarine)

68. เพด บลู 2 (Pale Blue II)

72. โรส เบจ (Rose Beige)

73. แซนด์ เบจ (Sand Beige)

74. มิสเทิล โท กรีน (Mistletoe Green)

75. มิสท์ กรีน 2 (Mist Green II)

76. บลู สปรูซ (Blue Spruce)

77. บลู เกร (Blue Gray)

79. พิวเจียน (Pigeon)

80. ออร์คิด เกร (Orchid Gray)

96.พรัสเซียน กรีน (Prussian Green)

ส่วนอันดับที่ 4 ถึง 12 เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.5 บุคลิกภาพแบบหรรษา

หรรษา (Elegant) หมายถึง ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ

ตารางที่ 6.12 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องสื่ที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบหรรษา

ระดับความคิดเห็น			หมายเลขสื่ที่ถูกเลือก สำหรับบุคลิกภาพแบบหรรษา
ลำดับที่	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	
-	15	100	-
1	14	93.3	111, 119, 121
2	13	86.6	117, 122
3	12	80	110, 113, 114, 116
4	11	73.3	108, 109, 112, 115, 118, 120
5	10	66.6	123, 124
6	9	60	101
7	8	53.3	102, 104
8	7	46.6	103, 105, 107, 125
-	6	40	-
9	5	33.3	106, 126, 127, 129
10	4	26.6	93, 128, 130
11	3	20	52, 71, 72, 74, 91
12	2	13.3	51, 53, 54, 73, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 92, 94, 97, 98, 99
13	1	6.6	7, 8, 9, 13, 19, 21, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 63, 83, 89, 90, 95, 96, 100

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.12 พบว่า สีที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบหรรษา มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 14 คน เท่ากับ 93.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 111. มารูน (Maroon)
- 119. คัสกี ไวโอเล็ต (Dusky violet)
- 121. แบล็ค (N1.5=Neutral / Black)

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 117. พรัสเซียน บลู (Prussian Blue)
- 122. ชาร์โคล เกร (N2=Neutral / Charcoal Gray)

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 110. เรด เกรป (Red Grape)
- 113. โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)
- 114. ซีวีค (Seaweed)
- 116. คัสกี กรีน (Dusky Green)

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 108. ดาร์ค มินเอรอล บลู (Dark Mineral Blue)
- 109. พรูน (Prune)
- 112. ฟัลคอน (Falcon)
- 115. จังเกิล กรีน (Jungle Green)
- 118. มิดไนท์ บลู (Midnight Blue)
- 120. ท็อป บราวน์ (Taupe Brown)

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 123. สโม๊ค เกร (N3=Neutral / Smoke Gray)
- 124. สโม๊ค เกร 2 (N4=Neutral / Smoke Gray II)

ส่วนอันดับที่ 6 ถึง 13 เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2.6 บุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋

เก๋ไก๋ (Chic) หมายถึง ละเอียดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์

ตารางที่ 6.13 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือกในเรื่องสีที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋

ลำดับที่	ระดับความคิดเห็น		หมายเลขสีที่ถูกเลือก สำหรับบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	
-	15	100	-
-	14	93.3	-
-	13	86.6	-
1	12	80	7, 21
2	11	73.3	30
3	10	66.6	22, 29
-	9	60	-
4	8	53.3	6, 8, 23, 27, 34
5	7	46.6	28, 32, 33
6	6	40	24, 39
7	5	33.3	3, 4, 5, 9, 10, 12, 17, 20, 25, 31, 35, 87
8	4	26.6	1, 2, 11, 13, 14, 15, 16, 18, 19, 38
9	3	20	26, 36, 40, 47, 101, 121
10	2	13.3	37, 46, 84, 91, 94, 95, 109, 127
11	1	6.6	48, 63, 66, 67, 86

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.13 พบว่า สีที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋ มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

7. เซรูลีน บลู (Cerulean Blue)

21. โรส (Rose)

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

30. โรส พิงค์ (Rose Pink)

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

22. แอปริคอต (Apricot)

29. ลาเวนเดอร์ (Lavender)

ส่วนอันดับที่ 4 ถึง 11 เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.7 บุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม

เป็นที่นิยม (Classic) หมายถึง มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ

ตารางที่ 6.14 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องสี่ที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม

ระดับความคิดเห็น			หมายเลขสี่ที่ถูกเลือก สำหรับบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม
ลำดับที่	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	
-	15	100	-
-	14	93.3	-
-	13	86.6	-
-	12	80	-
1	11	73.3	53, 54, 55, 56, 57, 58, 113, 126, 127, 128, 129
2	10	66.6	114, 115, 116, 117, 118
-	9	60	-
3	8	53.3	59, 112
-	7	46.6	-
4	6	40	52, 60, 111
5	5	33.3	51, 73, 106, 107, 108, 119, 121, 122, 123, 130
6	4	26.6	71, 72, 103, 109, 124, 125
7	3	20	63, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 80, 105, 120
8	2	13.3	41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 61, 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 83, 101, 102, 104, 110
9	1	6.6	1, 8, 16, 18, 19, 87, 88, 89, 93, 94, 100

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.14 พบว่า สีที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม มีดังนี้
อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 53. ไลท์ โอลีฟ เกร (Light Olive Gray)
- 54. มิสท์ กรีน (Mist Green)
- 55. แอช เกร (Ash Gray)
- 56. เอ็กเชลล์ บลู (Eggshell Blue)
- 57. เพาเดอร์ บลู (Powder Blue)
- 58. มูนสโตน บลู (Moonstone Blue)
- 113. โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)
- 126. มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)
- 127. ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)
- 128. ซิลเวอร์ เกร 2 (N8=Neutral / Silver Gray II)
- 129. เพิร์ล เกร (N9=Neutral / Pearl Gray)

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

- 114. ซีวีค (Seaweed)
- 115. จังเกิล กรีน (Jungle Green)
- 116. ดัสกี้ กรีน (Dusky Green)
- 117. พรัสเซียน บลู (Prussian Blue)
- 118. มิดไนท์ บลู (Midnight Blue)

ส่วนอันดับที่ 3 ถึง 9 เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2.8 บุคลิกภาพแบบโอ้อ่า

โอ้อ่า (Dandy) หมายถึง สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคน

เมื่อตารางที่ 6.15 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบโอ้อ่า

ลำดับที่	ระดับความคิดเห็น		หมายเลขสื่อกับถูกเลือก สำหรับบุคลิกภาพแบบโอ้อ่า
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	
1	15	100	121
2	14	93.3	122, 123, 124, 125
3	13	86.6	126, 127
4	12	80	103, 104
5	11	73.3	101, 102, 105, 128
-	10	66.6	-
6	9	60	120
7	8	53.3	106, 119, 129
8	7	46.6	107, 118,
9	6	40	110, 112, 113, 116, 117, 130
10	5	33.3	108, 109, 111, 114, 115
-	4	26.6	-
11	3	20	74, 77, 80
12	2	13.3	71, 72, 73, 78
13	1	6.6	52, 54, 58, 75, 76, 79, 82, 83, 88, 100

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.15 พบว่า สีที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบโอ้อ่ามีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ คือ

121. แบล็ค (N1.5=Neutral / Black)

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 14 คน เท่ากับ 93.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

122. ชาร์โคล เกร (N2=Neutral / Charcoal Gray)

123. สโม๊ค เกร (N3=Neutral / Smoke Gray)

124. สโม๊ค เกร 2 (N4=Neutral / Smoke Gray II)

125. มีเดียม เกร (N5=Neutral / Medium Gray)

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

126. มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)

127. ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

103. โอลีฟ (Olive)

104. ไอวี กรีน (Ivy Green)

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

101. มาฮอกานี (Mahogany)

102. คอฟฟี่ บราวน์ (Coffee Brown)

105. บ๊อตเติล กรีน (Bottle Green)

128. ซิลเวอร์ เกร 2 (N8=Neutral / Silver Gray II)

ส่วนอันดับที่ 6 ถึง 13 เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อบุคลิกภาพในงานออกแบบ

แนวคิดนี้จะแสดงออกมาในการใช้ตัวอักษรไทย เพื่อให้ตัวอักษรเหล่านั้นสื่อบุคลิกภาพต่างๆ ที่ใช้เป็นแนวคิดในงานออกแบบ ตามหลักการสื่อความหมายของตัวอักษร เป็นองค์ประกอบทางการออกแบบที่มีเอกลักษณ์และความเด่นชัดสูง ความหมายของตัวอักษรจะเปลี่ยนแปลงได้ด้วยปัจจัยทางด้านโครงสร้างของตัวอักษร ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

3.1 บุคลิกภาพแบบลำลอง

ลำลอง (Casual) หมายถึง สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน ดูอ่อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า

ตารางที่ 6.16 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบลำลอง

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบลำลอง	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	-	-	-
2. ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-
3. ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	5	33.3	4
4. ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	2	13.3	5
5. ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	10	66.6	3
6. ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	2	13.3	5
7. ตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	-	-	-
8. ตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-
9. ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	12	80	2
10. ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	15	100	1

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.16 พบว่า ตัวอักษรไทยที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบลำลอง มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวประดิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน

และตัวประดิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน



คุรุวิทยุทยทรพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.2 บุคลิกภาพแบบทันสมัย

ทันสมัย (Modern) หมายถึง ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี

ตารางที่ 6.17 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบทันสมัย

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบทันสมัย	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	11	73.3	2
2. ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	3	20	4
3. ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	15	100	1
4. ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	10	66.6	3
5. ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	-	-	-
6. ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-
7. ตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	-	-	-
8. ตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-
9. ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	-	-	-
10. ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.17 พบว่า ตัวอักษรไทยที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบทันสมัย มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน

3.3 บุคลิกภาพแบบชวณฝัน

ชวณฝัน (Romantic) หมายถึง มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา

ตารางที่ 6.18 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบชวณฝัน

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบชวณฝัน	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	1	6.6	5
2. ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-
3. ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	-	-	-
4. ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	1	6.6	5
5. ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	11	73.3	2
6. ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	12	80	1
7. ตัวอรัถย์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	1	6.6	5
8. ตัวอรัถย์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	2	13.3	4
9. ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	2	13.3	4
10. ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	10	66.6	3

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.18 พบว่า ตัวอักษรไทยที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบชวณฝัน มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ตัวอาร์กัย แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
และตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 1 คน เท่ากับ 6.6 เปอร์เซ็นต์ มี 3 คำตอบ คือ
ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
และตัวอาร์กัย แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.4 บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ

ธรรมชาติ (Natural) หมายถึง เป็นกันเอง สนุกสนม กลมกลืน ราบรื่น ประณีประนอม

ตารางที่ 6.19 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	11	73.3	1
2. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	8	53.3	3
3. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	2	13.3	5
4. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	1	6.6	6
5. ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	3	20	4
6. ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	2	13.3	5
7. ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	-	-	-
8. ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-
9. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	10	66.6	2
10. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	10	66.6	2

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.19 พบว่า ตัวอักษรไทยที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

และตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 8 คน เท่ากับ 53.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

และตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.5 บุคลิกภาพแบบหรรหรา

หรรหรา (Elegant) หมายถึง ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ

ตารางที่ 6.20 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบหรรหรา

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบหรรหรา	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	10	66.6	3
2. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	7	46.6	4
3. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	1	6.6	7
4. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	2	13.3	6
5. ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	5	33.3	5
6. ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	5	33.3	5
7. ตัวอรัญย์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	13	86.6	1
8. ตัวอรัญย์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	12	80	2
9. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	-	-	-
10. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.20 พบว่า ตัวอักษรไทยที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบหรรหรา มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวอรัญย์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวอรัญย์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 7 คน เท่ากับ 46.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบนำหนักเส้นไม่เท่ากัน
อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ
ตัวประดิษฐ์ แบบนำหนักเส้นเท่ากัน
และตัวประดิษฐ์ แบบนำหนักเส้นไม่เท่ากัน
อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์ คือ
ตัวไม่มีหัว แบบนำหนักเส้นไม่เท่ากัน
อันดับที่ 7 มีผู้เลือก 1 คน เท่ากับ 6.6 เปอร์เซ็นต์ คือ
ตัวไม่มีหัว แบบนำหนักเส้นเท่ากัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.6 บุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋

เก๋ไก๋ (Chic) หมายถึง ละเอียดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์

ตารางที่ 6.21 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	2	13.3	4
2. ตัวมีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-
3. ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	13	86.6	1
4. ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	10	66.6	2
5. ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	10	66.6	2
6. ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	4	26.6	3
7. ตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	1	6.6	5
8. ตัวอาร์กซ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	1	6.6	5
9. ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน	1	6.6	5
10. ตัวลายมือ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน	2	13.3	4

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.21 พบว่า ตัวอักษรไทยที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋ มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ตัวไม่มีหัว แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน

และตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นเท่ากัน

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 4 คน เท่ากับ 26.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวประคิษฐ์ แบบนำหน้าเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ตัวมีหัว แบบนำหนักเส้นเท่ากัน

และตัวลายมือ แบบนำหนักเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 1 คน เท่ากับ 6.6 เปอร์เซ็นต์ มี 3 คำตอบ คือ

ตัวอาร์กซ์ แบบนำหนักเส้นเท่ากัน

ตัวอาร์กซ์ แบบนำหนักเส้นไม่เท่ากัน

และตัวลายมือ แบบนำหนักเส้นเท่ากัน



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.7 บุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม

เป็นที่นิยม (Classic) หมายถึง มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ

ตารางที่ 6.22 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	13	86.6	1
2. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	3	20	4
3. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	1	6.6	6
4. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-
5. ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	2	13.3	5
6. ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	3	20	4
7. ตัวอาร์กัย แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	12	80	2
8. ตัวอาร์กัย แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	6	40	3
9. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	-	-	-
10. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.22 พบว่า ตัวอักษรไทยที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวอาร์กัย แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 6 คน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวอาร์กัย แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
และตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์ คือ
ตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 1 คน เท่ากับ 6.6 เปอร์เซ็นต์ คือ
ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.8 บุคลิกภาพแบบโอ้อ่า

โอ้อ่า (Dandy) หมายถึง สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคน

ตารางที่ 6.23 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบโอ้อ่า

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบโอ้อ่า	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	10	66.6	2
2. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	5	33.3	4
3. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	3	20	5
4. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	9	60	3
5. ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	1	6.6	7
6. ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	3	20	5
7. ตัวอักษร์กัษ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	11	73.3	1
8. ตัวอักษร์กัษ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	2	13.3	6
9. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน	-	-	-
10. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน	-	-	-

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ
เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.23 พบว่า ตัวอักษรไทยที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบโอ้อ่า มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวอักษร์กัษ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 9 คน เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ
ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
และตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์ คือ
ตัวอาร์คัย แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
อันดับที่ 7 มีผู้เลือก 1 คน เท่ากับ 6.6 เปอร์เซ็นต์ คือ
ตัวประดิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อบุคลิกภาพในงานออกแบบ

แนวคิดนี้จะแสดงออกมาในการจัดองค์ประกอบของงานออกแบบในภาพรวม เพื่อให้สื่อบุคลิกภาพต่างๆ ที่ใช้เป็นแนวคิดในงานออกแบบ ตามหลักการสื่อความหมายจากการจัดองค์ประกอบ เป็นกระบวนการออกแบบที่สามารถสื่อความหมายและสร้างความรู้สึให้กับงานออกแบบ ความหมายชิ้นงานจะเปลี่ยนแปลงได้ด้วยปัจจัยด้านต่างๆ เช่น การทำให้สมดุล การทำให้แตกต่าง การทำให้ซ้ำกัน ผลการวิเคราะห์ มีดังนี้

4.1 บุคลิกภาพแบบลำลอง

ลำลอง (Casual) หมายถึง สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน ดูอ่อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า

ตารางที่ 6.24 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบลำลอง

การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบลำลอง	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ความสมดุล แบบเท่ากัน	-	-	-
2. ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน	-	-	-
3. ความสมดุล แบบรัศมี	10	66.6	3
4. ความแตกต่าง ด้วยขนาด	15	100	1
5. ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง	5	33.3	5
6. ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง	12	80	2
7. ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก	-	-	-
8. การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ	-	-	-
9. การซ้ำ แบบอัตราส่วน	7	46.6	4

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.24 พบว่า การจัดองค์ประกอบที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบลำลอง มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบรัศมี

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 7 คน เท่ากับ 46.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้การซ้ำแบบอัตราส่วน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2 บุคลิกภาพแบบทันสมัย

ทันสมัย (Modern) หมายถึง ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี

ตารางที่ 6.25 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบทันสมัย

การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบทันสมัย	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ความสมดุล แบบเท่ากัน	12	80	1
2. ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน	3	20	5
3. ความสมดุล แบบรัศมี	5	33.3	3
4. ความแตกต่าง ด้วยขนาด	3	20	5
5. ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง	10	66.6	2
6. ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง	4	26.6	4
7. ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก	3	20	5
8. การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ	10	66.6	2
9. การซ้ำ แบบอัตราส่วน	1	6.6	6

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.25 พบว่า การจัดองค์ประกอบที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบทันสมัย มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง

และใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบรัศมี

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 4 คน เท่ากับ 26.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง
อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ มี 3 คำตอบ คือ
ใช้ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน
ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด
และใช้ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก
อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 1 คน เท่ากับ 6.6 เปอร์เซ็นต์ คือ
ใช้การซ้ำ แบบอัตราส่วน



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.3 บุคลิกภาพแบบชวณฝัน

ชวณฝัน (Romantic) หมายถึง มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา

ตารางที่ 6.26 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบชวณฝัน

การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบชวณฝัน	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ความสมดุล แบบเท่ากัน	7	46.6	4
2. ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน	5	33.3	6
3. ความสมดุล แบบไร้ศมี	-	-	-
4. ความแตกต่าง ด้วยขนาด	10	66.6	3
5. ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง	12	80	1
6. ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง	6	40	5
7. ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก	3	20	7
8. การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ	2	13.3	8
9. การซ้ำ แบบอัตราส่วน	11	73.3	2

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.26 พบว่า การจัดองค์ประกอบที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบชวณฝัน มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้การซ้ำ แบบอัตราส่วน

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 7 คน เท่ากับ 46.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 6 คน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ คือ
ใช้ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง

อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ คือ
ใช้ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน

อันดับที่ 7 มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ คือ
ใช้ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก

อันดับที่ 8 มีผู้เลือก 2 คน เท่ากับ 13.3 เปอร์เซ็นต์ คือ
ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.4 บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ

ธรรมชาติ (Natural) หมายถึง เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ราบรื่น ประนีประนอม

ตารางที่ 6.27 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ

การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ความสมดุล แบบเท่ากัน	10	66.6	2
2. ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน	8	53.3	4
3. ความสมดุล แบบรัศมี	11	73.3	1
4. ความแตกต่าง ด้วยขนาด	4	26.6	7
5. ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง	7	46.6	5
6. ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง	4	26.6	7
7. ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก	9	60	3
8. การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ	10	66.6	2
9. การซ้ำ แบบอัตราส่วน	6	40	6

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.27 พบว่า การจัดองค์ประกอบที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบธรรมชาติ มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบรัศมี

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน

และใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 9 คน เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 8 คน เท่ากับ 53.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 7 คน เท่ากับ 46.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง

อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 6 คน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้การซ้ำ แบบอัตราส่วน

อันดับที่ 7 มีผู้เลือก 4 คน เท่ากับ 26.6 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด

และใช้ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.5 บุคลิกภาพแบบหรรหรา

หรรหรา (Elegant) หมายถึง ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ

ตารางที่ 6.28 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบหรรหรา

การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบหรรหรา	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ความสมดุล แบบเท่ากัน	12	80	2
2. ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน	9	60	5
3. ความสมดุล แบบรัศมี	13	86.6	1
4. ความแตกต่าง ด้วยขนาด	11	73.3	3
5. ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง	4	26.6	7
6. ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง	6	40	6
7. ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก	10	66.6	4
8. การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ	11	73.3	3
9. การซ้ำ แบบอัตราส่วน	1	6.6	8

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.28 พบว่า การจัดองค์ประกอบที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบหรรหรา มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบรัศมี

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด

และใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 10 คน เท่ากับ 66.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 9 คน เท่ากับ 60 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน

อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 6 คน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง

อันดับที่ 7 มีผู้เลือก 4 คน เท่ากับ 26.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง

อันดับที่ 8 มีผู้เลือก 1 คน เท่ากับ 6.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้การซ้ำ แบบอัตราส่วน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.6 บุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋

เก๋ไก๋ (Chic) หมายถึง ละเอียดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์

ตารางที่ 6.29 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋

การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ความสมดุล แบบเท่ากัน	8	53.3	4
2. ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน	5	33.3	7
3. ความสมดุล แบบรัศมี	11	73.3	3
4. ความแตกต่าง ด้วยขนาด	12	80	2
5. ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง	6	40	6
6. ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง	5	33.3	7
7. ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก	13	86.6	1
8. การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ	11	73.3	3
9. การซ้ำ แบบอัตราส่วน	7	46.6	5

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.29 พบว่า การจัดองค์ประกอบที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบเก๋ไก๋ มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 12 คน เท่ากับ 80 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ใช้ความสมดุล แบบรัศมี

และใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 8 คน เท่ากับ 53.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 7 คน เท่ากับ 46.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้การซ้ำ แบบอัตราส่วน

อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 6 คน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง

อันดับที่ 7 มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ใช้ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน

และใช้ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.7 บุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม

เป็นที่นิยม (Classic) หมายถึง มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ

ตารางที่ 6.30 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม

การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ความสมดุล แบบเท่ากัน	15	100	1
2. ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน	5	33.3	5
3. ความสมดุล แบบรัศมี	6	40	4
4. ความแตกต่าง ด้วยขนาด	11	73.3	3
5. ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง	5	33.3	5
6. ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง	5	33.3	5
7. ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก	3	20	6
8. การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ	13	86.6	2
9. การซ้ำ แบบอัตราส่วน	-	-	-

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.30 พบว่า การจัดองค์ประกอบที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบเป็นที่นิยม มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 11 คน เท่ากับ 73.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 6 คน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบรัศมี

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 5 คน เท่ากับ 33.3 เปอร์เซ็นต์ มี 3 คำตอบ คือ

ใช้ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน

ใช้ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง

และใช้ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง

อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.8 บุคลิกภาพแบบโอ้อ่า

โอ้อ่า (Dandy) หมายถึง สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคน

ตารางที่ 6.31 แสดงความถี่ในการเลือก คำร้อยละและลำดับที่ที่ถูกเลือก ในเรื่องการจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของบุคลิกภาพแบบโอ้อ่า

การจัดองค์ประกอบที่ใช้สื่อความหมายของ บุคลิกภาพแบบโอ้อ่า	ระดับความคิดเห็น		
	ความถี่ (คน)	ร้อยละ (%)	ลำดับ
1. ความสมดุล แบบเท่ากัน	14	93.3	2
2. ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน	6	40	4
3. ความสมดุล แบบรัศมี	13	86.6	3
4. ความแตกต่าง ด้วยขนาด	4	26.6	5
5. ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง	4	26.6	5
6. ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง	1	6.6	7
7. ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก	3	20	6
8. การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ	15	100	1
9. การซ้ำ แบบอัตราส่วน	1	6.6	7

จำนวนผู้ให้ข้อมูล 15 คน (N = 15) สามารถตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา คือ ตั้งแต่ 10 คนขึ้นไป ($\geq 66.6\%$)

จากตารางที่ 6.31 พบว่า การจัดองค์ประกอบที่ถูกเลือกสำหรับบุคลิกภาพแบบโอ้อ่า มีดังนี้

อันดับที่ 1 มีผู้เลือก 15 คน เท่ากับ 100 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ

อันดับที่ 2 มีผู้เลือก 14 คน เท่ากับ 93.3 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน

อันดับที่ 3 มีผู้เลือก 13 คน เท่ากับ 86.6 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบรัศมี

ส่วนอันดับต่อไปนี้เป็นคำตอบที่มีค่าเฉลี่ยไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

อันดับที่ 4 มีผู้เลือก 6 คน เท่ากับ 40 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความสมดุล แบบไม่เท่ากัน

อันดับที่ 5 มีผู้เลือก 4 คน เท่ากับ 26.6 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด

และใช้ความแตกต่าง ด้วยรูปร่าง

อันดับที่ 6 มีผู้เลือก 3 คน เท่ากับ 20 เปอร์เซ็นต์ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยน้ำหนัก

อันดับที่ 7 มีผู้เลือก 1 คน เท่ากับ 6.6 เปอร์เซ็นต์ มี 2 คำตอบ คือ

ใช้ความแตกต่าง ด้วยทิศทาง

และใช้การซ้ำ แบบอัตราส่วน



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 7

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

บทนี้เป็นการสรุปผลการวิจัยของวิทยานิพนธ์เรื่อง การสร้างมาตรฐานเรขศิลป์ที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล ที่มีจุดมุ่งหมายที่จะค้นหากระบวนการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย ให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม โดยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบเรขศิลป์ที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม
2. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบในการออกแบบเรขศิลป์ที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม
3. เพื่อหารูปแบบมาตรฐานที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการ

ฮาลาลในประเทศไทย

วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้มีพื้นฐานมาจากแนวคิด 3 แนวคิด คือ

1. อิสลามิกวัตน์ (Islamization) ที่เกี่ยวข้องกับหลักการของอิสลาม ฮาลาลและสุนทรียภาพที่สะท้อนมาจากศาสนา
2. ท้องถิ่นวัตน์ (Localization) ที่เกี่ยวข้องกับศิลปะอิสลาม แนวคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ความแตกต่างกันของชาติพันธุ์ อันได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา ภูมิภาค ทำให้เกิดอัตลักษณ์เฉพาะตัว เกิดรูปแบบศิลปะ รูปแบบวัฒนธรรมและรูปแบบชีวิต
3. โลกาวัตน์ (Globalization) ที่เกี่ยวข้องกับการสื่อความหมายและการออกแบบที่เป็นสากล ในกระบวนการสื่อสารที่ใช้หลักการฟัง พูด อ่าน เขียน มีภาษาภาพเป็นภาษาสากลที่เรียกว่างานเรขศิลป์

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ได้ตั้งคำถามของการวิจัยว่า

1. หลักการของศาสนาอิสลามสัมพันธ์กับแนวคิดของการออกแบบอย่างไร
2. ความเป็นชาวไทยมุสลิมสัมพันธ์กับรูปแบบของการออกแบบ อย่างไร
3. เรขศิลป์ที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย ควรจะมีลักษณะอย่างไร

จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 3 เรื่อง แต่ละเรื่องจะตอบคำถามของวัตถุประสงค์แต่ละข้อ ดังที่ปรากฏในผลการวิเคราะห์ในบทก่อนหน้า ดังนี้

บทที่ 4 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามแนวคิดของชาวไทยมุสลิม

บทที่ 5 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามรูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย

บทที่ 6 แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ

การวิเคราะห์ดังกล่าว ประมวลผลมาจากข้อมูลหลายแบบ คือ ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ที่มีบทบาททางศาสนา ใช้ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างและจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ ผลที่ปรากฏในบทดังกล่าว จะเป็นการบรรยายข้อมูลที่ได้ในรูปแบบพรรณานำเสนอ รูปแบบแสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นและรูปแบบการแจกแจงความถี่ เป็นข้อมูลแบบตรงไปตรงมา มีการจัดลำดับของข้อมูลตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้ เพื่อคัดกรองคำตอบที่เหมาะสม

ในบทนี้จะมีเนื้อหา 2 ส่วน คือ 1) สรุปผลการวิจัยเพื่อให้ได้คำตอบที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปใช้ ซึ่งในบทที่ 6 เรื่องแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ มีคำตอบที่ผ่านเกณฑ์ค่อนข้างมาก ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการนำผลการวิจัยไปใช้ จึงเลือกคำตอบที่มีคะแนนสูง 3 อันดับแรก ส่วนข้อที่ผ่านเกณฑ์แต่ได้คะแนนไม่สูงจะไม่นำไปใช้ และ 2) อภิปรายผลการวิจัยในเชิงสังเคราะห์ ที่มีการแสดงความคิดเห็นในคำตอบที่เลือกไปใช้

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สรุปผลการวิจัย

1. แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามแนวคิดของชาวไทยมุสลิม

1.1 แนวคิดการใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์ ยึดมั่นในอารยธรรมอาหรับของชาวไทยมุสลิม

แนวคิดนี้จะแสดงออกมาในรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่สะท้อนวิถีคิดและอัตลักษณ์ของมุสลิม มุสลิมทั่วโลกมีความยึดมั่นในหลักคำสอนของศาสนา ไม่ว่าจะอยู่ในวัฒนธรรมใดหรืออยู่ในส่วนใดของโลก ชาวไทยมุสลิมก็เช่นกัน โดยมีแนวคิดในการคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของอิสลามและเชื่อมโยงกับเชื้อชาติของตน ซึ่งมีผลทำให้มุสลิมมีวิถีชีวิตที่แตกต่าง แต่ก็อยู่ร่วมกับสังคมที่มีความแตกต่างของศาสนาได้ มุสลิมจะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในสังคม และยังคงรักษาหลักการทางศาสนาไว้ได้ โดยที่ไม่เป็นอุปสรรคกับการดำรงชีพ

1.2 แนวคิดการอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาล

แนวคิดนี้จะแสดงออกมาในวิถีชีวิต ในวิถีคิด ในโครงสร้างของสถาปัตยกรรมมัซยิดและรูปแบบศิลปกรรมที่ปรากฏในมัซยิด เนื่องจากชุมชนมุสลิมมีความเชื่อมโยงกับมัซยิดโดยตรง ด้วยความที่มัซยิดมีฐานะเป็นบ้านของพระเจ้า เป็นศูนย์กลางของชุมชน แนวคิดที่ใช้ในการสร้างมัซยิดจึงมีความสำคัญและสะท้อนวิถีคิด สะท้อนวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของมุสลิม มุสลิมทุกคนมีความยึดมั่นในหลักคำสอนของศาสนา จะมีแนวคิดในการสร้างอัตลักษณ์ของอิสลามและเชื่อมโยงกับเชื้อชาติของตน ซึ่งมีผลทำให้มัซยิดมีรูปแบบพื้นฐานแบบอิสลาม แต่จะมีรายละเอียดปลีกย่อยที่แตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมของแต่ละชาติพันธุ์และศักยภาพของชุมชน

ในชุมชนมุสลิมที่แวดล้อมด้วยสังคมไทย สิ่งที่มุสลิมมีวิถีชีวิตที่ใกล้ชิดกับคนไทยพุทธ วัฒนธรรมไทย บ้านไทย วัดไทยและวัง การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย เป็นการปรับตัวให้เข้ากับบริบททางสังคมและสภาพแวดล้อม มุสลิมส่วนใหญ่รับประทานอาหารไทยที่ปรุงตามหลักการฮาลาล ที่อยู่อาศัยในชุมชนมุสลิมจะมีรูปแบบกลมกลืนกับชุมชนศาสนาอื่น ด้วยการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น ทำมาค้าขายและมีอาชีพแบบเดียวกับชาวไทยทั่วไป วัดและวังเป็นสิ่งที่สมบูรณแบบในอุดมคติสำหรับชาวไทยโดยทั่วไป รูปแบบทางสถาปัตยกรรมไทยและศิลปะไทยบางอย่าง เป็นสิ่งที่มุสลิมในยุคหนึ่งนำไปปรับใช้ในการสร้างมัซยิด

1.3 แนวคิดของศิลปะไทยกับชาวไทยมุสลิม

ชาวไทยมุสลิมมีความคุ้นเคยกับความเป็นไทยและอัตลักษณ์ไทย เช่น อนุปนิสัยที่สนุกสนานร่าเริง การกินการอยู่ การแต่งกาย งานเทศกาล วัฒนธรรม และศิลปะไทยที่เป็นสิ่งที่มีคุณค่าตามอุดมคติของคนไทย แนวคิดเรื่องศิลปะไทยจึงมีนัยกับชาวไทยมุสลิมพอสมควร ในสถาปัตยกรรมอิสลามยุคใหม่ ถึงแม้ว่าไม่ค่อยมีศิลปะไทยมาเกี่ยวข้อง แต่มุสลิมก็ไม่ถือว่าศิลปะไทยเป็นสิ่งต้องห้าม

1.4 แนวคิดของศิลปะอิสลามกับชาวไทยมุสลิม

ศิลปะอิสลามในประเทศไทยมักจะปรากฏในมัสยิด โดยมีแนวคิดและรูปแบบที่เฉพาะตัว มีความหมายที่ลึกซึ้ง ใช้ค่อนข้างยาก รวมทั้งศิลปะอิสลามก็มักจะมีภาพลักษณ์และความหมายที่มักจะเกี่ยวข้องกับศาสนา โดยเฉพาะตัวอักษรอาหรับที่คนไทยไม่คุ้นเคยหรือคำที่มีความหมายเกี่ยวกับพระเจ้า จึงต้องระมัดระวังที่จะนำไปใช้ ทำให้มุสลิมต่างๆ ไปไม่ค่อยได้ใช้ศิลปะอิสลามในชีวิตประจำวันเท่าใดนัก การยึดหลักปฏิบัติทางศาสนาในชีวิตประจำวันมากกว่าการแสดงออกด้วยการตกแต่งประดับประดา ทำให้ชาวไทยมุสลิมไม่ค่อยใส่ใจในรูปแบบของศิลปะมากนัก ปัจจัยทางเศรษฐกิจก็เป็นสาเหตุหนึ่ง ที่ทำให้มัสยิดในประเทศไทยไม่นิยมการตกแต่งประดับประดา แนวคิดเรื่องศิลปะอิสลามจึงเป็นเรื่องไกลตัวสำหรับชาวไทยมุสลิม แต่มุสลิมทุกคนก็เห็นว่า ศิลปะอิสลามเป็นอัตลักษณ์ของมุสลิม แต่จะแตกต่างกันไปตามภูมิภาค

1.5 แนวคิดเรื่องความหมายในพระคัมภีร์

ในคัมภีร์อัลกุรอาน มีคำสอนอยู่ 3 หมวด คือ หมวดศรัทธา หมวดพงศาวดารและหมวดนิติบัญญัติ มุสลิมจะปฏิบัติตามคำสอนแต่ละข้อในชีวิตประจำวันด้วยความนอบน้อมและศรัทธา เพื่อให้ชีวิตดำเนินไปอย่างถูกต้องและเป็นที่โปรดปรานของพระเจ้า คำสอนแต่ละข้อเป็นวณะจากพระเจ้าที่ถ่ายทอดมายังท่านศาสดา ส่วนหนึ่งของคำสอนได้ถูกถ่ายทอดเป็นคำศัพท์ที่มีความหมายเกี่ยวกับความดีความงาม ที่มุสลิมจะต้องมี จะต้องปฏิบัติ อัน ได้แก่

1.5.1 ความจริงใจ (Sincerity) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า การเคารพภักดีต่อพระเจ้าอย่างบริสุทธิ์ใจ เป็นผู้มีเจตนาในแนวทางที่เที่ยงตรง

1.5.2 ความนอบน้อม (Respect) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า พระเจ้าได้สร้างมนุษย์เพศชาย เพศหญิง ให้เป็นเผ่า เป็นตระกูล ผู้ที่นอบน้อม ยำเกรงในพระเจ้าผู้ทรงรอบรู้ คือ ผู้ที่มีเกียรติยิ่ง

1.5.3 ความรู้ - เหตุผล (Knowledge) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า พระเจ้าทรงสอนมนุษย์ในสิ่งที่เขาไม่รู้ ไม่กระ้าง

1.5.4 ความสงบ - สมถิ (Modesty) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า ให้สำรวมในกิริยามารยาท ใช้ชีวิตอย่างระมัดระวัง สงวนท่าที

1.5.5 ความพอเพียง - สมดุล (Balance) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า พระเจ้าไม่ทรงโปรดผู้คนที่หยิ่งยโส ไร่่มรยาท จองหอง และคุยโวโอ้อวด

1.5.6 ระเบียบ - หลักการ (Remembrance) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า สรรพสิ่งในโลกล้วนแต่พระเจ้าสร้าง ให้รำลึกถึงพระเจ้าเสมอ พระเจ้าอยู่ในทุกหนแห่งและในจิตใจ

1.5.7 เอกภาพ (Unity) ที่มีเนื้อหาโดยสรุปว่า ในโลกนี้มีพระเจ้าเพียงองค์เดียว ไม่มีผู้ควรแก่การเคารพสักการะใด ๆ นอกจากพระองค์ผู้ทรงกรุณาปรานีผู้ทรงเมตตา

เอกภาพ ความสมดุล นอบน้อมและความจริงใจ เป็นคำที่ได้ยินค่อนข้างบ่อยในบริบทของอิสลาม โดยเฉพาะเอกภาพจะถูกใช้ในทุกเรื่อง ซึ่งเป็นไปตามหลักการของศาสนาที่มุสลิมจะต้องยอมรับในพระเจ้าองค์เดียวกัน ในหลักศรัทธา หลักปฏิบัติและหลักคุณธรรมเหมือนกัน ในศิลปะอิสลามก็ใช้หลักการแห่งเอกภาพและสมดุล เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งาน ดังที่ปรากฏในโครงสร้างของสถาปัตยกรรมมัสยิด ในลายเรขาคณิต ในลายพรรณพฤกษาและในตัวอักษรประดิษฐ์

ชาวไทยมุสลิมส่วนใหญ่ เห็นว่าแนวคิดเรื่องความจริงใจ เรื่องสำคัญที่สุดในสังคมปัจจุบัน ความจริงใจจะช่วยลดปัญหาหลายเรื่อง ส่วนแนวคิดที่เหลือก็สำคัญทุกเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นความนอบน้อม ความรู้และเหตุผล ความสงบและสมถิ ความพอเพียงและสมดุล ระเบียบและหลักการ เอกภาพ เพราะทั้งหมดนี้อยู่ในคำสอนของศาสนา คำตอบที่ได้จากเรื่องนี้แสดงให้เห็นว่าชาวไทยมุสลิมในปัจจุบันจัดอันดับความสำคัญของแนวคิดในการใช้ชีวิตแตกต่างกันไปตามยุคสมัยและสภาวะแวดล้อม แต่ก็แสดงว่า ความเป็นเอกภาพ ยังอยู่ในความคิดของชาวไทยมุสลิมเสมอ

1.6 ทศนคติของชาวไทยมุสลิมที่มีต่อการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

มุสลิมต้องการใช้ชีวิตอย่างมีความสุข ต้องการความเอาใจใส่ของสังคมและได้รับความสะดวกสบายตามอัตภาพ ปัจจัยสี่มีความหมายเป็นอันดับแรก การกินการอยู่ให้ถูกหลักฮาลาลจึงเป็นเรื่องสำคัญ การมีผลิตภัณฑ์ฮาลาลวางจำหน่ายอยู่ทั่วไป ทำให้สะดวกกายสบายใจ

รูปลักษณะภายนอกของผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ยังไม่ตอบสนองความต้องการทางด้านจิตใจของผู้บริโภคที่เป็นมุสลิม เช่น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์และเรขศิลป์ (ลวดลาย) ของบรรจุภัณฑ์ ที่มีลักษณะกลางๆ ไม่สื่อถึงบรรยากาศหรือวัฒนธรรมอิสลาม การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ให้มีลักษณะแบบอิสลามเป็นสิ่งที่ยังไม่มีการปฏิบัติอย่างจริงจัง แต่หากมองที่ประโยชน์ที่น่าจะได้รับ อย่างน้อยที่สุดก็เป็นการเพิ่ม

ความสะดวกในเลือกซื้อ แทนที่จะเสียเวลาในการมองหาตราสัญลักษณ์ฮาลาลที่มีขนาดเล็กมาก อีกทั้งการออกแบบให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาลมีลักษณะแบบอิสลามก็ไม่ขัดต่อหลักการทางศาสนา เพิ่มทางเลือกและเพิ่มผู้บริโภคในคนทั่วไป ในทางจิตวิทยาผู้บริโภค เป็นการให้ความสำคัญกับผู้บริโภคกลุ่มย่อย ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรม สามารถเพิ่มตลาดผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศอิสลามหรือในกลุ่มประเทศที่มีวัฒนธรรมอาหรับ

2. แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามรูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย

2.1 รูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทยมีความเกี่ยวข้องกับศิลปะไทย

วิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิมมีความเกี่ยวข้องกับศิลปะไทยและความเป็นไทย ในสมัยอยุธยา ขุนนางและข้าราชการที่เป็นมุสลิมในยุคนั้นจึงมีศักยภาพทางสังคมและศาสนา มีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลาม เช่น รูปแบบของมัสยิด การใช้ศิลปะไทยในการตกแต่งมัสยิดและธรรมาสน์ ด้วยธรรมชาติของมุสลิมที่ปรับตัวเข้ากับสภาพสังคมและสิ่งแวดล้อมได้ดี ทำให้ชาวไทยมุสลิมยอมรับการผสมผสานกับความเป็นไทยได้ ดังนั้น ลายไทยศิลปะไทยหรือสถาปัตยกรรมไทยจึงไม่ใช่เรื่องไกลตัว รูปแบบศิลปะที่ใช้กับศาสนาอิสลามในประเทศไทยจะมีความเป็นไทยผสมอยู่ และมีศิลปะไทยปรากฏในศาสนาอิสลามในประเทศไทย เช่น ลายดอกไม้ร่วง ลายพุ่มข้าวบิณฑ์ ลายพุดตานใบเทศ แต่หลังยุคจักรวรรดิอิสลามอันรุ่งเรืองอิสลามยุคใหม่จะยึดหลักการของศาสนามากกว่าอัตลักษณ์ของชนชาติที่นับถืออิสลาม ทำให้การสร้างมัสยิดหรือสิ่งที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลามในยุคใหม่ มีความเป็นอาหรับมากขึ้น รูปแบบที่ผสมกับความเป็นไทยจึงมีให้เห็นน้อย

2.2 รูปแบบศิลปะอิสลามในประเทศไทยตามแบบอิสลาม

ศิลปกรรมแบบอิสลามที่ปรากฏในมัสยิด ลวดลายในคัมภีร์อัลกุรอาน เป็นแนวคิดที่ต้องการเชื่อมโยงกับเชื้อชาติ เป็นสัญลักษณ์ที่สื่อถึงชาติพันธุ์และศักยภาพของชุมชน แสดงความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของศาสนาอิสลาม แสดงความรุ่งเรืองของอาณาจักรอิสลามในอดีต เช่น ออตโตมัน ซาฟาวิและโมกุล ลักษณะแบบนี้เริ่มในสมัยรัตนโกสินทร์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงหลายอย่างในสังคม

ศิลปะอิสลามที่ปรากฏในประเทศไทย มีทั้งลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ ซึ่งเป็นแบบแผนเดียวกันกับศิลปะอิสลามในตะวันออกกลาง แต่ต่างกันตรงที่ปริมาณการใช้ที่น้อยกว่า ใช้ในบริเวณจำกัดไม่ได้ใช้เพื่อการประดับพื้นผิวทั่วทั้งอาคารเหมือนในตะวันออกกลางหรือในอิหร่าน ส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นป้ายที่มีตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์อยู่ข้างใน

บางป้ายเป็นพระนามของพระเจ้า มีมัสยิดหลายแห่งใช้ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ในการประดับเมียร์ร็อบและมิมบ์ร มัสยิดบางแห่งที่มีความเกี่ยวข้องกับชนชาติเปอร์เซียจะใช้ศิลปะอิสลามแบบเปอร์เซียในการตกแต่งมัสยิดทั้งหลาย มัสยิดหลายแห่งมีแผนผังพื้นอาคารและโดมเป็นรูปหกเหลี่ยมหรือแปดเหลี่ยม ลวดลายที่ใช้มีพื้นฐานมาจากวงกลมและสี่เหลี่ยม การประกอบลายจะใช้ลักษณะซ้ำไปเรื่อยๆ แบบสมมูลกันทุกด้านหรือแบบกระจายออกไปเป็นรัศมี ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของอิสลามอย่างชัดเจน มัสยิดส่วนใหญ่จะเป็นสีอ่อนๆ สีครีมหรือสีขาว นิยมใช้สีทองและสีเขียวในการตกแต่งลวดลาย

2.3 ผลกระทบฮาลาลกับภาพลักษณ์แบบอิสลามดั้งเดิม

ชาวไทยมุสลิมมีความยึดมั่นในหลักศาสนา ถึงแม้ว่าจะใช้ชีวิตอยู่ในสังคมไทยที่มีวัฒนธรรมพุทธเป็นหลัก แต่การมีภาพลักษณ์แบบอิสลามยังคงเป็นสิ่งที่ควรปฏิบัติให้เห็น เป็นความภาคภูมิใจที่มีวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง เป็นการบ่งชี้อัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่าง ผลกระทบฮาลาลที่วางจำหน่ายในประเทศไทยควรมีภาพลักษณ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ทั่วไปและถ้าจะแตกต่างก็ควรเป็นไปในทิศทางที่บ่งบอกความเป็นอิสลาม

2.4 ผลกระทบฮาลาลกับภาพลักษณ์แบบอิสลามผสมไทย

ชาวไทยมุสลิมมีความยึดหยุ่นในการใช้ชีวิต ความสามารถในการรักษาอัตลักษณ์ของตนไว้โดยการผสมผสานกับความเป็นท้องถิ่น เป็นสาเหตุที่ทำให้ศิลปะและวัฒนธรรมอิสลามในยุคก่อนหน้า มีความเจริญรุ่งเรืองแพร่หลายไปในหลายๆ ภูมิภาค และผสมผสานกับศิลปะในท้องถิ่นนั้นๆ เกิดเป็นศิลปะอิสลามเฉพาะตัว เช่น ศิลปะเปอร์เซีย ศิลปะออตโตมาน ศิลปะโมกุล ที่มีหลักการตามศาสนาอิสลาม แต่แสดงตัวตนตามวัฒนธรรมดั้งเดิมของตน

รูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย ที่รู้จักกันส่วนใหญ่จะเป็นลายเรขาคณิตแบบอาหรับ ส่วนตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์มักจะถูกมองว่าเป็นส่วนประกอบทางศาสนา เป็นส่วนหนึ่งของมัสยิด มากกว่าที่จะเป็นงานศิลปะ และในส่วนของลายพรรณพฤกษา บางครั้งถูกมองว่าเหมือนลายไทย ซึ่งลายพรรณพฤกษากับลายไทยมีแนวคิดที่เหมือนกันตรงที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งมีชีวิตในธรรมชาติ มีโครงสร้างของลวดลายที่ใกล้เคียงกัน แต่ต่างกันเฉพาะในรายละเอียดและความอ่อนช้อยที่มีในลายไทยมากกว่าในแบบอาหรับ ทำให้มัสยิดในประเทศไทยในสมัยอยุธยาและต้นรัตนโกสินทร์ มีศิลปะไทยเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ถึงแม้ว่าศิลปะไทยที่ปรากฏในมัสยิดจะมีปริมาณไม่มากนัก แต่ก็สามารถอธิบายได้ว่า ชาวไทยมุสลิมไม่ได้ปฏิเสธความเป็นไทยและศิลปะไทย

ชาวไทยมุสลิมให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตแบบไทย มีการปรับตัวให้กลมกลืนกับรูปแบบการดำเนินชีวิตในสังคมไทยและชาวไทยมุสลิมควรมีลักษณะเฉพาะตัวแบบไทยมุสลิม ชาวไทยมุสลิมส่วนใหญ่เห็นว่า บรรพบุรุษชาลาลในประเทศไทยควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย

2.5 ผลผลิตภัณฑ์ชาลาลกับองค์ประกอบหลักสำหรับการออกแบบเรขศิลป์

การออกแบบเรขศิลป์ให้มีลักษณะแบบอิสลาม จะใช้องค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะอิสลาม ซึ่งได้แก่ ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ ซึ่งสอดคล้องกับการออกแบบเรขศิลป์ที่มักจะเชื่อมโยงกับรูปแบบศิลปะและความต้องการของผู้บริโภค เรขศิลป์ที่ดีจะต้องตัดทอนสิ่งที่ไม่จำเป็นออกไปแต่ยังคงสื่อความหมายได้ชัดเจน แสดงบุคลิกภาพเฉพาะตัวเป็นการสื่อสารแบบสากลแต่มีรสนิยมแบบท้องถิ่น

การใช้องค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะอิสลามในงานออกแบบเรขศิลป์ ใช้ได้ใน 2 นัย คือ ใช้เป็นลายพื้นของงานออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับคุณสมบัติและกระบวนการสร้างงานของศิลปะอิสลาม หรือใช้สร้างภาพประกอบที่สื่อความหมาย เล่าเรื่องราวต่างๆ ได้ งานเรขศิลป์ที่มีลักษณะแบบอิสลามในประเทศทางตะวันออกกลางส่วนมากมักจะใช้วิธีแรก คือ ใช้เป็นลายพื้นของงาน มีทั้งที่เป็นลายเรขาคณิตอย่างเดียว ลายพรรณพฤกษาอย่างเดียวและที่ผสมกันทั้ง 2 ลาย ส่วนงานออกแบบเรขศิลป์สำหรับอิสลามยุคใหม่ที่มีความเป็นสากลมากขึ้น มีแนวโน้มที่จะใช้องค์ประกอบพื้นฐานของศิลปะอิสลามในลักษณะเดี่ยวๆ ไม่นิยมนำมาเรียงซ้ำๆ กัน ไม่ทำเป็นลายพื้นตามอย่างต้นตำรับ ส่วนตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ถูกใช้ในเชิงของงานวิจิตรศิลป์มากกว่า

ลายเรขาคณิตและลายพรรณพฤกษา เป็นองค์ประกอบหลักที่ใช้ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ชาลาลในประเทศไทย ส่วนตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์จะใช้ได้ยากกว่า ควรใช้เป็นการคำศัพท์ในการเรียกชื่อสินค้านั้นๆ ไม่ควรมีความหมายที่เกี่ยวข้องกับพระเจ้า ผลิตภัณฑ์ชาลาลในประเทศไทยควรมีภาษาไทยเป็นหลัก ส่วนการใช้ตัวอักษรอาหรับเป็นหลัก จะเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจำหน่ายในประเทศทางตะวันออกกลางมากกว่า

2.6 ผลผลิตภัณฑ์ชาลาลกับองค์ประกอบเสริมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์

การออกแบบเรขศิลป์ให้มีลักษณะแบบอิสลาม โดยใช้อุปกรณ์เสริมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์ ซึ่งได้แก่ ภาพประกอบ โดยภาพประกอบในงานออกแบบเรขศิลป์ คือ ภาพถ่ายและภาพที่สร้างขึ้นมาด้วยการวาดหรือภาพกราฟิกที่สร้างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ทั้งภาพถ่ายและภาพกราฟิกสามารถใช้กับการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ชาลาลได้ หากจะใช้ภาพคนจะต้องแต่งกายสุภาพเรียบร้อยตามหลักศาสนาอิสลาม ไม่ยั่วชวนหรือแสดงอาการทางกามารมณ์

ผู้หญิงจะต้องไม่แสดงส่วนของร่างกายที่ห้ามเปิดเผย เช่น คอ หน้าอก แขน ขา และเส้นผม ควรใช้ผ้าคลุมผม (อัญญา) ภาพสัตว์หรือสิ่งมีชีวิตอื่นๆ ที่เป็นอาหารของมนุษย์ ควรเป็นภาพอาหารที่ปรุงเสร็จแล้วหรือผ่านการชำแหละแล้ว ส่วนภาพสัตว์ที่มีชีวิตอยู่จะต้องไม่เป็นสัตว์ต้องห้ามตามหลักการฮาลาล ไม่มีเงื่อนไขใดๆ กับการใช้ภาพถ่ายและภาพกราฟิกสิ่งของต่างๆ ที่ไม่ใช่สิ่งมีชีวิต การใช้ภาพถ่ายและภาพกราฟิกที่เกี่ยวกับคน สัตว์ และสิ่งของในเชิงธุรกิจ ใช้เพื่อการสื่อสาร ไม่นำไปใช้กับศาสนา และหากภาพที่ใช้นั้นไม่ขัดต่อหลักศาสนา ไม่ขัดต่อหลักการฮาลาล สามารถนำไปใช้กับการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลได้

3. แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ

3.1 องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ

เอกภาพ หมายถึง เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เห็นตรงกัน ไม่ขัดแย้ง

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ คือ บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ ลำลอง และเป็นที่ยอมรับ

สีที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ ที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ (ดูตัวอย่างสีได้ในภาคผนวก) อันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีมืดที่มีรหัส ดังนี้

111. มารูน (Maroon)

119. คัสกี ไวโอเล็ต (Dusky violet)

121. แบล็ค (N1.5=Neutral / Black)

อันดับที่ 2 เป็นสีในกลุ่มสีสดใสที่มีรหัส ดังนี้

24. คานารี (Canary)

41. เบบี้ พิงค์ (Baby Pink)

44. เฟล ชาร์ตทูลูซ (Pale Chartreuse)

45. เฟล โอเพิล (Pale Opal)

46. ฮอริซอน บลู (Horizon Blue)

47. เฟล บลู (Pale Blue)

48. เฟล มิสท์ (Pale Mist)

71. โรส เกร (Rose Gray)

117. พรูเซียน บลู (Prussian Blue)

122. ชาร์โคล เกร (N2=Neutral / Charcoal Gray)

อันดับที่ 3 เป็นสีในกลุ่มสีสดใสที่มีรหัส ดังนี้

28. ซาลเวีย บลู (Salvia Blue)
29. ลาเวนเดอร์ (Lavender)
30. โรส พิงค์ (Rose Pink)
36. ไลท์ อะควา กรีน (Light Aqua Green)
37. อะควา บลู (Aqua Blue)
42. เพล โอเชอร์ (Pale Ochre)
43. ไอวอรี (Ivory)
49. เพล ไลแลค (Pale Lilac)
50. เชอร์รี่ โรส (Cherry Rose)
70. ออร์คิด (Orchid)
78. สเลต บลู (Slate Blue)
110. เรด เกรป (Red Grape)
113. โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)
114. ซีวีค (Seaweed)
116. คัสกี กรีน (Dusky Green)

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ คือ

1. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
2. ตัวอักษรม้วน แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
3. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

การจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ คือ

1. สมดุล แบบเท่ากัน
2. ซ้ำ แบบสม่ำเสมอ
3. แยกต่าง ด้วยขนาด

3.2 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม

นอบน้อม หมายถึง สรีรธา เคารพ ถักดี ขอมรับ คิดเห็นคล้อยตาม

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม คือ ธรรมชาติ เป็นที่นิยม และลำลอง

สีที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม ที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ (คูตัวอย่าง

สีได้ในภาคผนวก) อันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีสดใสที่มีรหัส ดังนี้

24. คานารี (Canary)
71. โรส เกร (Rose Gray)

78. สเลต บลู (Slate Blue)

อันดับที่ 2 เป็นสีในกลุ่มสีสดใสที่มีรหัส ดังนี้

23. คานารี เยลโล (Canary Yellow)

25. เอเมอเรียลด์ (Emerald)

26. เทอร์คอยซ์ (Turquoise)

27. สกาย บลู (Sky Blue)

28. ซาลเวีย บลู (Salvia Blue)

29. ลาเวนเดอร์ (Lavender)

30. โรส พิงค์ (Rose Pink)

อันดับที่ 3 เป็นสีในกลุ่มสีหม่นที่มีรหัส ดังนี้

53. ไลท์ โอลีฟ เกร (Light Olive Gray)

54. มิสท์ กรีน (Mist Green)

55. แอช เกร (Ash Gray)

56. เอ็กเชลต์ บลู (Eggshell Blue)

57. เพาเดอร์ บลู (Powder Blue)

58. มูนสโตน บลู (Moonstone Blue)

67. อะความารีน (Aquamarine)

68. เพล บลู 2 (Pale Blue II)

72. โรส เบจ (Rose Beige)

73. แซนด์ เบจ (Sand Beige)

74. มิสเทิลโท กรีน (Mistletoe Green)

75. มิสท์ กรีน 2 (Mist Green II)

76. บลู สปรูซ (Blue Spruce)

77. บลู เกร (Blue Gray)

79. พี้เจียน (Pigeon)

80. ออริคิเด กร (Orchid Gray)

96. พรัสเซียน กรีน (Prussian Green)

113. โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)

126. มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)

127. ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)

128. ซิลเวอร์ เกร 2 (N8=Neutral / Silver Gray II)

129.เพิร์ล เกร (N9=Neutral / Pearl Gray)

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม คือ

1. ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
2. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
3. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

การจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้สื่อความหมายของนอบน้อม คือ

1. แดกต่าง ด้วยขนาด
2. ซ้ำ แบบสมมาตร
3. สมดุล แบบเท่ากัน

3.3 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ

จริงใจ หมายถึง นำเชื่อถือ บริสุทธิ์ใจ มีความยึดมั่น มั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลง

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ คือ เป็นที่นิยม ถ่าลอง และธรรมชาติ

สีที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ ที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ (ดูตัวอย่างสีได้ในภาคผนวก) อันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีมืดที่มีรหัส ดังนี้

121.แบล็ค (N1.5=Neutral / Black)

122.ชาร์ โคล เกร (N2=Neutral / Charcoal Gray)

123.สโมค เกร (N3=Neutral / Smoke Gray)

124.สโมค เกร 2 (N4=Neutral / Smoke Gray II)

125.มีเดียม เกร (N5=Neutral / Medium Gray)

อันดับที่ 2 เป็นสีในกลุ่มสีสดใสที่มีรหัส ดังนี้

24.คานารี (Canary)

71.โรส เกร (Rose Gray)

126.มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)

127.ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)

อันดับที่ 3 เป็นสีในกลุ่มสีสดใสที่มีรหัส ดังนี้

28.ซาลเวีย บลู (Salvia Blue)

29.ลาเวนเดอร์ (Lavender)

30.โรส พิงค์ (Rose Pink)

78.สเลต บลู (Slate Blue)

103.โอลีฟ (Olive)

104. ไอวี กรีน (Ivy Green)

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ คือ

1. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
2. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
3. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

การจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ คือ

1. ชั่ว แบบสมมาตร
2. สมดุล แบบเท่ากัน
3. แตกต่าง ด้วยขนาด

3.4 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่ใช้สื่อความหมายของความรู้

ความรู้ หมายถึง มีความเข้าใจ กระจ่างแจ้ง มีความหมาย เป็นสัญลักษณ์

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของความรู้ คือ ทนสมัย ธรรมชาติ และเป็นที่ยอมรับ

สีที่ใช้สื่อความหมายของความรู้ ที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ (คูตัวอย่างสีได้ในภาคผนวก) อันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีมืดที่มีรหัส ดังนี้

111. มารูน (Maroon)
119. คัสกี ไวโอเล็ต (Dusky violet)
121. แบล็ค (N1.5=Neutral / Black)
122. ชาร์ โคล เกร (N2=Neutral / Charcoal Gray)
123. สโม๊ค เกร (N3=Neutral / Smoke Gray)
124. สโม๊ค เกร 2 (N4=Neutral / Smoke Gray II)
125. มีเดียม เกร (N5=Neutral / Medium Gray)

อันดับที่ 2 เป็นสีในกลุ่มสีมืดที่มีรหัส ดังนี้

71. โรส เกร (Rose Gray)
117. พรัสเซียน บลู (Prussian Blue)
126. มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)
127. ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)

อันดับที่ 3 เป็นสีในกลุ่มสีมืดที่มีรหัส ดังนี้

78. สเลต บลู (Slate Blue)
103. โอลีฟ (Olive)
104. ไอวี กรีน (Ivy Green)

110.เรด เกรป (Red Grape)

113.โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)

114.ซีวีด (Seaweed)

116.ดั๊สกี กรีน (Dusky Green)

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของความรู้ คือ

1. ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
2. ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
3. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

การจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้สื่อความหมายของความรู้ คือ

1. สมดุล แบบเท่ากัน
2. ซ้ำ แบบสม่ำเสมอ
3. แตกต่าง ด้วยขนาด

3.5 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง - สมดุล

พอเพียง - สมดุล หมายถึง มีประโยชน์ มีคุณค่า กลมกลืน มีลำดับขั้นตอน

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง-สมดุล คือ ธรรมชาติ ล้าลอง และเป็นที่ยอมรับ

สีที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง-สมดุล ที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ (ดู

ตัวอย่างสีได้ในภาคผนวก) อันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีสดใสที่มีรหัส ดังนี้

24.คานารี (Canary)

71.โรส เกร (Rose Gray)

อันดับที่ 2 เป็นสีในกลุ่มสีสดใสที่มีรหัส ดังนี้

28.ซาลเวีย บลู (Salvia Blue)

29.ลาเวนเดอร์ (Lavender)

30.โรส พิงค์ (Rose Pink)

78.สเลต บลู (Slate Blue)

อันดับที่ 3 เป็นสีในกลุ่มสีหม่นที่มีรหัส ดังนี้

53.ไลท์ โอลีฟ เกร (Light Olive Gray)

54.มิสท์ กรีน (Mist Green)

55.แอส เกร (Ash Gray)

56.เอ็กเชลล์ บลู (Eggshell Blue)

57.เพาเคอร์ บลู (Powder Blue)

- 58.มูนสโตน บลู (Moonstone Blue)
- 67.อะความารีน (Aquamarine)
- 68.เพล บลู 2 (Pale Blue II)
- 72.โรส เบจ (Rose Beige)
- 73.แซนด์ เบจ (Sand Beige)
- 74.มิสเทิลโท กรีน (Mistletoe Green)
- 75.มิสท์ กรีน 2 (Mist Green II)
- 76.บลู สปรูซ (Blue Spruce)
- 77.บลู เกร (Blue Gray)
- 79.พีเจียน (Pigeon)
- 80.ออร์คิด เกร (Orchid Gray)
- 96.พรัสเซียน กรีน (Prussian Green)
- 113.โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)
- 126.มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)
- 127.ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)
- 128.ซิลเวอร์ เกร 2 (N8=Neutral / Silver Gray II)
- 129.เพิร์ล เกร (N9=Neutral / Pearl Gray)

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของพอย์ซิง-สมดุค คือ

1. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
2. ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน
3. ตัวอักษร์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

การจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้สื่อความหมายของพอย์ซิง-สมดุค คือ

1. สมดุค แบบเท่ากัน
2. ซ้ำ แบบสมมาตร
3. แยกต่าง ด้วยขนาด

3.6 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่ใช้สื่อความหมายของสงบ - สมานธิ

สงบ - สมานธิ หมายถึง เป็นธรรมชาติ มีความเคารพ ให้เกียรติ อ่อนน้อมถ่อมตน
บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของสงบ-สมานธิ คือ ธรรมชาติ และเป็นที่ยินยอม

สีที่ใช้สื่อความหมายของสงบ - สมานธิ ที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ (ดูตัวอย่างสีได้ในภาคผนวก) อันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีหม่นที่มีรหัส ดังนี้

71. โรส เกร (Rose Gray)

78. สเลต บลู (Slate Blue)

อันดับที่ 2 เป็นสีในกลุ่มสีหม่นที่มีรหัส ดังนี้

53. ไลท์ โอลีฟ เกร (Light Olive Gray)

54. มิสท์ กรีน (Mist Green)

55. แอช เกร (Ash Gray)

56. เอ็กเชลล์ บลู (Eggshell Blue)

57. เพาเดอร์ บลู (Powder Blue)

58. มูนสโตน บลู (Moonstone Blue)

67. อะความารีน (Aquamarine)

68. เพล บลู 2 (Pale Blue II)

72. โรส เบจ (Rose Beige)

73. แซนด์ เบจ (Sand Beige)

74. มิสเทิลโท กรีน (Mistletoe Green)

75. มิสท์ กรีน 2 (Mist Green II)

76. บลู สปรูซ (Blue Spruce)

77. บลู เกร (Blue Gray)

79. พิวเจียน (Pigeon)

80. ออริกิด เกร (Orchid Gray)

96. พรัสเซียน กรีน (Prussian Green)

113. โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)

126. มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)

127. ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)

128. ซิลเวอร์ เกร 2 (N8=Neutral / Silver Gray II)

129. เพลิร์ล เกร (N9=Neutral / Pearl Gray)

อันดับที่ 2 เป็นสีในกลุ่มสีมืดที่มีรหัส ดังนี้

114. ซีวีด (Seaweed)

115. จังเกิล กรีน (Jungle Green)

116. ดัสกี้ กรีน (Dusky Green)

117. พรัสเซียน บลู (Prussian Blue)

118. มิดไนท์ บลู (Midnight Blue)

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของสงบ – สมาน คือ

1. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
2. ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน

การจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้สื่อความหมายของสงบ – สมาน คือ

1. สมดุล แบบรัศมี
2. สมดุล แบบเท่ากัน
3. ซ้ำ แบบสม่ำเสมอ

3.7 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ - หลักการ

ระเบียบ – มีหลักการ หมายถึง กฎธรรมชาติ ความสมดุลของโลก มีระเบียบแบบแผน เรื่องของสังคม การอยู่ร่วมกับผู้อื่น

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ คือ ธรรมชาติ เป็นที่นิยม และ หรรษา

สีที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ ที่ถูกเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ (ดูตัวอย่างสีได้ในภาคผนวก) อันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีหม่นที่มีรหัส ดังนี้

- 111.มารูน (Maroon)
- 119.ดัสกี้ ไวโอเล็ต (Dusky violet)
- 121.แบล็ค (N1.5=Neutral / Black)

อันดับที่ 2 เป็นสีในกลุ่มสีมืดที่มีรหัส ดังนี้

- 71.โรส เกร (Rose Gray)
- 117.พรัสเซียน บลู (Prussian Blue)
- 122.ชาร์ โคล เกร (N2=Neutral / Charcoal Gray)
- 123.สโม๊ค เกร (N3=Neutral / Smoke Gray)
- 124.สโม๊ค เกร 2 (N4=Neutral / Smoke Gray II)
- 125.มีเดียม เกร (N5=Neutral / Medium Gray)
- 126.มีเดียม เกร 2 (N6=Neutral / Medium Gray II)
- 127.ซิลเวอร์ เกร (N7=Neutral / Silver Gray)

อันดับที่ 3 เป็นสีในกลุ่มสีมืดที่มีรหัส ดังนี้

- 78.สเลต บลู (Slate Blue)
- 103.โอลีฟ (Olive)
- 104.ไอวี กรีน (Ivy Green)

110.เรด เกรป (Red Grape)

113.โอลีฟ บราวน์ (Olive Brown)

114.ซีวีด (Seaweed)

116.ดั๊สกี กรีน (Dusky Green)

ตัวอักษรไทยที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ คือ

1. ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
2. ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน
3. ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

การจัดองค์ประกอบภาพที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ คือ

1. สมดุล แบบเท่ากัน
2. ซ้ำ แบบสม่ำเสมอ
3. สมดุล แบบรัศมี



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อภิปรายผลการวิจัย

1. แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามแนวคิดของชาวไทยมุสลิม

แนวคิดที่ได้มีความสัมพันธ์กับหลักการทางศาสนาและอารยธรรมอาหรับ เพราะมุสลิมมีเอกภาพในความคิดเรื่องพระเจ้าองค์เดียว การนอบน้อมในพระเจ้าทั้งกายและใจโดยยึดมั่นในการปฏิบัติ ความจริงใจและความสงบเสงี่ยมทำให้มุสลิมมีอุปนิสัยตรงไปตรงมา ละเว้นจากอบายมุข ความพอเพียงทำให้มุสลิมรู้จักการปฏิบัติแบบพอดี ไม่สิ้นเปลืองกับการแสดงสถานะของตน ทำให้มุสลิมปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมได้ดี มุสลิมเป็นชนชาติที่มีความรู้ ให้ความสำคัญกับการศึกษาสนใจในประวัติศาสตร์ ซึ่งก็ทำให้มุสลิมมีระเบียบในการคิด ในการใช้ชีวิตและการอยู่ร่วมกันในสังคม

การอยู่อย่างพอเพียงตามสภาพในท้องถิ่นไทย ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาล แสดงถึง ความสามารถในการปรับตัวให้พอดีกับสภาพแวดล้อม เป็นการสร้างทางเลือกให้กับชีวิต เกิดวิถีทางใหม่ที่ยังคงรักษาอัตลักษณ์ของตนไว้ได้

ศิลปะไทยเป็นสิ่งที่ชาวไทยมุสลิมรู้จักและคุ้นเคย ชุมชนมุสลิมส่วนใหญ่อยู่ใกล้วัดพุทธ ใกล้ชุมชนไทยพุทธ ศิลปะไทยจึงไม่ใช่สิ่งไกลตัวแต่อย่างใด ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับศิลปะอิสลามที่ชาวไทยมุสลิมได้พบเห็นมาตั้งแต่เด็ก ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับศาสนา ไม่ค่อยได้นำไปใช้กับการออกแบบ

ชาวไทยมุสลิมให้ความสำคัญกับความจริงใจ เพราะสภาพสังคมในปัจจุบันหาความจริงใจยากขึ้น ความจริงใจจะยับยั้งอคติ ลดปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้น นอกจากนี้แล้วชาวไทยมุสลิมทุกคนมีความนอบน้อมในพระเจ้าผู้ ยอมรับและปฏิบัติตามคำสอน ใช้ความรู้และเหตุผล เพราะพระเจ้าทรงสอนมนุษย์ในสิ่งที่เขาไม่รู้ ไม่กระ้าง

ชาวไทยมุสลิมมีความสงบ มีสมาธิ ดำรงในกิริยามารยาท สงวนท่าที เพราะว่ามี ความพอเพียง รู้จักสร้างสมดุลให้กับชีวิต ซึ่งนำไปสู่ระเบียบและหลักการในชีวิต มุสลิมจะยอมรับว่าสรรพสิ่งในโลกล้วนแต่พระเจ้าสร้าง ให้รำลึกถึงพระเจ้าเสมอ พระเจ้าอยู่ในทุกหนแห่งและในจิตใจ

เอกภาพเป็นสิ่งที่มุสลิมทุกคนต้องมี ต้องปฏิบัติอยู่เสมอ เพราะว่ามีมุสลิมมีความคิดว่า ในโลกนี้มีพระเจ้าเพียงองค์เดียว ไม่มีผู้ควรแก่การเคารพสักการะใด ๆ นอกจากพระองค์ผู้ทรงกรุณาปราณีผู้ทรงเมตตา เอกภาพ ความสมดุล นอบน้อมและความจริงใจ เป็นแนวคิดที่ใช้ในทุกเรื่อง ซึ่งเป็นไปตามหลักการของศาสนาที่มุสลิมจะต้องยอมรับในพระเจ้าองค์เดียวกัน ในหลักศรัทธา หลักปฏิบัติและหลักคุณธรรมเหมือนกัน ในศิลปะอิสลามก็ใช้หลักการแห่งเอกภาพและสมดุล เป็นพื้นฐานในการสร้างสรรค์งาน ดังที่ปรากฏใน โครงสร้างของสถาปัตยกรรมมัซยิด ในลายเรขาคณิต ในลายพรรณพฤกษาและในตัวอักษรประดิษฐ์

ชาวไทยมุสลิมมีทัศนคติที่ดีต่อการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล เพราะไม่ขัดแย้งกับหลักศาสนา ให้ผลดีต่อผู้บริโภคในทางจิตวิทยา มีความสำคัญต่อสังคม เกิดปฏิสัมพันธ์กับคนต่างศาสนา ให้ผลดีต่อการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างตลาดสำหรับมุสลิมทั่วโลก มีกลุ่มผู้บริโภคที่หลากหลายขึ้น สุดท้าย คือ เพิ่มความสะดวกต่อการเลือกซื้อ เพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ฮาลาล

แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามแนวคิดของชาวไทยมุสลิม แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมมีแนวโน้มต้องการให้ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีบุคลิกภาพเฉพาะตัวที่แสดงความเป็นอิสลาม แนวทางที่ได้จากแนวคิดของชาวไทยมุสลิม แสดงให้เห็นว่า การปฏิบัติตามหลักศาสนาเป็นสิ่งที่พึงกระทำสำหรับทุกคน ไม่ว่าจะเป็ชนชาติใด ศาสนาใดและอยู่ในภูมิภาคใด การที่ชาวไทยมุสลิมให้ความสำคัญกับศิลปะไทย แสดงให้เห็นว่า การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยของการอยู่รอด การสร้างสิ่งใหม่ ซึ่งจะกลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวไปในที่สุด

2. แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามรูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย

แนวคิดอิสลามภวัตน์ในวิทยานิพนธ์เรื่องนี้ จะอ้างอิงถึงความหมาย 7 ประการในพระคัมภีร์เสมอ ซึ่งเป็นความคิดรวบยอดที่แฝงอยู่ในรูปแบบสถาปัตยกรรมมัซยิด เป็นการสร้างสิ่งที่ดีที่สุด มีประโยชน์ที่สุดของอิสลาม โดยมีแรงบันดาลใจมาจากความงดงามในคำสอนที่สรุปย่อลงไป ในความหมายทั้ง 7 ประการ แต่ก็ไม่ผู้กั้ความหมายข้อใดหมายถึงส่วนไหนของมัซยิด เช่น หลังคาโดมและลวดลายที่ปรากฏที่โดมแสดงความเป็นเอกภาพและระเบียบของจักรวาล แต่ความสมดุลของโครงสร้างก็แสดงถึงความจริงใจและความสงบ ในขณะที่การแบ่งสัดส่วนของแผนผังและการซ้ำของลวดลายบนผนังก็สามารถแสดงถึงความพอเพียงและความรู้

อาจกล่าวได้ว่า ความหมายทั้ง 7 ประการมีความเป็นนามธรรมค่อนข้างสูง บางครั้งไม่สามารถลงเฝ้าลงไปได้ว่า จะมีรูปธรรมเป็นอะไรอย่างตายตัว ดังนั้น จึงใช้ศิลปะกรรมเข้ามาช่วยถ่ายทอดความหมายและทำให้เกิดความรู้สึกร่วมไปกับความหมายนั้นๆ การที่ศิลปะอิสลามเข้ามาเกี่ยวข้องกับสถาปัตยกรรมมัซยิด ก็เพราะว่าศิลปะอิสลามจะประกอบด้วย ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษาและตัวอักษรประดิษฐ์ ซึ่งมีสถานะเป็นองค์ประกอบทางทัศนศิลป์และทำหน้าที่เป็นสื่อหรือเป็นรหัสที่ใช้ในการสื่อสาร ทำให้คนทั่วไปสามารถเห็นเป็นรูปธรรมและเข้าใจความหมายได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ศิลปะอิสลามยังถูกนำไปใช้ในการออกแบบลวดลายในพระคัมภีร์และภาพประกอบหนังสือ (Miniature and Manuscript) ดังนั้น ศิลปะอิสลามจึงมีแนวคิดและรูปแบบไปในทิศทางเดียวกับองค์ประกอบทางเรขศิลป์ ด้วยเหตุนี้ สถาปัตยกรรมมัซยิด ศิลปะอิสลามและเรขศิลป์ จึงเชื่อมโยงถึงกันได้

ศิลปะอิสลามในประเทศไทยมักจะใช้กับสถาปัตยกรรมมัสยิด บางมัสยิดมีศิลปะไทยเข้าไปเกี่ยวข้อง เพราะมุสลิมเห็นว่า ศิลปะไทยประณีต มีคุณค่าเหมาะสมกับมัสยิด แต่ศิลปะไทยก็ถูกใช้กับมัสยิดในยุคหนึ่งเท่านั้น โดยมีเหตุจูงใจมาจากสภาพสังคมและการปกครอง ตามปกติแล้ว ศิลปะอิสลามในประเทศไทยจะมีรูปแบบตามศิลปะอิสลาม การใช้ลายเรขาคณิต ลายพรรณพฤกษา และตัวอักษรอาหรับ เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของมุสลิม ดังนั้น การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีภาพลักษณ์แบบอิสลามดั้งเดิม เป็นเรื่องที่มีเหตุจูงใจชัดเจน แต่เมื่อผลิตภัณฑ์ฮาลาลเหล่านั้น ผลิตเพื่อชาวไทยมุสลิม การมีภาพลักษณ์แบบอิสลามผสมไทยก็เป็นสิ่งที่เป็นไปได้ หากแต่ยังไม่ปรากฏเป็นการแพร่หลาย

องค์ประกอบหลักสำหรับการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ได้แก่ ลายเรขาคณิตและลายพรรณพฤกษา ส่วนการใช้ตัวอักษรอาหรับเป็นภาษาหลักสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย เป็นเรื่องยุ่งยากเพราะภาษาอาหรับจะใช้กับการอ่านคัมภีร์อัลกุรอาน อาจจะใช้กับชื่อผลิตภัณฑ์หรือใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในประเทศไทยทางตะวันตก

องค์ประกอบเสริมสำหรับการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล ที่เป็นที่ยอมรับได้ คือ ภาพถ่ายและภาพกราฟิก ที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา หากเป็นภาพคนจะต้องแต่งกายสุภาพ ไม่แสดงส่วนของร่างกายที่ต้องห้าม การใช้ภาพสัตว์เป็นภาพประกอบของผลิตภัณฑ์ จะต้องเป็นสัตว์ที่ไม่ขัดต่อหลักศาสนา ห้ามนำภาพสัตว์มาเกี่ยวข้องกับศาสนา

แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามรูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย แสดงให้เห็นว่า ชาวไทยมุสลิมมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวแบบไทย ที่ต่างจากมุสลิมในประเทศอื่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดท้องถิ่นวิถีชีวิตที่เน้นการมีตัวตนของชุมชน ของสังคมและของภูมิภาค แต่การออกแบบเรขศิลป์ให้มีลักษณะแบบอิสลามผสมไทยตามวัตถุประสงค์ของวิทยานิพนธ์เล่มนี้ อาจเป็นไปได้แค่แนวคิดที่เป็นจริงได้ค่อนข้างยาก เพราะรูปแบบที่ได้อาจไม่ตรงกับรสนิยมของมุสลิมรุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มไปทางสากลมากกว่า

3. แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ

องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่ใช้สื่อความหมายในพระคัมภีร์ ได้แก่ บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมาย กลุ่มสี ตัวอักษรไทยและวิธีจัดองค์ประกอบภาพ ซึ่งเป็นเรื่องยากที่จะนำความหมายของคำหนึ่งคำ มาอธิบายความหมายในพระคัมภีร์ให้กระจ่างแจ้งได้ เนื่องด้วยความหมายในพระคัมภีร์เป็นคำที่มีความหมายกว้างและเป็นนามธรรมสูง ผลที่ได้จึงต้องใช้บุคลิกภาพมากกว่า 1 คำในการอธิบายความหมาย รวมทั้ง ความหมายในพระคัมภีร์มักจะมีจุดประสงค์ในทิศทางเดียวกัน ทำให้บุคลิกภาพที่ได้เป็นกลุ่มคำซ้ำๆ กัน ไม่แตกต่างกันมากนัก ทำให้ได้องค์ประกอบทางเรขศิลป์เป็น

กลุ่มก้อนคล้ายๆ กัน เช่น ใช้กลุ่มสี ลักษณะของตัวอักษรไทยและวิธีจัดองค์ประกอบภาพ ที่ไม่แตกต่างกันมากนัก

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของเอกภาพ คือ บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ ลำลอง และเป็นทีนุยม สีที่ใช้เป็นอันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีมืด รองลงมาเป็นสีในกลุ่มสีสดใส ตัวอักษรไทยที่ใช้คือ ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวอาร์กีย์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน ควรจัดองค์ประกอบภาพ ด้วยหลักการสมดุล แบบเท่ากัน การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ และความแตกต่าง ด้วยขนาด



ภาพที่ 7.1 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของเอกภาพ

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของอบอุ่น คือ ธรรมชาติ เป็นทีนุยม และลำลอง สีที่ใช้เป็นอันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีสดใส รองลงมาเป็นสีในกลุ่มสีหม่น ใช้ตัวอักษรไทยแบบตัวอาร์กีย์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน จัดองค์ประกอบภาพด้วยหลักการแตกต่าง ด้วยขนาด การซ้ำ แบบสม่ำเสมอและความสมดุล แบบเท่ากัน



ภาพที่ 7.2 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของนอบน้อม

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของจริงใจ คือ เป็นที่นิยม ลำลอง และธรรมชาติ สีที่ใช้เป็นอันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีมืด รองลงมาเป็นสีในกลุ่มสีสดใสด ตัวอักษรไทยที่ใช้ คือ ตัวลายมือแบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน จัดองค์ประกอบภาพด้วยหลักการซ้ำ แบบสม่ำเสมอ ความสมดุล แบบเท่ากันและความแตกต่างด้วยขนาด



ภาพที่ 7.3 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของจริงใจ

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของความรู้ คือ ทันสมัย ธรรมชาติ และเป็นที่ยอมรับ สีที่ใช้คือ สีในกลุ่มสีมืด ตัวอักษรไทยที่ใช้คือ ตัวอารักษ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน จัดองค์ประกอบภาพด้วยหลักการสมดุล แบบเท่ากัน การซ้ำ แบบสม่ำเสมอและความแตกต่าง ด้วยขนาด



ภาพที่ 7.4 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของความรู้

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของพอเพียง-สมดุล คือ ธรรมชาติ ลำลอง และเป็นที่ยอมรับ สีที่ใช้เป็นอันดับแรกคือ สีในกลุ่มสีสดใส รองลงมาเป็นสีในกลุ่มสีหม่น ตัวอักษรไทยที่ใช้คือ ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากันและตัวอารักษ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน จัดองค์ประกอบภาพด้วยหลักการสมดุล แบบเท่ากัน การซ้ำ แบบสม่ำเสมอและความแตกต่าง ด้วยขนาด

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 7.5 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของพอเพียง

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของสงบ-สมาธิ คือ ธรรมชาติ และเป็นที่นิยม สีที่ใช้เป็นอันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีหม่น รองลงมาเป็นสีในกลุ่มสีมืด ตัวอักษรไทยที่ใช้ คือ ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน และตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน จัดองค์ประกอบภาพด้วยหลักการสมดุลแบบรัศมี หลักการสมดุลแบบเท่ากันและการซ้ำ แบบสมมาตร



ภาพที่ 7.6 องค์ประกอบทางเรขาคณิตสำหรับความหมายของสงบ

บุคลิกภาพที่ใช้สื่อความหมายของระเบียบ-หลักการ คือ ธรรมชาติ เป็นที่นิยม และ
 หรรษา สีที่ใช้เป็นอันดับแรก คือ สีในกลุ่มสีหม่น รองลงมาเป็นสีในกลุ่มสีมืด ตัวอักษรไทยที่ใช้
 คือ ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากันและตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนัก
 เส้นไม่เท่ากัน จัดองค์ประกอบภาพด้วยหลักการสมดุล แบบเท่ากัน การซ้ำ แบบสม่ำเสมอและ
 หลักการสมดุล แบบริศมี



ภาพที่ 7.7 องค์ประกอบทางเรขศิลป์สำหรับความหมายของระเบียบ

แนวทางการออกแบบเรขศิลป์ตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพที่ได้จากการวิจัย แสดง
 ให้เห็นว่า บุคลิกภาพตามแนวคิดของโคบายาชิ ใช้สื่อความหมายตามพระคัมภีร์อัลกุรอานได้ทั้ง
 7 คำ โดยต้องใช้เวลา 2 ถึง 3 บุคลิกภาพร่วมกันในการสื่อความหมาย 1 คำ มีบุคลิกภาพ 5 แบบที่
 เหมาะกับความหมายตามพระคัมภีร์ อันได้แก่ บุคลิกภาพแบบธรรมชาติ ล้ำลอง เป็นที่นิยม ทันสมัย
 และหรรษา ส่วนบุคลิกภาพที่ไม่เหมาะสมกับความหมายตามพระคัมภีร์ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบชวนฝัน
 เก๋ไก๋และโอ้อวด อธิบายได้ว่า ความหมายตามพระคัมภีร์มีความหมายที่ค่อนข้างเป็นนามธรรมสูง ไม่
 สามารถแสดงออกได้ด้วยบุคลิกภาพเดียว ต้องผสมผสานกันหลายๆ บุคลิกภาพ เพื่อให้ได้มิติที่
 ลึกซึ้ง บุคลิกภาพทั้งหมดที่ใช้สื่อความหมายตามพระคัมภีร์อัลกุรอาน เป็นบุคลิกภาพที่มีลักษณะ
 ไปในทิศทางเดียวกัน แสดงถึงความพอดี อยู่กับธรรมชาติ อยู่กับสังคมและระเบียบปฏิบัติ

สีที่ใช้ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสีหม่นและสีมืด ไม่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยมากนัก โทนสี
 ทั้งหมดจะกลมกลืนกันไป ไม่จัดจ้านไม่ขัดแย้งกัน ถึงแม้ว่าจะมีการใช้กลุ่มสีสดใสในความหมาย
 ของอบอุ่นและพอเพียง แต่ก็ยังมีกลุ่มสีหม่นเข้ามาผสมผสานอยู่ด้วย

ตัวอักษรไทยที่ใช้ ส่วนใหญ่เป็นตัวอักษรแบบมีหัวที่มีน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบตัวอาร์กัย และแบบตัวลายมือ แสดงให้เห็นถึงความสงบนิ่ง ความมีระเบียบแบบแผนและความเป็นธรรมชาติ ไม่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยมากนัก

การจัดองค์ประกอบที่ใช้ ส่วนใหญ่ใช้หลักการจัดองค์ประกอบที่ให้ความรู้สึกที่สมดุลกัน เป็นรัศมีเท่ากัน สม่่าเสมอ มีความขัดแย้งหรือแตกต่างผสมอยู่ด้วยเล็กน้อย เช่น ความแตกต่างด้วยขนาด ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของอิสลามและรูปแบบของศิลปะอิสลาม ที่ให้ความสำคัญต่อความแตกต่างในรายละเอียด ความแตกต่างที่สอดรับกันทำให้เกิดความกลมกลืนกันในภาพรวม เมื่อมองภาพใหญ่จะเห็นเอกภาพที่ไปในทิศทางเดียวกัน

ส่วนบุคลิกภาพที่ไม่ถูกนำไปใช้ ได้แก่ บุคลิกภาพแบบชวนฝัน เก๋เก๋และโอ้อ่า อธิบายได้ว่า เป็นบุคลิกภาพที่ขัดแย้งกับแนวคิดแบบอิสลาม ไม่เหมาะสมกับความหมายตามพระคัมภีร์ เพราะมีความหมายที่แสดงถึงความลุ่มหลง ความหลงใหล ฟุ้งเฟ้อและการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ตอบคำถามของการวิจัย

1. หลักการของศาสนาอิสลามมีความสัมพันธ์กับแนวคิดของการออกแบบ เพราะศาสนาเป็นแนวทางในการดำรงชีวิตให้มีความสุข เมื่อปฏิบัติเป็นประจำจะกลายเป็นวัฒนธรรม ซึ่งวัฒนธรรมเป็นต้นทางของศิลปกรรม และศิลปะก็มีความเชื่อมโยงกับการออกแบบ

2. ความเป็นชาวไทยมุสลิมสัมพันธ์กับรูปแบบของการออกแบบ เพราะชาวไทยมุสลิมส่วนใหญ่เป็นคนไทยที่ใช้ชีวิตอยู่ในประเทศไทย จึงมีอัตลักษณ์ของมุสลิมแบบไทย ซึ่งแตกต่างจากมุสลิมในประเทศอื่น วิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม จะมีอิทธิพลต่อวิถีคิด การแสดงออก และเชื่อมโยกับรูปแบบของการออกแบบ

3. เรขศิลป์ที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย ควรจะมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย คือ อยู่บนหลักการของศาสนาอิสลาม มีรูปแบบที่สะท้อนความเป็นอิสลาม มีรายละเอียดของงานที่สอดคล้องวิถีไทยและมีรสนิยมแบบไทยๆ

การบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ได้แนวคิดที่จะใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม กล่าวคือ ได้ทราบถึง วิถีคิดและแนวทางในการดำรงชีวิตของชาวไทยมุสลิม ที่มีความสัมพันธ์กับศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรมและทัศนคติที่เกี่ยวกับความงามในชีวิต

2. ได้รูปแบบที่จะใช้ในการออกแบบเรขศิลป์ให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม กล่าวคือ ได้ทราบถึง รูปแบบของศิลปะและวัฒนธรรมที่ชาวไทยมุสลิมปฏิบัติ การปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรม กระแสหลัก ทำให้เกิดรูปแบบเฉพาะที่จะนำไปประยุกต์ใช้

3. ได้แนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย ทำให้ทราบว่า สามารถสร้างบุคลิกภาพแบบอิสลามให้กับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลได้ ซึ่งเป็นทางเลือกให้กับนักออกแบบ และมีคำตอบว่า ถ้าจะสร้างบุคลิกภาพแบบอิสลามให้กับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล จะต้องใช้แนวคิดอย่างไร จะต้องใช้องค์ประกอบอะไรบ้างสำหรับการออกแบบ รวมถึงข้อห้ามและสิ่งที่ไม่พึงประสงค์สำหรับชาวไทยมุสลิม

ข้อจำกัดในการทำวิจัย

1. มายาคติเกี่ยวกับการปิดตัวเองของมุสลิม ความที่ไม่ต้องการพูดถึงศาสนาและความที่มุสลิมส่วนใหญ่เห็นว่าศิลปะเป็นเรื่องไกลตัว ทำให้เกิดความไม่สะดวกในการเก็บข้อมูล แต่ส่วนใหญ่เป็นมิตรและให้ความร่วมมือ มีบางคนที่ปฏิเสธการให้ข้อมูล

2. การเก็บข้อมูลที่สะดวก คือ ช่วงละหมาดตอนเที่ยงวันศุกร์ ซึ่งมีมุสลิมจำนวนมากมาทำพิธีที่มัสยิด แต่ส่วนใหญ่จะเป็นมุสลิมที่ทำงานอยู่ใกล้มัสยิดนั้นๆ เมื่อละหมาดเสร็จจะรีบกลับไปทำงาน จะไม่มีเวลาตอบแบบสอบถาม มัสยิดบางแห่งอยู่ไกล การเดินทางค่อนข้างลำบาก อุปสรรคเหล่านี้ ทำให้ต้องเตรียมตัวในการเก็บข้อมูลค่อนข้างมากและใช้เวลานานในการเก็บข้อมูลให้ครบ

ข้อเสนอแนะ

1. การทำวิจัยต่อยอดที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลาม อาจวิจัยเกี่ยวกับการสร้างการรับรู้ในผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล การตลาดสำหรับมุสลิม

2. การทำวิจัยต่อยอดในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับศิลปะอิสลาม อาจวิจัยเกี่ยวกับศิลปะของชนชาติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมัสยิดในประเทศไทย

3. การทำวิจัยต่อยอดในเรื่องการออกแบบสำหรับไทยชาวมุสลิม อาจศึกษาเปรียบเทียบลักษณะเด่นของเรขศิลป์แบบอิสลามของประเทศที่นับถือศาสนาอิสลามอื่นๆ

บทที่ 8

การประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ

เป็นการนำผลการวิจัยไปใช้ ในการออกแบบเรขศิลป์สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล ใช้หลักการตามแนวคิดของชาวไทยมุสลิม ให้มีบุคลิกภาพตามรูปแบบของศิลปะอิสลามในประเทศไทย และใช้องค์ประกอบทางการออกแบบตามหลักการสื่อสารด้วยบุคลิกภาพ โดยกำหนดให้ทำการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์และเรขศิลป์บนสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร ผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลที่จะออกแบบจะเป็นผลิตภัณฑ์อุปโภค บริโภคและการบริการ มีรายละเอียด ดังนี้

ชื่อ โครงการ (Title)

Seven Beauties

ประวัติความเป็นมา (Background)

โครงการ Seven Beauties เป็นการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์และเรขศิลป์บนสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายอย่างแพร่หลายหรือเป็นองค์กรที่เป็นที่รู้จักในประเทศไทย และมีบุคลิกภาพแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ ไปส่วนชื่อองค์กรและยี่ห้อของผลิตภัณฑ์จะเป็นชื่อสมมุติ

แนวคิดที่ใช้ในการออกแบบ (Concept)

1. เอกภาพ
2. นอบน้อม
3. จริงใจ
4. ความรู้
5. พอเพียง
6. ความสงบ
7. ระเบียบ

องค์ประกอบที่ใช้ในการออกแบบ (Design Elements)

1. ลายเรขาคณิต
2. ลายพรรณพฤกษา
3. กลุ่มสี
4. ตัวอักษรไทย
5. การจัดองค์ประกอบภาพ

บุคลิกภาพที่ใช้ในการออกแบบ (Mood & Tone)

1. ดำลอง: สบายๆ ร่าเริง
2. ทันสมัย: มีเหตุผล ชัดเจน
3. ธรรมชาติ: กลมกลืน ราบรื่น ประณีประนอม
4. เป็นที่นิยม: มีรสนิยม มีแบบแผน เป็นที่ยอมรับ
5. หรรษา: ประณีต งดงาม สละสลวย

วัตถุประสงค์ (Objective)

1. เพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ และเรขศิลป์บนสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล ให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม
2. สร้างความจดจำในตัวสินค้า เพื่อให้เกิดแรงจูงใจในการเลือกซื้อจากกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นชาวไทยมุสลิมและกลุ่มเป้าหมายรองที่เป็นชาวไทยพุทธ

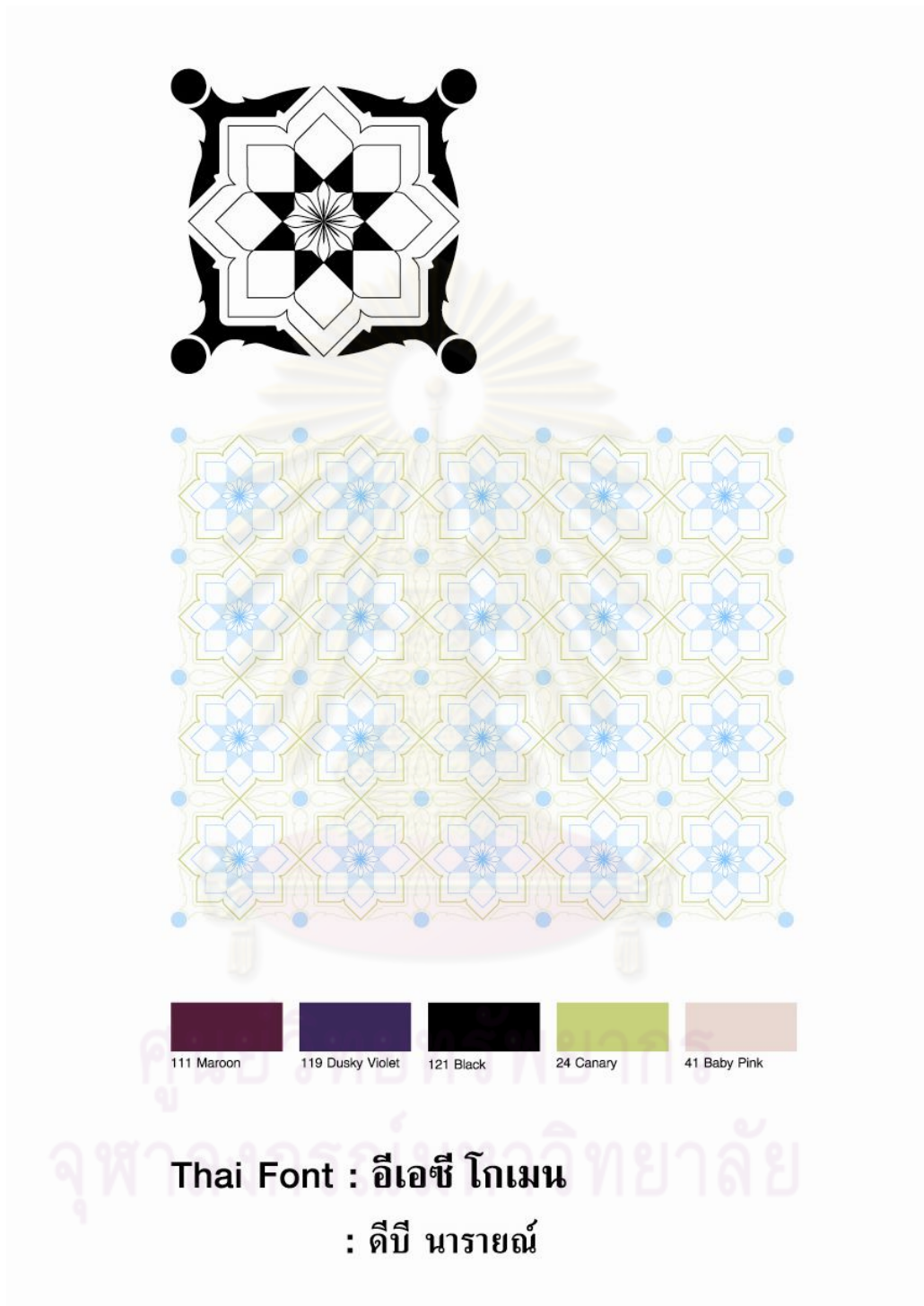
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Desired Response)

1. ได้แนวคิดและรูปแบบสำหรับการออกแบบที่มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม
2. ได้แนวทางในการออกแบบเรขศิลป์ให้มีบุคลิกภาพที่บ่งบอกถึงความเป็นอิสลาม สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย
3. เป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการทางด้านอิสลาม เป็นประโยชน์ต่อชาวไทยมุสลิมและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาลในประเทศไทย

Design Brief 1

ชื่องาน	ออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรของสถาบันมาตรฐานสากล
ข้อมูลเบื้องต้น	สถาบันมาตรฐานสากล โดยการรับรองของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย มีหน้าที่ควบคุมดูแลกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสากลให้ถูกต้องตามศาสนบัญญัติอิสลาม ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ให้เป็นที่เชื่อถือและยอมรับของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ
ปัญหาหรือสิ่งที่ต้องปรับปรุง	ยังไม่มีสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรอย่างเป็นทางการ
วัตถุประสงค์	1. เพื่อออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร ให้เป็นที่รู้จัก 2. เพื่อออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร ให้มีบุคลิกภาพแบบอิสลามที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ชาวไทยมุสลิมทั่วไป ที่มีรูปแบบชีวิตแบบตามยุคสมัย มีรสนิยมตามสมัย ขอมรับการเปลี่ยนแปลง มีเป้าหมายในชีวิต ใส่ใจอนาคต แต่ก็ไม่ยอมรับในสิ่งที่ผิดหลักการ ผิดกฎหมาย ผิดขนบธรรมเนียมประเพณี
แนวคิดของงาน Concept	เอกภาพ
บุคลิกภาพของงาน Mood & Tone	มีแบบแผน, กลมกลืน, มีคุณค่า ใช้สีเข้มโทนมืด ใช้ตัวอักษรแบบมีหัวที่มีน้ำหนักของเส้นเท่ากัน ใช้การจัดองค์ประกอบด้วยความสมดุลแบบเท่ากัน
สิ่งที่จะออกแบบ	สื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร 1 ชุด ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ สีขององค์กร กระจายเอกสาร ซองเอกสาร ชุมประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้า

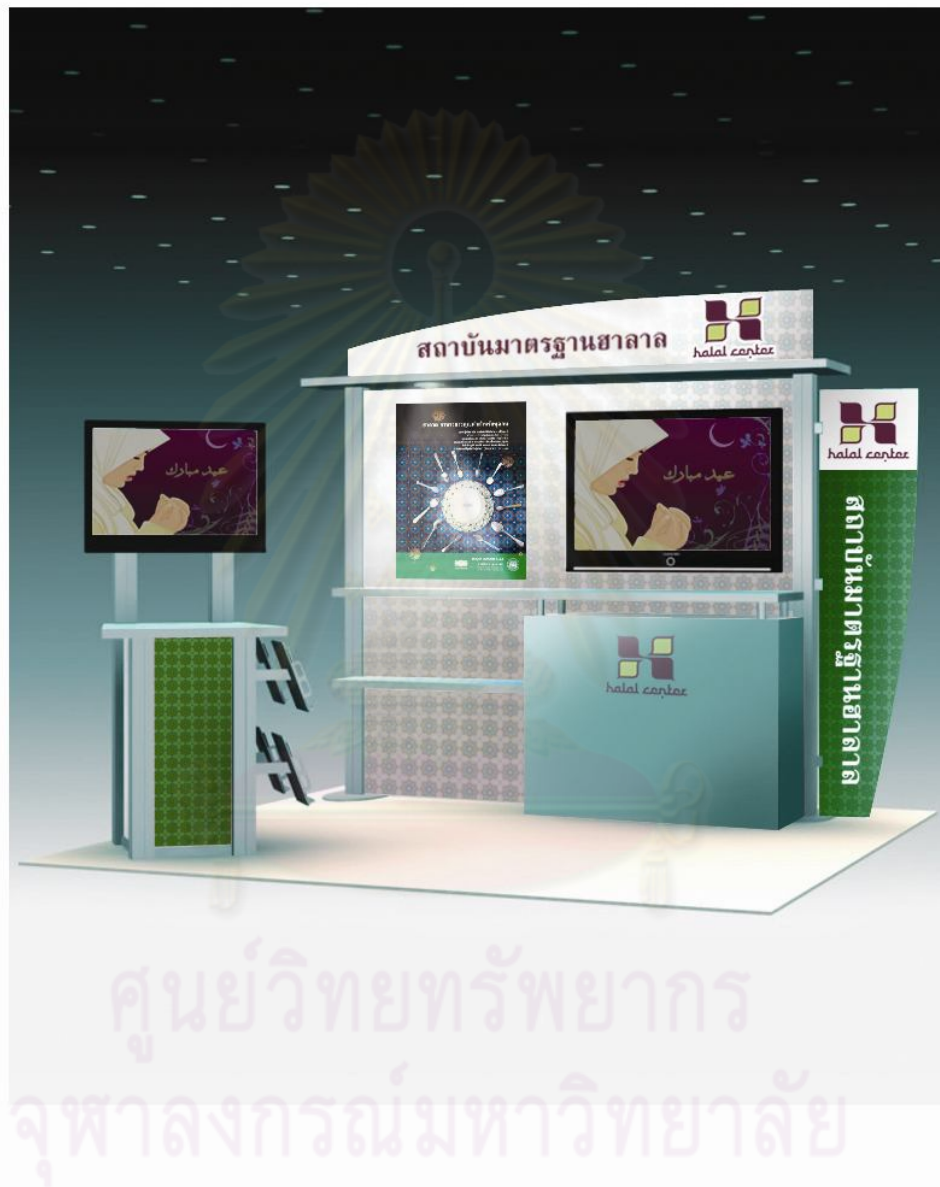
ตารางที่ 8.1 ข้อมูลการออกแบบสำหรับสถาบันมาตรฐานสากล



ภาพที่ 8.1 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับสถาบันมาตรฐานสากล



ภาพที่ 8.2 ชื่อย่อสี มาตรฐานสีและสีหลักของสถาบันมาตรฐานฮาลาล

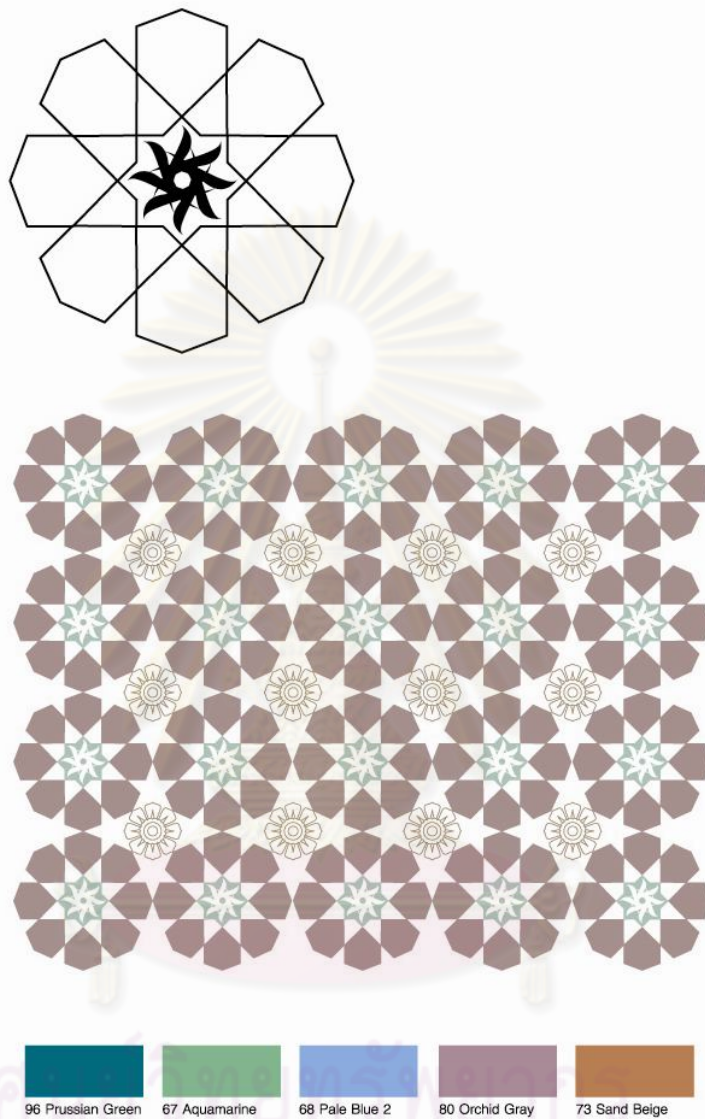


ภาพที่ 8.4 ชุ้มประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ฮาลาลในงานแสดงสินค้า

Design Brief 2

ชื่องาน	ออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์มันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาน่า
ข้อมูลเบื้องต้น	ฮาน่า เป็นมันฝรั่งทอดกรอบที่ผลิตตามหลักการฮาลาล ทอดด้วยน้ำมันดอกทานตะวัน ไม่มีสารสกัดจากสัตว์ที่ต้องห้าม มีคุณค่าทางโภชนาการสูง ไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ
ปัญหาหรือสิ่งที่ต้องปรับปรุง	เป็นผลิตภัณฑ์มันฝรั่งทอดกรอบที่เจาะตลาดเฉพาะกลุ่มมุสลิม รูปแบบของเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ไม่ตอบสนองความสนใจของผู้บริโภคมุสลิม ยังไม่เป็นที่รู้จักในโดยทั่วไป
วัตถุประสงค์	1. เพื่อสร้างเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่จดจำ 2. เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีบุคลิกภาพแบบอิสลามที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ชาวไทยมุสลิม อายุระหว่าง 25 – 35 ปี ที่มีรูปแบบชีวิตแบบสนใจข่าวสาร ชอบเข้าสังคมและปรับตัวตามยุคสมัย ทำงานและพักอาศัยอยู่ในตัวเมือง มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป ระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมปลายขึ้นไป
แนวคิดของงาน Concept	สงบ
บุคลิกภาพของงาน Mood & Tone	ราบรื่น, มีรสนิยม ใช้สีโทนหม่น, นุ่มนวล ใช้ตัวอักษรแบบไม่มีหัวที่มีน้ำหนักของเส้นเท่ากัน ใช้การจัดองค์ประกอบด้วยความสมดุลแบบรัศมี
สิ่งที่จะออกแบบ	เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ 1 ชุด

ตารางที่ 8.2 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์มันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาน่า



Thai Font : พีเอสแอล ดีสเพลย์

: พีเอสแอล วัลลาจีย์

ภาพที่ 8.5 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับมันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาน่า



हांहा
Potato Chips



ฮาน้ำ
มันฝรั่งทอดกรอบ



รสดั้งเดิม

รสบาร์บีคิว



รสพริกหยวก



ภาพที่ 8.6 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของ
มันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาน้ำ

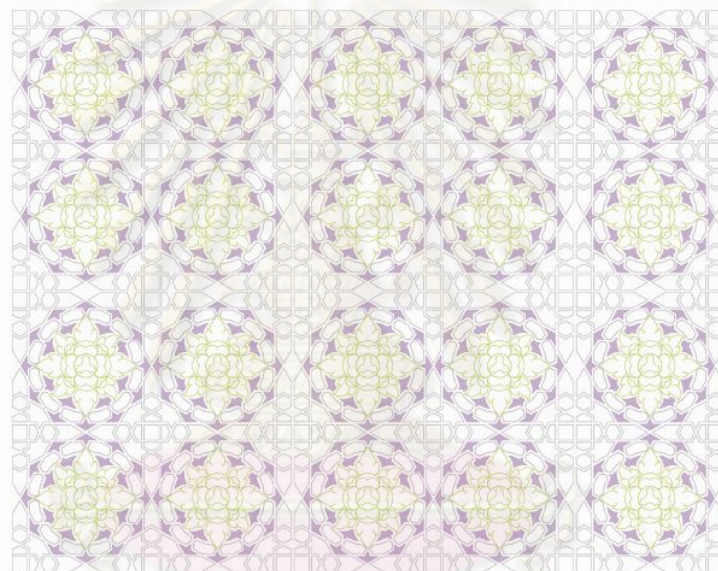
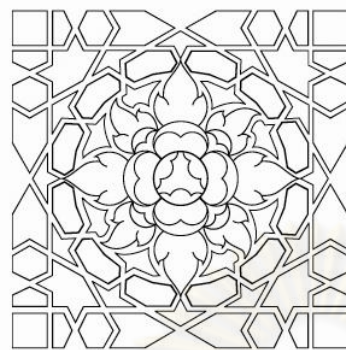


ภาพที่ 8.7 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของมันฝรั่งทอดกรอบ ตราฮาเนา

Design Brief 3

ชื่องาน	ออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรของธนาคารมุสลิม
ข้อมูลเบื้องต้น	ธนาคารมุสลิมได้รับการรับรองจากธนาคารแห่งประเทศไทยและคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นธนาคารที่ทำธุรกรรมตามหลักการฮาลาล มีบริการทางการเงินทุกประเภทสำหรับลูกค้ามุสลิมและที่ไม่ใช่มุสลิม
ปัญหาหรือสิ่งที่ต้องปรับปรุง	เป็นธนาคารอิสลามแห่งใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักและยังไม่มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม
วัตถุประสงค์	1. เพื่อออกแบบสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรของธนาคาร ให้เป็นที่จดจำ 2. เพื่อให้ธนาคารมีสื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ชาวไทยมุสลิม อายุระหว่าง 25 – 45 ปี ที่มีรูปแบบชีวิตแบบชอบเข้าสังคมและปรับตัวตามยุคสมัย ใส่ใจอนาคต ชอบวางแผนการใช้ชีวิต ทำงานและพักอาศัยอยู่ในตัวเมือง มีรายได้ตั้งแต่ 15,000 บาทขึ้นไป ระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมปลายขึ้นไป
แนวคิดของงาน Concept	พอเพียง
บุคลิกภาพของงาน Mood & Tone	ประนีประนอม, สบายๆ, มีแบบแผน ใช้สีโทนสดใส ใช้ตัวอักษรแบบตัวอาร์กที่มีน้ำหนักของเส้นเท่ากัน ใช้การจัดองค์ประกอบด้วยการซ้ำแบบสม่ำเสมอ
สิ่งที่จะออกแบบ	สื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กร 1 ชุด ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ สีขององค์กร สมุดเงินฝาก บัตรเงินด่วน ตู้ ATM

ตารางที่ 8.3 ข้อมูลการออกแบบสำหรับธนาคารมุสลิม



Thai Font : *พีเอสแวล ขลาลัย*
: *พีเอสแวล พรรณพิสาศ์*

ภาพที่ 8.8 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับชนาการมุสลิม



ภาพที่ 8.9 ชื่อองค์กร ตราสัญลักษณ์และสีหลักของธนาคารมุสลิม



ภาพที่ 8.10 บัตรเครดิตและสมุดเงินฝาก - สื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรของธนาคารมุสลิม

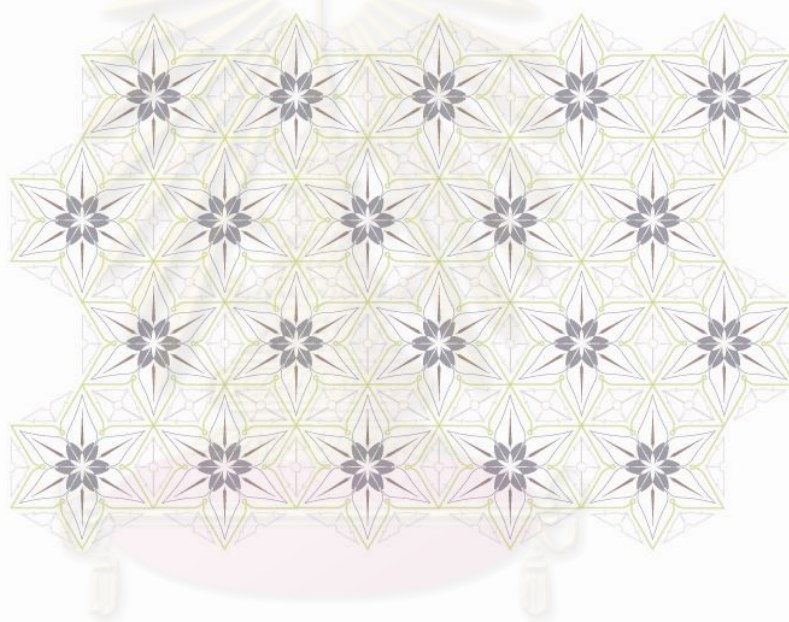
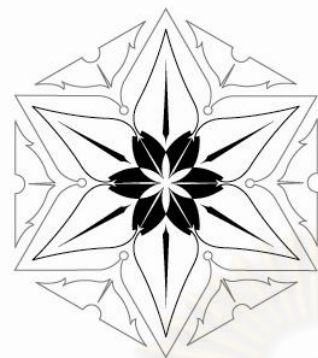


ภาพที่ 8.11 ตู้ ATM - สื่อส่งเสริมอัตลักษณ์องค์กรของธนาคารมุสลิม

Design Brief 4

ชื่องาน	ออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์นมเปรี้ยว ตรายี่ว
ข้อมูลเบื้องต้น	ผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว ตรายี่ว เป็นนมเปรี้ยว (Yogurt) ที่ทำจากนมแพะ ไม่ใช้เจลาตินในการทำสเตบิไลเซอร์ แต่ใช้คาร์ราจีแนนที่สกัดจากสาหร่ายทะเลแทน จึงปลอดภัยจากไขมันสัตว์ที่อาจปนเปื้อนสิ่งต้องห้ามทางศาสนา
ปัญหาหรือสิ่งที่ต้องปรับปรุง	เป็นผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยวที่เจาะตลาดเฉพาะกลุ่มมุสลิม รูปแบบของเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ไม่ตอบสนองความสนใจของผู้บริโภคมุสลิม ยังไม่เป็นที่รู้จักในโดยทั่วไป
วัตถุประสงค์	1. เพื่อสร้างเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นที่จดจำ 2. เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีบุคลิกภาพแบบอิสลาม ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ชาวไทยมุสลิม อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ที่มีรูปแบบชีวิตแบบชอบความท้าทาย ชอบเล่นกีฬา ชอบผจญภัย ชอบความตื่นเต้น โหลด โผน ระดับการศึกษาตั้งแต่มัธยมปลายจนถึงเริ่มทำงาน มีความทุ่มเทในการทำงาน ต้องการสุขภาพอนามัยที่พร้อมสำหรับการทุ่มเท
แนวคิดของงาน Concept	นอบน้อม
บุคลิกภาพของงาน Mood & Tone	ร่าเริง, ร่ารื่น ใช้สีโทนสดใส ใช้ตัวอักษรแบบลายมือที่มีน้ำหนักของเส้นไม่เท่ากัน ใช้การจัดองค์ประกอบด้วยความแตกต่างจากขนาด
สิ่งที่จะออกแบบ	เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ 1 ชุด

ตารางที่ 8.4 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์นมเปรี้ยว ตรายี่ว



Thai Font : แอปเปิ้ล ที่น่า
: พิเศษแอม ภาสนัน

ภาพที่ 8.12 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับนมเปรี้ยว ตราคีนี่

Halal

ดื่มนม

Halal Drinking Yogurt

โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสตอเบอร์รี่

โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสส้ม

โยเกิร์ตพร้อมดื่ม รสสับปะรด



ภาพที่ 8.13 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของนมเปรี้ยว ตราคินี



ภาพที่ 8.14 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของนมเปรี้ยวตราดีนี่

Design Brief 5

ชื่องาน	ออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ยาสีฟัน ตราสมาร์ท
ข้อมูลเบื้องต้น	ยาสีฟัน ตราสมาร์ท ปลอดภัยจากสารเคมีและปราศจากส่วนผสมของสัตว์ที่ต้องห้ามของอิสลาม ช่วยทำให้ปากสะอาด ลมหายใจหอมสดชื่น
ปัญหาหรือ สิ่งที่ต้องปรับปรุง	ตัวบรรจุภัณฑ์ ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม
วัตถุประสงค์	1. เพื่อสร้างเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นที่จดจำ 2. เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีบุคลิกภาพแบบอิสลามที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ชาวไทยมุสลิม อายุระหว่าง 25 – 40 ปี ที่มีรูปแบบชีวิตแบบชอบสังสรรค์ ชอบทำกิจกรรมกับเพื่อนหรือกับคนกลุ่มใหญ่ เป็นคนสนุกสนานเฮฮา เป็นคนเปิดเผย ไม่มีความลับ ทุ่มเท่กับงานหลักและกิจกรรมที่เป็นงานอดิเรก สนใจสังคมรอบตัว
แนวคิดของงาน Concept	ความรู้
บุคลิกภาพของงาน Mood & Tone	ชัดเจน, เป็นที่ยอมรับ ใช้สีเข้ม โทนมืด ใช้ตัวอักษรแบบตัวอาร์กที่มีน้ำหนักของเส้นเท่ากัน ใช้การจัดองค์ประกอบด้วยความสมดุลแบบเท่ากัน
สิ่งที่จะออกแบบ	เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ 1 ชุด

ตารางที่ 8.5 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ยาสีฟัน ตราสมาร์ท



Thai Font : ฟิเอสแอส มาเอสติก

: ซีเอสแอส พรรณนิสาร

ภาพที่ 8.15 องค์ประกอบทางเรขศิลป์ที่จะใช้กับยาสีฟัน ตราสมาร์ท

Smart

Halal Toothpaste

confidential smile



ภาพที่ 8.16 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของ ยาสีฟัน ตราสมาрт

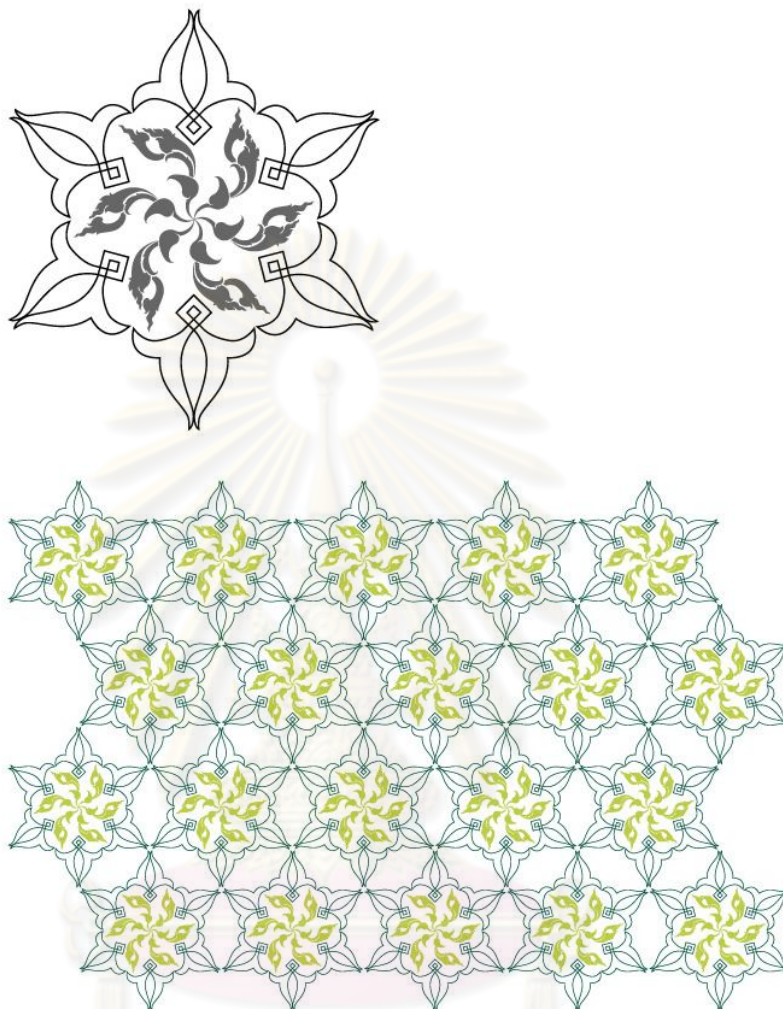


ภาพที่ 8.17 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของยาสีฟัน ตราสมาร์ท

Design Brief 6

ชื่องาน	ออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์กะหมี่กิ่งสำเร็จรูป ตราย่อย
ข้อมูลเบื้องต้น	กะหมี่กิ่งสำเร็จรูป ตราย่อย เป็นกะหมี่กิ่งสำเร็จรูปที่ผลิตสำหรับมุสลิมเป็นหลัก แต่ก็มีกลุ่มเป้าหมายรอง เป็นผู้บริโภคทั่วไป มีรสชาติถูกลิ้นคนไทย มีรสต้มยำกุ้ง ต้ม โคล้งปลากรอบ รสไก่ดั้งเดิมและต้มแซบเนื้อวัว ผลิตจากวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ถูกต้องตามหลักการฮาลาล ปลอดภัยจากไขมันสัตว์ ที่อาจปนเปื้อนสิ่งต้องห้ามทางศาสนา
ปัญหาหรือ สิ่งที่ต้องปรับปรุง	ตัวบรรจุภัณฑ์ ยังไม่เป็นที่รู้จักและไม่มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม
วัตถุประสงค์	1. เพื่อสร้างเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นที่จดจำ 2. เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีบุคลิกภาพแบบอิสลามที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ชาวไทยมุสลิม อายุระหว่าง 20 – 30 ปี ที่มีรูปแบบชีวิตแบบรักสันโดษ ชอบทำกิจกรรมอยู่ที่บ้านหรือกับเพื่อนเฉพาะกลุ่ม มีสมาธิจดจ่อกับงาน ไม่ยอมเสียเวลากับสิ่งที่ไม่สนใจหรือกิจกรรมที่ต้องใช้เวลามากๆ ชอบอยู่กับตัวเอง คิดอินเตอร์เน็ตและเกมส์
แนวคิดของงาน Concept	ระเบียบ
บุคลิกภาพของงาน Mood & Tone	สะอาดสวย, กลมกลืน, เป็นที่นิยม ใช้สีเข้มโทนมืด ใช้ตัวอักษรแบบมีหัวที่มีน้ำหนักของเส้นเท่ากัน ใช้การจัดองค์ประกอบด้วยความสมดุลแบบเท่ากัน, สมดุลแบบรัศมี
สิ่งที่จะออกแบบ	เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ 1 ชุด

ตารางที่ 8.6 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์กะหมี่กิ่งสำเร็จรูป ตราย่อย



Thai Font : พีเอสแอนด์ มาลินี
: พีเอสแอนด์ บัตเตอร์ฟลาย

ภาพที่ 8.18 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับระหมี่กิ่งสำเร็จรูปตราอ้อย

บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป

อร่อย



รสแซ่บ



ต้มยำกุ้ง



รสไก่

ภาพที่ 8.19 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของ
บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ตราอร่อย

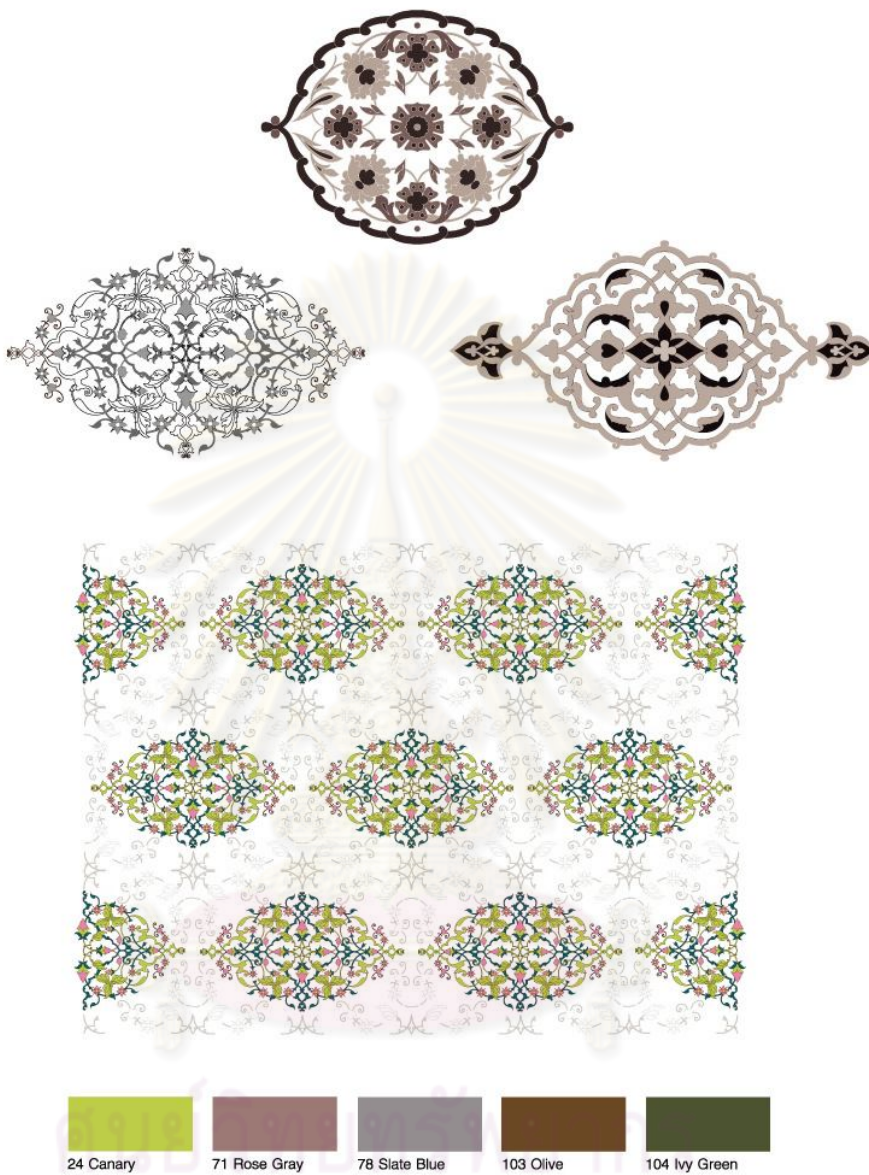


ภาพที่ 8.20 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของบะหมี่กึ่งสำเร็จรูปตราอร่อย

Design Brief 7

ชื่องาน	ออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สบู่ トラอันดามัน
ข้อมูลเบื้องต้น	สบู่ตราอันดามัน โดยการรับรองของคณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับชำระล้างสิ่งสกปรกของร่างกาย ใช้ได้หลายรูปแบบ เช่น ใช้อาบน้ำ ล้างมือหรือทำความสะอาดทั่วไป สามารถยับยั้งแบคทีเรียได้ดี ปราศจากไขมันสัตว์ต้องห้ามตามหลักฮาลาล
ปัญหาหรือสิ่งที่ต้องปรับปรุง	เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จัก
วัตถุประสงค์	1. เพื่อออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นที่รู้จักและจดจำ 2. เพื่อให้เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ มีบุคลิกภาพแบบอิสลามที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม
กลุ่มเป้าหมายหลัก	ชาวไทยมุสลิม อายุระหว่าง 25 – 45 ปี ที่มีรูปแบบชีวิตแบบยึดหลักการ ชอบความถูกต้อง ให้ความสำคัญในงานวิชาการ กิจกรรมทางศาสนา การเขียนเขียนญาติพี่น้อง เพื่อนและคนที่สนิทสนม ชอบช่วยเหลือผู้อื่น ประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ เป็นประโยชน์ต่อร่างกายและรักษาสุขภาพอนามัยอย่างดี
แนวคิดของงาน Concept	จริงใจ
บุคลิกภาพของงาน Mood & Tone	เป็นแบบแผน, ประณีต, กลมกลืน ใช้สีเข้ม โทนมืด ใช้ตัวอักษรแบบตัวลายมือที่มีน้ำหนักของเส้นไม่เท่ากัน ใช้การจัดองค์ประกอบด้วยการซ้ำแบบสม่ำเสมอ
สิ่งที่ จะออกแบบ	ออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ 1 ชุด

ตารางที่ 8.7 ข้อมูลการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์สบู่ トラอันดามัน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Thai Font : ตี๋ นารายณ์

: ๑๖๑๖๑๖ อวากมล

ภาพที่ 8.21 องค์ประกอบทางเรขาคณิตที่จะใช้กับผลิตภัณฑ์สมุนไพรอันดามัน



ภาพที่ 8.22 ตราสัญลักษณ์และองค์ประกอบทางเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สบู่ トラอันดามัน



ภาพที่ 8.23 บรรจุภัณฑ์ 3 แบบของผลิตภัณฑ์สบู่ ทรายอันดามัน

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กรกนก บุญปาคม. 2545. แผนการตลาดบริการทางการเงินตามหลักศาสนาอิสลาม
ของ บจก. ธนาคารกรุงไทย. กรุงเทพฯ: สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- จิตรารักษ์ สีเอียด. 2545. การใช้องค์ประกอบทางเรขาคณิตเพื่อสื่อความหมาย
ทางดนตรีคลาสสิกในแต่ละยุค. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.
ภาควิชาดนตรีศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จุฬิศพงศ์ จุฬารัตน์. 2550. เรื่องเล่าจากยะหมาด: ศาสนาและความเชื่อเกี่ยวกับการกินการอยู่
ของเจ้าเซ็น. รวมบทความวิจัย ย่าใหญ่ใส่สารพัด: วัฒนธรรมอาหารไทย-เทศ
(สิงหาคม): 66-68.
- จุฬิศพงศ์ จุฬารัตน์. 2548. กุหลาบเปอร์เซียในราชอุทยานกรุงสยาม: ภูมิปัญญาวัฒนธรรม
อินโดจีนในศิลปกรรมไทยสมัยอยุธยา. วารสารศิลปวัฒนธรรม 26
(กันยายน): 78-99.
- จุฬิศพงศ์ จุฬารัตน์. 2546. ขุนนางกรมท่าขวา การศึกษาบทบาทและหน้าที่ในสมัยอยุธยา
ถึงสมัยรัตนโกสินทร์ พ.ศ. 2153-2435.
กรุงเทพฯ: โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิวรรณ บัวแก้ว. 2544. ผ้ากั๊ววิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม ในห้าจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย.
ปัตตานี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
วิทยาเขตปัตตานี.
- ฉลอง สุนทรนนท์. 2547. การออกแบบนิเทศศิลป์ 1.
อยุธยา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ฉวีวรรณ วรรณประเสริฐ. 2525. ประเพณีที่ช่วยส่งเสริมการผสมผสานทางสังคมระหว่างชาวไทย
พุทธและชาวไทยมุสลิม. กรุงเทพฯ: สถาบันเอเชีย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชมรมผู้บริหารมัธยมศึกษาหนองจอก. 2551. คู่มืออัลลัฟ (มุสลิมใหม่).
กรุงเทพฯ: ชมรมผู้บริหารมัธยมศึกษาหนองจอก.
- ชัชณี คุรุภากรณ์. 2549. การซ้ำเพื่อสื่อสารบุคลิกภาพในงานออกแบบเรขาคณิต.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาดนตรีศึกษา คณะศิลปกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. 2541. มุสลิมศึกษา: สังคมศาสตร์ทวนกระแสและความเป็นอื่น.
วารสารสงขลานครินทร์ ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ 4 (มกราคม-เมษายน).
- ไชยรัตน์ เจริญสิน โอฟาร. 2545. สัตววิทยา โครงสร้างนิยม หลังโครงสร้างนิยมกับการศึกษา
รัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิภาษา.
- ชลมา ชันมณี. บรรณาธิการนิตยสารข่าวสารมุสลิม. สัมภาษณ์, 13 กรกฎาคม 2553.
- ชญาดา ชาวาลกุล. 2543. การใช้ที่ว่างเพื่อสื่อสารบุคลิกภาพของงานออกแบบเรขศิลป์ 2 มิติ.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต. ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทองเจือ เขียดทอง. 2548. การออกแบบสัญลักษณ์.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศิลปะประภา.
- ท่าเนียบ แสงเงิน. นักวิชาการด้านสถาปัตยกรรมมัธยม. สัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2553.
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. 2549. ชุดสีโดนใจ.
กรุงเทพฯ: มาร์คมายเว็บบ.
- ธวัชชัย ศรีสุเทพ. 2549. ฟอนต์ไหนดี.
กรุงเทพฯ: คณะบุคคล ซีเอฟจี.
- ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์. 2550. ทัศนศิลป์: การออกแบบพาณิชยศิลป์.
กรุงเทพฯ: หลักไทช่างพิมพ์.
- ธีรวัฒน์ พงษ์วิบูลศิริ. 2543. การใช้ตัวอักษรไทยเพื่อสื่อสารบุคลิกลักษณะใน
งานออกแบบเรขศิลป์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต.
ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- น. ณ ปากน้ำ. 2534. ศิลปะและวัฒนธรรมจากดินแดนอาหรับเมื่อแรกเข้าสู่สยามประเทศ.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เมืองโบราณ.
- นัยนา หอมแจ่ม. 2547. การประยุกต์ใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์เพื่อสื่อวัฒนธรรมฮิปฮอป.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต. ภาควิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บีบี ไชเรดา ฟินดี. บรรณาธิการบริหารนิตยสารนิสาวาไรดี. สัมภาษณ์, 16 กรกฎาคม 2553.
- ประยูรศักดิ์ ชลาชนเดชะ. 2539. มุสลิมในประเทศไทย.
กรุงเทพฯ: โครงการหอสมุดกลางอิสลาม สายสกุลสุลต่านสุลัยมาน.
- ประสาทร นาวาทอง. คอเต็บประจำมัสยิดกุฎีขาว. สัมภาษณ์, 15 กรกฎาคม 2553.
- ปรีดี บุญมาเลิศ. คอเต็บประจำมัสยิดคารู้อิบาอะห์. สัมภาษณ์, 31 กรกฎาคม 2553.

ปัญญา เทพสิงห์. 2548. ศิลปะเอเชีย.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิทพันธ์ สิทธิรักษ์. 2547. มาตรฐานการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับสมุนไพรไทย

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิทยา บุญนาค. 2548. มุสลิมผู้นำ ปฐมจุฬาราชมนตรีคนแรกในสยาม.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.

พิบูล ไวจิตรกรรม. 2553. การศึกษาอัตลักษณ์ของอิสลามสำหรับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับ

ผลิตภัณฑ์ฮาลาล. ใน การประชุมวิชาการและแสดงผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2,

หน้า 501. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

พิบูล ไวจิตรกรรม. 2553. ความงดงามแบบอิสลามในโลกของการออกแบบ.

ใน การประชุมวิชาการและแสดงผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2, หน้า 512.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

พิบูล ไวจิตรกรรม. 2547. การใช้องค์ประกอบทางเรขศิลป์สำหรับการออกแบบหนังสือพิมพ์

สำหรับผู้หญิง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ.

ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มนฤดี มิตรเจริญถาวร. 2548. การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางชาย.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มหิศรา อรุณสวัสดิ์. 2545. การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อรสชาติอาหารขบเคี้ยว

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มันนี ส่องเนตรพานิช. 2545. การใช้องค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อบุคลิกภาพ

ผลิตภัณฑ์สุขอนามัยเจริญพันธุ์สำหรับวัยรุ่นหญิง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ.

ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

มานิต ทองแสง. อิหม่ามประจำมัสยิดคาร์ลอะมาน. สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2553.

มุหัมมัดรอฟี แวะหะมะ. 2550. ประวัติศาสตร์อิสลาม: ราชวงศ์มุสลิม.

ปัตตานี: วิทยาลัยอิสลามศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี

ยุพิน หะสัน. 2546. รูปแบบการดำเนินชีวิต ความรู้และพฤติกรรมการบริโภคอาหารฮาลาล

ของผู้บริโภคมุสลิม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ.

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- รัชนิวรรณ พาพันธุ์เรื่อง. 2550. ศาสนาอิสลามกับการแก้วิกฤติครอบครัวไทย.
กรุงเทพฯ: ศูนย์จัดการความรู้เพื่อครอบครัวเข้มแข็ง สถาบันรักลูก.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2540. มาตรฐานโครงสร้างตัวอักษรไทย.
กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- วรพงษ์ วิชาติอุดมพงศ์. 2535. ออกแบบกราฟิก.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศิลปาบรรณาคาร.
- วนิดา ขำเขียว. 2543. ศาสนาเปรียบเทียบ.
นนทบุรี: สำนักพิมพ์เจนเคอร์เพรส.
- วินัย คะห์ลัน. ผู้อำนวยการสถาบันวิทยาศาสตร์ฮาลาล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
สัมภาษณ์, 10 สิงหาคม 2552.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2535. ทฤษฎีศิลปะการสร้างสรรค์ศิลปะ.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. 2545. ออกแบบกราฟิก.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อีแอนด์ไอคิว.
- วิวัฒน์ หวังเจริญ. 2549. อาหารฮาลาล. เชียงใหม่: ภาควิชาเทคโนโลยีทางอาหาร
คณะวิศวกรรมและอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วิศิษฐ์ ศุภางคะรัตน์. 2549. การสร้างสรรค์ภาพยนตร์โฆษณาทางโทรทัศน์โดยใช้ทฤษฎีแฟนตาซี.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรวรรณ จิโรโสภิน. 2548. การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ชา.
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ภาควิชาอุตสาหกรรมศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพรรณ ปิเตอร์. 2549. การออกแบบกราฟิก.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- ศรีสุรางค์ พูลทรัพย์. 2542. อารยธรรมตะวันออก.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศุภริย์ สระเริ่ม. กรรมการจัดงานมุสลิมในแผ่นดินไทย. สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2553.
- สถาบันมาตรฐานฮาลาลแห่งประเทศไทย. 2552. รายนามผู้ประกอบการฮาลาลในประเทศไทย
ปี 2551-2552. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการกลางอิสลามแห่งประเทศไทย.
- สมเกียรติ ตั้งนโม. 2536. ทฤษฎีศิลปะ.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

สมชัย อนุมานราชชน. 2551. อัล อิสลาม.

กรุงเทพฯ: กรมเอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา กระทรวงการต่างประเทศ.

สมยศ หวังอัปคุลเถาะ. ผู้ช่วยเลขานุการฝ่ายกิจการฮาลาล. สัมภาษณ์, 29 มิถุนายน 2553.

สรยุทธ ชื่นภักดี. 2544. มุสลิมมัศยิดต้นสนกับบรรพชนสามยุคสมัย

กรุงเทพฯ: คณะกรรมการจัดงานเสวนา “มุสลิมมัศยิดต้นสนกับบรรพชนสามยุคสมัย”

สันติ คุณประเสริฐ. 2542. การออกแบบตัวอักษร.

กรุงเทพฯ: ภาควิชาศิลปศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรพงษ์ โสชนะเสถียร. 2531. คุณลักษณะทางสังคมของชาวไทยมุสลิมและการสนองตอบต่อ

รัฐบาล. ชมรมสังคมศาสตร์ภาคใต้และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้

เสน่ห์ ธนารัตนสถิตย์. 2547. ทฤษฎีสีภาคปฏิบัติ.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

เสาวนีย์ จิตต์หมวด. 2531. กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยมุสลิม.

กรุงเทพฯ: กองทุนสง่า รุจิระอัมพร.

เสาวนีย์ จิตต์หมวด. 2535. วัฒนธรรมอิสลาม.

กรุงเทพฯ: กองทุนสง่า รุจิระอัมพร.

เสาวนีย์ จิตต์หมวด. 2535. ผู้หญิงมุสลิมกับการดำเนินชีวิตในยุคไฮเทค.

กรุงเทพฯ: กองทุนสง่า รุจิระอัมพร.

โสรัชย์ นันทวัชรวิบูลย์. 2545. สู่เส้นทางกราฟิกดีไซน์เนอร์.

กรุงเทพฯ: บริษัท เอ อาร์ อินฟอร์เมชั่น แอนด์ พับลิเคชั่น จำกัด.

หมัดอร่าม ทรงศิริ. อิหม่ามประจำมัศยิดบางอ้อ. สัมภาษณ์, 25 มิถุนายน 2553.

อดุลย์ โยธาสมุท. เลขานุการและกรรมการมัศยิดบางอ้อ. สัมภาษณ์, 1 กรกฎาคม 2553.

อัมพร สนะพี. นักวิชาการประจำสถานเอกอัครราชทูตอินโดนีเซียประจำประเทศไทย.

สัมภาษณ์, 24 มิถุนายน 2553.

อัสนีนา แลหะ. 2547. การใช้หลักศาสนาอิสลามสร้างความตระหนักในการป้องกันตนเอง

จากโรคเอดส์ของวัยรุ่นมุสลิม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.

คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อาฟันทิ มะแซฮาอิ. นักวิชาการทางศิลปะ. สัมภาษณ์, 21 กรกฎาคม 2553.

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. 2550. การออกแบบสิ่งพิมพ์.

กรุงเทพฯ: ภาควิชาานุมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อุทัย หิรัญโต. 2521. มุสลิมในประเทศไทย.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ภาษาอังกฤษ

- Abas, S. J. and Salman, A. S. 1995. Symmetries of Islamic Geometrical Patterns.
Singapore: World Scientific Publishing Co, Ltd.
- Berryman, G. 1984. Note on Graphic Design and Visual Communication.
California, USA: William Kaufmann, Inc.
- Bloom, J. and Blair, S. 2008. Islamic Arts.
New York, USA: Phaidon Press Ltd.
- Burckhardt, T. 2009. Art of Islam, Language and Meaning.
Indiana, USA: World Wisdom, Inc.
- Canby, S. R. 2003. The world of the Early Safavids.
Italy: Skira Editore S.P.A.
- Chebel, M. 1997. Symbols of Islam.
France: Editions Assouline.
- Clevenot, D. 2000. Splendors of Islam: Architecture, Decoration and Design.
New York: Vendome Press.
- Dickie, J. 1984. Architecture of The Islamic World.
London: Thames and Hudson Ltd.
- El-Said, I. 1993. Islamic Art and Architecture: The System of Geometric Design.
United Kingdom: Garnet Publishing Ltd.
- El-Said, I. and Parman, A. 1976. Geometric Concepts in Islamic Art.
London: World of Islam Festival Publishing Co, Ltd.
- Enderlien, V. 2004. Islamic Art and Architecture.
United Kingdom: Konemann, An Imprint of Tandem Verlag GMPH.
- Frishman, M. and Khan, H. U. 1997. The mosque: History, architectural development & regional diversity. London: Thames and Hudson.
- Frye, R. N. 2000. The Golden Age of Persia.
London: Phoenix Press.
- Grabar, O. 2004. Islamic Art and Architecture.
United Kingdom: Konemann, An Imprint of Tandem Verlag GMPH.

- Grabar, O. 1987. The Formation of Islamic Art.
USA: Yale University Press.
- Grube, E. J. 1984. Architecture of The Islamic World.
London: Thames and Hudson Ltd.
- Hagedorn, A. 2009. Islamic Art.
Germany: Taschen.
- Hawting, G. R. 2000. The First Dynasty of Islam: The Umayyad Caliphate Ad 661-750.
London: Routledge.
- Hoag, J. D. 1987. Islamic Architecture.
London: Faber And Faber Ltd.
- Khatibi, A. and Sijelmassi, M. 2008. The Splendour of Islamic Calligraphy.
London: Thames and Hudson Ltd.
- Lewis, B. 1992. The World of Islam, Faith, People, Culture.
London: Thames and Hudson Ltd.
- Lundy, M. 2001. Sacred Geometry.
New York: Walker Publishing Company, Inc.
- Michell, G. 2007. The Majestic of Mughal Decoration.
United Kingdom: Thames and Hudson.
- Ministry of Foreign Affairs of the Kingdom of Thailand. 2007. Muslim Worship Sites in Thailand. Bangkok: Amrin Printing and Publishing Co., Ltd.
- Moustafa, N. 2008. Divine Inspiration: Seven Principles of Islamic Architecture.
Malaysia: Islamic Arts Museum Malaysia.
- Norman, C., Jawid M., and Andrew R. 2003. Classical Islam: A Sourcebook of Religious Literature. London: Routledge.
- Serageldin, I and Steele, J. 1996. Architecture of the contemporary mosque.
London: Academy Editions.
- Singer, L. 2008. The Minbar of Saladin.
United Kingdom: Thames and Hudson Ltd.
- Soudavar, A. 1992. Art of the Persian Courts.
New York: Rizzoli International Publication, Inc.

- Sutton, D. 2007. Islamic Design: A Genius for Geometry.
New York: Walker Publishing Company, Inc.
- The Halal Science Center. 2009. HAL-Q Directory 2009.
Bangkok: The Halal Science Center Chulalongkorn University.
- The Halal Standard Institute of Thailand. 2008. Thailand Halal Food Producer Directory 2007 - 2008. Bangkok: The Center Islamic Committee of Thailand.
- The Halal Standard Institute of Thailand. 2009. Thailand Halal Directory 2008 - 2009.
Bangkok: The Center Islamic Committee of Thailand.
- Williams, J. A. 1994. The World of Islam.
London: Thames and Hudson Ltd.
- Wong, W. 1993. Principles of Form and Design.
New York: Van Nosstrand Reinhold.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กิติมา อมรทัต. 2547. ประวัติศาสตร์นครมะดีนะฮ์.

กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.

กิติมา อมรทัต. 2547. ศิลปะเปอร์เซีย.

กรุงเทพฯ: ศูนย์วัฒนธรรม สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐอิสลามแห่งอิหร่าน
ประจำกรุงเทพมหานคร.

กิติมา อมรทัต และ ไรน่าน อรุณรังสี. 2546. ความสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์
ระหว่างอิหร่านและประเทศไทย.

กรุงเทพฯ: ศูนย์วัฒนธรรม สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐอิสลามแห่งอิหร่าน
ประจำกรุงเทพมหานคร.

จิตรภา กุณทลบุตร. 2550. การวิจัยสำหรับนักวิจัยรุ่นใหม่.

กรุงเทพฯ: บริษัท สหธรรมิก จำกัด.

ชะลูด นิ่มเสมอ. 2544. องค์ประกอบของศิลปะ.

กรุงเทพฯ: บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

เชคมุฮัมมัดนาอิม ประดับญาติ. 2545. หลักการศรัทธาในอิสลาม.

กรุงเทพฯ: ศูนย์วัฒนธรรม สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐอิสลามแห่งอิหร่าน
ประจำกรุงเทพมหานคร.

ชูศรี วงศ์รัตน์. 2553. เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย

กรุงเทพฯ: บริษัท ไทเนรมิตกิจ อินเตอร์ โพรเกรสซิฟ จำกัด.

ณรงค์ โพธิ์ฤกษ์นันท์. 2551. ระเบียบวิธีวิจัย.

กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กซ์เปอร์เน็ท จำกัด.

นิตา ชูโต. 2545. การวิจัยเชิงคุณภาพ.

กรุงเทพฯ: บริษัท แม็ทส์ปอยท์ จำกัด.

บรรจง บินกาซัน. 2547. ฮาลาลและหะรอมในอิสลาม.

กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.

บรรจง บินกาซัน. 2547. ประวัติศาสตร์ ท่านนบี มุฮัมมัด.

กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.

- บรรจง บินกาซัน. 2546. อิสลาม สำหรับผู้เริ่มสนใจอิสลาม.
กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.
- บรรจง บินกาซัน. 2543. เศรษฐกิจการเงินอิสลาม.
กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.
- บรรจง บินกาซัน. 2551. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับคัมภีร์ อัล กุรอาน.
กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.
- บรรจง บินกาซัน. 2547. สารานุกรมอิสลาม สำหรับเยาวชนและผู้เริ่มสนใจ.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ อัล อะมีน.
- บรรจง บินกาซัน. 2549. ประวัติศาสตร์อิสลามและ โลกมุสลิม.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ อัล อะมีน.
- บินยะมีน. 2552. ประวัติศาสตร์นครมักกะฮ์.
กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.
- ประยูรศักดิ์ ชลาชนเดชะ. 2539. มุสลิมในประเทศไทย.
กรุงเทพฯ: โครงการหอสมุดกลางอิสลาม สายสกุลสุลต่านสุลัยมาน.
- พิบูล ใจจิตรกรรม. 2552. อิสลาม: ความงามและการออกแบบ.
วารสารวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม 8 (มิถุนายน): 62-69.
- มุฮัมมัดซาคี เจ๊ะหะ. 2547. บทลงโทษในกฎหมายอิสลาม.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อิสลามิก อะเคเดมี.
- ไรราน อรุณรังสี. 2544. อิหร่านอยู่แห่งอารยธรรม.
กรุงเทพฯ: ศูนย์วัฒนธรรม สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐอิสลามแห่งอิหร่าน
ประจำกรุงเทพมหานคร.
- เศรษฐมนตร์ กาญจนกุล. 2552. เส้นสายลายไทย ชุดลายไทยฉบับนักศึกษา.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เศรษฐศิลป์.
- เศรษฐมนตร์ กาญจนกุล. 2551. เส้นสายลายไทย ชุดต้นไม้ลายไทย.
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เศรษฐศิลป์.
- สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับประเทศไทย. ฮ.ศ. 1425. พระมหาคัมภีร์ อัลกุรอาน
พร้อมคำแปลเป็นภาษาไทย.
ชาอูดีอาระเบีย: ศูนย์กษัตริย์ ฟิซค เพื่อการพิมพ์อัลกุรอาน
- อับดุล ขอมใหญ่. 2544. อิสลามเบื้องต้น.
กรุงเทพฯ: ศูนย์วัฒนธรรม สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐอิสลามแห่งอิหร่าน
ประจำกรุงเทพมหานคร.

อาลี เสือสมิง. 2550. ประวัติศาสตร์นครอัลกุดส์และมัสยิด อัลอักซอ

กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสืออิสลาม.

อิมรอน มะลูลีม กิติมา อมรทัต และ จรัญ มะลูลีม. 2550. ปรัชญาอิสลาม.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อิสลามิก อะเคเดมี.



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

- Amirsadeghi, H. 1989. The Arts of Persia.
USA: Yale University Press.
- Bloom, J. and Blair, S. 1995. The Art and Architecture of Islamic 1250-1800.
USA: Yale University Press.
- Bourgoin, J. 1973. Arabic Geometrical Pattern and Design.
New York: Dover Publication, Inc.
- Broug, E. 2008. Islamic Geometric Patterns.
London: Thames and Hudson Ltd.
- Ettinghausen, R., Grabar, O. and Jenkins, M. M. 2001. Islamic Art and Architecture 650-1250.
USA: Yale University Press.
- Gilquin, M. 2005. The Muslim of Thailand.
Chiang Mai, Thailand: Silkworm Books.
- Grabar, O. 2009. Masterpieces of Islamic Art: The Decorated page from the 8th to the 17th Century.
USA: Prestel Verlag.
- Hagedorn, A. 2009. Islamic Art.
Germany: Taschen GmbH.
- Hillenbrand, R. 1999. Islamic Art.
London: Thames and Hudson Ltd.
- Roojen, P. V. 2009. Islamic Designs.
Singapore: The Pepin Press.
- Roojen, P. V. 2009. Persian Designs.
Singapore: The Pepin Press.
- Sardar, Z. and Malik, Z. A. 2004. Introduction Islam.
United Kingdom: Icon Books Ltd.
- Stierlin, H. 2009. Islam: from Baghdad to Cordoba Early Architecture from the 7th to the 13th Century.
Germany: Taschen GmbH.

Thompson, J. and Canby, S. R. 2003. Hunt for Paradise: Court Arts of Safavid Iran 1501-1576.

New York: Shira Editore S.p.a.

Waijittragum, P. 2010. Urban Culture and Islamic Design for Halal Products.

The Proceedings of the 8th Academic Forum of Urban Culture Research. 8: 71-79



ศูนย์วิจัยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

ความหมายของค่าระดับคะแนน : 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง, 2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ท่านเห็นด้วยแค่ไหนในเรื่องต่อไปนี้	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย					
2. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีลักษณะเหมือนกันหมดในทุกประเทศ					
3. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม					
4. ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม					
5. ศิลปะตะวันตก มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม					
6. วัฒนธรรมไทย เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม					
7. วัฒนธรรมตะวันตก เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม					
8. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) ในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่					
9. ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม					
10. ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นตะวันตกผสมอยู่					
11. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) สามารถใช้ประดับตกแต่งในบรรจุกันท์ฮาลาลได้					

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

ความหมายของค่าระดับคะแนน : 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง,

2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ท่านเห็นด้วยแค่ไหนในเรื่องต่อไปนี้	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. แนวคิดแบบ “อยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน					
2. แนวคิดแบบ “ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน					
3. แนวคิดแบบ “ใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์เท่านั้น” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน					
4. แนวคิดแบบ “ยึดมั่นในอาระชาธรรมของชาติอาหรับในดินแดน ตะวันออกกลาง” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน					
5. แนวคิดแบบ “วิถีสมัยใหม่แบบตะวันตก” เหมาะสมกับชาวไทย มุสลิมในปัจจุบัน					
6. แนวคิดแบบ “สร้างเอกลักษณ์ใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิม ในปัจจุบัน					
7. แนวคิดเรื่อง “เอกภาพ” มีความสำคัญต่อท่าน					
8. แนวคิดเรื่อง “ความเคร่งครัด” มีความสำคัญต่อท่าน					
9. แนวคิดเรื่อง “ความจริงใจ” มีความสำคัญต่อท่าน					
10. แนวคิดเรื่อง “ความรู้-เหตุผล” มีความสำคัญต่อท่าน					
11. แนวคิดเรื่อง “ความพอเพียง-สมดุล” มีความสำคัญต่อท่าน					
12. แนวคิดเรื่อง “ความสงบ-สามัคคี” มีความสำคัญต่อท่าน					
13. แนวคิดเรื่อง “ระเบียบ-หลักการ” มีความสำคัญต่อท่าน					

3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาล

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

ความหมายของค่าระดับคะแนน : 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง,

2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

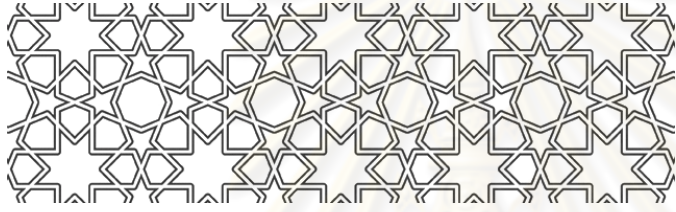

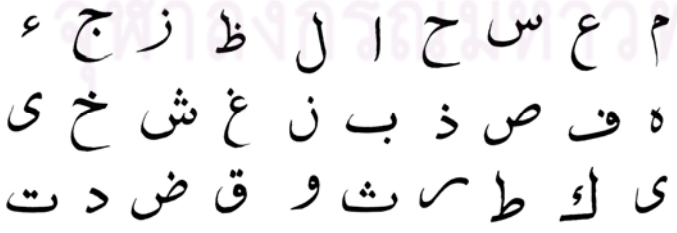
ความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาล	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. นอกจากเครื่องหมายฮาลาลแล้ว ควรมีสัญลักษณ์อย่างอื่นเพิ่มเติม					
2. ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีบรรจุภัณฑ์ ที่มีลักษณะแบบอิสลาม					
3. ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์					
4. ความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีเอกลักษณ์แบบอิสลาม					
5. ความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาลจะมีสื่อโฆษณาและ ประชาสัมพันธ์					
6. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม ช่วยทำให้ชาว ไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น					
7. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ช่วยทำให้ ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น					
8. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม ช่วยเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อ					
9. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม ทำให้เห็นความสำคัญของชาวไทยมุสลิม					
10. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม ไม่ขัดแย้งกับ วิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม					
11. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีสื่อ โฆษณาประชาสัมพันธ์ ไม่ขัดแย้ง กับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม					
12. บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลาม ผสมไทย					
13. บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลาม ดั้งเดิม					
14. บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลาม ผสมตะวันตก					






4. ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ฮาลาล

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

ความหมายของค่าระดับคะแนน : 5 = เห็นด้วยมากที่สุด, 4 = เห็นด้วยมาก, 3 = เห็นด้วยปานกลาง,

2 = เห็นด้วยน้อย, 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

ท่านเห็นด้วยแค่ไหน ในเรื่องต่อไปนี้	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. ใช้ลายเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล 					
2. ใช้ลายพรรณพฤกษา (Arabesque) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล 					
3. ใช้ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ (Calligraphic) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล 					

<p>ทำเนิ่นด้วยเคไหนด ในเรื่องต่อไปนี้</p>	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<p>4. ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบทั่วไป) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>5. ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบมุสลิม) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>6. ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้หญิง เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>7. ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบทั่วไป) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>8. ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบมุสลิม) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					

ท่านเห็นด้วยแค่ไหน ในเรื่องต่อไปนี้	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<p>9. ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้ชาย เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>10. ใช้ภาพถ่ายสัตว์ที่มีชีวิตอยู่ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>11. ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์สดๆ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>12. ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์ที่ปรุงสุกแล้ว เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>13. ใช้ภาพวาดสัตว์หรือภาพสัญลักษณ์สัตว์ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					

ท่านเห็นด้วยแค่ไหน ในเรื่องต่อไปนี้	5 มาก ที่สุด	4 มาก	3 ปาน กลาง	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
<p>14. ใช้ภาพถ่ายสิ่งของเครื่องใช้ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					
<p>15. ใช้ภาพวาดสิ่งของหรือภาพสัญลักษณ์สิ่งของเครื่องใช้ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล</p> 					

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถามสำหรับนักร้องแบบ

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การสร้างมาตรฐานวิชาชีพที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล ของนิสิตปริญญาเอก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ผู้วิจัยใคร่ขอความร่วมมือจากท่าน ในการตอบคำถามตามความคิดเห็นของท่านอย่างอิสระ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทางประชากร

คำชี้แจง : โปรดกรอกข้อความและทำเครื่องหมาย ✓ ตามความเหมาะสม

1. ชื่อ นามสกุล
2. ระดับการศึกษา
 ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก
3. อาชีพ
 นักร้องแบบ นักโฆษณา นักวิชาการ – อาจารย์
4. สถานที่ทำงาน
 ธุรกิจส่วนตัว
 พนักงาน (ชื่อบริษัทหรือองค์กร)
5. ประสบการณ์การทำงาน โดยรวม ปี

ศูนย์วิทยุทรัพยากร
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม

ตอนที่ 1 กรุณาเลือกบุคลิกภาพในงานออกแบบ (โคบายาชิ, 1990) ที่สื่อถึงความหมายในศิลปะอิสลาม

1. คำว่า เอกภาพ (Unity) หมายถึง เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เห็นตรงกัน ไม่ขัดแย้ง

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

เอกภาพ หมายถึง เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เห็นตรงกัน ไม่ขัดแย้ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual) สื่อถึง ความเป็นเอกภาพ ได้ ลำลอง คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน คู่อ่อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า		
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern) สื่อถึง ความเป็นเอกภาพ ได้ ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี		
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic) สื่อถึง ความเป็นเอกภาพ ได้ ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา		
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural) สื่อถึง ความเป็นเอกภาพ ได้ ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ร่าเริง ประณีประนอม		
5. บุคลิกภาพแบบ หรุกรา (Elegant) สื่อถึง ความเป็นเอกภาพ ได้ หรุกรา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ		
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋เก๋ (Chic) สื่อถึง ความเป็นเอกภาพ ได้ เก๋เก๋ คือ ละเอียดย่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์		
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic) สื่อถึง ความเป็นเอกภาพ ได้ เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ		
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy) สื่อถึง ความเป็นเอกภาพ ได้ โอ้อำ คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง		

2. คำว่า ความนอบน้อม (Respect) หมายถึง ศรัทธา เคารพ ักดี ยอมรับ คิดเห็นคล้อยตาม

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

ความนอบน้อม หมายถึง ศรัทธา เคารพ ักดี ยอมรับ คิดเห็นคล้อยตาม	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual) สื่อถึง ความนอบน้อม ได้ ลำลอง คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน คู่อ่อนเยาว์ กระจุกกระจิก		
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern) สื่อถึง ความนอบน้อม ได้ ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี		
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic) สื่อถึง ความนอบน้อม ได้ ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา		
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural) สื่อถึง ความนอบน้อม ได้ ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ร่าเริง ประณีประนอม		
5. บุคลิกภาพแบบ หรุกรา (Elegant) สื่อถึง ความนอบน้อม ได้ หรุกรา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ		
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic) สื่อถึง ความนอบน้อม ได้ เก๋ไก๋ คือ ละเอียดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์		
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic) ความนอบน้อม ได้ เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ		
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy) สื่อถึง ความนอบน้อม ได้ โอ้อำ คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง		

3. คำว่า จริ่งใจ (Sincerity) หมายถึง นำเชื่อถือ บริสุทธิ์ใจ มีความยึดมั่น มั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลง
คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

จริ่งใจ หมายถึง นำเชื่อถือ บริสุทธิ์ใจ มีความยึดมั่น มั่นคง ไม่เปลี่ยนแปลง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual) สื่อถึง ความจริ่งใจ ได้ ลำลอง คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน คุยอ้อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า		
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern) สื่อถึง ความจริ่งใจ ได้ ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี		
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic) สื่อถึง ความจริ่งใจ ได้ ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา		
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural) สื่อถึง ความจริ่งใจ ได้ ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ราบรื่น ประณีประนอม		
5. บุคลิกภาพแบบ หุหรา (Elegant) สื่อถึง ความจริ่งใจ ได้ หุหรา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ		
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic) สื่อถึง ความจริ่งใจ ได้ เก๋ไก๋ คือ ละเอียดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์		
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic) ความจริ่งใจ ได้ เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ		
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy) สื่อถึง ความจริ่งใจ ได้ โอ้อำ คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง		

4. คำว่า ความรู้ (Knowledge) หมายถึง มีความเข้าใจ กระจ่างแจ้ง มีความหมาย เป็นสัญลักษณ์
คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

ความรู้ หมายถึง มีความเข้าใจ กระจ่างแจ้ง มีความหมาย เป็นสัญลักษณ์	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual) สื่อถึง ความรู้ ได้ ลำลอง คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน คู่อ่อนเยาว์ กระจุกกระจิก		
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern) สื่อถึง ความรู้ ได้ ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี		
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic) สื่อถึง ความรู้ ได้ ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา		
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural) สื่อถึง ความรู้ ได้ ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ราบรื่น ประณีประนอม		
5. บุคลิกภาพแบบ หรุษรา (Elegant) สื่อถึง ความรู้ ได้ หรุษรา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ		
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic) สื่อถึง ความรู้ ได้ เก๋ไก๋ คือ ละเอียดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์		
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic) ความรู้ ได้ เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ		
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy) สื่อถึง ความรู้ ได้ โอ้อำ คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง		

5. คำว่า พอเพียง - สมดุล (Balance) หมายถึง มีประโยชน์ มีคุณค่า กลมกลืน มีลำดับขั้นตอน
คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

พอเพียง - สมดุล หมายถึง มีประโยชน์ มีคุณค่า กลมกลืน มีลำดับขั้นตอน	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual) สื่อถึง ความพอเพียง – ความสมดุล ได้ ลำลอง คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน คู่อ่อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า		
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern) สื่อถึง ความพอเพียง – ความสมดุล ได้ ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี		
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic) สื่อถึง ความพอเพียง – ความสมดุล ได้ ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา		
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural) สื่อถึง ความพอเพียง – ความสมดุล ได้ ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ร่าเริง ประณีประนอม		
5. บุคลิกภาพแบบ หูหรา (Elegant) สื่อถึง ความพอเพียง – ความสมดุล ได้ หูหรา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สดสวย มีระดับ		
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic) สื่อถึง ความพอเพียง – ความสมดุล ได้ เก๋ไก๋ คือ ละเอียดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์		
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic) สื่อถึง ความพอเพียง – ความสมดุล ได้ เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ		
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อ้อ (Dandy) สื่อถึง ความพอเพียง – ความสมดุล ได้ โอ้อ้อ คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง		

6. คำว่า สงบ - สมာธิ (Modesty) หมายถึง เป็นธรรมชาติ มีความเคารพ ให้เกียรติ อ่อนน้อมถ่อมตน
คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

สงบ - สมာธิ หมายถึง เป็นธรรมชาติ มีความเคารพ ให้เกียรติ อ่อนน้อมถ่อมตน	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual) สื่อถึง ความสงบ – มีสมာธิ ได้ ลำลอง คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน คุยอ้อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า		
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern) สื่อถึง ความสงบ – มีสมာธิ ได้ ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี		
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic) สื่อถึง ความสงบ – มีสมာธิ ได้ ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา		
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural) สื่อถึง ความสงบ – มีสมာธิ ได้ ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ร่าเริง ประณีประนอม		
5. บุคลิกภาพแบบ หรุกรา (Elegant) สื่อถึง ความสงบ – มีสมာธิ ได้ หรุกรา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ		
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic) สื่อถึง ความสงบ – มีสมာธิ ได้ เก๋ไก๋ คือ ละเอียดย่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์		
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic) สื่อถึง ความสงบ – มีสมာธิ ได้ เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ		
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy) สื่อถึง ความสงบ – มีสมာธิ ได้ โอ้อำ คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง		

7. คำว่า มีระเบียบ – มีหลักการ (Remembrance) หมายถึง กฎธรรมชาติ ความสมดุลของโลก มีระเบียบแบบแผน เรื่องของสังคม การอยู่ร่วมกับผู้อื่น

คำชี้แจง : โปรดตอบคำถามแต่ละข้อ โดยทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าเหมาะสมที่สุด

มีระเบียบ – มีหลักการ หมายถึง กฎธรรมชาติ ความสมดุลของโลก มีระเบียบแบบแผน เรื่องของสังคม การอยู่ร่วมกับผู้อื่น	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย
1. บุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual) สื่อถึง ความมีระเบียบ – มีหลักการ ได้ ลำลอง คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน อบอุ่นเยาว์ กระปรี้กระเปร่า		
2. บุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern) สื่อถึง ความมีระเบียบ – มีหลักการ ได้ ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เนียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี		
3. บุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic) สื่อถึง ความมีระเบียบ – มีหลักการ ได้ ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา		
4. บุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural) สื่อถึง ความมีระเบียบ – มีหลักการ ได้ ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ร่าเริง ประณีประนอม		
5. บุคลิกภาพแบบ หุหุรา (Elegant) สื่อถึง ความมีระเบียบ – มีหลักการ ได้ หุหุรา คือ ประณีต สะอาดสะอ่อง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ		
6. บุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic) สื่อถึง ความมีระเบียบ – มีหลักการ ได้ เก๋ไก๋ คือ ละเอียดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์		
7. บุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic) สื่อถึง ความมีระเบียบ – มีหลักการ ได้ เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ		
8. บุคลิกภาพแบบ โอ้อ่า (Dandy) สื่อถึง ความมีระเบียบ – มีหลักการ ได้ โอ้อ่า คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง		

ตอนที่ 2 กรณเลือกลี ที่สื่อถึงบุคลิกภาพในงานออกแบบ

8. เลือกลีที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)

ลำลอง คือ สนุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน ดูอ่อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขลีสี่ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (คูตัวอย่างสี่ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126	127	128	129	130

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

9. เลือกสี่ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)

ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เจียบคม สุนภาพ เป็นผู้ดี

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขสี่ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (คูตัวอย่างสี่ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126	127	128	129	130

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

10. เลือกสี่ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ชวนฝัน (Romantic)

ชวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขสี่ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (คู่มืออย่างสี่ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126	127	128	129	130

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

11. เลือกสี่ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)

ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ราบรื่น ประณีประนอม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขสี่ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (คูตัวอย่างสี่ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126	127	128	129	130

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

12. เลือกสี่ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ หรรษา (Elegant)

หรรษา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขสี่ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (คูตัวอย่างสี่ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126	127	128	129	130

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

13. เลือกสี่ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic)

เก๋ไก๋ คือ สะอาดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขสี่ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (คูตัวอย่างสี่ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126	127	128	129	130

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

14. เลือกสี่ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)

เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขสี่ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (คูตัวอย่างสี่ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126	127	128	129	130

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

15. เลือกสี่ที่สี่ถึงบุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy)

โอ้อำ คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไร้ใจได้ เป็นคนเมือง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องหมายเลขสี่ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (คูตัวอย่างสี่ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
41	42	43	44	45	46	47	48	49	50
51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71	72	73	74	75	76	77	78	79	80
81	82	83	84	85	86	87	88	89	90
91	92	93	94	95	96	97	98	99	100
101	102	103	104	105	106	107	108	109	110
111	112	113	114	115	116	117	118	119	120
121	122	123	124	125	126	127	128	129	130

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ภูณณเลือกเบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพในงานออกแบบ

16. เลือกเบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพเบบ ล้าตอง (Casual)

ล้าตอง คือ สนุกสนาน ร่าเรึง ชัดเจณ ดูอ่อนเยาว์ กระทบรีกระทบร่า

คำชี้แจง : โปรคทำครื่องหมาย ✓ ในช่องเบบตัวอักษร ที่ท่านคิดว่เหมาะสม (ดูตัวอย่างเบบตัวอักษร ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวมีหัว แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวไม่มีหัว แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวประคิษฐ์ แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวอรัศย์ แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวลายมือ แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

17. เลือกเบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพเบบ ทันสมัย (Modern)

ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจณ เรียบคม สุนภาพ เป็นผู้ดี

คำชี้แจง : โปรคทำครื่องหมาย ✓ ในช่องเบบตัวอักษร ที่ท่านคิดว่เหมาะสม (ดูตัวอย่างเบบตัวอักษร ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวมีหัว แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวไม่มีหัว แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวประคิษฐ์ แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวอรัศย์ แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวลายมือ แบบน้้าหนักเส้นเท่ากัน แบบน้้าหนักเส้นไม่เท่ากัน

18. เลือกแบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ขวนฝัน (Romantic)

ขวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องแบบตัวอักษร ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างแบบตัวอักษร ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวประติษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวอรัญ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

19. เลือกแบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)

ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ราบรื่น ประณีประนอม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องแบบตัวอักษร ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างแบบตัวอักษร ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวประติษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวอรัญ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

20. เลือกแบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ หรรษา (Elegant)

หรรษา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องแบบตัวอักษร ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างแบบตัวอักษร ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

21. เลือกแบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic)

เก๋ไก๋ คือ สะอาดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องแบบตัวอักษร ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างแบบตัวอักษร ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

22. เลือกแบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)

เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องแบบตัวอักษร ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างแบบตัวอักษร ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

23. เลือกแบบตัวอักษร ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ โอ้อ่า (Dandy)

โอ้อ่า คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องแบบตัวอักษร ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างแบบตัวอักษร ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตัวมีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวไม่มีหัว แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวประคิษฐ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวอาร์กซ์ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตัวลายมือ แบบน้ำหนักเส้นเท่ากัน แบบน้ำหนักเส้นไม่เท่ากัน

ตอนที่ 4 กรรณเลือกการจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพในงานออกแบบ

24. เลือกวิธีจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ลำลอง (Casual)

ลำลอง คือ สุกสนาน ร่าเริง ชัดเจน ดูอ่อนเยาว์ กระปรี้กระเปร่า

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องการจัดองค์ประกอบ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

25. เลือกวิธีจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ทันสมัย (Modern)

ทันสมัย คือ ก้าวหน้า มีเหตุผล ชัดเจน เรียบคม สุภาพ เป็นผู้ดี

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องการจัดองค์ประกอบ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

26. เลือกวิธีจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ขวนฝัน (Romantic)

ขวนฝัน คือ มีเสน่ห์ ช่างฝัน อ่อนโยน อ่อนหวาน ไร้เดียงสา

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องการจัดองค์ประกอบ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

27. เลือกวิธีจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ ธรรมชาติ (Natural)

ธรรมชาติ คือ เป็นกันเอง สนุกสนาน กลมกลืน ราบรื่น ประณีประนอม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องการจัดองค์ประกอบ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

28. เลือกวิธีจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ หุหุรา (Elegant)

หุหุรา คือ ประณีต สะอาดสะอาง งดงาม มีลีลา สละสลวย มีระดับ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องการจัดองค์ประกอบ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

29. เลือกวิธีจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ เก๋ไก๋ (Chic)

เก๋ไก๋ คือ สะอาดอ่อน ไม่เหมือนใคร มีจุดเด่น ช่างคิด มีความสร้างสรรค์

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องการจัดองค์ประกอบ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

30. เลือกวิธีจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ เป็นที่นิยม (Classic)

เป็นที่นิยม คือ มีรสนิยม ลึกซึ้ง มีแบบแผน มีชาติตระกูล เป็นที่ยอมรับ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องการจัดองค์ประกอบ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

31. เลือกวิธีจัดองค์ประกอบ ที่สื่อถึงบุคลิกภาพแบบ โอ้อำ (Dandy)

โอ้อำ คือ สง่างาม สงบเสงี่ยม มีประสบการณ์ มีสาระ ไว้ใจได้ เป็นคนเมือง

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องการจัดองค์ประกอบ ที่ท่านคิดว่าเหมาะสม (ดูตัวอย่างการจัดองค์ประกอบ ประกอบการพิจารณา) เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ

ใช้ความสมดุล แบบเท่ากัน แบบไม่เท่ากัน แบบรัศมี

ใช้ความแตกต่าง ด้วยขนาด ด้วยรูปร่าง ด้วยทิศทาง ด้วยน้ำหนัก

ใช้การซ้ำ แบบสม่ำเสมอ แบบอัตราส่วน

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ข
การประเมินแบบสอบถาม

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง การสร้างมาตรฐานวิชาชีพที่สื่อเอกลักษณ์แบบอิสลามสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการฮาลาล ผู้วิจัยใคร่ขอความกรุณาจากท่านในฐานะผู้ทรงคุณวุฒิ ได้โปรดพิจารณาข้อความของแบบสอบถาม ว่ามีความสอดคล้องกับเนื้อหาเชิงหลักการและทฤษฎีเพียงใด การประเมินแบบสอบถามครั้งนี้ ใช้รูปแบบการประเมินแบบชิป (CIPP Model) ของสตัฟเฟิลบีมและคณะ (D.L. Stufflebeam and others, 1977) โดยจะประเมินในปัจจัยด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับฮาลาลและด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ฮาลาล ประเมินภาษาที่ใช้ในการเขียนแบบสอบถาม ว่ามีความกระชับ ถูกต้องและเป็นที่น่าสนใจเพียงใด โดยข้อคิดเห็นและการเสนอแนะของท่าน ผู้วิจัยจะนำไปปรับปรุงให้มีความถูกต้องและมีคุณภาพตามมาตรฐานตามลักษณะของแบบสอบถาม ที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จากมากไปหาน้อย ประกอบด้วย มากที่สุด (5) มาก (4) ปานกลาง (3) น้อย (2) และน้อยที่สุด (1)

กรุณาพิจารณาคำเอนการดังนี้

1. พิจารณาข้อความรายข้อของแต่ละด้าน ว่ามีความเชื่อมโยงกับสาระสำคัญของด้านนั้นหรือไม่ และเป็นข้อความที่ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้หรือไม่
2. ข้อความเหล่านั้นมีความชัดเจน เป็นที่น่าสนใจตามหลักภาษาหรือไม่ ท่านกรุณาปรับปรุงและแก้ไขตามที่ท่านเห็นสมควร
3. กรุณาเสนอแนะข้อความเพิ่มเติม เพื่อให้แบบสอบถามแต่ละด้านมีความสมบูรณ์และครอบคลุมเนื้อหาตามหลักการและทฤษฎี

กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องสำหรับประเมินแบบสอบถามแต่ละข้อ ดังตัวอย่าง
ต่อไปนี้

ข้อที่	ความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และ ศิลปวัฒนธรรมอิสลาม	ข้อคำถามพิจารณาได้ว่า		
		ใช้ได้ (1)	ไม่มีความเห็น (0)	ใช้ไม่ได้ (-1)
1	ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	✓		
2	ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม			✓
3	ศิลปะตะวันตก มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม		✓	

ข้อ 1 แสดงว่า ท่านเห็นด้วยกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น โดยเป็นข้อคำถามที่เป็นไปตามหลักการทางวิชาการ ที่ปรากฏในบทที่ 2 (เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง)

ข้อ 2 แสดงว่า ท่านไม่เห็นด้วยกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น โดยเป็นข้อคำถามที่มีเนื้อหาไม่
เป็นไปตามหลักการทางวิชาการหรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อนี้ควรปรับปรุงแก้ไข

ข้อ 3 แสดงว่า ท่านไม่มีความเห็นกับข้อคำถามที่สร้างขึ้น โดยเป็นข้อคำถามที่ท่านไม่
แน่ใจว่าเป็นไปตามหลักการทางวิชาการหรือสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยหรือไม่

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบฟอร์มสำหรับประเมินแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ

1. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม

ข้อที่	ด้านประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม	ข้อความพิจารณาได้ว่า		
		ใช้ได้ (1)	ไม่มีความเห็น (0)	ใช้ไม่ได้ (-1)
1.	ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย			
2.	ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีลักษณะเหมือนกันหมดในทุกประเทศ			
3.	ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม			
4.	ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม			
5.	ศิลปะตะวันตก มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม			
6.	วัฒนธรรมไทย เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม			
7.	วัฒนธรรมตะวันตก เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม			
8.	ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) ในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่			
9.	ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม			
10.	ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นตะวันตกผสมอยู่			
11.	ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) สามารถใช้ประดับตกแต่งในบรรจุภัณฑ์ฮาลาลได้			

แบบฟอร์มสำหรับประเมินแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ

2. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม

ข้อที่	ด้านแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม	ข้อคำถามพิจารณาได้ว่า		
		ใช้ได้ (1)	ไม่มีความเห็น (0)	ใช้ไม่ได้ (-1)
1.	แนวความคิดแบบ “อยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน			
2.	แนวความคิดแบบ “ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน			
3.	แนวความคิดแบบ “ใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์เท่านั้น” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน			
4.	แนวความคิดแบบ “ยึดมั่นในอาระชาธรรมของชาติอาหรับในดินแดนตะวันออกกลาง” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน			
5.	แนวความคิดแบบ “วิถีสมัยใหม่แบบตะวันตก” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน			
6.	แนวความคิดแบบ “สร้างเอกลักษณ์ใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิม ในปัจจุบัน			
7.	แนวคิดเรื่อง “เอกภาพ” มีความสำคัญต่อท่าน			
8.	แนวคิดเรื่อง “ความนอบน้อม” มีความสำคัญต่อท่าน			
9.	แนวคิดเรื่อง “ความจริงใจ” มีความสำคัญต่อท่าน			
10.	แนวคิดเรื่อง “ความรู้-เหตุผล” มีความสำคัญต่อท่าน			
11.	แนวคิดเรื่อง “ความพอเพียง-สมดุล” มีความสำคัญต่อท่าน			
12.	แนวคิดเรื่อง “ความสงบ-สามัคคี” มีความสำคัญต่อท่าน			
13.	แนวคิดเรื่อง “ระเบียบ-หลักการ” มีความสำคัญต่อท่าน			

แบบฟอร์มสำหรับประเมินแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ

3. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ข้อที่	ด้านผลิตภัณฑ์ฮาลาล	ข้อความพิจารณาได้ว่า		
		ใช้ได้ (1)	ไม่มีความเห็น (0)	ใช้ไม่ได้ (-1)
1.	นอกจากเครื่องหมายฮาลาลแล้ว ควรมีสัญลักษณ์อย่างอื่นเพิ่มเติม			
2.	ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีบรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะแบบอิสลาม			
3.	ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์			
4.	มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล จะมีเอกลักษณ์แบบอิสลาม			
5.	มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล จะมีสื่อโฆษณาและประชาสัมพันธ์			
6.	การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม ช่วยทำให้ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น			
7.	การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ช่วยทำให้ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น			
8.	การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีบรรจุภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์แบบอิสลามช่วยเพิ่มความสะดวกในการเลือกซื้อ			
9.	การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีบรรจุภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์แบบอิสลามทำให้เห็นความสำคัญของชาวไทยมุสลิม			
10.	การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีเอกลักษณ์แบบอิสลาม ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม			
11.	การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม			
12.	บรรจุภัณฑ์ฮาลาล ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย			
13.	บรรจุภัณฑ์ฮาลาล ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม			
14.	บรรจุภัณฑ์ฮาลาล ในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมตะวันตก			

แบบฟอร์มสำหรับประเมินแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ

4. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ฮาลาล

ข้อที่	ด้านบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	ข้อคำถามพิจารณาได้ว่า		
		ใช้ได้ (1)	ไม่มีความเห็น (0)	ใช้ไม่ได้ (-1)
1.	ใช้ลายเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
2.	ใช้ลายพรรณพฤกษา (Arabesque) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
3.	ใช้ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ (Calligraphic) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
4.	ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบทั่วไป) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
5.	ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบมุสลิม) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
6.	ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้หญิง เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
7.	ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบทั่วไป) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
8.	ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบมุสลิม) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
9.	ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้ชาย เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
10.	ใช้ภาพถ่ายสัตว์ที่มีชีวิตอยู่ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
11.	ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์สดๆ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
12.	ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์ที่ปรุงสุกแล้ว เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
13.	ใช้ภาพวาดสัตว์หรือภาพสัญลักษณ์สัตว์ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			

ข้อที่	ด้านบรรจุภัณฑ์ฮาลาล	ข้อคำถามพิจารณาได้ว่า		
		ใช้ได้ (1)	ไม่มีความเห็น (0)	ใช้ไม่ได้ (-1)
14.	ใช้ภาพถ่ายสิ่งของเครื่องใช้ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			
15.	ใช้ภาพวาดสิ่งของหรือภาพสัญลักษณ์สิ่งของเครื่องใช้ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล			



ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการประเมินความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

1. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมอิสลาม

ข้อที่	คะแนนประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน ΣR	ค่า IOC $IOC = \frac{\Sigma R}{n}$	สรุปผลการ ประเมิน
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		Mean	
1. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีอยู่ทั่วไปในประเทศไทย	+1	+1	0	2	0.667	เที่ยงตรงสูง
2. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีลักษณะเหมือนกันหมดในทุกประเทศ	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
3. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
4. ศิลปะไทย มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
5. ศิลปะตะวันตก มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
6. วัฒนธรรมไทย เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
7. วัฒนธรรมตะวันตก เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
8. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) ในประเทศไทย มีความเป็นไทยผสมอยู่	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
9. ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นอิสลามดั้งเดิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
10. ศิลปะอิสลามในประเทศไทย มีความเป็นตะวันตกผสมอยู่	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
11. ศิลปะอิสลาม (ลวดลายแบบอิสลาม) สามารถใช้ประดับตกแต่งในบรรจุภัณฑ์ฮาลาลได้	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
ภาพรวม					.9744	เที่ยงตรงสูง

ผลการประเมินความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

2. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวความคิดและวิถีชีวิตของชาวไทยมุสลิม

ข้อที่	คะแนนประเมินของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน ΣR	ค่า IOC $IOC = \frac{\Sigma R}{n}$	สรุปผลการ ประเมิน
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		Mean	
1. แนวคิดแบบ “อยู่อย่างพอเพียง ตามสภาพในท้องถิ่นไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
2. แนวคิดแบบ “ปรับตัวตามสังคมและนโยบายของรัฐบาลไทย” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
3. แนวคิดแบบ “ใช้ชีวิตตามหลักการในพระคัมภีร์เท่านั้น” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
4. แนวคิดแบบ “ยึดมั่นในอารยะธรรมของชาติอาหรับในดินแดนตะวันออกกลาง” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
5. แนวคิดแบบ “วิถีสมัยใหม่แบบตะวันตก” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิมในปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
6. แนวคิดแบบ “สร้างเอกลักษณ์ใหม่ๆ ไม่ยึดติดกับรูปแบบเดิมๆ” เหมาะสมกับชาวไทยมุสลิม ในปัจจุบัน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
7. แนวคิดเรื่อง “เอกภาพ” มีความสำคัญต่อท่าน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
8. แนวคิดเรื่อง “ความอบอุ่น” มีความสำคัญต่อท่าน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
9. แนวคิดเรื่อง “ความจริงใจ” มีความสำคัญต่อท่าน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง

ข้อที่	คะแนนประเมินของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน ΣR	ค่า IOC $IOC = \frac{\Sigma R}{n}$	สรุปผลการ ประเมิน
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		Mean	
10. แนวคิดเรื่อง “ความรู้-เหตุผล” มีความสำคัญต่อท่าน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
11. แนวคิดเรื่อง “ความพอเพียง-สมดุล” มีความสำคัญต่อท่าน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
12. แนวคิดเรื่อง “ความสงบ-สมาธิ” มีความสำคัญต่อท่าน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
13. แนวคิดเรื่อง “ระเบียบ-หลักการ” มีความสำคัญต่อท่าน	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
ภาพรวม					1.000	เที่ยงตรงสูง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการประเมินความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

3. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฮาลาล

ข้อที่	คะแนนประเมินของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน ΣR	ค่า IOC $IOC = \frac{\Sigma R}{n}$	สรุปผลการ ประเมิน
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		Mean	
1. นอกจากเครื่องหมายฮาลาลแล้ว ควรมีสัญลักษณ์อย่างอื่นเพิ่มเติม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
2. ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีบรรจุภัณฑ์ ที่มีลักษณะแบบอิสลาม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
3. ผลิตภัณฑ์ฮาลาล ควรมีสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
4. มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล จะมีเอกลักษณ์แบบอิสลาม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
5. มีความเป็นไปได้ ที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล จะมีสื่อ โฆษณาและประชาสัมพันธ์	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
6. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีเอกลักษณ์ แบบอิสลาม ช่วยทำให้ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
7. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีสื่อ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ช่วยทำให้ชาวไทยทั่วไป เข้าใจอิสลามมากขึ้น	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
8. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีบรรจุภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์แบบอิสลามช่วยเพิ่มความ สะดวกในการเลือกซื้อ	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
9. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีบรรจุภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์แบบอิสลามทำให้เห็น ความสำคัญของชาวไทยมุสลิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
10. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีเอกลักษณ์ แบบอิสลาม ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาว ไทยมุสลิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง

ข้อที่	คะแนนประเมินของผู้เชี่ยวชาญ			รวมคะแนน ΣR	ค่า IOC $IOC = \frac{\Sigma R}{n}$	สรุปผลการประเมิน
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		Mean	
11. การที่ผลิตภัณฑ์ฮาลาล มีสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ไม่ขัดแย้งกับวิถีชีวิตชาวไทยมุสลิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
12. บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมไทย	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
13. บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามดั้งเดิม	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
14. บรรจุภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย ควรมีลักษณะแบบอิสลามผสมตะวันตก	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
ภาพรวม					1.000	เที่ยงตรงสูง

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการประเมินความสอดคล้อง (IOC) ของแบบสอบถาม โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

4. ด้านความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุกณฑ์ฮาลาล

ข้อที่	คะแนนประเมินของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน ΣR	ค่า IOC $IOC = \frac{\Sigma R}{n}$	สรุปผลการ ประเมิน
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		Mean	
1. ใช้ลายเรขาคณิต (Geometric Form) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
2. ใช้ลายพรรณพฤกษา (Arabesque) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
3. ใช้ตัวอักษรอาหรับประดิษฐ์ (Calligraphic) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
4. ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบทั่วไป) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
5. ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้หญิงแต่งกายแบบมุสลิม) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
6. ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ผู้หญิง เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
7. ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบทั่วไป) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
8. ใช้ภาพถ่ายคน (ผู้ชายแต่งกายแบบมุสลิม) เป็นส่วนประกอบในการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง

ข้อที่	คะแนนประเมินของ ผู้เชี่ยวชาญ			รวม คะแนน ΣR	ค่า IOC $IOC = \frac{\Sigma R}{n}$	สรุปผลการ ประเมิน
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3		Mean	
9. ใช้ภาพวาดคนหรือภาพสัญลักษณ์ ผู้ชาย เป็นส่วนประกอบในการ ออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
10. ใช้ภาพถ่ายสัตว์ที่มีชีวิตอยู่ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบ สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
11. ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์สดๆ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบ สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
12. ใช้ภาพถ่ายเนื้อสัตว์ที่ปรุงสุกแล้ว เป็นส่วนประกอบในการออกแบบ สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
13. ใช้ภาพวาดสัตว์หรือภาพสัญลักษณ์ สัตว์ เป็นส่วนประกอบในการ ออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
14. ใช้ภาพถ่ายสิ่งของเครื่องใช้ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบ สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
15. ใช้ภาพวาดสิ่งของหรือภาพ สัญลักษณ์สิ่งของเครื่องใช้ เป็นส่วนประกอบในการออกแบบ สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล	+1	+1	+1	3	1.000	เที่ยงตรงสูง
ภาพรวม					1.000	เที่ยงตรงสูง

ข้อมูลประชากร

เพศ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	54	44.3	44.3	44.3
	หญิง	68	55.7	55.7	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

อายุ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-25 ปี	7	5.7	5.7	5.7
	26 - 30 ปี	8	6.6	6.6	12.3
	31 - 35 ปี	10	8.2	8.2	20.5
	36 - 40 ปี	9	7.4	7.4	27.9
	41 -45 ปี	12	9.8	9.8	37.7
	46 - 50 ปี	15	12.3	12.3	50.0
	51 - 55 ปี	18	14.8	14.8	64.8
	56 - 60 ปี	14	11.5	11.5	76.2
	61 - 65 ปี	13	10.7	10.7	86.9
	มากกว่า 66 ปีขึ้นไป	16	13.1	13.1	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

ระดับการศึกษา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ประถมศึกษา	12	9.8	9.8	9.8
	มัธยมศึกษา	21	17.2	17.2	27.0
	อนุปริญญา	25	20.5	20.5	47.5
	ปริญญาตรี	51	41.8	41.8	89.3
	ปริญญาโท	12	9.8	9.8	99.2
	ปริญญาเอก	1	.8	.8	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

บทบาทหน้าที่

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	อิหม่าม	7	5.7	5.7	5.7
	คอเด็บ	2	1.6	1.6	7.4
	บิหลัน	3	2.5	2.5	9.8
	ไม่มีตำแหน่งใดๆ	79	64.8	64.8	74.6
	อื่นๆ.	31	25.4	25.4	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

อาชีพ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	อาจารย์ - นักวิชาการ	15	12.3	12.3	12.3
	ค้าขาย-ธุรกิจส่วนตัว	19	15.6	15.6	27.9
	รับจ้างทั่วไป	15	12.3	12.3	40.2
	ข้าราชการ	13	10.7	10.7	50.8
	พนักงานเอกชน	17	13.9	13.9	64.8
	แม่บ้าน	24	19.7	19.7	84.4
	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7	5.7	5.7	90.2
	นักศึกษา	3	2.5	2.5	92.6
	อื่นๆ....	9	7.4	7.4	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

ภาษาไทย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	122	100.0	100.0	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

ภาษาอาหรับ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	101	82.8	82.8	82.8
	1	21	17.2	17.2	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

ภาษายาวี

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	107	87.7	87.7	87.7
	1	15	12.3	12.3	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

ภาษาเปอร์เซีย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	120	98.4	98.4	98.4
	1	2	1.6	1.6	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

ภาษาอังกฤษ

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	87	71.3	71.3	71.3
	1	35	28.7	28.7	100.0
	Total	122	100.0	100.0	

ภาษาอินเดีย

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	122	100.0	100.0	100.0

ภาษาชวา

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	122	100.0	100.0	100.0

ภาษาจีน

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	122	100.0	100.0	100.0

ภาษาอื่นๆ












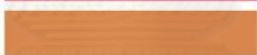
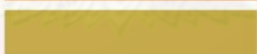












		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	119	97.5	97.5	97.5
	1	3	2.5	2.5	100.0
	Total	122	100.0	100.0	








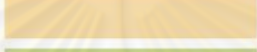

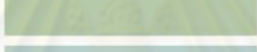


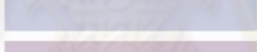


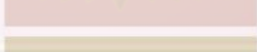







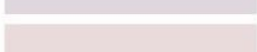

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย




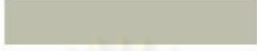








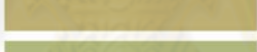

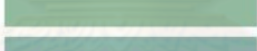










Descriptive Statistics









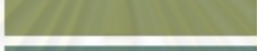
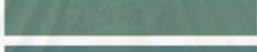
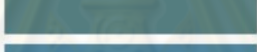
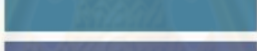
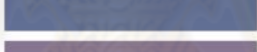












	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
V1	122	1	5	3.13	.94
V2	122	1	5	3.40	1.05
V3	122	1	5	3.74	.98
V4	122	1	5	3.82	1.08
V5	122	1	5	2.16	1.01
V6	122	1	5	3.01	1.04
V7	122	1	5	1.99	1.05
V8	122	2	5	3.95	.83
V9	122	1	5	3.77	1.00
V10	122	1	5	2.20	1.09
V11	122	1	5	3.83	1.04
V12	122	3	5	4.28	.61
V13	122	2	5	3.89	1.03
V14	122	1	5	4.36	.80
V15	122	3	5	4.32	.68
V16	122	1	5	2.00	.98
V17	122	1	5	2.38	1.15
V18	122	1	5	4.24	.92
V19	122	3	5	4.61	.60
V20	122	3	5	4.65	.52
V21	122	2	5	4.56	.62
V22	122	2	5	4.47	.69
V23	122	2	5	4.52	.69
V24	122	1	5	4.41	.80
V25	122	1	5	3.14	1.38
V26	122	1	5	3.89	1.07
V27	122	2	5	4.34	.79
V28	122	2	5	4.23	.75
V29	122	2	5	4.33	.69
V30	122	1	5	4.10	.94
V31	122	1	5	4.24	.84
V32	122	2	5	4.47	.69
V33	122	1	5	4.19	.91
V34	122	1	5	4.39	.78
V35	122	1	5	4.33	.80
V36	122	2	5	3.90	.90
V37	122	2	5	4.18	.91
V38	122	1	5	2.21	1.16
V39	122	1	5	3.72	1.20
V40	122	1	5	3.69	1.24
V41	122	1	5	3.79	1.34
V42	122	1	5	1.56	.87
V43	122	1	5	3.94	1.29
V44	122	1	5	3.82	1.08
V45	122	1	5	2.02	1.19
V46	122	1	5	3.96	1.26
V47	122	1	5	2.05	1.12
V48	122	1	5	2.41	1.21
V49	122	1	5	2.75	1.33
V50	122	1	5	3.43	1.42
V51	122	1	5	3.10	1.41
V52	122	1	5	3.64	1.37
V53	122	1	5	3.49	1.42
SUM1	122	1.82	5.00	3.08	.52
SUM2	122	3.08	4.69	3.94	.33
SUM3	122	2.36	4.93	3.93	.49
V1213	122	2.00	5.00	3.94	.69
V1415	122	2.00	5.00	3.73	.72
V1617	122	1.00	5.00	2.19	.95
V88	122	2.00	5.00	3.95	.83
V115	122	3.00	5.00	4.32	.68
Valid N (listwise)	122				













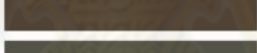







ภาคผนวก ก
ตัวอย่างสีในระบบมันเซลล์ (Albert Henry Munsell)

Name of Color		C	M	Y	K
1. Carmine		17	98	55	3
2. Orange		12	48	84	1
3. Yellow		8	14	90	0
4. Yellow Green		40	15	91	1
5. Green		93	18	68	3
6. Peacock Green		100	18	58	3
7. Cerulean Blue		99	32	28	2
8. Ultramarine		93	64	4	1
9. Purple		62	80	7	1
10. Magenta		20	97	38	2
11. Rouge Coral		17	86	49	2
12. Persimmon		11	59	79	1
13. Gold		24	28	85	1
14. Grass Green		51	15	90	1
15. Malachite Green		75	18	67	2
16. Jewel Green		80	16	52	1
17. Light Blue		80	25	37	2
18. Sapphire		75	49	11	1
19. Violet		57	71	12	1
20. Spinner Red		20	70	20	1
21. Rose		7	52	37	0
22. Apricot		8	31	58	0
23. Canary Yellow		9	11	70	0
24. Canary		26	9	73	0
25. Emerald		47	9	50	0

Name of Color		C	M	Y	K
26. Turquoise		62	9	39	0
27. Sky Blue		52	7	20	0
28. Salvia Blue		38	19	3	0
29. Lavender		24	32	5	0
30. Rose Pink		7	47	14	0
31. Flamingo		11	30	26	0
32. Sunset		8	23	49	0
33. Sulphur		2	16	42	0
34. Lettuce Green		27	9	61	0
35. Light Opaline		35	10	43	0
36. Light Aqua green		33	8	24	0
37. Aqua Blue		32	8	12	0
38. Sky Mist		24	15	6	0
39. Lilac		19	23	7	0
40. Mauve Pink		9	27	13	0
41. Baby Pink		8	16	15	0
42. Pale Ochre		11	13	24	0
43. Ivory		9	8	28	0
44. Pale Chartreuse		15	8	32	0
45. Pale Opal		24	9	25	0
46. Horizon Blue		22	9	19	0
47. Pale Blue		19	8	9	0
48. Pale Mist		15	9	9	0
49. Pale Lilac		12	15	7	0
50. Cherry Rose		8	14	9	0

Name of Color		C	M	Y	K
51. Pink Beige		20	26	25	1
52. French Beige		21	24	36	1
53. Light Olive		20	20	35	1
54. Mist Green		28	20	35	1
55. Ash Gray		33	15	32	1
56. Eggshell Blue		36	13	31	1
57. Powder Blue		33	14	21	0
58. Moonstone Blue		29	18	17	1
59. Starlight Blue		20	21	16	1
60. Rose Mist		16	21	16	1
61. Sandalwood		17	33	30	1
62. Beige		15	34	47	0
63. Mustard		27	28	69	2
64. Pea Green		35	19	66	1
65. Spray Green		52	10	50	0
66. Venice Green		56	11	40	0
67. Aquamarine		49	18	50	1
68. Pale Blue II		43	23	11	1
69. Lilac II		28	36	7	0
70. Orchid		19	37	23	1
71. Rose Gray		34	41	36	7
72. Rose Beige		32	37	39	6
73. Sand Beige		37	40	55	11
74. Mistletoe Green		42	35	58	8
75. Mist Green II		50	30	45	5

Name of Color		C	M	Y	K
76. Blue Spruce		45	26	36	3
77. Blue Gray		51	31	33	5
78. Slate Blue		40	32	27	3
79. Pigeon		43	40	30	5
80. Orchid Gray		35	43	30	4
81. Old Rose		31	64	52	5
82. Camel		31	55	68	5
83. Dusty Olive		37	40	81	9
84. Leaf Green		49	31	74	5
85. Jade Green		71	32	57	6
86. Cambridge Blue		77	34	50	8
87. Shadow Blue		81	31	34	4
88. Shadow Blue		73	52	26	3
89. Dusty Lilac		53	57	24	2
90. Old Mauve		38	62	32	5
91. Grick Red		33	93	55	7
92. Brown		32	64	78	6
93. Khaki		35	38	83	7
94. Olive Green		58	31	79	5
95. Viridian		95	33	65	6
96. Prussian Green		97	35	50	9
97. Peacock Blue		93	47	32	6
98. Mineral Blue		94	68	7	1
99. Pansy		61	85	7	0
100. Wine		46	94	31	6

Name of Color		C	M	Y	K
101. Mahogany		38	86	60	12
102. Coffee Brown		39	68	75	13
103. Olive		45	54	79	23
104. Ivy Green		64	43	75	19
105. Bottle Green		89	44	45	19
106. Teal Green		92	46	46	23
107. Teal		97	63	36	10
108. Dark Mineral		95	75	24	2
109. Prune		84	87	25	3
110. Red Grape		66	92	46	27
111. Maroon		54	88	52	38
112. Falcon		51	65	64	44
113. Olive Brown		52	60	71	47
114. Seaweed		61	50	64	37
115. Jungle Green		88	51	62	44
116. Dusky Green		92	59	51	36
117. Prussian Blue		93	65	46	28
118. Midnight Blue		95	83	37	12
119. Dusky Violet		82	86	37	11
120. Taupe Brown		67	94	45	25

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Name of Color	C	M	Y	K
121. Neutral/Black	64	69	64	70
122. Neutral/Charcoal Gray	64	58	53	40
123. Neutral/Smoke Gray 2	59	51	47	24
124. Neutral/Smoke Gray	51	44	40	13
125. Neutral/Medium Gray 2	46	38	36	8
126. Neutral/Medium Gray	34	27	27	2
127. Neutral/Silver Gray 2	27	21	21	1
128. Neutral/Silver Gray	17	14	14	1
129. Neutral/Pearl Gray	11	9	10	0
130. Neutral/White	10	9	9	0

ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ง
การเผยแพร่ผลงานวิจัย

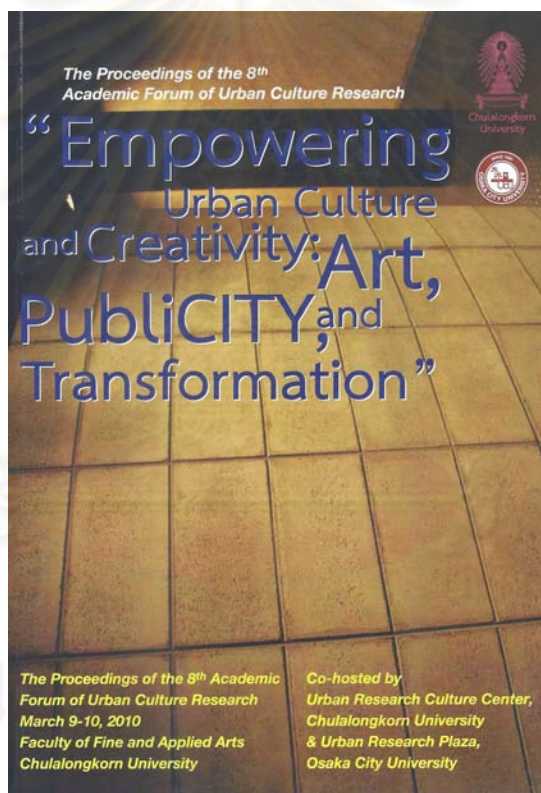
1. การนำเสนอผลงานวิจัยระดับนานาชาติ

The 8th Academic Forum of Urban Culture Research

March 9-10, 2010 Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

Co-hosted by Osaka City University.

Title “Urban Culture and Islamic Design for Halal Products”



2. การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

การประชุมวิชาการและแสดงผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2

28-29 ตุลาคม 2553 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทความที่ 1 “ความงดงามแบบอิสลามในโลกของการออกแบบ”

บทความที่ 2 “การศึกษาอัตลักษณ์ของอิสลามสำหรับการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล”



ศูนย์วิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3. การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ

การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ครั้งที่ 2

14-17 มกราคม 2554 มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

บทความ “การศึกษาอัตลักษณ์ของอิสลามสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล”

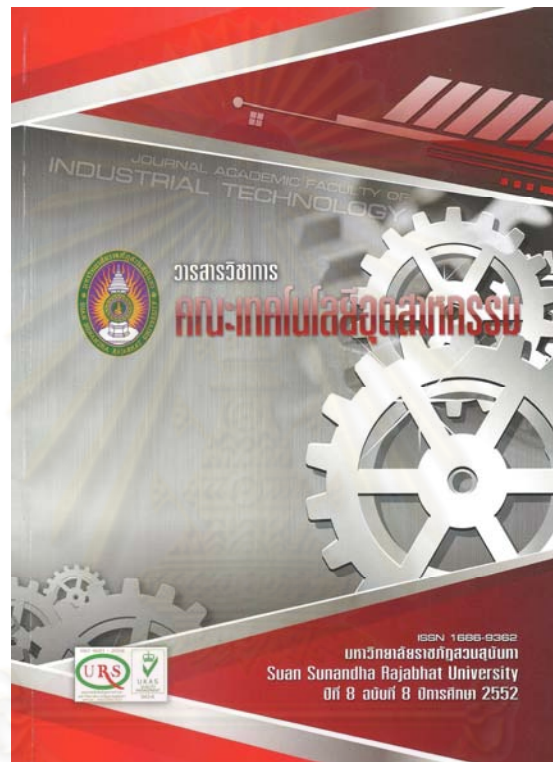


ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4. การเผยแพร่บทความวิชาการ

วารสารวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ปีที่ 8 ฉบับที่ 8 ปีการศึกษา 2552

บทความ “อิสลาม: ความงามและการออกแบบ”

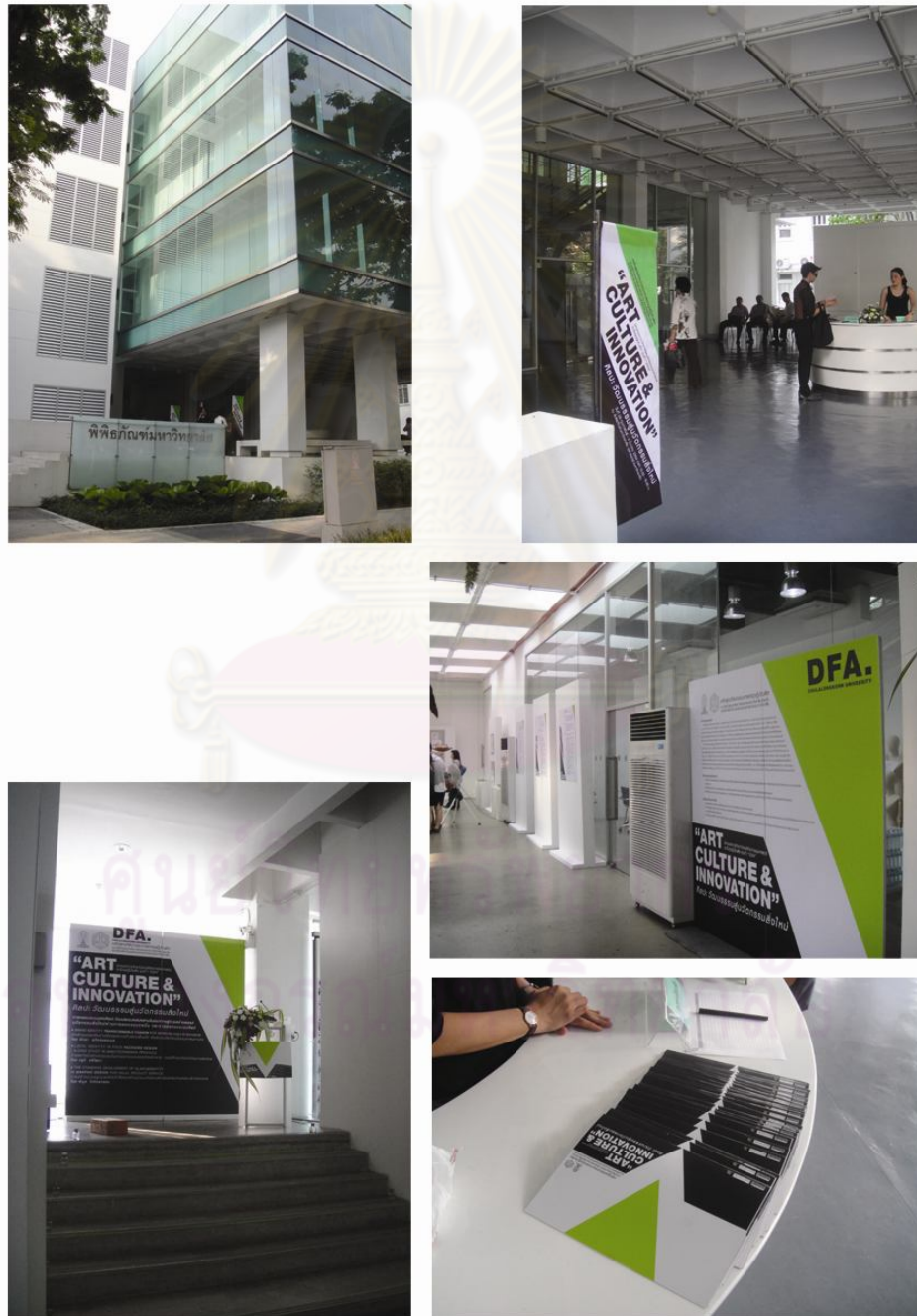


ศูนย์วิทยทรัพยากร
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

การเผยแพร่ผลงานออกแบบ

นิทรรศการวิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตร์ ระดับคุณวุฒิบัณฑิต รุ่นที่ 1

28 กุมภาพันธ์ ถึง 4 มีนาคม 2554 ณ พิพิธภัณฑ์มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ศูนย์วิจัย
จุฬาลงกรณ์



ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายพิบูล ไวจิตรกรรม

ตำแหน่งและสถานที่ทำงานปัจจุบัน

อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

การศึกษา

2534 ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต ออกแบบกราฟิก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2548 ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต ออกแบบกราฟิกและความคิดสร้างสรรค์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

2554 ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาการวิจัยและความคิดสร้างสรรค์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลงานทางวิชาชีพ

2533 – 2536 Production Designer : Pacific Inter Communication

2536 – 2539 Senior Graphic Designer : Prakit & FCB

2539 – 2551 Senior Graphic Art Director : J. Walter Thompson

2541 ACT Media Best Creative Awards

ผลงานทางวิชาการ

2551 รางวัลดีเด่น จากการนำเสนอบทความวิจัยเรื่อง “Women newspaper design : the use of graphic design elements subject to the suitable character” ในการประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ ครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยบูรพา

2553 ทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา เรื่อง “ออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์สำหรับการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม”

2553 บทความวิจัยเรื่อง “Urban Culture and Islamic Design for Halal Products” ในการประชุมเสนอผลงานวิจัยระดับดุษฎีบัณฑิต The 8th Academic Forum of Urban Culture Research โดย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับ Osaka City University ประเทศญี่ปุ่น

2554 รางวัลดีเด่น จากการนำเสนอบทความวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์ของอิสลามสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ฮาลาล” ในการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏ ครั้งที่ 2 มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม