



การออกแบบเรขศิลป์จากพฤษศาสตร์และสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกา
ในปรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย กรณีศึกษาสินค้าไลฟ์สไตล์สำหรับเจนเอเรชั่น ซี

Graphic Design Based on the Concept of Flora and Fauna
in Cātummahārājika Heaven from Thai Theravada Buddhist Cosmology:

A Case Study of Lifestyle Products for Generation Z

สุธาดา วาดเขียน¹, ศุภกรณ์ ดิษฐพันธุ์²

Suthada Wadkhien¹, Suppakorn Disatapundhu²

หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาานฤมิตศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
Doctor of Philosophy in Creative Arts, Faculty of Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University

(Received : Jul 31, 2024 Revised : Aug 8, 2024 Accepted : Aug 10, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาการออกแบบเรขศิลป์จากพฤษศาสตร์และสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย กรณีศึกษาสินค้าไลฟ์สไตล์สำหรับเจนเอเรชั่น ซี โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) วิจัยในขอบเขตเนื้อหาสวรรค์ในปรณโลกศาสตร์ประกอบด้วยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) วิจัยในขอบเขตการออกแบบดำเนินการด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ (Practice-Led Research) กับกลุ่มประชากรตัวอย่างเจนเอเรชั่น ซี ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤษศาสตร์และสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกามีความหลากหลายและมีศักยภาพในการประยุกต์ใช้เชิงสร้างสรรค์ (2) แนวคิดสวรรค์ในปรณโลกศาสตร์มีบุคลิกภาพการสื่อสารหลัก 4 ประการ ได้แก่ Casual, Gorgeous, Natural และ Elegant (3) การออกแบบเรขศิลป์จากพฤษศาสตร์และสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาที่ใช้แนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ ค.ศ. 2024 แบบ Geometry ได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากกลุ่มเป้าหมาย ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการผสมผสานแนวคิดดั้งเดิมกับการออกแบบร่วมสมัย เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีเอกลักษณ์และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

คำสำคัญ : การออกแบบเรขศิลป์, ปรณโลกศาสตร์, พุทธศาสนาเถรวาทไทย, พฤษศาสตร์และสัตว์, สวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกา, สินค้าไลฟ์สไตล์, เจนเอเรชั่น ซี

ABSTRACT

This research aims to study and develop graphic design based on the concept of flora and fauna in Cātummahārājika heaven from Thai Theravada Buddhist cosmology, focusing on lifestyle products for Generation Z. The study employs a mixed-methods approach. The content analysis of heavenly concepts in cosmological texts utilizes documentary research and systematic literature review. The design phase incorporates focus group discussions and practice-led research with a sample population of Generation Z. The findings reveal that (1) Flora and fauna in Cātummahārājika heaven are diverse and have significant potential for creative application, (2) the concept of heaven in cosmological texts exhibits four primary communication personalities: Casual, Gorgeous, Natural, and Elegant; and (3) graphic designs incorporating the Geometry trend from graphic design trends 2024 received the highest satisfaction from the target audience. The research demonstrates the feasibility of integrating traditional concepts with contemporary design to create distinctive works that meet the needs of modern consumers. This study contributes to the field by offering a novel approach to graphic design that bridges cultural heritage and contemporary aesthetics, potentially influencing future design practices and cultural preservation efforts.



Keywords : Graphic Design, Cosmology, Thai Theravada Buddhism, Flora and Fauna, Cātummahārājika Heaven, Lifestyle Products, Generation Z

บทนำ

ในสภาวะสังคมปัจจุบันที่เผชิญกับความไม่แน่นอนในหลายด้าน ปรากฏการณ์การแสวงหาที่พึ่งทางจิตใจมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ศิลปินและนักออกแบบหันมาสนใจแนวคิดด้านปรัชญาจิตวิญญาณ (Spiritual Philosophies) และประติมาวิทยา ด้านเทววิทยา (Theological Iconography) มากขึ้น (Gómez-Upegui, 2021) ในขณะที่ภาพลักษณ์ของสวรรค์ในวัฒนธรรมตะวันตกเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง แนวคิดเกี่ยวกับสวรรค์ของไทยซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวยังไม่ได้รับการนำมาประยุกต์ใช้อย่างเต็มศักยภาพในบริบทร่วมสมัย

แนวคิดเรื่องสวรรค์ในวัฒนธรรมไทย ซึ่งได้รับอิทธิพลจากพุทธศาสนานิกายเถรวาท ปรากฏในพระไตรปิฎกและวรรณกรรมทางศาสนา (พระมหาสมจินต์ สมมาปัญโญ, 2533) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปกรณ์โลกศาสตร์ เช่น ไตรภูมิภิกขาและจกกวาฬที่ปนี อธิบายถึงฉกามาจรสวรรค์ หรือสวรรค์ 6 ชั้น ที่เรียงลำดับชื่อจากชั้นล่างสุดไปสู่ชั้นสูงสุด ได้แก่ 1. จาตุมหาราชิกา 2. ดาวดึงส์ 3. ยามา 4. ดุสิต 5. นิมมานรดี และ 6.ปรนิมมิตวสวัตตี (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2554) แนวคิดสวรรค์และการนำเสนอภาพสวรรค์นี้มีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อวัฒนธรรมไทยและการสร้างสรรค์งานศิลปกรรมไทยในหลายแขนง ทั้งด้านทัศนศิลป์และสถาปัตยกรรม สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบูรณาการระหว่างวรรณกรรม ศิลปกรรม และความเชื่อทางศาสนาในบริบทวัฒนธรรมไทย (พระครูวิจิตรธรรมมาทร [เรียน ดิสสวัสดิ์], สุวินทวงศ์, จรัส ลีกา, อัจฉริยะ วงษ์คำขาว, 2562)

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้จะมีการวิจัยศึกษาอิทธิพลของพุทธปรัชญาที่มีต่อศิลปะและการออกแบบของไทย (น้ำใส ต้นตีสสุข, 2563) (ธนพล จุลละเสียน, 2561) แต่ยังไม่ปรากฏการศึกษาความสัมพันธ์ของการออกแบบเรขศิลป์และหลักคำสอนจักรวาลวิทยา (Cosmology) ในบริบทพุทธศาสนาเถรวาทไทย

สวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณ์โลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย เป็นชั้นสวรรค์ของท้าวจุลโลกบาลและบริวารอันเกรียงไกร ได้แก่ ท้าวธรรมาธิบดี จอมคนธรรพ์, ท้าววิรูปักษ์ จอมกุ่มภัณฑ์, ท้าววิรูปักษ์ จอมนาคร, และ ท้าวเวสสุวรรณจอมยักษ์ (สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตฺโต), 2566, น. 199) อีกทั้งมีภูมิทัศน์วิจิตร ที่ประกอบด้วยพืชพรรณและสัตว์หลากหลายชนิด (พระยาธรรมปริชา (แก้ว), 2520) แต่ปรากฏการวาดภาพสวรรค์ชั้นนี้นับจิตรกรรมฝาผนังโบราณในศาสนสถานเพียงบางแห่ง (ธนพล จุลละเสียน, 2561, น. 87) พฤกษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกา จึงมีศักยภาพในการนำมาพัฒนาต่อยอดในการศึกษาวิจัยต่อไป

การประยุกต์ใช้แนวคิดสวรรค์ไทยในการออกแบบเรขศิลป์ร่วมสมัยมีความสำคัญในหลายมิติ ทั้งในแง่การฟื้นฟูและสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม การสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับงานออกแบบไทยในบริบทสากล และการสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

ในบริบทของผู้บริโภคร่วมสมัย กลุ่มเจนเอเรชัน ซี มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้บริโภคหลักทั้งในปัจจุบันและอนาคต การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของกลุ่มนี้แสดงให้เห็นถึงความซับซ้อนในค่านิยมและการบริโภค (HILL ASEAN, 2021) โดยเฉพาะในด้านสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Products) ซึ่งสะท้อนถึงการบริโภคเชิงคุณค่า (Value-based Consumption) ที่คำนึงถึงทั้งประโยชน์ใช้สอย ความสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิต และจุดยืนทางสังคมของแบรนด์ นอกจากนี้เจนเอเรชัน ซี ยังมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญต่อแบรนด์ที่สามารถสร้างความเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมโลกได้อีกด้วย (McKinsey & Company, 2023)

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยเพื่อศึกษาและพัฒนาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากพฤกษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกา ในปกรณ์โลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย โดยมีการศึกษาสินค้าไลฟ์สไตล์สำหรับเจนเอเรชัน ซี จึงมีความสำคัญต่อการอนุรักษ์และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์นวัตกรรมในงานออกแบบเรขศิลป์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังเป็นการบูรณาการองค์ความรู้จากหลากหลายสาขา อันจะนำไปสู่การสร้างนวัตกรรมทางความคิดและการออกแบบที่มีคุณค่าทั้งในเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ ตอบสนองต่อความต้องการทางจิตวิญญาณของสังคมปัจจุบันที่กำลังแสวงหาความหมายและคุณค่าในชีวิตท่ามกลางความวุ่นวายของโลกสมัยใหม่



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์รายชื่อพจนานุกรมและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย
2. เพื่อระบุแนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดสวรรค์ในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย
3. เพื่อสร้างแนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากพจนานุกรมและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย สำหรับสินค้าไลฟ์สไตล์ กลุ่มเจนเอเรชัน ซี

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้แบ่งขอบเขตเป็นสองส่วนหลัก คือ ขอบเขตด้านเนื้อหาและขอบเขตด้านการออกแบบ โดยมีการดำเนินการวิจัยดังนี้:

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยขั้นตอนที่ 1: ศึกษาข้อมูลเนื้อหาพจนานุกรมและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย การศึกษาส่วนนี้ใช้วิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) เพื่อทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) ตามแนวทางของ Booth, Sutton, และ Papaioannou (2016) โดยศึกษารายชื่อพจนานุกรมและสัตว์ต่างๆ แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย ซึ่งกระบวนการวิจัยขั้นตอนนี้ประกอบด้วยการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร โดยประเมินความน่าเชื่อถือและความเกี่ยวข้องของเอกสารผ่านการพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น ความเชี่ยวชาญของผู้ประพันธ์ วันที่ตีพิมพ์ วัตถุประสงค์ และบริบทของเอกสาร

ปกรณโลกศาสตร์สำคัญ (สำนักหอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากร, 2529) ที่ถูกคัดเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเบื้องต้น ได้แก่ จกกวาททีปนี โลกทีปการ โลกบัญญัติ โลกทีปนี โลกสัณฐานโชตรณคณัฐ มหากัปโลกสัณฐานบัญญัติ โลกูปัตติ ไตรภูมิ กถา และไตรภูมิโลกวินิจจยกถา จากนั้นปกรณโลกศาสตร์ที่มีเนื้อความอธิบายเรื่องสวรรค์กามาพรโดยละเอียด ถูกคัดเลือกอีกครั้ง มี 4 รายชื่อ โดยเรียงตามลำดับปีที่ได้ถูกรวบรวมขึ้นดังนี้คือ โลกบัญญัติ, ไตรภูมิ กถา, จกกวาททีปนี, และไตรภูมิโลกวินิจจยกถา ข้อมูลพจนานุกรมและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณโลกศาสตร์แต่ละเล่ม ถูกนำมาทบทวนวรรณกรรมเปรียบเทียบอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลหลักในการวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้เกี่ยวกับสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในบริบทของพุทธศาสนาเถรวาทไทยต่อไป

ขอบเขตด้านการออกแบบ

การวิจัยในส่วนนี้ใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และวิธีวิจัยเชิงสร้างสรรค์ (Practice-led Research) ตามแนวทางของปรีชา เกาทอง (2557) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

การวิจัยขั้นตอนที่ 2: กำหนดบุคลิกภาพของงานออกแบบจากคำคุณศัพท์ที่พบในปกรณโลกศาสตร์ทั้ง 4 เล่ม

คำคุณศัพท์ที่ถูกใช้บ่อยครั้ง (Word Frequency) ในการอธิบายสิ่งต่างๆในสวรรค์ จากวรรณกรรมที่เลือกมา 4 รายชื่อคือ โลกบัญญัติ, ไตรภูมิ กถา, จกกวาททีปนี, และไตรภูมิโลกวินิจจยกถา ถูกนำมาสำรวจ วิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยใช้ตารางเปรียบเทียบเพื่อระบุคำคุณศัพท์ที่ปรากฏในปกรณโลกศาสตร์ซ้ำกันทั้ง 4 เล่ม จากนั้นนำคำคุณศัพท์ที่ปรากฏซ้ำกันในทุก 4 ปกรณโลกศาสตร์จากการวิเคราะห์นั้น มาเปรียบเทียบกับแนวคิดบุคลิกภาพการสื่อสารของ Shigenobu Kobayashi เพื่อวิเคราะห์หาความสอดคล้องและความแตกต่าง สำหรับสร้างกรอบแนวคิดในการออกแบบเรขศิลป์ในขั้นตอนต่อไป

การวิจัยขั้นตอนที่ 3: วิเคราะห์แนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ปี 2024 และสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มเจนเอเรชัน ซี

การศึกษาแนวทางการออกแบบเรขศิลป์และแนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ปี ค.ศ. 2024 ในความนิยมของกลุ่มเจนเอเรชัน ซี แบ่งเป็นสองส่วนหลัก

ส่วนแรกเป็นการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ โดยศึกษาจาก 6 เว็บไซต์ที่เป็นที่ยอมรับ (Best Practice) ในวงการออกแบบเรขศิลป์และภาพประกอบ ได้แก่ Freepik, Adobe Express, Designboom, Graphicmama, Itsnicethat และ Canva ตัวอย่างงานออกแบบจาก 6 เว็บไซต์รวมทั้งหมดจำนวน 55 ชิ้น ถูกรวบรวมมาวิเคราะห์และสังเคราะห์จัดหมวดหมู่ สรุปเป็น 5 หมวดหลัก คือ ภาพและสไตล์ของภาพ (Image & Style), รูปร่างและรูปทรง (Shape & Form), พื้นผิว (Texture), ไทโปกราฟี (Typography) และสี (Color)



ส่วนที่สองเป็นการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเจนเอเรชั่น ซี ที่มีต่อแนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ปี ค.ศ. 2024 จำนวน 55 ชิ้นที่ได้คัดเลือกมา ผ่านการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มเป้าหมาย 25 คน โดยใช้ทั้งการสนทนากลุ่มเพื่อเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ และแบบสอบถามวัดระดับความพึงพอใจด้วยมาตราส่วนประเมินค่าแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิจัยขั้นตอนที่ 4: สร้างสรรค์ผลงานออกแบบเรขศิลป์กรณีศึกษา 5 กรณี

การวิจัยขั้นตอนนี้เป็นการออกแบบเรขศิลป์กรณีศึกษา (Case Study) จำนวน 5 กรณี ใช้วิธีการวิจัยเชิงสร้างสรรค์ (Practice-led Research) โดยได้รวบรวมและประมวลผลลัพท์จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อของงานวิจัย สำหรับกำหนดแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ (Lifestyle Products)

การออกแบบเรขศิลป์โดยนำ 1) ข้อมูลพฤษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย 2) บุคลิกภาพของงานออกแบบจากคำคุณศัพท์ที่พบในปกรณโลกศาสตร์ และ 3) ความคิดเห็นของกลุ่มเจนเอเรชั่น ซี ที่มีต่อแนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ปี ค.ศ. 2024 มาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบ 5 กรณีศึกษา การดำเนินการในขั้นตอนนี้ประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในเชิงปฏิบัติ เพื่อแสดงให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติในการออกแบบ

การวิจัยขั้นตอนที่ 5: ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเจนเอเรชั่น ซี ต่อผลงานออกแบบเรขศิลป์กรณีศึกษา

การประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มประชากร เจนเอเรชั่น ซี ต่อผลงานออกแบบกรณีตัวอย่าง (Case Study) จำนวน 5 กรณีศึกษา ดำเนินการโดยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) มีตัวแทนกลุ่มประชากร เจนเอเรชั่น ซี จำนวน 8 คน เพื่อสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบกรณีศึกษา (Case Study) 5 กรณี โดยใช้มาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบบลิเคิร์ท 5 ระดับ (Likert Scale) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณอีกครั้ง และสรุปผลระดับความพึงพอใจของกลุ่มประชากร

การวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการโดยการประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการสนทนากลุ่ม เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มประชากรเป้าหมายต่อผลงานออกแบบทั้ง 5 กรณีศึกษา

ผลการงานวิจัย

การนำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ ได้แก่

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1: เพื่อรวบรวม วิเคราะห์ และสังเคราะห์ รายชื่อพฤษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย

การวิจัยขั้นตอนที่ 1: ศึกษาข้อมูลเนื้อหาพฤษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย

วิธีวิจัยใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) และการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) กระบวนการวิเคราะห์เริ่มจากการเตรียมข้อมูลเอกสารให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลผ่านการสแกนและการดาวน์โหลด จากนั้นใช้เทคโนโลยี OCR ร่วมกับการพิมพ์เพื่อแปลงข้อมูลภาพเป็นตัวอักษรดิจิทัลที่สามารถแก้ไขได้ และพิสูจน์อักษรเพื่อความถูกต้องของข้อมูล ต่อจากนั้นข้อมูลตัวอักษรดิจิทัลจากปกรณโลกศาสตร์ ถูกนำมาวิเคราะห์โดยการแยกคำและจัดหมวดหมู่ในรูปแบบตาราง เพื่อระบุและเปรียบเทียบรายชื่อของพฤษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกา ในแต่ละปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 พฤษาในสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกา

โลกบัญญัติ	ไตรภูมิภค	จกกวาทพิปนี	ไตรภูมิโลกวินิจจกถา
			เครือลดาชื่อว่าภควดี, มีดอกอันบานงามพิจิตร, มีกลิ่นอันหอมฟุ้งรื่นรส, ควรจะชมเล่น เป็นบรมสุข สำราญสำเริงบันเทิงใจ
			ประเทศที่นั่นสล้างไปด้วยพฤษาทุมาไม้, อันมีกิ่งใหญ่แลกิ่งน้อย อาเกียรณ์เดียวรดาด้วยดอกแลผล บ่มีได้รู้ขาดรู้วาย



มีดอกบัวห้าชนิดบานอยู่ในสระน้ำ มีกลิ่นหอม ราวอบไฉ้, มีดอกไม้ที่ สวยงาม และต้นไม้ที่ งามเลิศ, มีผลไม้รส อร่อยยิ่งนัก ต้นไม้ดัง กล่าวนี้ออกดอกออกผลตลอดปีไม่รู้วาย	ป่าเบญจพุ่มาศ 5 ประการ, ใบบัว, ต้นไม้ทั้งปวงริม รอบขอบ สระโบกขรณีนั้นเป็นดอกอยู่เป็นนิจ, ปทุม ชาติในสระนั้นก็ เป็น ดอกอยู่เป็นนิจมีได้วาย
	ไม้กัลปพฤกษ์

การวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤกษานในสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาจากปกรณโลกศาสตร์ไตรภูมิและไตรภูมิโลกวินิจยกถา แสดงให้เห็นทั้งความเหมือนและความแตกต่างในการนำเสนอข้อมูล ทั้งสองปกรณมีการกล่าวถึงความงามและความอุดมสมบูรณ์ของรุกขชาติในสวรรค์ โดยเน้นย้ำถึงความสวยงามของดอกไม้ ความหอมของกลิ่น ความอร่อยของผลไม้ มีการบรรยายถึงการออกดอกออกผลของพืชพรรณตลอดปีโดยไม่รู้จักเหี่ยวเฉา และพบว่ามีคล้ายคลึงกันในการกล่าวถึงดอกบัว แม้จะมีรายละเอียดที่แตกต่างกันเล็กน้อย ไตรภูมิโลกกล่าวถึง “ดอกบัวห้าชนิด” ที่บานอยู่ในสระน้ำ ในขณะที่ไตรภูมิโลกวินิจยกถากล่าวถึง “ป่าเบญจพุ่มาศ 5 ประการ” และ “ปทุมชาติในสระ” ซึ่งทั้งสองคำอธิบายนี้สื่อถึงดอกบัวห้าชนิดหรือห้าประเภท

นอกจากนี้ ทั้งสองปกรณยังกล่าวถึงดอกไม้โดยทั่วไป โดยไตรภูมิถาระบุถึง “ดอกไม้ที่สวยงาม” ส่วนไตรภูมิโลกวินิจยกถากล่าวถึง “ดอกอันบานงามพิจิตร” แม้จะไม่ได้ระบุชื่อดอกไม้ชนิดอื่นๆ ที่เหมือนกันโดยตรง แต่ทั้งสองปกรณมีการอธิบายลักษณะทั่วไปของดอกไม้ในสวรรค์ที่สอดคล้องกัน โดยเน้นย้ำถึงความสวยงาม ความหอม และการเบ่งบานอยู่ตลอดเวลา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดร่วมกันในการนำเสนอภาพของสวรรค์ที่เต็มไปด้วยความงามและความอุดมสมบูรณ์ของพืชพรรณ

ความแตกต่างระหว่างสองปกรณมีบ้างเล็กน้อย ไตรภูมิโลกวินิจยกถาให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับเครือญาติชื่อภคคติและระบุถึงไม้กัลปพฤกษ์ ซึ่งไม่มีปรากฏในไตรภูมิถา

ตารางที่ 2 สัตว์ในสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกา

โลกบัญญัติ	ไตรภูมิถา	จกกวาฬทีปนี	ไตรภูมิโลกวินิจยกถา
ราชสีห์, เสือโคร่ง, เสือ เหลือง, หมี, เสือดำ	-	ม้าสีเงินชื่อสุเทวะ, ม้าสีแก้ว มณี, ม้าสีแก้วประพาฬ, ม้าสี ทอง	หมู่วิหคปักษาธิชาชาติ, นกยูง, กะเรียน, กระเหว่า, นกอันร้องว่าชีวะ ชีวะ, นกที่ร้องว่า อุกุญฺเหติ จิตต อุกุญฺเหติ จิตต, ไก่ป่าขานขันเป็นคู่ๆ, สกุนตดอกบัว, นกแขกเต้า, สาลิกา, วิหคปักษาธิชาชาติพิจิตร ประหลาดต่างๆ, นกจำพวกหนึ่ง นั้นหน้าเป็นหน้า มนุษย์ มีมือเหมือนมือ มนุษย์ มือทั้งสองนั้นถือไม้ เท้าทอง จับลงเหนือใบบัวใบหนึ่ง จรดไม้เท้า ทอง ลงเหนือใบบัวอันเป็นลำดับ, ปูแก้ว, ปูทอง

การวิเคราะห์เปรียบเทียบสัตว์ในสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาจากปกรณโลกศาสตร์ทั้ง 4 เล่ม แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายและความแตกต่างในการนำเสนอข้อมูล โดยแต่ละปกรณมีการกล่าวถึงสัตว์ที่ไม่ซ้ำชนิดกัน

โลกบัญญัติระบุถึงสัตว์ป่าที่มีลักษณะน่าเกรงขาม เช่น ราชสีห์ เสือ และหมี ในขณะที่จกกวาฬทีปนีเน้นการกล่าวถึงม้าสีชนิดที่มีสีขนแตกต่างกัน และไตรภูมิโลกวินิจยกถานำเสนอข้อมูลที่ละเอียดที่สุดเกี่ยวกับนกชนิดต่างๆ รวมถึงสัตว์พิเศษที่มีลักษณะผสมระหว่างมนุษย์และนก นอกจากนี้ยังกล่าวถึงปูแก้วและปูทอง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจินตนาการและการผสมผสานระหว่างโลกมนุษย์และโลกสวรรค์ ส่วนไตรภูมิถาไม่ปรากฏข้อมูลเกี่ยวกับสัตว์ในสวรรค์ชั้นนี้



วัตถุประสงค์ข้อที่ 2: เพื่อระบุแนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดสวรรค์ในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย

การวิจัยส่วนนี้ใช้วิธีการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบ (Systematic Review) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และวิธีวิจัยเชิงสร้างสรรค์ (Practice-led Research) ตามแนวทางของปรีชา เกาทอง (2557) โดยแบ่งเป็นสองขั้นตอนหลัก คือ การวิเคราะห์ข้อมูลคำคุณศัพท์จากเนื้อหาสวรรค์ในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย เพื่อกำหนดบุคลิกภาพทางการออกแบบ (Mood & Tone) และ การวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ปี ค.ศ. 2024 (Graphic Design Trends 2024)

การวิจัยขั้นตอนที่ 2: กำหนดบุคลิกภาพของงานออกแบบจากคำคุณศัพท์ที่พบในปกรณโลกศาสตร์ทั้ง 4 เล่ม

การวิจัยขั้นตอนนี้กำหนดบุคลิกภาพของงานออกแบบจากคำคุณศัพท์ที่พบในปกรณโลกศาสตร์ทั้ง 4 เรื่อง คือ โลกบัญญัติ ไตรภูมิภค จกกวาฬที่ปณี และไตรภูมิโลกวินิจจยภค โดยวิเคราะห์ความถี่ของคำคุณศัพท์ที่ใช้อธิบายสิ่งต่างๆ ในสวรรค์ และนำมาเปรียบเทียบกับแนวคิดบุคลิกภาพการสื่อสารของ Shigenobu Kobayashi เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการออกแบบเรขศิลป์ ดังนี้

ตารางที่ 3 คำคุณศัพท์อธิบายลักษณะต่างๆในสวรรค์ ที่ปรากฏซ้ำกันในปกรณโลกศาสตร์ทั้ง 4 เล่ม

คำคุณศัพท์	โลกบัญญัติ	ไตรภูมิภค	จกกวาฬที่ปณี	ไตรภูมิโลกวินิจจยภค
งาม	/	/	/	/
ทิพย์	/	/	/	/
ประดับ	/	/	/	/
เป็นสุข	/	/	/	/
เพลิน	/	/	/	/
รัศมี	/	/	/	/
สุข	/	/	/	/
หอม	/	/	/	/
ใหญ่	/	/	/	/
อ่อน	/	/	/	/

การวิเคราะห์การปรากฏร่วมกันของคำคุณศัพท์ในปกรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทยทั้ง 4 เล่ม แสดงถึงความสอดคล้องกันในการอธิบายแนวคิดเรื่องสวรรค์ ผลการวิเคราะห์พบว่ามีคำคุณศัพท์จำนวน 10 คำที่ปรากฏร่วมกันในวรรณกรรมทั้งหมด ได้แก่ ทิพย์ งาม ใหญ่ สุข อ่อน รัศมี ประดับ หอม เพลิน และเป็นสุข

การค้นพบคำคุณศัพท์ร่วมเหล่านี้ สะท้อนให้เห็นถึงความงาม ความสุข ความยิ่งใหญ่ และความเป็นทิพย์ของสวรรค์ไทย ซึ่งเป็นลักษณะร่วมที่ปรากฏในปกรณโลกศาสตร์ทั้ง 4 เล่ม นอกจากนี้ คำคุณศัพท์ดังกล่าวยังสื่อถึงประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสที่ละเอียดอ่อน เช่น ความหอม และความรู้สึกเพลิดเพลิน ซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์ของสวรรค์ที่เป็นสถานที่แห่งความสุขสมบูรณ์

คำคุณศัพท์ทั้ง 10 คำที่ได้จากการวิเคราะห์นี้ถูกนำไปใช้ในการวิเคราะห์เปรียบเทียบกับบุคลิกภาพการสื่อสารตามแนวคิดของ Shigenobu Kobayashi เพื่อสร้างความเชื่อมโยงระหว่างแนวคิดจากปกรณโลกศาสตร์กับทฤษฎีการออกแบบร่วมสมัย ทฤษฎี Color Image Scale ของ Kobayashi เสนอการจำแนกบุคลิกภาพการสื่อสารออกเป็น 15 หมวดหมู่หลัก ได้แก่ Pretty, Casual, Dynamic, Gorgeous, Ethnic, Romantic, Natural, Elegant, Chic, Classic, Dandy, Formal, Clear, Cool-Casual และ Modern จากบุคลิกภาพการสื่อสารหลัก 15 หมวดหมู่นี้ ถูกจำแนกเป็นบุคลิกภาพย่อยอีก รวมทั้งหมด 180 บุคลิกภาพ สรุปความสัมพันธ์ระหว่างคำคุณศัพท์ทั้ง 10 จากปกรณโลกศาสตร์กับทฤษฎีบุคลิกภาพการสื่อสารของ Kobayashi ในตารางดังนี้



ตารางที่ 4 บุคลิกภาพการสื่อสารของ Kobayashi ที่สัมพันธ์กับคุณศัพท์ที่ซ้ำกันในเนื้อหาสวรรค์จากปกรณัมโลกศาสตร์ทั้ง 4 เรื่อง

หมวดหลัก	หมวดย่อย	งาม	ทิพย์	ประดับ	เป็นสุข	เพลิน	รัศมี	สุข	หอม	ใหญ่	อ่อน
2. Casual											
	Amusing (รื่นรมย์ เพลิดเพลิน)				/	/					
	Bright (สว่าง สดใส)						/				
	Cheerful (ชื่นบาน ยินดี)				/			/			
	Dazzling (ตะตา ละลานตา)			/							
	Enjoyable (สนุกสนาน)				/	/					
	Festive (น่าเฉลิมฉลอง รื่นเริง)							/			
	Happy (ปิติ ยินดี)							/			
	Merry (สนุกสนาน ร่าเริง)					/					
	Vivid (เจิดจ้า แจ่มแจ้ง โขติช่วง)						/				
4. Gorgeous											
	Aromatic (ดูมีกลิ่นหอม)								/		
	Decorative (ประดับประดา)			/							
	Fascinating (ดูมีเสน่ห์ งดงาม)	/									
	Gorgeous (เลิศเลอ)	/									
	Grand (โอ่อ่า อลังการ)									/	
6. Romantic											
	Dreamy (งดงามเหมือนฝัน)	/									
	Soft (นุ่ม)										/
7. Natural											
	Mild (อ่อนๆ)										/
	Peaceful (ดูสงบ สบาย)				/						
	Pleasant (พึงพอใจ)				/						
8. Elegant											
	Tender (นุ่มนวล เบาๆ)										/
	Graceful (สง่างาม นุ่มนวล)	/									/
13. Clear											
	Light (สดใส สว่าง เปล่งปลั่ง)						/				



วัตถุประสงค์ข้อที่ 3: เพื่อสร้างแนวทางการออกแบบเรขศิลป์จากพฤษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปรณโลก ศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย สำหรับสินค้าไลฟ์สไตล์ กลุ่มเจนเอเรชัน ซี

การวิจัยขั้นตอนที่ 4: สร้างสรรค์ผลงานออกแบบเรขศิลป์กรณศึกษา 5 กรณ

ในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเรขศิลป์จากพฤษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปรณโลก ศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย สำหรับสินค้าไลฟ์สไตล์ กลุ่มเจนเอเรชัน ซี ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ผลการจากศึกษา 3 ส่วน ได้แก่ 1) พฤษาและ สัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปรณโลก ศาสตร์ 2) บุคลิกภาพการสื่อสารของสวรรค์ในปรณโลก ศาสตร์ และ 3) ผลการ ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายเจนเอเรชัน ซี ต่อแนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ปี ค.ศ. 2024

กระบวนการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบประกอบด้วยสองขั้นตอน คือ การกำหนดโจทย์สำหรับงานออกแบบ (Design Brief) และการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบ ในแต่ละขั้นตอนมีการผสมผสานแนวคิดจากปรณโลก ศาสตร์เข้ากับแนวโน้มการ ออกแบบที่ได้รับความนิยม โดยมีบุคลิกภาพการสื่อสาร 4 บุคลิกภาพหลักจากแนวคิดสวรรค์ในปรณโลก ศาสตร์ อันได้แก่ Casual, Gorgeous, Natural และ Elegant เป็นหลัก เพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและตอบสนองความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยคัดเลือกแนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด 5 อันดับ ตามผลการประเมินความพึงพอใจของ กลุ่มเป้าหมายเจนเอเรชัน ซี คือ Kidcore, Composition-Heavy Designs, Geometry, Dot Display Graphics และ Freehand Revival ซึ่งทั้งหมดได้รับการประเมินอยู่ในเกณฑ์ “มาก” ด้วยค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.52 ถึง 3.72 แนวโน้มเหล่านี้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้างสรรค์การออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ใน 5 กรณศึกษา ดังต่อไปนี้

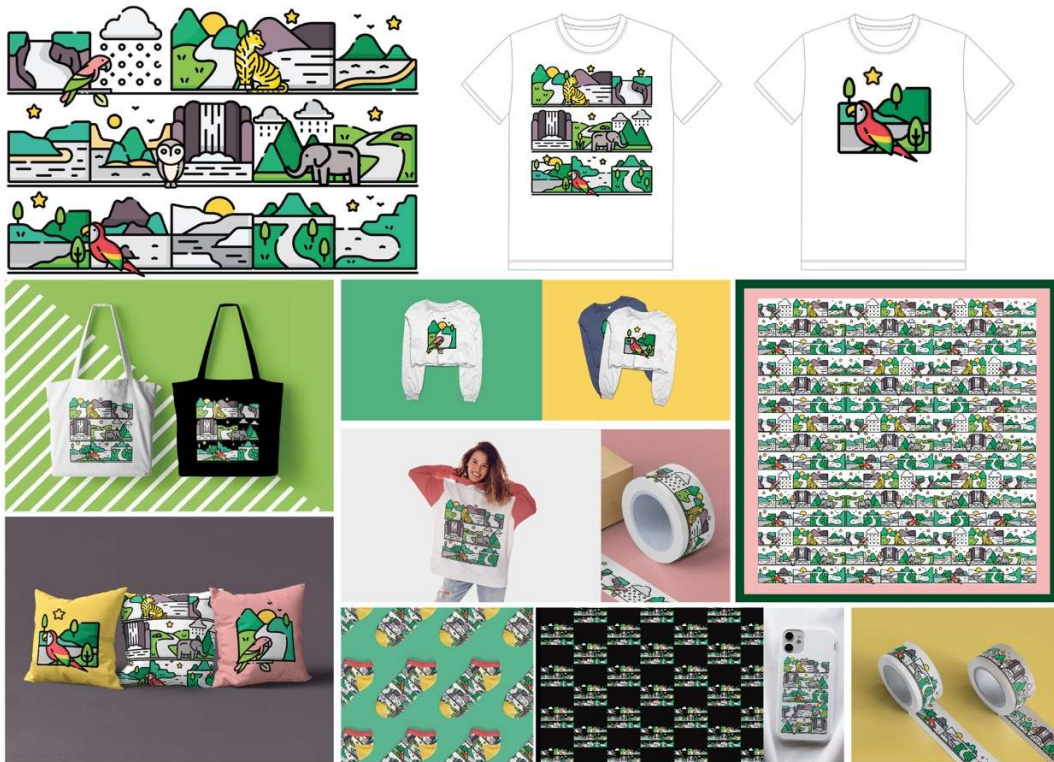
1. กรณศึกษาที่ 1 การออกแบบเรขศิลป์โดยใช้แนวโน้ม Kidcore



ภาพที่ 1 ภาพรวมผลงานออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ สำหรับเจนเอเรชัน ซี แนวโน้ม Kidcore
ที่มา : ผู้วิจัย



2. กรณีศึกษาที่ 2 การออกแบบเรขศิลป์โดยใช้แนวโน้ม Composition-Heavy Designs



ภาพที่ 2 ภาพรวมผลงานออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ สำหรับเจนเอเรชั่น ซี แนวโน้ม Composition-Heavy Designs
ที่มา : ผู้วิจัย

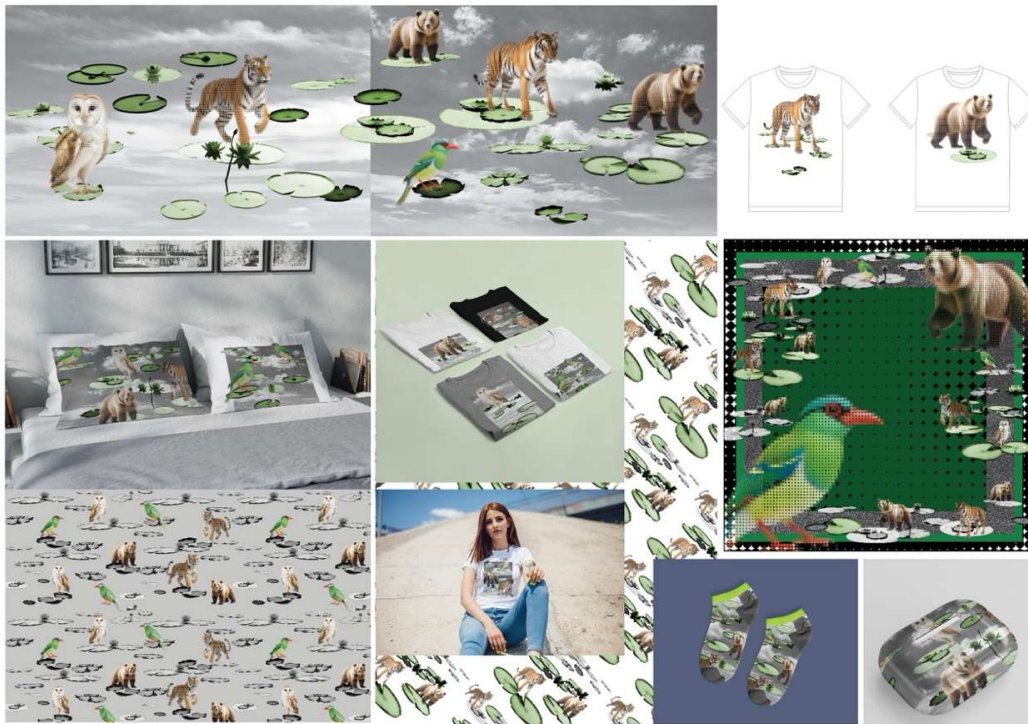
3. กรณีศึกษาที่ 3 การออกแบบเรขศิลป์โดยใช้แนวโน้ม Geometry



ภาพที่ 3 ภาพรวมผลงานออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ สำหรับเจนเอเรชั่น ซี แนวโน้ม Geometry
ที่มา : ผู้วิจัย

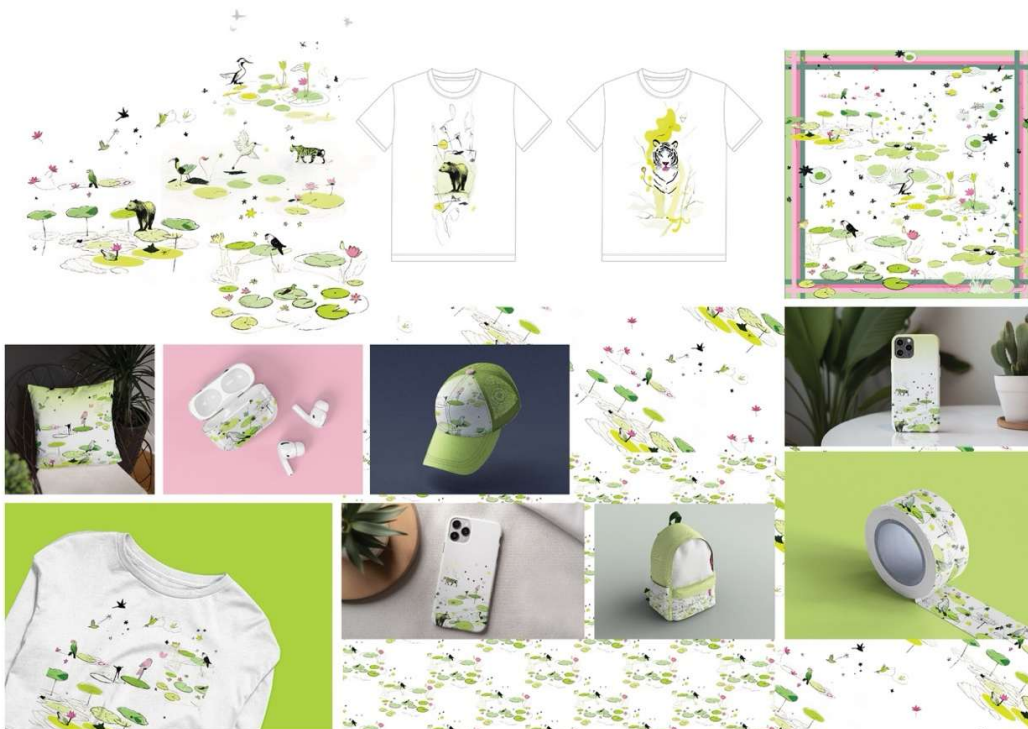


4. กรณีศึกษาที่ 4 การออกแบบเรขศิลป์โดยใช้แนวโน้มนำ Dot Display Graphics



ภาพที่ 4 ภาพรวมผลงานออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ สำหรับเจนเนอเรชัน ซี แนวโน้มนำ Dot Display Graphics
ที่มา : ผู้วิจัย

5. กรณีศึกษาที่ 5 การออกแบบเรขศิลป์โดยใช้แนวโน้มนำ Freehand Revival



ภาพที่ 5 ภาพรวมผลงานออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ สำหรับเจนเนอเรชัน ซี แนวโน้มนำ Freehand Revival
ที่มา : ผู้วิจัย



การวิจัยขั้นตอนที่ 5: ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเจเนอเรชัน ซี ต่อผลงานออกแบบเรขศิลป์กรณีศึกษา

การประเมินผลงานออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดสวรรค์ในปรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทยบนสินค้าไลฟ์สไตล์สำหรับกลุ่มเป้าหมายเจเนอเรชัน ซี ได้ดำเนินการผ่านการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม โดยมีตัวแทนกลุ่มเป้าหมายจำนวน 8 ราย ในการประเมินความพึงพอใจต่อผลงานออกแบบเรขศิลป์ที่ใช้แนวโน้มการออกแบบ 5 ชนิด โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ โดยผลสำรวจระดับความพึงพอใจของกลุ่มเจเนอเรชัน ซี สำหรับการออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ 5 กรณีศึกษา มีดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 ผลสำรวจระดับความพึงพอใจของกลุ่มเจเนอเรชัน ซี ที่มีต่อการออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์ 5 กรณีศึกษา

Graphic Design Trend 2024	ระดับความพึงพอใจ					N	ค่าเฉลี่ย	ร้อยละ	เกณฑ์การ ประเมิน
	5	4	3	2	1				
Kidcore	0	4	2	2	0	8	3.25	65	ปานกลาง
Composition-Heavy Designs	1	0	2	3	2	8	2.375	47.5	น้อย
Geometry	2	4	2	0	0	8	4	80	มาก
Dot Display Graphics	3	1	3	1	1	8	3.875	77.5	มาก
Freehand Revival	2	4	1	1	0	8	3.875	77.5	มาก

ผลการสำรวจระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบกรณีศึกษา 5 กรณีพบว่า การออกแบบเรขศิลป์แนวทาง Geometry ได้รับความพึงพอใจสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.0 และร้อยละ 80 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับมาก รองลงมาคือ Dot Display Graphics และ Freehand Revival ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.875 และร้อยละ 77.5 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับมาก Kidcore ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.25 และร้อยละ 65 ในขณะที่ Composition-Heavy Designs ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ด้วยค่าเฉลี่ย 2.375 และร้อยละ 47.5 อยู่ในเกณฑ์การประเมินระดับน้อย

ผลการประเมินนี้สะท้อนให้เห็นถึงความชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมายเจเนอเรชัน ซี ในปี ค.ศ. 2024 ต่อการออกแบบเรขศิลป์แนวโน้ม Geometry ที่มีความเรียบง่าย เป็นระเบียบ และมีโครงสร้างชัดเจน เป็นที่ได้รับความนิยมสูงสุด ในขณะที่รูปแบบการออกแบบที่มีความซับซ้อนและหลากหลายองค์ประกอบ อย่าง Composition-Heavy Designs ได้รับความนิยมน้อยที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการออกแบบเรขศิลป์จากแนวคิดสวรรค์ในปรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย โดยเน้นกรณีศึกษาสินค้าไลฟ์สไตล์สำหรับเจเนอเรชัน ซี ได้ข้อค้นพบเรียงลำดับตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์แสดงถึงความหลากหลายของพิกษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาที่ปรากฏในปรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทย ความหลากหลายเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้และเป็นแรงบันดาลใจสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบและงานศิลปะร่วมสมัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การวิเคราะห์ปรณโลกศาสตร์ทั้ง 4 เรื่องพบว่า การนำเสนอแนวคิดเรื่องสวรรค์มีบุคลิกภาพการสื่อสารร่วมกัน 6 ลักษณะ แบ่งเป็นบุคลิกภาพหลัก 4 ประการ ได้แก่ Casual, Gorgeous, Natural, และ Elegant และบุคลิกภาพรอง 2 ประการ คือ Clear และ Romantic

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในการประยุกต์ใช้พิกษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาจากปรณโลกศาสตร์ ในการออกแบบเรขศิลป์บนสินค้าไลฟ์สไตล์สำหรับเจเนอเรชัน ซี พบว่าผลงานที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดจากกลุ่มเป้าหมายคือการออกแบบที่ใช้แนวโน้มการออกแบบเรขศิลป์ปี ค.ศ. 2024 ในรูปแบบ Geometry

อภิปรายผล

1. ผลการวิจัยได้แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความหลากหลายในการประยุกต์ใช้พิกษาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาในปรณโลกศาสตร์พุทธศาสนาเถรวาทไทยเพื่อสร้างสรรค์ผลงานออกแบบร่วมสมัย การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้ส่วนประกอบต่างๆ ของสวรรค์ไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่เพียงการใช้ตามประเพณีนิยม ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของธนพล จุล



กะเสียน (2561) ซึ่งพบว่าส่วนประกอบต่างๆ (Elements) ของสวรรค์ที่ศิลปินนำมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะมีทั้งความคล้ายคลึงและความแตกต่างกัน โดยมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสื่อและบริบทของยุคสมัย

2. ผลการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบ (Style) การนำเสนอพุทธศาสนาและสัตว์แห่งสวรรค์ชั้นจาตุมหาราชิกาจากปกรณัมโลกศาสตร์ พุทธศาสนาเถรวาทไทยในงานออกแบบและศิลปะร่วมสมัย พบว่ามีความเป็นไปได้ที่หลากหลาย นอกเหนือจากรูปแบบประเพณีนิยม โดยรูปแบบการนำเสนอที่ต่างกัันนั้นมีความสัมพันธ์กับปัจจัยต่างๆ เช่น เวลา สถานที่ วัฒนธรรม และกลุ่มเป้าหมาย ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของน้ำใส ตันติสุข (2020) ที่ศึกษาเปรียบเทียบโครงสร้างและองค์ประกอบของฉากสวรรค์ในภาพโอโจโยมุสุมัยเอโดะและภาพไตรภูมิสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น โดยผลการศึกษายืนยันถึงอิทธิพลของบริบททางประวัติศาสตร์ สังคม และวัฒนธรรมที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์และนำเสนอแนวคิดสวรรค์ในงานศิลปะ

ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการนำแนวคิดจากปกรณัมโลกศาสตร์มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบสมัยใหม่ โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมไว้ และเปิดมุมมองให้นักออกแบบและศิลปินสามารถนำองค์ความรู้จากวรรณกรรมโบราณมาต่อยอดและพัฒนาผลงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะได้ อีกทั้งยังเป็นแนวทางสำหรับการศึกษาและพัฒนาการออกแบบที่ผสมผสานระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมกับความร่วมสมัยในบริบทอื่นๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมศิลปากร. (2555). *ไตรภูมิภูมิกถา ฉบับถอดความ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). <https://pubhtml5.com/yqiq/gewi/>
- ธรรมปริชา (แก้ว), พระยา. (2520). *ไตรภูมิโลกวิจิตรจินตนิพนธ์ ฉบับที่ 2 (ไตรภูมิฉบับหลวง) เล่ม 3*. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- ชนพล จุลกะเสียน. (2561). *การศึกษาและวิเคราะห์แนวคิดจักรวาลวิทยาของวรรณกรรมประเภทไตรภูมิเพื่อสร้างสรรค์ผลงานวิจัยร่วมสมัย*. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ครั้งที่ 4, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- น้ำใส ตันติสุข. (2563). การศึกษาเปรียบเทียบโครงสร้างและองค์ประกอบของฉากสวรรค์ในภาพโอโจโยมุสุมัยเอโดะและภาพไตรภูมิสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น. *วารสารอักษรศาสตร์*, 49(2), 136-159.
- ประกาศ เรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570). (1 พฤศจิกายน 2565). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 258 ง.
- ปริชา เถาทอง. (2557). แนวทางการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์ศิลปะวิชาการ. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 19(2), 5-11. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/241110>
- พระครูวิจิตรธรรมมาทร (เรียน ติสสุวิโส), สุวิน ทองปั้น, จรัส ลีกา และ อัจฉริยะ วงษ์คำชา. (2562). การสังเคราะห์แนวคิดภพภูมิในพระไตรปิฎกที่ปรากฏในไตรภูมิพระร่วง. *วารสารบัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 6(4), 427-438. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jg-mcukk/article/view/228780/162984>
- พระมหาสมจินต์ สมมาปญโญ. (2533). *นรกและสวรรค์ในพุทธปรัชญาเถรวาท* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- พระสิริมงคลจารย์. (2548). *จกกวาฬที่ป็นี*. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.
- พระสัทธรรมโฆษเถระ. (2528). *โลกบัญญัติ*. <https://www.finearts.go.th/nakhonsithammaratlibrary/view/26277-โลกบัญญัติ>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (14 พฤศจิกายน 2554). *ฉกามาพจรสวรรค์*. Legacy. <http://legacy.orst.go.th/?knowledge=ฉกามาพจรสวรรค์-๑๔-พฤศจิกายน%23>
- สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ. ปยุตโต). (2566). *พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม* (พิมพ์ครั้งที่ 62). https://www.watnyanaves.net/th/book_detail/267
- Adobe Express. (2024, June 2). *Graphic design trends to look out for in 2024*. Adobe. <https://www.adobe.com/express/learn/blog/design-trends-2024#graphic-design-trends-to-look-out-for-in-2024>



- Booth, A., Papaioannou, D., & Sutton, A. (2016). *Systematic approaches to a successful literature review*. SAGE
- Canva. (2023, December 21). The design trends you need to know about for 2024.
<https://www.canva.com/newsroom/news/design-trends-2024/>
- Designboom. (2024, February 8). *10 inspiring graphic design trends for 2024: Perfect imperfections*.
<https://www.designboom.com/design/vistaprint-spotlights-graphic-design-trends-2024-perfect-imperfections-02-08-2024/>
- Enchev, L. (2024). *Graphic design trends 2024 – The great reset*. Graphicmama
<https://graphicmama.com/blog/graphic-design-trends-2024/>
- Freepik. (2024). *Design trends 2024*. <https://www.freepik.com/visual-trends-2024>
- Hakuhodo Institute of Life and Living ASEAN (HILL ASEAN). (2021). *Deep analysis of SynergiZers, the Gen Zers that make up around 24% of the ASEAN population*. https://www.hakuhodo-global.com/wp_admin/wp-content/uploads/2021/04/RL210408_HILL-ASEAN-Forum2021_F.pdf
- Itsnicethat. (2024, January 8). *Seven visual trends and how they'll unfold in 2024*.
<https://www.itsnicethat.com/features/forward-thinking-visual-trends-080124>
- Kobayashi, S. (1992). *Color Image Scale*. Kodansha USA.
- McKinsey & Company. (2024, August 28). *What is Gen Z*. mckinsey.
<https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z>