

พระยา: ความเชื่อกับการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย*

PHRAYA: BELIEFS AND CONTEMPORARY AMULET DESIGN

คณิน ไพรวันรัตน์*, อนุชา แพ่งเกษร

Khanin Phriwanrat*, Anucha Pangkesorn

คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: khanin.ph@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความเรื่อง พระยา: ความเชื่อกับการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “เครื่องรางของขลัง : ความเชื่อ ความศรัทธา สู่การออกแบบวัฒนธรรมร่วมสมัย” โดยนำองค์ความรู้จากวรรณกรรม แบบสอบถาม การสัมภาษณ์ มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเชื่อความศรัทธาของกลุ่มคน Gen-Z และเพื่อการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย จากการเก็บแบบสอบถามจำนวน 400 คนพบว่า มีปัจจัยในการเลือกเช่าบูชาเครื่องรางของขลัง คือดูจากสัญลักษณ์ ความเป็นตัวแทน และรูปเคารพของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เครื่องรางของขลังมีอิทธิพลในการใช้ชีวิต ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นสินค้าแฟชั่นได้ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมได้ รวมไปถึงการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้เชี่ยวชาญ ในกลุ่มนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ คติชน ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม และกลุ่มประกอบการและผู้ผลิตที่เกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง จำนวน 6 คน นำมาวิเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้เพื่อการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัยสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้แนวความคิดเศรษฐกิจกระแสใหม่ คือ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสีเขียว และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) ดำเนินการและทดลองนำเสนอกับกลุ่มเป้าหมาย Gen-Z ออกแบบโดยศิลปินสมัยใหม่ นำมิติเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้ามาใช้ว่าส่งผลกระทบต่อสังคมมาใช้ดำเนินการวิจัย พบว่า ผู้สนใจมีอายุหลากหลายมากกว่ากลุ่ม Gen-Z ส่วนมากไม่รู้จักรัศวันันตริ แต่มีความพึงพอใจในการออกแบบพระธันวันตริคิดว่าทันสมัยมาก เหมาะสมในการพกพามาก ส่งผลต่อการร่วมบริจาคหรือเงินมากที่สุด มวลสารจากยาหมอดอายุเชื่อมโยงกับพระธันวันตริมากที่สุด สามารถช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแก้ไขปัญหาสังคมและเศรษฐกิจมากที่สุด และพึงพอใจต่อภาพรวมของ Project “WS:E1+” มากที่สุด

คำสำคัญ: ความเชื่อความศรัทธา, การออกแบบเครื่องราง, วัฒนธรรมร่วมสมัย

Abstract

Article Phraya: beliefs and contemporary amulet design It is part of the thesis. “Amulets: Thai’s Beliefs and Faiths Toward the New Creation of The Contemporary Culture Design” by applying knowledge from literature, questionnaires, and interviews to design. The objective is to study the beliefs and faith of Gen-Z people in order to design contemporary amulets. From collecting a questionnaire of 400 people, it was found that there are factors in choosing to rent and worship sacred amulets. That is, look at the symbol. representativeness and images of sacred things Amulets have an influence on life, which can be developed into fashion products and used

as a tool for solving social, economic, and environmental problems. Including in-depth interviews with experts. Among academics related to folklore, beliefs, traditions, rituals, and business and producer groups Regarding amulets, a total of six people were brought in to analyze the knowledge gained for the design of contemporary amulets. Create works using the concept of a new economic trend, namely the creative economy. green economy and Sustainable Development Goals (SDGs). Conduct and test presentations with Gen-Z target groups, designed by modern artists. Bringing in the environmental dimension as affecting society to conduct the research, it was found that those interested were of a wider age range than the Gen-Z group. Most of them did not know Phra Dhanwantri. But there is satisfaction in the design of Phra Dhanwantri. I think it's very modern. Very suitable for carrying It has the greatest impact on donating medicine or money. Material from expired medicine is most closely linked to Thanwantri. It can help preserve the environment and solve most social and economic problems. and were most satisfied with the overall project, "WS:E1+."

Keywords: Beliefs And Faith Amulet Design Contemporary Culture

บทนำ

จากสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมานั้น ได้ส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นวงกว้าง เช่น การตกงาน หรือว่างงานมากขึ้นราว 7 ถึง 8 แสนคนในปี 2563 ตามรายงาน ผลกระทบการแพร่ระบาดของโควิด-19 สถานการณ์ว่างงานและแนวทางรับมือ (สุชาติ พรชัยวิเศษกุล, 2564) รวมไปถึงความเครียดที่เพิ่มมากขึ้น สถิติเกี่ยวกับผลกระทบด้านจิตใจของประชาชนในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 พบว่าประชาชนในประเทศไทยมีความเสี่ยงสุขภาพจิตสูงขึ้น (วรลักษณ์ ผ่องสุขสวัสดิ์, 2565) ความเชื่อ ความศรัทธามีบทบาทในสังคม ต่อสถานการณ์โควิด-19 ที่ผ่านมา (อภิลักษณ์ เกษมผลกุล และสินีกันต์ แก้วกันหา, 2563) ความเชื่อในสถานการณ์โควิด-19 ได้แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือพิธีกรรม และวัตถุมงคล อีกทั้งยังมีหน้าที่ในการอธิบายข้อสงสัยเกี่ยวกับโรคที่ชาวบ้านหาคำตอบไม่ได้ การสร้างขวัญกำลังใจและการควบคุมการแพร่ระบาดของโรค ซึ่งส่งผลกระทบต่อสภาพเศรษฐกิจภายในประเทศได้เป็นอย่างดี (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) ในช่วงการระบาดของโควิด-19 ทำให้คนปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการใช้ชีวิตประจำวันแบบใหม่ที่เรียกว่า “วิถีชีวิตใหม่” หรือ “New Normal” เป็นคำที่บัญญัติขึ้น โดยบิลล์ กรอส (Bill Gross) ผู้ก่อตั้งบริษัทบริหารสินทรัพย์ในปี 2007 ที่ใช้คำว่า “New Normal” ที่ใช้อธิบายถึง วิกฤติเศรษฐกิจที่มีรูปแบบและเป็นวงจรเดิมที่เกิดขึ้นจนกลายเป็นเรื่องปกติและคาดว่าจะไม่สามารถเติบโตในระดับเดิมได้อีกต่อไป (กรมสุขภาพจิต, 2563) ซึ่งได้ถูกนำมาใช้ในช่วงหลังจากเกิดวิกฤต โควิด-19 เมื่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้กลายเป็นโรคประจำถิ่น ทำให้เกิดการผ่อนคลายมาตรการการควบคุมโรคให้มีความใกล้เคียงวิถีชีวิตปกติมากที่สุด (สำนักข่าวอิศรา, 2565) รูปแบบการใช้ชีวิตแบบ “วิถีชีวิตใหม่” ของคนไทยคือ การใช้เทคโนโลยีควบคู่กับอินเทอร์เน็ตในการใช้ชีวิตมากขึ้น การเว้นระยะห่างทางสังคม เว้นระยะทางกายภาพ ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการสื่อสาร การใช้ชีวิต ลดปฏิสัมพันธ์ เน้นการทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้น ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น สร้างการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านสุขอนามัย การใช้หน้ากากอนามัย ใช้เจลแอลกอฮอล์ การล้างมือ รวมไปถึงพฤติกรรมที่หันมาใส่ใจสุขภาพ การออกกำลังกาย และส่วนเสริมด้านสุขภาพคือการทำประกัน (กรมสุขภาพจิต, 2563)

ความเชื่อความศรัทธาใน “วิถีชีวิตใหม่” หรือ “New Normal” นั้นก็เป็นการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต แต่ซึ่งยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมเดิม “เวียนเทียนออนไลน์” เป็นกิจกรรมทางศาสนาตามแนวทาง “วิถีชีวิตใหม่” โดยมีการจัด

กิจกรรมเวียนเทียน โดยใช้เทคโนโลยีควบคู่กับอินเทอร์เน็ต ให้พุทธศาสนิกชนเข้าร่วมกิจกรรมได้ที่บ้าน ผู้เข้าร่วมสามารถแชร์ภาพกราฟิกที่ตัวเองเลือก ใส่ชื่อวัด ใส่คำอธิษฐานและสามารถแชร์ไปยังเฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรมได้ ซึ่งมีผู้เข้าร่วมกิจกรรม “เวียนเทียนออนไลน์” หลักพันคน ความเชื่อความศรัทธาใน “วิถีชีวิตใหม่” ไม่ได้จำกัดเฉพาะศาสนาพุทธเท่านั้น ศาสนาคริสต์ ก็ได้มีการปรับใช้มีการร่วมกิจกรรมนมัสการพระเจ้า ฟังเทศน์ สามัคคีธรรม ก็ปรับเปลี่ยนเป็นรูปแบบออนไลน์ทั้งหมด ส่วนศาสนาอิสลามก็ผ่อนปรนให้สามารถละหมาดที่บ้านได้แทนการ ละหมาดที่มัสยิด (ไทยพีบีเอส, 2563)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าสอดคล้องกับแนวคิดของ ผ่องพันธุ์ มณีรัตน์ ที่ได้กล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมส่งผลต่อวัฒนธรรม อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมนั้นยังส่งผลต่อความเชื่อ ความศรัทธาของคนในสังคม ความต้องการด้านต่าง ๆ (ผ่องพันธุ์ มณีรัตน์, 2525) ซึ่งวัตถุมงคลเครื่องรางของขลังก็เป็นส่วนหนึ่งของความเชื่อของคนในสังคมไทย โดยจะแบ่งตามลักษณะการใช้ดังนี้ 1) เครื่องคาต 2) เครื่องสวม 3) เครื่องฝัง 4) เครื่องอม และ 5) เครื่องแขวน (พุทโธ สุโขทัย, 2540) แต่เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงด้านสังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยี นั้นส่งผลให้เครื่องรางของขลังมีรูปแบบที่เปลี่ยนไป ไม่ว่าจะเป็นลักษณะเครื่องรางของขลังรูปแบบดิจิทัล หรือเครื่องรางของขลังที่มีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังได้มีการพัฒนาแนวคิดเป็นการประยุกต์ใช้คติชนในการสร้างสรรค์วัตถุมงคล (ศิริพร ณ ถลาง, 2562) ที่นำเอาคติชนมาเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่นำเอาวัฒนธรรม พื้นฐานประวัติศาสตร์ ผสมผสานเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ ในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2561) ทำให้เกิดสินค้าทางวัฒนธรรมโดยนำเอาคติชนไปพัฒนาเป็นสินค้าชุมชน เช่น อาหาร เครื่องดื่ม รวมไปถึงการสร้างวัตถุมงคลจากเรื่องเล่าในพื้นที่นั้น ๆ เป็นต้น ที่ผ่านมามีการศึกษาเกี่ยวกับ วัตถุมงคล เครื่องรางของขลัง ที่เป็นไปในลักษณะการศึกษาจาก คติชนประเพณี ไปสู่ผลิตภัณฑ์และสินค้า แต่ยังไม่มีการศึกษาจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม วัฒนธรรม กลุ่มช่วงอายุ ผ่านไปยังคติชน แล้วจึงค่อยนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และสินค้า

พฤติกรรมการทำบุญ ขอพรของคนไทยช่วงโควิด-19 ถึงช่วงวิถีชีวิตใหม่ ก็เป็นการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจไทย ว่า 10,800 ล้านบาทหรือร้อยละ 0.36 ของมูลค่าการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นการเพิ่มรายได้ให้ท้องถิ่น โดยประชาชนส่วนใหญ่ยังไปทำบุญและขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์เท่าเดิม ร้อยละ 44.98 จากการสำรวจดังกล่าวของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า “ความเชื่อและศาสนาเป็นส่วนหนึ่งของสังคมไทยในทุกยุคทุกสมัย โดยเฉพาะหากเกิดปัญหาหรือความเครียด คนไทยก็มักจะหันหน้าเข้าวัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ตามศาสนาของตนเพื่อขอพรและโชคลาภ ดังที่เราเห็นข่าวเรื่องการบนขอหวยและการแก้บนเพิ่มขึ้นมากในสื่อต่างๆ จึงเชื่อว่ามีเงินสะพัดในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์จำนวนมากหลายจังหวัด” อีกทั้งยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่ก่อให้เกิดรายได้เช่น ดูชะตาราศี ดูลายมือ ดูโหราศาสตร์ ดูโหงวเฮ้ง ร่างทรง เป็นต้น ซึ่งค่าใช้จ่ายมีตั้งแต่หลักร้อยไปจนถึงหลักพัน รวมไปถึงการเช่าบูชา พระเครื่อง ที่สามารถสร้างมูลค่าสูงเป็นหลักล้านบาท (ผู้จัดการออนไลน์, 2563) ซึ่งธุรกิจเครื่องรางของขลังนั้นเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีหมุนเวียนปีละ 40,000 ล้านบาทกว่าบาท ซึ่งธุรกิจดังกล่าวสามารถผลักดันเป็น ซอฟท์ พาวเวอร์ (Soft Power) ได้ในอนาคต เพราะว่าเครื่องราง ของขลังนั้น มีรากฐานมาตั้งแต่โบราณ วัฒนธรรม ศิลปะ และโบราณวัตถุ ถ้านำมาพัฒนาเป็นสินค้าก็จะสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้ ตัวอย่างเช่น ศาลพระพรหม สี่แยกราชประสงค์ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความเชื่อ ความศรัทธาเข้ามาสักการะ สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้อย่างมหาศาลมาหลายสิบปี (สยามรัฐออนไลน์, 2565) คนไทยในปัจจุบันร้อยละ 76.8 ได้มีความกังวลถึงความไม่แน่นอนของชีวิต ซึ่งอาจจะเกิดมาจากสภาพสังคม เศรษฐกิจ ในปัจจุบัน ซึ่งส่วนใหญ่นั้นจะใช้วิธี การพึ่งพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ดูดวง บนบาน ขอพร เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจในการใช้ชีวิต ซึ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจเกี่ยวกับความเชื่อนั้นเติบโตร้อยละ 5 ถึง 10 ซึ่งเป็นตัวเลขที่สวนทางกับวิกฤตเศรษฐกิจ ซึ่งธุรกิจอื่นๆก็ได้หันมาใช้ความเชื่อในการทำตลาด ไม่ว่าจะเป็น ชุดเครื่องนอน

เสริมสิริมงคล เครื่องดื่มมงคลประจำวัน เป็นต้น (เดอะโนเวล, 2566) จะเห็นได้ว่า ธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกับความเชื่อ ความศรัทธาก็หันมาใช้ ความเชื่อทำการตลาด อาจจะพูดได้ว่าการตลาดโดยใช้ความเชื่อ ความศรัทธานั้น สามารถเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจได้ และถ้ามองภาพรวม ความเชื่อ ความศรัทธาสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้

จากข้อความข้างต้น เครื่องราง ของขลัง นั้นสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศได้เป็นอย่างดี และถ้ามีการศึกษาองค์ประกอบของเครื่องราง ของขลัง ผสานแนวคิดเรื่อง แนวคิดคติชน สร้างสรรค์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสีเขียว และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาใช้ ในการพัฒนา เครื่องราง ของขลัง ศึกษาสภาพปัญหาและบริบททางสังคมในประเทศปัจจุบัน จะทำให้ได้ได้องค์ความรู้หรือแนวคิด การเปลี่ยนแปลงของความเชื่อความศรัทธา ต่อเครื่องรางของขลัง และได้แนวคิดการพัฒนาเครื่องรางของขลัง ที่สามารถนำไปใช้ในพัฒนาเครื่องรางของขลังในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาความเชื่อความศรัทธาต่อเครื่องรางของขลัง
2. วิเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้เพื่อการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง พระยา: ความเชื่อกับการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพผสมกับปริมาณ ด้วยลักษณะบังเอิญเจอและ Snow ball เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และจากการลงสนามในการวิจัย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทดลองและศึกษาก่อนที่จะทำการออกแบบ

ขอบเขตเนื้อหาและข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจาก

1. ศึกษารวบรวมข้อมูลเอกสาร หนังสือ งานวิจัย บทความวิชาการ ที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลัง ความเชื่อ ความศรัทธา การออกแบบวัฒนธรรมร่วมสมัย และข้อมูลส่วนตัวของบุคคลจากผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง Gen-Z จำนวน 400 คน
2. ศึกษารวบรวมข้อมูลภาคสนามจากกลุ่ม 1) นักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับ คติชน ความเชื่อ ประเพณี พิธีกรรม และ 2) ผู้ประกอบการและผู้ผลิต ที่เกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง

ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ

1. จัดทำแบบสอบถาม ด้านความเชื่อ ความศรัทธาเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังในมิติด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม
2. สัมภาษณ์ (Interview Method) แบบเจาะลึก (In-depth Interview) รายบุคคล จำนวน 6 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ทั้งแบบมีโครงสร้างและไม่มีโครงสร้าง เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก
3. ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลังความเชื่อ แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม และข้อมูลความเชื่อส่วนบุคคล
4. ออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย

ผลการวิจัย

ผลงานวิจัยเรื่อง พระยา: ความเชื่อกับการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย โดยใช้แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อ แนวคิดเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม ความเชื่อส่วนบุคคล รวมไปถึงการออกแบบเครื่องรางของขลังร่วมสมัย โดยในบทความนี้ จะบรรยาย เป็นข้อๆตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ ศึกษาความเชื่อ ความศรัทธาต่อเครื่องรางของขลัง เพื่อการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ การสรุปแบบสอบถาม ด้านความเชื่อความศรัทธาเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังในมิติทางสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม และการสรุปการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล จำนวน 6 ท่าน

1. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

จากการเก็บข้อมูลจำนวน 400 ราย ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ (google form) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบไม่เจาะจง โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก ดังนี้ 1) อายุระหว่าง 18 - 25 ปี 2) มีความเชื่อ ความศรัทธาต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งการวิจัยนี้ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional design) ได้ผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62 มีอายุอยู่ระหว่าง 21 - 23 ปี ร้อยละ 58 ระดับการศึกษาในปริญญาตรี ร้อยละ 86 รายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 48 เป็นนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 81

และ ส่วนที่ 2 ทศคติและพฤติกรรมต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเครื่องรางของขลัง ลำดับการขอพรในแต่ละด้าน มีความต้องการในด้านการเงินเป็นอันดับแรก ด้านการงานเป็นอันดับที่ 2 ด้านความรักเป็นอันดับที่ 3 ลำดับของรูปแบบเครื่องรางที่ใช้ ส่วนใหญ่ใช้เครื่องรางของขลังประเภทเครื่องสวม เช่นสร้อยคอ สร้อยข้อมือ จี้ และแหวน รองลงมาคือวอลเปเปอร์โทรศัพท์ และอีเมล โดยมีการปัจจัยในการเลือกเข้าบูชาเครื่องรางของขลังดูสัญลักษณ์ตัวแทน และรูปเคารพของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ก่อน รองลงมาคือไม่มีปัจจัยในการเลือก มีการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์น้อยกว่าเดือนละครึ่ง มีค่าใช้จ่ายในการเข้าบูชาครั้งละไม่เกิน 500 บาท คิดว่าเครื่องรางของขลังนั้นมีอิทธิพลในการใช้ชีวิต มีมุมมองว่าเครื่องรางของขลังนั้นสามารถพัฒนาเป็นสินค้าแฟชั่นได้ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมได้

2. สรุปการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญด้านสังคม วัฒนธรรม และผู้ประกอบการเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อรวม 6 ท่าน โดยแบ่งเป็น ผู้เชี่ยวชาญทางด้านสังคม 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรม 2 ท่าน และผู้ประกอบการเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อ 2 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ชุดเดียวกันที่มีคำถามเชิงสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG) ซึ่งมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ แบ่งเป็นประเด็น ดังนี้

2.1 ประเด็นเครื่องรางของขลังในมิติทางสังคมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรม ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 6 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า เครื่องรางของขลังนั้นสามารถแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมได้ เพราะเครื่องรางของขลังนั้นจะเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการหรือปัญหาทางสังคมนั้นๆ หรือที่เรียกว่า “รสนิยมทางสังคม” อีกทั้งการเข้ามาของเทคโนโลยีก็ทำให้รูปแบบของเครื่องรางของขลังนั้นเปลี่ยนไปด้วยเช่นกัน

2.2 ประเด็นเครื่องรางของขลังในมิติทางสังคมกับการแก้ไขปัญหาสังคม ผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันว่าเครื่องรางของขลังนั้นมีส่วนในการแก้ไขปัญหาสังคมได้ แต่จะเป็นการแก้ปัญหาในรูปแบบ “ปัจเจกบุคคล” ซึ่งเครื่องรางของขลังนั้นจะเป็นไปในเชิง “อนุสติ” ที่คอยเตือนสติให้ทำความดี ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมท่านที่ 2 ยังได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมว่า “ถ้าบุคคลยึดมั่นในเครื่องรางของขลังว่ามีอิทธิฤทธิ์ เครื่องรางของขลังก็จะกลายเป็นสิ่งชักชวนไปทำในสิ่งที่ไม่ดีได้” เช่นกัน และผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อท่านที่ 2 ยังได้ให้ความคิดเห็นอีกด้านว่าเครื่องรางของขลังนั้นไม่สามารถแก้ไขปัญหาสังคมได้ จะสามารถแก้ไขปัญหาสังคมได้นั้นมันต้องเป็นประเด็นที่การสร้างเครื่องรางของขลังมากกว่า

2.3 ประเด็นเครื่องรางของขลังในมิติทางสังคมกับความเชื่อความศรัทธาของคน Gen-Z ที่บ่งบอกถึงสภาพสังคมในปัจจุบัน ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 6 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า เครื่องรางของขลังที่มาจากความเชื่อ ความศรัทธาของคน Gen-Z สามารถบ่งบอกถึงสภาพสังคมในปัจจุบันได้ เนื่องจากสังคมนั้นมีการเปลี่ยนแปลง

ตลอดเวลา ในปัจจุบันมีองค์ความรู้เกี่ยวกับวิทยาศาสตร์ แต่คนในรุ่น Gen-Z ทั้งในและนอกประเทศก็หันมาพึ่งพาสิ่งศักดิ์สิทธิ์กันมากขึ้น ทั้งนี้อาจจะขึ้นอยู่กับสภาพเศรษฐกิจด้วยเช่นกัน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมท่านที่ 2 ได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับประเด็นนี้อีกว่า “ถ้าอยากรู้สภาพสังคมในปัจจุบันเราสามารถสังเกตว่าคนส่วนใหญ่เลือกที่จะนับถือเทพองค์ไหน เฉพาะทางด้านไหน” และผู้ทรงคุณวุฒิส่วนใหญ่ได้กล่าวถึง การใช้เครื่องรางของขลังในรูปแบบ พันทลิงโทรศัพท์ อีโมไลน์ สัญลักษณ์ (emoticon) ก็แสดงให้เห็นว่าในสังคมปัจจุบันนั้นเป็นสังคมดิจิทัล

2.4 ประเด็นเครื่องรางของขลังในมิติทางเศรษฐกิจกับการกระตุ้นเศรษฐกิจ ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 6 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า เครื่องรางของขลังนั้นสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้ โดยผู้ทรงส่วนใหญ่ได้ให้ความเห็นว่า ธุรกิจเครื่องรางของขลังนั้นมีขนาดใหญ่และมูลค่าสูง ในมิติเชิงพื้นที่ วัดและชุมชน ต่างมีรายได้เพิ่มจากการสร้างเครื่องรางของขลัง เช่น การทำบุญในวันปลุกเสก รายได้จากการเช่าบูชาเครื่องรางของขลัง ร้านค้าบริเวณวัด การท่องเที่ยวในชุมชนจากการมาสักการบูชาจากคนต่างพื้นที่ และธุรกิจใหม่ ๆ เช่นธุรกิจรับแก้บนออนไลน์ รวมไปถึงเกิดการจ้างงานในพื้นที่ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมท่านที่ 1 ได้ให้คำนิยามในกรณีดังกล่าวว่าเป็น “เศรษฐกิจหมุนเวียน” หรือ “ศรัทธาในรูปแบบเศรษฐกิจ” ผู้ทรงคุณวุฒิด้านผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อท่านที่ 1 ได้มีการเสริมจากประเด็นดังกล่าวว่า “การสร้างเครื่องรางของขลังนั้นเป็นการเคลื่อนเงินจากอีกคนไปช่วยอีกคน” และผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อท่านที่ 2 ยังได้ให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่า เครื่องรางของขลังในปัจจุบันก็มีการปรับรูปแบบให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น

2.5 ประเด็นเครื่องรางของขลังในมิติทางเศรษฐกิจกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 6 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า เครื่องรางของขลังสามารถนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ได้ เพราะในปัจจุบันได้มีการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ เช่น เรื่องเล่า (storytelling) มาสร้างมูลค่าเพิ่ม หรือการนำรสนิยมทางศิลปะมาสร้างมูลค่าในการออกแบบและผลิตเครื่องรางของขลัง ทำให้เกิดเครื่องรางของขลังในรูปแบบใหม่ ๆ และเข้าถึงคนกลุ่มใหม่ ๆ

2.6 ประเด็นเครื่องรางของขลังในมิติทางเศรษฐกิจกับการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ ดึงดูดความสนใจจากคน Gen-Z ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 6 ท่านได้ให้ความเห็นตรงกันว่า เครื่องรางของขลังที่นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้จะสามารถดึงดูดความสนใจจากคน Gen-Z ได้ “เพราะคน Gen-Z นั้นมองหาเครื่องรางของขลังรูปแบบใหม่ ๆ นอกเหนือจากเครื่องรางของขลังรูปแบบเดิม” ซึ่งมีความสอดคล้องกับผู้ทรงคุณวุฒิด้านสังคมท่านที่ 2 ที่เคยกล่าวอย่างไว้ว่า “ในปัจจุบันคน Gen-Z นิยมแต่งตัวแบบ Y2K จะให้มาแขวนพระเครื่องมันก็จะดูประหลาด เครื่องรางของขลังในปัจจุบัน มันก็ต้องปรับให้เหมาะสมกับกับความชอบของคน Gen-Z ถึงจะดึงดูดคน Gen-Z ได้” และยังสอดคล้องกับผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมท่านที่ 2 ว่า “สร้างเครื่องรางของขลังให้ตอบโจทย์วิถีปัจจุบัน ฟังก์ชันเหมือนเดิม แต่ปรับรูปแบบให้เข้ากับยุคปัจจุบัน จะทำให้ได้รับความนิยมมากขึ้น”

2.7 ประเด็นเครื่องรางของขลังในมิติสิ่งแวดล้อมกับการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม ผู้ทรงคุณวุฒิด้านสังคมท่านที่ 2 ได้ยกตัวอย่างความเชื่อความศรัทธาที่มีส่วนช่วยในการปลูกจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติ กรณี “ทวดกลาย” จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่มาสร้างความเชื่อความศรัทธาให้กับคนในชุมชนแม่น้ำกลาย ให้มีจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติ (แม่น้ำกลาย) ส่วนผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมท่านที่ 1 กับ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อท่านที่ 2 ได้มีความเห็นไปในทางทิศทางเดียวกันว่า “การสร้างเครื่องรางของขลังนั้นจะใช้มวลสารจากธรรมชาติมาใช้ ในบางกรณีเป็นการเก็บรักษาพันธุ์พืช การใช้เรื่องเล่าและองค์ความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่น่าสนใจมาเป็นมวลสาร และเครื่องรางของขลังก็จะได้ถูกทิ้งเรียกรวด” ซึ่งสอดคล้องกับผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อท่านที่ 1 ที่ได้กล่าวว่า “การทิ้งขยะทาง

ความเชื่อมักจะถูกทิ้งรวมกัน ถือว่าเป็นการจัดการขยะรูปแบบหนึ่ง” ส่วนผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมท่านที่ 2 กับผู้ทรงคุณวุฒิด้านสังคมท่านที่ 2 ได้ยกตัวอย่าง “พระสตี” ที่มีการนำขยะพลาสติกไปและกับพระเครื่องที่ทำจากพลาสติก ที่เป็นการกระตุ้นเตือนให้คนรักษาสิ่งแวดล้อม และยังมองต่อไปอีกว่าในอนาคต การสร้างเครื่องรางของขลังไม่ต้องใช้วัสดุธรรมชาติ หรือวัสดุสังเคราะห์มาทำด้วยซ้ำ

2.8 ประเด็นเครื่องรางของขลังในมิติสิ่งแวดล้อมกับการนำแนวคิดเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมมาใช้เพื่อให้เข้าถึงคน Gen-Z ผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมท่านที่ 2 ได้ยกตัวอย่างกรณี “ทวดกลาย” (เทวดาอารักษ์คลอง ความเชื่อที่พบมากใน อ.ท่าศาลา จ.นครศรีธรรมราช) ได้ถูกนำไปสร้างหลักสูตรให้กับโรงเรียนในชุมชน ซึ่งเป็นการสร้างและส่งต่อเรื่องของการรักษาธรรมชาติในชุมชน โดยใช้ความเชื่อความศรัทธาเป็นแกนหลักในการสร้างจิตสำนึกให้คนรุ่นใหม่ใส่ใจในธรรมชาติ ผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อท่านที่ 1 ก็ได้ให้แนวคิดด้านสิ่งแวดล้อมไว้ว่า “การรักษาสิ่งแวดล้อมก็เป็นความเชื่อ” เพราะในปัจจุบันทุกคนก็เชื่อว่าโลกร้อน ถ้าปลูกต้นไม้ก็จะช่วยไม่ให้โลกร้อน เป็นต้น และยังได้เสนอเพิ่มเติมว่า ถ้าสามารถต่อยอดการจัดการขยะที่เกี่ยวกับความเชื่อก็สามารถรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างครบวงจร ซึ่งมีแนวคิดที่แตกต่างจากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลังและความเชื่อท่านที่ 2 ที่ได้กล่าวว่า “บริบทของเครื่องรางของขลังส่วนใหญ่จะถูกเก็บมากกว่าทิ้ง” ซึ่งยังกล่าวต่อไปอีกว่า คน Gen-Z ก็มีการเก็บสะสมเครื่องรางของขลังด้วยเช่นกัน ส่วนผู้ทรงคุณวุฒิด้านวัฒนธรรมท่านที่ 2 ก็ได้ให้ยกตัวอย่าง กรณีพระสตีก็ทำให้คนนำขยะพลาสติกมาและพระได้ ก็ถือว่าเป็นการรักษาธรรมชาติอย่างหนึ่ง ซึ่งจริงๆ แล้ว “คนที่เอาขยะพลาสติกไปแลกอาจจะอยากได้แค่พระเท่านั้น” ซึ่งต่างจากความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิด้านสังคมท่านที่ 2 ว่าปัจจุบันคนคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น การนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ อาจจะทำให้คน Gen-Z สนใจมากขึ้น “คน Gen-Z อาจจะไม่ได้มีความเชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ของเครื่องรางก็ได้ แต่อยากช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมมากกว่า”

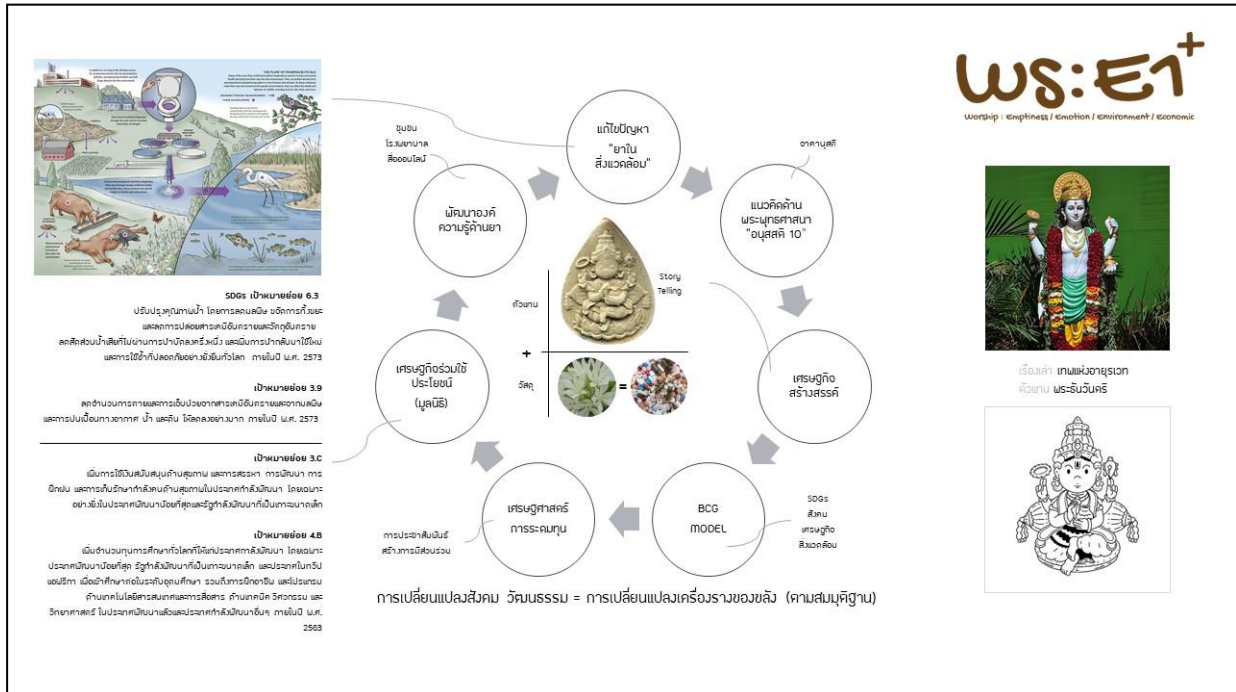
ในส่วนของวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้เพื่อการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย จะขอแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกจะเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลัง ความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม และข้อมูลความเชื่อส่วนบุคคล ส่วนหลังคือการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลแนวคิดที่เกี่ยวข้องและกลุ่มตัวอย่าง ที่ตอบคำถามเกี่ยวกับเครื่องรางของขลัง ความเชื่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม และข้อมูลความเชื่อส่วนบุคคลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และผู้ทรงคุณวุฒิในแต่ละด้าน จำนวน 6 คน มีประเด็นที่น่าสนใจคือ มีทัศนคติและพฤติกรรมต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์และเครื่องรางของขลังไปในทิศทางเดียวกัน ลำดับการขอพรต้องการด้านการเงิน ส่วนใหญ่ใช้เครื่องรางของขลังประเภทเครื่องสวม เช่น สร้อยคอ สร้อยข้อมือ จี้ และแหวน รองลงมาคือวอลเปเปอร์โทรศัพท์ และอีเมล ตามการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยมีปัจจัยในการเลือกบูชาเครื่องรางของขลัง ดูจากสัญลักษณ์ ความเป็นตัวแทน และรูปเคารพของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ มีอิทธิพลในการใช้ชีวิต สามารถพัฒนาเป็นสินค้าแฟชั่นได้ และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมได้

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้เลือกประเด็นที่มีข้อมูลเชิงจำนวนหนึ่งอย่างประเด็นเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นประเด็นที่น่าสนใจเนื่องจากก่อนหน้านี้การทำเครื่องรางของขลังจะเป็นการทำขึ้นจากมวลสารที่มีความเกี่ยวข้องกับ ความเชื่อ ความศรัทธาและความศักดิ์สิทธิ์เท่านั้น และคน Gen-Z อาจจะไม่ได้มีความเชื่อในความศักดิ์สิทธิ์ของเครื่องรางก็ได้ แต่อยากช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมมากกว่า โดยดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้แนวความคิดเศรษฐกิจกระแสใหม่เข้ามาใช้ในการสร้างเครื่องรางของขลัง ประกอบด้วย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสีเขียว และเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SDGs) เป็นการทดลองใช้เครื่องรางของขลังกับกลุ่มเป้าหมาย Gen-Z และทดลองเครื่องรางของขลังที่มีมิติเรื่องสิ่งแวดล้อมเข้ามาใช้ว่าส่งผลกระทบต่อสังคมในชื่อ โครงการ “WS:E1+” หรือ “พระยา+” โดยได้นำมาหมอดอายุที่สร้างมลพิษในสิ่งแวดล้อม มาสร้างเครื่องรางของขลัง จากการรับบริจาคยา

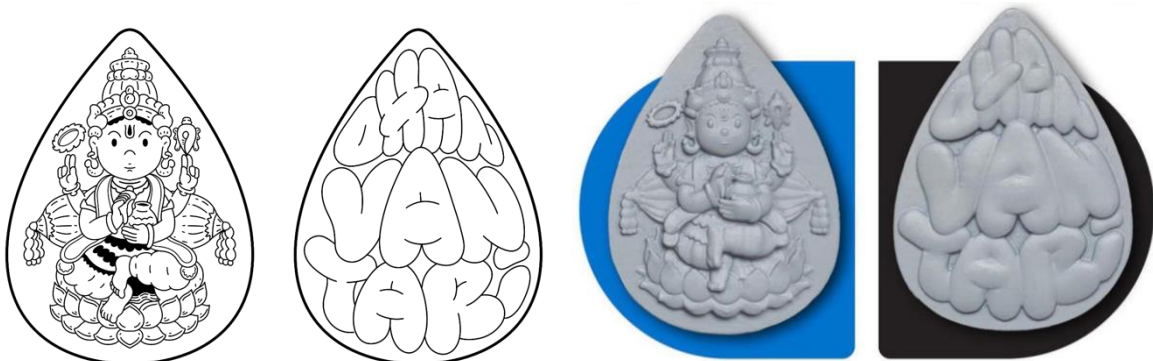
หมดอายุ หรือบริจาคเงินตามรูปแบบการระดมทุนของวัด และสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการบริจาค เพื่อนำรายได้เข้าสู่มูลนิธิของโรงพยาบาลต่อไป

2. การออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย



ภาพที่ 1 แนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน

2.1 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ผลงาน กระบวนการออกแบบสร้างสรรค์รูปเคารพ หรือตัวแทน “พระยา+” ใช้ตัวแทนคือ “พระธรรมาจารย์” ซึ่งเป็นเทพแห่งการแพทย์และอายุเวช เพื่อให้เข้ากับวัสดุที่นำมาใช้ (ยาหมดอายุ) ผ่านกระบวนการ Character Design จาก Nicejoy blueboo ศิลปิน Gen-Z เพื่อให้เขาถึงกลุ่มเป้าหมาย Gen-Z ได้ หลังจากการออกแบบ 2 มิติผู้วิจัยได้ทำการสร้างรูปเสมือนด้วยโปรแกรม 3 มิติเพื่อนำไปสร้างชิ้นงานจริงเพื่อนำไปทำแม่พิมพ์ต่อไป



ภาพที่ 2 การออกแบบ “พระยา+”

2.2 กระบวนการทดลองสร้างสรรค์วัสดุ เพื่อนำไปขึ้นรูปพระพิมพ์ “พระยา+” ได้มีการติดต่อขอ ยາหมตอายุจากโรงพยาบาลสิรินธรที่มีลักษณะเม็ดอัดแข็งและยาเค็ปซูล จำนวน 5,000 เม็ด เพื่อนำมาทดลอง วัสดุในรูปแบบต่างๆเพื่อหาคุณสมบัติในการขึ้นรูป ผู้วิจัยได้ตั้งแนวทางการทดลองสร้างสรรค์วัสดุคือ ใช้ยาหมตอายุ ให้มีสัดส่วนมากที่สุดในการผสมวัสดุอื่น ๆ และสามารถขึ้นรูปด้วยวิธีการขึ้นรูปด้วยพิมพ์มือได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ขอ คำปรึกษาจาก ครูช่างปูนปั้นชัชวาลย์ สหสพาศน์ จากสกุลช่างเพชร จังหวัดเพชรบุรี ที่มีองค์ความรู้ในการทำปูน ปั้นและพัฒนาสูตรปูนพิมพ์พระด้วยกัน ทำให้ได้ อัตราส่วนการผสมยาหมตอายุที่ร้อยละ 96 และสามารถขึ้นรูป ด้วยพิมพ์มือได้



ภาพที่ 3 พระยา+

2.3 การจัดแสดง โครงการได้ร่วมจัดแสดงในงาน Bangkok Design Week 2024 ณ ศาลเจ้า หลีตี้เมี่ยว วันที่ 27 มกราคม - วันที่ 4 กุมภาพันธ์ 2567 โดยได้ประกาศลงใน facebook พระยา+ และได้รับการ สนับสนุนการเผยแพร่โครงการจากเพจที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เช่น ลุงชาเลี้ยงกับขยะที่หายไป Environman SpringNews และอีกหลายเพจที่เกี่ยวข้องกับงาน Bangkok Design Week ให้ผู้ที่สนใจเข้าร่วมโครงการโดยมี เงื่อนไขการนำยาที่หมตอายุจำนวนเท่าไรก็ได้มาแลกพระ หรือการบริจาค โดยผู้วิจัยได้ทำสติ๊กเกอร์เป็นลาย เดียวกันเพื่อแลกเปลี่ยนให้ผู้สนใจแสดงความคิดเห็นในโครงการ

2.4 ผลการวิเคราะห์ การสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการ WS:E1+ (พระยา+) : พระอันวัน ตรี ในงาน Bangkok Design Week 2024 จากผู้ที่มีความสนใจในโครงการ และเป็นผู้เข้าชมงาน Bangkok Design Week 2024 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 26 ปีขึ้นไป มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญา ตรี มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยมากกว่า 25,000 บาท มีความเชื่อความศรัทธาต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ไม่รู้จักพระอันวันตรี แต่มี ความพึงพอใจในการออกแบบพระอันวันตรี คิดว่ามีความทันสมัยมาก และมีความเหมาะสมในการพกพามาก รูปแบบของพระอันวันตรินั้นส่งผลต่อการร่วมบริจาคยาหรือเงินมากที่สุด คิดว่ามวลสารจากยาหมตอายุนั้นมีความ เชื่อมโยงกับพระอันวันตรีมากที่สุด คิดว่า Project “WS:E1+” สามารถช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและแก้ไขปัญหา สังคมและเศรษฐกิจมากที่สุด และมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของ Project “WS:E1+” มากที่สุด

อภิปรายผล

พระยา: ความเชื่อกับการออกแบบเครื่องรางร่วมสมัย สามารถอภิปรายผลการศึกษได้จากแนวคิด แนวคิดเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG) ซึ่งจะแบ่งเป็นประเด็นตามคำถามในการสอบถามและสัมภาษณ์ตาม คุณสมบัติ 3 ประเด็นต่อไปนี้

1. เครื่องรางของขลังกับมิติทางสังคม ซึ่งเครื่องรางของขลังนั้นสามารถแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวัฒนธรรมได้ ซึ่งจะแสดงออกตาม “รสนิยมทางสังคม” ซึ่งในระดับปัจเจกบุคคลมีความเชื่อว่าสามารถแก้ไขปัญหาสังคมได้ ทั้งในตัวเครื่องรางของขลัง และพิธีกรรม ซึ่งในปัจจุบันเข้าสู่สังคมดิจิทัล คน Gen-Z จึงใช้เครื่องรางของในรูปแบบ พื้นหลังโทรศัพท์ อีเมล สัญลักษณ์ (emoticon) กันมากขึ้น ซึ่งสะท้อนสภาพสังคมจากความนิยมบูชาเทพด้านใดของคนส่วนใหญ่ว่าเทพองค์นั้นมีตำนานเรื่องเล่าเฉพาะทางด้านไหน สอดคล้องกับการศึกษาเรื่อง พิธีสวดนพเคราะห์: พลวัตของพิธีกรรมประดิษฐ์ในสังคมไทยปัจจุบัน ของ ประเสริฐ รุณรา ที่กล่าวว่า สังคมไทยในปัจจุบันมีการการปรับเปลี่ยนรูปแบบพิธีกรรมให้เข้ากับพลวัตทางสังคม ดังเช่นการสวดนพเคราะห์ที่เป็นสัญลักษณ์ สะท้อนตัวตนของเทวดานพเคราะห์ จำลองพิธีกรรมให้เสมือนเป็นที่สถิตของเทวดา และสร้างสัญลักษณ์เพื่อแสดงความหมายกับแนวคิดโลกศาสตร์และจักรวาลวิทยา บรรเทาทุกข์ขจัดความกลัว สร้างความมั่นคงทางจิตใจและผ่อนคลายความเครียด ซึ่งปัจจุบันได้นำแนวคิดทางทุนนิยมมาใช้ในการบริหารจัดการและมีการประดิษฐ์รูปแบบของพิธีกรรมมากขึ้น (ประเสริฐ รุณรา, 2557)

2. เครื่องรางของขลังกับมิติทางเศรษฐกิจ สรุปได้ว่าเครื่องรางของขลังสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงคือการเข้าบูชาเครื่องรางของขลังนำรายได้เข้าสู่ผู้ผลิต ทางอ้อมคือ เกิดการท่องเที่ยว เกิดธุรกิจใหม่ ๆ เกิดการจ้างงานในชุมชน เป็นการเคลื่อนเงินจากอีกคนไปช่วยอีกคน ในปัจจุบันเครื่องรางของขลังได้มีการนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เช่น Storytelling มาใช้ทำให้เกิด เครื่องรางของขลังที่เข้าถึงคนกลุ่มใหม่ ๆ เครื่องรางของขลังต้องมีประโยชน์เหมือนเดิมแต่ต้องเปลี่ยนรูปแบบให้เข้ากับวิถีในปัจจุบัน สอดคล้องกับการศึกษาของ อภิชาติ จันทร์แดง เรื่อง ความเชื่อ พิธีกรรม: ขบวนการการเรียนรู้เพื่อศักยภาพการพึ่งตนเองของชุมชนชนบท การศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนบ้านยางหลวง ตำบลท่าพระ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ (อภิชาติ จันทร์แดง, 2546) ที่กล่าวถึง ปัญหาและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงกระบวนการการเรียนรู้ด้านความเชื่อและพิธีกรรม ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ 4 ด้าน คือ สังคม การปกครอง การศึกษา และเศรษฐกิจ และสอดคล้องกับงานศึกษาประเพณีต่าง ๆ เช่น ประเพณีแห่เทียนพรรษา (สุชาติ สุวรรณวงศ์, 2557) ประเพณีทอดข้าวสาร (อำนาจ สุขพิพัฒน์, 2554) และประเพณีสารทเดือนสิบ (มนิรัตน์ กำลังเกื้อ, 2561) ที่กล่าวถึงประเพณีต่าง ๆ ที่นอกจากจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่มีความเชื่อคล้ายกัน และอนุรักษ์วัฒนธรรมแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ชุมชนและสังคมอีกด้วย

3. เครื่องรางของขลังกับมิติสิ่งแวดล้อม เครื่องรางของขลังในอดีตนำวัสดุธรรมชาติและของหายากมาใช้ผสมผสานกับองค์ความรู้และเรื่องเล่า ซึ่งเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางหนึ่ง บริบทของเครื่องรางของขลังมักจะถูกเก็บมากกว่า สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อนั้นจะไม่ถูกทิ้งเรี่ยราด จึงถือว่าการจัดการขยะในรูปแบบหนึ่ง ถูกทิ้งการออกแบบพระยามีแนวคิดที่สะท้อนความเชื่อในมิติสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ด้วยการนำยาที่หมดอายุมาออกแบบเป็นพระเครื่อง เพื่อไม่ให้ทิ้งยาซึ่งถือเป็นวัสดุอันตรายหากไม่รู้จักริธีทิ้งหรือทำลาย ซึ่งมีส่วนคล้ายคลึงดังเช่นแนวคิดของ “พระสติ” พระเครื่องจากขยะพลาสติกรีไซเคิล จากแนวคิดเรื่องการเวียนว่ายตายเกิด และแนวคิดด้านความยั่งยืนที่มีมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล จึงได้นำหลักความคิดนี้มาใช้กับขยะพลาสติกที่ได้หมุนเวียนอยู่ในหลายชาติภพ ให้สามารถกลับชาติมาเกิดใหม่เป็นสิ่งที่งามที่ไม่มีวันถูกทิ้งอีก (แอน เดือนเพ็ญ, 2565)

สรุปและข้อเสนอแนะ

พระยา+ (WS:E1+) เป็นโครงการที่นำแนวคิดทางด้าน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เศรษฐกิจสีเขียว และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาปรับใช้กับแนวคิดการสร้างเครื่องรางของขลังมาทดลอง เพื่อทดสอบแนวความคิดจากการทำโครงการ WS:E1+ (พระยา+) พบว่า มีปัจจัยในการเลือกเข้าบูชาเครื่องรางของขลัง คือดูจากสัญลักษณ์ ความเป็นตัวแทน และรูปเคารพของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เครื่องรางของขลังมีอิทธิพลในการใช้ชีวิต สามารถพัฒนาเป็น



สินค้าแฟชั่นได้ เป็นเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา สังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมได้ เครื่องรางของขลังสามารถใช้แนวคิดทางด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้เป็นประเด็นหลักได้ ยังสามารถใช้เป็นเครื่องอนุสติได้ในสังคมปัจจุบัน แต่ยังคงต้องมีการใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อให้สามารถเข้าถึงคนกลุ่มใหม่ ๆ สามารถระดมทุนได้โดยไม่จำเป็นต้องผ่านองค์กรทางศาสนา เครื่องรางของขลังไม่จำเป็นต้องผ่านพิธีกรรม หรือมวลสารที่เป็นมงคล ซึ่งสอดคล้องกับผลที่ได้จากแบบสอบถามเชิงปริมาณของคน Gen-Z ที่เลือกเครื่องรางของขลังจาก สัญลักษณ์ ตัวแทน หรือรูปเคารพเป็นหลัก อย่างไรก็ตามงานวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการศึกษาความต้องการของกลุ่มคน Gen – Z ที่เกี่ยวกับความเชื่อและเครื่องรางของขลัง แล้วนำเข้าสู่กระบวนการออกแบบเป็น “พระยา+” เท่านั้น ยังไม่ได้มีการศึกษาในมิติอื่นๆ เช่น ประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับการบริการที่เกี่ยวข้องกับเครื่องรางของขลัง ประเด็นความรูปแบบความต้องการและไม่ต้องการของกลุ่มคนรุ่นอื่น ๆ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต. (2563). New Normal ชีวิตวิถีใหม่. เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2567 จาก <https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2288>
- เดอะโนวเลจ. (2566). BIO CIRCULAR GREEN ECONOMY. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน).
- ไทยพีบีเอส. (2563). “เวียนเทียนออนไลน์” วิถีใหม่ ทุกศาสนาฝ่าวิกฤตยุค COVID ระบาด. เรียกใช้เมื่อ 30 เมษายน 2567 จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/292115>
- ประเสริฐ รุณรา. (2557). พิธีสวดนพเคราะห์: พลวัตของพิธีกรรมประดิษฐ์ในสังคมไทยปัจจุบัน. ใน วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผ่องพันธุ์ มณีรัตน์. (2525). มานุษยวิทยากับการศึกษาคติชาวบ้าน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2563). “พาณิชย์” ทำโพลพบคนไทยยังนิยมทำบุญ ขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ แม้เศรษฐกิจซบ โควิด-19 ระบาด. เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2567 จาก <https://mgronline.com/business/detail/9630000115605>
- พุทโธ สุโขทัย. (2540). เครื่องรางของขลัง. กรุงเทพมหานคร: เจมีนี่.
- มณีรัตน์ กำลังเกื้อ. (2561). พิธีกรรมและประเพณีประดิษฐ์สารทเดือนสิบ ตำบลสิชล จังหวัดนครศรีธรรมราช. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยและภาษาไทยประยุกต์. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- วรลักษณ์ ผ่องสุขสวัสดิ์. (2565). คัมภีร์การรับประทานวิตามินและแร่ธาตุ เพื่อสุขภาพคนวัยทำงานน้อยเครียด และติดหวาน (ตอนที่ 3). เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2567 จาก <https://dmh.go.th/news/view.asp?id=2521>
- ศิริพร ณ ถลาง. (2562). “คติชนสร้างสรรค์”: บทสังเคราะห์และทฤษฎี. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- สยามรัฐออนไลน์. (2565). "วรวิทย์" เสนอ "เครื่องราง - ของขลัง" เป็นซอฟต์แวร์พาวเวอร์ สร้างเศรษฐกิจไทย. เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2567 จาก <https://siamrath.co.th/n/336839>
- สำนักข่าวอิศรา. (2565). บทวิเคราะห์ - "โควิดโลกปี 2566" จะไปในทิศทางไหน วิกฤติสาธารณสุขจะหวนคืน? เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2567 จาก <https://www.isranews.org/article/isranews-scoop/114843-ccovidddcccct.html>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2561). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คืออะไร. เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2567 จาก <https://www.cea.or.th/>

- สุชาติ พรชัยวิเศษกุล. (2564). ผลกระทบการแพร่ระบาดโควิด-19 สถานการณ์ว่างงานและแนวทางรับมือ. เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2567 จาก https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/satun_th/7ff740b9698a0551a0e4c5d7ff233621.pdf
- สุชาติ สุวรรณวงศ์. (2557). ประเพณีแห่เทียนพรรษา: การอนุรักษ์และรูปแบบการจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของภาครัฐ เอกชน และชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์. คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อภิชาติ จันทร์แดง. (2546). ความเชื่อ พิธีกรรม: กระบวนการเรียนรู้เพื่อศักยภาพการพึ่งตนเองของชุมชนชนบท: ศึกษาเฉพาะกรณีชุมชนบ้านยางหลวง ตำบลท่าผา อำเภอมะแม่ม จังหวัดเชียงใหม่. ใน วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมสงเคราะห์ทางการศึกษา. คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิลักษณ์ เกษมผลกุล และสินีกันต์ แก้วกันหา. (2563). รูปแบบและบทบาทความเชื่อในสถานการณ์ไวรัสโคโรนา: การศึกษาความเป็นพหุวัฒนธรรมในสังคมไทย. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 8(3), 260-286.
- อำนาจ สุขพิพัฒน์. (2554). ประเพณีทอดข้าวสาร: การศึกษาแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนากระบวนการจัดการประเพณีบุญทอดข้าวสาร โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอำเภอสรีสมเด็จเจ้าจันทร์ร้อยเอ็ด. ใน วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์. คณะวัฒนธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- แอน เตือนเพ็ญ. (2565). พระสติ พระเครื่องจากพลาสติกที่เตือนให้ทุกคนบริโภคอย่างมีสติและรักสิ่งแวดล้อม. เรียกใช้เมื่อ 11 มกราคม 2567 จาก <https://urbancreature.co/prasati-plastic/>