



ศิลปะภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดฝอกลง มณฑลซานซี สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น



JIALE FAN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

ศิลปะภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกลง มณฑลซานซี สู่ออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น



JIALE FAN

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2568

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

Study of Mural Paintings at Fo Guang Temple, Shanxi, Towards Creative Cultural
Product Design to Enhance Local Tourism



JIALE FAN

A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER DEGREE OF FINE AND APPLIED ART
IN VISUAL ARTS AND DESIGN
FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS
BURAPHA UNIVERSITY
2025
COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ JIALE FAN ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมรัตน์ คุณพูนทรัพย์) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อดิเทพ แจ้ตนาลาว)

..... กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปัทมรัตน์ คุณพูน
ทรัพย์)

.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง)

(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง)

..... กรรมการ

(ดร.วรรณวรงค์ เล็กอุทัย)

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิหวัศ แจ้เยี่ยม)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

64920567: สาขาวิชา: ทัศนศิลป์และการออกแบบ; ศป.ม. (ทัศนศิลป์และการออกแบบ)
 คำสำคัญ: วัดฟอกวงในมณฑลชานซี, จิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์, ผลิตภัณ์วัฒนธรรม
 สร้างสรรค์, การออกแบบภาพการ์ตูน

JIALE FAN : ศิลปะภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง มณฑลชานซี สู่การออกแบบ
 ผลิตภัณ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น. (Study of Mural Paintings at
 Fo Guang Temple, Shanxi, Towards Creative Cultural Product Design to Enhance
 Local Tourism) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: ปภัทรนันท์ คุณพูนทรัพย์, เกียรติศักดิ์ เขียวมั่ง
 ปี พ.ศ. 2568.

งานวิจัยเรื่อง “ศิลปะภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง มณฑลชานซี สู่การ
 ออกแบบผลิตภัณ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)
 ศึกษาวิเคราะห์ลักษณะพระโพธิสัตว์จากจิตรกรรมฝาผนังในวัดฟอกวง มณฑลชานซี 2)วิเคราะห์ความ
 สนใจในผลิตภัณ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของเยาวชนจีนอายุ 18-25 ปี 3)สร้างสรรค์และ
 ประเมินผลงานออกแบบภาพการ์ตูนและผลิตภัณ์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ ใช้วิธีการศึกษา
 โดยการศึกษาข้อมูลเอกสาร การสำรวจภาคสนาม การสำรวจด้วยแบบสอบถาม การวิจัยสร้างสรรค์
 และการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายเชิงลึก

ผลการศึกษานำไปสู่การคัดเลือกภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฟอกวง 3 ภาพ
 ได้แก่ “ภาพการเทศนาธรรมของพระอมิตาภะ” “ภาพกลุ่มพระโพธิสัตว์” และ “ภาพโบสถ์ม้วน”
 มาทำการออกแบบ โดยทำให้ตัวละคร สีเส้น และลวดลายในภาพดูน่ารักในแบบการ์ตูน แล้วนำไป
 ออกแบบผลิตภัณ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมและตอบโจทย์ด้านการใช้
 งาน ซึ่งมีผลิตภัณ์ทั้งหมด 3 ประเภท ได้แก่ อุปกรณ์สำนักงาน ของใช้ในชีวิตประจำวัน และของ
 ตกแต่ง

ผลการประเมินงานออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ พบว่า
 ตรงตามวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากงานออกแบบสามารถตอบสนองความ
 ต้องการของกลุ่มวัยรุ่นอายุ 18 และ 25 ปี มีความน่าสนใจ ราคาสมเหตุสมผล และนำเอา
 องค์ประกอบจากภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวงมาใช้ในรูปแบบที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์เดิมแต่
 ปรับเปลี่ยนการแสดงออกเป็นแบบการ์ตูนได้อย่างสมบูรณ์

64920567: MAJOR: VISUAL ARTS AND DESIGN; M.F.A. (VISUAL ARTS AND DESIGN)

KEYWORDS: Foguang Temple in Shanxi Province, Bodhisattva murals, Creative cultural products, Cartoon image design

JIALE FAN : STUDY OF MURAL PAINTINGS AT FO GUANG TEMPLE, SHANXI, TOWARDS CREATIVE CULTURAL PRODUCT DESIGN TO ENHANCE LOCAL TOURISM. ADVISORY COMMITTEE: PAPATTARANAN KUNPHUNSUP, Ph.D. KRIANGSAK KHIAOMANG, Ph.D. 2025.

The study of Mural Paintings at Fo Guang Temple, Shanxi, Towards Creative Cultural Product Design to Enhance Local Tourism aims to: 1) Study and analyze the characteristics of the Bodhisattva from the murals at Fo Guang Temple, Shanxi Province. 2) Analyze the interest in creative cultural products among Chinese youth aged 18-25. And 3) create and evaluate the design of cartoon illustrations and products derived from the Bodhisattva murals.

The research methods include document review, field surveys, questionnaire surveys, creative research, and in-depth interviews with the target group. The findings led to the selection of three Bodhisattva mural paintings at Fo Guang Temple: "The Sermon of Amitabha," "The Bodhisattva Group," and "The Curled Grass Leaves" for design development. The murals were adapted into cartoon styles by making the characters, colors, and patterns appear more charming and animated. These cartoons were then used to design creative cultural products with cultural connections and functional relevance. There are three types of products: office supplies, daily necessities, and decorative items.

The design evaluation by experts and the target group revealed that the products met the objectives of promoting tourism. The designs catered to the needs of the youth aged 18-25, were appealing, reasonably priced, and retained the original essence of the murals while adapting the expression to a cartoon style effectively.

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาที่คอยให้กำลังใจและช่วยเหลือในการเขียน วิทยานิพนธ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสำเร็จการศึกษา อาจารย์คอยให้คำแนะนำในการปรับแก้วิทยานิพนธ์จนสามารถเขียนวิทยานิพนธ์สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ขอขอบพระคุณผศ. ดร.ปัทมรัตน์ คุณพูนทรัพย์ และ รศ. เกียรติศักดิ์ เขียวมั่ง สำหรับคำแนะนำอันมีค่าและความช่วยเหลือที่ไม่เห็นแก่ตัวตลอดกระบวนการวิจัย ความรู้ทางวิชาชีพและประสบการณ์การสอนของคุณทำให้ฉันสามารถก้าวไปข้างหน้าบนเส้นทางการวิจัยได้ คำแนะนำและกำลังใจที่คุณให้ฉันเป็นแรงบันดาลใจให้ฉันและฉันรู้สึกขอบคุณอย่างแท้จริง

ประการที่สอง ฉันขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อน ๆ ของฉันสำหรับการสนับสนุนและกำลังใจที่มีมาอย่างต่อเนื่อง ความไว้วางใจและกำลังใจของคุณทำให้ฉันมีแรงบันดาลใจในการก้าวไปข้างหน้า

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญที่เสียสละเวลาอันมีค่าที่เข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อเสนอแนะและวิจารณ์งานวิจัยของผู้วิจัยอย่างจริงจังอีกครั้ง

สุดท้ายนี้ ขอแสดงความขอบคุณอย่างสุดซึ้งและความปรารถนาดีต่อผู้กล่าวถึงข้างต้นอีกครั้ง

JIALE FAN

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญภาพ.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย.....	1
คำถามการวิจัย	3
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	3
ขอบเขตการวิจัย	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
วิธีดำเนินการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
บทที่ 2 เอกสารที่เกี่ยวข้อง.....	10
ภาพรวมของวัดฝอกลง ในมณฑลซานซี	10
1. ความเป็นมาของวัดฝอกลง	10
2. ขนาดและแผนผังของวัดฝอกลง.....	13
3. จิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฝอกลง	19
4. ลักษณะองค์ประกอบศิลป์ของจิตรกรรมฝาผนัง	32
การออกแบบการ์ตูน.....	33

1. แนวคิดการออกแบบการ์ตูน.....	33
2. ลักษณะทางศิลปะของการออกแบบการ์ตูน	35
3. รูปแบบการออกแบบการ์ตูน	36
4. หลักการออกแบบการ์ตูน.....	39
5. ความสำคัญของการออกแบบภาพการ์ตูน.....	42
ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	42
1. ความหมายของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	42
2. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์	42
3. หลักการของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์	44
4. ความสำคัญของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์	45
กรณีศึกษาการออกแบบภาพจิตรกรรมฝาผนังพุทธศิลป์จีนในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์	46
1. ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังตุนหวง : การ์ดสะสม	46
2. ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากภาพจิตรกรรมฝาผนังภูเขาหยุนไถ	48
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	52
1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตรกรรมฝาผนัง.....	52
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูน.....	54
3. วิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	56
บทที่ 3 การสำรวจตลาดและการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฝอ อกลง.....	60
การวิจัยตลาดและการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฝอกลง ..	60
1. ขาดนวัตกรรม	60
2. ขาดการเข้าถึง	63
3. ความต้องการของตลาดไม่ชัดเจน	65

แบบสอบถามการสำรวจและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอก วง.....	65
1. การวิเคราะห์ผลแบบสอบถามการสำรวจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จิตรกรรมฝาผนัง วัดฟอกวง	65
2. การวิเคราะห์การรับรู้ของผู้ชม.....	68
3. การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ชม.....	70
การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง	72
1. การวางตำแหน่งกลุ่มผู้บริโภค.....	72
2. การวางตำแหน่งประเภทผลิตภัณฑ์.....	73
บทที่ 4 การพัฒนาและการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ วัดฟอกวง	76
แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง	76
1. การวิเคราะห์และถอดองค์ประกอบจิตรกรรมฝาผนังรูปพระโพธิสัตว์วัดฟอกวงสำหรับการ ออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	76
2. การถอดองค์ประกอบรูปภาพและสวดลายจากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง และการออกแบบใหม่.....	80
การปฏิบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอก วง.....	84
1. ภาพร่างผลงานสองมิติจากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง.....	84
2. การออกแบบระบบสีผลงานสองมิติจากภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง	85
3. การออกแบบผลงานสองมิติจากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวงฉบับสมบูรณ์	88
4. การพัฒนาต่อยอดผลงานสองมิติจากภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง	90
การประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	92
1. เครื่องใช้สำนักงาน.....	93
2. ของใช้ในชีวิตประจำวัน	94

3. งานฝีมือตกแต่ง.....	95
การประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนัง วัดฝอทอง.....	97
1. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ.....	97
2. การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย.....	98
3. นักเรียนชาวไทย.....	99
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	102
สรุปผลการวิจัย.....	102
การอภิปรายผลการวิจัย.....	103
ปัญหาและข้อเสนอแนะ.....	105
บรรณานุกรม.....	107
ภาคผนวก.....	110
ภาคผนวก ก.....	111
ภาคผนวก ข.....	114
ประวัติย่อของผู้วิจัย.....	129

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1-1 ข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฟองวง	5
ตารางที่ 1-2 ข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์	7
ตารางที่ 2-1 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังตุนหวง	47
ตารางที่ 2-2 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากภาพจิตรกรรมฝาผนังภูเขาหยุ่นไถ ...	51
ตารางที่ 3-1 ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีอยู่ของวัดฟองวง	60
ตารางที่ 4-1 การคัดเลือกองค์ประกอบในการออกแบบ	77
ตารางที่ 4-2 ลักษณะพระโพธิสัตว์	79
ตารางที่ 4-3 อัตลักษณ์ของพระโพธิสัตว์ที่นำไปใช้ในการออกแบบ	81
ตารางที่ 4-4 ภาพร่างการออกแบบพระโพธิสัตว์	82
ตารางที่ 4-5 การถอดองค์ประกอบลดทอนลายหัวม้า	83
ตารางที่ 4-6 ภาพร่างผลงานสองมิติ	84
ตารางที่ 4-7 การใช้สีของพระโพธิสัตว์	86
ตารางที่ 4-8 การใช้สีของผลงานสองมิติ	87
ตารางที่ 4-9 ภาพผลงานสองมิติฉบับสมบูรณ์	88
ตารางที่ 4-10 ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้สำนักงาน	93
ตารางที่ 4-11 ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน	94
ตารางที่ 4-12 ผลิตภัณฑ์ประเภทงานฝีมือสำหรับการประดับตกแต่ง	96

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1-1 แผนที่ภูเขาค้อในมณฑลซานซี.....	2
ภาพที่ 1-2 แผนภาพกรอบแนวคิด.....	4
ภาพที่ 2-1 ภาพวาดแบบดั้งเดิมของวัดฝอกลง.....	10
ภาพที่ 2-2 ขนาดจริงของวัดฝอกลง.....	11
ภาพที่ 2-3 การสืบทอดและการพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีนในปี 2022.....	12
ภาพที่ 2-4 ขนาดของตลาดจิตรกรรมฝาผนัง.....	12
ภาพที่ 2-5 ภาพนักท่องเที่ยวในบริเวณวัดฝอกลง.....	13
ภาพที่ 2-6 ที่ตั้งสถาปัตยกรรมต่างๆในวัดฝอกลง.....	14
ภาพที่ 2-7 ที่ตั้งอาคารของวัดฝอกลง.....	14
ภาพที่ 2-8 มุมมองสามมิติของพระอุโบสถทิศตะวันออก.....	15
ภาพที่ 2-9 พระอุโบสถทิศตะวันออก.....	15
ภาพที่ 2-10 ภาพของเสาหลักหินแห่งราชวงศ์ถัง.....	16
ภาพที่ 2-11 มุมมองสามด้านของอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี.....	17
ภาพที่ 2-12 พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี.....	17
ภาพที่ 2-13 เจดีย์สังฆราช.....	18
ภาพที่ 2-14 เจดีย์สังฆราช.....	18
ภาพที่ 2-15 เสาหลักหิน.....	19
ภาพที่ 2-16 ตำแหน่งภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถทิศตะวันออก.....	21
ภาพที่ 2-17 ตำแหน่งภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี.....	22
ภาพที่ 2-18 ภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ตำแหน่ง A พระอุโบสถทิศตะวันออก.....	24
ภาพที่ 2-19 ภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ตำแหน่ง A พระอุโบสถทิศตะวันออก.....	24

ภาพที่ 2-20 ภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ตำแหน่ง A พระอุโบสถตะวันตก	24
ภาพที่ 2-21 ภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ตำแหน่ง A พระอุโบสถตะวันตก	25
ภาพที่ 2-22 ภาพปิศาจและผู้พิทักษ์แห่งสวรรค์ศิซาเหมิน	26
ภาพที่ 2-23 ภาพใบหุ้มม้วน ตำแหน่ง C พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี	27
ภาพที่ 2-24 ภาพใบหุ้มม้วน ตำแหน่ง C พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี	27
ภาพที่ 2-25 พระพุทธเจ้าหนึ่งพันองค์ ตำแหน่ง D พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี	28
ภาพที่ 2-26 พระพุทธเจ้าหนึ่งพันองค์ ตำแหน่ง D พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี	28
ภาพที่ 2-27 ภาพพระอรหันต์ห้าร้อยองค์ ตำแหน่ง E พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี	29
ภาพที่ 2-28 ภาพพระอรหันต์ห้าร้อยองค์ ตำแหน่ง E พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี	30
ภาพที่ 2-29 ภาพพระโพธิสัตว์บางส่วน ตำแหน่ง F พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี	31
ภาพที่ 2-30 ตัวละคร Sakuragi Hanamichi จากเรื่อง Slam Dunk	36
ภาพที่ 2-31 Orange Tiger	37
ภาพที่ 2-32 ตัวการ์ตูนของ Gru ในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง "Despicable Me"	37
ภาพที่ 2-33 ตัวการ์ตูนของ Gru ในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง "Despicable Me"	38
ภาพที่ 2-34 ชุนหงอคง และ ตี๋โป๊ยก่าย "Journey to the West"	38
ภาพที่ 2-35 Tom and Jerry	39
ภาพที่ 2-36 การเชื่อมโยงของอารมณ์และสี	40
ภาพที่ 2-37 กังฟูแพนด้า	41
ภาพที่ 2-38 กังฟูแพนด้า	41
ภาพที่ 2-39 จิตรกรรมฝาผนังตุนหวง (ขวา) และภาพที่ออกแบบขึ้นใหม่ (ซ้าย)	43
ภาพที่ 2-40 กระเป๋าใส่เหรียญจากจิตรกรรมฝาผนังตุนหวง	43
ภาพที่ 2-41 จิตรกรรมฝาผนังตุนหวง	44
ภาพที่ 2-42 จิตรกรรมฝาผนังตุนหวงและที่มาของการออกแบบภาพ	46
ภาพที่ 2-43 การ์ดจากจิตรกรรมฝาผนังตุนหวง	47

ภาพที่ 2-44 ภาพการวิเคราะห์การออกแบบ.....	48
ภาพที่ 2-45 ภาพการวิเคราะห์การออกแบบ.....	48
ภาพที่ 2-46 พระมัญชุศรีโพธิสัตว์กลายร่างเป็นเด็กสาวยากจน.....	49
ภาพที่ 2-47 ภาพการเสด็จของราชามังกร.....	49
ภาพที่ 2-48 เสื้อยืดที่มีแนวคิดทางวัฒนธรรม.....	50
ภาพที่ 2-49 แผนภาพการวิเคราะห์การออกแบบ.....	51
ภาพที่ 2-50 ผลงานภาพประกอบ "พบเจอไปซา".....	52
ภาพที่ 2-51 ชุดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน "พบเจอไปซา".....	53
ภาพที่ 2-52 ภาพเทพสวรรค์เสด็จปราบมาร.....	54
ภาพที่ 2-53 ชุนหงอคง ใน "Havoc in Heaven".....	55
ภาพที่ 2-54 ฉากภูเขาฮากั่ว ใน "Havoc in Heaven".....	55
ภาพที่ 2-55 การตกแต่งโรงแรม Lotte.....	56
ภาพที่ 2-56 การออกแบบชุดโปสเตอร์.....	57
ภาพที่ 2-57 สิ่งโตหิมะเที่ยววัด.....	57
ภาพที่ 2-58 แบบการพิมพ์.....	58
ภาพที่ 3-1 ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ตุนหวง – ผ้าพันคอไหมลายดอกมะม่วงหิมพานต์.....	62
ภาพที่ 3-2 สินค้าวัฒนธรรมสร้างสรรค์ตุนหวง - ผ้าพันคอไหม Fate of Miracles.....	63
ภาพที่ 3-3 สินค้าวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ตุนหวง – ผ้าพันคอไหม.....	63
ภาพที่ 3-4 ของที่ระลึกประทับตราวัดฝอกลง.....	64
ภาพที่ 3-5 สินค้าวัฒนธรรมสร้างสรรค์ Wutaishan.....	64
ภาพที่ 3-6 อัตราส่วนอายุของนักท่องเที่ยว.....	66
ภาพที่ 3-7 อัตราส่วนเพศของนักท่องเที่ยว.....	66
ภาพที่ 3-8 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว.....	67
ภาพที่ 3-9 รายได้นักท่องเที่ยวต่อเดือน.....	68

ภาพที่ 3-10	ความเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	68
ภาพที่ 3-11	ปัจจัยในการซื้อผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	69
ภาพที่ 3-12	คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	70
ภาพที่ 3-13	ปัจจัยที่คาดหวังในการออกแบบ.....	70
ภาพที่ 3-14	ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอทอง.....	71
ภาพที่ 3-15	รูปแบบที่คาดหวังของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	72
ภาพที่ 3-16	ข้อมูลสถาบันวิจัยMOB.....	73
ภาพที่ 3-17	ราคาที่คาดหวัง.....	74
ภาพที่ 3-18	ประเภทสินค้าที่คาดหวัง.....	74
ภาพที่ 4-1	องค์ประกอบที่อยู่ในภาพผลงาน.....	90
ภาพที่ 4-2	ผลงานชุดภาพสองมิติ.....	91
ภาพที่ 4-3	ผลงานชุดใบโพธิ์.....	92
ภาพที่ 4-4	ภาพการประเมินผลงานจากผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย ผศ.ดร.ภาณุ ตรีเวช , ดร.มียอง ซอ และ ศาสตราจารย์ ดร. jinmei.....	97
ภาพที่ 4-5	การสัมภาษณ์.....	98
ภาพที่ 4-6	การสัมภาษณ์.....	99
ภาพที่ 4-7	การสัมภาษณ์.....	100
ภาพที่ 4-8	ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด.....	100
ภาพที่ 4-9	รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด.....	101

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

มณฑลซานซีเป็นพื้นที่ที่มีวัดโบราณมากที่สุดในประเทศจีน วัดเหล่านี้มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างมาก โดยในปัจจุบันภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดที่เก่าแก่ที่สุดในมณฑลซานซีอยู่ที่วัดฝอวกวง ในกุเชาอู่ไถ เมืองซินโจว มณฑลซานซี ซึ่งกุเชาอู่ไถ เป็นหนึ่งในสี่ภูเขาทางพุทธศาสนาที่มีชื่อเสียงในประเทศจีน มีวัดพุทธหลายแห่งในกุเชาอู่ไถ และมีภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถเหล่านี้เป็นจำนวนมาก

วัดฝอวกวงมีประวัติศาสตร์อันยาวนานและความหมายแฝงทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้งและเป็นคลังสมบัติของอารยธรรมทางพุทธศาสนา วัดฝอวกวงสร้างขึ้นครั้งแรกในสมัยจักรพรรดิเสี่ยวเหวิน แห่งราชวงศ์เว่ยตอนเหนือ และได้รับการบูรณะซ่อมแซมหลายครั้งในสมัยราชวงศ์ถัง, หมิง และ ชิง สถาปัตยกรรม จิตรกรรมฝาผนัง โบราณวัตถุ และประติมากรรมในวัดมีคุณค่าทางศิลปะในระดับสูง โดยเฉพาะภาพจิตรกรรมฝาผนังซึ่งมีหลายภาพในวัด นอกจากนี้ วัดฝอวกวงไม่เพียงแต่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมคุ้มครองที่สำคัญในจีนเท่านั้น แต่ยังรวมอยู่ในรายการมรดกโลกทางวัฒนธรรมอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม จิตรกรรมฝาผนังในวัดฝอวกวงยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลายนัก เนื่องจากวัดฝอวกวงตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกลและมีการคมนาคมที่ไม่สะดวก การเดินทางจำเป็นต้องเหมารถบัสเพื่อไปยังวัด จำนวนนักท่องเที่ยวที่รับได้ในแต่ละวันก็ไม่มาก ในช่วงฤดูท่องเที่ยวตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงกรกฎาคม สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้วันละ 600-800 คน ส่วนในช่วงนอกฤดูท่องเที่ยวจำนวนผู้เข้าชมค่อนข้างน้อย แต่ในช่วงวันหยุดเทศกาลตรุษจีนปี 2023 มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้าชมทั้งหมด 6,980 คน เมื่อพบว่าเพิ่มขึ้น 271 % เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงก่อนการระบาดของโควิดในปี 2019 ที่มีจำนวนทั้งหมด 1,877 คน จึงอาจกล่าวได้ว่า น่าจะยังสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวที่วัดฝอวกวงได้อีกมาก



ภาพที่ 1-1 แผนที่ภูเขาอุ๋เถ่ ในมณฑลซานซี (chinawutaishan.cn)

วัดฝอกลงในประเทศจีนมีช่องทางการสื่อสารน้อยและไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก คนในท้องถิ่นไม่ให้ความสนใจกับภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลงที่เพียงพอ ขาดการสืบค้นเชิงลึกเกี่ยวกับภาพจิตรกรรมฝาผนังอย่างเป็นระบบ และแนวคิดของการคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมยังอ่อนแอ ในต่างประเทศยังมีการศึกษาเกี่ยวกับภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลงน้อยมาก หากมีการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ช่วยให้จิตรกรรมฝาผนังเป็นที่สนใจมากขึ้น ก็น่าจะช่วยให้วัดฝอกลงเป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้

ภาพจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังในวัดฝอกลง เคยได้รับการขนานนามว่าเป็นหนึ่งในสี่สิ่งมหัศจรรย์" โดย Liang Sicheng บิดาแห่งสถาปัตยกรรมจีนสมัยใหม่ แต่คุณค่าทางสุนทรียภาพและความสำคัญทางศิลปะของภาพจิตรกรรมฝาผนังในวัดฝอกลงยังไม่ได้รับการสำรวจอย่างเต็มที่ ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ในปัจจุบันของวัดฝอกลงมีปัญหามากมาย เช่น มีผลิตภัณฑ์แค่ประเภทเดียว ขาดสุนทรียภาพทางศิลปะ ความคิดสร้างสรรค์ไม่เพียงพอ และการพัฒนาไม่เพียงพอ ทั้งที่ภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลงมีคุณค่าทางศิลปะอย่างมาก สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ซึ่งไม่เพียงมีหน้าที่ส่งเสริมวัฒนธรรมภาพจิตรกรรมฝาผนังเท่านั้น แต่ยังมีความเป็นไปได้สูงที่จะแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของคนยุคใหม่

ดังนั้นผู้วิจัยจะทำการวิจัยเกี่ยวกับจิตรกรรมฝาผนังของพระโพธิสัตว์ในวัดฝอกลง สรุปลักษณะเฉพาะในจิตรกรรมฝาผนังมาเป็นข้อมูลอ้างอิงสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ งานออกแบบในโครงการนี้จะเป็นการผสมผสานภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ของวัดฝอกลงเข้ากับค่านิยมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์และการออกแบบภาพการ์ตูน เพื่อให้งานออกแบบเป็นสื่อกลางที่เชิญชวนเยาวชนรุ่นใหม่มารู้จักภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลงและเป็นการช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มาที่วัดฝอกลงได้มากขึ้นตามไปด้วย

คำถามการวิจัย

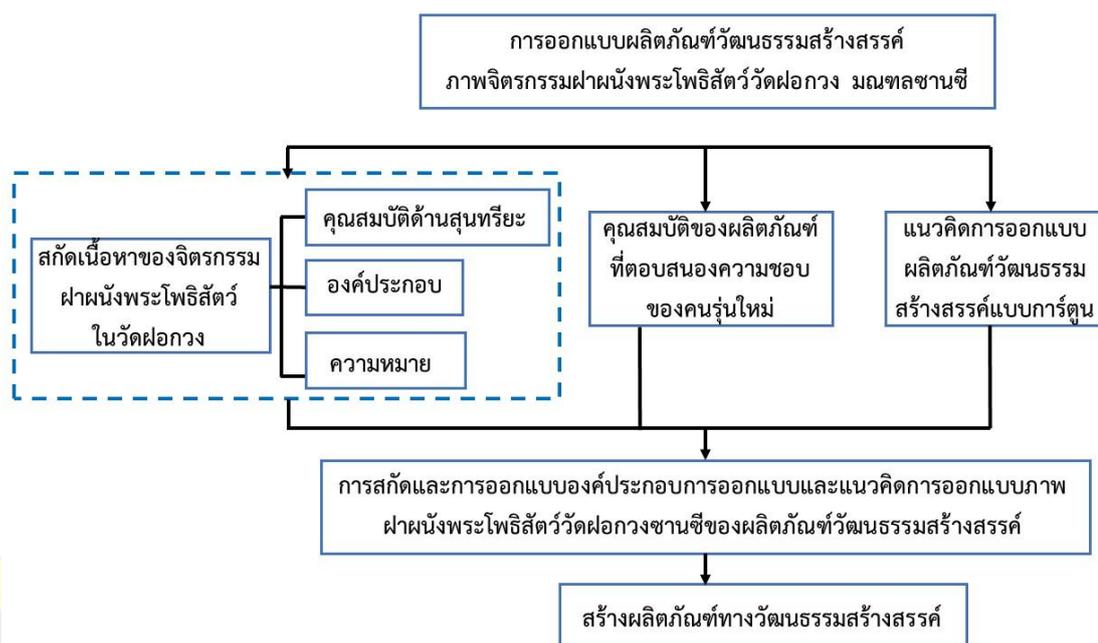
1. เกร็ดลักษณะของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง มณฑลซานซี มีลักษณะเฉพาะอย่างไร
2. ผลผลิตทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ใดที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนรุ่นใหม่ชาวจีนในปัจจุบัน (อายุ 18-25 ปี)
3. จะผสมผสานวิธีการออกแบบการดูเข้ากับภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดฟอกวง เพื่อออกแบบผลิตภัณฑวัฒนธรรมสร้างสรรค์วัดฟอกวงที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ลักษณะพระโพธิสัตว์ในจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง มณฑลซานซี
2. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ความสนใจในผลิตภัณฑวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของเยาวชนจีนอายุ 18-25 ปี
3. เพื่อสร้างสรรค์และประเมินผลการออกแบบภาพการ์ตูนและผลิตภัณฑวัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฟอกวง มณฑลซานซี

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ส่วนแรกของวิจัยจะศึกษาเนื้อหา ลักษณะทางศิลปะ และคุณค่าของภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฟอกวง ส่วนที่สองแนะนำแนวคิด ลักษณะ และกรณีศึกษางานออกแบบการ์ตูนที่ประสบความสำเร็จ ส่วนที่สามอธิบายแนวคิด เทคนิค หลักการ และประเภทของผลิตภัณฑทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ และดำเนินการวิจัยตลาด ส่วนที่สี่จะตั้งองค์ประกอบและโครงสร้างของภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ มาสร้างภาพการ์ตูนและผลิตภัณฑวัฒนธรรมสร้างสรรค์ขึ้นใหม่



ภาพที่ 1-2 แผนภาพกรอบแนวคิด (Fan Jiale, 2023)

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเนื้อหาและลักษณะความงามของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดผอกลง ผ่านการวิเคราะห์และวิจัยความงามเกี่ยวกับจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดผอกลง โดยคัดเลือกพระโพธิสัตว์หลายองค์มาร่วมคิดออกแบบการ์ตูนเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสุนทรีย์ภาพของคนรุ่นใหม่ผสมผสานภาพลักษณ์ที่ดีเพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

จำกัดพื้นที่การศึกษาเฉพาะภาพจิตรกรรมฝาผนังของพระโพธิสัตว์ในวัดผอกลง มณฑลซานซี ตั้งอยู่ในเขตอู่ไถ เมืองไต้วซุน มณฑลซานซี ภูเขาผอกลง (ที่เชิงตะวันตกของภูเขาหนานไถอู่ไถ)

3. ขอบเขตด้านเป้าหมายการวิจัย

ออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเยาวชนสมัยใหม่ (อายุ 18-25 ปี) เป็นหลัก

4. ขอบเขตด้านการสร้างสรรค์

ออกแบบภาพการ์ตูนที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์แบบ DIY รวมถึงชุดภาพวาด ชุดบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์อื่นๆ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ความรู้เรื่องลักษณะเฉพาะของภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฟอกวง
2. ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ตรงกับความต้องการของเยาวชนชาวจีนอายุระหว่าง 18-25 ปี
3. งานออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฟอกวง มณฑลซานซี

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การวิจัยเอกสาร

ศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ของวัดฟอกวง แนวคิดการออกแบบการ์ตูน หลักการออกแบบ และการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ จากเอกสาร 3 กลุ่ม ได้แก่

1.1. เอกสารเกี่ยวกับจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฟอกวง

ตารางที่ 1-1 ข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฟอกวง

หัวข้อ	ชื่อผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	แหล่งที่มา
แบบจำลองสถาปัตยกรรมจีนโบราณ - วัดฟอกวง	Hu Pingping Zhang Suping	2009	การประชุม แลกเปลี่ยนทาง วิชาการเทคโนโลยี การประยุกต์ใช้ วิศวกรรมการ ก่อสร้างสมัยใหม่
จิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังที่วัดฟอกวงแห่งภูเขาอู่ไถ	Ma Ting Kang Yu	2021	วรรณกรรมและ ศิลปะยอดนิยม
การตรวจสอบและการวิจัยหลายประเด็นของซากปรักหักพังและจิตรกรรมฝาผนังในอุโบสถตะวันออกของวัดฟอกวงในภูเขาอู่ไถ	Cui Yuanhe Luo Shiping	2019	สำนักพิมพ์ชั้นนำ
รายงานการวิจัยการสำรวจทาง	Cui Yuanhe	2011	สำนักพิมพ์มรดก

หัวข้อ	ชื่อผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	แหล่งที่มา
สถาปัตยกรรมของอุโบสถตะวันตกของวัดฟอกวง			วัฒนธรรม
ภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดเขาอู่ไถ่	Cui Yuanhe	2019	สำนักพิมพ์ซินจิน
เอกลักษณ์ภาพจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังที่วัดฟอกวง ในภูเขาอู่ไถ่	Hou Huiming	2012	หอจดหมายเหตุซานซี
ลักษณะทางสุนทรียะของจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังที่วัดฟอกวง เมืองอู่ไถ่ มณฑลซานซี	Wu Limin	2014	วารสารวิทยาลัยครูจินจง
การประยุกต์และวิจัยภาพจิตรกรรมฝาผนังสีเขียว ไปซา ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์	Zhu Lin	2020	CNKI

จากตารางข้างต้น จะได้ตำแหน่งของภาพจิตรกรรมฝาผนังในวัดฟอกวงรูปทรงของพระโพธิสัตว์และวิธีการออกแบบในการดึงรูปแบบ รูปทรง และสี ออกจากภาพจิตรกรรมฝาผนัง

1.2. เอกสารเกี่ยวกับการออกแบบการ์ตูน

ข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบการ์ตูน

หัวข้อ	ชื่อผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	แหล่งที่มา
การวิจัยการประยุกต์ใช้ศิลปะพลาสติกแบบดั้งเดิมของจีนในการออกแบบภาพการ์ตูน——ยกตัวอย่างการ์ตูนเรื่อง Havoc in Heaven	Li qi	2014	CNKI
การออกแบบและประยุกต์ใช้ภาพการ์ตูนในระบบการมองเห็นของสวนสนุก	Pan Mengjiao	2016	CNKI
การออกแบบภาพการ์ตูน	Gu jing	2013	สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยชิงหัว
การประยุกต์ใช้ภาพการ์ตูนแปลภาษาจีนในงานออกแบบกราฟิก	Fu Xintian	2019	CNKI

จากตารางข้างต้น สามารถทราบลักษณะทางศิลปะและหลักการออกแบบของการออกแบบภาพการ์ตูน ตลอดจนการแสดงออกทางศิลปะและรูปแบบสีของการออกแบบภาพการ์ตูนที่แตกต่างกัน ซึ่งจะเป็นการวางรากฐานที่มั่นคงสำหรับการศึกษาการออกแบบการ์ตูน

1.3 เอกสารเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

ตารางที่ 1-2 ข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

หัวข้อ	ชื่อผู้แต่ง	ปีที่พิมพ์	แหล่งที่มา
การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของ "จิตรกรรมฝาผนังวัดจาว" ในวัดต้าจาวเมืองโฮฮอต	Bai lu	2021	CNKI
การวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนภูเขาหุนไถ "ท่องเที่ยวหุนไถ"	Liu Hanyu	2020	CNKI

จากตารางข้างต้น จะได้กรณีศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์และข้อดีของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ในตลาดเพื่อเป็นพื้นฐานทางทฤษฎีสำหรับการวิจัยต่อไป

2. การสำรวจภาคสนาม

ทำการสำรวจภาคสนามเพื่อศึกษาภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฝอกลง บรรยากาศการท่องเที่ยวโดยรวม ลักษณะผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่จำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน และลักษณะผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่จำหน่ายอยู่ในพิพิธภัณฑ์อื่นที่ได้รับความนิยม สามารถแบ่งประเด็นการสำรวจเป็น 2 ประเด็น คือ

2.1. การสำรวจวัดฝอกลง

ด้วยการรวบรวมภาพถ่ายสภาพแวดล้อมโดยรอบของวัดฝอกลง และเนื้อหาและจำนวนของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในสมัยราชวงศ์ถัง, ราชวงศ์ซ่ง, ราชวงศ์หมิง และราชวงศ์ชิง ได้ทำการสำรวจเกี่ยวกับจำนวนผู้เยี่ยมชมวัดในแต่ละวัน ประเภทของผู้เข้าชม และการซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นพื้นฐานการออกแบบสำหรับการออกแบบวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์บนฝาผนังในภายหลัง

2.2 การสำรวจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่จำหน่ายในพิพิธภัณฑ์อื่น

จากการถ่ายภาพพิพิธภัณฑ์แห่งชาติและพิพิธภัณฑ์ชิงหัว ณ สถานที่จริง รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเภท ปริมาณการขาย ราคา และรูปภาพผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ในพิพิธภัณฑ์ทั้งสองแห่ง เพื่อทำความเข้าใจสถานะปัจจุบัน ปริมาณการซื้อขาย และ ความนิยมในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

3. การสำรวจด้วยแบบสอบถาม

ทำแบบสอบถามออนไลน์กับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย คือ เยาวชนจีน อายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 214 ชุด เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฝอกลงที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

แบ่งประเด็นการสำรวจได้ 2 ประเด็น คือ

3.1. มุมมองต่อผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์

กลุ่มเป้าหมาย: วัยรุ่นสมัยใหม่ (อายุ 18-25 ปี)

แนวคิดในการออกแบบ: เหมาะสมกับรายได้ของเยาวชนอายุ 18-25 ปี, ความชอบส่วนตัว พฤติกรรมการใช้ชีวิต, เหตุผลในการซื้อสินค้าวัฒนธรรมสร้างสรรค์, ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์, รูปแบบผลิตภัณฑ์และการเลือกวัสดุ, ความคาดหวังการใช้งานของผลิตภัณฑ์, ความสวยงาม, และประสิทธิภาพอื่นๆ

3.2. การวิจัยตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฝอกลง

กลุ่มเป้าหมาย: ผู้ที่สนใจวัดฝอกลง

แนวคิดในการออกแบบ: เกี่ยวกับรายได้ของผู้ที่ถูกสำรวจว่าพวกเขาเคยซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลงหรือไม่ และเหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ระดับความสนใจในจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลง พวกเขาจะเต็มใจซื้อหรือไม่ ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ของวัดฝอกลง รูปแบบของผลิตภัณฑ์และการเลือกใช้วัสดุและประสิทธิภาพ

4. การวิจัยสร้างสรรค์

วิเคราะห์องค์ประกอบที่มีลักษณะเฉพาะจากภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ แล้วนำมาร่างภาพชิ้นใหม่ โดยใช้หลักการออกแบบของการออกแบบการ์ตูนแล้วนำภาพการ์ตูนที่ได้ไปสร้างชุดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ จำนวน 3 ชุด

5. การสัมภาษณ์เชิงลึก

สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อประเมินผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ ตลอดจนความพึงพอใจที่มีต่องาน

ออกแบบ สรุปลงเป็นข้อมูลสำหรับนำไปพัฒนาต่อ ผู้ให้สัมภาษณ์ประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญ 4 ท่าน และเยาวชนอายุ 18-25 ปีที่สนใจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การใช้ผลิตภัณฑ์ ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน (ข้อบกพร่องและจุดที่ต้องปรับปรุง) ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับความต้องการของผู้คนที่มิต่อผลิตภัณฑ์ วิธีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และนำมาวิเคราะห์และสรุปข้อมูล

นิยามศัพท์เฉพาะ

จิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ : ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฝอกลง ในมณฑลชานซี ประกอบด้วยเรื่องราวของพระโพธิสัตว์ (สะกดว่า bodhisattva ในภาษาสันสกฤต) ได้แก่ การเทศนาของพระอมิตาภะในพระอุโบสถตะวันออกของวัดฝอกลง ภาพกษัตริย์พิชิตมาร ภาพพระพุทธรูปพันองค์ในสมัยราชวงศ์ซ่ง พระอรหันต์ห้าร้อยองค์ในอุโบสถพระมัญชุศรีโพธิสัตว์ในวัดฝอกลง, ภาพพระพุทธรูปพันองค์ รวมถึงสี เนื้อหา และลักษณะทางศิลปะของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์: ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งองค์ประกอบทางวัฒนธรรมดั้งเดิมและนวัตกรรมทางศิลปะผสมผสานกัน ผลิตภัณฑ์นี้ออกแบบมาสำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นอุปกรณ์ในสำนักงาน เป็นของตกแต่ง ของขวัญ หรือของที่ระลึกก็ได้

การออกแบบภาพการ์ตูน: ในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึงวิธีการออกแบบที่ดึงลักษณะบางอย่างมาจากต้นแบบแล้วปรับเปลี่ยนวิธีการแสดงออกให้เรียบง่าย น่าสนใจ สนุกสนาน มีความคิดสร้างสรรค์ อาจเป็นรูปแบบที่สมจริง หรือเกินจริง หรือเป็นนามธรรม

บทที่ 2

เอกสารที่เกี่ยวข้อง

ในบทนี้เป็นการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่อไปนี้

1. จิตรกรรมฝาผนังวัดฝอวง
2. การออกแบบภาพการ์ตูน
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์
4. กรณีศึกษางานออกแบบภาพจิตรกรรมฝาผนังพุทธศิลป์จีนในผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. สรุป

ภาพรวมของวัดฝอวง ในมณฑลซานซี

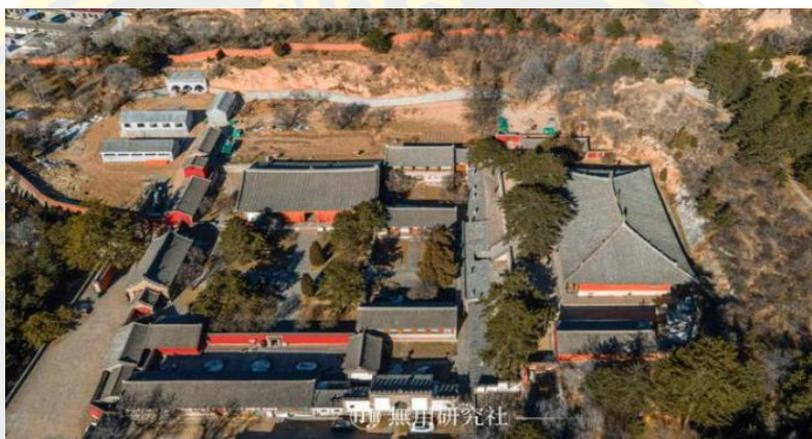
1. ความเป็นมาของวัดฝอวง

ภูเขาอู๋ไถในมณฑลซานซีเป็นหนึ่งในสี่ภูเขาทางพุทธศาสนาที่มีชื่อเสียงในจีน มีวัดโบราณจำนวนมากที่สุดในจีนและมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ภาพจิตรกรรมฝาผนังถ้ำตุนหวงในถ้ำที่ 61 ที่มีชื่อเสียงในประเทศจีนยังแสดงฉากของภูเขาแห่งนี้ด้วย (ภาพที่ 2-1) และในบรรดาวัดโบราณหลายแห่งในภูเขาอู๋ไถ วัดฝอวงเป็นหน่วยคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่แรกในจีน และในวัดยังมีภาพจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังอีกด้วย



ภาพที่ 2-1 ภาพวาดแบบดั้งเดิมของวัดฝอวง (Kangmin, L& Chen, W, 2022)

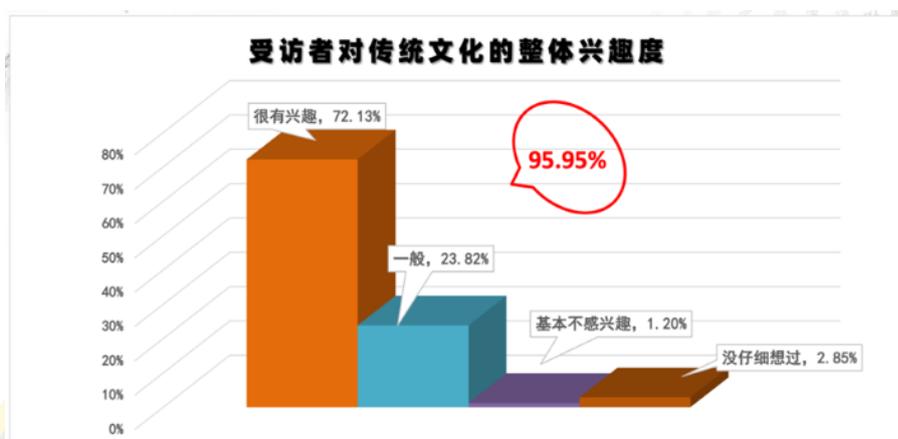
วัดฝอกลงสร้างขึ้นในสมัยราชวงศ์เว่ยเหนือ (ค.ศ.471-499) และสร้างขึ้นใหม่ในปี ค.ศ.857 ครอบคลุมพื้นที่ 34,000 ตารางเมตร มีตำนานเล่าว่า เมื่อจักรพรรดิเสี่ยวเหวินแห่งราชวงศ์เว่ยเหนือ เสด็จผ่านสถานที่แห่งนี้ รุ่งๆ ก็มีแสงรัศมีของพระพุทธเจ้าส่องไปทั่วทุกสารทิศซึ่งแสดงถึงความเป็นมงคล จักรพรรดิเสี่ยวเหวินจึงให้ผู้คนช่วยกันสร้างพระอุโบสถสามแห่งในสถานที่นี้ จึงเป็นที่มาของ วัดฝอกลง



ภาพที่ 2-2 ขนาดจริงของวัดฝอกลง (news.sohu.com)

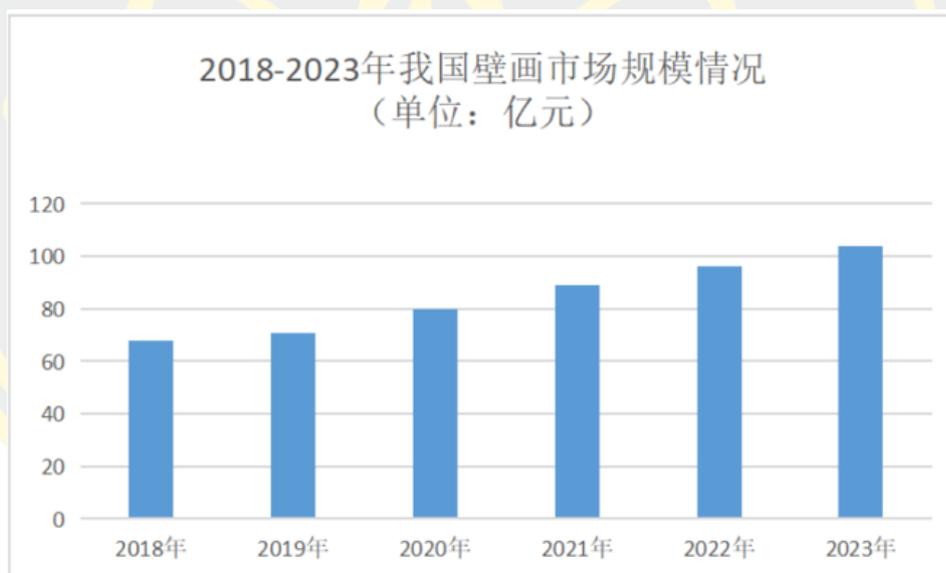
วัดฝอกลงได้รับการซ่อมแซมมานานับครั้งไม่ถ้วน ตั้งแต่สมัยฉางซิงของราชวงศ์ถัง อาจารย์ฟาซิง ได้สร้างศาลาเลียด้าในวัดฝอกลง จนถึง 845 ปีก่อนคริสตกาล อาคารทั้งหมดในวัดฝอกลงถูกทำลาย ต่อมาวัดฝอกลงถูกสร้างขึ้นใหม่ในปีที่ 26 ของสาธารณรัฐจีน ทั้งนี้Liang Sicheng, Lin Huiyin, Mo Zongjiang และ Ji Yutang สมาชิกทั้ง4คนของสถาบันสถาปัตยกรรมแห่งประเทศไทยได้พบจารึกบนคานซึ่งยืนยันว่าพระอุโบสถตะวันออกของวัดฝอกลงเป็นอาคารสมัยราชวงศ์ถัง ซึ่งลบล้าง คำกล่าวอ้างของนักวิชาการชาวญี่ปุ่นที่ว่าสถาปัตยกรรมจีนไม่มีโครงสร้างไม้ในราชวงศ์ถังและราชวงศ์ก่อนหน้านั้นอีกด้วย

จากข้อมูลของเว็บไซต์เฟิ่งหวง ในรายงานเกี่ยวกับการสืบทอดและการพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีนในปี 2022 (ภาพที่ 2-3) แสดงให้เห็นว่า 95.95% ของผู้ตอบแบบสอบถามเคยให้ความสนใจเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งสะท้อนถึงความสนใจและความใส่ใจต่อวัฒนธรรมดั้งเดิมที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ตลาดจิตรกรรมฝาผนังยังมีแนวโน้มเติบโตในอนาคต (ภาพที่ 2-4) โดยการแสวงหาศิลปะและวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะของผู้คนเปิดได้โอกาสและพื้นที่ใหม่ ๆ ในการพัฒนาตลาดจิตรกรรมฝาผนัง



ภาพที่ 2-3 การสืบทอดและการพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิมของจีนในปี 2022

(<https://i.ifeng.com/c/8NkTy7jHLul>)



ภาพที่ 2-4 ขนาดของตลาดจิตรกรรมฝาผนัง

(<https://www.chinabgao.com/freereport/92305.html>)

วัดฟอวกวงในมณฑลซานซีมีขีดจำกัดในการรับนักท่องเที่ยวต่อวันอยู่ที่ 1,500 คน ในช่วงฤดูท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันประมาณ 600-1,000 คน โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-60 ปี ในช่วงวันหยุดเทศกาลวันชาติจีนปี 2024 จำนวนผู้เข้าชมวัดฟอวกวงสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยมีจำนวนผู้เข้าชมรายวันสะสมถึง 2,739 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 29.72 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งถือเป็นสถิติสูงสุดในประวัติศาสตร์อีกด้วย (ภาพที่ 2-5)

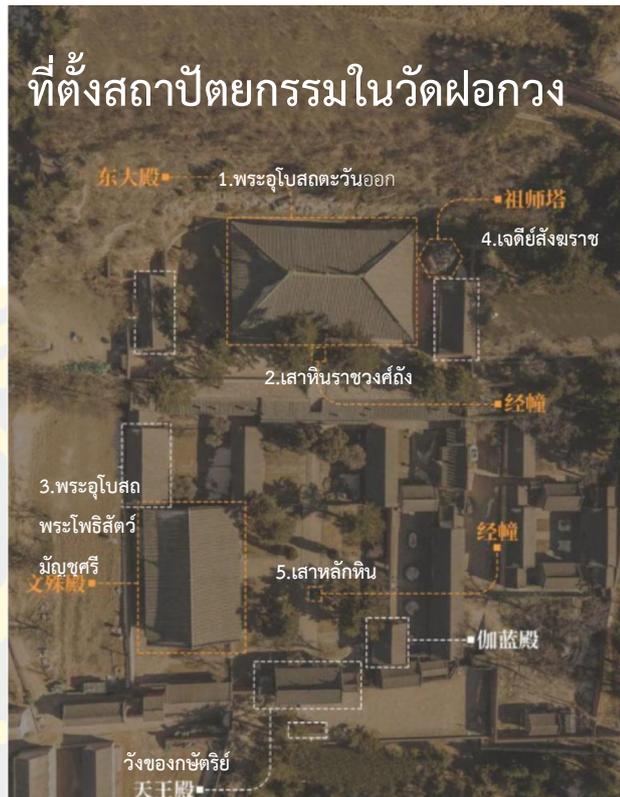


ภาพที่ 2-5 ภาพนักท่องเที่ยวในบริเวณวัดฟอกวง

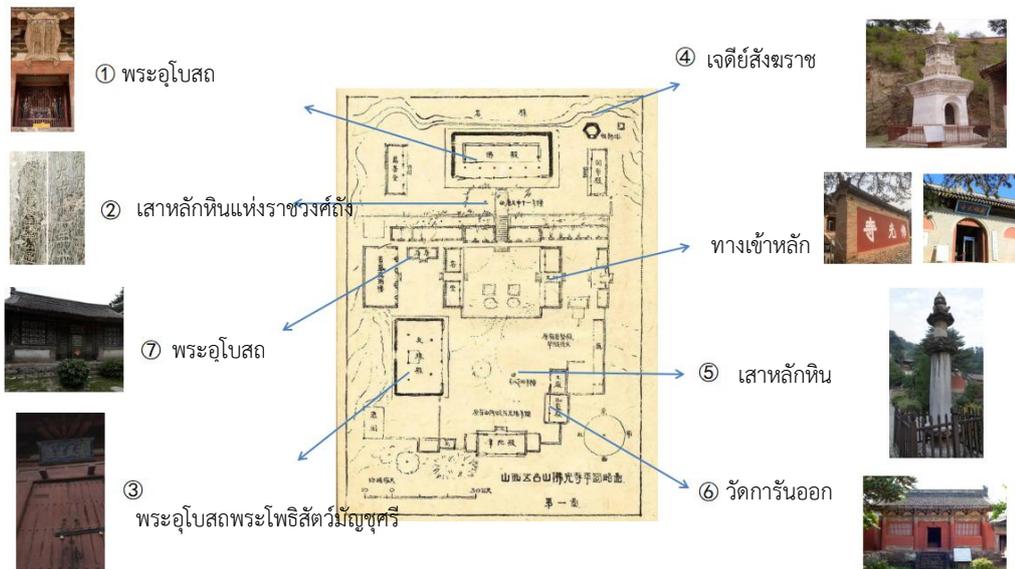
(baijihao.baidu.com/s?id=1812126201450066747&wfr=spider&for=pc)

2. ขนาดและแผนผังของวัดฟอกวง

วัดฟอกวงตั้งอยู่บนเนินเขาที่ล้อมรอบด้วยภูเขาสามด้านทางตะวันออกเฉียงใต้และทางเหนือของภูเขาอู่ไถในมณฑลซานซี มีอุโบสถทางทิศตะวันออกที่สร้างขึ้นในราชวงศ์ถัง อุโบสถพระมัญชุศรีสร้างขึ้นในราชวงศ์จิน และส่วนที่เหลือสร้างขึ้นในสมัยราชวงศ์หมิงและราชวงศ์ชิง แผนผังวัดฟอกวงจึงมีองค์ประกอบหลัก 5 ส่วน ได้แก่ 1) พระอุโบสถตะวันออก, 2) เสาหินราชวงศ์ถัง, 3) อุโบสถพระมัญชุศรี, 4) เจดีย์สังฆราช และ 5) เสาหลักหิน (ภาพที่ 2-6)



ภาพที่ 2-6 ที่ตั้งสถาปัตยกรรมต่างๆในวัดฝอวกง news.sohu.com



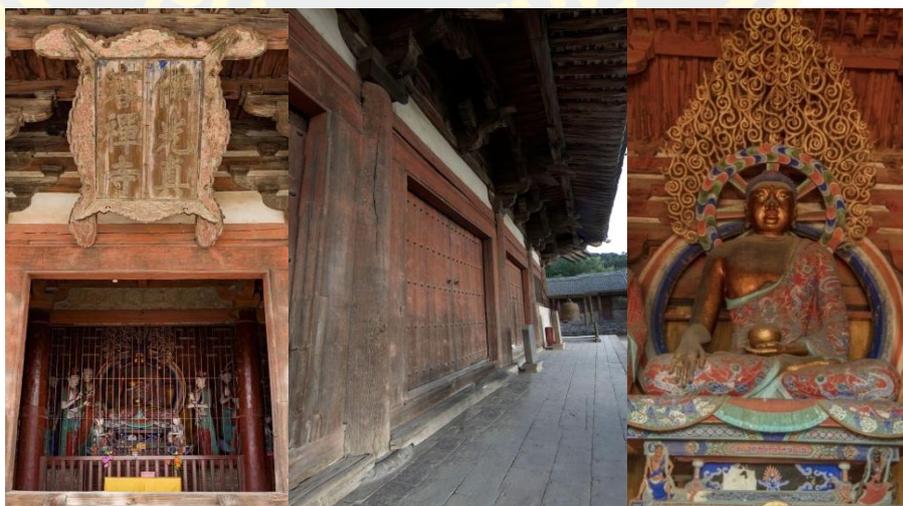
ภาพที่ 2-7 ที่ตั้งอาคารของวัดฝอวกง (Fan Jiale, 2023)

(1) พระอุโบสถตะวันออก

เป็นอาคารที่มีชื่อเสียงที่สุดของวัดฟอกวง ศูนย์กลางของพระอุโบสถตะวันออกคือแท่นบูชาที่ล้อมรอบด้วยพระพุทธรูป โทนสีโดยรวมของพระอุโบสถคือสีแดงขาว และสีชาวดำ สะท้อนถึงรูปแบบสถาปัตยกรรมสมัยราชวงศ์ถังที่เรียบง่ายและสง่างาม มีแท่นบูชาทางพุทธศาสนา 5 แห่งในโถง ส่วนใหญ่เป็นพระพุทธรูปในสมัยราชวงศ์ถัง พระประธานและพระโพธิสัตว์รูปร่างอวบอ้วน มีลายเส้นเรียบง่ายและมีจุดสีแดงบนหน้าผาก ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สำคัญของราชวงศ์ถัง (Pingping Hu & Suping Zhang, 2009, p. 67)



ภาพที่ 2-8 มุมมองสามมิติของพระอุโบสถทิศตะวันออก (news.sohu.com)



ภาพที่ 2-9 พระอุโบสถตะวันออก (Fan Jiale, 2023)

(2) เสาหินราชวงศ์ถัง

เสาหินเหล่านี้มีการบันทึกวันที่ในการก่อสร้างพระอุโบสถตะวันออกเอาไว้ มีเสาหินในวัดฝอวกง เสาหนึ่งตั้งอยู่ตรงกลางลาน สลักคำว่า "พระพุทธธารณีสูตร" ซึ่งเป็นเสาหินที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในราชวงศ์ถัง อีกเสาหนึ่งอยู่นอกพระอุโบสถตะวันออก สลักว่า "ธารณีมนตร์"



ภาพที่ 2-10 ภาพของเสาหลักหินแห่งราชวงศ์ถัง (news.sohu.com)



ภาพที่ 2-11 เสาหลักหิน (Fan Jiale, 2023)

(3) พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี

สร้างขึ้นในสมัยราชวงศ์จิ้น มีรูปปั้น 7 องค์ในพระอุโบสถ พระโพธิสัตว์มัญชุศรีซึ่งสิงโต อยู่ตรงกลางเป็นประติมากรรมดั้งเดิมของราชวงศ์จิ้น ส่วนที่เหลือเป็นภาพเขียนพระอรหันต์ห้าร้อย องค์ โครงสร้างสถาปัตยกรรมของพระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรีเป็นหนึ่งในผลงานไม้ชั้นเอกที่ใช้ วิธีการลอบเสาทีมีชื่อเสียงที่สุดของราชวงศ์จิ้น



ภาพที่ 2-11 มุมมองสามด้านของอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (news.sohu.com)



ภาพที่ 2-12 พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (Fan Jiale, 2023)

(4) เจดีย์สังฆราชในสมัยราชวงศ์เว่ยเหนือ

ตัวเจดีย์เป็นรูปหกเหลี่ยม และฐานของเจดีย์สร้างด้วยอิฐสีน้ำเงินหกชั้นลดหลั่นลงไป ในเจดีย์มีรูปปั้นของอู๋หมิงและฮุยหมิง สองปรมาจารย์แห่งพุทธศาสนานิกายเซน (ภาพที่ 2-13)



ภาพที่ 2-13 เจดีย์สังฆราช (news.sohu.com)



ภาพที่ 2-14 เจดีย์สังฆราช (Fan Jiale, 2023)

(5) เสาหลักหิน

มีเสาหลักหินสมัยราชวงศ์ถังแปดเหลี่ยมสองต้นในวัดฝอวกวง ต้นหนึ่งสูง 3.24 เมตรและแปดเหลี่ยมหน้าห้องพระอุโบสถตะวันออก สร้างขึ้นในปีที่11ของถังต้าจง (ค.ศ.857) เ칭มูม สร้างขึ้นในปีที่4ของเฉียนฝูแห่งราชวงศ์ถัง (ค.ศ.877) (Hu Pingping & Zhang Suping, 2009, p. 232)



ภาพที่ 2-15 เสาหลักหิน (Fan Jiale, 2023)

3. จิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฝอวกวง

พระพุทธศาสนาเข้าสู่ประเทศจีนในรัชสมัยจักรพรรดิหมิงแห่งราชวงศ์ฮั่น และเจริญรุ่งเรืองอย่างรวดเร็วด้วยการผสมผสานกับความเชื่อท้องถิ่น ประกอบกับความมั่นคงทางการเมืองและเศรษฐกิจของราชวงศ์ถัง ทำให้พระพุทธศาสนาพัฒนาถึงจุดสูงสุด หลักฐานทางประวัติศาสตร์ระบุว่ามียุทธมากกว่า 1,100 แห่ง ในสมัยราชวงศ์ถัง โดยวัดฝอวกวงซึ่งเป็นวัดที่มีชื่อเสียงได้รับอิทธิพลจากนิกายสุขาวดีและนิกายอวตังสกะ และส่งเสริมการสวดมนต์ภาวนา

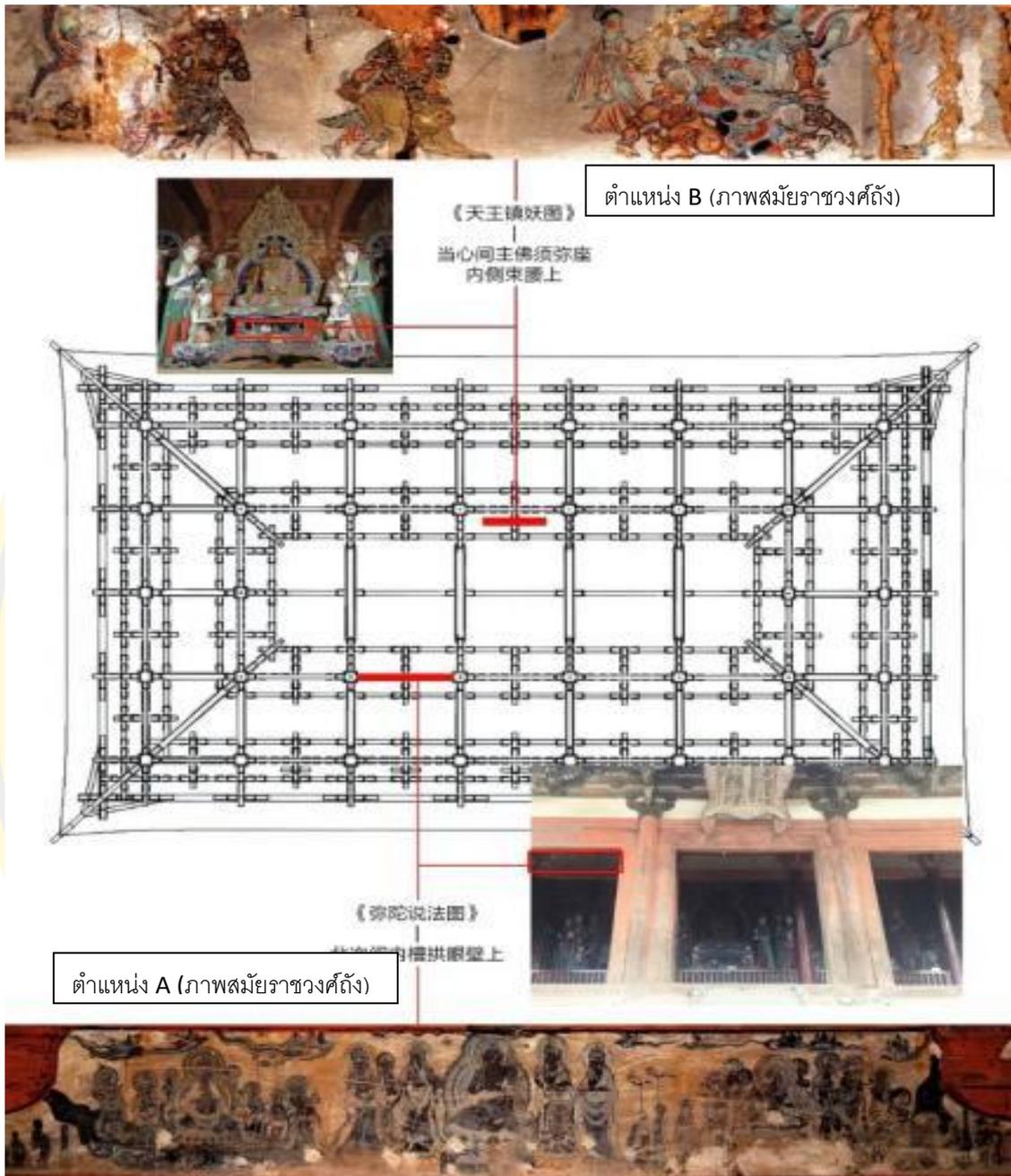
ภายในวัดฝอวกวงมีภาพจิตรกรรมฝาผนังจากหลายยุคสมัย ทั้งราชวงศ์ถัง ช่ง หมิง และชิง (ภาพที่ 2-7 และ 2-8) แต่ภาพที่ทรงคุณค่าที่สุดคือภาพสมัยราชวงศ์ถัง โดยเฉพาะภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถตะวันออกซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการศึกษาศิลปะการตกแต่งอาคารในยุคนี้ รวมถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมจีนโดยรวม

จิตรกรรมฝาผนังพุทธศาสนาในวัดแห่งนี้มีเอกลักษณ์ที่เข้าใจง่ายและสะท้อนความเป็นจริง ภาพจิตรกรรมในอุโบสถตะวันออกและด้านหลังพระประธานมีพื้นที่รวมกว่า 60 ตารางเมตร ส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวทางศาสนาที่มีพระพุทธเจ้าและพระโพธิสัตว์เป็นศูนย์กลาง หลังจากถูกทำลายในปี 845 ก่อนคริสตกาล และได้รับการบูรณะใหม่ในสมัยจักรพรรดิถังซว่นจง ภาพจิตรกรรมฝาผนังยังคงรักษา

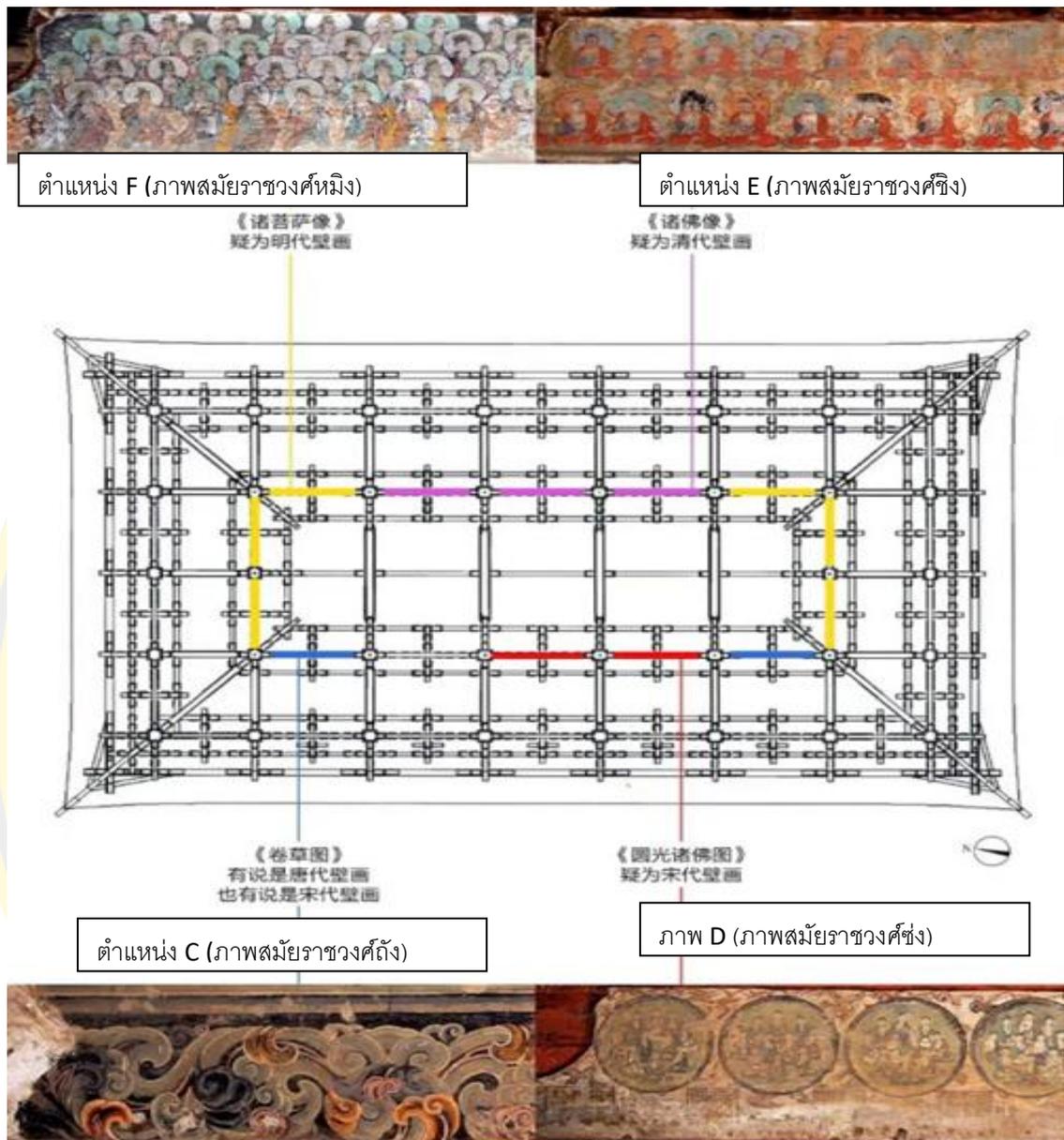
รูปแบบการวาดแบบดั้งเดิมไว้ พร้อมผสมผสานแนวคิดที่เปิดกว้างของราชวงศ์ถัง ทำให้จิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวางกลายเป็นตัวอย่างที่เก่าแก่ที่สุดของจิตรกรรมฝาผนังในวัดจีน และมีคุณค่าต่อการศึกษาศิลปะพุทธ (Hou Huiming, 2012, หน้า 37) ภาพที่มีชื่อเสียงที่สุดคือ "สามเซียนแห่งตะวันตก" หรือ "อมิตาภะ" ซึ่งสื่อถึงการผสมผสานภูมิปัญญาเซนเข้ากับชีวิตประจำวัน เพื่อเอาชนะอุปสรรคและค้นพบความสุขในปัจจุบันขณะ

ภาพจิตรกรรมพระโพธิสัตว์ในวัดฟอกวางมีคุณค่าทางศิลปะสูง ด้วยองค์ประกอบที่หลากหลาย เนื้อหาที่ลึกซึ้ง และสีสันทงาม ฉากมีความยิ่งใหญ่อลังการ ตัวละครหลักถูกจัดวางอย่างโดดเด่นและสมดุล การนำเสนอเรื่องราวทางศาสนาผ่านมุมมองของชีวิตจริงสะท้อนให้เห็นความเข้าใจเรื่องชีวิต อุดมคติ และความงามในยุคสมัยนั้น ทำให้จิตรกรรมฝาผนังพุทธศาสนาสมัยราชวงศ์ถังเป็นตัวอย่างที่สมบูรณ์ของการผสมผสานระหว่างศิลปะต่างชาติกับศิลปะทางโลก นอกจากคุณค่าทางศิลปะแล้ว ภาพเหล่านี้ยังให้ข้อมูลที่เข้าใจง่ายสำหรับการศึกษาพุทธศิลป์ราชวงศ์ถัง ขนบธรรมเนียมและประวัติศาสตร์มณฑลชานซี ภาพพระโพธิสัตว์บนผนังห้องโถงใหญ่นอกจากจะสร้างความงดงามแล้ว ยังมีคุณค่าต่อการศึกษาค้นคว้าอีกด้วย

การนำลักษณะเด่นของภาพจิตรกรรมพระโพธิสัตว์มาพัฒนาต่อยอด ทั้งในด้านเนื้อหาและการแต่งกาย เพื่อสร้างเอกลักษณ์ทางศิลปะใหม่ มีความสำคัญต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม การศึกษารูปแบบ โทนสี และการประยุกต์ใช้กับงานสร้างสรรค์ร่วมสมัย จะช่วยให้คนทั่วไปเข้าใจเสน่ห์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวาง และส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่นไปพร้อมกัน



ภาพที่ 2-16 ตำแหน่งภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถตะวันออก (Lu Zhou, 2011, p. 220)



ภาพที่ 2-17 ตำแหน่งภาพจิตรกรรมฝาผนังในพระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (Lu Zhou, 2011, p. 220)

3.1 จิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถัง (ค.ศ. 618 - ค.ศ. 908)

จากการศึกษาข้อมูล พบว่ามีจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังในวัดฟอกวงทั้งหมด 3 ตำแหน่ง ได้แก่ ตำแหน่ง A, B ในพระอุโบสถตะวันออก และตำแหน่ง C ในพระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี

ภาพในตำแหน่ง A เป็นภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ขนาด 3.15 ตร.ม. ความยาว 450 ซม. ความกว้าง 70 ซม. จากภาพเราสามารถเข้าใจภาพการบรรยายแบบคลาสสิกที่อธิบายด้วยรูปแบบหลักและรองที่ชัดเจนและเข้มข้น พระอมิตาภะพุทธะเป็นผู้นำของนิกายสุชาวดีและแดนสุชาวดีแห่งสวรรค์ พระองค์ทรงสถาปนาแดนสุชาวดีและสั่งสอนให้คนทั่วไปพ้นทุกข์ เป็นที่นับถือและส่งเสริมอย่างกว้างขวางโดยพุทธศาสนานิกายมหายาน พระอวโลกิเตศวรโพธิสัตว์เป็นบรืวารด้านซ้ายของพระอมิตาภะ จาก "เจิ้งฟาหัวจิง" ที่แปลโดย Zhu Fahu และสาวกของเขาในวัดฉางอัน ตุนหวง เป็นหนึ่งใน "สามนักบุญแห่งตะวันตก" และเป็นหนึ่งในสี่พระโพธิสัตว์ผู้ยิ่งใหญ่แห่งพุทธศาสนาของจีน พระโพธิสัตว์มหาธรรมปราบเป็นบรืวารเบื้องขวาของพระอมิตาภะพุทธเจ้า พระโพธิสัตว์มหาธรรมปราบสามารถส่องแสงสว่างแก่สรรพชีวิตในโลก เดินบนเส้นทางแห่งชีวิตได้อย่างราบรื่น เปลี่ยนเคราะห์ร้ายให้เป็นโชคดี และใช้สติปัญญาทั้งหมดเพื่อบรรลุสภาวะในอุดมคติ พระโพธิสัตว์เจ้าแม่กวนอิมถือแท่นดอกบัวทองคำและพระโพธิสัตว์มหาธรรมปราบพนมมือ

ภาพจิตรกรรมฝาผนังนี้วาดอยู่ในช่องตาของผนังด้านนอกระหว่างรางน้ำด้านทิศเหนือหน้าพระอุโบสถตะวันออก มาจากเรื่อง "ดินแดนบริสุทธ์แห่งตะวันตก" ที่ได้รับความนิยมในสมัยราชวงศ์ถัง ตรงกลางภาพเป็นภาพที่พระอมิตาภะพุทธเจ้ากำลังเทศนา ตรงกลางภาพคือพระอมิตาภะพุทธเจ้า ด้านขวาเป็นพระอวโลกิเตศวรโพธิสัตว์เป็นองค์กลาง ด้านซ้ายเป็นพระโพธิสัตว์มหาสมันตมะองค์กลาง คอยเฝ้าปรนนิบัติพระอมิตาภะพุทธเจ้า (Ma & Tang, 2021, p. 23) โดยรอบมีพระโพธิสัตว์และพระราชาบนสวรรค์มากมายห้อมล้อมฟังธรรม สวมมงกุฎดอกไม้ พนมมือ หรือทำดวงตรามงคล มีความแตกต่างในการแสดงภาพระหว่างพระอมิตาภะพุทธเจ้าและพระโพธิสัตว์ แสงรัศมีของพระอมิตาภะพุทธะมีโครงร่างเป็นเส้นและระลอกคลื่นเหมือนลายน้ำใช้พู่กันละเอียดแบบดั้งเดิมและวิลิ้งลงสีหนักเพื่อเติมสี ส่วนรัศมีของพระโพธิสัตว์ไม่ขีดเส้นให้ชัดเจน

พระพุทธรูปทางภาคเหนือแต่งกายด้วยชุดพระภิกษุ ภาคใต้ ข้าราชการแต่งกายธรรมดา ด้านซ้ายล่างมีข้าราชการและบรืวาร 2 คน สวมหมวกคลุมศีรษะแบบข้าราชการเท้าแบนและจิวรคอกกลม มีบรืวาร 2 คน มุมขวาล่างมีพระสงฆ์ 3 รูป นุ่งโจงกระเบนรูปหนึ่ง ถือโคมดอกบัวเดินไปข้างหน้า ตัวละครทั้ง 6 นี้ น่าจะเป็นผู้สนับสนุนที่ปรารถนาจะไปเกิดใหม่ในแดนบริสุทธ์ตะวันตก ฉោงงต้าवादบนผนังวัดในสมัยราชวงศ์สุย และภาพวาดอมิตาภะก็ได้รับความนิยมในประเทศจีน (Ma & Tang, 2021, p. 23)



ภาพที่ 2-18 ภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ตำแหน่ง A พระอุโบสถตะวันตก (Fan Jiale, 2023)



ภาพที่ 2-19 ภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ตำแหน่ง A พระอุโบสถตะวันตก (view.inews.qq.com)



《阿弥陀经》局部
 阿弥陀佛为中心
 阿弥陀佛身披袈裟，袒胸露腹趺坐于仰莲佛坛上
 主尊阿弥陀佛背对五莲
 盛饰菩萨头戴花冠，项佩璎珞，身姿优雅，飘带自胸前垂下，或捧物，或合十，或作吉祥印
 佛坛前绘青山庐一尊
 两侧画手持莲花，呈半跏式的供养菩萨各一



ภาพที่ 2-20 ภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ตำแหน่ง A พระอุโบสถตะวันตก (Yuanhe, 2011, p. 67)



ภาพที่ 2-21 ภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ตำแหน่ง A พระอุโบสถตะวันตก (Cui Yuanhe,2019)

ภาพในตำแหน่ง B เป็นภาพปิศาจและผู้พิทักษ์แห่งสวรรค์ศิชาเหมิน (Bishamon Heaven's Fallen Demon Guardian Dharma) ขนาด 0.24 ตารางเมตร ความยาว 100 ซม. และความกว้าง 35 ซม. ตั้งอยู่หลังพระที่นั่งสุเมรุของพระพุทธเจ้าศากยมุนีในพระอุโบสถตะวันตก มีกลุ่มตัวละครที่มีลักษณะมีชีวิตชีวา กลุ่มหนึ่งเป็นภาพของศิชาเหมินปราบภูตผี ศิชาเหมินถือดาบ สวมชุดเกราะและสวมหมวกเกราะ โดยมีภูตผีปีศาจสองตัวคอยนำทาง ศิชาเหมินมีดวงตาที่ดูร้ายและรูปร่างกำยำ สวมกระโปรงยาวสีแดงพร้อมกับใบหน้าที่มีคิ้วขมวดตาโต อารมณ์ท่าทางตื่นตระหนก ภาพกลางเป็นภาพเจ้าหน้าที่สวรรค์จับลิง เจ้าหน้าที่สวรรค์สวมผ้าโพกหน้าตาลน สวมชุดหนังเสือถือเชือกด้วยมือซ้ายและจับสัตว์ประหลาดด้วยมือขวา มีท่าทางดูร้าย สัตว์ประหลาดวางมือลงบนพื้น มีโหนกแก้มสูงและตั้งจมูกที่กว้างและตรง มีพลังอันยิ่งใหญ่ ดวงตาสองคู่จับจ้องไปที่ลิงตัวมึนด้วยสายตาจับจ้อง คิ้วขมวด เบิกตากว้าง และอ้าปากค้าง อีกด้านหนึ่งของภาพคือสัตว์ประหลาดรูปร่างคล้ายมังกรดูร้ายที่มีกรงเล็บแหลมคมและสัตว์ประหลาดฟันยาวอยู่ข้างหน้า สัตว์ประหลาดครึ่งคนครึ่งปีศาจ รูปแบบการวาดภาพของจิตรกรรมฝาผนังนี้ใกล้เคียงกับของ Wu Daozi จิตรกรชาวพุทธที่มีชื่อเสียงในสมัยราชวงศ์ถัง ลายเส้นพู่กันเรียบลื่น และรายละเอียดของเสื้อผ้าปลิวว่อน โทนสีที่เรียบง่ายและสว่างงาม ภาพเน้นการวาดเส้นและโครงร่างด้วยสีที่เรียบง่ายและสว่างสดใส ขนาดภาพไม่ใหญ่แต่มีทั้งรูปแบบและจิตวิญญาณ คาค่าเป็นส่วนที่เหลือของ "Song Zi เทียนหวังตู" ซึ่งนาย Liang Sicheng นัก

ประวัติศาสตร์สถาปัตยกรรมชื่อดังของจีนกล่าวว่าภาพจิตรกรรมฝาผนังที่นี่เป็น "ภาพจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังที่มีอยู่จริงเพียงแห่งเดียวในฉ่านทงประเทศจีน" (Ma Ting Kang Yu , 2021)



ภาพที่ 2-22 ภาพปีศาจและผู้พิทักษ์แห่งสวรรค์ศิลาเหมิน ตำแหน่ง B พระอุโบสถตะวันตก (Cui Yuanhe,2019)

ภาพในตำแหน่ง C เป็นภาพใบหญ้าม้วน (Curly Grass) ขนาด 0.12 ตร.ม. ความยาว 60 ซม. ความกว้าง 20 ซม. อยู่ที่ผนังด้านนอกระหว่างปลายทั้งสองด้านของพระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี ลายพู่กันของภาพวาดนี้มีความนุ่มนวล ละเอียดอ่อน และมีความคล่องตัว สีใบหลักคือสีเขียว ใบขนาดเล็กมีสีฟ้า แซมด้วยสีเหลืองดินบางๆ รูปแบบ ลักษณะสี และสไตล์ของภาพมีความคล้ายคลึงกับม้วนหนังสือในราชวงศ์ถัง ในกรอบของ "เพชรพระสูตร" ในถ้ำโมเกาที่122 ในฉ่านทง และรูปแบบม้วนในกรอบของ "รูปภูเขาคู่อู่ไถ" ในถ้ำที่61 ในช่วงปลายราชวงศ์ถังและ 5 ราชวงศ์ วาดโดยชาวราชวงศ์ถัง



ภาพที่ 2-23 ภาพใบหุ้มม้วน ตำแหน่ง C พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (Fan Jiale, 2023)



ภาพที่ 2-24 ภาพใบหุ้มม้วน ตำแหน่ง C พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (Cui Yuanhe, 2019)

3.2 จิตรกรรมฝาผนังในสมัยราชวงศ์ซ่ง (ค.ศ.960-1279)

จากการศึกษาข้อมูล พบว่ามีจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ซ่งในวัดฝอกลง 1 ภาพ อยู่ในตำแหน่ง D ที่พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี

ตำแหน่ง D เป็นภาพพระพุทธเจ้าหนึ่งพันองค์ (Thousand Buddhas) ขนาดพื้นที่ 4.12 ตร.ม. ยาวรวม 430 ซม. กว้าง 67 ซม. ภายในผนังซุ้มด้านนอกของรางน้ำด้านหน้าและห้องที่ 2 ของโถงทิศตะวันออก แต่ละภาพเขียนดวงไฟกลม 8 ดวง และเขียนพระสงฆ์ 10 องค์ในแต่ละดวง สีหลักคือ สีเขียว ที่ด้านล่างขวาของไฟกลมแต่ละดวงเขียนชื่อพระพุทธรูป พระพุทธรูปทุกองค์ล้วนสวมชุดคอบัว ประทับนั่ง แต่ละองค์มีรายละเอียดไม่ซ้ำกัน ด้านขวาของจิตรกรรมฝาผนังทั้งสองมีจารึกเขียนด้วยหมึก แต่ลายมือส่วนใหญ่อ่านยาก

เมื่อวิเคราะห์จากภาพความละเอียดสูงที่ถ่ายมาใหม่ในปี ค.ศ. 2013 พบว่าสีหลักของ "พระพุทธเจ้าหนึ่งพันองค์" คือสีเขียว ซึ่งควรเป็นภาพวาดสมัยราชวงศ์ซ่ง (อายุของภาพยังเป็นที่ถกเถียง) และเห็นได้ชัดว่าหนึ่งในนั้นใช้พู่กันจ้านเซ่อ ซึ่งเป็นผลงานการประดิษฐ์ตัวอักษรและภาพวาดของปลายราชวงศ์ถังและต้นราชวงศ์ซ่งซึ่งมีลักษณะที่ชัดเจน (Cui Yuanhe & Luo Shiping, 2019, p.39)



ภาพที่ 2-25 พระพุทธเจ้าหนึ่งพันองค์ ตำแหน่ง D พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (แผนที่จิตรกรรม
ฝาผนังวัดเขาอุ้งไถ่, 2019)



ภาพที่ 2-26 พระพุทธเจ้าหนึ่งพันองค์ ตำแหน่ง D พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (Fan Jiale,
2023)

3.3 จิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ซิง (ค.ศ.1368-1644)

จากการศึกษาข้อมูล พบว่ามีจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ซิงในวัดฝอกลง 1 ภาพ อยู่ในตำแหน่ง E ที่พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี

ภาพในตำแหน่ง E เป็นภาพพระอรหันต์ห้าร้อยองค์ (Gohyaku Rakan) มีขนาดประมาณ 100 ตร.ม. พระอรหันต์ในภาพสูง 2 เมตร จัดเป็น 2 ชั้น ชั้นล่างนั่งบนหิน ชั้นบน ยืนอยู่ด้านหลัง ชั้นล่าง ภาพจิตรกรรมฝาผนังวางมีหลากหลายเรียงเรื่องราวอย่างเป็นธรรมชาติ เมื่อพิจารณาจากสไตล์เสื้อผ้าและภาพวาดแล้ว เห็นได้ชัดว่าเป็นรูปแบบของจินหยวน เครื่องประดับและรูปแบบเสื้อผ้าของตัวละครในภาพมีความละเอียดอ่อนมาก และแขนเสื้อที่พริ้วไหว การจัดองค์ประกอบภาพนั้นเรียบง่าย พระพุทธรูปแต่ละองค์มีกลีบบัว กลีบบัวส่วนใหญ่จะเป็นสีขาว เหลืองแดงพระพุทธรูปแต่ละองค์มีรูปทรงที่แตกต่างกัน มีความสมบูรณ์มากขึ้น และโทนสีโดยรวมก็สว่างสดใส เน้นไปที่การแสดงถึงความสงบสุข

6



ภาพที่ 2-27 ภาพพระอรหันต์ห้าร้อยองค์ ตำแหน่ง E พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (Fan Jiale, 2023)



ภาพที่ 2-28 ภาพพระอรหันต์ห้าร้อยองค์ ตำแหน่ง E พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (หนังสือแผนที่
จิตรกรรมฝาผนังวัดเขาอุไถ, 2019)

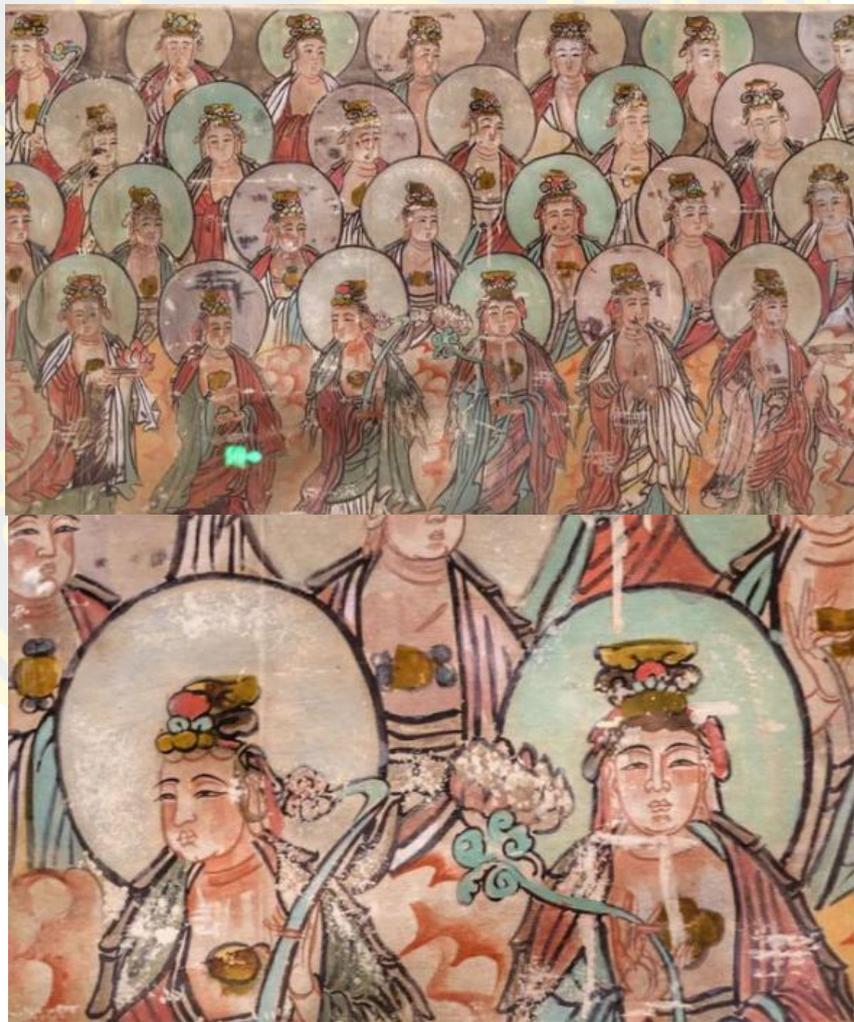
3.4 จิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์หมิง "ภาพพระโพธิสัตว์"

จากการศึกษาข้อมูล พบว่ามีจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์หมิงในวัดฟอกวง 1 ภาพ อยู่ในตำแหน่ง F ที่พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี

ภาพในตำแหน่ง F เป็นภาพพระโพธิสัตว์ มีทั้งหมด 6 ชั้น วาดอยู่ในซุ้มประตูด้านนอกของร่องด้านหน้าและด้านหลัง มีซุ้มประตูด้านนอก 78 ซุ้ม ทิศใต้ 74 ซุ้ม ทิศเหนือ 58 ซุ้ม ด้านนอก 50 ซุ้ม จิตรกรรมฝาผนังด้านหลังรางน้ำชำระรดรดโทรมจนไม่สามารถเห็นเนื้อหาของภาพได้ชัดเจน พระโพธิสัตว์ในภาพล้วนมีรูปร่างอวบอ้วน ร่างกายท่อนบนสวมเสื้อคลุมขนาดใหญ่ มีผ้าพันรอบตัว ท่อนล่างสวมกระโปรงขนาดใหญ่ ยืนในท่าดอกบัวหรือทำยืน พระโพธิสัตว์ส่วนใหญ่สวมมงกุฎดอกไม้ ฉลองพระองค์ยาว ประดับบำไพล่ ผ้าแพรแถบ โดยทั้งสองด้านจะมีริบบิ้นรูปทรงต่างๆ เนื่องจากวัสดุทำมาจากตะกั่ว พระพักตร์และผิวหนังของพระโพธิสัตว์บางองค์จึงเปลี่ยนเป็นสีเหลืองหรือสีน้ำเงิน รูปร่างโดยรวมและการพรรณนาบางส่วนของพระพุทธรูปมักจะจัดวางเป็นรูปแบบชัดเจน(Cui Yuanhe, Luo Shiping, 2019,p.39)

พระโพธิสัตว์ที่วาดในสมัยราชวงศ์ถังมักจะมีเสี้ยวตัวสั้นที่ลำตัวท่อนบน ส่วนท่อนล่างนุ่งกางเกงขาสั้นและกระโปรงซึ่งหาดูได้ยาก แต่พระโพธิสัตว์เหล่านี้ล้วนแต่สวมเสื้อแขนกระบอกใหญ่

กระโปรงยาวคลุมดิน หรือการนุ่งโจงกระเบนก็เป็นหนึ่งในนั้น ในบรรดาพระโพธิสัตว์ที่อยู่แถวกลางของรูปพระโพธิสัตว์เหล่านี้ ส่วนใหญ่จะทาด้วยสีแดงและสีเหลือง มีเมฆมงคลขนาดใหญ่ซึ่งค่อนข้างเป็นที่นิยมในจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์หมิง มีให้เห็นบ่อย ๆ แต่ไม่เคยพบเห็นในภาพเขียนของพระโพธิสัตว์ในสมัยราชวงศ์ถัง ประการที่สอง พระโพธิสัตว์เหล่านี้มีความคล้ายคลึงกับพระโพธิสัตว์ที่วาดโดยเจ้าหญิงฟานซีและภาพวาดผืนน้ำและผืนดินของวิหารต้าซ่ง โดยไม่คำนึงถึงรูปลักษณะและรูปร่างสวมผ้าโพกศีรษะ และปกคลุมด้วยเมฆมงคล จากทั้งสามภาพนี้สามารถสันนิษฐานว่า "ภาพพระโพธิสัตว์" นี้ น่าจะเป็นภาพแห่งราชวงศ์หมิง (Cui Yuanhe, Luo Shiping, 2019,p.39)



ภาพที่ 2-29 ภาพพระโพธิสัตว์บางส่วน ตำแหน่ง F พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (163.com)



ภาพที่ 2-17 พระโพธิสัตว์ ตำแหน่ง F พระอุโบสถพระโพธิสัตว์มัญชุศรี (แผนที่จิตรกรรมฝาผนังวัดเขา
อู่ไถ, 2019)

4. ลักษณะองค์ประกอบศิลป์ของจิตรกรรมฝาผนัง

จิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในด้านการจัดองค์ประกอบและการ
ลงสี โดยภาพรวมจะใช้สีเขียวเป็นหลักและลายเส้นที่เรียบและสง่างาม วัดฝอกลงมีภาพจิตรกรรมฝา
ผนังรูปแบบต่างๆ ในสมัยราชวงศ์ถัง, ช่ง, หมิง และ ชิง ภาพจิตรกรรมฝาผนังในวัดผสมผสาน
วัฒนธรรมทางศาสนาแบบดั้งเดิมกับวัฒนธรรมภูมิภาคของซานซี รูปแบบของภาพมีความหลากหลาย
และให้ความรู้สึกสดใส

4.1 เค้าโครงรูปภาพ

มีฉากที่ยิ่งใหญ่และองค์ประกอบที่โดดเด่น มีพระพุทธเจ้า พระโพธิสัตว์ และตัวละคร
อื่น ๆ มากมายในจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลง ไม่ใช่รูปแบบการเล่าเรื่องตามลำดับเหตุการณ์ แต่ใช้
วิธีแบบเปอร์สเปคทีฟ โดยใช้ในการผสมผสานระหว่างการมองจากมุมสูงและมุมมองที่กระจัดกระจาย
เพื่อวางพระพุทธรูปหลายๆองค์ไว้ตรงกลางรูปภาพ พระโพธิสัตว์ยืนเคียงข้างกัน ทำให้รูปภาพมี
ความรู้สึกมีที่ว่างมากขึ้น จากมุมมองโดยรวม รูปภาพดังกล่าวไม่เพียงเน้นตัวละครหลัก แต่จะแสดง
ความสัมพันธ์ระหว่างระยะใกล้และไกลโดยรวมเป็นธรรมชาติและกลมกลืน พระโพธิสัตว์ทุกองค์
รวมอยู่ในภาพเดียวกันซึ่งทำให้ภาพรวมทั้งหมดคล้องตัวมาก จากมุมมองโดยรวมการแสดงออกและ

อิริยาบถของพระจะแตกต่างกัน บางองค์กำลังก้มศีรษะครุ่นคิดและบางองค์มองไกล ซึ่งทำให้ภาพ น่าสนใจและช่วยเพิ่มปฏิสัมพันธ์ระหว่างพระสงฆ์กับพระสงฆ์ ทำให้โครงสร้างของภาพมีความหนาแน่นและมีลำดับชั้น

4.2 เทคนิคการวาดภาพ

เส้นเรียบและมีเส้นที่เฉพาะตัว ภาพจิตรกรรมฝาผนังของพระโพธิสัตว์ในวัดฝอวงเน้น ที่การใช้หมึกจีนวาดรูปตัวละคร ลายเส้นแข็งแรงและเรียบเนียน ตัวละครส่วนใหญ่เป็นฆราวาส เทคนิคการวาดภาพฝาผนังส่วนใหญ่ใช้การวาดเส้นรอยยับของเสื้อผ้าและลายเส้นทางกระรอก(หัว หนาปลายบาง) เส้นในแต่ละภาพมีความหนา ความโค้ง และความตรงแตกต่างกันไป ภาพวาด พระพุทธเจ้าทั้งหมดมีท่าทางเคร่งขรึมและใจดี เสื้อผ้าของพระโพธิสัตว์พริ้วไหว ลายเส้นการวาด เทวดานั้นสง่างาม และมีเส้นที่ความพลิ้วไหวของเสื้อผ้า

4.3 การเลือกใช้สี

ลงสีแบบเน้นสีเขียว-ฟ้าครามตามแบบฉบับ “ลงสีหน้าบางของหมึก” สีของภาพ จิตรกรรมฝาผนังส่วนใหญ่เป็นโทนสีฟ้าคราม และใช้สีเหลืองเอิร์ธโทนเพื่ออธิบายภาพเหล่านี้ ผลลัพธ์ ของภาพมีสีสันสดใส หลังจากผ่านไปหลายพันปี สีทั้งหมดได้เปลี่ยนสภาพกลายเป็นสีน้ำเงินเหล็ก ยกเว้นสีเหลืองสดและสีเทอร์ควอยซ์ ซึ่งเป็นแบบดั้งเดิมและเรียบง่ายกว่า นอกจากการใช้เส้นสีดำ เพื่อแยกแยะโครงสร้างของร่างกายมนุษย์แล้ว ยังเน้นความสำคัญของมันด้วย ความลึกของการแรเงา สีเพื่อเพิ่มมิติของเส้นและเพิ่มความเคลื่อนไหวให้กับพระพุทธรูป พระโพธิสัตว์ และเทวดานางฟ้าเมื่อ มาชุมนุมกัน ฉากที่กลมกลืนกับสภาพอากาศที่สดใสและรูปแบบที่สมบูรณ์แบบ (Mating & Kangyu, 2021, p. 24)

การออกแบบการ์ตูน

1. แนวคิดการออกแบบการ์ตูน

แนวคิดการ์ตูน

การ์ตูนมีสองทฤษฎีที่แตกต่างกันเกี่ยวกับนิรุกติศาสตร์ของคำ: หนึ่งมาจากภาษาฝรั่งเศส "carton" และอีกทฤษฎีหนึ่งมาจากคำว่า "cartone" ของอิตาลี (อ้างอิงจาก Baidu.com) การ์ตูน เกิดขึ้นครั้งแรกในยุโรปภาพวาดสไตล์การ์ตูนปรากฏในเนเธอร์แลนด์ในศตวรรษที่สิบเจ็ด และในปี ค.ศ.1842 จอห์น ริช จิตรกรชื่อดังชาวอังกฤษ ตั้งชื่อภาพว่า "Clumsy" เป็น "การ์ตูน" เป็นครั้งแรก ด้วยอารมณ์ขันแดกดัน และการ์ตูนเรื่องนี้ก็ปรากฏตัวขึ้น ในตอนท้ายของศตวรรษที่ 19 การพิมพ์สี ปรากฏขึ้น ในศตวรรษที่ 20 การ์ตูนเริ่มแพร่หลายไปทั่วโลก และวัฒนธรรมการ์ตูนของประเทศต่าง ๆ ก็พัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ โดยผสมผสานการออกแบบการ์ตูนเข้ากับศิลปะร่วมสมัย.

แนวคิดการออกแบบการ์ตูน

การออกแบบการ์ตูนคือการนำเสนอผลงานทางศิลปะที่ตลกขบขันและมีไหวพริบผ่านการพูดเกินจริง การเปลี่ยนรูป อุปลักษณ์ สัญลักษณ์ และเทคนิคอื่นๆ การแสดงออกทางการออกแบบการ์ตูนใช้เทคนิคการ์ตูนในการออกแบบสร้างสรรค์ แยกและปรับแต่งองค์ประกอบต่างๆ ซึ่งต่างจากในชีวิตจริง และเพิ่มเทคนิคที่เกินจริง ความสมจริง หรือน่าสนใจเพื่อแสดงเนื้อหาและความหมายของต้นแบบด้วยเทคนิคทางศิลปะ ตัวการ์ตูนที่ค่อนข้างเป็นที่รู้จัก เช่น มิกกี้เมาส์และโดนัลด์ดั๊ก จาก American Disney Company และ ราชาวานรขุนหรงคอง จากประเทศจีน ได้กลายเป็นตัวละครที่ไม่เหมือนใครซึ่งเป็นที่รู้จักของคนทุกวัย



ภาพที่ 2-18 มิกกี้เมาส์และโดนัลด์ดั๊ก

(baijiahao.baidu.com/s?id=1765368554666826253&wfr=spider&for=pc)



ภาพที่ 2-19 ราชาวานรขุนหรงคอง (Baidu.com)

2. ลักษณะทางศิลปะของการออกแบบการ์ตูน

ลักษณะทางศิลปะของการออกแบบการ์ตูนการออกแบบการ์ตูนคือ: เรียบง่าย น่าสนใจ สร้างสรรค์ และมีความดึงดูดทางศิลปะอย่างมาก รูปแบบการนำเสนอของการออกแบบการ์ตูนเป็นการแสดงออกที่เข้าใจได้ง่ายที่สุดสำหรับผู้ชม การออกแบบภาพการ์ตูนสามารถสื่อถึงลักษณะบุคลิกภาพของตัวละครและความหมายแฝงทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย

2.1 คุณสมบัติที่เรียบง่าย

เอิร์บ ไชมอน ผู้ชนะรางวัลโนเบลสาขาเศรษฐศาสตร์ เคยกล่าวไว้ว่า "ด้วยการพัฒนาของยุคข้อมูล สิ่งที่มีค่าไม่ใช่ข้อมูล แต่เป็นความสนใจของคุณ" ความชอบและความต้องการ ข้อมูลเหล่านี้ต้องชัดเจนเพื่อให้เข้าใจง่าย และองค์ประกอบการออกแบบการ์ตูน ใช้ในการถ่ายทอดเนื้อหาข้อมูล พุดคุยทั่วไป ผสานรวมและปรับแต่งสิ่งต่าง ๆ และเข้าใจลักษณะสำคัญของภาพการ์ตูน ผู้คนต่างหวังว่าวิธีนี้จะเป็นวิธีที่จะได้ข้อมูลอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะทำให้การออกแบบข้อมูลง่ายขึ้น ช่วยให้ผู้ชมจับข้อมูลที่ต้องการได้อย่างรวดเร็ว ปรับปรุงผลลัพธ์ภาพโดยรวม และเข้าใจลักษณะภายนอกของสิ่งต่างๆ

2.2 คุณสมบัติที่น่าสนใจ

ความน่ารักและความสนุกสนานของตัวการ์ตูนเองเป็นที่ชื่นชอบของสาธารณชน และความสนุกของภาพการ์ตูนจากภายในสู่ภายนอกนั้นมาจากการบิดเบี้ยวของรูปลักษณะตัวการ์ตูนทำให้เกิดรูปทรงการ์ตูนที่ตลกขบขัน เมื่อเทียบกับความแข็งแกร่งของลวดลายแบบดั้งเดิมนั้น องค์ประกอบการ์ตูนจะทำให้ผู้ชมรู้สึกมีความสุขและเป็นที่รัก ผู้ชมยังให้ความสนใจอย่างมากกับภาพการออกแบบการ์ตูนที่เต็มไปด้วยความเป็นเด็ก ซึ่งผู้บริโภคจะยอมรับได้ดีกว่าและดึงดูดใจผู้บริโภคได้มากพอสมควร

2.3 คุณสมบัติที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ใหม่

ความคิดสร้างสรรค์ใหม่ทางศิลปะที่แต่งเติมชีวิตชีวาด้วยองค์ประกอบการออกแบบการ์ตูน ซึ่งเป็นศิลปะแนวใหม่ที่สร้างขึ้นโดยการสรุปและปรับแต่งสิ่งของหรือองค์ประกอบที่มีอยู่จริงในด้านการออกแบบมีความสร้างสรรค์มากกว่าองค์ประกอบและวิธีการออกแบบอื่น ๆ ทำให้สิ่งต่าง ๆ มีความหมายใหม่ ๆ การสร้างองค์ประกอบที่แปลกใหม่และโดดเด่น ทำให้ผลงานมีความเป็นไปได้มากขึ้นรวมถึงอุดมคติความบันเทิงถ่ายทอดอารมณ์เร็วกว่าผลงานที่หลากหลาย รูปแบบที่มีลักษณะแตกต่างกันตามยุคสมัย (Qi, 2016, p. 23)

3. รูปแบบการออกแบบการ์ตูน

3.1 ความสมจริงและการเปลี่ยนรูป

การออกแบบองค์ประกอบการ์ตูนที่เหมือนจริงควรผสมผสานกับของจริง ทำตามสัดส่วนและโครงสร้างของสิ่งที่มีวัตถุประสงค์ และกระชับอย่างมีเหตุผลและสรุปสิ่งที่มีวัตถุประสงค์โดยทั่วไปบนพื้นฐานของต้นแบบ

ของสิ่งต่างๆ แทนที่จะคัดลอกสิ่งต่างๆ เพียงอย่างเดียว ตามหลักการของโลกแห่งความจริงและพื้นฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ผู้คนเห็นในชีวิตจริง แต่จะชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การรวมสไตล์และการออกแบบประกอบในแอนิเมชันญี่ปุ่นเรื่อง "Slam Dunk" ตัวละคร Sakuragi Hanamichi (ภาพที่ 2-30) รูปร่างโดยพื้นฐานแล้วเหมือนกับความจริง รูปภาพไม่เปลี่ยนแปลง แต่รูปแบบการออกแบบเปลี่ยนไป (Li Qi, 2016, p. 23)



ภาพที่ 2-30 ตัวละคร Sakuragi Hanamichi จากเรื่อง Slam Dunk (163.com)

การลดรูปทรงที่มักใช้ในการออกแบบการ์ตูนนั้นต้องอาศัยการเลือกอย่างมีเหตุผลและความคิดเชิงรับรู้ของผู้สร้าง ที่สำคัญมากต้องใช้ความรู้สึกลงในการออกแบบของผู้สร้างซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการกำหนดงานออกแบบ ผู้สร้างไม่เพียงแต่รวมแนวคิดส่วนตัวของเขาเข้ากับผลงานเท่านั้น แต่ยังเคารพภาพต้นฉบับของต้นแบบและเพิ่มความน่าสนใจอีกด้วย ตัวอย่างเช่น ภาพเสื้อส้มในงาน "Orange Tiger" (ภาพที่ 2-31) รูปร่างไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงและมีการปรับสัดส่วนเพื่อให้ภาพเสื้ออ้วนท้วมน่ารัก



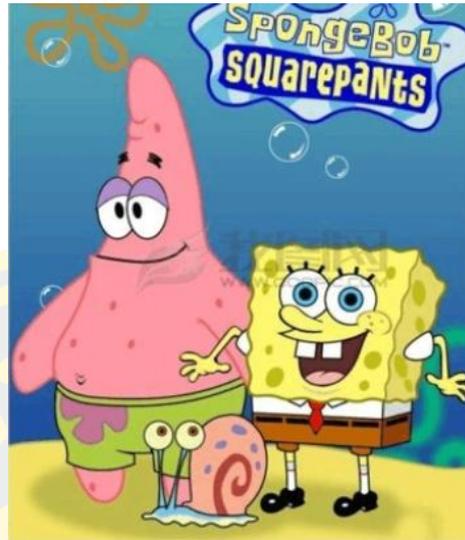
ภาพที่ 2-31 Orange Tiger (baidu.com)

3.2 รูปแบบการออกแบบที่เป็นนามธรรมและเกินจริง

ลักษณะพิเศษของการเน้นให้เกินจริง คือการเปลี่ยนรูปร่างดั้งเดิมของสิ่งต่าง ๆ หรือเปลี่ยนปริมาตร รูปร่างของสิ่งต่าง ๆ บนพื้นฐานของวัตถุดั้งเดิม หลักการออกแบบเพื่อเน้นให้เกินจริงสามารถสร้างรูปร่างสิ่งต่าง ๆ เน้นจุดเด่นที่น่าสนใจและน่ารัก ทำให้งานเต็มไปด้วยความสนุกสนาน เช่น ตัวการ์ตูนของ Gru ในภาพยนตร์แอนิเมชันสัญชาติอเมริกันเรื่อง "Despicable Me" (ภาพที่ 2-32) มีจมูกที่แหลมคมและลำตัวส่วนบนที่กลม ทำให้มีรูปร่างที่เกินจริงและแปลกใหม่ ส่วนตัวการ์ตูนในการ์ตูนเรื่อง SpongeBob SquarePants ใช้รูปร่างที่เกินจริงเพื่อแสดงลักษณะเฉพาะของตัวละคร (ภาพที่ 2-33)



ภาพที่ 2-32 ตัวการ์ตูนของ Gru ในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง "Despicable Me" (baidu.com)



ภาพที่ 2-33 ตัวการ์ตูนของ Gru ในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่อง "Despicable Me" (baidu.com)

การออกแบบนามธรรมเป็นไปตามหลักการพื้นฐานของศิลปะ ในการออกแบบ ศิลปินควรใช้ศิลปะสุนทรีย์และความรู้ด้านศิลปะอย่างเข้มข้นในการออกแบบและสร้างสรรค์และใช้จินตนาการอันล้นเหลือในการออกแบบงานออกแบบที่โดดเด่น การออกแบบมีลักษณะที่เกินจริงและน่าสนใจ ดังนั้น ที่มีรูปทรงน่าสนใจ สดใส นำความรู้สึกสุนทรีย์ที่แตกต่างมาสู่ผู้พบเห็น ในงาน "Journey to the West" ของ Serious Jocker ได้สรุปการสร้างโมเดลตัวละครเป็นรูปทรงเรขาคณิต ซึ่งถือเป็นลักษณะเฉพาะของตัวละครแต่ละตัว (ภาพที่ 2-34)



ภาพที่ 2-34 ชุนหงอคง และ ตี๋โป๊ยก่าย "Journey to the West"(Baidu.com)

3.3 รูปแบบการเลียนแบบมนุษย์

การเลียนแบบมนุษย์ซึ่งเป็นหนึ่งในวิธีการที่สำคัญในการออกแบบการ์ตูนคือการทำให้ตัวละครมีรูปร่าง อารมณ์ และพฤติกรรมของมนุษย์ เพื่อให้สิ่งต่าง ๆ มีพฤติกรรมแสดงออกได้ เช่นเดียวกับกับมนุษย์ ภาพของงานมีชีวิตชีวาและน่าสนใจ ซึ่งเพิ่มประโยชน์การออกแบบ องค์ประกอบการ์ตูนให้มากที่สุด ภาพการ์ตูนเลียนแบบมนุษย์มีแนวโน้มที่จะสะท้อนอารมณ์จากรูปลักษณะภายนอกหรืออารมณ์ภายใน เช่น แมวทอมและหนูเจอร์รี่ ใน "Tom and Jerry" (ภาพที่ 2-35) เป็นภาพสัตว์ในแอนิเมชันที่มีความคิดและนิสัยคล้ายคน ทำให้ตัวละครน่าสนใจและสดใสยิ่งขึ้น (Li Qi, 2016, p. 23)



ภาพที่ 2-35 Tom and Jerry (<https://doc.xuehai.net/b100b505619f543ac83869216.html>)

4. หลักการออกแบบการ์ตูน

ภาพการ์ตูนช่วยให้ผู้บริโภครู้จักใจหลักการสำคัญของการออกแบบสำหรับการออกแบบการ์ตูน การปรากฏตัวของภาพการ์ตูนช่วยให้ผู้บริโภครู้จักปฏิบัติสัมพันธ์กับแบรนด์ได้ง่ายขึ้นและส่งเสริมอิทธิพลของแบรนด์ ผู้บริโภครู้จักใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับการ์ตูน เมื่อออกแบบภาพการ์ตูน เราไม่เพียงต้องใส่ใจกับการผสมผสานแนวคิดของแบรนด์เท่านั้น แต่ยังต้องปฏิบัติตามหลักการด้านสุนทรียะของการออกแบบ และเข้าใจถึงแนวสุนทรียะของผู้บริโภคและแนวโน้มการพัฒนาของกระแสสังคม (Pan Mengjiao, 2016, p. 48)

4.1 ประเภทการออกแบบภาพการ์ตูน

การออกแบบภาพการ์ตูนมีหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม โดยได้แรงบันดาลใจมาจากสิ่งมีชีวิตและสิ่งของในชีวิตจริง หลังจากปรับแต่งองค์ประกอบและสรุปรูปแบบแล้ว สามารถแบ่งการออกแบบได้เป็น 2 ประเภทหลัก:คือ 1) ตัวละคร

การ์ตูนที่มาจากคน จะมีการแสดงออกทางสีหน้าและท่าทางที่หลากหลาย เปิดโอกาสให้ใช้จินตนาการ ได้กว้างขวาง สร้างความน่าสนใจในการนำเสนอ และ 2) ตัวละครการ์ตูนที่มาจากสัตว์และพืช จะสามารถดัดแปลงลักษณะทั่วไปให้มีความเป็นนามธรรมมากขึ้น สอดแทรกอารมณ์และความรู้สึกแบบ มนุษย์ และใช้รูปร่างและสีที่แตกต่างกันเพื่อสร้างเอกลักษณ์ได้

4.2 การแสดงออกทางศิลปะของภาพการ์ตูน

การแสดงออกทางศิลปะแบบแรกที่เราพบมากในการ์ตูน คือ การใช้สี สีมืดทึบต่อการรับรู้และอารมณ์ของมนุษย์อย่างลึกซึ้ง ดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้สีในร้านอาหารและร้านกาแฟ ร้านอาหารมักใช้สีสดและสีโทนร้อนเพื่อกระตุ้นความอยากอาหาร ในขณะที่ร้านกาแฟเลือกใช้สีเทา และสีทึบเพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลาย ส่งผลให้ลูกค้าใช้เวลาในร้านนานขึ้นและรู้สึกสบายใจ



ภาพที่ 2-36 การเชื่อมโยงของอารมณ์และสี (sohu.com)

การออกแบบการ์ตูนต้องผสมผสานเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และคุณค่าทางวัฒนธรรม เข้าด้วยกัน โดยถ่ายทอดผ่านสัญลักษณ์ทางภาพที่เข้าใจง่าย การออกแบบตัวละครการ์ตูน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบสำคัญ คือ รูปลักษณ์ พฤติกรรม และท่าทาง โดยต้องดัดแปลงจาก ต้นแบบในธรรมชาติ ปรับขนาดและสัดส่วนให้มีความสนุกสนานน่าสนใจ จากผลตอบรับของผู้บริโภค พบว่า การออกแบบในลักษณะนี้สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 2-37 กังฟูแพนด้า

(<https://baijiahao.baidu.com/s?id=1793059506947034289&wfr=spider&for=p>)

การออกแบบการ์ตูนต้องการรูปแบบที่แตกต่างกันเพื่อสะท้อนอารมณ์หรือบุคลิกภาพเฉพาะของการออกแบบ การกระทำต่าง ๆ เสริมสร้างการแสดงออกทางสายตาของภาพการ์ตูนและสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงออกมีความหลากหลายมากขึ้น



ภาพที่ 2-38 กังฟูแพนด้า (baidu.com)

การสร้างงานออกแบบการ์ตูนควรเข้าใจถึงคุณลักษณะของสุนทรียภาพสาธารณะ ความสนใจ และความชื่นชมของสาธารณชนต่อภาพเหล่านี้เป็นตัวกำหนดคุณภาพความสำเร็จของการออกแบบการ์ตูน เมื่อติดตามสุนทรียศาสตร์ของสาธารณชน เราควรชี้แนะแนวทางสุนทรียะของสาธารณชนให้ทันเวลา

5. ความสำคัญของการออกแบบภาพการ์ตูน

ภาพการ์ตูนสามารถสร้างความบันเทิงและความสนุกสนานในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ โดยผสมผสานศิลปะจากภาพจิตรกรรมฝาผนังและความหมายแฝงได้อย่างลงตัว ทำให้ผู้ซื้อได้สัมผัสคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบเหล่านี้นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ต่อยอดเพิ่มมูลค่าทางการค้า พัฒนาเศรษฐกิจ และส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ในการออกแบบกราฟิกด้วยภาพการ์ตูน สิ่งสำคัญที่สุดคือการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อแสดงถึงความเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การใช้ภาษาศิลปะการ์ตูนต้องคำนึงถึงความเหมาะสมกับบริบทและวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย ปัจจุบัน วัฒนธรรมการ์ตูนได้กลายเป็นศิลปะที่เข้าใจได้ทั่วโลก ทำให้การออกแบบกราฟิกด้วยภาพการ์ตูนเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการเผยแพร่วัฒนธรรมสู่สากล

ผลิตภัณฑ์การ์ตูนไม่เพียงสืบทอดความหมายทางวัฒนธรรม แต่ยังสร้างประสบการณ์และความเพลิดเพลินให้ผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังสามารถต่อยอดเป็นสินค้าหลากหลายรูปแบบ ตั้งแตงานกราฟิกไปจนถึงเสื้อผ้า เพื่อเพิ่มความนิยมและมูลค่าทางเศรษฐกิจ (Fu Xintian, 2019, p. 2)

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

1. ความหมายของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์หมายถึงผลิตภัณฑ์นวัตกรรมทางวัฒนธรรม วัฒนธรรม ณ ที่นี้รวมถึงลักษณะทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศและภูมิภาค และนวัตกรรมคือการสร้างเนื้อหาทางวัฒนธรรมดั้งเดิมขึ้นมาใหม่ ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ควรมีลักษณะสามประการ คือ ประกอบด้วยความหมายแฝง สุนทรียภาพ และประโยชน์ใช้สอย การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จะช่วยให้วัฒนธรรมสามารถเผยแพร่ผ่านผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้คนเข้าใจวัฒนธรรมได้ดีขึ้น

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์คือการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่บอกเล่าถึงวัฒนธรรม โดยนำเสนอเนื้อหาของวัฒนธรรมผ่านองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ รูปร่าง ของผลิตภัณฑ์ การใช้งาน ประสิทธิภาพของผู้ใช้ การแสดงลักษณะสัญลักษณ์โดยนัย ลักษณะสีและลักษณะทางศิลปะของวัฒนธรรม ลักษณะเด่นและความหมายแฝงทางวัฒนธรรม การนำความหมายแฝงทางจิตวิญญาณ และลักษณะทางวัฒนธรรมมาใช้ในการออกแบบเพื่อให้เกิดการรับรู้ทางวัฒนธรรม เป็นต้น

2. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

2.1 มีองค์ประกอบทางวัฒนธรรม

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมควรมีความหมายแฝงหรือองค์ประกอบที่มาจากวัฒนธรรม ซึ่งไม่เพียงจำกัดเฉพาะผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังเน้นที่ประสบการณ์ของผู้ใช้ด้วย การสร้างสรรค์ทาง

วัฒนธรรมจำเป็นต้องผสมผสานขนบธรรมเนียมและประเพณีท้องถิ่นเข้าด้วยกันกับวิถีชีวิตสมัยใหม่ เพื่อออกแบบรูปลักษณ์ภายนอกให้สามารถสะท้อนคุณค่าทางศิลปะและวัฒนธรรมได้อย่างมีเอกลักษณ์



ภาพที่ 2-39 จิตรกรรมฝาผนังตุนหวง (ขวา) และภาพที่ออกแบบขึ้นใหม่ (ซ้าย) (baidu.com)

2.2 สะท้อนลักษณะของแต่ละช่วงเวลา

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ควรอ้างอิงบริบทของแต่ละภูมิภาค สะท้อนประวัติศาสตร์ รูปแบบเศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา และวัฒนธรรมอื่นๆ ของกลุ่มสังคมและชาติพันธุ์ ในแต่ละพื้นที่ และประกอบด้วยศิลปะประจำชาติและศาสนา ตลอดจนเอกลักษณ์เฉพาะของภูมิภาค เนื้อหาทางวัฒนธรรม และความหมายแฝงทางศิลปะของเวลา



ภาพที่ 2-40 กระเป๋าใส่เหรียญจากจิตรกรรมฝาผนังตุนหวง (baidu.com)

2.3 นวัตกรรมทางศิลปะ

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่เป็นคุณลักษณะของการใช้งานจริงเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์รวมของคุณค่าทางวัฒนธรรมอีกด้วย ศิลปะนวัตกรรมสะท้อนให้เห็นในลักษณะของการสร้างแบบจำลองผลิตภัณฑ์ รวมถึงรูปร่างภายนอกของผลิตภัณฑ์ การใช้สี การเลือกใช้วัสดุ ฯลฯ รูปแบบการออกแบบของผลิตภัณฑ์จะมีสองรูปแบบที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง คือ แบบนามธรรมและแบบรูปธรรม และทั้งสองรูปแบบควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณลักษณะทางสุนทรียะของความงามที่เป็นทางการ (ภาพที่ 2-41) (Mengjiao, 2016, p. 48)



ภาพที่ 2-41 จิตรกรรมฝาผนังตุนหวง (baidu.com)

3. หลักการของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์คือ ผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และผลิตภัณฑ์ โดยได้รับการออกแบบด้วยองค์ประกอบที่มีลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม และสื่อถึงคุณค่าทางศิลปะที่มีอยู่ในเนื้อหาทางวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์มีคุณลักษณะที่โดดเด่น 3 ประการ ได้แก่ มีความหมายทางวัฒนธรรม มีความคิดสร้างสรรค์ และมีการออกแบบการใช้งานให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตปัจจุบัน

3.1 มีความหมายทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นสาระสำคัญทางวัฒนธรรมของภูมิภาค และเป็นการส่งเสริมการพัฒนาในแม่น้ำสายยาวแห่งประวัติศาสตร์ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้เข้าใจประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ดีขึ้น และเพิ่มการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ต้องอิงตามวัฒนธรรมบางอย่าง มิฉะนั้นจะสูญเสียพลังทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ และไม่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมแฝง(Mengjiao, 2016, p. 48)

3.2 มีความคิดสร้างสรรค์

การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ต้องเคารพองค์ประกอบทางวัฒนธรรม และในขณะเดียวกันก็ให้ความสนใจกับความคิดสร้างสรรค์ของวัฒนธรรม การออกแบบและสร้าง รูปทรง รูปแบบ ฯลฯ ที่มีอยู่ใหม่ เพื่อตอบสนองความเข้าใจของผู้ชมเกี่ยวกับวัฒนธรรมและความ คาดหวังต่อรูปแบบนวัตกรรม ในกระบวนการออกแบบต้องคำนึงถึงความต้องการด้านสุนทรียะของ ผู้บริโภคซึ่งต้องการการแสวงหาและต้องใช้ศิลปะมากขึ้นเพื่อดึงดูดผู้บริโภค วิธีการออกแบบต่าง ๆ ถูก นำมาใช้เพื่อแสดงลักษณะและความหมายแฝงของวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มความน่าดึงดูดใจของวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์สู่ผู้บริโภคและเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและสร้างสรรค์

3.3 ใช้งานได้จริง

ในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ทั้งหมด หลักการแรกที่ต้อง คำนึงถึงคือ การใช้งานได้จริง เฉพาะเมื่อผลิตภัณฑ์การออกแบบนั้นใช้งานได้จริงเท่านั้นที่จะไม่ได้รับการ คัดกรองจากผู้บริโภค เป็นนวัตกรรมและสามารถขยายตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและ ความคิดสร้างสรรค์ต่อไปได้ มีเพียงการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่องในการออกแบบผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมสร้างสรรค์เท่านั้นที่จะทำให้เราพัฒนาและก้าวหน้าต่อไปได้ท่ามกลางกระแสที่เปลี่ยนแปลง ตลอดเวลาและแนวคิดการบริโภคที่เปลี่ยนไป(Mengjiao, 2016, p. 48)

4. ความสำคัญของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์มีความสำคัญในการเผยแพร่คุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านการ ออกแบบที่หลากหลาย ไม่เพียงแต่นำเสนอภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังสร้างเอกลักษณ์ เฉพาะตัวที่โดดเด่น ด้วยการออกแบบที่สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้สามารถตอบสนองความต้องการ ของผู้บริโภคยุคใหม่ สร้างประสบการณ์การใช้งานที่น่าประทับใจ และสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

การที่ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์อย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้เกิดความเข้าใจ และซึมซับวัฒนธรรมได้อย่างลึกซึ้ง กระตุ้นความสนใจในการเรียนรู้วัฒนธรรมดั้งเดิม ส่งผลให้ วัฒนธรรมดั้งเดิมยังคงมีชีวิตและเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างแพลตฟอร์มการสื่อสารทาง วัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพในระยะยาว

กรณีศึกษาการออกแบบภาพจิตรกรรมฝาผนังพุทธศิลป์จีนในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม สร้างสรรค์

1. ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังตุนหวง : การ์ดสะสม

1.1 ภูมิหลัง

เพื่อฟื้นฟูเสน่ห์ของภาพฝาผนังตุนหวง การพัฒนายี่ห้อหลักการ "บูรณะของเก่าด้วยของเก่า" โดยไม่ทำลายภาพต้นฉบับ

1.2 เนื้อหาที่เลือก

วัสดุที่เลือกมาจากภาพจิตรกรรมฝาผนังนับพัน: ภาพวาดพระสูตร 15 ภาพ, ภาพวาดเรื่องราว 15 เรื่อง, เทพธิดาเพยเทียน 15 องค์, พระโพธิสัตว์ 15 องค์, ลิง 4 ตัว, สัตว์มงคล 4 ตัว, ผลงานชิ้นเอก 5 ชิ้น ที่มีความเป็นตัวแทนทั้งหมด 90 ชิ้น



ภาพที่ 2-42 จิตรกรรมฝาผนังตุนหวงและที่มาของการออกแบบภาพ (zhuanlan.zhihu.com)

1.3 รูปแบบสินค้า

จุดเด่น: ทีมงานได้เชิญบริษัท SenseTime มาเป็นพิเศษเพื่อพัฒนาเทคโนโลยี AR (Augmented Reality) เพิ่มลงในการ์ดเดิม เมื่อสแกนการ์ดจะเห็นแอนิเมชันของตัวละคร เช่น กวางแก้วสีวิ่งอยู่ในเหลียวหยวน เทพธิดาเพยเทียนถือเครื่องดนตรีและสะบัดแขนเสื้อ เป็นต้น



ภาพที่ 2-43 การ์ดจากจิตรกรรมฝาผนังตุนหวง (zhuatlan.zhihu.com)

ตารางที่ 2-1 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังตุนหวง (Fan Jiale, 2023)

จุดเด่น	จุดด้อย
ใช้เทคโนโลยี AR เพื่อเพิ่มเสน่ห์ในการซื้อของผู้ซื้อเพื่อสร้างสรรค์และรวมเทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกัน	มองเห็นแค่ภาพ แต่ไม่เข้าใจวัฒนธรรมตุนหวงอย่างลึกซึ้ง และไม่รู้เรื่องราวของภาพเหล่านี้
ฟื้นฟูภาพวาดดั้งเดิมของตุนหวง และทำความเข้าใจเรื่องราวและตัวละครของจิตรกรรมฝาผนังตุนหวงอย่างสมจริงยิ่งขึ้น	รูปภาพเก่า ไม่ได้เพิ่มแนวคิดใหม่หรือองค์ประกอบใหม่ และรูปภาพก็เรียบง่ายเกินไป สามารถเพิ่มคำอธิบายรูปภาพด้านหลังการ์ดหรืออธิบายรูปภาพโดยการสแกน
ราคา 356 หยวน รวม 96 ใบ ยอดขายรายเดือน 21 ชุด	ราคาค่อนข้างแพง ปริมาณขายไม่สูง และรายได้ของกลุ่มเป้าหมายแตกต่างกันไป

2. ผลลัพธ์ที่วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากภาพจิตรกรรมฝาผนังภูเขาหยุนไถ

2.1 ภูมิหลัง

ภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดวาอารามในเขตเขาหยุนไถมีเนื้อหาหลากหลาย เช่น พระไตรปิฎก ตำนาน ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมความเชื่อในท้องถิ่น เป็นต้น ภาพจิตรกรรมฝาผนังของความเชื่อพื้นบ้านในท้องถิ่นถูกนำมาใช้เป็นที่มาของการออกแบบและผ่านการผสมผสานและนวัตกรรมรูปทรงและองค์ประกอบของภาพฝาผนัง

2.2 เนื้อหาที่เลือก: เนื้อหาจากมัญชุศรี “ความดี” “เทพเจ้ามังกร” “อวยพร”



ภาพที่ 2-44 ภาพการวิเคราะห์การออกแบบ (Li Liqun, 2021)

ความดี : ในภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดภูเขาหยุนไถ "พระมัญชุศรีกลับชาติมาเกิดเป็นเด็กยากจน" ภาพพระมัญชุศรีโพธิสัตว์อวตารเป็นเด็กหญิงยากจนอุ้มทารกไว้ในอ้อมแขนขออาหาร พระมัญชุศรีโพธิสัตว์กล่าวว่าโลกควรเท่าเทียมกันและใจดี สไตลการออกแบบโดยรวมเป็นสีเทาเย็นให้ความรู้สึกเคร่งขรึมและเจียบสงบ

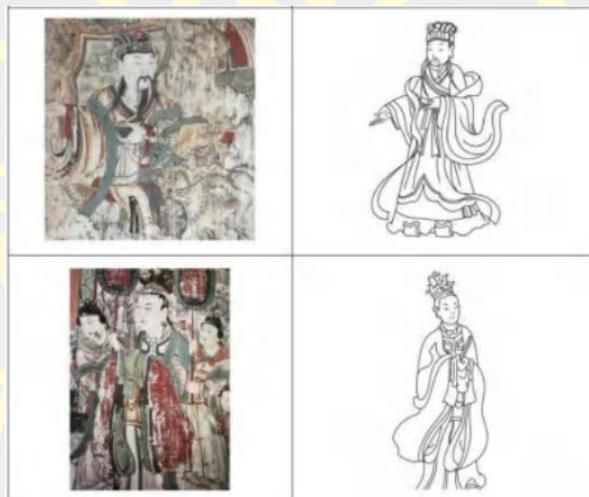


ภาพที่ 2-45 ภาพการวิเคราะห์การออกแบบ (Li Liqun, 2021)



ภาพที่ 2-46 พระมัญชุศรีโพธิสัตว์กลายเป็นเด็กสาวยากจน (Li Liqun, 2021)

ในภาพคือจิตรกรรมฝาผนังของราชวงศ์ซิงในวัดหลงสุ่ย ชื่อว่า "มังกรกลับรัง" แม่มังกรยืนอยู่ในวังมังกรเพื่อต้อนรับพ่อมังกร พ่อมังกรมีหน้าเคร่งขรึมและแม่มังกรดูสงบ เนื้อเรื่องของภาพคือเทพเจ้ามังกรนำสภาพอากาศที่ดีมาสู่ผู้คน ภาพใช้สีแดงและสีน้ำตาล และรายละเอียดของตัวละครตกแต่งด้วยสีเขียวอ่อน สีโทนร้อนยังแสดงถึงความอบอุ่นและความหวัง



ภาพที่ 2-47 ภาพการเสด็จของราชามังกร (Li Liqun, 2021)

2.3 รูปแบบผลิตภัณฑ์

เสื้อวัฒนธรรม: สภาพอากาศในภูเขาหยาบไถตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงสิงหาคมเป็นที่น่าพอใจ สวมเสื้อผ้าสไตร์ท้องถิ่น สีของเสื้อวัฒนธรรมเป็นสีขาวเพื่อเน้นเนื้อหาของภาพจิตรกรรมฝาผนัง เพิ่มความนิยมของพื้นที่ภูเขาอุ๊ไถ และผสมผสานนวัตกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มลักษณะที่เป็นมิตรต่อผู้คนของเสื้อวัฒนธรรม



ภาพที่ 2-48 เสื้อยืดที่มีแนวคิดทางวัฒนธรรม (Li Liqun, 2021)

ผ้าพันคอไหม: ผ้าพันคอไหมออกแบบในกล่องของขวัญเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผ้าพันคอไหม ผ้าพันคอไหม เลือกใช้จากภาพจิตรกรรมฝาผนัง 3 ภาพ และบรรจุภัณฑ์เป็นลายเมฆมงคลสื่อความหมายมงคล รูปแบบสดใส และสง่างาม



ภาพที่ 2-49 แผนภาพการวิเคราะห์การออกแบบ (Li Liqun, 2021)

ตารางที่ 2-2 การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากภาพจิตรกรรมฝาผนังภูเขาหยุนไถ
(Fan Jiale, 2023)

ข้อได้เปรียบ	ข้อเสียเปรียบ
แยกเนื้อหาเรื่องราวและการสร้างแบบจำลองตัวละครขององค์ประกอบภาพฝาผนังของภูเขาหยุนไถ แล้วรวมเข้าด้วยกันเป็นภาพใหม่ตามความหมายของเนื้อหา	ไม่มีความแปลกใหม่ในภาพ สามารถพิจารณาเพิ่มเทคนิควัสดุใหม่ๆ
ราคามีตั้งแต่ 30-260 หยวนและมูลค่าเพิ่มของมูลค่าทางวัฒนธรรมนั้นสูง	ปริมาณการขายปานกลาง กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้หลายระดับ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับจิตรกรรมฝาผนัง

1.1 การประยุกต์ใช้และการวิจัยภาพจิตรกรรมฝาผนังไปซา ลีเจียง ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

งานวิจัยเรื่อง 'การประยุกต์ใช้ภาพจิตรกรรมฝาผนังไปซา ลีเจียง ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์' โดย Zhu Lin บัณฑิตจากสถาบันศิลปะยูหนาน ได้รับการตีพิมพ์ในปี 2560 งานวิจัยนี้ศึกษาภาพจิตรกรรมฝาผนังไปซาที่มีคุณค่าทางศิลปะสูงและแสดงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ผู้วิจัยได้นำรูปแบบและตัวละครจากภาพจิตรกรรมมาพัฒนาเป็นแบรนด์ 'พบเจอไปซา' สำหรับกลุ่มคนรุ่นใหม่อายุ 20-30 ปี โดยผสมผสานการออกแบบตัวละครแบบดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การพิมพ์ 3 มิติและการพิมพ์สกรีน ทั้งนี้ได้ใช้วิธีวิจัยหลากหลายรูปแบบ ทั้งการวิเคราะห์เอกสาร การสำรวจภาคสนาม และการศึกษาเปรียบเทียบ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านวัฒนธรรม ประโยชน์ใช้สอย และความคิดสร้างสรรค์

1.1.1 ผลงานชุดภาพประกอบ

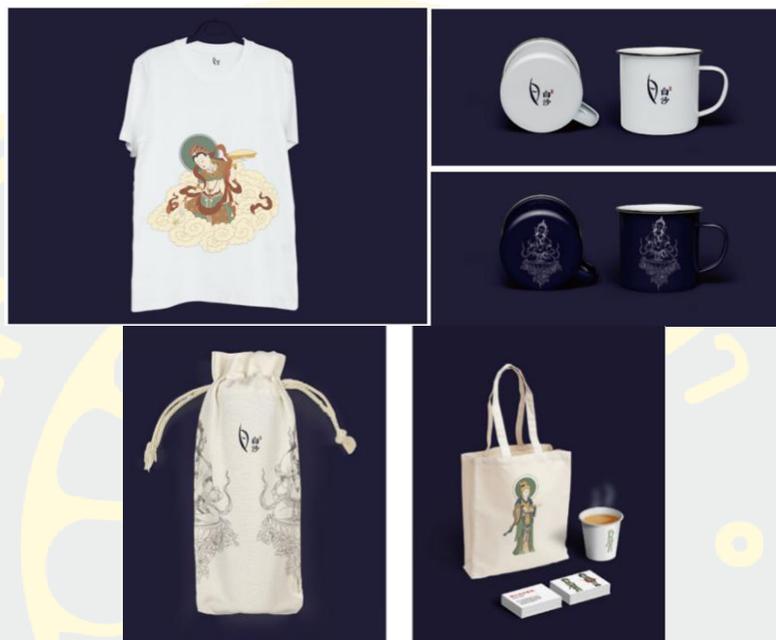
การออกแบบนี้เลือกบุคคลในภาพจิตรกรรมฝาผนังและรูปทรงของเครื่องใช้ในการประกอบพิธีกรรมเป็นหลัก ภาพของตัวละครถูกวาดด้วยคอมพิวเตอร์ เดิมสีที่แยกออกมาองค์ประกอบจะถูกรวมเข้าด้วยกันอย่างเป็นธรรมชาติ จากนั้นจึงรวมองค์ประกอบการออกแบบที่สอดคล้องกัน



ภาพที่ 2-50 ผลงานภาพประกอบ "พบเจอไปซา" (Zhu Lin, 2019)

1.1.2 ชุดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

การออกแบบนี้เลือกรูปทรงของภาพประกอบเป็นหลัก และใช้เทคโนโลยีการพิมพ์สกรีน เพื่อผลิตผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ เช่น เสื้อยืด กระเป๋าผ้าใบ และแก้วน้ำ



ภาพที่ 2-51 ชุดผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน "พบเจอไปซา" (Zhu Lin, 2019)

วิทยานิพนธ์นี้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมวัฒนธรรมของประเทศ โดยนำเสนอวิธีการออกแบบที่ดึงเอาองค์ประกอบสำคัญจากภาพจิตรกรรมฝาผนังมาใช้ ทั้งรูปแบบตัวละคร เครื่องมือ พิธีกรรม และโทนสี การออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่เพียงคำนึงถึงความรู้ทางศาสนา แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ของภาพจิตรกรรมฝาผนังไปซาให้เจียงให้เป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์

1.2 จิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังในวัดผอกวงในภูเขาอู่ไถ

บทความ "จิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังที่วัดผอกวงในภูเขาอู่ไถ" ได้รับการตีพิมพ์ในปี ค.ศ.2021 โดยหม่าถึง ในวารสารวรรณกรรมและศิลปะยอดเยี่ยม ผู้เขียนบทความได้วิเคราะห์เนื้อหาของภาพจิตรกรรมฝาผนังทั้งสามภาพ โดยในเนื้อหาหลักของภาพสามภาพในอุโบสถตะวันออกของภาพจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถัง คือ "การแปลงดินแดนบริสุทธิ์แห่งตะวันตก", "ภาพปีศาจเมืองเทียนหวาง" และ "วิษณราชันแห่งสวรรค์" และยังสามารถอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับภาพจิตรกรรมฝาผนังในสมัยราชวงศ์ถังสามภาพนี้ถึงองค์ประกอบของภาพจิตรกรรมฝาผนังที่ใช้วิธีการแบบเปอร์สเปกทีฟ เส้นเรียบ และลักษณะทางศิลปะที่มีสีสัน



ภาพที่ 2-52 ภาพเทพสวรรค์เสด็จปราบมาร (Ma Ting, 2021)

จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้วิจัยได้รับรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับลักษณะทางศิลปะขององค์ประกอบของ เส้น และสีในภาพจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังที่วัดฝอกลงและการวิเคราะห์ลักษณะทางศิลปะของจิตรกรรมฝาผนังสมัยราชวงศ์ถังทั้ง 3 ภาพ

1.3 ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่เป็นเอกลักษณ์ของราชวงศ์ถังที่วัดฝอกลงในภูเขาอู่ไถ

บทความเรื่อง 'ภาพจิตรกรรมฝาผนังที่เป็นเอกลักษณ์ของราชวงศ์ถังที่วัดฝอกลงในภูเขาอู่ไถ' โดย Hou Huiming ตีพิมพ์ในวารสาร Shanxi Archives ปี 2012 ศึกษาภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลงซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งในประวัติศาสตร์ศิลปะจีนและพุทธศาสนา บทความนี้นำเสนอข้อมูลพื้นฐานของวัดที่แบ่งออกเป็น 5 ส่วนหลัก พร้อมทั้งวิเคราะห์ภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ ความละเอียดสูงและแนวคิดทางพุทธศาสนาที่ปรากฏในภาพ แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานแนวคิดทางพุทธศาสนาที่วัดฝอกลงได้อย่างลงตัว

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการ์ตูน

2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ศิลปะแบบดั้งเดิมของจีนในการออกแบบภาพการ์ตูน โดยยกตัวอย่างการ์ตูนเรื่อง “Havoc in Heaven”

งานวิจัยของ Li Qi บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีเหอเป่ย์ ตีพิมพ์ในปี 2014 ศึกษาการประยุกต์ใช้ศิลปะจีนดั้งเดิมในการออกแบบภาพการ์ตูน โดยใช้การ์ตูนแอนิเมชันเรื่อง 'Havoc in Heaven' เป็นกรณีศึกษา งานวิจัยนี้วิเคราะห์การออกแบบตัวละครสำคัญ เช่น ซุนหงอคง เง็กเซียนฮ่องเต้ และเนจา เพื่อแสดงให้เห็นว่าศิลปะจีนดั้งเดิมมีความสำคัญต่อการออกแบบการ์ตูนร่วมสมัย และสามารถพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างสรรค์งานที่ตอบสนองตลาดการ์ตูนในปัจจุบัน



ภาพที่ 2-53 ชุนหงอคง ใน "Havoc in Heaven" (Li Qi, 2014)



ภาพที่ 2-54 ฉากภูเขาซากัว ใน "Havoc in Heaven" (Li Qi, 2014)

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การออกแบบภาพการ์ตูนควรเรียนรู้จากศิลปะจีนโบราณ ทั้งด้านรูปแบบและเทคนิคการใช้สี พร้อมทั้งผสมผสานความหมายทางวัฒนธรรมและอารมณ์ทางศิลปะของชาติเข้ากับงานการ์ตูนอย่างกลมกลืน

2.2 การออกแบบและประยุกต์ใช้ภาพการ์ตูนในระบบการมองเห็นของสวนสนุก

งานวิจัยของ Pan Mengjiao บัณฑิตจาก Shanghai Normal University ตีพิมพ์ในปี 2559 ศึกษาการใช้ภาพการ์ตูนในสวนสนุก พบว่าภาพการ์ตูนมีบทบาทสำคัญในการสร้างภาพจดจำและบรรยากาศของสวนสนุก โดยปรากฏในหลายรูปแบบ เช่น มาสคอต ป้าย สื่อโฆษณา และผลิตภัณฑ์ต่างๆ การใช้ภาพการ์ตูนไม่เพียงเพิ่มความสนุกสนานให้สวนสนุก แต่ยังช่วยสร้างเอกลักษณ์ของแบรนด์ ถ่ายทอดวัฒนธรรม และตอบสนองความต้องการทางอารมณ์ของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ



图 3-4 Lotty 和 Lorry 形象的巧克力包装
图片来源：乐天世界官方网站



图 3-5 Lorry 形象儿童手提袋
图片来源：乐天世界官方网站



图 3-6 装饰有 Lotty 和 Lorry 形象毛绒
图片来源：乐天世界官方网站



图 3-7 Baby Lorry 毛绒
图片来源：乐天世界官方网站

ภาพที่ 2-55 การตกแต่งโรงแรม Lotte (Pan Mengjiao, 2016)

วิทยานิพนธ์นี้แสดงให้เห็นว่า การออกแบบภาพการ์ตูนที่ดีต้องมีความเรียบง่าย สนุกสนาน และสร้างสรรค์ แนวคิดนี้สามารถใช้เป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนางานออกแบบการ์ตูนในอนาคต

3. วิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

3.1 ออกแบบวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ของ "จิตรกรรมฝาผนัง วัดจ้าว" ในวัดต้าจ้าว เมืองโฮฮอต

งานวิจัยของ Bai Lu บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยมองโกเลียใน ตีพิมพ์ในปี 2021 ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดต้าจ้าว เมืองโฮฮอต โดยวิเคราะห์องค์ประกอบศิลปะทั้งรูปทรง พื้นผิว และลวดลาย เพื่อพัฒนาเป็นแบรนด์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ 'Zhao Xing' ที่สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมประจำชาติ งานวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาหลายรูปแบบ ทั้งการวิเคราะห์กรณีศึกษา การทบทวนวรรณกรรม และการวิจัยภาคสนาม

3.1.1 งานออกแบบโปสเตอร์

การออกแบบนี้ใช้เทคนิคการออกแบบสมัยใหม่ เช่น การผสมผสาน การเปรียบเทียบ และการไล่ระดับสี เพื่อปรับเปลี่ยนองค์ประกอบที่ซับซ้อนให้เป็นสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่าย โดยยังคงสื่อถึงความหมายดั้งเดิมทั้งคำอวยพร ความสง่างาม และการอธิษฐานขอพร ทำให้งานออกแบบมีมิติและมีชีวิตชีวามากขึ้น



ภาพที่ 2-56 การออกแบบชุดโปสเตอร์ (Bai Lu, 2021)

3.1.2 งานออกแบบชุดภาพประกอบ

ภาพประกอบได้นำเอาสัญลักษณ์สำคัญจากจิตรกรรมฝาผนัง เช่น สิงโตหิมะและช้างเผือก มาผสมผสานกับสถาปัตยกรรมของวัดต้าจาว โดยใช้เทคนิคการวาดภาพแบบแบนราบที่กำลังเป็นที่นิยม ควบคู่กับการวาดแบบดั้งเดิม ทำให้เกิดงานออกแบบที่ผสมผสานความร่วมสมัยเข้ากับความเป็นดั้งเดิมได้อย่างลงตัว



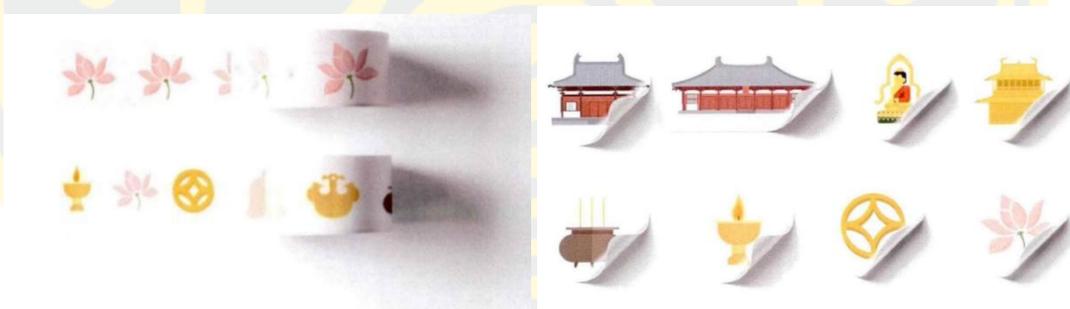
ภาพที่ 2-57 สิงโตหิมะเที่ยววัด (Bai Lu, 2021)

การออกแบบนี้ใช้เทคนิคการออกแบบสมัยใหม่ เช่น การผสมผสาน การเปรียบเทียบ และการไล่ระดับสี เพื่อปรับเปลี่ยนองค์ประกอบที่ซับซ้อนให้เป็นสัญลักษณ์ที่เข้าใจง่าย โดยยังคงสื่อถึงความหมายดั้งเดิมทั้งคำอวยพร ความสง่างาม และการอธิษฐานขอพร ทำให้งานออกแบบมีมิติและมีชีวิตชีวามากขึ้น

3.2 การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์การท่องเที่ยวเขาอู่ไถ— ท่องเที่ยวอู่ไถ

งานวิจัยของ Liu Hanyu บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยครุมนทลสานซี ตีพิมพ์ในปี 2020 ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ 'ท่องเที่ยวอู่ไถ' โดยใช้วิธีวิจัยหลายรูปแบบ ทั้งการวิเคราะห์เอกสาร การสำรวจภาคสนาม และการศึกษาเปรียบเทียบ งานวิจัยนี้ผสมผสานศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ของภูเขาอู่ไถเข้ากับวัฒนธรรมพุทธศาสนาและการออกแบบร่วมสมัย โดยเน้นความเรียบง่ายในการออกแบบสถาปัตยกรรม พระพุทธรูป และลวดลายประดับ

ผลงานชุดภาพพิมพ์ใช้เทคนิคการออกแบบแนวราบและการไล่ระดับสีเข้ม-อ่อน สร้างมิติให้กับภาพ ทำให้งานมีความวิจิตรงดงามและสื่อถึงความหมายทางพุทธศาสนาได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 2-58 แบบการพิมพ์ (Liu Hanyu, 2020)

การศึกษานี้นำเสนอแนวทางใหม่ในการวิเคราะห์จุดอ่อนของการพัฒนาแบรนด์และผลิตภัณฑ์ของภูเขาอู่ไถ พร้อมทั้งเสนอวิธีผสมผสานศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ของภูเขาอู่ไถเข้ากับวัฒนธรรมพุทธศาสนาและการออกแบบสมัยใหม่ในรูปแบบงานสองมิติ

สรุป

การศึกษาเอกสารและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง พบว่าประกอบด้วย 5 ส่วนหลัก:

- 1) จิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟองวง ซึ่งแสดงให้เห็นเอกลักษณ์และคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ตั้งแต่สมัยราชวงศ์ถังถึงราชวงศ์ชิง
- 2) ทฤษฎีการออกแบบการ์ตูน ที่เน้นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวผ่านการเน้นเกินจริงและการสอดแทรกอารมณ์ขัน
- 3) หลักการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ที่ต้องผสมผสานความหมาย ความสวยงาม และประโยชน์ใช้สอยเข้าด้วยกัน
- 4) กรณีศึกษาจิตรกรรมฝาผนังที่ตุนหวงและภูเขาอู๋ไถ เพื่อเป็นแนวทางในการผสมผสานศิลปะดั้งเดิมกับการออกแบบร่วมสมัย
- 5) นโยบายสนับสนุนผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจีน ที่มุ่งเน้นการเผยแพร่วัฒนธรรมและส่งเสริมการท่องเที่ยว

บทที่ 3

การสำรวจตลาดและการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จาก จิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวงมีโอกาสเติบโตสูง แต่ยังคงพบความท้าทายในการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสม จากการสำรวจพื้นที่และวิเคราะห์ข้อมูล พบว่าปัญหาหลักคือ การไม่สามารถระบุความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน การวิจัยนี้จึงได้สำรวจความคิดเห็นของกลุ่มเยาวชนอายุ 18-25 ปีที่มาเยี่ยมชมวัด เพื่อทำความเข้าใจความต้องการและนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ในบทนี้จึงประกอบด้วยเนื้อหาคือ

1. การวิจัยตลาดและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง
2. การสำรวจและวิเคราะห์แบบสอบถาม
3. การกำหนดตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

การวิจัยตลาดและการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนัง วัดฟอกวง

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลภาคสนามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวงที่มีขายอยู่ในปัจจุบัน จากการสำรวจ พบปัญหาสำคัญ 3 ประการ คือ 1) ขาดนวัตกรรม: ส่วนใหญ่เป็นเพียงการคัดลอกภาพจิตรกรรมฝาผนังโดยตรง ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความหลากหลายและความคิดสร้างสรรค์ 2) ขาดการเข้าถึงผู้บริโภค: ไม่สามารถระบุความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ความสนใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ลดลง และ 3) ความหมายทางวัฒนธรรมไม่ชัดเจน: ไม่สามารถสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ไม่สามารถแปลงคุณค่าทางวัฒนธรรมให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

1. ขาดนวัตกรรม

จากการศึกษาข้อมูลการตลาดของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์วัดฟอกวงจากหลายแหล่ง ได้แก่ การสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่วัด และการค้นหาข้อมูลออนไลน์ พบว่าผลิตภัณฑ์ดังต่อไปนี้ (ตารางที่ 3-1)

ตารางที่ 3-1 ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีอยู่ของวัดฟอกวง (Fan Jiale, 2023)

ประเภท	หมวดหมู่	ภาพตัวอย่าง
สิ่งจำเป็น ในชีวิตประจำวัน	ผ้าพันคอไหม	
	ปฏิทิน	
	กระเป๋าผ้า	
	แม่เหล็กติดตู้เย็น	
งานฝีมือ	ของประดับ	
	อาคารไม้	
อุปกรณ์เครื่องเขียน	กล่องเก็บของ	

จากการสอบถาม ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอกวงนั้นค่อนข้างหายาก และมีผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับจิตรกรรมฝาผนังของวัดฟอกวงน้อย ปริมาณการขายไม่สูงและไม่ดึงดูดผู้บริโภค

เนื้อหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังของวัดฟอกวง มีเนื้อหาไม่หลากหลายและนวัตกรรมยังไม่เพียงพอ โดยส่วนใหญ่แล้วจะลอกเลียนแบบลวดลายของจิตรกรรมฝาผนังเท่านั้น และผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ยังขาดความสวยงามแปลกใหม่ เนื่องจากวัดฟอกวงตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกลและขาดเงินทุน การประชาสัมพันธ์ในท้องถิ่นและนวัตกรรมของวัฒนธรรมจิตรกรรมฝาผนังของวัดฟอกวงยังไม่เพียงพอ

เมื่อพิจารณาจากผ้าพันคอไหมซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ขายได้มากของวัดฟอกวง พบว่า มีเพียงการจำลองเนื้อหาบนฝาผนังมาอย่างง่าย ๆ แต่เมื่อเทียบกับผ้าพันคอไหมตุ๋นหวงแล้ว ผ้าพันคอเหล่านั้นมีสีสันสวยงามและมีเนื้อหาที่หลากหลายกว่า เช่น ชุดลายจิตรกรรมฝาผนัง (ภาพที่ 3-1) ชุดจักรราศี (ภาพที่ 3-2) ชุดกระสุน (ภาพที่ 3-3) เป็นต้น



ภาพที่ 3-1 ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ตุ๋นหวง – ผ้าพันคอไหมลายดอกมะม่วงหิมพานต์ (taobao.com)



ภาพที่ 3-2 สินค้าวัฒนธรรมสร้างสรรค์ต้นหวง - ผ้าพันคอไหม Fate of Miracles
(detail.tmall.com)



ภาพที่ 3-3 สินค้าวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ต้นหวง - ผ้าพันคอไหม(detail.tmall.com)

2. ขาดการเข้าถึง

หลังจากการสำรวจ ณ สถานที่จริง พบว่าร้านขายผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลงไม่มีช่องทางการซื้อออนไลน์อย่างเป็นทางการสำหรับผู้ใช้ในการเลือกผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลง และไม่มีระบบการพัฒนาทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่สมบูรณ์ ทั้งที่ จิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลงเป็นจิตรกรรมฝาผนังแห่งราชวงศ์ถังเพียงแห่งเดียวที่หลงเหลืออยู่ใน

ประเทศจีน และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่สำคัญเพื่อให้ผู้คนเข้าใจศิลปะจีนโบราณ แม้ว่าจะไม่เป็นที่รู้จักมากเท่ากับจิตรกรรมฝาผนังของถ้ำม่อเกาในตุนหวง

จากการศึกษาภาคสนาม พบว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลง เป็นของที่ระลึกง่ายๆ เกี่ยวกับจิตรกรรมฝาผนัง (ภาพที่ 3-4) ร้านตั้งอยู่ติดกับทางเข้าด้านซ้ายมือของวัดฝอกลง บริเวณทางเข้าวัดฝอกลง แทบจะไม่มีผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เลย (ภาพที่ 3-5)



ภาพที่ 3-4 ของที่ระลึกประทับตราวัดฝอกลง (Fan Jiale, 2023)



ภาพที่ 3-5 สินค้าวัฒนธรรมสร้างสรรค์ Wutaishan (Fan Jiale, 2023)

โดยสรุป การขาดความนิยมของจิตรกรรมฝาผนังของวัดผอกลง เกิดจากการที่วัดผอกลง ตั้งอยู่ในสถานที่ห่างไกลและมีทางเลือกในการคมนาคมไม่มากนัก ซึ่งทำให้จำนวนผู้เยี่ยมชมวัดผอกลง มีน้อยไปด้วย และยังขาดการประชาสัมพันธ์จิตรกรรมฝาผนังของวัดผอกลง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ วัฒนธรรมสร้างสรรค์ และการส่งเสริมในท้องถิ่นอีกด้วย

3. ความต้องการของตลาดไม่ชัดเจน

หลังจากสอบถามนักท่องเที่ยว พบว่าความพยายามในการส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นของ วัดผอกลง ภายในวัดผอกลงนั้นไม่เพียงพอ ไม่มีมีคฤหาสน์ท้องถิ่นและช่องทางอย่างเป็นทางการในการ ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งลูกค้าออนไลน์ไม่สามารถซื้อของที่ระลึกที่เหมาะสมผ่านช่องทาง ออนไลน์ได้ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์การออกแบบวัฒนธรรมสร้างสรรค์มีรูปแบบเดิมๆ และผลิตภัณฑ์ที่ ออกแบบไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งไม่เพียงแต่ล้มเหลวในการ ประชาสัมพันธ์ของวัดผอกลงเท่านั้น แต่ยังมีล้มเหลวในการนำจิตรกรรมฝาผนังของวัดผอกลงมาสร้าง มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจอีกด้วย

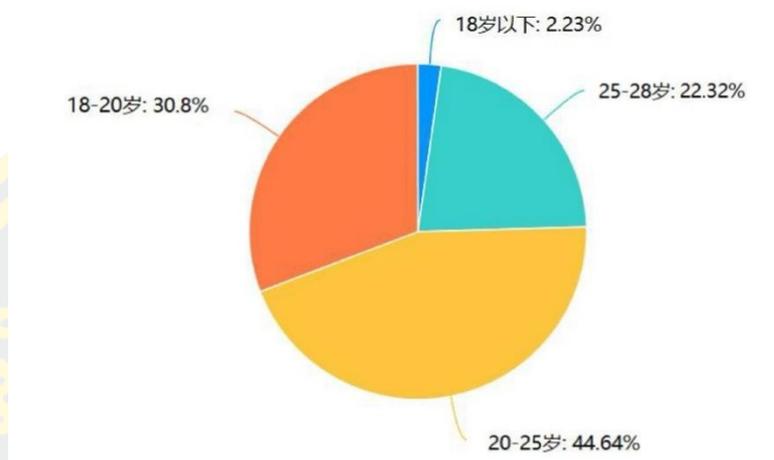
แบบสอบถามการสำรวจและวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝา ผนังวัดผอกลง

1. การวิเคราะห์ผลแบบสอบถามการสำรวจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จิตรกรรม ฝาผนังวัดผอกลง

เพื่อให้เข้าใจความต้องการของผู้มาเยือนวัดผอกลงในด้านผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ บนจิตรกรรมฝาผนังของวัดผอกลงได้แม่นยำยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงส่งแบบสอบถามจากการทางแพลตฟอร์ม ออนไลน์ไปให้ผู้ที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของการออกแบบในครั้งนี้ จำนวน 224 ฉบับ และได้รับการตอบ กลับมา 214 ฉบับ แบบสอบถามนี้ต้องการทราบเพศและรายได้ของผู้ชม จุดประสงค์ในการเยี่ยมชม วัดผอกลง ปัจจัยในการซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ และความคิดเห็นบางประการเกี่ยวกับ ความคาดหวังในการซื้อและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์จิตรกรรมฝาผนังวัดผอกลง

ลักษณะของประชากรเป้าหมาย

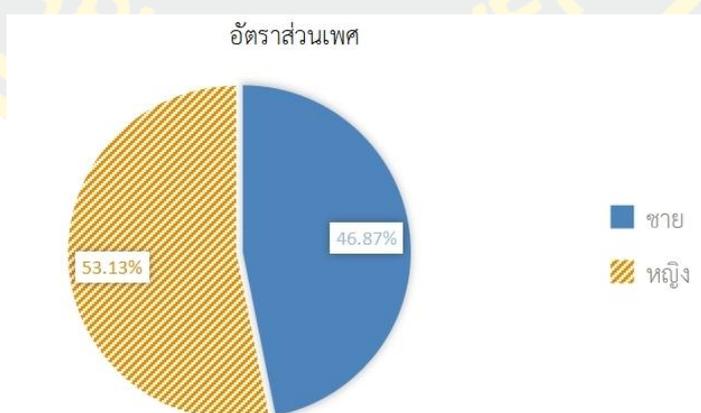
1) อายุ: ส่วนใหญ่มีอายุ 18-25 ปี



ภาพที่ 3-6 อัตราส่วนอายุของนักท่องเที่ยว (Fan Jiale, 2023)

ผลการตอบแบบสอบถาม แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมวัดฟอกวงส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 18-25 ปี คิดเป็น 75.44% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด (ภาพที่ 3-7)

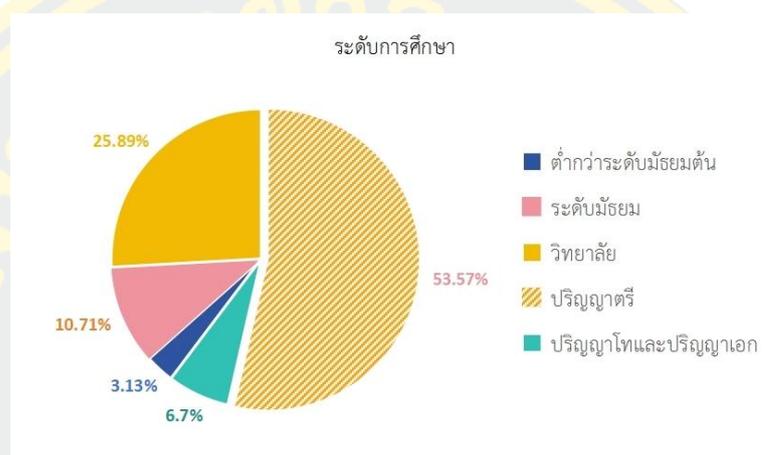
2) เพศ: มีผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย



ภาพที่ 3-7 อัตราส่วนเพศของนักท่องเที่ยว (Fan Jiale, 2023)

ผลการตอบแบบสอบถาม แสดงให้เห็นว่า จำนวนผู้หญิงที่มาเยี่ยมชมวัดผอกลงสูงกว่าผู้ชาย (ภาพที่ 3-8) ในการออกแบบผลิตภัณฑ์จึงควรออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ให้สอดคล้องกับคุณลักษณะที่ผู้หญิงชื่นชอบ

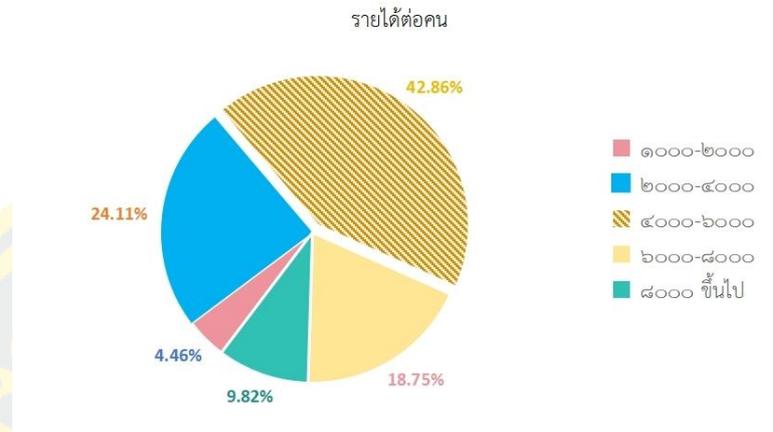
3) ระดับการศึกษาของประชากร: ปริญญาตรี



ภาพที่ 3-8 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (Fan Jiale, 2023)

ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่สำรวจแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ มัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น วิทยาลัย นักศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี สำหรับสถิติ (ภาพที่ 3-9) ข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยี่ยมชมวัดผอกลง สำเร็จการศึกษาระดับวิทยาลัย (ระดับปริญญาตรี 53.57% และวิทยาลัยระดับต้น 25.89%) และกลุ่มนักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาที่สูง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับสูงมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่า

4) รายได้ของกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 4,000-6,000 หยวน ต่อเดือน

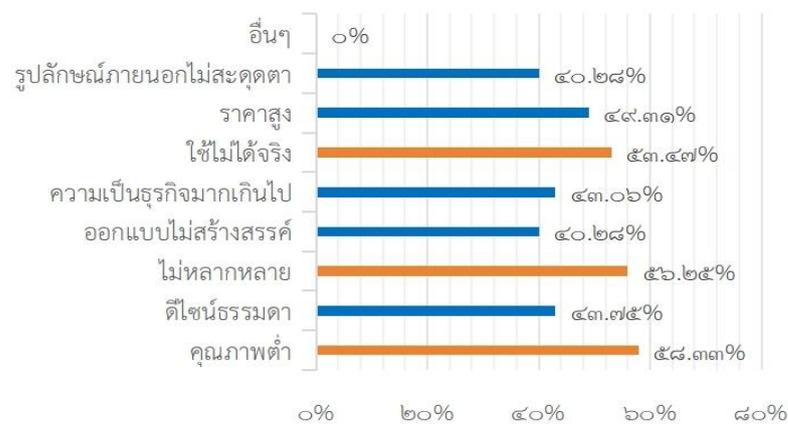


ภาพที่ 3-9 รายได้นักท่องเที่ยวต่อเดือน (Fan Jiale, 2023)

จากตัวเลข (ภาพที่ 3-9) เราพบว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 4,000-6,000 หยวน คิดเป็น 42.86% และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือน 2,000-4,000 หยวน คิดเป็น 24.11% ดังนั้น กำลังซื้อของผู้บริโภคส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง

2. การวิเคราะห์การรับรู้ของผู้ชม

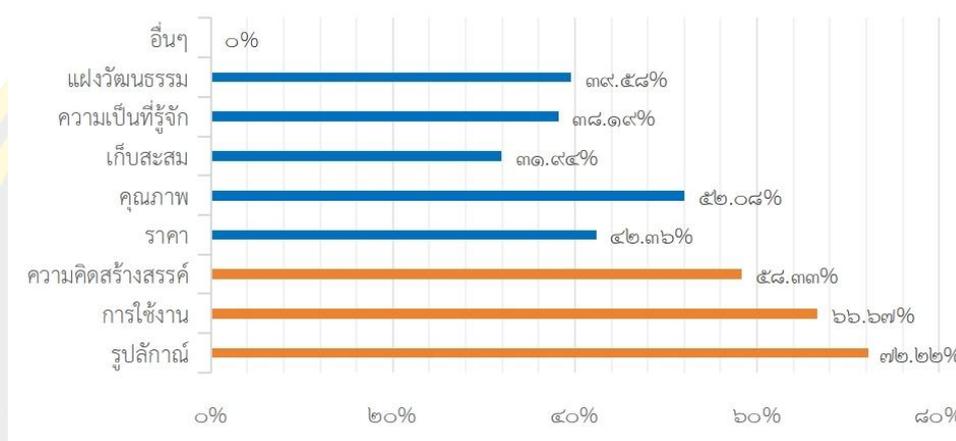
1) ความเห็นต่อผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน: ไม่หลากหลาย ใช้ไม่ได้จริง และคุณภาพไม่ดี



ภาพที่ 3-10 ความเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Fan Jiale, 2023)

จากข้อมูลในรูป (ภาพที่ 3-10) เราจะเห็นว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์นั้นเนื่องจากคุณภาพต่ำและไม่หลากหลาย และยังมีจำนวนมากที่เห็นว่ามีความไม่ชัดเจนในด้านการใช้ได้จริง

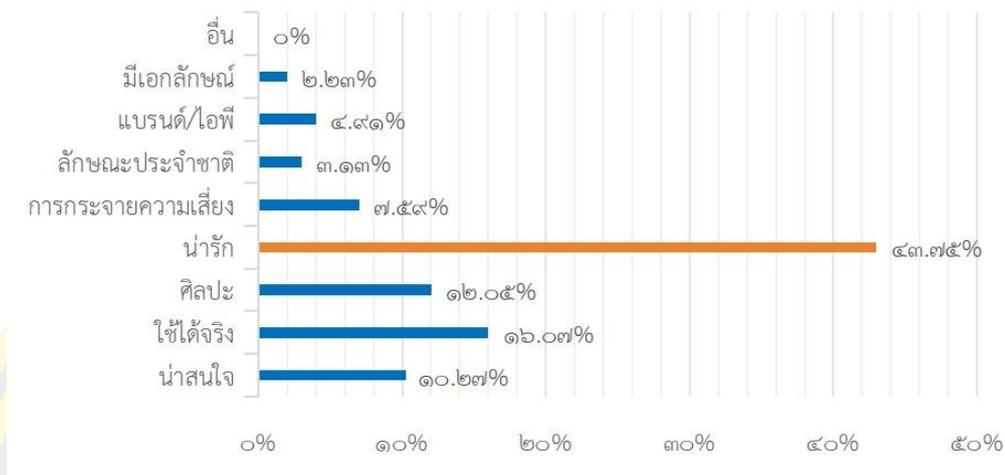
2) ปัจจัยที่จะทำให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์: ต้องมีทั้งรูปลักษณ์ที่น่าสนใจและสามารถใช้งานได้จริง



ภาพที่ 3-11 ปัจจัยในการซื้อผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Fan Jiale, 2023)

ดังที่เห็นได้จากภาพที่ 3-11 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์และความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ หลังจากเยี่ยมชมจุดชมวิวแล้ว นักท่องเที่ยวไม่เพียงสามารถซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ในท้องถิ่นเป็นของที่ระลึกได้ แต่ยังสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับศิลปะและวัฒนธรรมของวัดฟอกวางผ่านผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ หากผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์มีรูปลักษณ์และความคิดสร้างสรรค์ที่เป็นเอกลักษณ์ จะช่วยเพิ่มความสนใจของนักท่องเที่ยวในวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ และปัจจัยที่สำคัญเป็นอันดับสองคือการใช้งานได้จริง นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการใช้งานได้จริงเป็นอย่างมาก เมื่อผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ดีมีความน่าสนใจและสร้างสรรค์ ก็ต้องนำไปใช้ได้จริงด้วย อัตราการกลับมาซื้อของผู้บริโภคจึงจะสูงขึ้น ดังนั้นเมื่อมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญกับการใช้งานได้จริงมากขึ้นด้วย

3) ลักษณะผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความนิยมวัยรุ่น: น่ารัก

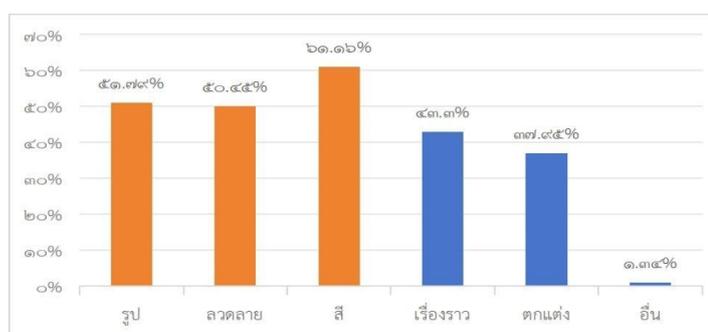


ภาพที่ 3-12 คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Fan Jiale, 2023)

จากภาพที่ 3-12 จะเห็นว่าคำพูดของนักท่องเที่ยวที่มีความน่ารักในแง่ของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ตรงตามลักษณะของกลุ่มวัยรุ่นมีสัดส่วนสูงสุด คิดเป็น 43.75% ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่น่ารักสามารถสะท้อนถึงความเยาว์วัยได้ ความสนใจของผู้คนในชีวิตที่สดใสผ่านการแสวงหาที่น่าสนใจ ผู้บริโภคยังสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและศิลปะของจิตรกรรมฝาผนังในขณะที่มีความสนใจ ตามมาด้วยการใช้งานได้จริงและดอกเบี้ย 16.07% และ 10.27% ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ความต้องการของผู้ชม

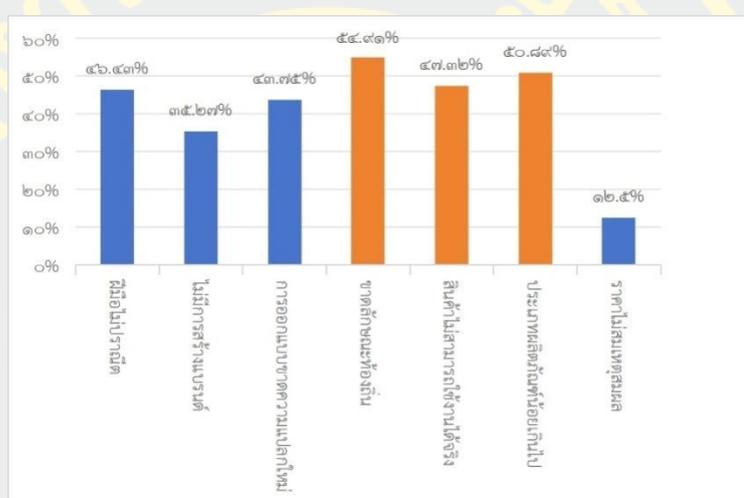
1) ปัจจัยการออกแบบที่คาดหวังสำหรับจิตรกรรมฝาผนังวัดผอกวง ได้แก่ สี ตัวอักษร ลวดลาย



ภาพที่ 3-13 ปัจจัยที่คาดหวังในการออกแบบ (Fan Jiale, 2023)

ในภาพที่ 3-13 สีสันคิดเป็น 61.16% ของความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมากที่สุดในการออกแบบจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลง รองลงมาคือตัวละครและลวดลาย ซึ่งคิดเป็น 51.79% และ 50.45% ตามลำดับ ปัจจุบันผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลง มีเพียงสีเดียวและการลอกเลียนแบบตัวละคร ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์สำหรับจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอกลงจึงจำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับสีและตัวอักษร

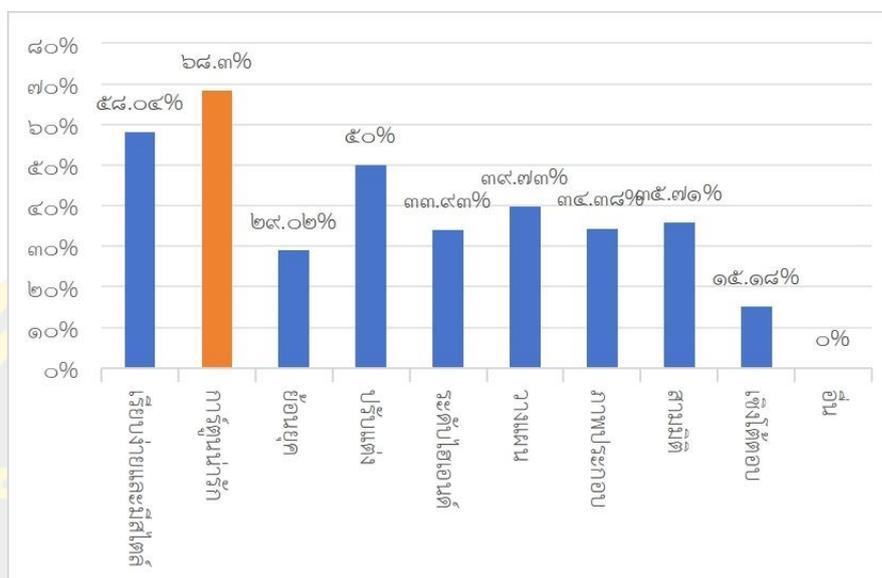
2) ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลง: ขาดคุณสมบัติและหายาก



ภาพที่ 3-14 ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลง (Fan Jiale, 2023)

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดฝอกลง ในปัจจุบันไม่สามารถตอบสนองมูลค่าที่นักท่องเที่ยวคาดหวังได้ ปัญหาที่มีอยู่ส่วนใหญ่คือการขาดลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นและมีผลิตภัณฑ์น้อยเกินไป คิดเป็นร้อยละ 54.91 และ 50.89 ตามลำดับ หน้าที่ที่สำคัญที่สุดของผลิตภัณฑ์คือตอบสนองการใช้งานประจำวันของสาธารณะ ดังนั้นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์บนฝาผนังวัดฝอกลง จึงต้องมุ่งเน้นไปที่ความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนา

3) รูปแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดผอากว: การ์ตูนและน่ารัก



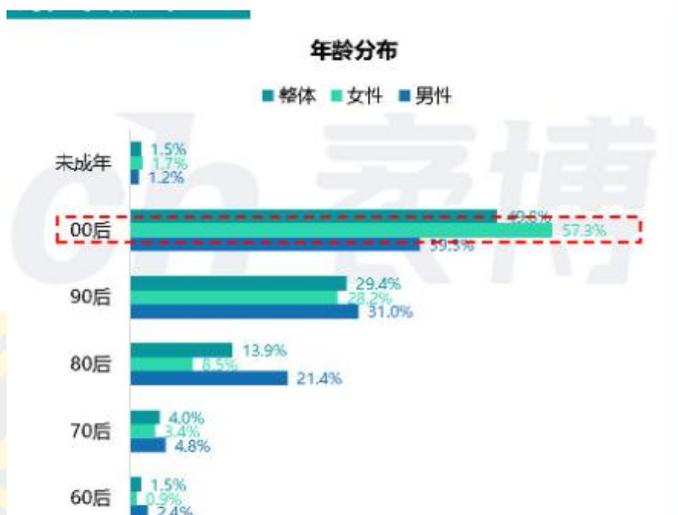
ภาพที่ 3-15 รูปแบบที่คาดหวังของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Fan Jiale, 2023)

ดังแสดงในภาพที่ 3-12 ความต้องการสไตล์ของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดผอากว การ์ตูนน่ารักและเรียบง่ายมีสัดส่วนสูงสุดคือ 68.3% และ 58.04% ตามลำดับ รองลงมาคือการออกแบบส่วนบุคคลที่ 50%

การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดผอากว

1. การวางตำแหน่งกลุ่มผู้บริโภค

ในส่วนของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดผอากว ผู้บริโภควัยรุ่นอายุ 18-25 ปีถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดผอากว ประเภทของกลุ่มผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับแฟชั่นมากขึ้นและเปิดรับสิ่งใหม่และแปลกใหม่มากขึ้น จากข้อมูลของสถาบันวิจัยมีอบ (ภาพที่ 3-14) ดังแสดงในรูป คนหนุ่มสาวอายุ 20-30 ปี เป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักด้านผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ พวกเขาสามารถเข้าใจข้อมูลทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ได้อย่างรวดเร็ว และคนหนุ่มสาวยินดีที่จะเข้าใจคุณค่าทางศิลปะของวัฒนธรรมดั้งเดิมโดยการซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์



ภาพที่ 3-16 ข้อมูลสถาบันวิจัยMOB(xhby.net)

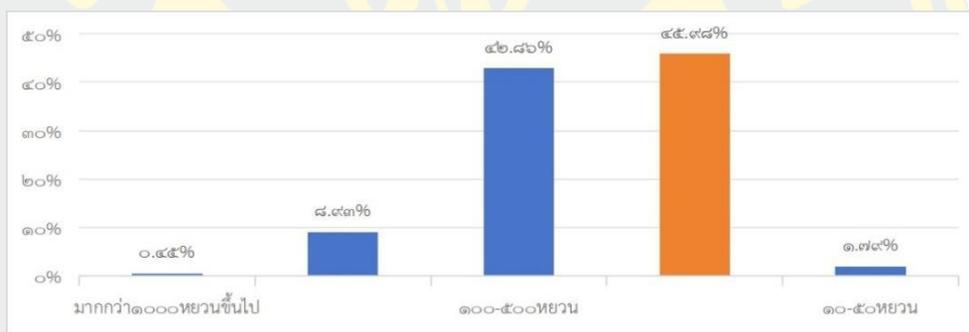
2. การวางตำแหน่งประเภทผลิตภัณฑ์

ลักษณะพิเศษที่ใหญ่ที่สุดของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง คือการจัดแสดงจิตรกรรมฝาผนัง ดังนั้น เนื้อหาในครั้งนี้จึงเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีหัวข้อของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง โดยการแยกและปรับตัวละคร สี และองค์ประกอบจากภาพฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง จิตรกรรมฝาผนังถูกเน้น ขึ้นอยู่กับเอกลักษณ์และความหมายแฝงทางวัฒนธรรมของศิลปะ เราจำเป็นต้องออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีทั้งความสนใจในการ์ตูนและการใช้งานได้จริง เมื่อออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์สำหรับจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง เราต้องให้ความสนใจกับผลลัพธ์ของวัฒนธรรมจิตรกรรมฝาผนังที่ยอดเยี่ยม

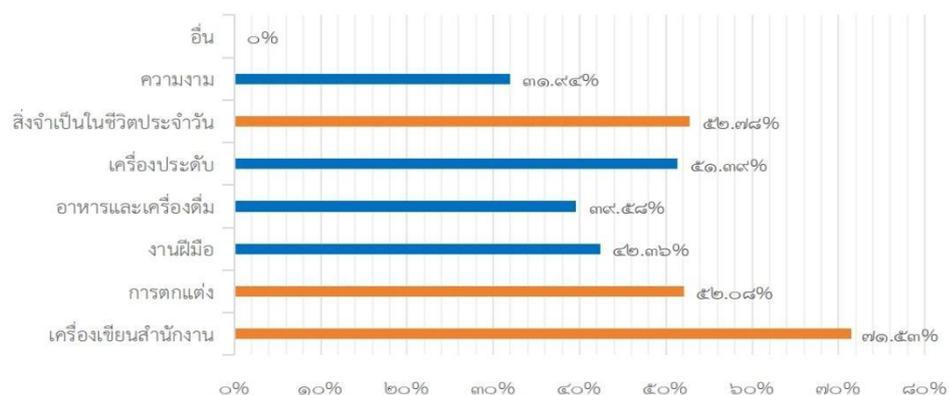
โดยทั่วไปผู้บริโภครับรู้ถึงความหมายแฝงทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางศิลปะของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวงและยินดีซื้อผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้อง ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ผลิตโดยจิตรกรรมฝาผนังของวัดฟอกวง จำเป็นต้องรับประกันกำลังซื้อของผลิตภัณฑ์ จากแบบสอบถาม เราได้เรียนรู้ว่าวัยรุ่นมีกำลังซื้อปานกลาง ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงต้องมีราคาที่สมเหตุสมผล โดยราคาที่เหมาะสมกับผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์บนฝาผนังวัดฟอกวง มีสัดส่วนสูงสุดอยู่ที่ 50-100 หยวน คิดเป็น 45.89% ประชากรที่สำรวจพบว่ามีรายได้ต่อเดือนค่อนข้างสูงและมีกำลังซื้ออยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นในอนาคต ราคาของผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวงจะเน้นที่ 50-100 หยวน ขณะเดียวกัน จะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงกว่าเพื่อตอบสนองความต้องการซื้อของคนกลุ่มต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้มาเรียนรู้เกี่ยวกับจิตรกรรม

ฝานั่งวัดฟอกวงและบูรณาการผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเข้าสู่ตลาด บูรณาการกับการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์ความชอบของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะซื้อเครื่องเขียนในสำนักงาน ผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์และของตกแต่งมากขึ้น ท่ามกลางผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง และสัดส่วนของทั้งสองคือ 71.53%, 52.78% และ 52.08% ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ประเภทนี้มีประโยชน์ใช้สอยมากกว่าและยังช่วยให้เข้าใจศิลปะจิตรกรรมฝาผนังของวัดฟอกวง ได้ง่ายขึ้นจากด้านข้าง นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความสวยงามและน่าสนใจของสาธารณชนผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและยังสามารถมีบทบาทในการตกแต่งและสวยงามอีกด้วย



ภาพที่ 3-17 ราคาที่คาดหวัง (Fan Jiale, 2023)



ภาพที่ 3-18 ประเภทสินค้าที่คาดหวัง (Fan Jiale, 2023)

เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคข้างต้น เราควรออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสะท้อนเนื้อหาและลักษณะของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง เพื่อเข้าใจลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง เปลี่ยนพระโพธิสัตว์ในภาพจิตรกรรมฝาผนังให้เป็นตัวละครที่น่าสนใจ แยกจิตรกรรมฝาผนังสีดั้งเดิมและผสมผสานความหมายแฝงของพระโพธิสัตว์ในการออกแบบภาพได้รับการพัฒนาและนำเสนอผ่านการออกแบบภาพ

สรุป

บทนี้จะสำรวจตลาดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ในปัจจุบันและอนาคตของจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง จากการวิจัยภาคสนามและการวิเคราะห์แบบสอบถาม สรุปตำแหน่งการออกแบบของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์สำหรับจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ของวัดฟอกวง ความสนใจและนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ควรพิจารณาถึงราคา รูปแบบ ฟังก์ชัน และปัจจัยอื่นๆ ของผลิตภัณฑ์ด้วย เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และในท้ายที่สุดจะกำหนดตำแหน่งการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์สำหรับพระโพธิสัตว์ในภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวง

บทที่ 4

การพัฒนาและการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลง

จากผลการทำแบบสอบถามผู้บริโภคและการลงพื้นที่ภาคสนาม ประกอบกับความความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยได้ถอดองค์ประกอบทางด้านรูปภาพ องค์ประกอบสี และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์กวนอิมวัดฝอกลง จากนั้นตัดแปลงเนื้อหาของจิตรกรรมฝาผนังและแก่นแท้ของวัฒนธรรมทางศาสนาให้กลายเป็นแหล่งที่มาของสัญลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยนำรูปทรง สีเส้นและองค์ประกอบของจิตรกรรมฝาผนังมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ตามความต้องการและความชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้บรรลุการบูรณาการวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์อย่างลงตัว เนื้อหาในบทนี้ประกอบด้วย

1. แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฝอกลง
2. การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฝอกลง
3. การประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฝอกลง
4. การประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จาก

จิตรกรรมฝาผนังวัดฝอกลง

แนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดฝอกลง

1. การวิเคราะห์และถอดองค์ประกอบจิตรกรรมฝาผนังรูปพระโพธิสัตว์วัดฝอกลงสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

1.1 การคัดเลือกและวิเคราะห์ภาพพระโพธิสัตว์

จากการศึกษารูปทรง ความหมาย และอัตลักษณ์ทางศิลปะของจิตรกรรมฝาผนังรูปพระโพธิสัตว์วัดฝอกลงจากการตีความจากมุมมองทางจิตวิญญาณของวัฒนธรรมพุทธศาสนาที่อยู่ในจิตรกรรมฝาผนัง และจากการวิเคราะห์แบบสอบถามพบว่า ผู้บริโภคต้องการหวังว่าจะมีการนำสีเส้นและภาพพระโพธิสัตว์มาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ดังนั้น การออกแบบนี้จึงมีการคัดเลือกองค์ประกอบจากภาพการเทศนาธรรมของพระอมิตาภะ ภาพกลุ่มพระโพธิสัตว์ และภาพใบหูก้าม้วน (ตารางที่ 4-1) มาใช้เป็นองค์ประกอบในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยมีการคัดเลือกภาพพระโพธิสัตว์ทั้ง 5 พระองค์เป็นองค์ประกอบในการออกแบบครั้งนี้

ตารางที่ 4-1 การคัดเลือกองค์ประกอบในการออกแบบ (Fan Jiale, 2024)

ชื่อภาพ	ภาพ	องค์ประกอบที่สามารถนำมาใช้ในการออกแบบ
ภาพการเทศนาธรรมของพระอมิตาภะ		ภาพพระโพธิสัตว์ สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม ลายเมฆมงคล
ภาพกลุ่มพระโพธิสัตว์		ภาพพระโพธิสัตว์ สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม
ภาพใบหูก้าม้วน		ลวดลายตกแต่ง รูปทรงของภาพ

ภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลงมีคุณค่าทางวัฒนธรรมทางพุทธศาสนาอย่างลึกซึ้ง จากการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายเกี่ยวกับวัฒนธรรมทางพุทธศาสนา ผู้วิจัยจึงได้คัดเลือกภาพพระโพธิสัตว์ 5 ตัวที่มีความหมายเฉพาะตัว พร้อมทั้งทำการวิเคราะห์เอกลักษณ์ทางศิลปะและคำสอนของพระโพธิสัตว์เหล่านี้ (ตารางที่ 4-2) ได้แก่ 1.พระอมิตาภพุทธเจ้า 2.พระโพธิสัตว์กวนอิม 3.พระมหาสถามปราปต์โพธิสัตว์ และ 4.ภาพพระโพธิสัตว์ถือดอกบัว 5. ภาพพระโพธิสัตว์ถือสัญลักษณ์หรือ ที่อยู่ภาพกลุ่มพระโพธิสัตว์

จากภาพการเทศนาของพระอมิตาภะ ฉากการเทศนาของพระอมิตาภะแสดงให้เห็นถึงจิตวิญญาณแห่งความเมตตาและภักดีในวัฒนธรรมชาวพุทธ เป็นการโปรดสัตว์ให้ได้เกิดใหม่และแสดงถึงความปรารถนาอันดีงามของผู้คนต่อความสุขในดินแดนอันบริสุทธิ์ ในบรรดาพระโพธิสัตว์ทั้งสามองค์ ได้แก่ พระอมิตาภพุทธเจ้า พระโพธิสัตว์กวนอิม และพระมหาสถามปราปต์โพธิสัตว์ ถือเป็นพระโพธิสัตว์ที่เป็นสัญลักษณ์ของการขอพร นอกจากนี้ยังเป็นนักบุญในดินแดนสุขาวดี ในประเทศจีนรูปของพระโพธิสัตว์เหล่านี้มักใช้กันอย่างแพร่หลายในเครื่องบูชาทางพุทธศาสนาและสิ่งของทางโลกต่าง ๆ

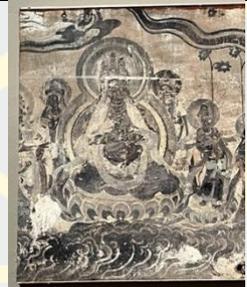
พระอมิตาภพุทธเจ้าได้สร้างดินแดนบริสุทธิ์ตะวันตก สำหรับ พระอมิตาภพุทธเจ้า คำว่า “อ” แปลว่า ไม่มีที่สิ้นสุด “มิ” หมายถึง ชีวิตนิรันดร์ “ตา” หมายถึง แสงสว่างอันยิ่งใหญ่ และ “พุทธเจ้า” หมายถึง การตรัสรู้อันยิ่งใหญ่ คำสอนของพระอมิตาภพุทธเจ้าคือการสวดพระนามของ พระพุทธเจ้าเพื่อการเกิดใหม่ มักใช้ในการอวยพร หมายถึง การอวยพรให้อีกฝ่ายมีอายุยืนยาว นอกจากนี้ พระอมิตาภพุทธเจ้ายังเป็นพระพุทธรูปประจำนักซ์ตรปีจ้อและปีกุนใน 12 นักซ์ตรจีนอีกด้วย (Gu Tingting, Xiong Jiangning, 2013)

พระโพธิสัตว์กวนอิมเป็นพระโพธิสัตว์ที่เป็นตัวแทนแห่งความเมตตาและปัญญาใน ศาสนาพุทธมหายาน พระองค์เป็นพระผู้มีเมตตา มีพลังวิเศษอันไร้ขีดจำกัด และสามารถปกป้องภัย พิบัติต่างๆ ได้ ในภาษาจีนคำว่า “กวนอิม” มีการออกเสียงเหมือนกับคำว่า “กวนยวีน แปลว่า การมี ชะตาได้รับบารการ” ดังนั้นผู้ชายส่วนใหญ่ในประเทศจีนจึงสวมใส่หรือห้อยรูปพระโพธิสัตว์กวนอิม เพื่อประกอบอาชีพและเลื่อนตำแหน่งทางการงาน (All Buddha Editorial Department, 2000)

พระมหาสถาปนปรมาบัติโพธิสัตว์เป็นสัญลักษณ์ของแสงสว่างและปัญญา ซึ่งช่วยให้ผู้ ศรัทธาสามารถเกิดสติปัญญา ทำให้สรรพสัตว์สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างราบรื่น มีโชคลาภ และ ปกป้องภัยพิบัติและสิ่งชั่วร้าย พระมหาสถาปนปรมาบัติโพธิสัตว์ยังเป็นพระพุทธรูปประจำนักซ์ตรปีมาใน 12 นักซ์ตรจีนอีกด้วย (https://baike.baidu.com/item/804688?fr=ge_ala)

ในภาพกลุ่มพระโพธิสัตว์ ผู้วิจัยมีการคัดเลือกภาพพระโพธิสัตว์ 2 องค์ที่ถือดอกบัวและ ถือสัญลักษณ์หรือไว้ในพระหัตถ์ ดอกบัวก็เป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ที่สำคัญของพุทธศาสนา เป็นตัวแทน ของอาณาจักรแห่งจิตวิญญาณอันศักดิ์สิทธิ์ และการหลุดพ้นจากทางโลก จิตวิญญาณของมนุษย์ สามารถเกิดใหม่ได้ผ่านทางดอกบัวและเข้าสู่ดินแดนสุขาวดี เป็นสัญลักษณ์ของความเป็นมงคลและ ความสงบสุขของชาวพุทธ สัญลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์มงคลของวัฒนธรรมจีนดั้งเดิม เป็นตัวแทน ของความโชคดีและความงาม ในประเทศจีนสมัยโบราณ หรือเป็นสัญลักษณ์ของอำนาจและสถานะอัน สูงส่ง และเป็นสัญลักษณ์ของสันติภาพ ความสำเร็จ และอาชีพการงานที่เจริญรุ่งเรืองอีกด้วย (<https://www.163.com/dy/article/IJ9I4LR1052182IJ.html>)

ตารางที่ 4-2 ลักษณะพระโพธิสัตว์ (Fan Jiale, 2024)

พระโพธิสัตว์	ภาพ	คำสอน	ความหมายแฝง
1. พระอมิตาภพุทธเจ้า		ท่องพระนามของ พระพุทธเจ้าเพื่อไปสู่ การเกิดใหม่ สู่การ บรรลุนิพพานอัน ใหญ่หลวง	ความสดใสสว่าง อายุยืนยาว ความหวัง และ ความสุข
2. พระโพธิสัตว์ กวนอิม		ความเมตตาอันยิ่งใหญ่ การปกป้องภัยพิบัติ	
3. พระมหาสถาม ปราปต์โพธิสัตว์		การเกิดปัญญาที่แจ่ม แจ้ง	ความราบรื่น ปกป้องสิ่งชั่วร้าย
4. พระโพธิสัตว์ถือ ดอกบัว		ความบริสุทธิ์ การหลุด พ้นจากทางโลก	ความเป็นสิริมง คง ความสันติสุข
5. พระโพธิสัตว์ถือ สัญลักษณ์หรรู้		ความโชคดี เป็นสิริ มงคล	การได้เลื่อนยศ เลื่อนตำแหน่ง ความอยู่เย็นเป็น สุข

2. การถอดองค์ประกอบรูปภาพและสวดลายจากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอ กว และการออกแบบใหม่

ผู้วิจัยทำการถอดองค์ประกอบทางภาพและความหมายจากภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอ กว และนำองค์ประกอบที่ได้มาทำให้มีความเรียบง่าย เพื่อนำไปสู่การค้นหาคำอธิบายองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอ กว

2.1 การถอดองค์ประกอบและการออกแบบภาพพระโพธิสัตว์

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอ กว ควรหลีกเลี่ยงการคัดลอกภาพและองค์ประกอบดั้งเดิมในการออกแบบ และเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการด้านสุนทรียศาสตร์ของกลุ่มวัยรุ่น ผู้วิจัยจึงมีใช้การออกแบบแนวการ์ตูนที่มีความสร้างสรรค์ในรูปแบบภายนอกขององค์ประกอบ โดยยังคงไว้ซึ่งความหมายทางวัฒนธรรมของชาวพุทธ สิ่งนี้จะเป็นการเชื่อมโยงทางอารมณ์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มวัยรุ่นและวัฒนธรรม

การออกแบบครั้งนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ในวัดฝอ กว เป็นหลัก โดยผู้วิจัยได้มีการนำคุณลักษณะพระพักตร์ (ใบหน้า) และอริยาบถของพระโพธิสัตว์ เช่น พระขนง (คิ้ว) และพระเนตร (ดวงตา) มาขยายให้ใหญ่ขึ้นในรูปแบบการ์ตูน ซึ่งคิดเป็น 1 ใน 3 ของสัดส่วนใบหน้า พระหนุ (คาง) ของพระโพธิสัตว์มีการปรับเปลี่ยนเป็นทรงสี่เหลี่ยมมน ใบหน้าก็ดูอ่อนเยาว์ พระกันต์ (หู) ขยายใหญ่ขึ้น เน้นให้ภาพลักษณ์ของพระโพธิสัตว์มีคิ้วและดวงตาที่เมตตา อีกทั้งลดขนาดและระยะห่างระหว่างพระนาสิก (จมูก) และ (พระโอษฐ์) ปาก ฐานที่นั่งรูปดอกบัวของพระโพธิสัตว์ พระรัศมี และสีสัน ถือเป็นการแสดงออกทางวัฒนธรรมของพระพุทธศาสนาแบบทีเบต ซึ่งยังคงสัดส่วนเดิมไว้ และสุดท้ายศีรษะและลำตัวของพระโพธิสัตว์มีการลดขนาดให้เหลืออัตราส่วน 1:1 เพื่อให้ตัวละครที่ออกแบบมีความน่ารัก (ตารางที่ 4-4) โดยกระบวนการมีดังนี้ ขั้นแรก วาดลายเส้นของภาพพระโพธิสัตว์ออกมาก่อน แล้วนำมาออกแบบเป็นภาพร่าง 2 แบบ ภาพร่างแบบที่ 1 ไม่ได้รักษาคุณลักษณะของภาพจิตรกรรมฝาผนังต้นฉบับไว้มากนัก โดยส่วนใหญ่จะใช้เทคนิคการทำให้เป็นการ์ตูนเพื่อเปลี่ยนรูปลักษณ์ของตัวละครให้กลายเป็นรูปทรงที่น่าสนใจและน่ารัก ลดองค์ประกอบต่างๆ และทำให้ตัวละครมีรูปแบบทางศิลปะใหม่ๆ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการออกแบบเป็นการนำภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอ กว มาทำการออกแบบ ดังนั้นการออกแบบเชิงการ์ตูนจึงควรสะท้อนถึงคุณลักษณะของภาพของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอ กว ด้วย ตัวละครควรมีความสมจริงในรูปแบบการออกแบบการ์ตูน ในขณะที่เดียวกันก็เพิ่มการออกแบบที่เป็นนามธรรมเข้าไปในภาพร่างแบบที่ 2 ได้เป็นภาพร่างพระโพธิสัตว์ทั้ง 5 ภาพ

ตารางที่ 4-3 อัตลักษณ์ของพระโพธิสัตว์ที่นำไปใช้ในการออกแบบ (Fan Jiale, 2024)

พระโพธิสัตว์	ภาพ	อัตลักษณ์			สัดส่วน	
1.พระอมิตาภ พุทธเจ้า		ความเหมือน	ความแตกต่าง			1:1
		ใบหน้า: 1.ตาวาว คิ้ว บาง จมูกโด่ง และใบหน้าที่ เมตตา	ทรงผม โค้งม้วน	มือ ท่า เทศนา ธรรม	เครื่อง แต่งกาย ห่มจีวร ครึ่งตัว	
2.พระโพธิสัตว์ กวนอิม		2.ตั้งหูทั้งสอง ข้าง ห้อยลง มายังไหล่ ท่าทาง: นั่งท่า	มวยผม ยกสูง ทรง มงกุฏ	ท่า พนม มือ	ห่มจีวร เต็มตัว	1:1
3.พระมหาสกลาม ปราปต์โพธิสัตว์		ขัดสมาธิบน ฐานดอกบัว	มวยผม ยกสูง ทรง ดอกบัว	ท่า มุทรา	ห่มจีวร เต็มตัว	1:1
4.พระโพธิสัตว์ ถือดอกบัว		ใบหน้า	มือ	รัศมี		1:1
			ถือดอกบัว	สีเขียว		
5.พระโพธิสัตว์ ถือสัญลักษณ์ หุรูอิ			ถือสัญลักษณ์ หุรูอิ	สีเหลือง		1:1

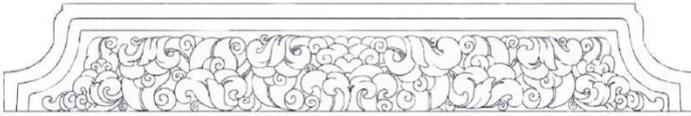
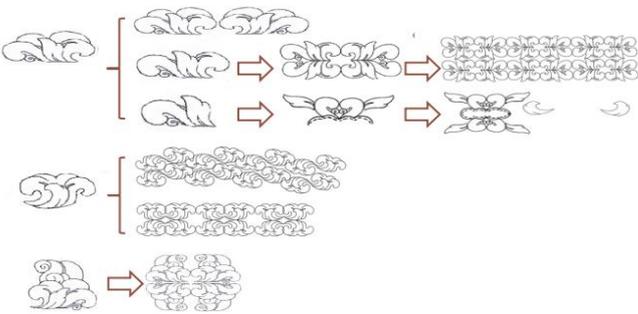
ตารางที่ 4-4 ภาพร่างการออกแบบพระโพธิสัตว์ (Fan Jiale, 2024)

พระโพธิสัตว์	ภาพร่างครั้งที่ 1	ภาพร่างครั้งที่ 2	ภาพร่างฉบับสมบูรณ์
1.พระอมิตาภพุทธเจ้า			
2.พระโพธิสัตว์กวนอิม			
3.พระมหาสถามปราปต์โพธิสัตว์			
4.พระโพธิสัตว์ถือดอกบัว			
5.พระโพธิสัตว์ถือสัญลักษณ์หรรู้			

2.2 การถอดองค์ประกอบในการตกแต่ง

ลวดลายพื้นหลังใช้องค์ประกอบจากภาพใบหญ้าม้วนซึ่งเป็นหนึ่งในจิตรกรรมฝาผนัง วัดฟอกวง ลวดลายหญ้าม้วนเป็นสัญลักษณ์ของความนิรันดรของวัฒนธรรมชาวพุทธและแสดงถึงความมีชีวิตชีวาอันไม่มีที่สิ้นสุด หลังจากการศึกษาและวิเคราะห์ภาพลวดลายหญ้าม้วน มีการสรุปคุณลักษณะและความหมายแฝงทางวัฒนธรรมของลวดลายหญ้าม้วน แล้วนำไปสู่การลดความซับซ้อนและสร้างสรรค์ใหม่โดยยังคงรักษาสาระสำคัญเอาไว้ อีกทั้งมีการจัดเรียงสีที่มีความสอดคล้องกันใหม่เพื่อให้ลวดลายสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และช่วยให้สามารถแสดงความหมายแฝงทางวัฒนธรรมออกมาในรูปแบบที่สร้างสรรค์มากขึ้น (ตารางที่ 4-5)

ตารางที่ 4-5 การถอดองค์ประกอบลวดลายหญ้าม้วน (Fan Jiale, 2024)

ภาพใบหญ้าม้วน	
ภาพต้นฉบับ	
ภาพวาดลายเส้น	
ภาพที่มีการลงสี	
ลวดลายที่สามารถนำไปใช้ได้	
ลวดลายที่ออกแบบใหม่	

การปฏิบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระ โพธิสัตว์วัดฟอกวง

ผู้วิจัยมีการนำองค์ประกอบที่ได้จากการถอดองค์ประกอบและออกแบบใหม่ข้างต้นไปใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ และสำหรับประเภทและการใช้งานของผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาในหลายระดับ เพื่อออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์ออกมาในหลากหลายมิติ

1. ภาพร่างผลงานสองมิติจากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง

ในการถอดองค์ประกอบต่างๆ จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง ผู้วิจัยใช้วิธีการต่างๆ เช่น การรีดีไซน์โครงสร้างและการปรับโครงสร้างใหม่ ความต่อเนื่องแบบสองทิศทาง และการจัดองค์ประกอบแนวทแยง เพื่อผสมผสานองค์ประกอบเข้าด้วยกันใหม่ให้กลายเป็นรูปแบบใหม่ ทำให้ภาพรวมมีความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ ในการออกแบบภาพสองมิติของผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ มีการผสมผสานภาพพระโพธิสัตว์เข้ากับองค์ประกอบทางวัฒนธรรมทางพุทธศาสนา เช่น องค์ประกอบของลวดลายหม้อม้วนและลายเมฆมงคล เพื่อมอบประสบการณ์การมองเห็นที่สมดุลและมั่นคงแก่ผู้ชม และทำให้ภาพพระโพธิสัตว์ที่อยู่ตรงกลางภาพโดดเด่น (ตารางที่ 4-6)

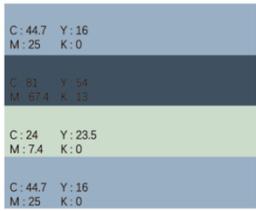
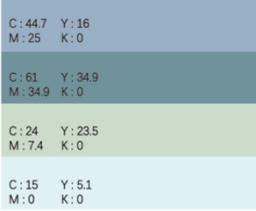
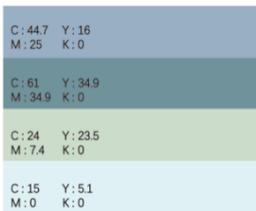
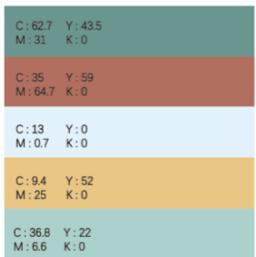
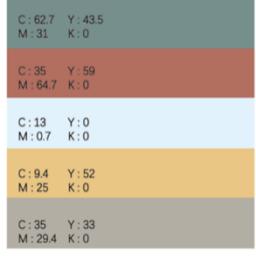
ตารางที่ 4-6 ภาพร่างผลงานสองมิติ (Fan Jiale, 2024)

พระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้นพื้นหลัง	ภาพลายเส้นพระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้นฉบับสมบูรณ์
1.พระอมิตาภพุทธเจ้า			
2.พระโพธิสัตว์กวนอิม			

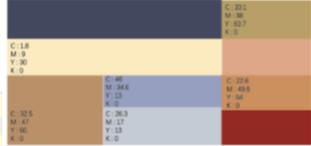
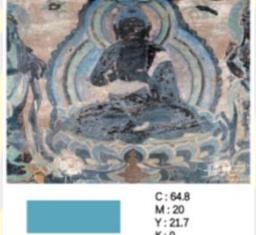
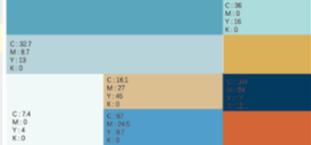
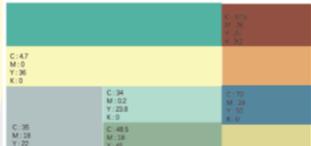
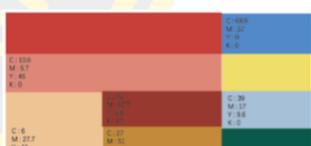
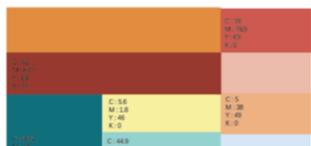
พระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้นพื้นหลัง	ภาพลายเส้นพระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้นฉบับสมบูรณ์
3.พระมหาสถามปราปต์โพธิสัตว์			
4.พระโพธิสัตว์ถือดอกบัว			
5.พระโพธิสัตว์ถือสัญลักษณ์หุรี			

2. การออกแบบระบบสีผลงานสองมิติจากภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดผอวง
 สีสามารถทำให้ผู้คนเกิดความรู้สึกได้อย่างตรงไปตรงมามากที่สุด สีที่ต่างกันมีความหมายที่
 แตกต่างกันและแสดงอารมณ์ที่แตกต่างกัน จากการสำรวจแบบสอบถาม สิ่งที่ผู้บริโภครอคาดหวังมากให้
 เกิดการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดในภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดผอวงคือ สี ตามด้วยตัวอักษร
 ตัวอย่างเช่น พระโพธิสัตว์ทั้ง 5 ที่ได้รับการออกแบบจะใช้ระบบสีของจิตรกรรมฝาผนังดั้งเดิมของวัดผ
 อวง (ตารางที่ 4-8) วิธีการนี้จะสามารถรักษาและคงไว้ซึ่งสีที่ใช้ในจิตรกรรมฝาผนังจากสมัยราชวงศ์
 ถังและโตนสีโดยรวมของพระโพธิสัตว์ก็จะเป็นโทนเดียวกัน ในการออกแบบ สีหลักของพระโพธิสัตว์
 กวนอิมและพระมหาสถามปราปต์โพธิสัตว์คือสีน้ำเงินและสีเขียวที่เป็นสีจากพระรัศมีที่อยู่ในภาพการ
 เทศนาธรรมของพระอมิตาภพุทธเจ้า และนอกจากสีหลักที่ใช้ในการออกแบบโดยรวมแล้ว สีอื่นๆ ก็
 ยังคงเป็นสีโทนเดียวกับสีหลัก และสีของส่วนประกอบเล็กๆ น้อยๆ ก็มาจากการจับสีที่คู่กับสีหลัก
 ตัวอย่างเช่น สีคู่ตรงข้ามของสีน้ำเงินคือสีส้ม และสีคู่ตรงข้ามของสีแดงคือสีเขียว ด้วยวิธีนี้จะคงความ
 เป็นเอกภาพของโทนสีไว้โดยไม่สูญเสียความหลากหลายของสี ซึ่งตอบสนองความต้องการของ
 ผู้บริโภคสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีสีสัน (ตารางที่ 4-7)

ตารางที่ 4-7 การใช้สีของพระโพธิสัตว์ (Fan Jiale, 2024)

พระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้น	แหล่งที่มาของสี	ระบบสี
1. พระอมิตาภ พุทธเจ้า			 <p>C: 44.7 Y: 16 M: 25 K: 0</p> <p>C: 61 Y: 54 M: 67.4 K: 13</p> <p>C: 24 Y: 23.5 M: 7.4 K: 0</p> <p>C: 44.7 Y: 16 M: 25 K: 0</p>
2. พระโพธิสัตว์ กวนอิม			 <p>C: 44.7 Y: 16 M: 25 K: 0</p> <p>C: 61 Y: 34.9 M: 34.9 K: 0</p> <p>C: 24 Y: 23.5 M: 7.4 K: 0</p> <p>C: 15 Y: 51 M: 0 K: 0</p>
3. พระมหาสถาม ปรารถโพธิสัตว์			 <p>C: 44.7 Y: 16 M: 25 K: 0</p> <p>C: 61 Y: 34.9 M: 34.9 K: 0</p> <p>C: 24 Y: 23.5 M: 7.4 K: 0</p> <p>C: 15 Y: 51 M: 0 K: 0</p>
4. พระโพธิสัตว์ถือ ดอกบัว			 <p>C: 62.7 Y: 43.5 M: 31 K: 0</p> <p>C: 35 Y: 59 M: 64.7 K: 0</p> <p>C: 13 Y: 0 M: 0.7 K: 0</p> <p>C: 9.4 Y: 52 M: 25 K: 0</p> <p>C: 36.8 Y: 22 M: 6.6 K: 0</p>
5. พระโพธิสัตว์ถือ สัญลักษณ์หรรู้			 <p>C: 62.7 Y: 43.5 M: 31 K: 0</p> <p>C: 35 Y: 59 M: 64.7 K: 0</p> <p>C: 13 Y: 0 M: 0.7 K: 0</p> <p>C: 9.4 Y: 52 M: 25 K: 0</p> <p>C: 35 Y: 33 M: 29.4 K: 0</p>

ตารางที่ 4-8 การใช้สีของผลงานสองมิติ (Fan Jiale, 2024)

พระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้น	ที่มาของสีและสีหลักที่ใช้	ระบบสี
1. พระอมิตาภ พุทธเจ้า			
2. พระโพธิสัตว์ กวนอิม			
3. พระมหาสถาม ปราบต์โพธิสัตว์			
4. พระโพธิสัตว์ ถือนดอกบัว			
5. พระโพธิสัตว์ ถือนสัญลักษณ์ หรรษา			

3. การออกแบบผลงานสองมิติจากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอวงฉบับ

สมบูรณ์

ผู้วิจัยใช้วิธีการออกแบบองค์ประกอบภาพนำภาพที่ออกแบบทั้งหมดมาบูรณาการเข้าด้วยกันทั้งลายเส้นและสีเส้นเพื่อให้ได้ผลงานการออกแบบที่มีความเป็นหนึ่งเดียวกัน โดยนำภาพร่างลายเส้นรูปพระโพธิสัตว์ทั้ง 5 องค์มาบูรณาการเข้ากับระบบสีที่การถอดออกมา ดังแสดงในตารางที่ 4-9

ตารางที่ 4-9 ภาพผลงานสองมิติฉบับสมบูรณ์ (Fan Jiale, 2024)

พระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้น	ภาพที่มีการลงสี	
1. พระอมิตาภพุทธเจ้า	ภาพพระโพธิสัตว์		
	ภาพพื้นหลัง		
2. พระโพธิสัตว์กวนอิม	ภาพพระโพธิสัตว์		
	ภาพพื้นหลัง		

พระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้น		ภาพที่มีการลงสี
3.พระมหาสถามปราปต์โพธิสัตว์	ภาพพระโพธิสัตว์		
	ภาพพื้นหลัง		
4.พระโพธิสัตว์ถือดอกบัว	ภาพพระโพธิสัตว์		
	ภาพพื้นหลัง		
5.พระโพธิสัตว์ถือสัญลักษณ์หรรู้	ภาพพระโพธิสัตว์		

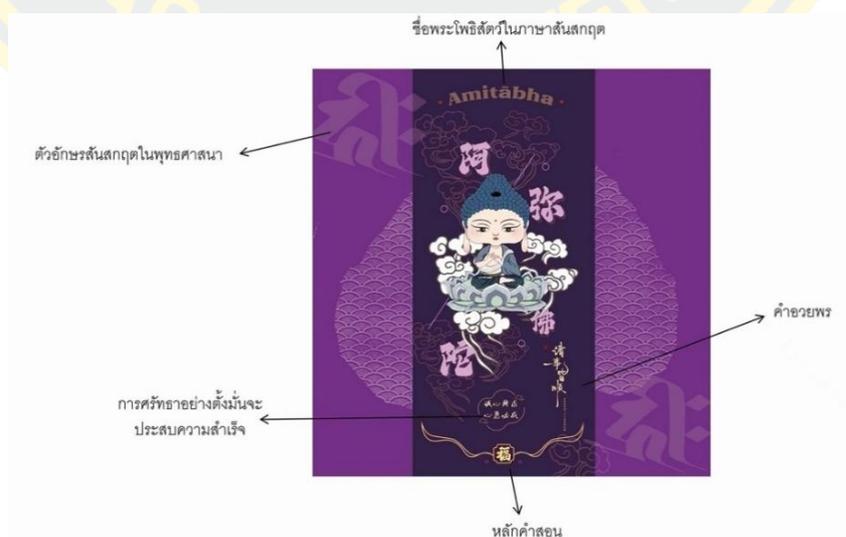
พระโพธิสัตว์	ภาพลายเส้น	ภาพที่มีการลงสี
	ภาพพื้นหลัง 	

4. การพัฒนาต่อยอดผลงานสองมิติจากภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลง

ผู้วิจัยได้ผสมผสานภาพพระโพธิสัตว์และองค์ประกอบการตกแต่งจากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลงและคำสอนของพระโพธิสัตว์ เพื่อออกแบบการออกแบบให้ตรงกับความปรารถนาของกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่ที่ต้องการรับพรผ่านวัฒนธรรมทางพุทธศาสนาและความหมายของพระโพธิสัตว์

4.1 ชุดภาพสองมิติ

ยกตัวอย่างผลงานที่เป็นภาพพระอมิตาภพุทธเจ้า (ภาพที่ 4-1) ผู้วิจัยมีการนำภาษาสันสกฤต ตัวอักษรคำสอน มาผสมผสานเข้ากับการออกแบบภาพ และเลือกสีจากระบบสีเดียวกันกับสีการออกแบบสองมิติข้างต้น โดยคำสอนของพระอมิตาภพุทธเจ้าคือ การขอพรพระพุทธรูปเพื่อให้เกิดใหม่ ซึ่งหมายถึง การพร โดยพระโพธิสัตว์กวนอิมเป็นสัญลักษณ์ของความเมตตา พระมหาสถามปราปต์โพธิสัตว์คือปัญญา ดอกบัวคือความสมหวัง หรือคือ ความราบรื่น ซึ่งผู้วิจัยถ่ายทอดความปรารถนาเรื่องขอพรของผู้ซื้อผ่านลวดลายที่ปรากฏในภาพ (ภาพที่ 4-2)



ภาพที่ 4-1 องค์ประกอบที่อยู่ในภาพผลงาน (Fan Jiale, 2023)



ภาพที่ 4-2 ผลงานชุดภาพสองมิติ (Fan Jiale, 2023)

4.2 ชุดใบโพธิ์



ภาพที่ 4-3 ผลงานชุดใบโพธิ์ (Fan Jiale, 2023)

การประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

ในกระบวนการปฏิบัติการออกแบบ ผู้วิจัยใช้วิธีการแสดงออกของการออกแบบเพื่อนำเสนอข้อมูลที่จะถ่ายทอดอย่างถูกต้องผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ พร้อมกับการคำนึงถึงความต้องการของตลาด จากนั้นคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดในการออกแบบเพื่อนำเสนอให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลง จากการวิเคราะห์และสรุปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลงสรุปได้ว่า ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อประเภทของผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ เครื่องใช้สำนักงาน ของใช้ในชีวิตประจำวัน และงานฝีมือ

ตกแต่ง ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ใช้งานได้จริง ผลิตง่าย มีต้นทุนการผลิตต่ำ สอดคล้องกับช่วงราคาของผู้บริโภค
ยอมรับ และสามารถปรับปรุงคุณภาพชีวิตในทุกรายละเอียดได้เป็นอย่างดี

1. เครื่องใช้สำนักงาน

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วิวัฒปกองประเภท
เครื่องใช้สำนักงาน ซึ่งสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ (ตารางที่ 4-10)

ตารางที่ 4-10 ผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องใช้สำนักงาน (Fan Jiale, 2024)

ประเภทของผลิตภัณฑ์		ภาพผลิตภัณฑ์
เครื่องใช้ สำนักงาน	จิกซอ	
	แสตมป์	
	สติ๊กเกอร์	
	การ์ด	

ประเภทของผลิตภัณฑ์		ภาพผลิตภัณฑ์
	กระเป๋า ดินสอ	

2. ของใช้ในชีวิตประจำวัน

ของใช้ในชีวิตประจำวันครอบคลุมทุกด้านของชีวิตประจำวัน เป็นการดัดแปลงประโยชน์ทางการใช้งานของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ให้มีความสร้างสรรค์มากขึ้น ทำให้วัฒนธรรมปรากฏในชีวิตประจำวันของผู้คน เช่น กระเป๋าผ้าใบ ผ้าพันคอ และการออกแบบอื่น ๆ ดังแสดงในตารางที่ 4-11

ตารางที่ 4-11 ผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน (Fan Jiale, 2024)

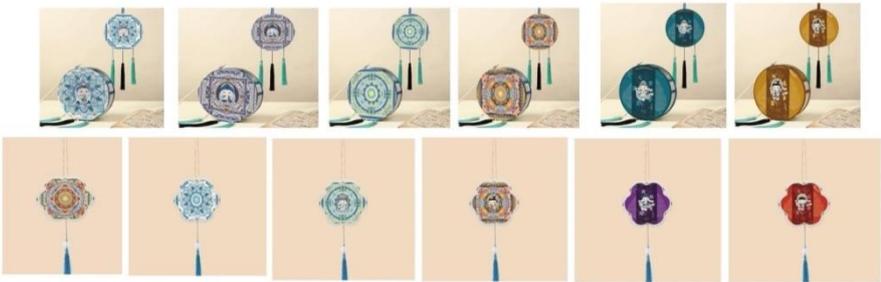
ประเภทของผลิตภัณฑ์		ภาพผลิตภัณฑ์
ของใช้ใน ชีวิต ประจำ วัน	หมอน	
	กระเป๋า ผ้า	

ประเภทของ ผลิตภัณฑ์	ภาพผลิตภัณฑ์
ถุงหอม	
ผ้าพันคอ	
กล่อง ของขวัญ	
ผ้าปิดตา	
ยางรัดผม	
เคส โทรศัพท์	

3. งานฝีมือตกแต่ง

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ประเภทงานฝีมือสำหรับการประดับตกแต่ง ซึ่งสามารถ
ใช้ได้ทั้งในทางการใช้งานจริงและการตกแต่ง (ตารางที่ 4-12)

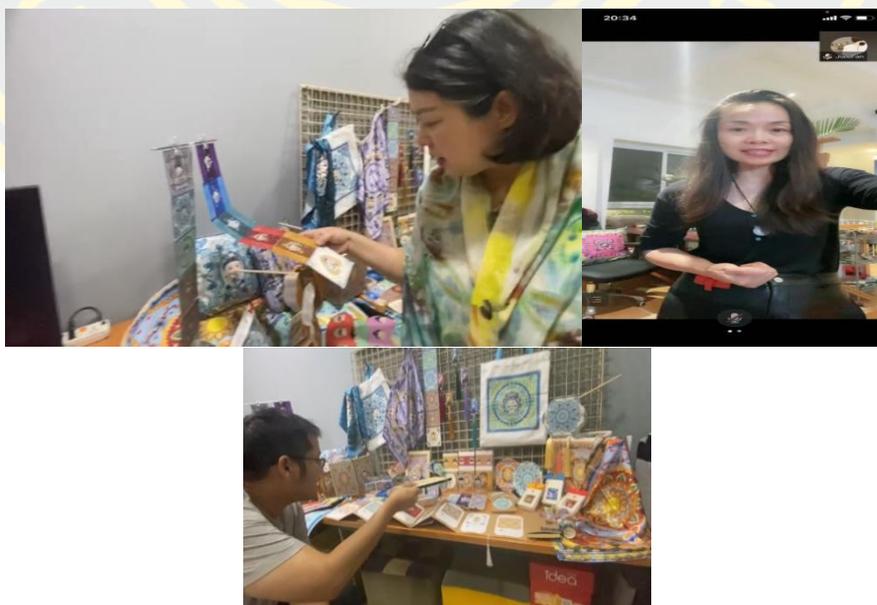
ตารางที่ 4-12 ผลิตภัณฑ์ประเภทงานฝีมือสำหรับการประดับตกแต่ง (Fan Jiale, 2024)

ประเภทของผลิตภัณฑ์		ภาพผลิตภัณฑ์
งานฝีมือสำหรับการประดับตกแต่ง	ของตั้ง	
	โคมไฟ	
	พัด	
	นาฬิกา	
จาน		

การประเมินความพึงพอใจต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จาก จิตรกรรมฝาผนังวัดฟอกวาง

1. การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

ผลิตภัณฑ์ของการศึกษาครั้งนี้ทำออกมาได้ดี มีการใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ดิจิทัลที่หลากหลาย สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของพุทธศาสนาแบบทิเบต ลวดลาย สี สัน และการจัดองค์ประกอบภาพแบบสมมาตรของผลิตภัณฑ์ทำออกมาได้ดี การดัดแปลงภาพพระโพธิสัตว์ให้มีความน่ารักทำให้เป็นที่ชื่นชอบของกลุ่มวัยรุ่น ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมามีความน่ารักและสอดคล้องกับสุนทรียภาพของกลุ่มวัยรุ่นสามารถประยุกต์ลวดลายต่าง ๆ กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี คุณภาพของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ก็ดีเหมือนกัน แต่หวังว่าจะสามารถต่อยอดและพัฒนาในอนาคตต่อไป ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถใช้เป็นของขวัญและของที่ระลึกได้ สามารถอธิบายด้านการเลือกใช้วัสดุและความหมายเชิงศิลปะเพิ่มเติม และสามารถลงใช้วัสดุที่มีพื้นผิวที่แตกต่างกันจะทำให้ผลิตภัณฑ์น่าสนใจยิ่งขึ้น ด้วยการใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมดั้งเดิมและบูรณาการวิธีการทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ เราสามารถมอบประสบการณ์ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ที่หลากหลายมากขึ้น แก่นักท่องเที่ยวและเพิ่มความน่าดึงดูดของสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างไรก็ตามนอกเหนือจากรูปลักษณ์ที่สวยงามของผลิตภัณฑ์แล้วควรเพิ่มการออกแบบข้อความบางอย่างลงในลวดลายเพื่อทำความเข้าใจวัฒนธรรมดั้งเดิมที่มีอยู่ในจิตรกรรมฝาผนังให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น



ภาพที่ 4-4 ภาพการประเมินผลงานจากผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย ผศ.ดร.ภาณุ ตรียเวช , ดร.มียอง ขอ และ ศาสตราจารย์ ดร. jinmei

2. การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย

2.1 เพศชาย

1) ผู้ให้สัมภาษณ์คิดว่าผลิตภัณฑ์นี้มีความเป็นนวัตกรรมใหม่ ประเภทของผลิตภัณฑ์ง่ายต่อการพกพา และราคาผลิตภัณฑ์ก็อยู่ในช่วงที่เหมาะสม กลุ่หอมและโปสการ์ดคือสิ่งที่ชอบที่สุด การออกแบบผลิตภัณฑ์มีรูปแบบการดูและมีความประณีต รูปแบบของผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับประเภทที่กลุ่มวัยรุ่นชื่นชอบ และหวังว่าจะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีการโต้ตอบกับนักท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์ทำมือกิ่งสำเร็จรูป เพื่อเพิ่มประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

2) ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่มีนวัตกรรมมากเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ประเภทดั้งเดิม และการใช้ผลิตภัณฑ์นี้เป็นประจำในชีวิตประจำวันทำให้ฉันมีความพึงพอใจทางอารมณ์ในการเสริมสร้างความสุขในชีวิตและความพึงพอใจในองค์ประกอบการออกแบบในระดับสูง แต่ผมคิดว่าเราควรจัดแสดงผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบเรียบง่ายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของผู้บริโภค



ภาพที่ 4-5 การสัมภาษณ์ (เนื่องจากการเจรจากับผู้ให้สัมภาษณ์ มี 1 ท่านขออนุญาตไม่แสดงหน้าในการสัมภาษณ์)

2.1 เพศหญิง

2.1 ผู้ให้สัมภาษณ์ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยออกแบบมากกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาด เนื่องจากตอบสนองความต้องการของกลุ่มวัยรุ่นยุคใหม่ การออกแบบโดยรวมของผลงานครั้งนี้ไม่มีความเป็นมุมเป็นเหลี่ยมและตรงกับภาพลักษณ์ของความน่ารัก ราคาโดยรวมสอดคล้องกับความคาดหวัง ผู้ให้สัมภาษณ์จะซื้อโคมไฟอย่างแน่นอนเนื่องจากชื่นชอบอย่างมาก นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มสิ่งของจำเป็นในชีวิตประจำวัน เช่น ตะเกียบ ช้อน แล้วรวมเข้าเป็นชุดผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์

2.2 ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์

ทำให้ฉันได้รับประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่ไม่เหมือนใครผลิตภัณฑ์นี้ไม่เพียงแต่สวยงามแต่ยังมีประโยชน์ใช้สอยอีกด้วยด้วยหวังว่าจะสามารถปรับปรุงตัวเลือกการโต้ตอบและการปรับเปลี่ยนในแบบของคุณของผลิตภัณฑ์ได้ และเพิ่มเทคโนโลยี AR, มินิโปรแกรมออนไลน์ ฯลฯ



ภาพที่ 4-6 การสัมภาษณ์ (Fan Jiale, 2024)

3. นักเรียนชาวไทย

1) ผู้ทำการประเมินชื่นชอบผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมากและต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านี้พึงพอใจกับสีและการออกแบบ สีสันทมีความสอดคล้องกับภาพในวัดฝอกงอย่างมาก ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงภาพบุคคลเท่านั้นเท่านั้น แต่ยังมีการดึงสีสันทที่แท้จริงออกมาจากภาพจิตรกรรมฝาผนังอีกด้วย .

2) ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในครั้งนี้มีความคิดสร้างสรรค์มาก และสีสันของผลิตภัณฑ์ก็เข้มข้นและสดใสเมื่อซื้อฉันสนใจรูปลักษณ์และวัฒนธรรมสินค้าเหล่านี้สร้างสรรค์และเหมาะสำหรับเป็นของขวัญจากวัด



ภาพที่ 4-7 การสัมภาษณ์ (Fan Jiale, 2024)



ภาพที่ 4-8 ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (Fan Jiale, 2024)



ภาพที่ 4-9 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด (Fan Jiale, 2024)

สรุป

บทนี้มีการวิเคราะห์แนวความคิดการออกแบบ อัตลักษณ์ทางศิลปะ และองค์ประกอบเพื่อนำไปสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลง โดยได้มีการดำเนินการออกแบบภาพพระโพธิสัตว์และการออกแบบภาพพื้นหลัง ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฝอกลงจะต้องคำนึงถึงความรู้ทางศาสนาและเน้นไปที่การใช้งานได้จริงของผลิตภัณฑ์ วิธีการนี้จะทำให้เกิดการสืบทอดและพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิมของภาพพระโพธิสัตว์วัดฝอกลงได้ในระหว่างที่มีการใช้ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งทำให้เกิดกลไกของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมวัดฝอกลงอย่างสมบูรณ์ และส่งเสริมวัฒนธรรมการท่องเที่ยวท้องถิ่นของวัดฝอกลง

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

1. จากการวิเคราะห์วรรณกรรมเกี่ยวกับจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์และการรวบรวมภาพจิตรกรรมฝาผนัง ผู้วิจัยได้คัดเลือก “ภาพการเทศนาธรรมของพระอมิตาภะ” “ภาพกลุ่มพระโพธิสัตว์” “ภาพใบหญ้าม่วง” มาทำการวิเคราะห์เพื่อให้ได้เอกลักษณ์ทางศิลปะภาพจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกวง ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า การจัดองค์ประกอบภาพการใช้สีมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ภาพส่วนใหญ่มีการใช้สีเขียวเป็นหลัก ลายเส้นมีความพลิ้วไหลและสง่างาม

2. การลงพื้นที่ภาคสนามที่วัดฟอกวง พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจีน และพิพิธภัณฑสถานชิงหว่า โดยมีการถ่ายภาพและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวบางส่วน และจัดทำแบบสอบถามออนไลน์และออฟไลน์สำหรับเยาวชนอายุ 18-25 ปี กลุ่มวัยรุ่นช่วงอายุ 18-25 ปีเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอกวง โดยผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์มากกว่าผู้ชาย ผลิตภัณฑ์ของวัดฟอกวงควรมีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และใช้งานได้จริง สิ่งที่คาดหวังมากที่สุดก็คือผลิตภัณฑ์ของวัดฟอกวงจะมีการออกแบบที่น่ารักโดยเน้นไปที่การเปลี่ยนสีและการเลือกภาพในการออกแบบ ช่วงราคาผลิตภัณฑ์ที่ยอมรับได้คือ 50-100 หยวน และประเภทของผลิตภัณฑ์ที่มีความคาดหวังสูงสุด ได้แก่ เครื่องใช้สำนักงาน การตกแต่ง และของใช้ในชีวิตประจำวัน

3. การออกแบบผลิตภัณฑ์ใช้คุณลักษณะของรูปแบบการ์ตูนที่น่าสนใจและมีความสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบของการออกแบบ ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยวัฒนธรรม นวัตกรรม และศิลปะ ทำให้ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ได้รับการออกแบบมีความเป็นวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และใช้งานได้จริง ซึ่งการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดนี้เลือกพระโพธิสัตว์ทั้งหมด 5 พระองค์มาเป็นต้นแบบในการออกแบบ โดยทำการถอดองค์ประกอบทางรูปทรงของพระหัตถ์และเครื่องประดับพระเศียรของพระโพธิสัตว์แต่ละองค์ มีการขยายคิ้ว ดวงตา และหูของพระโพธิสัตว์ในภาพ มีการทำให้ใบหน้ามีทรงกลมและมีลักษณะที่น่ารัก ซึ่งคุณลักษณะเหล่านี้คือลักษณะเฉพาะของตัวละคร พระที่นั่งรูปดอกบัวของพระโพธิสัตว์ทั้ง 5 องค์ รัศมีด้านหลัง และสีสันอันเป็นเอกลักษณ์ของพระโพธิสัตว์แต่ละองค์ยังคงรักษาไว้ตามสัดส่วนดั้งเดิม ลักษณะเหล่านี้แสดงถึงวัฒนธรรมทางพุทธศาสนาแบบทิเบตของพระโพธิสัตว์ สำหรับลวดลายตกแต่งมีการนำเอารูปทรงของเมฆมงคล ดอกบัว และหญ้า

ม้วนในภาพฝาผนังมาทำการถอดองค์ประกอบ และประกอบเข้าด้วยกันใหม่บนพื้นฐานตามแบบฉบับดั้งเดิม

การอภิปรายผลการวิจัย

1. สรุปความคิดเห็นจากการสัมภาษณ์

1.1 สรุปความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบในครั้งนี้ตรงตามวัตถุประสงค์การวิจัย และบรรลุถึงรูปแบบการออกแบบแนวการ์ตูนที่กลุ่มวัยรุ่นอายุ 18-25 ปีชื่นชอบ มีการออกแบบองค์ประกอบในภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดฟอกวงขึ้นใหม่ สีเส้นและองค์ประกอบของลวดลายก็มีความสวยงามทางรูปแบบ พระโพธิสัตว์มีลักษณะแตกต่างกันและออกแบบได้น่ารัก นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่หลากหลายมากขึ้น ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดที่ดี ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นก็มีคุณภาพดี ใช้งานได้จริง และมีความสวยงาม ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความชื่นชอบต่ออจิตรกรรมฝาผนังของวัดฟอกวงเพิ่มมากขึ้น แต่จำเป็นต้องพิจารณาเรื่องการบูรณาการวัสดุและวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม ความเป็นวัฒนธรรมที่มีอยู่ในผลิตภัณฑ์ไม่เพียงแต่ต้องอาศัยรูปภาพในการแสดงออกเท่านั้น แต่สามารถผสมผสานคำอธิบายทางตัวอักษรและคำอธิบายทางประวัติศาสตร์เข้ากับผลิตภัณฑ์ได้ และผลิตภัณฑ์ก็สามารถพัฒนาเพิ่มเติมต่อไปได้

1.2 ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย

การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ในงานวิจัยนี้มีความหลากหลายมากกว่า ผลิตภัณฑ์ของวัดฟอกวงก่อนหน้านี้ องค์ประกอบการออกแบบมีคุณค่าทางวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์มีรูปลักษณ์และการออกแบบสีเหมือนการ์ตูนซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของผู้คน ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีเยี่ยมและราคาสมเหตุสมผล ผลิตภัณฑ์ยังสามารถเพิ่มงานฝีมือกิ่งสำเร็จรูปบางอย่างลงไปได้ และสามารถเพิ่มเทคโนโลยี AR เพื่อยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวได้

2. การอภิปรายแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบเชิงการ์ตูน

ในการออกแบบพระโพธิสัตว์มีการสกัดหลักคำสอนทางวัฒนธรรมที่ซ่อนอยู่ในพระโพธิสัตว์ออกมาอย่างเรียบง่าย มีการสรุปและรวบรวมความหมายเฉพาะของพระโพธิสัตว์แต่ละองค์ แล้วเปลี่ยนลักษณะภายนอกของพระโพธิสัตว์ให้กลายเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งปรับรูปลักษณ์ให้ดูน่ารักและน่าสนใจ ในการออกแบบสีมีการใช้การผสมสีที่มีสีเดียวกันและสีคู่ตรงข้ามเพื่อสร้างความสมดุลของสีโทนเย็นและสีโทนร้อน เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ผู้ชม โดยยังคงรักษาลักษณะเฉพาะของพระโพธิสัตว์แต่ละองค์ให้อยู่ในสไตล์เหมือนจริง ขณะเดียวกันก็ทำให้ภาพมีการ

เปลี่ยนรูปและนามธรรมมากขึ้น โดยกำหนดอัตราส่วนร่างกายและสีระของพระโพธิสัตว์เป็น 1:1 และย่อส่วนของเครื่องแต่งกายให้มีขนาดเล็กกลง เพื่อแสดงบุคลิกภาพและความหมายทางวัฒนธรรมของพระโพธิสัตว์อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ มีการถอดลักษณะเฉพาะของพระโพธิสัตว์จากจิตรกรรมฝาผนังแต่ละองค์ออกมา นำองค์ประกอบแต่ละแบบมาผสมผสานเข้ากับสีเส้นสดใสซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่คนหนุ่มสาวในปัจจุบัน จากนั้นนำคุณลักษณะของพระโพธิสัตว์ที่ถอดออกมาผสมผสานเข้ากับการออกแบบผลิตภัณฑ์ ก้าวข้ามการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบเดิม ๆ ขยายประเภทของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ สร้างนวัตกรรมทางวัสดุ เช่น มีการใช้ผ้าไหม วัสดุอะคริลิก หัตถกรรมแบบดั้งเดิมเข้าไปเพื่อเพิ่มประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดผอวงได้ให้ความเคารพต่อความหมายทางศิลปะและวัฒนธรรม โดยนำลวดลายดั้งเดิมมาสร้างสรรค์ใหม่ ในกระบวนการออกแบบได้ใช้วิธีการต่าง ๆ เพื่อสะท้อนถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ผลิตภัณฑ์มีทั้งความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย ซึ่งช่วยเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

2.3 การเปรียบเทียบระหว่างผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในท้องตลาดกับผลิตภัณฑ์ในการออกแบบครั้งนี้

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีอยู่ในท้องตลาดมีจุดมุ่งหมายเพื่อรักษาเนื้อหาของภาพจิตรกรรมฝาผนังดั้งเดิม การพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จึงไม่ได้รับความสนใจ ดังนั้นประเภทของผลิตภัณฑ์จึงถูกจำกัดอยู่เพียงผลิตภัณฑ์ที่มีความเรียบง่ายและธรรมดา อีกทั้งผลิตภัณฑ์บางประเภทมีราคาสูงแต่ไม่มีพื้นที่ในตลาด เพราะฉะนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ จึงมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนแบ่งทางตลาดที่มีความเฉพาะเจาะจงและละเอียดยิ่งขึ้น คือ กลุ่มวัยรุ่นอายุ 18-25 ปี เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ตรงกับเป้าหมายมากขึ้น และในการเลือกประเภทของผลิตภัณฑ์มีการอิงจากการศึกษากลุ่มเป้าหมาย ทำการถอดองค์ประกอบและการใช้สีเพื่อที่จะทำให้การออกแบบสอดคล้องกับความชื่นชอบของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

ผลิตภัณฑ์ของงานวิจัยนี้มีพื้นฐานมาจากภาพจิตรกรรมพระโพธิสัตว์แบบดั้งเดิม โดยนำความน่าสนใจและนวัตกรรมการออกแบบเชิงการ์ตูนมาใช้ในการออกแบบ เพิ่มการออกแบบตัวละครที่สมจริงเพื่อเปลี่ยนขนาดและสัดส่วนของภาพต้นฉบับ และออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีคุณลักษณะของพระโพธิสัตว์และคำสอนของพระโพธิสัตว์ อีกทั้งยังนำหลักการออกแบบมาใช้เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ผสมผสานทั้งความคิดสร้างสรรค์และการใช้งานจริง

3. การเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่น ๆ

การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังสีเจียงไปซาและผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลงมีการนำองค์ประกอบลวดลายและภาพบุคคลมาทำการดัดแปลงในลักษณะเดียวกัน แต่ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังสีเจียงไปซามีการใช้รูปทรงของภาพบุคคลแบบดั้งเดิม เนื่องจากคิดว่าภาพบุคคลแบบดั้งเดิมเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงทางกายภาพได้ แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ของวัดฝอกลงมีการออกแบบให้รูปทรงมีความเป็นการ์ตูนตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย โดยยังคงรักษาเอกลักษณ์ของภาพบุคคลแต่ละภาพเอาไว้ แต่มีการปรับเปลี่ยนในด้านของการแสดงออกทางอารมณ์และรูปลักษณ์ภายนอก ซึ่งการออกแบบของทั้งสองล้วนมีกลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยรุ่น (Zhulin, 2020)

การออกแบบและประยุกต์ใช้ภาพการ์ตูนในระบบการมองเห็นของสวนสนุก บทความนี้มุ่งเน้นไปที่การผสมผสานตัวละครในสวนสนุกเข้ากับแอ็คชั่นแบบไดนามิก การออกแบบการผลิตผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์และการสร้างแบรนด์โดยรวมตัวละครแต่ละตัวที่เลือกสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์นี้ไม่ได้รับผลกระทบจากเอฟเฟกต์ของแบรนด์ที่เป็นหนึ่งเดียว มันสะท้อนถึงคุณค่าของตัวละครเท่านั้น (Pan Mengjiao, 2016)

ในการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังวัดต้าจาวเมืองฮูฮอต มีการดัดแปลงองค์ประกอบต่างๆ ด้วยภาษาการออกแบบที่ทันสมัยผ่านการทำให้มีลักษณะแบนเรียบ และมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ เน้นไปที่การออกแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์ มีการบูรณาการเข้ากับภาพของสถาปัตยกรรมวัดต้าจาว รูปแบบของการออกแบบคือความเป็นจีนและเป็นการออกแบบที่เน้นไปที่ชุดผลิตภัณฑ์ทั้งหมดของแบรนด์ แต่สำหรับผลิตภัณฑ์ของวัดฝอกลงจะมุ่งเน้นไปที่รายละเอียดของภาพบุคคลและองค์ประกอบการตกแต่ง เพื่อสะท้อนถึงเอกลักษณ์ของยุคสมัยให้มากที่สุด แต่การออกแบบทั้งสองก็ถือเป็นการถอดองค์ประกอบของวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยยังคงรักษาแก่นแท้และคุณค่าทางวัฒนธรรม พร้อมกับเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ (Bai lu, 2021)

ปัญหาและข้อเสนอแนะ

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์ของวัดฝอกลง ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์และสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังของพระโพธิสัตว์ช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวในท้องถิ่น เป็นการทำให้ประเภทของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอกลงมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังทำให้เกิดความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคได้แม่นยำยิ่งขึ้น สามารถบูรณาการองค์ประกอบทางวัฒนธรรมเข้ากับผลิตภัณฑ์อย่างมี

บรรณานุกรม

- Amitabha. www.baik.baidu.com/item/
- Avalokitesvara. www.163.com/dy/article/FJCHI6AV052182IJ.html
- Bai, L. (2021). RESEARCH ON THE DESIGN OF CULTURAL AND CREATIVE PRODUCTS BASED ON THE "ZHAOMIAO MURAL" OF DAZHAO TEMPLE IN HOHHOT. *Huhehaote City*, 22-25.
- Cartoon Design. wenku.baidu.com/view/0a71f6ae6b0203d8ce2f0066f5335a8102d266ec.html
- Combing the Murals of Shanxi Temples: The Tang Dynasty Murals of Foguang Temple in Mount Wutai. (2022). *Datong City*. www.view.inews.qq.com/a/20220315A05BMU00
- Cui, Y. (2011). *Architectural Survey and Research Report of the East Main Hall of Foguang*. Cultural Relics Publishing House.
- Cui, Y. (2019). *Temple Atlas of Mural Paintings in Mount Sanjin* Publishing House.
- Cui, Y., & Luo, S. (2019). *Examination and Research on Several Issues of the Remains of Painted Sculpture and Murals in the East Hall of Foguang Temple in Mount Wutai*. Sanjin Publishing House.
- Datong Tourism Bureau. (2022). *Datong City*. www.view.inews.qq.com/a/20220315A05BMU00
- Foguang Temple. (2021). *Wutaishan City*. www.wts.sxxz.gov.cn/zjxfq/smjj/202105/t20210521_3635305.html
- Foguang Temple Relics. (2022). www.163.com/dy/article/H2EVION105527FJE.html
- Fu, Y. (2019). The Application of Chinese Localized Cartoon Image in Graphic Design. *Shenyang City*, 4.
- Gu, J. (2016). Cartoon Image Design. 5-7.
- Hou, H. (2012). Wutai Temple Unique Foguang Temple of Mount Wuta. *Shanxi Archives*.
- Hu, P., & Zhang, S. (2009). A model of ancient Chinese architecture—Foguang Temple. *Modern Construction Engineering Application Technology Academic Exchange Conference*, 231-232.

- Hu, P., & Zhang, S. (2009). A model of ancient Chinese architecture—Foguang Temple, .
Modern Construction Engineering Application Technology Academic Exchange Conference, 231-232.
- Li, K., & Wang, Z. (2022). On the Classical Beauty of "Mount Wutai" in Cave 61 of Mogao Grottoes. *Modern Guizhou University Art Newspaper*, 85.
- Li, Q. (2016). *On the applicationresearch of Chinese traditional arts in the cartoon image design - Taking of Havoc in Heaven for example*. Hebei.
- Liu, H. (2020). Research on the design of tourism cultural and creative products in Mount Wutai——"Travel to Wutai". *Xian City*, 13.
- Lotus Bodhisattva. www.sohu.com/a/158554862_99919122
- Ma, T., & Kang, Y. (2021). Mural Art of Tang Dynasty in Foguang Temple of Mount Wutai. *Popular literature*, 22-24.
- Mahasthamaprapta Bodhisattva.
baijiahao.baidu.com/s?id=1653129185809548243&wfr=spider&for=pc
- Mengjiao, P. (2016). *Design and application of cartoon images in the visual system of the theme park*.
- Mob Research Institute data.
www.xhby.net/content/s663ee7b3e4b088b84a0c0946.html
- Pan, M. (2016). Design and application of cartoon images in the visual system of the theme park. *Shanghai* 46-47.
- Precious Song Dynasty murals in China: Foguang Temple's "Thousand Buddhas". (2021).
baike.baidu.com/item/%E4%BD%9B%E5%85%89%E5%AF%BA/10669?fr=aladdin
- Precious Song Dynasty murals in China: Foguang Temple's "Thousand Buddhas". (2022).
www.news.sohu.com/a/572695687_501362.
www.news.sohu.com/a/572695687_501362
- Qi, L. (2016). *On the applicationresearch of Chinese traditional arts in the cartoon image design - Taking of Havoc in Heaven for example*. Hebei Province.
- Qin, P. (2019). The Study on the Design of Cultural and Creative Products in Shanxi Yongle Palace Mural. *Xian City*.
- Tang Dynasty murals in the East Hall of Foguang Temple in Shanxi. (2016).

www.douban.com/note/579597818/?type=rec&_i=7434522LOL7asR

Wu, L. (2004). *Aesthetic Features of Tang Dynasty Murals at Foguang Temple in Wutai County*. Shanxi.

Wutai Foguang Temple, one of the four remaining Tang Dynasty wooden structures in China. (2021). *Wutaishan City*. www.baikē.baidu.com

Yuanhe, C. (2011). *Architectural Survey and Research Report of the East Main Hall of Foguang*. Cultural Relics Publishing House.

Zhang, Y. (2018). *Research on Cartoon Element Design and Style Expression Based on Teenagers' Consumer Psychology*. Liaoning.

Zhu, L. (2020). *Research on Application of Lijiang Baisha Mural in Cultural Creative Product Design*. Yunnan.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
เอกสารราชการ

เอกสารรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์



เลขที่ IRB4-011/2567

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาโครงการวิจัย

รหัสโครงการวิจัย: G-HU 335/2566

โครงการวิจัยเรื่อง: ศิลปะภาพจิตรกรรมฝาผนังวัดผอกลง มณฑลชานซี สู่การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

หัวหน้าโครงการวิจัย: Ms.JIALE FAN

หน่วยงานที่สังกัด: คณะศิลปกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการหลัก (งานนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/ คุชฎินิพนธ์):

อาจารย์ ดร.ปัทมรัตน์ คุณพูนทรัพย์ หน่วยงานที่สังกัด คณะศิลปกรรมศาสตร์

วิธีทบทวน: Exemption Expedited Full board

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ตัวอย่างการวิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ (ดูตามเอกสารตรวจสอบ)

- | | |
|---|---|
| 1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ | ฉบับที่ 1 วันที่ 11 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 |
| 2. โครงการวิจัยฉบับภาษาไทย | ฉบับที่ 1 วันที่ 11 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 |
| 3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 1 วันที่ 10 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 |
| 4. เอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 1 วันที่ 10 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 |
| 5. แบบเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น แบบบันทึกข้อมูล (Data Collection Form)
แบบสอบถาม หรือสัมภาษณ์ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | ฉบับที่ 1 วันที่ 11 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 |
| 6. เอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี) | ฉบับที่ - วันที่ - เดือน - พ.ศ. - |

วันที่รับรอง : วันที่ 3 เดือน มกราคม พ.ศ. 2567

วันที่หมดอายุ : วันที่ 3 เดือน มกราคม พ.ศ. 2568

(ดร.พิมลพรรณ เลิศล้ำ)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา
สำหรับโครงการวิจัยระดับบัณฑิตศึกษา
ชุดที่ 4 (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

**หมายเหตุ การรับรองนี้มีรายละเอียดตามที่ระบุไว้ด้านหลังเอกสารรับรอง **



ที่ อว ๐๖๓๐.๐๕/๑๓๑๗

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี
๑ หมู่ ๒๐ ถ.พหลโยธิน ต.คลองหนึ่ง
อ.คลองหลวง จ.ปทุมธานี ๑๓๑๘๐

๒๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๗

เรื่อง แจ้งผลการพิจารณาและเชิญนำเสนอผลงานในการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์ทางด้านศิลปกรรม
ระดับชาติ “มหกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมสมัย” ครั้งที่ ๖

เรียน Jiale Fan ปัทธรนันท์ คุณพูนทรัพย์ และเกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง

ตามที่ท่านได้ส่งผลงานสร้างสรรค์ทางด้านทัศนศิลป์ ชื่อ ศิลปะภาพจิตรกรรมฝาผนัง
วัด ผอกลง มณฑลชานซี สูการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
ในท้องถิ่น เพื่อขอรับการพิจารณาสำหรับงานนำเสนอผลงานสร้างสรรค์ทางด้านศิลปกรรมระดับชาติ ครั้งที่ ๖
“มหกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมสมัย” พ.ศ. ๒๕๖๗ (The 6th National Creative Work Presentation of
Fine Arts : VRU Contemporary Folk Festival 2024) ในวันพฤหัสบดีที่ ๒๘ พฤศจิกายน พ.ศ. ๒๕๖๗
ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ ณ หอศิลป์ศิลปิน กรมส่งเสริมวัฒนธรรม ตำบลคลองห้า อำเภอคลองหลวง
จังหวัดปทุมธานี นั้น

ในการนี้ คณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน ๕ ท่าน ที่มาจากหลากหลายสถาบัน
และไม่สังกัดเดียวกับผู้สร้างสรรค์ผลงาน ได้พิจารณาประเมินคุณภาพผลงานเป็นที่เรียบร้อยแล้ว และมีมติ
เห็นชอบตอบรับผลงานดังกล่าวให้เข้าร่วมการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์ทางด้านศิลปกรรมระดับชาติ ครั้งที่ ๖
“มหกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมสมัย” พ.ศ. ๒๕๖๗ ตามวันดังกล่าวผ่านระบบ ZOOM Meeting
ทั้งนี้ผลงานหลังจากปรับแก้ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วเสร็จ จะได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่
ในเอกสารรายงานสืบเนื่องจากการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์ (Proceedings) ฉบับออนไลน์ ซึ่งท่านสามารถ
ติดตามรายละเอียดขั้นตอนการนำเสนอ และกำหนดการนำเสนอผลงานสร้างสรรค์เพิ่มเติมได้ที่
<https://www.facebook.com/husovru>

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดรณศักดิ์ ตติยะลาภะ)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ผู้ประสานงาน คุณกฤตนันท์ ในจิต โทร. ๐๖ ๔๙๕๘ ๔๙๕๑,
คุณบุษบงก์ วินิยม โทร. ๐๙ ๒๙๘๕ ๙๘๔๓
สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
โทร. ๐ ๒๕๒๙ ๓๙๑๔ ต่อ ๑๓๙ โทรสาร ๐ ๒๕๒๙ ๓๙๑๔ ต่อ ๑๓
ไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ husovru.channel@gmail.com



ภาคผนวก ข
เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามกลุ่มวัยรุ่นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์วัดผอกลงมณฑลชานซี

คำชี้แจง

วัตถุประสงค์ของแบบสอบถามนี้คือเพื่อศึกษาสถานการณ์ในปัจจุบันและความคาดหวังของกลุ่มวัยรุ่นที่มีต่อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดผอกลงและความคาดหวังที่มีต่อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ในอนาคต โดยจะทำการสำรวจช่องทางการเลือกซื้อ รูปแบบที่ชื่นชอบ และลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนราคาและความชื่นชอบในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดผอกลง เพื่อทำความเข้าใจกับปัญหาที่มีอยู่ภายใต้การพัฒนาในยุคปัจจุบันที่รวดเร็วและแนวทางการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

1. เพศ

- ชาย หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า18 18-20 ปี 21-25 ปี 26-28 ปี

3. การศึกษา

- มัธยมศึกษาตอนต้นและต่ำกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย
 อาชีวศึกษา ปริญญาตรี
 บัณฑิตศึกษา

4. อาชีพ

- นักเรียน นักศึกษา พนักงานบริษัท
 พนักงานรัฐ ธุรกิจส่วนตัว
 เกี่ยวข้องกับศิลปะ อาชีพอิสระ
 อื่น ๆ ระบุ _____

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1000-2000 หยวน 2001-4000 หยวน
 4001-6000 หยวน 6001-8000 หยวน
 8001หยวนขึ้นไป



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

6. คุณเคยซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์หรือไม่

- เคย ไม่เคย

7. คุณรู้จักผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากช่องทางใด [เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- พิพิธภัณฑ์ นิทรรศการ
 ห้องสมุด โทรทัศน์/วิทยุ/สื่อ
 นิทรรศการศิลปะ สถานที่ท่องเที่ยว
 ผลงานภาพยนตร์และโทรทัศน์ การแนะนำจากเพื่อน ๆ
 จากการเดินดูเล่น ๆ ไม่รู้จัก

8. คุณยินดีซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ประเภทใด [เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- ประเภทเครื่องเขียน ประเภทของตกแต่ง
 ประเภทของใช้ประจำวัน ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม
 ประเภทเครื่องประดับ ประเภทงานฝีมือ
 ประเภทเครื่องสำอาง อื่นๆ โปรดระบุ _____

9. คุณคิดว่าปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ปัจจุบันคืออะไร [เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- คุณภาพต่ำ ขาดความคิดสร้างสรรค์
 ไม่หลากหลาย โฆษณามากเกินไป
 ใช้ไม่ได้จริง ราคาสูง
 ขาดปฏิสัมพันธ์ ขาดการรับรู้ถึงแบรนด์
 อื่นๆ โปรดระบุ _____

10. ปัจจัยในการซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของคุณคืออะไร [เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- ลักษณะภายนอก ใช้งานได้จริง
 ความคิดสร้างสรรค์ ราคา



BUI-IRB Approved
3 Jan 2024

- คุณภาพ การสะสม
- ชื่อเสียง ความหมายแฝงทางวัฒนธรรม
- อื่นๆ โปรดระบุ _____

11. คุณคิดว่าคำไตสอดคล้องกับลักษณะของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่เยาวชนชื่นชอบ [เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- ความน่าสนใจ ใช้งานได้จริง
- ความเป็นศิลปะ ความหลากหลาย
- ความเป็นชนชาติ แบรินด์/การเป็นIP
- ความเป็นเอกลักษณ์ คุณภาพสูง
- การออกแบบที่สวยงาม อื่นๆ โปรดระบุ _____

12. คุณมีความเข้าใจต่อวัดฝอวงหรือไม่

- เข้าใจมาก ค่อนข้างเข้าใจ
- เข้าใจน้อย ไม่เข้าใจ

13. คุณคิดว่าควรจะนำองค์ประกอบใดในภาพจิตรกรรมฝาผนังของวัดฝอวงมาทำการออกแบบ

- บุคคล ลวดลาย
- สีเส้น เรื่องราว
- การตกแต่ง วัฒนธรรม
- อื่นๆ โปรดระบุ _____

14. คุณคิดว่าปัญหาในปัจจุบันของตลาดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฝอวงคืออะไร[เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- ฝีมือหยาบ ไม่มีการรับรู้ถึงแบรนด์
- ขาดความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ ขาดเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น
- ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถใช้งานได้จริง ประเภทของผลิตภัณฑ์น้อยเกินไป
- ราคาไม่สมเหตุสมผล อื่นๆ โปรดระบุ _____



BUU-IRB Approved
9 Jan 2024

15. คุณหวังว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอวกวางควรออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใด [เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> ประเภทงานฝีมือ | <input type="checkbox"/> ประเภทของตกแต่ง |
| <input type="checkbox"/> ประเภทของใช้ในสำนักงาน | <input type="checkbox"/> ประเภทของใช้ในชีวิตประจำวัน |
| <input type="checkbox"/> ประเภทเครื่องประดับ | <input type="checkbox"/> ประเภทอาหาร |
| <input type="checkbox"/> ประเภทผลงานสร้างสรรค์ | <input type="checkbox"/> ประเภทของมงคล |
| <input type="checkbox"/> ประเภทของสะสม | <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ |

16. คุณต้องการผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอวกวางมีรูปแบบเป็นอย่างไร [เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ]

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ทันสมัยและเรียบง่าย | <input type="checkbox"/> รูปแบบการตูนน่ารัก |
| <input type="checkbox"/> มีลักษณะเฉพาะ | <input type="checkbox"/> ไฮเอนด์ |
| <input type="checkbox"/> สองมิติ | <input type="checkbox"/> สามมิติ |
| <input type="checkbox"/> มีปฏิสัมพันธ์เชิงโต้ตอบ | <input type="checkbox"/> สไตล์จีน |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ | |

17. คุณจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอวกวางในราคาเท่าไร

- | | |
|---|---------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่สูงกว่า 50 หยวน | <input type="checkbox"/> 51-100 หยวน |
| <input type="checkbox"/> 101-300 หยวน | <input type="checkbox"/> 301-500 หยวน |
| <input type="checkbox"/> มากกว่า 501 หยวน | |

18. คุณหวังว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอวกวางจะสามารถทำให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ด้านใดได้บ้าง

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> ความร่วมมือแบบข้ามสาขา | <input type="checkbox"/> รูปแบบการออกแบบที่หลากหลาย |
| <input type="checkbox"/> นวัตกรรมภาพแบบคลาสสิก | <input type="checkbox"/> เน้นไปที่รายละเอียดของเนื้อหาบางจุด |
| <input type="checkbox"/> ผสมผสานเข้ากับความสุขของการดู | <input type="checkbox"/> ใช้งานได้จริงอย่างดีเยี่ยม |
| <input type="checkbox"/> เสริมสร้างวัฒนธรรม | <input type="checkbox"/> เพิ่มปฏิสัมพันธ์เชิงโต้ตอบ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ โปรดระบุ _____ | |



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

19. คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดผอวกวด้านใดที่ควรเพิ่มความต้องการของกลุ่มวัยรุ่น
(เช่น รูปทรง สี เป็นต้น)



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

年轻群体关于山西省佛光寺文创产品的问卷调查

说明：

本问卷旨在研究年轻群体对于佛光寺文创产品的现状以及未来文创产品的期望，调查年轻群体对于文创产品的购买途径、倾向风格，认同特征以及对于佛光寺文创产品的价位、购买偏好。了解佛光寺在现代快时代发展的情况下存在的问题以及对于产品期望改进的方式，收集更真实的数据与资料。

1、您的性别? [单选题] *

男

女

2、您的年龄? [单选题] *

18 岁以下

18-20 岁

20-25 岁

25-28 岁

3、您的学历为? [单选题] *

初中及以下

高中

专科

本科

硕士及博士

4、您的职业? [单选题] *

学生

公司职员

政府机关

自主创业

艺术/设计



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

- 互联网/与网络有关
- 金融/会计
- 自由职业
- 其他 _____ *

5、您的月平均收入? [单选题] *

- 1000-2000
- 2000-4000
- 4000-6000
- 6000-8000
- 8000 以上

6、您是否购买过文创产品? [单选题] *

- 买过
- 没买过 (直接跳转第 11 题) (请跳至第 11 题) (请跳至第 11 题)

7、您从哪里了解到文创产品? [多选题] *

- 博物馆
- 博览会
- 电视/手机
- 图书馆
- 地方本土特色
- 朋友介绍
- 随便逛逛



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

没有了解过

8、您更愿意购买哪类文创产品? [多选题] *

办公文具类

装饰类

生活用品类

食品饮料类

饰品类

工艺品类

美妆类

其他 _____ *

9、您认为目前文创产品存在那些问题? (多选) [多选题] *

质量差

创意简单

品类单一

设计感差

过于商业化

实用性不强

产品价格过高

外观形象不够突出

其他 _____ *

10、您购买文创产品的因素? [多选题] *

外观



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

- 实用
- 创意
- 价格
- 质量
- 收藏度
- 知名度
- 文化内涵
- 其他 _____ *

11、您认为哪些词语符合年轻群体认同的文创产品的特点? [单选题] *

- 有趣性
- 实用性
- 艺术性
- 可爱化
- 多样性
- 民族性
- 品牌/IP 化
- 独特性

其他 _____ *

12、您对佛光寺了解吗? [单选题] *

- 特别了解 比较了解 大概了解 不了解

13、您更希望佛光寺壁画中什么因素进行? [多选题] *



BUU IRB Approved
3 Jan 2024

- 人物
- 图案
- 色彩
- 故事
- 装饰
- 其他 _____ *

14、您认为现在佛光寺文创市场存在哪些问题? (多选) [多选题] *

- 做工粗糙
- 没有形成品牌
- 设计缺乏新意
- 缺乏地方特色
- 产品不实用
- 产品类型太少
- 价格不合理

15、您希望佛光寺推出哪些文创产品?[多选题] *

- 工艺品类
- 装饰类
- 办公类
- 生活用品类
- 食品类
- 饰品类
- 其他 _____ *

16、您希望佛光寺文创产品设计的风格是?[多选题] *

- 简约时尚



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

- 卡通可爱
- 复古
- 个性化
- 高端
- 平面化
- 插画类
- 立体化
- 交互化
- 其他 _____ *

17、您会购买什么价位的佛光寺文创产品? [单选题] *

- 10 元以内
- 50 元-100 元
- 100 元-500 元
- 500 元-1000 元以内
- 1000 元以上

18、您希望佛光寺文创产品能有哪些突破? [多选题] *

- 跨界联名
- 设计风格多样
- 经典设计加创新
- 放大某一细节丰富文化内涵
- 融合卡通趣味
- 更加突出实用性
- 增加情感共鸣
- 现代创新



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

其他 _____ *

19、您认为佛光寺应该从文创产品的哪些方面增加年轻群体的需求? [问答题] (例如: 外观造型、画面色彩等)



BUU-IRB Approved
3 Jan 2024

แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระ โพธิสัตว์วัดฟอกลง มณฑลซานซี

ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแบบสัมภาษณ์

1. เนื้อหาในแบบสัมภาษณ์

คำถามทั้งหมดเป็นคำถามปลายเปิด โดยเน้นไปที่การระบุอัตลักษณ์ของพระโพธิสัตว์ที่อยู่ในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกลง ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์นี้สามารถตอบสนองความต้องการด้านสุนทรียภาพของคนยุคใหม่ได้หรือไม่ ความพึงพอใจในการถอดองค์ประกอบ สีเส้น และราคาของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ออกแบบมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ก่อนหน้านี้หรือไม่ เพื่อทำความเข้าใจความกับต้องการและความคิดเห็นของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น

2. จำนวนและผู้ให้สัมภาษณ์

มีจำนวนผู้สัมภาษณ์ทั้งหมด 8 ท่าน ประกอบด้วย

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบชาวไทย 3 ท่าน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบชาวจีน 1 ท่าน

ผู้ที่มีอายุ 18-25 ปีที่สนใจผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์วัดฟอกลง (ผู้ชาย 2 ท่าน และผู้หญิง 2 ท่าน)

3. วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ สีเส้น และรูปทรงภายนอกของพระโพธิสัตว์ที่อยู่ในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกลง เพื่อทำความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ออกแบบตอบสนองความต้องการด้านสุนทรียภาพของคนหนุ่มสาวอายุ 18-25 ปีหรือไม่ ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น อีกทั้งเพื่อวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย และข้อเสนอแนะสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์นี้

4. โครงสร้างของแบบสัมภาษณ์

จำนวนคำถามในการสัมภาษณ์ถูกกำหนดไว้ที่ 4-5 คำถาม เป็นคำถามที่เกี่ยวข้องกับการถอดองค์ประกอบของพระโพธิสัตว์ไปจนถึงความพึงพอใจและข้อเสนอแนะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยทั้งหมด

เป็นคำถามปลายเปิด วิธีการสัมภาษณ์จะแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบชาวไทย จะใช้การสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ส่วนผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบชาวจีนและผู้ที่มีอายุ 18-25 ปีจะใช้การ สัมภาษณ์รูปแบบออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน WeChat

คำถามในการสัมภาษณ์มีดังนี้

ข้อ	คำถาม	ข้อเสนอแนะ
กลุ่มที่ 1 : ผู้เชี่ยวชาญ		
1.	คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกลง ตอบสนองความต้องการด้านสุนทรียภาพของคนยุคใหม่หรือไม่ เพราะเหตุใด	
2.	องค์ประกอบใดของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์วัดฟอกลงที่คุณพึงพอใจมากที่สุด	
3.	คุณพอใจกับการออกแบบและประเภทของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอกลง ครั้งนี้หรือไม่ จะควรปรับปรุงอย่างไร	
4.	คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอกลงสามารถยกระดับประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นได้หรือไม่ เพราะเหตุใด	
กลุ่มที่ 2 : ผู้ที่มีอายุ 18-25		
1.	คุณคิดว่าราคาของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์จากจิตรกรรมฝาผนังพระโพธิสัตว์วัดฟอกลงนั้นสมเหตุสมผลหรือไม่ เพราะเหตุใด	
2.	คุณคิดว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ผู้วิจัยออกแบบครั้งนี้มีความแตกต่างและมี นวัตกรรมมากกว่าผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ในท้องตลาดหรือไม่ เพราะเหตุใด	
3.	ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของวัดฟอกลงที่ผู้วิจัยออกแบบในครั้งนี้สามารถกระตุ้น ความต้องการซื้อได้หรือไม่	
4.	คุณพอใจกับสีสันทันและองค์ประกอบการออกแบบในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ของ วัดฟอกลงมากน้อยเพียงใด และคุณพอใจกับด้านใดมากที่สุด	
5.	คุณพอใจกับการออกแบบและประโยชน์ทางการใช้งานของผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม สรรค์สร้างสรรค์ของวัดฟอกลงในการออกแบบครั้งนี้หรือไม่ และจะปรับปรุงให้ดีขึ้นได้อย่างไร	

ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	Jiale Fan
วัน เดือน ปี เกิด	16 May 1998
สถานที่เกิด	Henan Province,Xuchang city,China
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	Xuchang City, Henan Prove, China
ตำแหน่งและประวัติการทำงาน	Art Teacher of Xinyang Fifth Senior Middle School
ประวัติการศึกษา	Xinyang Normal University Major fields of study: Fine Arts Degrees abbreviation: Bachelor Years: from 2016.09 to 2020.07
รางวัลหรือทุนการศึกษา	2017.09 The second prize of Xinyang Normal University "Flying Dreams-Set Sail for Dreams" competition 2018.05 The third prize of the "100-meter scroll" competition of Xinyang Normal University 2018.06 Xinyang Normal University Second Prize Scholarship 2020.06 Excellent intern of Xinyang Normal University