

การออกแบบกระบวนการกำเนิดความคิดสร้างสรรค์ในยุคใหม่  
Exhibition Design of Magic Making System in the Modern World



ศิลปินพจน์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาศิลปะ ภาควิชาศิลปะ

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะ และการออกแบบ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ปีการศึกษา 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะ และการออกแบบ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์                    การออกแบบกระบวนการกำเนิดความศักดิ์สิทธิ์ในยุคใหม่  
Exhibition Design of Magic Making System in the Modern World

นักศึกษา                                    ภราดร ไสบาล

รหัสประจำตัว                            63020267

ปริญญา                                    ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชา                                นิเทศศิลป์

พ.ศ.                                         2566

อาจารย์ที่ปรึกษา                        พรรณศรี ชูอารยะประทีป



(พรรณศรี ชูอารยะประทีป)  
อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่.....เดือน.....พศ.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบกระบวนการกำเนิดความคิดสร้างสรรค์ในยุคใหม่
นักศึกษา	ภราดร ไสบาล
รหัสประจำตัว	63020267
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
พ.ศ.	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	พรณศรี ชูอารยะประทีป

### บทคัดย่อ

กระแสมูเตลูได้รับการกล่าวถึงในฐานะเป็นความเชื่อในวัตถุและเครื่องรางของขลังที่ทำให้เกิดโชคลาภและประสบความสำเร็จในชีวิต โดยเริ่มจากกำไลข้อมือและตะกรุดแพะชั้นที่ศิลปินและผู้มีชื่อเสียงในสังคมนำมาใส่ประดับเพื่อความสวยงามพร้อมกับเป็นเครื่องนำโชค แก่นสารของศาสนา และพิธีกรรม ถูกเปลี่ยนแปลงจากการบูชาคำสอนมาเน้นความเป็นพิธีกรรม และอภินิหาร เพื่อตอบสนองความต้องการในการแสวงหาความมั่นคง และพัฒนาให้เข้ากับแต่ละยุคสมัย ทำให้ศาสนาในแบบไทยถูกพัฒนาและปรับเปลี่ยนไปมาก

ในขณะที่การวิพากษ์สภาวะสังคมสมัยใหม่พัฒนาไปไกลมาก การขีดเส้นแบ่งระหว่างศาสนาและลัทธิในประเทศไทยตามความคิดในหลักการใช้เหตุผลทางวิทยาศาสตร์แบบตะวันตก ทำให้พิธีกรรมและคำสอนถูกแยกออกอย่างสิ้นเชิง เมื่อภาครัฐและอำนาจองค์กรศาสนาที่เคยผนึกกำลังกันเชิดชูความเป็นวิทยาศาสตร์ในคำสอนของพุทธศาสนาเสื่อมลง ลักษณะความเป็นพิธีกรรมของลัทธิที่ยังคงตัวอยู่ในมูวัดบางแห่งก็กลับออกมาสู่สาธารณะอีกครั้ง พร้อมกับการพัฒนาเข้าร่วมกับความเป็นสมัยใหม่ด้วยการใช้สื่อมวลชนเสริมสร้างเรื่องราวความคิดสร้างสรรค์ของตนได้อีกด้วย ยิ่งกว่านั้น นอกจากมิติทางศาสนา สังคมไทยในปัจจุบันยังต้องการคำตอบทางจิตใจในการปลอบประโลมความไม่แน่นอนมากมายในชีวิต ซึ่งลัทธิพิธีกรรม และการบูชาเครื่องรางถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการตอบคำถามเหล่านี้ได้เช่นกัน

นิทรรศการนี้มีจุดประสงค์เพื่อแสดงมุมมองแบบใหม่ให้กับผู้คนในสังคมทั้งฝ่ายที่มีความเชื่อหลายรูปแบบ และไม่นับถือความเชื่อใดเลยได้เข้าใจความซับซ้อนของความเชื่อแบบไทยในหลายมุมมอง และนำไปสู่การได้พูดคุย ตั้งคำถาม และการทำความเข้าใจต่อทั้งสองฝ่ายกันต่อไป

## กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดี ขอขอบคุณอาจารย์ พรรณศรี ชูอารยะประทีป หรือครูแดง ที่ให้คำปรึกษาชี้แนะโดยตลอดทำให้ตลอดการทำงานสามารถจัดการบริหารและปรับปรุงจนสำเร็จลุล่วง นอกจากนั้น ขอขอบพระคุณที่ครูแดงยังยอมรับในความคิดของข้าพเจ้า และยังดูแลห่วงใยในเรื่องชีวิตและจิตใจตั้งแต่วันแรกของการเข้ามาศึกษา ณ สถาบันแห่งนี้

ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์ที่ให้คำแนะนำ มุมมองภายนอก และแนวทางเพิ่มเติมในการปรับปรุงชิ้นงานทุกครั้งที่ได้นำไปส่งตรวจ ขอขอบคุณคณะอาจารย์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ทุกท่านที่สั่งสอนวิชาความรู้ และนำประสบการณ์มาสั่งสอนให้ข้าพเจ้าทำศิลปนิพนธ์สำเร็จลุล่วง

ขอขอบพระคุณครอบครัว (คุณพ่อสาคร และคุณแม่อนุชิตา) ที่เลี้ยงดูมา และคอยสนับสนุนถึงแม้จะไม่เข้าใจว่ากำลังทำอะไรอยู่ และยังให้คำปรึกษาในเวลาที่เกิดความกังวล ค่อยถามไถ่เรื่องสุขภาพตลอดเวลา ขอขอบคุณน้องสาว อิม่อน ที่ถึงแม้จะไม่ได้คุยอะไรกันมาก แต่ก็ทำให้มีความสุขทุกครั้งที่ได้พูดคุยกัน และขอบคุณ พี่ด้อม แมวของข้าพเจ้าที่เป็นกำลังใจในวันที่ได้กลับบ้าน

ศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้อาจไม่สำเร็จถ้าหากไม่ได้รับความรักความห่วงใยที่เติมเต็มให้กัน จากกลุ่มเพื่อนชาวประเทศคำผวน (ประเทศสมมติ) โดยเฉพาะ ก๊อต และโตมอนด์ ที่อยู่ด้วยกันถึงเข้าจนพระอาทิตย์ขึ้น ค่อยถามไถ่เรื่องสุขภาพกายและสุขภาพจิต มอบเสียงตลกและบทสนทนาที่น่าจดจำ ดูแลกันจนจบการวิจัยมาได้ และขอบคุณวิว ที่อยู่ด้วยกันมาตลอด

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณตัวข้าพเจ้าที่ถึงแม้จะต้องต่อสู้กับความวิตก หรืออุปสรรคแบบใดก็ยังคงกลับมาทำต่อจนเสร็จสมบูรณ์

ภราดร ไสบาล

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	I
กิตติกรรมประกาศ.....	II
สารบัญ.....	III
สารบัญตาราง .....	V
สารบัญรูปภาพ .....	VI
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ .....	2
1.3 ขอบเขตของงาน .....	2
1.4 ขั้นตอนของการดำเนินงาน .....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	4
2.1 ไสยศาสตร์.....	4
2.1 ไสยศาสตร์สมัยใหม่.....	6
บทที่ 3 ข้อมูลทางการออกแบบ .....	11
3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบนิทรรศการ .....	11
3.1 แนวคิดเกี่ยวกับทรานส์มีเดีย.....	14
บทที่ 4 วิธีการดำเนินงาน.....	16
4.1 กลุ่มเป้าหมาย .....	16
4.2 ขอบเขตของเนื้อหา.....	16
4.3 ขอบเขตของชิ้นงาน .....	17
4.4 แนวทางการออกแบบ .....	17
4.5 ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual) .....	19
4.6 เนื้อหาในนิทรรศการ.....	20
บทที่ 5 การดำเนินการออกแบบ .....	23
5.1 การออกแบบสัญลักษณ์นิทรรศการ .....	23
5.2 ตราสัญลักษณ์นิทรรศการโดยสมบูรณ์.....	25
5.3 การออกแบบผังนิทรรศการ .....	25
5.4 การออกแบบและสร้างโมเดลสามมิติของนิทรรศการ .....	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.5 นิทรรศการโดยสมบูรณ์.....	38
5.6 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ .....	28
บทที่ 6 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	52
7.1 บทสรุป .....	52
7.2 ปัญหาและข้อจำกัด.....	52
7.3 ข้อเสนอแนะ .....	52
บรรณานุกรม.....	53
ประวัติผู้เขียน .....	55



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 5.1 ตารางลำดับนิทรรศการ.....	26



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.1 ภาพอักษรวิจิตรของจีนในสมัยราชวงศ์ถัง (สมบัติสาธารณะ).....	7
ภาพที่ 4.1 Mood Board แนวทางที่ 1 .....	18
ภาพที่ 4.2 Mood Board แนวทางที่ 2 .....	18
ภาพที่ 4.3 Mood Board แนวทางที่ 3 .....	19
ภาพที่ 4.4 ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual).....	20
ภาพที่ 5.1 ออกแบบโดยใช้ลักษณะของยันต์ .....	23
ภาพที่ 5.2 ออกแบบโดยนำลักษณะของตัวอักษร 誦 ในภาษาฮินดี.....	23
ภาพที่ 5.3 ภาพพัฒนาแบบร่างต่อจากครั้งที่ 1 .....	24
ภาพที่ 5.4 การพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 3 .....	24
ภาพที่ 5.5 ตราสัญลักษณ์นิตรรศการโดยสมบูรณ์ .....	25
ภาพที่ 5.6 แบบร่างแผนผังนิตรรศการ ครั้งที่ 1.....	26
ภาพที่ 5.7 แบบร่างบรรยากาศนิตรรศการ ครั้งที่ 1 .....	27
ภาพที่ 5.8 แบบร่างแผนผังนิตรรศการ ครั้งที่ 2.....	27
ภาพที่ 5.9 แผนผังนิตรรศการโดยสมบูรณ์.....	28
ภาพที่ 5.10 แบบร่างป้ายหมวดหมู่สินค้า.....	29
ภาพที่ 5.11 แบบร่างป้ายโปรโมชัน .....	29
ภาพที่ 5.12 แบบร่างชั้นวางสินค้า .....	29
ภาพที่ 5.13 แบบร่างสินค้าตัวอย่าง บัตรใบหายตลอด đời.....	30
ภาพที่ 5.14 แบบร่างป้าย โชนรีแบรนด์.....	30
ภาพที่ 5.15 แบบร่างป้าย โชนมูNow .....	31
ภาพที่ 5.16 แบบร่างป้าย Member โชนมูNow .....	32
ภาพที่ 5.17 แบบร่างป้าย ช่องจ่ายเงิน โชนมูNow .....	32
ภาพที่ 5.18 แบบร่างป้ายอักษร โชนคุณกังวลอะไร .....	32
ภาพที่ 5.19 แบบร่างป้ายพื้นหลัง โชนคุณกังวลอะไร .....	32
ภาพที่ 5.20 แบบร่างป้ายเนื้อหา โชนคุณกังวลอะไร.....	33
ภาพที่ 5.21 แบบร่างเนื้อหา หมวดหมู่สินค้า โชนมูฟอ์Sell.....	33
ภาพที่ 5.22 แบบร่างเนื้อหา บะหมี่กึ่งสำเร็จแ่น โชนมูฟอ์Sell.....	34
ภาพที่ 5.23 แบบร่างเนื้อหา ลายมือมงคล โชนมูฟอ์Sell.....	34
ภาพที่ 5.24 แบบร่างเนื้อหา Griptok โชนมูฟอ์Sell.....	34

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.25 แบบร่างเนื้อหา โชนมุสดีใหม่และศาสนาแช่แข็ง.....	35
ภาพที่ 5.26 แบบร่างเนื้อหา ลดล้างสต็อก โชนทุกคนกับมู.....	35
ภาพที่ 5.27 แบบร่างเนื้อหาห่วย ลดล้างสต็อก โชนทุกคนกับมู.....	36
ภาพที่ 5.28 แบบร่างป้าย โชนทุกคนกับมู.....	36
ภาพที่ 5.29 แบบร่างป้ายเนื้อหา โชนทุกคนกับมู.....	36
ภาพที่ 5.30 แบบร่างเนื้อหา โชนศาสนาไทยกับทุนไทยนิยม.....	37
ภาพที่ 5.31 แบบร่างป้าย โชนลบหลู่vsงมงาย.....	37
ภาพที่ 5.32 แบบร่างป้าย โชนCustomer Feedback.....	37
ภาพที่ 5.33 นิทรรศการโดยสมบุรณ์ มุม Orthographic View.....	38
ภาพที่ 5.34 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ มุม Top Perspective View.....	38
ภาพที่ 5.35 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ งานโดยรวม.....	39
ภาพที่ 5.36 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนรีแบรนด์.....	39
ภาพที่ 5.36 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนรีแบรนด์ (ด้านนอก).....	40
ภาพที่ 5.37 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนมูNow 1.....	40
ภาพที่ 5.38 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนมูNow 2.....	41
ภาพที่ 5.39 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนมูNow 3.....	41
ภาพที่ 5.40 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนคุณกังวลอะไร? 1.....	42
ภาพที่ 5.41 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนคุณกังวลอะไร? 2.....	42
ภาพที่ 5.42 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนมูฟอ์Sell (บะหมี่กึ่งสำเร็จแ่น).....	43
ภาพที่ 5.43 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนสดใหม่และศาสนาแช่แข็ง.....	43
ภาพที่ 5.44 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนทุกคนกับมู (ลดล้างสต็อก).....	44
ภาพที่ 5.45 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนทุกคนกับมู (GET READY WITH มู).....	44
ภาพที่ 5.46 นิทรรศการแบบสมบุรณ์ โชนทุกคนกับมู.....	45
ภาพที่ 5.47 นิทรรศการโดยสมบุรณ์ โชนศาสนาไทยกับทุนไทยนิยม 1.....	45
ภาพที่ 5.48 นิทรรศการโดยสมบุรณ์ โชนศาสนาไทยกับทุนไทยนิยม 2.....	46
ภาพที่ 5.49 นิทรรศการโดยสมบุรณ์ โชนลบหลู่vsงมงาย 1.....	46
ภาพที่ 5.50 นิทรรศการโดยสมบุรณ์ โชนลบหลู่vsงมงาย 2.....	47
ภาพที่ 5.51 นิทรรศการโดยสมบุรณ์ โชนCustomer Feedback 1.....	47
ภาพที่ 5.52 นิทรรศการโดยสมบุรณ์ โชนCustomer Feedback 2.....	48
ภาพที่ 5.53 นิทรรศการโดยสมบุรณ์ โชนCustomer Feedback 3.....	48
ภาพที่ 5.54 โปสเตอร์ รูปแบบที่ 1.....	49
ภาพที่ 5.55 โปสเตอร์ รูปแบบที่ 2.....	49

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5.56 บัตรเข้างานนิทรรศการ ด้านหน้า.....	50
ภาพที่ 5.57 บัตรเข้างานนิทรรศการ ด้านหลัง.....	50
ภาพที่ 5.57 ใบแนวความคิด (Concept Board).....	51



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันความเชื่อไสยศาสตร์ หรือมูเตลู กลับมาเป็นที่พูดถึงอย่างมากในสังคม กระแสมูเตลูได้รับการกล่าวถึงในฐานะเป็นความเชื่อในวัตถุและเครื่องรางของขลังที่ทำให้เกิดโชคลาภและประสบความสำเร็จในชีวิต โดยเริ่มจากกำไลข้อมือและตะกรุดแพะขันทิลปิ่นและผู้มีชื่อเสียงในสังคมนำมาใส่ประดับเพื่อความสวยงามพร้อมกับเป็นเครื่องนำโชค แก่นสารของศาสนา และพิธีกรรม ถูกเปลี่ยนแปลงจากการบูชาคำสอนมาเน้นความเป็นพิธีกรรม และอภินิหาร เพื่อตอบสนองความต้องการในการแสวงหาความมั่นคง และพัฒนาให้เข้ากับแต่ละยุคสมัย ทำให้ศาสนาในแบบไทยถูกพัฒนาและปรับเปลี่ยนไปมาก ในขณะที่การวิพากษ์สถานะสังคมสมัยใหม่พัฒนาไปไกลมาก การขีดเส้นแบ่งระหว่างศาสนาและลัทธิในประเทศไทยตามความคิดในหลักการใช้เหตุผลทางวิทยาศาสตร์แบบตะวันตก ทำให้พิธีกรรมและคำสอนถูกแยกออกอย่างสิ้นเชิง เมื่อภาครัฐและอำนาจองค์กรศาสนาที่เคยผนึกกำลังกันเชิดชูความเป็นวิทยาศาสตร์ในคำสอนของพุทธศาสนาเสื่อมลง ลักษณะความเป็นพิธีกรรมของลัทธิที่ยังคงตัวอยู่ในมุมวัดบางแห่งก็กลับออกมาสู่สาธารณะอีกครั้ง พร้อมกับการพัฒนาเข้าร่วมกับความเป็นสมัยใหม่ด้วยการใช้สื่อมวลชนเสริมสร้างเรื่องราวความศักดิ์สิทธิ์ของตนได้อีกด้วย ยิ่งกว่านั้น นอกจากมิติทางศาสนา สังคมไทยในปัจจุบันยังต้องการคำตอบทางจิตใจในการปลอบประโลมความไม่แน่นอนมากมายในชีวิต ซึ่งลัทธิพิธีกรรม และการบูชาเครื่องรางถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการตอบคำถามเหล่านี้ได้เช่นกัน

ในการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับศาสนาในไทยทั้งในแวดวงของนักวิชาการสังคมศาสตร์ ตลอดจนองค์กรทางศาสนาต่างๆ มองว่าปัจจุบันพุทธศาสนาในไทยถูกทำให้เป็นเครื่องมือทางทุนนิยม นำไปสู่การแบ่งแยกความเป็นศาสนาและลัทธิ การแบ่งแยกนี้สร้างความแตกแยกในระดับฐานรากของสังคมจนถึงระดับนักวิชาการ และองค์กรบริหารระดับสูง ทำให้เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เหนือธรรมชาติขึ้น การตอบรับของสังคมจะสุดขั้วไปทั้งสองทาง เมื่อไม่มีฝ่ายไหนพยายามเข้าใจกัน ก็อาจทำให้ไม่เกิดการเรียนรู้จากเหตุการณ์นั้น นำไปสู่ความแตกแยกของสังคมที่ห่างออกไปเรื่อย ๆ และสู่การที่สังคมเกิดความสับสนถึงการดำเนินชีวิตได้ การทำศิลปะนิพนธ์นี้จัดทำเพื่อกลุ่มคนที่มองว่าความเชื่อเหล่านี้ดูไร้เหตุผล และไม่มีคุณค่าพอที่จะให้ความสนใจ ทั้งที่ความเชื่อถือเป็นรากฐานในการดำรงชีวิต และควรรวมกลายเป็นประเพณีประชานิยมไทยด้วย ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปที่การอธิบายความเกี่ยวข้องของระบบความเชื่อแบบไทยกับสังคมเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ผลกระทบจากสังคม และผลกระทบต่อสังคมนิทรศาสตร์นี้มีจุดประสงค์เพื่อแสดงมุมมองแบบใหม่ให้กับผู้คนที่ในสังคมทั้งฝ่ายที่มีความเชื่อหลายรูปแบบ และไม่นับถือความเชื่อใดเลยได้เข้าใจความซับซ้อนของความเชื่อแบบไทยในหลายมุมมอง และนำไปสู่การได้พูดคุย ตั้งคำถาม และการทำความเข้าใจต่อทั้งสองฝ่ายกันต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษา และประยุกต์ใช้การออกแบบประสบการณ์ในการสร้างนิทรรศการทรานส์มีเดีย
2. เพื่อให้อธิบายความเป็นมาของความศักดิ์สิทธิ์ และสร้างความเข้าใจถึงความเชื่อมโยงของความเชื่อ สังคม และระบบทุนนิยม
3. เพื่อให้ผู้เข้าชมนิทรรศการเกิดการขบคิดถึงความเชื่อของตนเอง และสังคม และมีมุมมองต่อความเชื่อที่กว้างขวางขึ้น

## 1.3 ขอบเขตของงาน

### 1.3.1 ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

วัยรุ่น-วัยกลางคน อายุ 20-35 ปี มีความเชื่อในพิธีกรรม เรื่องเหนือธรรมชาติ มีรายได้ตั้งแต่ 15,000-30,000 บาท ไม่นับถือศาสนา หรือมีความเชื่อทางจิตวิญญาณที่ไม่ใช่ศาสนา

### 1.3.2 ขอบเขตของเนื้อหา

มุ่งศึกษากระบวนการสร้างความศักดิ์สิทธิ์ ทั้งในแง่ของสังคม ประวัติศาสตร์ และอิทธิพลของความเป็นสมัยใหม่อย่างสื่อ เทคโนโลยี และระบบทุนนิยม

### 1.3.3 ขอบเขตของชิ้นงาน

- 1.3.3.1. ออกแบบสัญลักษณ์นิทรรศการ 1 ชิ้น
- 1.3.3.2. ออกแบบโมเดลนิทรรศการจำลอง ด้วยโปรแกรม Blender จำนวน 1 ชิ้น
- 1.3.3.3. โปสเตอร์ สื่อโฆษณา นิทรรศการ 2 ชิ้น
- 1.3.3.4. ของที่ระลึก 2 ชิ้น
- 1.3.3.5. บัตรเข้างาน 1 ชิ้น

## 1.4 ขั้นตอนของการดำเนินงาน

1. ศึกษาจากวิจัยที่มีอยู่แล้ว วารสาร และสารคดี
2. ศึกษาจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมาย
3. รวบรวมและสังเคราะห์ปัจจัยในการสร้างความศักดิ์สิทธิ์
4. เรียบเรียงเนื้อหา และวิธีการเล่าเรื่องของนิทรรศการ
5. กำหนดแนวทางการออกแบบ
6. ออกแบบสื่อ และนิทรรศการ
7. สรุปผลดำเนินงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สร้างความเข้าใจในการวางแผน และประยุกต์ใช้การออกแบบประสบการณ์ในการสร้างนิทรรศการทราบนส์มีเดียได้
2. สามารถอธิบายความเป็นมาของความคิดสร้างสรรค์ และสร้างความเข้าใจถึงความเชื่อมโยงของความเชื่อ สังคม และระบบทุนนิยมได้
3. ผู้เข้าชมนิทรรศการเกิดการขบคิดถึงความเชื่อของตนเอง และสังคม และมีมุมมองต่อความเชื่อที่กว้างขวางขึ้น



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

# วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

### 2.1 ไสยศาสตร์

#### 2.1.1 จุดเริ่มต้นของไสยศาสตร์

เมื่อพิจารณาจุดกำเนิดความเชื่อของมนุษย์นั้น จะเห็นได้ว่าก่อนที่มนุษย์จะเกิดมีความเชื่อนั้น มนุษย์จะมีความสงสัย วิตกังวล และความกลัวต่อปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ เช่น ฝนตก พายุ ร้องฟ้าผ่า น้ำขึ้น น้ำลง สุริยุปราคา ทำให้มนุษย์ค้นหาคำตอบของปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเหล่านี้ และพยายามที่จะค้นหาวิธีการป้องกันเพื่อให้มนุษย์อยู่รอดปลอดภัย ในขณะที่เดียวกันก็เริ่มที่จะค้นพบพลังอำนาจทางปรากฏการณ์ทางธรรมชาติอื่นๆ เช่น การขึ้นลงของพระอาทิตย์ การเกิดสุริยุปราคา การเกิดจันทรุปราคา และการเกิดขึ้นของฤดูกาลต่างๆ เป็นต้น ชาวเกาะเมลานีเซียน ได้เรียกปรากฏการณ์เหล่านี้ว่า “มานา” (Mana) เป็นพลังอำนาจแบบอบุคคล (Impersonal Force) ที่เป็นพลังอำนาจบริสุทธิ์ ที่เกิดขึ้นเองตามจริงของธรรมชาติที่ไม่ได้ใส่จินตนาการเข้าไป แต่เมื่อเวลาผ่านไปมนุษย์ยังคงต้องเผชิญกับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติเหล่านี้ มนุษย์จึงพยายามที่จะค้นหาวิธีรับมือ และทำความเข้าใจปรากฏการณ์ธรรมชาติในรูปแบบที่มนุษย์ต้องการ เพื่อให้ได้มาซึ่งคำอธิบาย จึงมีความพยายามที่จะเสริม เติม แต่ง จินตนาการและตำนานเข้าไป ก่อให้เกิดความเชื่อในเรื่อง “วิญญาณ” และ “เทพเจ้า” มนุษย์พยายามที่จะเอาใจเทพเจ้าที่ตนรักและบูชา ด้วยการเซ่นไหว้ สร้างพิธีกรรมบูชาต่างๆ เพราะคาดหวังว่าจะเป็นสิ่งที่พึงพอใจต่อเทพเจ้าที่ตนนับถือ จากจุดนี้เองก่อให้เกิดการจัดทำพิธีกรรมสร้างสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ นักบวช ตลอดจนนำมาซึ่ง บทบัญญัติข้อห้ามต่างๆ ที่เรียกว่า “ศีลธรรม” เพื่อให้ผู้ที่มีความเชื่อและนับถือในเรื่องเดียวกัน สามารถเข้าถึงเทพเจ้านั้นๆ ได้ องค์ประกอบเหล่านี้ได้ถูกพัฒนาและวิวัฒนาการมาเป็น “ศาสนา” อย่างไรก็ตามสำหรับผู้ที่ยังนับถือและมีความหมกหมุ่นในเทพเจ้า คำบัญญัติ ตลอดจนพิธีกรรมต่างๆ กลุ่มคนเหล่านี้จะใส่พิธี ที่มีความซับซ้อนจนดูมีความลึกลับเพิ่มเติมเข้าไปเพื่อเพิ่มความขลังและความศักดิ์สิทธิ์ จนบรรลุผลตามเป้าหมายที่ตนเองต้องการ เช่น การฆ่าสัตว์ การบูชาขี้ฉะ การร่ายคาถา พิธีกรรมที่มีความพิสดารต่างๆ ความเชื่อเหล่านี้จัดว่าเป็นความเชื่อ “ไสยศาสตร์” ที่อาจกล่าวได้ว่าเป็นความเชื่อที่ไร้ซึ่งเหตุและผล ขาดสติปัญญา เมื่อมนุษย์ต้องการที่จะหาทางพ้นทุกข์ แต่เป็นความเชื่อที่ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึก และจินตนาการของมนุษย์ล้วน ๆ (ข้าเจี้ยว, 2550)

#### 2.1.2 เครื่องรางของขลังในความคิดของตะวันตก และข้อถกเถียงทางมานุษยวิทยา

สิ่งที่เรียกว่าเป็นเครื่องรางของขลังปรากฏอยู่ในสังคมของมนุษย์มาช้านานและมีรูปแบบที่แตกต่างหลากหลาย โดยความหมายของเครื่องรางของขลังมักจะเกี่ยวข้องกับความเชื่อที่มนุษย์มีต่ออำนาจสิ่งศักดิ์สิทธิ์และพลังเหนือธรรมชาติ โดยแสดงออกผ่านการสร้างวัตถุสิ่งของเพื่อนำไปปลุกเสก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โดยผู้ที่มีคาถาอาคม และผ่านพิธีกรรมบางอย่าง เพื่อให้วัตถุเหล่านั้นมีพลังวิเศษที่ช่วยทำให้มนุษย์ได้รับประโยชน์และความสำเร็จ ในปริณิถนของการเป็นวัตถุ จะพบว่าเครื่องรางของขลังได้รับการกราบไหว้บูชา Pietz (1985, 1987, 1988) ตั้งข้อสังเกตว่าในความคิดของชาวตะวันตก เครื่องรางของขลังที่ปรากฏอยู่ในวัฒนธรรมอื่นสะท้อนความเชื่อเกี่ยวกับเทพเจ้าและวิญญาณที่ศักดิ์สิทธิ์ที่กลุ่มชนพื้นเมืองมีเก็บไว้ในบ้านและเป็นวัตถุประจำตัว ชาวตะวันตกใช้คำว่า fetish เพื่อบ่งบอกถึงวัตถุที่เป็นของบูชาโดยมีรากศัพท์มาจากภาษาโปรตุเกส (feitiço) ซึ่งหมายถึงเหตุการณ์เกี่ยวกับเวทมนตร์คาถา (magical event) โดยมีได้เกี่ยวข้องกับอำนาจของเทพเจ้าแต่อย่างไรก็ตาม กล่าวคือในวัฒนธรรมของชาวโปรตุเกส คำว่า feitiço บ่งบอกถึงการสวดและท่องคาถา หรือกระทำการบางอย่างด้วยเวทมนตร์เพื่อให้เกิดผลลัพธ์บางอย่างตามมา (Sansi, 2007)

ในการอธิบายของ Bosman (1705) เชื่อว่าผู้ที่มีคาถาอาคมในสังคมของชาวแอฟริกันจะสร้างเครื่องรางของขลังขึ้นเพื่อให้ชาวบ้านนำไปใช้ปกป้องคุ้มครองจากอันตรายและรอดพ้นจากภูตผีปีศาจ ความเชื่อนี้นำไปสู่ความเข้าใจว่าศาสนาของชาวแอฟริกันเกิดจากผู้มีอำนาจทางสังคมหรือผู้ปกครองที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติของชาวบ้าน ซึ่งคล้ายกับผู้ปกครองเอารัดเอาเปรียบและหาประโยชน์เข้าตัวเอง Bosman อธิบายว่าชาวบ้านต่างรู้ว่าผู้ปกครองกำลังใช้อำนาจแต่ยินยอมที่จะเคารพบูชาเครื่องรางของผู้มีอำนาจ คำอธิบายดังกล่าวนี้เป็นวิธีคิดของชาวตะวันตกในช่วงอาณานิคม ที่มองชนเผ่าพื้นเมืองเป็นผู้ที่ปราศจากเหตุผลและงมงายในความเชื่อไสยศาสตร์ ขณะเดียวกันเป็นช่วงเวลาที่ชาวตะวันตกกำลังแผ่ขยายอิทธิพลทางเศรษฐกิจไปยังทวีปแอฟริกา ซึ่งมีการค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าจากแอฟริกายังยุโรป ทั้งนี้วิธีคิดเกี่ยวกับมูลค่าของวัตถุที่ต่างกันทำให้ชาวตะวันตกทำการค้าที่ยาก เนื่องจากชาวแอฟริกันมิได้ให้ราคาของวัตถุสิ่งของเป็นเงินตรา แต่ให้คุณค่าเชิงจิตวิญญาณ

ในความคิดวิทยาศาสตร์ วัตถุเครื่องรางของขลังมักจะถูกมองเป็นสิ่งหลอกลวง เป็นสิ่งประดิษฐ์ที่มนุษย์ทำขึ้นที่ไม่ใช่ของวิเศษและไม่มีอิทธิฤทธิ์แต่อย่างไรก็ตาม วิทยาศาสตร์มักจะผลักไสให้วัตถุเครื่องรางของขลังออกไปอยู่ในพรมแดนของ “ความไม่จริง” Latour (2010) โต้แย้งว่าวัตถุเครื่องรางของขลังดำรงอยู่ในการปฏิบัติ เมื่อมนุษย์ใช้เครื่องรางของขลัง ตัวมันก็จะแสดงออกโดยการทำให้ผู้ที่ใช้รู้สึกถึงพลังอำนาจ ความรู้สึกนี้ช่วยทำให้มนุษย์เกิดการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจ Latour อธิบายว่าวัตถุทางวิทยาศาสตร์ดำรงอยู่ในพรมแดนเฉพาะที่แยกความจริงออกจากการปฏิบัติ เป็นพรมแดนของการตัดขาด (disconnection) เช่น แก้วน้ำก็คือวัสดุสำหรับใส่น้ำ การที่มนุษย์เทน้ำลงไป แก้วน้ำได้ทำให้ความจริงของแก้วน้ำเปลี่ยนไป นั่นหมายถึง การเทน้ำ ก็คือการมีอยู่ของแก้วจะแยกขาดออกจากกัน แต่วัตถุทางความเชื่อและความศรัทธามีได้แยกความจริงออกจากการปฏิบัติ เมื่อมนุษย์กราบไหว้บูชาเครื่องรางของขลัง วัตถุมงคล หรือรูปเคารพของสิ่งศักดิ์สิทธิ์ วัตถุเหล่านั้นก็จะสำแดงพลังอำนาจขึ้นมาทันทีโดยมี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลต่อความรู้สึกของบุคคล ในแง่นี้การกราบไหว้จำเป็นต้องเกิดขึ้นพร้อมกับการมีอยู่ของเครื่องรางของขลัง

Latour กล่าวว่าความเชื่อทางศาสนามีได้ต้องการข้อพิสูจน์ทางเหตุผล แต่เกิดขึ้นบนการ แสดงออกด้วยคำพูดและการบอกเล่าด้วยวาจา เมื่อมนุษย์รู้สึกสัมผัสถึงอำนาจศักดิ์สิทธิ์ของเครื่องรางของขลัง พวกเขา ก็จะบอกเล่าถึงสิ่งเหล่านั้นด้วยคำพูดต่างๆ กระบวนการนี้จะเกิดขึ้นอย่างเป็นปัจจุบัน การรู้สึกถึงอำนาจของเครื่องรางของขลัง มนุษย์จะบอกเล่าออกมาอย่างทันทีทันใด Böhme (2014) กล่าวว่าเครื่องรางของขลังมีคุณลักษณะสองอย่างอยู่ด้วยกัน อย่างแรกคือ การเป็นผู้กระทำการที่สามารถทำให้มนุษย์สัมผัสถึงบางสิ่ง และสอง คือการที่มนุษย์อยู่ใต้การควบคุมของเครื่องรางของขลัง เมื่อมนุษย์ครอบครองมัน มันจะกำหนดว่ามนุษย์ควรทำอะไรและไม่ทำอะไร ประสพการณ์ทางความคิด ในฐานะอัตวิสัยจึงดำรงอยู่ร่วมกับวัตถุที่จับต้องได้ ทั้งสองส่วนนี้มีสิ่งที่ขัดแย้งกัน ในสังคมทุนนิยมและวัฒนธรรมบริโภคนิยมปัจจุบัน เครื่องรางของขลังตอบสนองความต้องการของปัจเจกและเป็นเครื่องมือสำหรับการเยียวยาแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ที่เต็มไปด้วยความไม่แน่นอนในชีวิต สังคมสมัยใหม่ที่ใช้ความรู้วิทยาศาสตร์จึงมิได้แยกขาดจากความรู้แบบไสยศาสตร์ที่ดำรงอยู่ในเครื่องรางของขลัง (นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, 2565)

## 2.2 ไสยศาสตร์สมัยใหม่

### 2.2.1 มูเตลู

คำว่า “มูเตลู” หรือ “สายมู” สันนิษฐานว่าเป็นคำที่ผวนมาจากชื่อภาพยนตร์ของอินโดนีเซีย เรื่อง Penangkal limu Teluh (ภาษาอังกฤษชื่อว่า Antidote for witchcraft) ชื่อไทยคือ “เมเตลู ศักดิ์ไสยศาสตร์” กำกับโดย S.A Karim ออกฉายเมื่อปี ค.ศ.1979 (innnews, 2564)



ภาพที่ 2.1 ภาพยนตร์อินโดนีเซีย เรื่อง Penangkal limu Teluh ชื่อไทยคือ “เมเตลู ศึกไสยศาสตร์”

ภาพจาก <https://file.indonesianfilmcenter.com/filmdata/images/cover/>

กระแสมูเตลูได้รับการกล่าวถึงในฐานะเป็นความเชื่อในวัตถุและเครื่องรางของขลังที่ทำให้เกิดโชคลาภและประสบความสำเร็จในชีวิต โดยเริ่มจากกำไลข้อมือและตะกรุดแพะชั้นที่ศิลปินและผู้มีชื่อเสียงในสังคมนำมาใส่ประดับเพื่อความสวยงามพร้อมกับเป็นเครื่องนำโชค ซึ่งเป็นการผสมรวมระหว่างงานศิลปะกับความเชื่อเรื่องอำนาจเหนือธรรมชาติ ที่มีพลังวิเศษดลบันดาลให้ผู้สวมใส่ได้รับสิ่งที่ดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเงิน การเรียน ความรัก และเสริมดวงชะตาให้ประสบความสำเร็จและรอดพ้นจากอันตราย ทั้งนี้ ผู้ที่สวมใส่เครื่องรางของขลังที่ถูกสร้างขึ้นตามความเชื่อทางศาสนาหรือสิ่งศักดิ์สิทธิ์จะต้องมีวิธีปฏิบัติตัวให้เหมาะสมกับการสวมใส่ เช่น การประกอบพิธีกรรม การเซ่นไหว้ บวงสรวงเทพเจ้า การสักการะบูชารูปเคารพในสถานที่ทางศาสนา ปราภฏการณเหล่านี้คือความเชื่อที่ดำรงอยู่ในวิถีชีวิตของคนยุคปัจจุบัน พบเห็นได้ในหลายสังคม เช่น ในประเทศฮ่องกง มีการไหว้พระขอโชคลาภที่วัดแชกง หมิว ขอพรเรื่องการเรียนและการงานที่วัดหมั่นโหม่ ในไต้หวัน มีการไหว้พระขอเนื้อคู่จากเทพเจ้าจันทราที่วัดหลงซาน ในญี่ปุ่น มีการนิยมพกเครื่องรางนำโชคที่เรียกว่าโอมามอริ (Omamori) เป็นถุงผ้าไหมขนาดเล็กปกคลุมด้วยสายไหม ภายในถุงมีเครื่องรางทำด้วยกระดาษ ไม้ ผ้า และเหล็ก ในประเทศไทย มีการไหว้พญานาค ท้าวเวสสุวรรณ ไอ้ไข่ การพกปลัดขิก เป็นต้น ในสังคมตะวันตก มีความเชื่อในเครื่องรางนำโชค เช่น สัญลักษณ์รูปเกือกม้า เครื่องรางตาข่ายดักฝันร้าย และเครื่องรางดวงตาปีศาจ (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2565)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.2.2 ปราบปรามการฉ้อโกงทางไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ที่มีในสังคมไทย

เราเข้าใจว่าค่านิยมทางศีลธรรมศาสนา รวมถึงคติความเชื่อในเรื่องเหนือธรรมชาติที่สะท้อนเรื่องราวอิทธิฤทธิ์ที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีต น่าจะเสื่อมคลายสลายหายไป และถูกแทนที่ด้วยค่านิยมทางวัตถุนิยม ตลอดจนการใช้ตรรกะและเหตุผลทางวิทยาศาสตร์ในการอธิบายสิ่งที่เกิดขึ้นในชีวิต แต่กลับยิ่งพบว่า คนในสังคมสมัยใหม่หลายคนกลับมีความเชื่อความศรัทธาในไสยศาสตร์และโหราศาสตร์ พลังเหนือธรรมชาติ เรื่องราวลึกลับ เครื่องรางของขลัง การทำนายพยากรณ์ในหลากหลายรูปแบบ โดยมีการบอกเล่าความปรารถนาและความสำเร็จของตนเองผ่านเรื่องราวสิ่งเหนือธรรมชาติ (เสาวลักษณ์, 2566)

### 1. ความนิยมในการเซ่นไหว้อ้อนวอนและการถวายบูชา

เราจะมักพบเห็นได้ตามวัด สถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เทวสถานต่างๆ ที่อยู่ทั่วประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อขอพร ขอให้ตนเองประสบความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตนตั้งเป้าหมายเอาไว้ ซึ่งหากเป็นไปตามที่ตนขอพรไว้ ก็จะมีการนำเอาของบูชามาเซ่นไหว้ เช่น ดอกไม้ ไข่ ไก่ต้ม หัวหมู เป็ด ของดำ และในบางครั้งอาจมีการนำนางรำมารำถวาย ซึ่งทำให้เกิดอาชีพต่าง ๆ มากมายตามสถานที่เหล่านี้ กรณีกระแส “ไอ้ไข่” วัดเจดีย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่คนต่างพากันไปขอพร อ้อนวอน บนบาน เพื่อให้ตนเองสมหวัง โดยเฉพาะในเรื่องโชคลาภ การค้าขาย และยังได้รับกระแสความนิยมอย่างหนัก เมื่อดาราศาสตร์ที่มีชื่อเสียง ได้ไปทำพิธีกรรมดังกล่าว ตลอดจนมีการนำเสนอออกสื่อทางทีวี และสื่อสังคมโดยทั่วไป (บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, 2564) หรือการบูชาเทพเจ้าราหู ในวันที่เกิดสุริยุปราคา จันทรุปราคา ที่จะต้องเซ่นไหว้ด้วยของดำต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ไก่ดำ เฉาก๊วย จะเห็นได้ว่าในช่วงเวลาสิ่งของเหล่านี้มีราคาสูงขึ้นเนื่องจากสินค้าขาดตลาด

### 2. ความนิยมในเครื่องรางของขลัง

กระแสความนิยมในวัตถุมงคลนับวันยิ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยวัตถุมงคลที่ได้รับความนิยมมีการซื้อขายกันในวงกว้างและมีมูลค่าที่สูง ได้แก่ วัตถุมงคลประเภทพระเครื่องโดยเฉพาะพระเครื่องที่อยู่ในชุดของพระสมเด็จจรัลธรรมังข์มีมูลค่าที่ซื้อขายกันในตลาดไม่ต่ำกว่า 250 ล้านบาท พระกลุ่มเบญจภาคี โดยจะขึ้นอยู่กับ ความเก่าแก่ ความหายาก ความเป็นพระเครื่องแท้และยังมีเรื่องราวของอิทธิปาฏิหาริย์มาเกี่ยวข้องแล้วด้วย จะยังเป็นที่ต้องการของผู้คนและมีมูลค่าที่สูงขึ้นไปอีก

ในช่วงหลายปี ที่ผ่านมามีได้เกิดปรากฏการณ์ความนิยมในเครื่องรางของขลัง “จตุคามรามเทพ” ที่เป็นเทพคอยรักษาปกป้องพระพุทธศาสนา มีจุดกำเนิดทางภาคใต้ของไทยโดยถูกประดิษฐ์ขึ้นไว้ที่พระบรมธาตุนครศรีธรรมราช เมื่อถูกกล่าวขานถึงอำนาจความศักดิ์สิทธิ์ จึงเกิดความนิยมอย่างมากในสังคมไทยในขณะนั้น จนทำให้เกิดความต้องการอย่างมาก ก่อให้เกิดการจัดสร้างองค์เทพจตุคาม ในรุ่นต่างๆ เช่น รุ่นโคตรเศรษฐี รุ่นโคตรรวย รุ่นเงินไหลมา เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปัจจุบันยังมีกระแสความนิยมในสินค้าเครื่องรางของขลังในลักษณะเครื่องประดับแฟชั่น อาทิ เช่น เครื่องประดับแฟชั่นสายมู ภายใต้ชื่อแบรนด์ ‘ไลลา Laila Amulats’ ที่นำเอา ลูกปัดหินสี อัญมณี ต่างๆ ที่ผ่านการปลุกเสกจากนักบวช นำมาร้อยเป็นสร้อยคอ สร้อยข้อมือ พร้อมทั้งบรรยายสรรพคุณ ช่วยเรื่องโชคลาภ เสริมดวงชะตาราตรี แคล้วคลาดปลอดภัย และยังมีเหล่าดารานักแสดงที่มีชื่อเสียง สวมใส่ เครื่องรางของขลังเหล่านี้ยิ่งได้รับความนิยมจากคนในสังคม โดยราคาต่อชิ้นเริ่มตั้งแต่หลักพันไปจนถึงหลักหมื่นบาท

### 3. ความนิยมในเรื่องการพยากรณ์ โหราศาสตร์ ลายมือ ไพ่ยิปซี

ความไม่แน่นอน ความพลิกผัน และการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม รวมถึงโรคระบาด อย่าง โควิด 19 ในช่วงหลายปี ที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน ส่งผลต่อพฤติกรรมของมนุษย์ เกิดความวิตกกังวลในความแน่นอน มีความรู้สึกเครียด จนส่งผลให้มนุษย์ต้องการที่พึ่งพาทางจิตใจเพื่อที่จะหาวิธีการป้องกัน และหาคำตอบในการดำเนินชีวิตในปัจจุบันและอนาคต ซึ่งผลการวิจัยของนักศึกษาศาขากการตลาด รุ่น 22A มหาวิทยาลัยมหิดล หรือ CMMU (College of Management Mahidol University) ได้ทำการสำรวจข้อมูลโดยใช้หัวข้อว่า ‘การตลาดของคนอยู่เป็น’ ในปี 2563 พบว่า คนไทยมีความวิตกกังวลในเรื่องโรคระบาดโควิด-19 มากที่สุด คิดเป็น 76.8% ตามมาด้วยปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ 74.6% ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาและความเห็นต่างกันในสังคม 65% ด้านเศรษฐกิจทั้งเรื่องค่าครองชีพสูงและความไม่มั่นคงในหน้าที่การงาน 64% ความไม่สามารถปรับตัวได้ทันกับเทคโนโลยีใหม่ๆ 62.8% และด้านการเมืองที่ส่งผลกระทบต่อชีวิตประจำวัน 62.6% เมื่อคนไทยเกิดความเครียดวิตกกังวลที่อยู่บนความแน่นอนดังกล่าว ทำให้ต้องหันหาที่พึ่งทางจิตใจ เพื่อหาสิ่งยึดเหนี่ยวและคำตอบสำหรับทางออกในการดำเนินชีวิต โดยหนึ่งในที่พึ่งทางใจที่คนไทยนิยมอย่างมาก นั่นคือ การดูดวงหรือการทำนายพยากรณ์ด้วยวิธีที่หลากหลายซึ่งสอดคล้องกับผลการสำรวจพฤติกรรมของคนไทยจากบริษัท Lucky Heng Heng ในปี 2565 พบว่าคนไทยประมาณ 52.5 ล้านคน หรือ 75% เชื่อในเรื่องดูดวง โดย 43.4% เป็น กลุ่ม Gen Y ที่เชื่อเรื่องดูดวงเป็นอันดับ 1 โดยเรื่องที่คนไทยมักจะปรึกษาหมอดูมากที่สุด 3 ลำดับแรก คือ ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การเงินและการค้า และเรื่องของโชคลาภ (สินธุ์ศรีศรี, 2560)

### 4. ความนิยมในเรื่อง สีมงคล เลขมงคล

เพื่อให้เกิดสิริมงคล เพิ่มเสน่ห์ เกิดความมั่นใจ ความนิยมในด้านนี้ก่อให้เกิดอาชีพและธุรกิจมากมายในสังคมไทยในปัจจุบัน ซึ่งสามารถพบเห็นได้จากสื่อสังคมออนไลน์ คอลัมน์ตามเพจหรือสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ในหัวข้อ สีประจำวันเกิด สีประจำวัน สีตามธาตุ สีมงคลที่เหมาะสมกับธุรกิจประเภทต่างๆ นอกจากนี้สีมงคลอาจแบ่งตามความเชื่อทางเชื้อสายหรือวัฒนธรรม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความนิยมและปรากฏการณ์ในเรื่องสีและเลขมงคล มิได้จำกัดอยู่ในกลุ่มคนวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุเท่านั้น แต่ยังได้รับความนิยมในหมู่หนุ่มสาวคนรุ่นใหม่ นักเรียน นักศึกษา ดังจะเห็นได้จากการเลือกใช้สิ่งของต่างๆ ตามสีมงคลประจำวัน การเลือกใส่ชุดที่มีสายจิ้นจะเชื่อว่า สีแดงและสีทองเป็นสีมงคล สีแห่งความเจริญรุ่งเรือง ในขณะที่คนไทยที่ได้รับอิทธิมาจากพุทธและพราหมณ์ จะใช้รูปสีทองบูชาพระรัตนตรัย แต่ใช้รูปสีม่วงในการบูชาดวงวิญญาณ สี่ลี้ลับ เหนือธรรมชาติ สีมงคลตรงกับตัวเอง หรือแม้กระทั่งการพกเครื่องรางของขลังที่มีสีมงคลพกติดตัวไปในวันสอบ นอกจากนี้ความนิยมด้านตัวเลขในสังคมก็ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนาน คนไทยมักจะนิยมใช้ตัวเลข “9” ในวันสำคัญ งานพิธีกรรม เบอร์โทรศัพท์ เลขที่บ้าน เลขที่กิจการใหม่ เป็นต้น เนื่องจากคนไทยมีความเชื่อว่า เลข “9” มีความหมายพ้องกับคำว่า “ก้าวหน้า” นั่นเอง ซึ่งเรามักจะเห็นจากปรากฏการณ์ การตามหาเบอร์สวย เลขมงคล และธุรกิจในระบบเครือข่ายมือถือต่างๆ ที่จะหยิบกลยุทธ์ เลขสวยเบอร์มงคล มาใช้เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาดอยู่บ่อยครั้ง ทั้งนี้จากผลสำรวจพฤติกรรมของคนไทยจากบริษัท Lucky Heng Heng ในปี 2565 พบว่า สีและเลขมงคลเป็นหนึ่งในห้าของห้าบริการด้านมูเตลูที่ได้รับความนิยมสูงสุด คิดเป็น 36.9%

## บทที่ 3

### ข้อมูลทางด้านการออกแบบ

#### 3.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบนิทรรศการ

##### 3.1.1 ความหมายของนิทรรศการ

จากการสืบค้นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนิทรรศการ นิยามของนิทรรศการนั้นมีความลื่นไหล และเปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละยุค โดยเมื่อนำนิยามดังกล่าวมาเรียบเรียงตามลำดับเวลา

นิยามของนิทรรศการถูกให้เอาไว้โดย เปรี๊อง กุมุท ตั้งแต่ พ.ศ. 2526 มีความว่า “นิทรรศการ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่มีบทบาทและอิทธิพลมากขึ้นทุกขณะ ทั้งในด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์- แพทย์- ธุรกิจ สังคม การเมือง การอุตสาหกรรม และอื่น ๆ นอกจากนี้ยังให้ความหมายในทัศนะของผู้จัดวาง เป็นวิธีอันทรงประสิทธิภาพ ในการกระตุ้นให้ผู้คนสนใจในวัตถุ และแนวความคิด ความอ่าน เป็นวิธีที่สามารถเข้าถึงประชาชนได้ ในเมื่อวิธีการ อย่างอื่นไม่ สามารถทำได้ ทั้งนี้เพราะเสน่ห์อันเกิดจากผลงาน การรวบรวม สรรพสิ่งทั้งหลาย การคัดเลือก การจัดแสดงที่ดี” และได้ให้ความหมายของนิทรรศการในทัศนะของผู้ชม หรือประชาชนว่า นิทรรศการ หมายถึง “โอกาสของความเห็นความชื่นชม และการเรียนรู้บางอย่างเกินปกติวิสัยที่จะได้มีโอกาสเช่นนั้น เสน่ห์ของนิทรรศการอยู่ที่ความพิเศษ หรือโอกาสที่หายาก หรือหาชมได้เป็น บางครั้งบางคราวเท่านั้น” (เปรี๊อง กุมุท, 2526)

นิยามของนิทรรศการโดย เปรี๊อง กุมุท เป็นนิยามที่เข้าใจกันในช่วงเวลาหนึ่งภายใต้ บริบท การศึกษา ต่อมา อีร์ศักดิ์ อัครบรร (2545) ให้นิยามว่านิทรรศการ หมายถึง การวางแผนถ่ายทอดความรู้ โดยใช้สื่อทัศนวัสดุ เครื่องมือสื่อทัศนศึกษา และกิจกรรมสื่อทัศนศึกษา อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือผสมผสานอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ผู้ชม ตลอดจนมุ่งชักจูงความคิดความสนใจ ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ผู้จัดได้กำหนดไว้

แสงสุริยา วรหาคา (2555) ได้ให้ความหมาย นิทรรศการว่า การจัดแสดงข้อมูลเนื้อหาผลงานต่าง ๆ ด้วยวัสดุ สิ่งของ อุปกรณ์และกิจกรรมที่หลากหลาย มีความสัมพันธ์กันในแต่ละเรื่องราว มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน มีการวางแผน และการออกแบบที่เข้าใจ ให้ผู้ชมมีส่วนร่วมทั้งในการดู การฟัง การสังเกต และการจับต้องผ่านสื่อที่หลากหลาย ทำให้เกิดความรู้และความเข้าใจในประเด็นสิ่งๆ นั้นมากยิ่งขึ้น

เห็นได้ว่านิยามของนิทรรศการมีพัฒนาการเปลี่ยนแปลงมาโดยตลอด เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีสมัยใหม่ รวมถึงการพยายามให้ผู้ชมได้เข้ามามีประสบการณ์ร่วมมากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

นิทรรศการจึงมีความหมายว่า เครื่องมือสื่อสารที่มีบทบาท และอิทธิพลในการถ่ายทอดความรู้ ด้วยวัสดุ สิ่งของ อุปกรณ์และกิจกรรมที่หลากหลาย เพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจ กระตุ้นให้เกิดความสนใจใน วัตถุ หรือแนวคิด ผ่านการให้ผู้ชมได้มีส่วนร่วมทั้งในการดู การฟัง การสังเกต และการจับต้องได้ผ่านสื่อที่หลากหลาย การจัดนิทรรศการต้องมีการวางแผนถ่ายทอดความรู้ผ่านการรวบรวม และการคัดเลือกสื่อที่ใช้ รวมถึงการออกแบบกิจกรรมและการแสดงที่ดี โดยให้เนื้อหา มีความสัมพันธ์กัน และสร้างประสบการณ์ที่ดึงดูด และน่าสนใจ

### 3.1.2 ประเภทของนิทรรศการ

การแบ่งประเภทของนิทรรศการ สามารถทำได้หลายวิธีขึ้นอยู่กับระยะเวลาในการจัด สถานที่ ตลอดจนเนื้อหาหรือวัตถุประสงค์ของการจัดแสดง การจำแนกรูปแบบของนิทรรศการแบ่งออกเป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1) การจัดแสดง หรือจุดนิทรรศน์ เป็นการจัดแสดงในบริเวณพื้นที่ขนาดย่อม โดยมีอุปกรณ์จำนวนน้อยชิ้น อาจเป็นป้ายนิเทศเดี่ยว โต้ะ และชั้นวางสิ่งของ การแสดงด้วยการวางสิ่งของอย่างเดียว และการแสดงจุดนิทรรศน์ลอย

2) นิทรรศการทั่วไป เป็นกิจกรรมขนาดกลาง เพื่อจัดแสดงผลงาน โดยสามารถพบได้ 4 ขนาดตามพื้นที่จัดแสดง คือ

- นิทรรศการขนาดเล็ก (Small Exhibits) พื้นที่น้อยกว่า 37 ตารางเมตร
- นิทรรศการขนาดกลาง (Medium Exhibits) มีพื้นที่ตั้งแต่ 38-148 ตารางเมตร
- นิทรรศการขนาดใหญ่ (Large Exhibits) มีขนาดตั้งแต่ 149-371 ตารางเมตร
- นิทรรศการขนาดยักษ์ (Giant Exhibits) มีขนาดตั้งแต่ 371 ตารางเมตรขึ้นไป
- มหกรรม เป็นนิทรรศการที่มีพื้นที่ขนาดใหญ่

3) จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการจัด แบ่งออกเป็น

- นิทรรศการเพื่อการศึกษา จัดขึ้นเพื่อเผยแพร่ความรู้สู่ผู้ที่ศึกษา ทำให้เกิดการเรียนรู้จากสื่อต่าง ๆ และมีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับหลักสูตรทางวิชาการ
- นิทรรศการเพื่อการประชาสัมพันธ์ จัดขึ้นเพื่อสร้างความเข้าใจและทัศนคติต่อองค์กร
- นิทรรศการเพื่อการค้า จัดขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือนำเสนอสินค้าเพื่อส่งเสริมการขายสินค้าหรือบริการ มักจัดเป็นประจำทุก ๆ ปีหรือในวันสำคัญต่าง ๆ

4) จำแนกตามระยะเวลาในการจัด ได้แก่

- นิทรรศการถาวร (Permanent Exhibition) เป็นนิทรรศการที่จัด ณ สถานที่ใดที่หนึ่งในระยะยาว มีการลงทุนสูงเพื่อตอบสนองอายุการใช้งานดังกล่าว จึงมีการวางแผนผัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และแผนงานอย่างเป็นระบบ นิยมจัดกลางแจ้ง และในอาคาร และใช้เพื่อสร้างความรู้ ทัศนคติ และค่านิยม

- นิทรรศการชั่วคราว (Temporary Exhibition) เป็นนิทรรศการที่นำเสนอเนื้อหาเฉพาะพิเศษ จัดแสดงในช่วงระยะเวลาหนึ่ง นิยมใช้เนื้อหาที่เป็นข้อมูลใหม่ หรือมีความเฉพาะกลุ่มกว่านิทรรศการระยะยาว โดยอาจใช้จัดประกอบอยู่ภายในนิทรรศการถาวร เพื่อดึงดูดให้ผู้ชมกลับมาชมนิทรรศการถาวรซ้ำอีกครั้ง
- นิทรรศการเคลื่อนที่ (Traveling Exhibition) เป็นนิทรรศการที่เน้นความสะดวกในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นหลักผ่านการเคลื่อนย้ายไปติดตั้งในหลากหลายสถานที่ โดยมีการออกแบบลักษณะสื่อที่สำเร็จรูปเพื่อให้สะดวกต่อการจัดแสดงในลักษณะดังกล่าว และใช้วัสดุที่เหมาะสมต่อการเคลื่อนย้ายไปมา และง่ายต่อการซ่อมแซม

#### 5) จำแนกตามสถานที่ในการจัด

- นิทรรศการในอาคาร
- นิทรรศการกลางแจ้ง
- นิทรรศการกึ่งในอาคารกึ่งในกลางแจ้ง

#### 6) จำแนกตามลักษณะผังทางเดินผู้ชม

- แบบควบคุม (control typed) หรือ linear คือ การกำหนดเส้นทางการรับนิทรรศการให้แก่คนดู โดยบังคับให้ผู้ชมเดินตามทิศทางที่กำหนดไว้ โดยอาจใช้ไม้ บอร์ด สัญลักษณ์ เช่น ลูกศร หรือ เส้น เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการรับชม
- แบบไม่ควบคุม (un-control typed) หรือ non-linear คือ การเปิดให้ผู้ชมรับชมนิทรรศการได้อย่างอิสระตามความสนใจ สามารถดูเรื่องใดก่อน หรือเข้าออกทางใดก็ได้

#### 3.1.3 ขั้นตอนการผลิตนิทรรศการ

TCDC (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์) เป็นผู้จัดนิทรรศการที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้นำเผยแพร่เอกสารประกอบนำเสนอกระบวนการผลิตนิทรรศการ “การออกแบบนิทรรศการ” (Exhibition Design) (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์(องค์การมหาชน), 2006) ไว้ในคลังข้อมูลออนไลน์ โดยเปิดประโยคเกริ่นในเอกสารประกอบการนำเสนอไว้ว่า

“ในอดีต นิทรรศการในพิพิธภัณฑ์ถูกนิยามผ่านคอลเลกชันและสิ่งทีนำมาจัดแสดง ปัจจุบันนิทรรศการถูกตัดสินด้วยคุณภาพของเรื่องราว และการนำเสนอ”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สะท้อนถึงความสำคัญของแนวคิดและวิธีการเล่าเรื่องในนิทรรศการเป็นอย่างดีโดย วิชาญธนา ธารจินดาวงศ์ (2565) ได้สรุปและเรียบเรียงขั้นตอนการทำงานของ TCDC ไว้ว่า

ในกระบวนการผลิตนิทรรศการแบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญดังต่อไปนี้

1. ขั้นตอนพัฒนาแนวคิด (Concept development) เป็นขั้นตอนการวางแนวคิดเป็นแกนกลางสำคัญของนิทรรศการ โดยนักออกแบบทำหน้าที่เป็น “นักเล่าเรื่อง”
2. ขั้นตอนพัฒนาการออกแบบ (Design development) เป็นขั้นตอนตีความ “เรื่องเล่า” ออกมาสู่พื้นที่ทางกายภาพ หรือวัสดุที่จับต้องได้ (Tangible materials) และแปรสภาพข้อความ ให้เห็นเป็น “ภาพ” (visual object) ได้
3. ขั้นตอนบริหารจัดการ (Management process) เป็นขั้นตอนบริหารจัดการโครงการ เช่น การกำหนดการ บริหารงบประมาณ การจัดการความขัดแย้งที่เกิดขึ้น เป็นต้น รวมไปถึงขั้นตอนการดูแล การขนส่ง (logistic) และบริหารความเสี่ยงที่เกิดขึ้นในการดำเนินโครงการ

นอกจาก 3 ขั้นตอนดังกล่าว ยังมีขั้นตอนที่ต้องดำเนินการก่อนเป็นอันดับแรก คือ ขั้นตอน “ขั้นตอนก่อนการออกแบบ” (Pre-design process) เป็นขั้นตอนของการสำรวจเชิงพื้นที่ เพื่อหาข้อจำกัดของการจัดนิทรรศการ ซึ่งจะละเอียด เนื่องจากงานศิลปะนิพนธ์นี้ไม่ได้ออกแบบขึ้นบนสถานที่จริง

### 3.2 แนวคิดเกี่ยวกับทรานส์มีเดีย

#### 3.2.1 ทรานส์มีเดีย (Transmedia)

ทรานส์มีเดีย ถูกให้คำจำกัดความโดย Henry Jenkins (2016) โดยชี้ว่าการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดียคือ การคลี่คลายเนื้อเรื่องข้ามแพลตฟอร์มสื่อหลากหลายชนิดผ่านข้อความ ภาพ เสียง วิดีโอ หรือสื่อรูปแบบใหม่เพื่อสร้างคุณค่า และความโดดเด่น ในภาพรวมของการสื่อสารทั้งหมด ในขณะที่ตัวเขาเชื่อว่า การสร้างเนื้อหาแบบผู้ชมมีส่วนร่วมออกแบบ (user-generated content) ทำให้เกิดการเข้าร่วม และสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ดังนั้นจึงจำเป็นที่ผู้ชมต้องถูกส่งเสริมให้มีส่วนร่วมด้วยเช่นกัน (Jenkins, 2010) โดยเขามองว่าหัวใจของการสื่อสารแบบทรานส์มีเดียเป็นการมุ่งไปที่เรื่องเล่ามากกว่าการใช้สื่อที่หลากหลาย กล่าวคือ ภายใต้อะไรก็ตามแต่ละชิ้น จำเป็นต้องมีความเป็นอิสระต่อกันภายใต้ “โลกของเรื่องเล่า” (Storyworld) เพียงหนึ่งเดียว เพื่อสร้างความผูกพันร่วม (engagement) กับผู้รับ ด้วยเหตุนี้ Jenkins จึงเรียกทรานส์มีเดียในความหมายของเขาเอาไว้ว่า “การเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย” (Transmedia storytelling) ต่อมากลายเป็นความหมายที่เข้าใจกันโดยทั่วไปหากกล่าวถึงทรานส์มีเดียที่อ้างอิงจากแนวคิดของ Henry Jenkins เป็นหลัก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.2.2 การปฏิสัมพันธ์ (interactive) และ ความดื่มด่ำ (immersive)

นิทรรศการที่เล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย อาศัยคุณลักษณะสองประการ ได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ (interactive) และ ความดื่มด่ำ (immersive) เพื่อนำผู้ชมนำไปสู่การสร้างพื้นที่แห่งการมีส่วนร่วม

โดยความดื่มด่ำจะเกิดขึ้นจากการใช้สื่อทำให้เกิดภาพลวง Oliver Grau ได้เขียนหนังสือ Virtual Art (2003) เพื่ออธิบายวิธีการที่ศิลปินหาได้ค้นหาแนวทางและกลวิธีในการสร้างความจริงเสมือน (Virtual reality) หรือ คือทำอย่างไรให้ถูกดึงดูด (immersed) เสมือนได้เหมือนเข้าไปอยู่ภาพ Grau ได้เสนอทฤษฎีเอาไว้ว่า วิวัฒนาการของเทคโนโลยีในแต่ละยุคเป็นปัจจัยทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงพื้นที่ภายในภาพ (Space of Image) ได้มากขึ้นเรื่อย ๆ ความจริงเสมือน (Virtual reality) ที่ปรากฏขึ้นในปรากฏการณ์ดังกล่าวนำไปสู่ความ Immersive เพราะสื่อ (media) ควรจะหายไปจากการรับรู้ของผู้ชม จึงอนุมานได้ว่าความจริงเสมือน คือพื้นฐานของการเกิดความดื่มด่ำ โดยอาศัยการใช้งานศิลปะ สถานที่ หรือเทคโนโลยีสื่อเข้ามาใช้

การออกแบบนิทรรศการโดยปฏิสัมพันธ์ผ่านผัสสะทางกายภาพ คือ การใช้สัมผัสทางกายในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ชม และสิ่งจัดแสดงภายในนิทรรศการ อาจเป็น วัตถุจัดแสดงจำลองหรือของจริง ผลงาน Installation หรือสื่อปฏิสัมพันธ์ เช่น หน้าจอทัชสกรีน โดยอาศัยการจับต้องได้ของสิ่งจัดแสดงเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ผ่านการสัมผัส นิทรรศการที่อาศัยการปฏิสัมพันธ์ผ่านผัสสะทางกายภาพมีตั้งแต่ นิทรรศการศิลปะ นิทรรศการที่ส่งเสริมการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ ไปจนถึงการจัดแสดงสินค้าทั่วไปที่ให้ผู้ซื้อเข้ามาทดลองจับต้องสินค้าก่อนตัดสินใจเลือกซื้อ

โดยสรุปแล้ว จากแนวคิด Henry Jenkins ที่ได้วาง core concept ใน Transmedia ว่าจะต้องประกอบด้วยความหลากหลาย (multiplicity) และเป็นปัจเจกวิสัย (subjectivity) คุณลักษณะเหล่านี้จึงหมายถึงเรื่องเล่าที่ควรเรียงลำดับโดยไม่เป็นเส้นตรง (non-linear) เช่นเดียวกับการนำเสนอเนื้อหาย่อยเพื่อให้ผู้ชมสามารถมองเห็นผ่านหลากหลายมุมมอง (Jenkins, 2010) กระบวนการออกแบบสื่อที่ใช้ปฏิสัมพันธ์เหล่านี้ ยังช่วยในการสร้างการมีส่วนร่วม ความเข้าใจ และการรำลึกถึงสิ่งดังกล่าวได้อีกด้วย ด้วยเหตุนี้ การใช้ปฏิสัมพันธ์เชิงกายภาพจึงส่งผลให้การเล่าเรื่องภายในนิทรรศการจึงเกิดความหลากหลาย มีการเล่าเรื่องที่ไม่เป็นเส้นตรงตั้ง สร้างความซับซ้อนให้แก่เรื่องเล่า รวมไปถึงรูปแบบของการมีส่วนร่วม ความเข้าใจได้ง่ายและการระลึกถึงที่มากยิ่งขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### วิธีการดำเนินงาน

ผู้จัดทำได้ค้นคว้าวิจัย หนังสือ และบทความออนไลน์ ถึงข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิถีความเชื่อในประเทศไทย ความเปลี่ยนแปลงของความเชื่อจากหลายมุมมอง หลังจากเรียบเรียงข้อมูลและวิเคราะห์แล้ว จะออกแบบนิทรรศการโดยเน้นให้เกิดการดึงดูดความสนใจด้วยมีปฏิสัมพันธ์กับงานโดยตรง เช่น การจับสัมผัส เป็นต้น หลังจากออกแบบผังงานและสื่อประชาสัมพันธ์เรียบร้อยแล้ว จะนำงานเข้าสู่การสร้างโมเดลจำลองสามมิติ และจัดแสดงโมเดลสามมิตินั้น พร้อมกับสื่อประชาสัมพันธ์ของจริง

#### 4.1 กลุ่มเป้าหมาย

##### 4.1.1 ทางกายภาพ

1. คนไทย และเอเชีย อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และเขตเมืองในต่างจังหวัด
2. ฐานะปานกลาง รายได้ 15,000 - 30,000 บาท
3. อายุ 25-35 ปี

##### 4.1.2 ทางจิตภาพ

1. สนใจศึกษาศาสนา พิธีกรรม และสังคมร่วมสมัย
2. ไม่นับถือศาสนา หรือมีความเชื่อทางจิตวิญญาณที่ไม่ใช่ศาสนา

#### 4.2 ขอบเขตของเนื้อหา

ในการศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับศาสนาในไทยทั้งในแวดวงของนักวิจัยสังคม ตลอดจนองค์กรทางศาสนาต่างๆ มองว่าปัจจุบันพุทธศาสนาในไทยถูกทำให้เป็นเครื่องมือทางทุนนิยม นำไปสู่การแบ่งแยกความเป็นศาสนาและลัทธิ การแบ่งแยกนี้สร้างความแตกแยกในระดับฐานรากของสังคมจนถึงระดับนักวิชาการ และองค์กรบริหารระดับสูง ทำให้เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่เหนื่อธรรมชาติขึ้น การตอบรับของสังคมจะสุดขั้วไปทั้งสองทาง เมื่อไม่มีฝ่ายไหนพยายามเข้าใจกัน ก็อาจทำให้ไม่เกิดการเรียนรู้จากเหตุการณ์นั้น นำไปสู่ความแตกแยกของสังคมที่ห่างออกไปเรื่อย ๆ และสู่การที่สังคมเกิดความสับสนถึงการดำเนินชีวิตได้

การทำศิลปะนิพนธ์นี้จัดทำเพื่อกลุ่มคนที่มองว่าความเชื่อเหล่านี้ดูไร้เหตุผล และไม่มีคุณค่าพอที่จะให้ความสนใจ ทั้งที่ความเชื่อถือเป็นรากฐานในการดำรงชีวิต ผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปที่การอธิบายความเกี่ยวข้องของระบบความเชื่อแบบไทยกับสังคมเศรษฐกิจแบบทุนนิยม ผลกระทบจากสังคม และผลกระทบต่อสังคม นิทรรศการนี้มีจุดประสงค์เพื่อแสดงมุมมองแบบใหม่ให้กับผู้คนในสังคมทั้งฝ่ายที่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเชื่อหลายรูปแบบ และไม่เน้นถือความเชื่อใดเลยได้เข้าใจความซับซ้อนของความเชื่อแบบไทยนี้ และ นำพาไปถึงการได้พูดคุย ตั้งคำถาม และการทำความเข้าใจต่อทั้งสองฝ่ายกันไป

### 4.3 ขอบเขตของชิ้นงาน

1. สัญลักษณ์นิทรรศการ
2. โมเดลจำลองนิทรรศการแบบสามมิติ
3. สื่อประชาสัมพันธ์

3.1 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์	จำนวน 2 ชิ้น
3.2 สินค้าที่ระลึก	จำนวน 2 ชิ้น
3.3 บัตรเข้าชมงาน	จำนวน 1 ชิ้น

### 4.4 แนวทางการออกแบบ

ในการออกแบบนิทรรศการเรื่อง กระบวนการกำเนิดความศักดิ์สิทธิ์ในยุคใหม่ ผู้วิจัยต้องการเน้นย้ำในเรื่องของการพัฒนาของความศักดิ์สิทธิ์ในความผันผวน และความเกี่ยวข้องกับโลกสมัยใหม่อย่าง สัจคมในระบอบเศรษฐกิจทุนนิยม และเทคโนโลยี

การนำเสนอเนื้อหาที่ดูห่างไกลกับชีวิตประจำวันของสังคม ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการออกแบบทรานส์มีเดียหลายรูปแบบ ให้กลุ่มเป้าหมายได้รู้สึกมีส่วนร่วมในการเลือกตอบโต้กับนิทรรศการได้

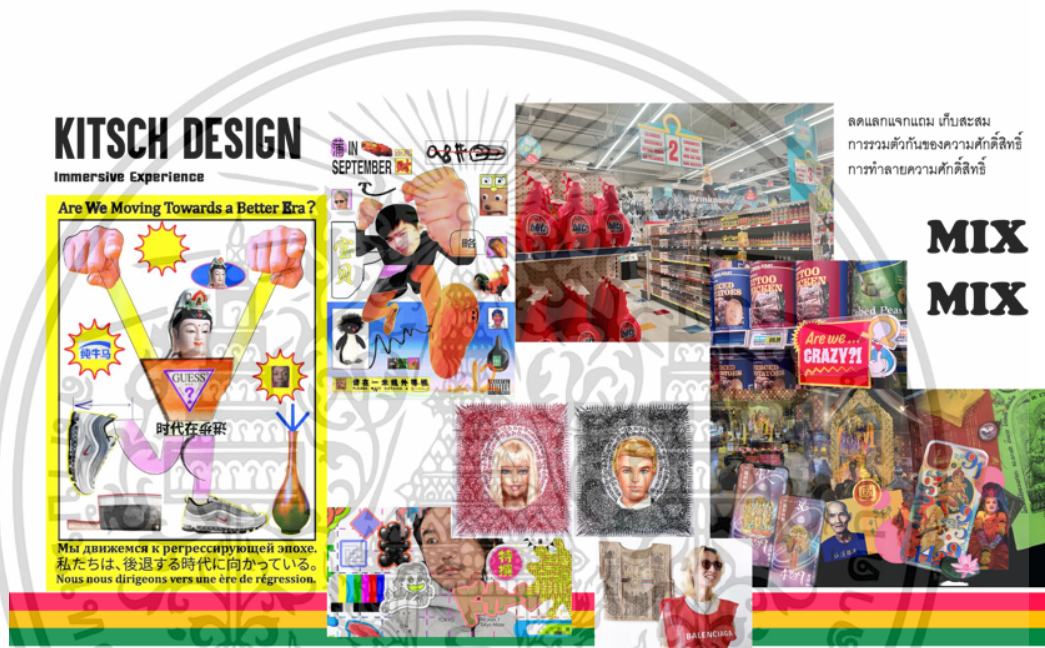
#### 4.4.1 แนวทางที่ 1: Mu-Certainty

แนวทางนี้เกิดจากลักษณะของระบบความเชื่อของไทยที่มีการทับซ้อน และความสับสนไหลในการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัย จึงเลือกใช้การตีความเนื้อหาออกมาเป็นสัญลักษณ์เชิงเปรียบเทียบที่มี เน้นความเข้าใจ การจัดระเบียบ และสื่อความหมาย คมงานด้วยกราฟิกแนวสมัยใหม่ เพื่อให้ความรู้สึกของความ เป็นเทคโนโลยีและก้าวทันยุค แต่ยังคงมีความยุ่งเหยิงของความขัดแย้งด้วยการจัดวางสิ่งของแบบเร่งรีบ การเล่าเนื้อหาจะเรียงไปตามลำดับแบบไม่ยุ่งยาก ง่ายต่อการเข้าใจตามลำดับตามเวลาทางประวัติศาสตร์



#### 4.4.3 แนวทางที่ 3: ร้านสะดวกซื้อ

แนวทางนี้เกิดจากปรากฏการณ์ที่องค์กรศาสนา และนักวิจารณ์สังคมตั้งชื่อกันโดยมีนัยทางลบว่า ‘พุทธพาณิชย์’ ผู้วิจัยจึงเล่นกับแง่มุมนี้ ด้วยการเล่านิทรรศการผ่านร้านสะดวกซื้อ และสิ่งของภายในร้านที่ผู้เข้าร่วมงานจะคุ้นเคยกันดี ผู้ร่วมงานจะได้เดินสำรวจร้านค้าและมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งของต่าง ๆ เช่นการหยิบขึ้นมาอ่าน และการเลือกสร้างประสบการณ์ในแบบของตัวเอง ในด้านการออกแบบผู้วิจัยใช้แนวทางของภาพที่ออกแนวขบขัน และรกรุงรัง เพื่อแสดงภาพจำของความเชื่อเหล่านี้ แล้วรวมเข้ากับงานออกแบบที่ล้อเลียนกับสินค้าทั่วไปที่เราเห็นได้ในร้านสะดวกซื้อ



ภาพที่ 4.3 Mood Board แนวทางที่ 3

#### 4.5 ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual)

หลังจากปรึกษากับคณะอาจารย์ คณะอาจารย์ได้เลือกแนวทางการออกแบบที่ 3 ร้านสะดวกซื้อ แต่เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับเนื้อหาของนิทรรศการมากขึ้น ผู้วิจัยนำเอกลักษณ์ของการออกแบบสื่อโฆษณา และสินค้าของประเทศอินเดีย และจีน ซึ่งเป็นประเทศที่นับถือความเชื่อที่กำลังเป็นที่นิยมในเมืองไทยตอนนี้ ผสมผสานเข้ากับแนวคิดเดิมที่สื่อถึงความเชื่อแบบไทย ออกมาเป็นงานออกแบบแนว Vintage Kitsch ที่ดูสนุกสนาน และดึงดูดสายตาด้วยสีอันฉูดฉาด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.4 ภาพสื่อสารหลัก (Key Visual)

#### 4.6 เนื้อหาภายในนิทรรศการ

##### 4.6.1 โซนที่ 1: ความเป็นมู

ในโซนแรกจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์ความเชื่อในปัจจุบัน พื้นที่ตั้งแต่ทางเข้าหน้าร้าน ภาพลักษณ์ของความเชื่อในสมัยใหม่ที่มีมุมมองใหม่ และถูกปรับให้เข้ากับยุคสมัยใหม่ได้แล้วโดยที่ไม่ได้ทำให้ลดความศักดิ์สิทธิ์ลงเลย ความเชื่อเหล่านั้นที่ถูกผลักดันให้กลายเป็นลัทธิ ทั้งการนับถือศาสนาทางเลือก เช่น เทพเจ้าอินเดีย หรือเทพเจ้ากรีก จนถึงการนับถือเทพท้องถิ่นที่ถูกศาสนาพุทธขีดเส้นว่าเป็นการนับถือผี ความเชื่อนอกกระแสเหล่านี้ถูกปรับเปลี่ยนให้มีรูปลักษณ์ที่ดีขึ้นและเปลี่ยนชื่อเรียกใหม่ให้เป็น “มูเตลู” โดยชื่อนี้ถูกใช้กันอย่างแพร่หลายในสื่อ และโซเชียลมีเดีย เนื่องจากความเชื่อนั้นเป็นเรื่องของการสร้างขอบเขตของการนับถือ จึงจัดให้มีพิธีไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่ตั้งไว้รายล้อมหน้านิทรรศการ เพื่อสร้างขอบเขตของร้านให้มีความศักดิ์สิทธิ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่อไปคือชั้นวางสินค้าโปรโมชันโดยจะเล่าถึงสถานการณ์ความเชื่อในปัจจุบัน ข้อมูลสถิติที่มี เช่น จำนวนผู้นับถือความเชื่อแบบนี้ส่วนมากเป็นเพศหญิง และเป็นเจน Y มากที่สุด และมีข้อมูลสถิติที่เกี่ยวข้องกับความกังวล อันเป็นตัวชี้นำความเชื่อของคนไทย เสนอมาในรูปแบบของตู้สุ่มคำถามาย ที่สามารถทำหน้าที่เป็นการเก็บสถิติความกังวลของผู้ที่มาร่วมงาน ณ ขณะนั้นได้อีกด้วย แบ่งเป็น 4 หมวดหมู่ คือ ความรัก ความเจริญก้าวหน้า ความมั่งคั่ง และความปลอดภัย

ส่วนสุดท้ายของโซนอยู่ที่ชั้นวางขายของ เป็นส่วนที่นำเอาความเชื่อตามสมัยนิยมมาผสมกับหลักการสร้างความหมายทางความเชื่อ และความศักดิ์สิทธิ์ออกมาเป็นสินค้า ผู้เข้าร่วมงานจะสามารถหยิบจับสินค้าขึ้นมาอ่านข้อมูลทำความเข้าใจเนื้อหาเพิ่มเติมได้

#### 4.6.2 โซนที่ 2: ความเป็นมา

ในส่วนนี้จะกล่าวถึงพัฒนาการของความเชื่อตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยเน้นไปที่ความสัมพันธ์ของสังคมกับการตอบสนองของความเชื่อ ออกแบบมาเป็นโซนสินค้าลดราคา และสินค้าตกทุน เพื่ออธิบายความเปลี่ยนแปลงตามช่วงลำดับเวลา

ส่วนต่อมาเป็นเนื้อหาของความสำคัญของความเชื่อต่อคนไทย ที่เป็นของแยกกันไม่ได้ ตั้งแต่สมัยโบราณคนไทยเรามีความเชื่อถึงสิ่งมงคล และพิธีการเล็กน้อยที่เชื่อว่าเป็นเคล็ดเสริมมงคลและหนุนดวงชะตา จึงเอามาออกแบบเป็นโซนตู้ขายสินค้า Lifestyle สื่อว่ามันคือชีวิตประจำวันแบบไทยที่ถึงแม้มันอาจจะเปลี่ยนรูปแบบไปเป็นการเลือกใช้ของใช้สิ่งมงคล แต่ก็ยังมีความศักดิ์สิทธิ์และมีคนถือเป็นเคล็ดอยู่

โซนตู้เย็นเล่าเกี่ยวกับความเป็นมาของการกลับมาเป็นกระแสหลักของความเชื่อเหล่านี้ องค์กรด้านศาสนาพยายามชำระล้างศาสนาออกจากความเป็นพิธีกรรม เพื่อชูความเป็นสากล และเป็นวิทยาศาสตร์ และผลักดันพื้นที่ของส่วนที่ไม่ใช่คำสอนให้กลายเป็นเรื่องเล่าหลัง ถึงขั้นเรียกว่า เศษซากของวัฒนธรรม แต่การตัดพิธีกรรมออกไปทำให้ศาสนาไม่สามารถเชื่อมโยงกับอารมณ์ร่วมของผู้คน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกฟังฟังทางจิตใจ ความเชื่อมโยงของคนในสังคมกับศาสนาจึงห่างกันออกไปเรื่อย ๆ จนกลายเป็นวลี “ศาสนาแซ่แข็ง” ซึ่งสื่อถึงการที่ศาสนา ไม่สามารถพัฒนาเข้ากับคนในสังคม และติดอยู่กับความเป็น “พุทธแท้” อย่างนั้น จากการศึกษาที่ไม่สามารถตอบโจทย์ความทุกข์ของสังคม ได้ทันความรวดเร็วของสังคมสมัยใหม่ สังคมจึงแสวงหาความหวังใหม่ซึ่งก็คือความเชื่อนอกกระแสหลัก อย่างการมูเตลู ซึ่งนอกจากจะตอบโจทย์กับผู้บริโภคแล้ว ยังสามารถเข้ากันได้ดีกับความนิยมนิยมด้วยมูเตลูสร้างช่องทางให้ชื่อเสียงความศักดิ์สิทธิ์นี้ส่งต่อไปได้อีกหลายทาง ไม่ว่าจะเป็นโซเชียลมีเดีย หรือการสร้างสินค้า และปรากฏในพื้นที่ทางโลกได้อย่างไม่ขัดกัน ส่งผลให้ความศักดิ์สิทธิ์ในรูปแบบของความเชื่อในชื่อเสียงที่ร่ำลือกันเพิ่มขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เมื่อเดินครบแล้วผู้เข้าร่วมงานจะได้เดินไปด้านหลังของนิทรรศการเข้าสู่ส่วนของหลังร้าน และเครื่องจักรขนาดใหญ่ ในโซนนี้จะใช้เพื่ออธิบายปัจจัยที่เชื่อมต่อความสัมพันธ์ของ “ศาสนาไทย” กับ “ระบบทุนนิยม” แจกแจงออกมาเป็นแผนผัง และนำเสนอออกมาเป็นสื่อกิจกรรมที่ผู้เข้างานสามารถจิ้มเลือกปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อปรับดูสินค้าที่จะผลิตมาเพื่อตอบสนองปัจจัยส่วนบุคคลของแต่ละบุคคล

#### 4.6.3 โซนที่ 3: ความเป็นไป

ท่ามกลางความเข้มข้นของกระแสข้อมูลที่ถาโถมเข้ามาตลอดเวลา โซนนี้จะเล่าถึงความขัดแย้งทางความคิดของคนในสังคม ณ ปัจจุบัน ที่มีทั้งฝั่งของคนที่ไม่เชื่อมูเตลู กับส่วนของคนที่เชื่อมั่นในมูเตลู ทั้งสองฝ่ายแสดงความคิดเห็นโต้แย้งกันไปมา โดยหาข้อสรุปไม่ได้ ออกแบบมาเป็นกล่องสินค้ามากมาย จากโซนที่แล้วที่วางรายล้อมให้ผู้เข้าร่วมงานได้สำรวจ และทางนิทรรศการจะจัดการความเห็นของทั้งสองฝั่งแยกใส่สื่อกิจกรรมที่ออกแบบเป็นตัวแทนทั้งสองฝ่ายให้คนดูได้มากดปุ่มฟังความเห็นของทั้งสองฝ่าย และความคิดต่อทิศทางของสังคมต่อไป

เป็นจุดสุดท้ายของนิทรรศการ มีกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมงานได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็น ออกแบบเป็นป้ายแสดงคำติชมของลูกค้า และใบเสร็จที่ระลึก หากผู้เข้าร่วมงานอยากได้ของที่ระลึกบางชิ้นสามารถซื้อของบนชั้นวางในโซนที่ 4 มูฟเวอร์ Sell ได้ ซึ่งของเหล่านั้นจะปรากฏบนใบเสร็จที่ระลึกด้วย

## บทที่ 5

### การดำเนินการออกแบบ

#### 5.1 การออกแบบสัญลักษณ์นิทรรศการ

การออกแบบตราสัญลักษณ์นิทรรศการในเบื้องต้น มีการออกแบบอยู่หลายแนวทางโดยมีแนวคิดของการผสมสัญลักษณ์ของร้านสะดวกซื้อเข้ากับสัญลักษณ์ของความศักดิ์สิทธิ์อย่างการเขียนตัวอักษร สร้างลักษณะความเป็นสมัยใหม่ที่ผสมเข้ากับความเก่าเข้าด้วยกัน โดยในความเป็นสมัยใหม่และน่าเชื่อถือจะเลือกใช้แบบตัวอักษรที่หนาและไม่มีเชิง ส่วนสีหลักจะเลือกเป็นสีจากผ้าสามสีที่เป็นภาพจำที่แข็งแกร่งของความเชื่อในไทย

##### 5.1.1 ครั้งที่ 1 ทดลองออกแบบตราสัญลักษณ์หลายแบบ



ภาพที่ 5.1 ออกแบบโดยใช้ลักษณะของยันต์

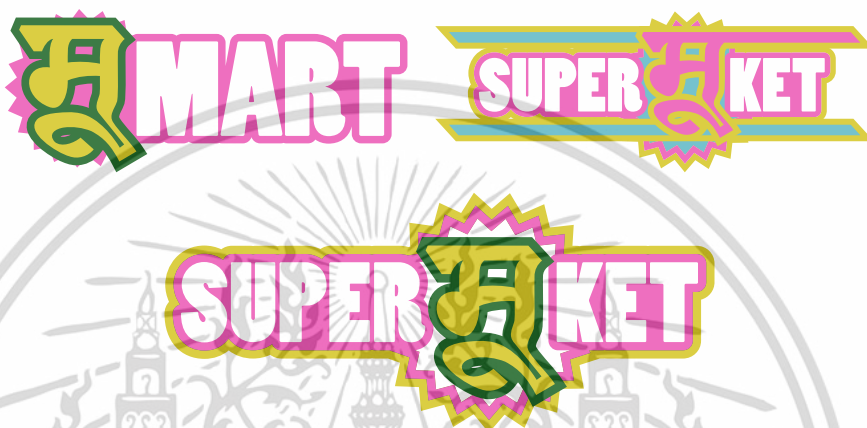


ภาพที่ 5.2 ออกแบบโดยนำลักษณะของตัวอักษร ม ในภาษาฮินดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากแบบร่างได้ตกลงเลือกพัฒนาตราสัญลักษณ์จากลักษณะของตัวอักษร ส ในภาษาฮินดี เพราะแสดงการผสมของวัฒนธรรมออกมาได้ดีกว่า และเหมาะสมกับการต่อยอดไปเป็นสัญลักษณ์ที่คล้ายร้านสะดวกซื้อมากที่สุด

#### 5.1.2 ครั้งที่ 2 พัฒนาต่อจากแบบร่างครั้งที่ 1



ภาพที่ 5.3 การพัฒนาแบบร่างต่อจากครั้งที่ 1

ในการพัฒนาต่อจากครั้งที่ 1 ผู้วิจัยได้ปรับเพิ่มขนาดในบางส่วนของตัวอักษร ส เพื่อให้สามารถอ่านเป็นคำว่า มู ภาษาไทยได้ด้วย เลือกทดลองใช้รูปทรงดาวหลายแฉกเพื่อสร้างลักษณะของความฉูดฉาดและอารมณ์สนุกสนานให้มากขึ้น สามารถพบได้มากในการออกแบบของห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อ

#### 5.1.3 ครั้งที่ 3 พัฒนาต่อจากแบบร่างครั้งที่ 2



ภาพที่ 5.4 การพัฒนาแบบร่างครั้งที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หลังจากส่งแบบร่างครั้งที่ 2 ผู้ออกแบบได้ปรับการออกแบบตัวอักษร ให้อ่านออกในภาษาไทยได้มากกว่าเดิม เน้นรูปร่างของ ม ให้มากขึ้น พร้อมกับขนาดของหัวสระอู ให้ใหญ่ขึ้น จากนั้นปรับสีให้มีความเด่นชัด และมีค่าน้ำหนักที่ห่างกันมากขึ้น

## 5.2 ตราสัญลักษณ์นิทรรศการโดยสมบูรณ์

การออกแบบตราสัญลักษณ์นิทรรศการโดยสมบูรณ์ของนิทรรศการ “SUPERMUKET” จึงเกิดจากแนวคิดของการตั้งคำถามต่อความศักดิ์สิทธิ์ ด้วยการใช้ความสามัญอย่างลักษณะอักษรและรูปร่างที่เห็นได้ทั่วไปของร้านสะดวกซื้อ ผสมเข้ากับความเก่าโบราณและศักดิ์สิทธิ์ของตัวอักษรที่ดัดแปลงมาจากภาษาฮินดี กลายเป็นส่วนผสมที่คลุมเครือของพื้นที่กึ่งกลางระหว่างความสามัญและความศักดิ์สิทธิ์



ภาพที่ 5.5 ตราสัญลักษณ์นิทรรศการโดยสมบูรณ์

## 5.3 การออกแบบผังนิทรรศการ

การออกแบบแผนผังนิทรรศการ ออกแบบมามีสองระบบ คือมีส่วนที่ไม่ควบคุมการเดิน และส่วนที่ต้องควบคุมการเดินเพื่อจัดลำดับการเล่าเนื้อหาภายในงาน

### 5.3.1 แบบร่างแผนผังนิทรรศการ

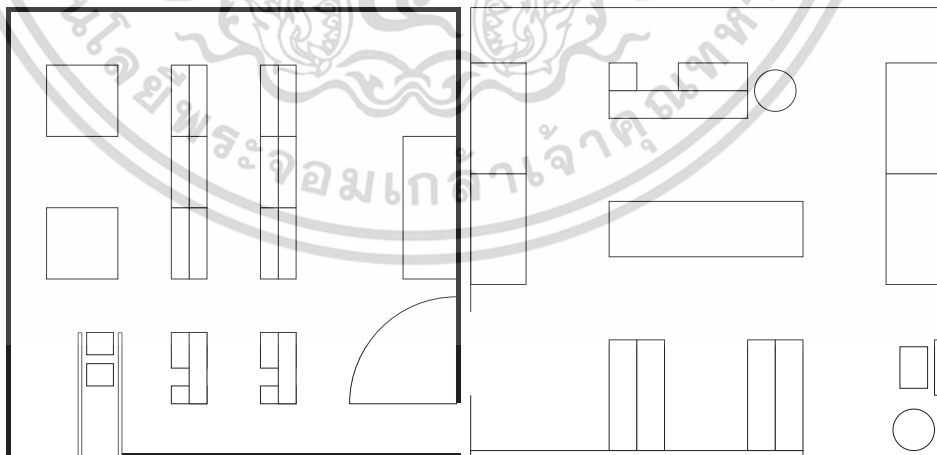
ในการเรียบเรียงลำดับเนื้อหาที่เล่าภายในงานนิทรรศการจะแบ่งออกมาเป็น 3 ชั้นระยะ โดยชั้นแรกจะเป็นการเล่าถึงความเชื่อในปัจจุบัน ชั้นต่อไปเล่าถึงความเป็นมาและความสัมพันธ์ของสังคม ระบบทุนนิยม และความเชื่อ และสุดท้ายเป็นบทสรุปถึงความสัมพันธ์ทั้งหมดที่จะนำไปสู่การพูดคุยต่อไป โดยได้แบ่งออกเป็น 9 จุดเพื่อแยกเนื้อหาออกเป็นหัวข้อที่ง่ายต่อการรับรู้ของผู้เข้าร่วมนิทรรศการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 5.1 ตารางลำดับนิทรรศการ

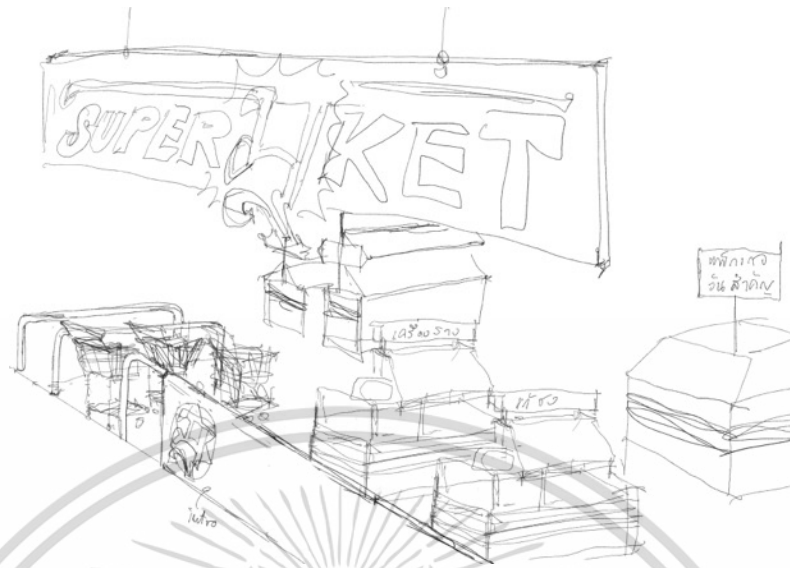
ไม่กำหนดวิธีการเดิน		กำหนดวิธีการเดิน
ความเป็นมู	ความเป็นมา	ความเป็นไป
[Info] + รีแบรนด์ มูเตลู + pop culture + ปัจจัยที่มู + ตัวเร่งยุคใหม่ [Display+Info] ลือ พร้อมข้อมูลประกอบ เช่น หิน, โฮโรวอล, เลข, ผี, ยามม	[Info] + สิ่ง(ใด)ศักดิ์สิทธิ์ + ทุกคนกับมู + ศาสนากับทุนนิยม [Info+Interact] + คุณกังวลอะไร	คใหม่และอนาคต ถ้ามูยังอยู่ในสังคม สมัยใหม่ เราทุกคนทั้งเชื่อหรือไม่ควร ทำอย่างไรกัน เป็นส่วนสรุป และทำให้ตั้งคำถาม อาจเป็นบอร์ด หรือกิจกรรมแล้วแต่ execution + ความคิดเห็น และความขัดแย้ง

ในการร่างแผนผังนิทรรศการครั้งที่ 1 ออกแบบออกมาในลักษณะของห้างสรรพสินค้าขนาดกลาง หรือซูเปอร์มาเก็ต เช่น Villa Market ฯลฯ ซึ่งแบ่งสัดส่วนของสินค้าอุปโภค บริโภค และอื่น ๆ อย่างชัดเจนมาก



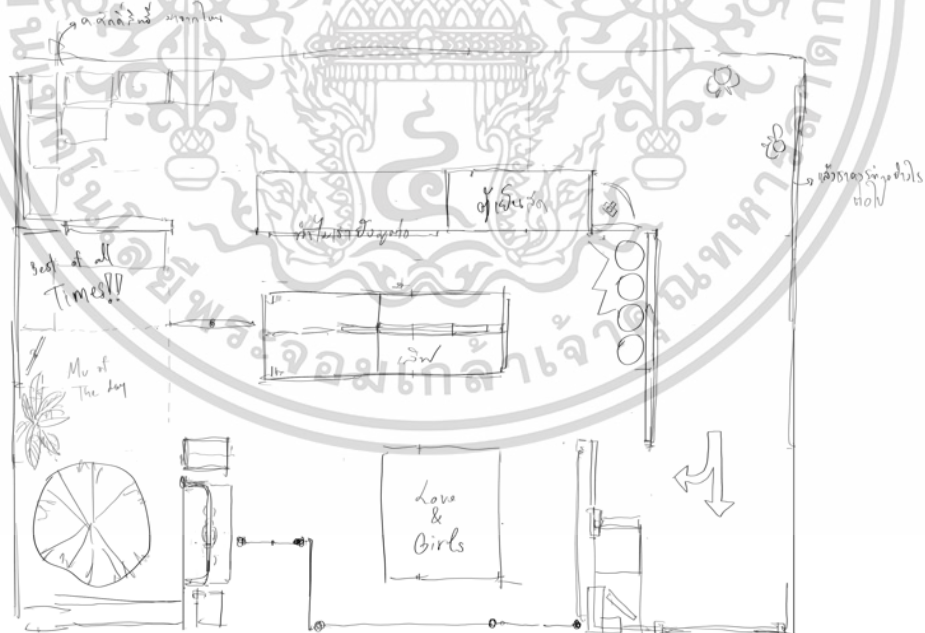
ภาพที่ 5.6 แบบร่างแผนผังนิทรรศการ ครั้งที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.7 แบบร่างบรรยากาศนิทรรศการ ครั้งที่ 1

หลังจากการพัฒนาแบบร่างแผนผังนิทรรศการในครั้งที่ 1 ได้ปรับขนาดของนิทรรศการให้เล็กลง และมีสัดส่วนการเดินทางที่ชัดเจนเหมาะสมกับเนื้อหาภายในนิทรรศการ ผู้ออกแบบปรับขนาดของนิทรรศการให้เป็นขนาดของร้านสะดวกซื้อ เช่น Seven Eleven ฯลฯ

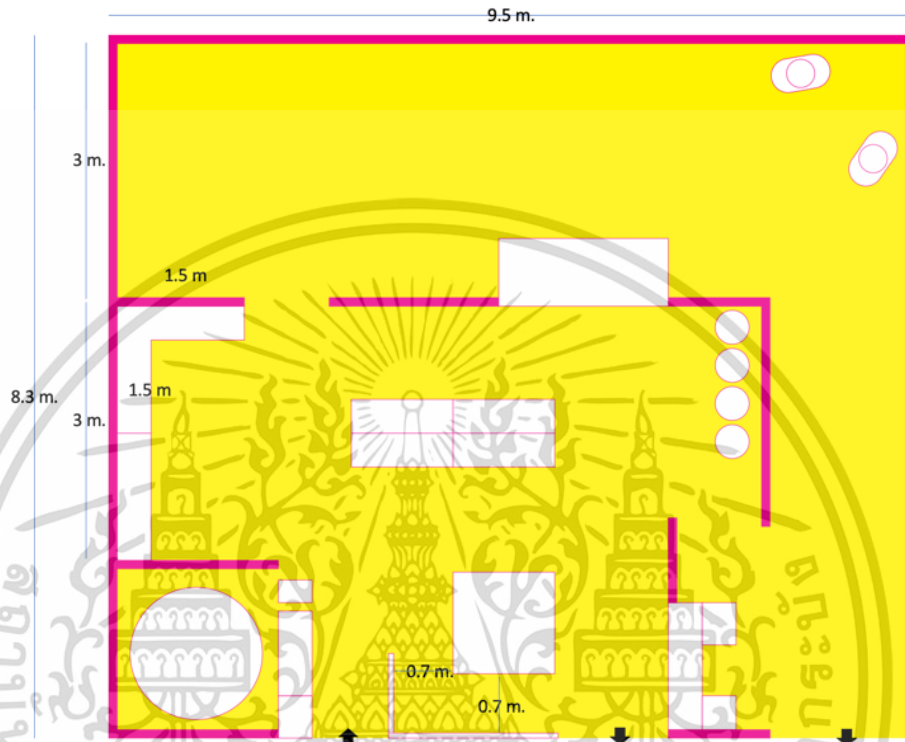


ภาพที่ 5.8 แบบร่างแผนผังนิทรรศการครั้งที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3.2 แผนผังนิทรรศการโดยสมบูรณ์

แผนผังนิทรรศการแบบโดยสมบูรณ์จะมีการลงรายละเอียดเกี่ยวกับขนาดของพื้นที่ ขนาดสิ่งของ ในแต่ละจุดของนิทรรศการทั้งหมดให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นก่อนนำไปสร้างโมเดลสามมิติ



ภาพที่ 5.9 แผนผังนิทรรศการโดยสมบูรณ์

### 5.4 การออกแบบและสร้างโมเดลสามมิติของนิทรรศการ

#### 5.4.1 แบบร่างและพัฒนาการออกแบบสร้างภาพสามมิติ

การออกแบบในขั้นตอนแรกจะเป็นการเริ่มร่างหน้าตาของตัวสื่อปฏิสัมพันธ์ และข้อมูลของนิทรรศการซึ่งอยู่บนสิ่งของต่าง ๆ ในร้านสะดวกซื้อ เพื่อให้เห็นภาพก่อนนำไปสร้างเป็นโมเดลสามมิติต่อไป โดยออกแบบให้มีความสนุกสนาน และจิกกัดสังคม สีสนที่ใช้จะคุมตามสีของนิทรรศการ คำนึงถึงการออกแบบที่กลมกลืนไปกับสภาพแวดล้อมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมงานได้รับประสบการณ์เสมือนจริง เหมือนกับที่กำลังอยู่ในร้านสะดวกซื้อจริง

ในขั้นแรกของการออกแบบ ผู้วิจัยเลือกออกแบบของบางชิ้นก่อนเพื่อทดลองอัตลักษณ์ของภาพสื่อสารหลักเพื่อทดสอบความเหมาะสมของนิทรรศการ โดยออกแบบโฆษณาפור์Sell ซึ่งเป็นโฆษณาหลักของงาน ประกอบด้วยชั้นวางสินค้า และสินค้าหลายชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.10 แบบร่างป้ายหมวดหมู่สินค้า



ภาพที่ 5.11 แบบร่างป้ายโปรโมชั่น



ภาพที่ 5.12 แบบร่างชั้นวางสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.13 แบบร่างสินค้าตัวอย่าง บัตรใบหวยลอตเตอรี่

จากการร่างโฆษณาเพื่อ Sell ผู้ออกแบบได้ปรับเรื่องการใช้สีในนิทรรศการให้สดขึ้น ส่วนด้านการออกแบบศิลปะจะต้องออกแบบให้ไม่รกเกินไปโดยไม่จำเป็น สินค้าหรือของที่อยู่ในร้านจะต้องพบเจอได้ในร้านสะดวกซื้อ หรือห้างสรรพสินค้าของไทยเท่านั้น อย่างเช่นที่ออกแบบมา มีความเป็นบัตรชุด lotto ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งคนไทยจะไม่คุ้นกับสินค้าแบบนี้ การออกแบบขึ้นนี้จึงอาจจะไม่สามารถสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ทุกคน

เสร็จแล้วจึงเริ่มทำในส่วนป้ายเนื้อหาในจุดอื่น ซึ่งในส่วนของสิ่งของภายในงานที่ต้องออกแบบในโปรแกรมสามมิติ จะเว้นรายละเอียดไว้ก่อน



ภาพที่ 5.14 แบบร่างป้าย โชนริแบรนด์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้





ภาพที่ 5.17 แบบร่างป้าย ช่องจ่ายเงิน โชนมูNow

คุณกังวล  
อะไร?

ภาพที่ 5.18 แบบร่างป้ายอักษร โชนคุณกังวลอะไร



ภาพที่ 5.19 แบบร่างป้ายพื้นหลัง โชนคุณกังวลอะไร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.20 แบบร่างป้ายเนื้อหา โชนคุณกิ่งวโลหะไร



ภาพที่ 5.21 แบบร่างเนื้อหา หมวดหมูสินค้ำ โชนมูฟอ์Sell

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.22 แบบร่างเนื้อหา บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เน้น โชนมูฟออร์Sell



ภาพที่ 5.23 แบบร่างเนื้อหา ลายมือมงคล โชนมูฟออร์Sell



ภาพที่ 5.24 แบบร่างเนื้อหา Griptok โชนมูฟออร์Sell

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

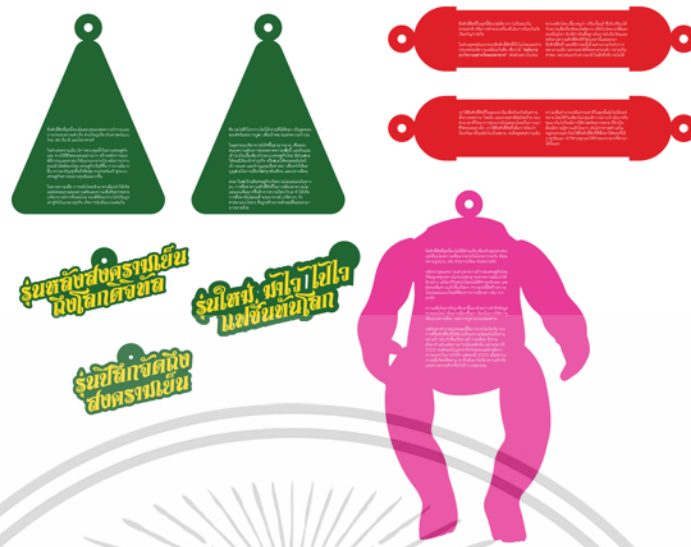


ภาพที่ 5.25 แบบร่างเนื้อหา โขนมูสดใหม่และศาสนาแช่แข็ง



ภาพที่ 5.26 แบบร่างเนื้อหา ลดล้างสต็อก โขนทุกคนกับมู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.27 แบบร่างเนื้อหาห้อย ลดล้างสต็อก โชนทุกคนกับมู

**GET READY WITH มู**

**MUTELU is POP.af!**

**SUPER SALES** **ล้างสต็อก**

ภาพที่ 5.28 แบบร่างป้าย โชนทุกคนกับมู



ภาพที่ 5.29 แบบร่างป้ายเนื้อหา โชนทุกคนกับมู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.30 แบบร่างเนื้อหา โชนศาสนาไทยกับทุนไทยนิยม

# สขชช ไทยนิยม

ภาพที่ 5.31 แบบร่างป้าย โชนลบลู่รงมงาย

SUPER MARKET	SUPER MARKET	SUPER MARKET																						
ซูเปอร์-บุ๊คเซ็ล, ไม่จำกัด สาขา: 100 สาขาในกรุงเทพฯ, 105 สาขา โทร: 02-xxx-xxx-999	ซูเปอร์-บุ๊คเซ็ล, ไม่จำกัด สาขา: 100 สาขาในกรุงเทพฯ, 105 สาขา โทร: 02-xxx-xxx-999	ซูเปอร์-บุ๊คเซ็ล, ไม่จำกัด สาขา: 100 สาขาในกรุงเทพฯ, 105 สาขา โทร: 02-xxx-xxx-999																						
โปรโมชันพิเศษ/โปรโมชั่นพิเศษ	โปรโมชันพิเศษ/โปรโมชั่นพิเศษ	โปรโมชันพิเศษ/โปรโมชั่นพิเศษ																						
<table border="1"> <tr><td>1</td><td>ข้าวหอมมะลิ 300</td></tr> <tr><td>2</td><td>หมูสามชั้น 450</td></tr> <tr><td>3</td><td>ไข่ไก่ 50</td></tr> <tr><td>4</td><td>นมสดรสจืด 175</td></tr> <tr><td>5</td><td>ผลไม้สด 25</td></tr> </table>	1	ข้าวหอมมะลิ 300	2	หมูสามชั้น 450	3	ไข่ไก่ 50	4	นมสดรสจืด 175	5	ผลไม้สด 25	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>ข้าวหอมมะลิ 690</td></tr> <tr><td>2</td><td>หมูสามชั้น 888</td></tr> <tr><td>3</td><td>ไข่ไก่ 880</td></tr> <tr><td>4</td><td>นมสดรสจืด 100</td></tr> <tr><td>5</td><td>ผลไม้สด -FREE-</td></tr> </table>	1	ข้าวหอมมะลิ 690	2	หมูสามชั้น 888	3	ไข่ไก่ 880	4	นมสดรสจืด 100	5	ผลไม้สด -FREE-	<table border="1"> <tr><td>1</td><td>ไม่เอา "บุ๊คเซ็ล" "ไม่เอา "บุ๊คเซ็ล"!!</td></tr> </table>	1	ไม่เอา "บุ๊คเซ็ล" "ไม่เอา "บุ๊คเซ็ล"!!
1	ข้าวหอมมะลิ 300																							
2	หมูสามชั้น 450																							
3	ไข่ไก่ 50																							
4	นมสดรสจืด 175																							
5	ผลไม้สด 25																							
1	ข้าวหอมมะลิ 690																							
2	หมูสามชั้น 888																							
3	ไข่ไก่ 880																							
4	นมสดรสจืด 100																							
5	ผลไม้สด -FREE-																							
1	ไม่เอา "บุ๊คเซ็ล" "ไม่เอา "บุ๊คเซ็ล"!!																							
ยอดซื้อ 5 ชิ้น 1000 ส่วนลดได้สูงสุด 1 999	ยอดซื้อ 5 ชิ้น 2658 ส่วนลดได้สูงสุด - 2658	ยอดซื้อ 5 ชิ้น ส่วนลดได้สูงสุด -																						
<p><b>หัวข้อ:</b> ผลกระทบของสินค้าไม่เพียงพอ</p> <p>ผลกระทบบนสินค้าไม่เพียงพอ เช่น สินค้าขาดสต็อกในร้าน หรือสินค้าที่ขาดสต็อกในร้าน</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p>	<p><b>หัวข้อ:</b> ผลกระทบของสินค้าไม่เพียงพอ</p> <p>ผลกระทบบนสินค้าไม่เพียงพอ เช่น สินค้าขาดสต็อกในร้าน หรือสินค้าที่ขาดสต็อกในร้าน</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p>	<p><b>หัวข้อ:</b> ผลกระทบของสินค้าไม่เพียงพอ</p> <p>ผลกระทบบนสินค้าไม่เพียงพอ เช่น สินค้าขาดสต็อกในร้าน หรือสินค้าที่ขาดสต็อกในร้าน</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p> <p>ซึ่งมีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า</p>																						
<p><b>WE WANT YOUR OPINION!</b></p> <p>"เรา"ควรทำอย่างไรถ้าสังคมไทยจะมุดต่อ?</p>	<p><b>WE WANT YOUR OPINION!</b></p> <p>"เรา"ควรทำอย่างไรถ้าสังคมไทยจะมุดต่อ?</p>	<p><b>WE WANT YOUR OPINION!</b></p> <p>"เรา"ควรทำอย่างไร: สังคมไทยจะมุดต่อ?</p>																						

ภาพที่ 5.32 แบบร่างป้าย โชนCustomer Feedback

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.5 นิทรรศการโดยสมบูรณ์

จากแบบร่างของนิทรรศการ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาพัฒนาต่อให้เป็นโมเดลสามมิติ และเพิ่มการออกแบบในส่วนต่าง ๆ ของส่วนประกอบที่เหลือในนิทรรศการให้เกิดเป็นสื่อกิจกรรมในงาน ออกแบบแสงไฟให้ทั่วเพื่อเพิ่มความชัดเจนให้กับตัวอักษรเพื่อให้อ่านข้อมูลได้ง่าย



ภาพที่ 5.33 นิทรรศการโดยสมบูรณ์ มุม Orthographic View



ภาพที่ 5.34 นิทรรศการแบบสมบูรณ์ มุม Top Perspective View

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.35 นิทรรศการแบบสมบูรณ งานโดยรวม

#### 5.5.1 โซนที่ 1 รีแบรนด์

เป็นโซนเปิดของนิทรรศการ อธิบายว่าขอบเขตของมูลนิธิคืออะไร ทำไมถึงเข้ากับคนรุ่นใหม่ได้ออกแบบเป็นป้ายโฆษณาหน้าร้าน นอกจากนี้ยังมีโต๊ะให้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ตั้งอยู่หน้าร้านเพื่อสร้างความเป็นพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ให้กับนิทรรศการ



ภาพที่ 5.36 นิทรรศการแบบสมบูรณ โซนรีแบรนด์

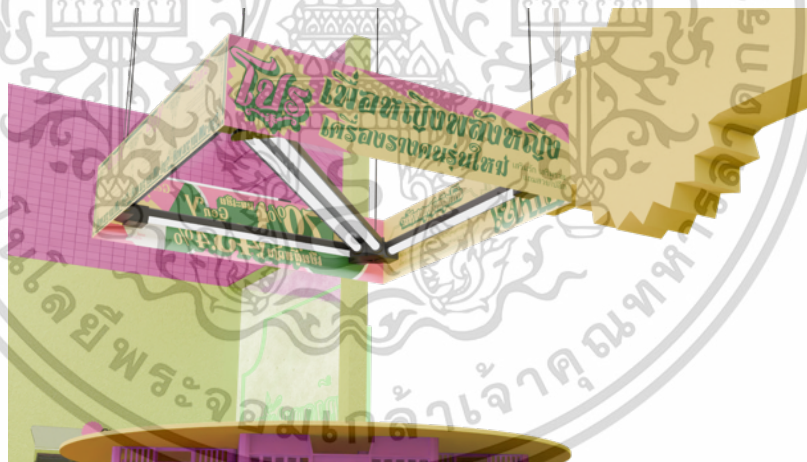
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.36 นิทรรศการแบบสมบูรณ์ โชนรีแบรนด์ (ด้านนอก)

#### 5.5.2 โชนที่ 2 มูNow

โชนนี้ออกแบบเป็นโต๊ะโปรโมชันยาวไปถึงหน้าช่องชำระเงิน แผ่นข้อมูลถูกออกแบบมาให้เป็นป้ายโฆษณา เล่าถึงวิถีทางความเชื่อที่แตกต่างกันของคนหลาย ๆ รุ่น และสถิติที่เกี่ยวข้องกับมูเตลู ในโต๊ะนี้จะวางของมูเตลูที่เกี่ยวข้องกับวัย Generation Y และผู้หญิง เช่น อาร์ตทอยพระพิฆเนศ ฯลฯ เนื่องจากเป็นกลุ่มคนที่มีความเชื่อมูเตลูเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด



ภาพที่ 5.37 นิทรรศการแบบสมบูรณ์ โชนมูNow 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.38 นิทรรศการแบบสมบูรณ์ โซนหมู่Now 2



ภาพที่ 5.39 นิทรรศการแบบสมบูรณ์ โซนหมู่Now 3

### 5.5.3 โซนที่ 3 คุณกังวลอะไร?

โซนนี้อธิบายว่ามูเตลูนั้นเป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหอย่างความกังวลใจ ซึ่งไม่สามารถเอาชนะได้จากหลายปัจจัยอื่น คนหลายคนเลือกใช้มูเตลูเพื่อตอบปัญหาของจิตใจนั้น ออกแบบมาเป็นตุ้ม 4 ตุ้ม เป็นตัวแทนของความกังวล 4 อย่างที่จัดอันดับมาแล้วว่าเป็นปัญหาที่คนไทยใช้มูเตลูในการแก้มากที่สุด ตุ้มเหล่านี้นอกจากจะแสดงผลจากการวิจัย การให้ผู้ร่วมงานได้กดและโหวตก็เป็นการเก็บและแสดงข้อมูล ณ ขณะนั้นได้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.40 นิทรรศการแบบสมบูรณ โชนคุณกังวลอะไร? 1



ภาพที่ 5.41 นิทรรศการแบบสมบูรณ โชนคุณกังวลอะไร? 2

#### 5.5.4 โชนที่ 4 มูฟอ์Sell

เป็นส่วนที่นำเอาความเชื่อตามสมัยนิยมมาผสมกับหลักการสร้างความหมายทางความเชื่อ และความศักดิ์สิทธิ์ออกมาเป็นสินค้า ผู้เข้าร่วมงานจะสามารถหยิบจับสินค้าขึ้นมาอ่านข้อมูลทำความเข้าใจ เนื้อหาเพิ่มเติมได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.42 นิทรรศการแบบสมบูรณ โชนมูฟอ์Sell (บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป)

#### 5.5.5 โชนที่ 5 มูสดใหม่และศาสนาแข่งแข่ง

อธิบายเกี่ยวกับความเป็นมาของการกลับมาเป็นที่นิยมขงสายมู ซึ่งมีผลมาจากความเป็นอนุรักษ์นิยมของศาสนา และความว่องไวของโลกสมัยใหม่ และระบบเศรษฐกิจทุนนิยม ออกแบบเป็นตู้เย็นที่เปรียบเทียบความสดใหม่ของมูเตลู และการแข่งแข่งของศาสนา



ภาพที่ 5.43 นิทรรศการแบบสมบูรณ โชนมูสดใหม่และศาสนาแข่งแข่ง

#### 5.5.6 โชนที่ 6 ทุกคนกับมู

โชนนี้แสดงความสัมพันธ์ของคน และเหตุการณ์ในสังคม กับการพัฒนาของมูเตลู ออกแบบเป็นสินค้าล้างสตีอ็อกสี่ถึงไสยศาสตร์และมูเตลูในสมัยเก่าที่ไม่นิยมแล้ว และการมูในปัจจุบันถูกออกแบบออกมาให้เป็นผู้สินค้าไลฟ์สไตล์ ซึ่งตรงกับการพัฒนาเป็นตัวช่วยและส่วนหนึ่งในชีวิตสมัยใหม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.44 นิทรรศการแบบสมบูร์ณ์ โชนทุกคนกับมู (ลดล้างสต็อก)



ภาพที่ 5.45 นิทรรศการแบบสมบูร์ณ์ โชนทุกคนกับมู (GET READY WITH มู)

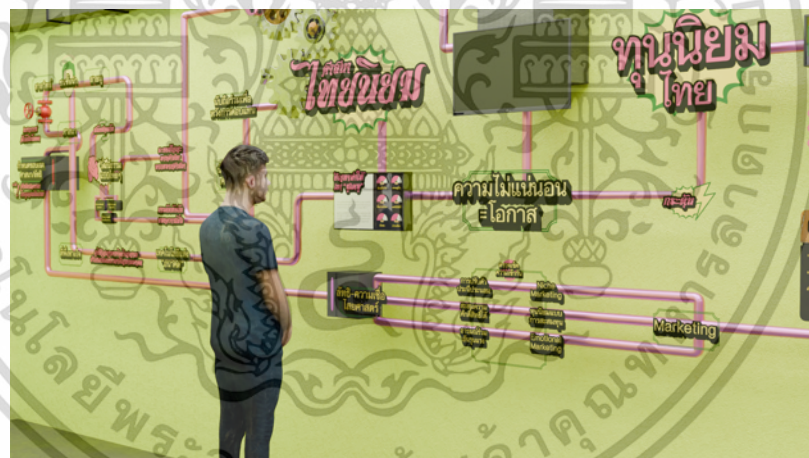
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.46 นิทรรศการแบบสมบูรณ์ โชนทุกคนกับมู

### 5.5.7 โชนที่ 7 ศาสนาไทยกับทุนไทยนิยม

โชนนี้เป็นสิ่งแรกที่จะเจอหลังเดินเข้าฝั่งหลังร้าน เล่าแจกแจงปัจจัยหลากหลายของความสัมพันธ์ระหว่างทุนนิยม และศาสนาแบบไทย แจกแจงออกมาเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เกิดสินค้าสายมูมากมาย โชนนี้มีสื่อกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมได้เลือกปรับแต่งเครื่องสร้างสินค้าศักดิ์สิทธิ์ได้



ภาพที่ 5.47 นิทรรศการโดยสมบูรณ์ โชนศาสนาไทยกับทุนไทยนิยม 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.48 นิทรรศการโดยสมบูรณ โชนศาสนาไทยกับทุนไทยนิยม 2

### 5.5.8 โชนที่ 8 ลบลู่vsงมกาย

ท่ามกลางความเข้มข้นของกระแสเทคโนโลยีที่ถาโถมเข้ามาตลอดเวลา โชนนี้จะเล่าถึงความขัดแย้งทางความคิดของคนในสังคม ณ ปัจจุบัน ที่มีทั้งฝั่งของคนที่ไม่เชื่อเทคโนโลยี กับส่วนของคนที่ยึดมั่นในเทคโนโลยี ทั้งสองฝ่ายแสดงความคิดเห็นโต้แย้งกันไปมา โดยหาข้อสรุปไม่ได้ ออกแบบมาให้ ทางนิทรรศการจะจัดการความเห็นของทั้งสองฝั่งแยกใส่สื่อกิจกรรมที่ออกแบบเป็นตัวแทนทั้งสองฝ่ายให้คนดูได้มากดปุ่มฟังความเห็นของทั้งสองฝ่าย และความคิดต่อทิศทางของสังคมต่อไป



ภาพที่ 5.49 นิทรรศการโดยสมบูรณ โชนลบลู่vsงมกาย 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.50 นิทรรศการโดยสมบูรณ์ โชนลบลู่vรงมมาย 2

#### 5.5.9 โชนที่ 9 Customer Feedback

เป็นจุดสุดท้ายของนิทรรศการ มีกิจกรรมให้ผู้เข้าร่วมงานได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็น ออกแบบเป็นป้ายแสดงคำติชมของลูกค้า และใบเสร็จที่ระลึก หากผู้เข้าร่วมงานอยากได้ของที่ระลึกบางชิ้นสามารถซื้อของบนชั้นวางในโชนที่ 4 มูฟอ์Sell ได้ ซึ่งของเหล่านั้นจะปรากฏบนใบเสร็จที่ระลึกด้วย

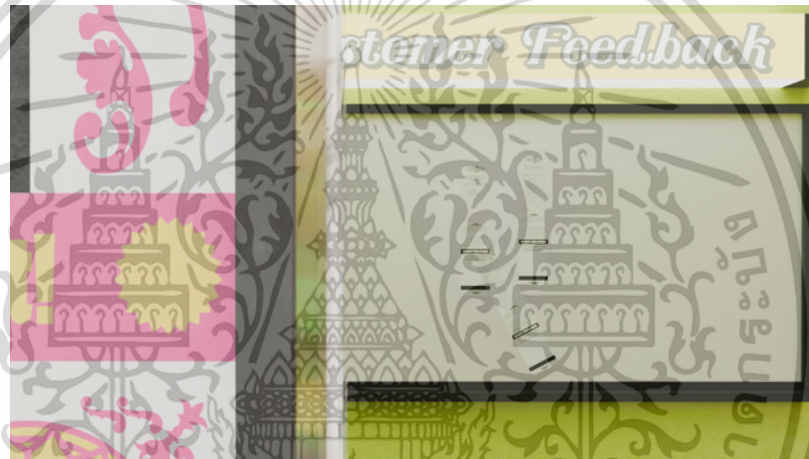


ภาพที่ 5.51 นิทรรศการโดยสมบูรณ์ โชนCustomer Feedback 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.52 นิทรรศการโดยสมบูรณ์ โชนCustomer Feedback 2



ภาพที่ 5.53 นิทรรศการโดยสมบูรณ์ โชนCustomer Feedback 3

## 5.6 การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์

### 5.6.1 โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์

โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ ออกแบบให้เข้ากับป้ายที่มีในร้านอยู่แล้ว ใช้สัญลักษณ์ประกอบที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมความศักดิ์สิทธิ์ เช่น มังกร ยันต์ ฯลฯ และสัญลักษณ์ของความเป็นสังคมทุนนิยมสมัยใหม่ ในร้านสะดวกซื้อ เพื่อสื่อถึงแนวคิดหลักของการบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในโลกทุนนิยม ออกแบบมาให้เหมือนกับเป็นป้ายโฆษณาวันเปิดร้าน ซึ่งก็คือเป็นวันมงคลแบบหนึ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.54 โปสเตอร์ รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 5.55 โปสเตอร์ รูปแบบที่ 2

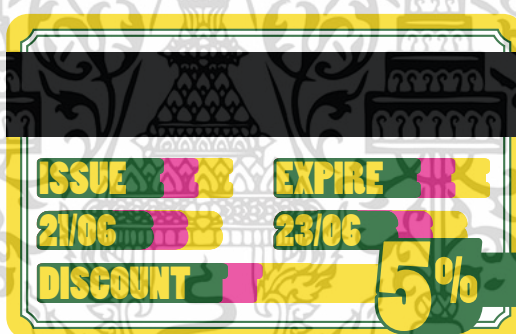
#### 5.6.1 บัตรเข้างานนิทรรศการ

บัตรเข้างานนิทรรศการออกแบบให้ดูเป็นบัตรสมาชิกของร้าน มีให้เลือกสองแบบ ซึ่งเป็นสมาชิกสามชั้นตามระดับความเชื่อที่จัดไว้ในเนื้อหาของนิทรรศการ ด้านหลังมีข้อมูลของขอบเขตช่วงเวลาของนิทรรศการ และส่วนลดสามารถใช้ในการซื้อของที่ระลึกได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.56 บัตรเข้างานนิทรรศการ ด้านหน้า

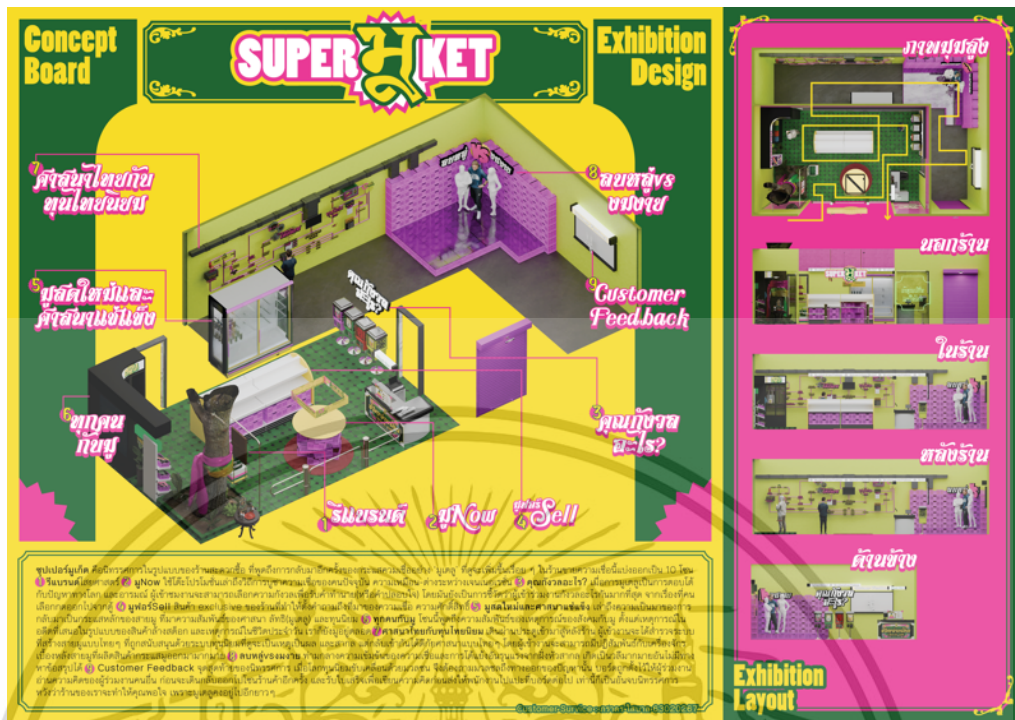


ภาพที่ 5.57 บัตรเข้างานนิทรรศการ ด้านหลัง

#### 5.6.2 ใบบนแนวคิด (Concept Board)

Concept Board ใช้สำหรับอธิบายโซนต่าง ๆ ภายในงานอย่างคร่าว ๆ แสดงภาพรวม และแผนผังของงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.57 ใบแนวความคิด (Concept Board)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 บทสรุป

การออกแบบนิทรรศการ SUPERMUKET ต้องการสร้างความเข้าใจเรื่องของศาสนา ลัทธิ ความเชื่อ ที่นอกเหนือจากการมองว่าเป็นเรื่องมหายไร้สาระ เพื่อสร้างการพูดคุยของสังคมที่กำลังก้าวเข้าสู่ยุคสมัยของการเบ่งบานแห่งความเชื่อเหล่านี้ โดยนอกจากการได้ลองรับชุดข้อมูลทางมานุษยวิทยาอันเกี่ยวข้องกับความเชื่อแล้ว นิทรรศการนี้ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของมูเตลูกับสังคมไทยโดยรวมด้วย นอกจากนี้ผู้เข้าร่วมงานก็จะได้ดื่มด่ำกับโลกการเล่าเรื่องของนิทรรศการด้วยเช่นกัน

ผู้วิจัยได้เรียนรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการเล่าเรื่องในรูปแบบทรานส์มีเดีย และการออกแบบนิทรรศการเพื่อให้ผู้เข้าชมได้รับประสบการณ์และดื่มด่ำไปกับโลกของการเล่าเรื่องในงาน ซึ่งจะนำไปสู่การแลกเปลี่ยนความคิด อันเป็นเป้าหมายสูงสุดของนิทรรศการนี้

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้เรียนรู้วิธีการใช้โปรแกรมสามมิติเพื่อสร้างผลงานที่เสร็จสมบูรณ์ในรูปแบบโมเดลจำลองสามมิติ อันเป็นสื่อที่สามารถต่อยอดออกไปเป็นสื่ออย่างนิทรรศการจำลอง หรือการสร้างสรรคอย่างอื่นอีกมากด้วย

#### 6.2 ปัญหาและข้อจำกัด

ปัญหาสำคัญของศิลปะนิพนธ์นี้คือความไม่เข้าใจปัญหาและขอบเขตของปัญหาอย่างแท้จริง ผู้วิจัยไม่สามารถเลือกแง่มุมในการนำเสนอที่ถูกต้องได้ ทำช่วงแรกในการออกแบบนิทรรศการแบบทรานส์มีเดียจึงมีปัญหาในการออกแบบเรื่องราว ทำให้ต้องแก้ไขเนื้อเรื่องและแนวคิดหลายครั้ง

ในเรื่องของขนาดนิทรรศการ เนื่องจากปัญหาเรื่องขอบเขตเนื้อหาที่กว้างเกินไปตามที่กล่าวมาข้างต้น และผู้วิจัยไม่มีประสบการณ์ในการออกแบบนิทรรศการมาก่อน การออกแบบแปลนจึงไม่สอดคล้องกับขอบเขตงาน และระยะเวลาทำงาน ผู้วิจัยได้แก้ไขโดยการทำให้นิทรรศการเล็กลง และจัดสัดส่วนของข้อมูลให้ใกล้ชิดกันมากขึ้นแล้วทดแทนด้วยรายละเอียดภายในแทน

#### 6.3 ข้อเสนอแนะ

การออกแบบนิทรรศการ SUPERMUKET ยังมีข้อบกพร่องในเรื่องความกว้างของขอบเขตเนื้อหา โดยผู้ที่ต้องการนำศิลปะนิพนธ์ชิ้นนี้ไปใช้ต่อ ควรเลือกเน้นขอบเขตของเนื้อหาให้ชัดเจนกว่านี้ อย่างเช่นเน้นเรื่องของการกลายเป็นสินค้า และความศักดิ์สิทธิ์ไปเลย โดยไม่จำเป็นต้องเน้นเรื่องประวัติศาสตร์มากนัก โดยการเลือกหัวข้อเกี่ยวกับศาสนา และความเชื่อเพื่อออกแบบนิทรรศการนั้น ผู้วิจัยสังเกตว่า ควรจะเป็นเนื้อหาที่มีความใกล้ชิดกับชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมายให้ได้ที่สุด เพื่อสร้างหัวข้อที่เกิดความน่าสนใจ และสร้างความคุ้นเคยกับเนื้อหามากขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บรรณานุกรม

Grau, O. (2003). *Virtual Art*. The MIT Press.

Jenkins, H. (2010, 2010, June 21). Transmedia Education: the 7 Principles Revisited. .

[http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia\\_education\\_the\\_7\\_pri.html](http://henryjenkins.org/2010/06/transmedia_education_the_7_pri.html)

Jenkins, H. (2016). Transmedia What? *Immerse*. Creative discussion of emerging nonfiction storytelling. <https://immerse.news/transmedia-what->

Innnews. (2564). มูเตลู มาจากไหน แปลว่าอะไร. เข้าถึง

จาก [https://www.innnews.co.th/horoscope/news\\_40779/](https://www.innnews.co.th/horoscope/news_40779/) สืบค้น 15 มีนาคม 2565

ข้าเขียว, ว. (2550). โสยศาสตร์เป็นที่พึ่งของสังคมไทยจริงหรือ. วารสารมนุษยศาสตร์ปริทรรศน์.

คงอาชาภัทร, บ., & ภัทรธนกกุล, ๓. (2564). Brand X Mutelu การตลาดสายมู *Brand Age*.

นฤพนธ์ ตัววิเศษ. (22 เมษายน 2565). มูเตลู: มานุษยวิทยาของเครื่องรางของขลังและโซคลาก

*Mutelu: Anthropology of Fortune and Fetishism*. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.

<https://www.sac.or.th/porta/th/article/detail/328>

เป็รื่อง กุมุท. (2526). เทคนิคนิทรรศการ. ชมรมเด็ก.

ธารจินดาวงศ์, วิชัญธนา, "การออกแบบนิทรรศการด้วยแนวคิดการเล่าเรื่องแบบทรานส์มีเดีย

เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์" (2565). Chulalongkorn University Theses

and Dissertations (Chula E TD) . 6340. <https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/6340>

สินธุวงศ์ศรี, อ. (2560). พฤติกรรมการดูดวงของคนเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิจัยสังคม

(1 (ม.ค. – มิ.ย)), 201 - 225.

แสงสุริยา วรหัทธคา. (2555). หลักการจัดนิทรรศการ. <http://sangnung.blogspot.com>

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์(องค์การมหาชน). (2006). การออกแบบนิทรรศการ

<http://resource.tcdc.or.th/ebook/TCDC-Exhibition-Design.pdf>

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เสาวลักษณ์ ตะเภาหิรัญ. (2566). *ทัศนคติและปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการความเชื่อในมุเตลลูของ*

*ประชากรในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยการจัดการ

มหาวิทยาลัยมหิดล). CMMU Digital Archive.

<https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/5154/1>

[/TP%20BM.025%202566.pdf](https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/5154/1/TP%20BM.025%202566.pdf)

ธีรศักดิ์ อัครบวร. (2545). *นิทรรศการและการจัดงานแสดง*. ไทยวัฒนาพานิช.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล	นายภราดร ไสบาล
วันเดือนปีเกิด	30 มิถุนายน พ.ศ. 2544
ที่อยู่	142/18 หมู่ 6 ต.ในเมือง อ.เมืองขอนแก่น จ. ขอนแก่น 40000
การติดต่อ	อีเมล: <a href="mailto:s.paradon.para@gmail.com">s.paradon.para@gmail.com</a> โทรศัพท์ 088-743-8986
ประวัติการศึกษา	2567 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง 2563 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฝ่ายมัธยมศึกษา (ศึกษาศาสตร์) 2553 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยขอนแก่น ฝ่ายประถมศึกษา (ศึกษาศาสตร์)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้