

การพัฒนาเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมเพื่อการฟื้นฟูอัตลักษณ์เมืองเก่าบุรีรัมย์

Development of Environmental Graphic Design for the Revitalization of Buriram Old Town Identity

จิรายุท ประเสริฐศรี^{1*}

Jirayut Prasertsri

^{1*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาวิชาศิลปะดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Assistant Professor Dr., Digital Art Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Buriram Rajabhat University

*Corresponding author's E-mail: jirayut.ps@bru.ac.th

Received: November 24, 2023

Revised: November 29, 2024

Accepted: December 4, 2024

DOI: <http://doi.org/>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร การสำรวจพื้นที่ การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ และการศึกษาความต้องการของกลุ่มตัวอย่างประชาชนในชุมชนเมืองบุรีรัมย์จากหลายช่วงอายุ จำนวน 40 ราย ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการให้ปราสาทหินพนมรุ้งเป็นภาพแทนสื่อความหมายถึงเมืองเก่าบุรีรัมย์ นอกจากนี้ยังเปิดรับอัตลักษณ์ใหม่จากนโยบายพัฒนาเมืองสู่เมืองกีฬา การอนุรักษ์นักษัตรเวียนพันธุไทย และกระแสนิยมจากสื่อสังคมออนไลน์ เช่น กรณียุคขึ้นยืนกิน จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม 3 ชุด ได้แก่ ป้ายสาธารณประโยชน์ ตัวการ์ตูนนำโชค และเรขศิลป์ส่งเสริมการค้า ซึ่งได้นำผลงานไปจัดแสดงในนิทรรศการและรวบรวมทัศนคติจากกลุ่มตัวอย่างและผู้เข้าชมนิทรรศการ ผลการสรุปพบว่า ผลงานออกแบบเรขศิลป์

สิ่งแวดล้อมทั้ง 3 ชุด มีความเป็นสากล สื่อความหมายได้อย่างชัดเจน และสอดคล้องกับพลวัตทางสังคมของเมืองที่ผสมผสานอัตลักษณ์ดั้งเดิมกับบริบทใหม่ ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า เรขศิลป์สิ่งแวดล้อมที่พัฒนาขึ้นนี้มีศักยภาพในการนำไปใช้เป็นต้นแบบหรือมาตรฐานกลาง ในการสร้างความเข้าใจระหว่างหน่วยงานภาครัฐ นักออกแบบ และผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถช่วยฟื้นฟูอัตลักษณ์และเอกภาพของเมืองแก่นุริรัมย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: เรขศิลป์สิ่งแวดล้อม, อัตลักษณ์เมือง, เมืองแก่นุริรัมย์

Abstract

This research used methods of data collection from documents, field surveys, data synthesis with experts, and the study of the needs of a sample group of residents in Buriram city across various age groups, totaling 40 participants. The research findings revealed that the sample group wanted Phanom Rung Stone Castle to represent the old city of Buriram. Additionally, they were open to new identities introduced by urban development policies, such as the transformation into a sports city, the conservation of Thai crane species, and trends from social media, such as the "meatball-on-a-stick" trend. Based on these findings, the researcher used the data as a guideline to design three sets of environmental graphic elements: public utility signs, lucky cartoon characters, and commercial promotion graphics. These works were displayed in an exhibition, where feedback was collected from the sample group and exhibition visitors. The conclusion found that all three sets of environmental graphic designs were universal, clearly communicated their meanings, and aligned with the social dynamics of the city, which blends traditional identity with new contexts. Therefore, it can be concluded that the developed environmental graphic elements

have the potential to serve as models or standards for creating understanding between government agencies, designers, and entrepreneurs, which can effectively help revive the identity and unity of the old city of Buriram.

Keywords: environmental graphic, urban landscape, Buriram old town

บทนำ

จังหวัดบุรีรัมย์เป็นดินแดนที่มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐานยาวนาน โดยมีวัฒนธรรมหลากหลายจากกลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ร่วมกัน ได้แก่ ไทยเขมร ไทยลาว ไทยโคราช ไทยส่วย และไทยจีน กลายเป็นวัฒนธรรมเฉพาะถิ่นที่โดดเด่น ภายในเมืองเก่าบุรีรัมย์ยังคงมีโบราณสถานและสถานที่สำคัญ เช่น วัดกลางพระอารามหลวง ศาลหลักเมืองบุรีรัมย์ คูเมืองบุรีรัมย์ (ละลม) และย่านการค้าเก่า ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของเมืองและมีศักยภาพสูง นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 เป็นต้นมา จังหวัดบุรีรัมย์ได้พัฒนาอย่างก้าวกระโดดจากเมืองผ่านทางสู่เมืองท่องเที่ยว โดยใช้แนวคิด "เมืองปราสาทสองยุค" ซึ่งหมายถึงปราสาทหินโบราณและสนามฟุตบอลช้างอารีนา ซึ่งถือเป็นปราสาทยุคใหม่ เป็นกลยุทธ์การใช้กีฬาเพื่อพัฒนาเมืองโดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (Harachi & Bejrananda, 2019)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาอย่างรวดเร็วนี้ทำให้หลายภาคส่วนเลือกใช้อัตลักษณ์เพียงบางส่วน ส่งผลให้การปรับปรุงโรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์การค้า ย่านธุรกิจ และพื้นที่สาธารณะต่าง ๆ เกิดขึ้นโดยขาดการวางแผนล่วงหน้า การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของเมืองเก่า ผู้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวอาจสูญเสียการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ของเมืองเก่าบุรีรัมย์ในที่สุด (Wijit, 2016)

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เรขศิลป์สิ่งแวดล้อมซึ่งถือเป็นการสื่อสารลำดับแรก ที่ผู้มาเยือนจะพบเห็น จำเป็นต้องได้รับการออกแบบอย่างมีทิศทาง เนื่องจากการผสมผสานแนวคิด ศิลปะ และเทคโนโลยี โดยมีภาพและตัวอักษรเป็นองค์ประกอบหลัก (Harland, 2016) ดังนั้น กระบวนการสร้างสรรค์เรขศิลป์ควรอาศัยทฤษฎีหลักการ และความร่วมมือจากหลายภาคส่วน เพื่อค้นหารูปแบบที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของเมืองเก่าบุรีรัมย์ และนำไปใช้เป็นมาตรฐานกลางในการออกแบบป้ายสาธารณประโยชน์และเครื่องหมายส่งเสริมการค้าให้มีเอกภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของคนในชุมชนจากหลายกลุ่มช่วงอายุ นำสู่การวิเคราะห์ค้นหาอัตลักษณ์เมืองเก่าบุรีรัมย์
2. เพื่อพัฒนารูปแบบเรขศิลป์สำหรับเป็นต้นแบบในการจัดทำป้ายสาธารณประโยชน์และเครื่องหมายส่งเสริมการค้า

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เรขศิลป์สิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย กลุ่มป้ายโฆษณาสินค้า กลุ่มป้ายอาคาร และกลุ่มป้ายสาธารณประโยชน์

ขอบเขตประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. กลุ่มตัวอย่าง ได้จากวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกำหนดโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดให้ได้ประชาชนในเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ จากหลายกลุ่มช่วงอายุ จำนวน 40 ราย ซึ่งแบ่งกลุ่มตัวอย่างเป็น 4 กลุ่ม ๆ ละ 10 ราย ได้แก่ 1) กลุ่ม Baby Boomer อายุ 54-72 ปี 2) กลุ่ม Gen X อายุ 38-53 ปี 3) กลุ่ม Gen Y อายุ 21-37 ปี และ 4) กลุ่ม Gen Z อายุ 8-20 ปี เพื่อช่วยให้สามารถวิเคราะห์ความต้องการและมุมมองที่แตกต่าง

กันได้ครบถ้วน โดยใช้หลักการแบ่งกลุ่มผู้บริโภคตามแนวคิดของ Papalia, Olds และ Feldman (2008) เพื่อให้มั่นใจว่ามีการกระจายตัวที่สมดุล

2. การศึกษาความคิดเห็นและความพึงพอใจต่อผลงานเรขศิลป์
สิ่งแวดล้อมใช้การประเมินจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้านประจำชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ ผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมศิลปากร และนักวิชาการผังเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 5 ราย และกลุ่มประชากร จำนวน 500 ราย ประกอบด้วย กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มนักท่องเที่ยวและเกี่ยวข้องกับ การสร้างสรรค์ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มบุคคลทั่วไปจากหลายกลุ่มช่วงอายุ ที่มาเยี่ยมชมผลงานนิทรรศการ ณ บริเวณเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์

ขอบเขตด้านพื้นที่

เขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ และเขตคูเมืองละลม รวมเนื้อที่ประมาณ 0.98 ตารางกิโลเมตร

การดำเนินการวิจัย

เริ่มต้นจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการค้นคว้าข้อมูลภาคเอกสารที่เกี่ยวข้อง การสำรวจพื้นที่ และสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อนำข้อมูลเข้าสู่ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงการออกแบบ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. รวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี สถาปัตยกรรม ของชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ ตลอดจนแนวคิดเชิงการออกแบบเรขศิลป์ สิ่งแวดล้อม จากหนังสือประวัติศาสตร์เมืองบุรีรัมย์ (Buriram Municipality, n.d.) บุรีรัมย์ ภูมิหลังประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (Worakamwichai, 2012) แผนแม่บทและผังแม่บทการอนุรักษ์ และพัฒนามิวนเมืองเก่าบุรีรัมย์ (Provincial Office of Natural Resources and Environment Buri Ram, 2019) งานวิจัยเรื่อง ประวัติศาสตร์การขยายตัวของชุมชนในเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ ระหว่างปี พ.ศ. 2468-2550 (Nuansai et al., 2013) งานวิจัยเรื่อง การสื่อสารอัตลักษณ์ความเป็นบุรีรัมย์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว (Wijit,

2016) และงานวิจัยเรื่อง การรับรู้อัตลักษณ์ถิ่นที่บุรีรัมย์ของคนในและนอกพื้นที่ (Harachi & Bejrananda, 2019) นอกจากนี้ยังได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านประจำชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ ผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมศิลปากร และนักวิชาการผังเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวทางการศึกษาจินตภาพของเมืองของ Lynch (1960)

2. ดำรวจเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ด้วยการเดินสำรวจบันทึกภาพสภาพแวดล้อม และป้ายเรขศิลป์ในพื้นที่เขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์ และเขตคูเมืองละมามีเนื้อที่ประมาณ 0.98 ตารางกิโลเมตร

3. การสร้างต้นแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

3.1 แบบคำถามแบบจัดลำดับ (Ranking Question) เพื่อทำการศึกษาแนวทางในการกำหนดต้นแบบเรขศิลป์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 1) ต้นแบบตัวอักษร และ 2) ต้นแบบโทนสี

3.2 แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ของลิเคิร์ท 5 ระดับ เพื่อทำการศึกษหาแนวทางการออกแบบตัวการ์ตูนนำโชค

3.3 แบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) เพื่อทำการศึกษหาแนวทางการออกแบบป้ายสาธารณประโยชน์ และเรขศิลป์สำหรับส่งเสริมการค้า

3.4 วิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ด้วยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Average, $\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation, SD) และการวิเคราะห์เนื้อหาซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์

4. การออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมฉบับสมบูรณ์ เป็นการดำเนินการวิจัยโดยอาศัยกระบวนการวิจัยเชิงการออกแบบ นำข้อสรุปด้านอัตลักษณ์เมืองเก่าบุรีรัมย์เข้าสู่กระบวนการเสนอร่างต้นแบบต่อผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อขอรับคำวินิจฉัยสิ่งที่ต้องปรับปรุง ก่อนนำมาออกแบบด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ และจัดพิมพ์เรขศิลป์ฉบับสมบูรณ์ ประกอบด้วย 1) คู่มือการออกแบบเรขศิลป์ 2) ป้ายสาธารณประโยชน์

3) เรขศิลป์ส่งเสริมการค้า และ 4) ตัวการ์ตูนนำโชค ไปจัดแสดงนิทรรศการเพื่อค้น
องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยออกสู่สาธารณชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสาร พบว่า ปรากฏการณ์พนมรุ้งเป็น
ตัวแทนอัตลักษณ์ที่โดดเด่นมากของจังหวัดบุรีรัมย์ สาเหตุหลักมาจากการนำอัตลักษณ์
เชิงโครงสร้างและลวดลายศิลปกรรมของปราสาทหินพนมรุ้งไปประยุกต์ใช้ในสถานที่
สำคัญต่าง ๆ ของเมือง ซึ่งส่งผลให้ประชาชนรู้จักและรับรู้ถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ได้
อย่างกว้างขวาง ในด้านภูมิศาสตร์ บุรีรัมย์มีพรมแดนติดกับประเทศกัมพูชา ทำให้พื้นที่
นี้เป็นประตูรับอารยธรรมขอมโบราณ ซึ่งมีอิทธิพลต่อชาติพันธุ์ สถาปัตยกรรม ภาษา
และขนบธรรมเนียมต่าง ๆ สิ่งเหล่านี้สะท้อนออกมาในสถาปัตยกรรมและอาคาร
นอกจากนี้เมืองเก่าบุรีรัมย์ยังมีความสำคัญจากองค์ประกอบทางกายภาพต่าง ๆ ซึ่ง
สามารถจำแนกได้ดังนี้

1. **ศูนย์รวมกิจกรรม (Node)** ย่านการค้าในเมืองบุรีรัมย์ โดยเฉพาะ
บริเวณถนนจระ ตลาครอบสถานีรถไฟ และสถานีขนส่ง เป็นพื้นที่ที่คึกคักและเป็น
แหล่งการค้าหลักของเมือง
2. **เส้นขอบ (Edge)** เส้นขอบเมืองที่ชัดเจนได้แก่ แนวแหล่งน้ำสำคัญ
อย่างห้วยจระเข้มากทางทิศใต้ของเมือง รวมถึงเทือกเขากระโดงและเขตทหารทางทิศ
ใต้ที่สามารถสังเกตเห็นได้เด่นชัด
3. **เส้นทาง (Path)** ถนนสายหลักของบุรีรัมย์คือทางหลวงหมายเลข 218
(ถนนจระ) ซึ่งเชื่อมโยงพื้นที่สำคัญของจังหวัดและอำเภอนางรอง รวมถึงจังหวัด
ใกล้เคียง เช่น สุรินทร์ นครราชสีมา ร้อยเอ็ด และมหาสารคาม ถนนเส้นนี้ผ่านใจกลาง
เมือง ย่านราชการ และพาณิชยกรรมของเมือง
4. **ย่าน (District)** ย่านพาณิชยกรรมสำคัญอยู่รอบตลาดสด สถานีรถไฟ
และสถานีขนส่ง ย่านพักอาศัยหลักอยู่ในชุมชนดั้งเดิมรอบคูเมือง ส่วนย่านพักอาศัย

ใหม่กระจายไปทางทิศตะวันตกของเมือง นอกจากนี้ยังมีย่านราชการที่ประกอบด้วยสถานที่ราชการต่าง ๆ ตั้งอยู่บริเวณถนนจิระ

5. **จุดหมายตา (Landmark)** ศาลหลักเมืองเป็นจุดหมายตาที่สำคัญของบุรีรัมย์ ตั้งอยู่ใจกลางคลองละลมโบราณ สร้างในรูปแบบสถาปัตยกรรมปราสาทหินพนมรุ้ง มีเสาหลักเมืองโบราณสองต้นที่สะท้อนถึงประวัติศาสตร์และการพัฒนาการเมือง

การสำรวจข้อมูลเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม พบว่า เรขศิลป์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ดังนี้

1. **กลุ่มป้ายโฆษณาร้านค้า** เป็นองค์ประกอบสำคัญในการประชาสัมพันธ์ร้านค้าและสินค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะร้านค้าที่ตั้งอยู่ริมถนน พบว่ามีป้ายโฆษณาร้านค้าในชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่

1.1 **ป้ายพิมพ์องค์เจ็ท (หรือไวเนล)** ซึ่งพบได้ทั่วไปในร้านค้าขนาดเล็ก เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของชำ และแผงลอย โดยป้ายประเภทนี้มีการออกแบบหลากหลายทั้งสีสด รูปแบบตัวอักษร และมีการใช้รูปภาพประกอบ ตัวป้ายส่วนใหญ่ผลิตในโรงพิมพ์ท้องถิ่นและมีราคาตั้งแต่หลักร้อยถึงหลักพันบาท

1.2 **ป้ายโฆษณาจากวัสดุแข็ง** ส่วนใหญ่พบในร้านค้าขนาดกลางขึ้นไป โดยป้ายเหล่านี้มักทำจากพาสวูด อลูมิเนียม หรือวัสดุแข็งอื่น ๆ มีลักษณะนูนเด่นออกมาจากพื้นหลัง ป้ายชนิดนี้มีความทนทานมากกว่า และนิยมติดตั้งบริเวณหน้าร้านบนเสาโลหะ หรือแขวนบนทางเดิน ราคาของป้ายประเภทนี้เริ่มต้นที่หลักพันถึงหลักหมื่นบาท

2. **กลุ่มป้ายอาคาร** แสดงถึงตัวตนของอาคาร เช่น กำแพง ชุ่มประตูปโบสถ์ และศาลา มักใช้วัสดุคอนกรีตและซีเมนต์ในการปั้นตัวอักษรและลวดลาย ป้ายเหล่านี้เป็นโครงสร้างถาวร ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ นอกจากนี้ ยังพบป้ายอาคารจากวัสดุหินอ่อน เช่น ในมัสยิดกลางอินทราสุตลาม ศาลหลักเมือง และศาลเจ้าเงิน ซึ่งทำจากวัสดุตัดสำเร็จรูปจากโรงงาน

3. กลุ่มป้ายสาธารณะประโยชน์

ป้ายประเภทนี้พบมากในพื้นที่สาธารณะ เช่น สวนสาธารณะคลองละลม ซึ่งเป็นจุดที่ประชาชนใช้ทำกิจกรรมนันทนาการ ป้ายในกลุ่มนี้มักให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ ประวัติความเป็นมา และข้อกำหนดต่าง ๆ โดยวัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นโลหะหรือสแตนเลส ซึ่งมีความทนทานสูง

ผลการวิจัย

การออกแบบเรขศิลป์เรขศิลป์สิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยได้เชิญประชาชนในเขตเทศบาลเมืองบุรีรัมย์จากหลายกลุ่มช่วงอายุที่แตกต่างกัน จำนวน 40 ราย เพื่อทำแบบสอบถามและสัมภาษณ์ข้อมูลสำหรับนำไปใช้เป็นแนวทางการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ได้ทำการสังเคราะห์ตรวจสอบข้อมูลร่วมกับปราชญ์ชาวบ้านประจำชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ ผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมศิลปากร และนักวิชาการผังเมืองจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 5 ราย มีรายละเอียดดังนี้

1. **ต้นแบบตัวอักษร** ผู้วิจัยใช้ผลการศึกษาจากแบบคำถามแบบจัดลำดับ โดยนำแบบตัวอักษรร่วมสมัยที่นิยมใช้งานในกลุ่มนักออกแบบชาวไทย จำนวน 20 แบบ (Thaifaces.com, 2018) นำไปสอบถามความคิดเห็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ราย โดยทำการเลือกแบบตัวอักษรที่สะท้อนภาพลักษณ์ความเป็นตัวตนของจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า แบบตัวอักษรสามแบบที่ได้อันดับสูงสุด คือ 1) แบบตัวอักษร Krub คิดเป็นร้อยละ 35 2) แบบตัวอักษร Charm คิดเป็นร้อยละ 27.5 และ 3) แบบตัวอักษร Charmonman คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ เมื่อพิจารณาแบบตัวอักษรทั้งสามแบบสามารถถอดโครงสร้างเพื่อนำมาประยุกต์ใช้เข้ากับลายกระหนกแบบทราวดี หรือเรียกกันในหมู่ช่างปัจจุบันว่า “กระหนกผักกูด” เป็นลวดลายพฤษภารมชาติที่มีมาแต่โบราณ ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะอินเดียส่งต่อให้แก่ศิลปะทวารวดีรวมถึงศิลปะเขมรดังเช่น ลวดลายประดับรอบปราสาทหินพนมรุ้ง (The Fine Arts Department, 2005) ซึ่ง

ได้พัฒนาต้นแบบตัวอักษรให้มีลักษณะโค้งกลมและฐานกว้าง ส่วนหัวและปลายหางของตัวอักษรใช้การเดินเส้นขมวดม้วนเข้า-ออก ดังภาพ 1

ภาพ 1

ชุดตัวอักษรอัตลักษณ์เมืองเก่าบุรีรัมย์



บุรีรัมย์

ก	ข	ฃ	ค	ฅ	ฆ	จ	ฉ
ช	ฌ	ฎ	ญ	ฎ	ฏ	ฐ	ฑ
ณ	ด	ค	ต	ท	ธ	น	บ
ป	ผ	ฝ	พ	ฟ	ภ	ม	ย
ร	ล	ว	ศ	ษ	ส	ห	ฬ
อ	ฮ	ะ	า	ำ	เ	แ	ำ
ใ	ไ	ภ	ภ	ภ	ภ	ภ	ภ

2. ต้นแบบสื่ออัตลักษณ์ ผู้วิจัยใช้ผลการศึกษาจากแบบคำถามแบบจัดลำดับ โดยนำรูปภาพที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์เมืองบุรีรัมย์ไปเสนอต่อปราชญ์ชาวบ้านประจำชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์เพื่อพิจารณาคัดกรอง จากนั้นจึงนำรูปภาพที่คัดกรองมาแล้วจำนวน 18 ภาพ ให้กลุ่มตัวอย่างทำการจัดลำดับ พบว่า รูปภาพอัตลักษณ์จำนวนหนึ่งในสามที่ได้อันดับสูงสุด คือ 1) ปราสาทหินพนมรุ้ง คิดเป็นร้อยละ 60 2) สนามฟุตบอลช้างอารีนา คิดเป็นร้อยละ 55 3) นครกระเรียนพันธุ์ไทย คิดเป็นร้อยละ 52.5 4) คลองละลมโบราณ คิดเป็นร้อยละ 45 และ 5) พระบรมราชานุสาวรีย์รัชกาลที่ 1 และ 6) กันตริมอีสานใต้ คิดเป็นร้อยละ 30 ตามลำดับ ดังภาพ 2

ภาพ 2

สีอัตลักษณ์เมืองเก่าบุรีรัมย์



จากนั้นจึงใช้เทคนิคพิเศษทำการละลายรูปภาพอัตลักษณ์ที่ได้อันดับสูงสุด เพื่อทำการศึกษาเนื้อสีและเทียบค่าสีจากไทยโทน (Pittayamethi, 2017) ซึ่งได้จำแนกสีออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มสีหลัก กำหนดขึ้นจากรูปภาพอัตลักษณ์ที่ได้อันดับสูงสุดสองอันดับแรก คือ ปราสาทหินพนมรุ้ง และสนามช้างอารีนา ซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้าม จำนวน 2 สี ประกอบด้วย สีทอทัศน์ (c10 m50 y50 k0) และสีเมฆคราม (c100 m80 y40 k40)

2.2 กลุ่มสีรอง กำหนดขึ้นจากรูปภาพอัตลักษณ์ที่ไม่ใช่สีหลักนำมาจัดเรียงน้ำหนักความอ่อน-เข้ม จำนวน 14 สี ประกอบด้วย สีควายเผือก (c5 m25 y25 k10) สีทองแดงสุก (c5 m45 y50 k10) สีเหล็ก (c0 m0 y5 k30) สีปูน (c40 m30 y35 k0) สีสัมฤทธิ์พล (c50 m70 y100 k40) สีเหล็กไหล (c50 m50 y60 k80) สีแดงชาด (c20

m100 y100 k0) สีดินแดงเทศ (c40 m100 y100 k10) สีหิรัญ (c0 m10 y90 k0) สี
ทอง (c10 m25 y100 k0) สีทองอ่อน (c50 m30 y90 k0) สีเขียวไพร (c70 m50 y100 k0)
สีครามฝรั่ง (c100 m80 y0 k0) และสีกรมท่า (c100 m90 y40 k30) ดังภาพ 3

ภาพ 3

กลุ่มสีหลักและกลุ่มสีรอง



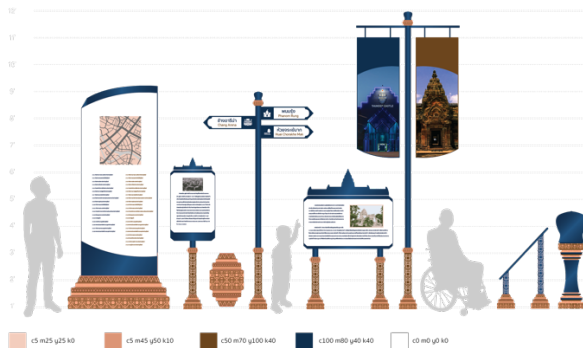
3. แบบป้ายสาธิตประโยชน์ ผู้วิจัยใช้ผลการศึกษาจากแบบสัมภาษณ์

ชนิดไม่มีโครงสร้าง ซึ่งได้เก็บรวบรวมข้อเสนอแนะของปราชญ์ชาวบ้านประจำชุมชน
เมืองเก่าบุรีรัมย์ ผู้ทรงคุณวุฒิจากกรมศิลปากร และนักวิชาการผังเมืองจังหวัดบุรีรัมย์
จำนวน 5 ราย สามารถสรุปภาพรวมได้ว่าการออกแบบป้ายสาธิตประโยชน์ควร
พิจารณาเลือกใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว “เมืองปราสาทสองยุค”
กล่าวคือทุกภาคส่วนในจังหวัดบุรีรัมย์ร่วมกันผลักดันแหล่งท่องเที่ยวโบราณสถาน

เชื่อมโยงเข้ากับแหล่งท่องเที่ยวเชิงกีฬาสมัยใหม่ โดยมีปราสาทหินพนมรุ้งและสนามเหย้าของสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ดเป็นเป้าหมายหลัก ดังนั้นการออกแบบครั้งนี้จึงกำหนดขึ้นจากภาพแทนอัตลักษณ์ปราสาทหินพนมรุ้ง โดยนำส่วนประกอบของโครงสร้างหลังคา ยอดปราสาทประธาน และลวดลายแกะสลักหุ้มประตู ทำการลดทอนรายละเอียดเพื่อให้เกิดความรู้สึกเรียบง่าย ผสานเข้ากับสีมงคลของสนามเหย้าสโมสรฟุตบอลบุรีรัมย์ยูไนเต็ด เพื่อให้เกิดรูปแบบร่วมสมัยข้ามกาลเวลาผสมกลมกลืนกันทั้งสองยุคอย่างสมดุล ดังภาพ 4

ภาพ 4

ป้ายสาธารณประโยชน์ในรูปแบบต่าง ๆ เทียบกับสัดส่วนมนุษย์



4. ตัวการ์ตูนนำโชคประจำชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ ผู้วิจัยใช้ผลการศึกษาจากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งได้ทำการปรับปรุงข้อความของ พัชรรัต หารไชย (2562) ที่ทำการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นในจังหวัดบุรีรัมย์ไว้ 6 ด้าน โดยเพิ่มข้อความเป็น 7 ด้าน ประกอบด้วย 1) ด้านแหล่งธรรมชาติ 2) ด้านโบราณสถาน 3) ด้านเมืองกีฬา 4) ด้านอนุสรณ์สถาน 5) ด้านสถานที่ทางศาสนา 6) ด้านการละเล่นพื้นบ้าน และ 7) ด้านกระแสดังคม นำไปใช้สอบถามกลุ่มตัวอย่างโดยจำแนกกลุ่มช่วง

อายุ รวมจำนวนทั้งสิ้น 40 ราย มีรายละเอียด ดังนี้

4.1 กลุ่ม Baby Boomer อายุ 54-72 ปี พบว่า มีความสนใจต่ออัตลักษณ์ด้านโบราณสถานในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.7$)

4.3 กลุ่ม Gen X อายุ 38-53 ปี พบว่า มีความสนใจต่ออัตลักษณ์ด้านกีฬาในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.5$)

4.2 กลุ่ม Gen Y อายุ 21-37 ปี พบว่า มีความสนใจต่ออัตลักษณ์ด้านแหล่งธรรมชาติในระดับมาก ($\bar{X} = 4.3$)

4.4 กลุ่ม Gen Z อายุ 8-20 ปี พบว่า มีความสนใจต่ออัตลักษณ์ด้านกระแสดังคม และอัตลักษณ์ด้านแหล่งธรรมชาติในระดับมาก ($\bar{X} = 4.4$)

จากผลการศึกษาข้างต้นผู้วิจัยได้นำมาใช้ออกแบบตัวการ์ตูนนำโชค โดยกำหนดให้มีอัตลักษณ์ครอบคลุมตามความสนใจของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย นกกระเรียนพันธุ์ไทยซึ่งเป็นสัตว์สัญลักษณ์ที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ ผสมผสานเข้ากับการนุ่งผ้าและสวมเครื่องประดับตามประเพณีกรรมทวารบาลที่พบในปราสาทหินพนมรุ้ง ใช้การสวมรองเท้าผ้าใบและถุงมือแทนสัญลักษณ์กีฬาประจำเมืองบุรีรัมย์ และใช้ลูกชิ้นทอดเสียบไม้เป็นภาพแทนกระแสสื่อสังคมออนไลน์จากประเด็นการให้สัมภาษณ์ของ ลิซ่า ลลิษา มโนบาล ศิลปินเคป๊อป วงแบล็กpink ดังภาพ 5

ภาพ 5

ตัวการ์ตูนนำโชคประจำชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์



5. เรขศิลป์สำหรับส่งเสริมการค้า ผู้วิจัยได้นำรูปแบบตัวอักษรและตัวการ์ตูนนำโชคมาจัดองค์ประกอบเข้ากับเรขศิลป์พื้นหลัง ซึ่งนำสื่อสัญลักษณ์เมืองเก่าบุรีรัมย์ ประกอบด้วย สีแดงชาด (c20 m100 y100 k0) แทนสีคอตตอนบนและหัวของนกกระเรียนพันธุ์ไทย สีहरดาล (c0 m10 y90 k0) แทนสีแสงไฟประดับวงเวียนพระบรมราชานุสาวรีย์ รัชกาลที่ 1 และสีเมฆคราม (c100 m80 y40 k40) แทนสีกีฬาประจำเมืองบุรีรัมย์ โดยจัดวางลงบนเสื้อยืดคัพพลาย จำนวน 4 แบบ ดังภาพ 6

ภาพ 6

ตัวอย่างเสื้อยืดพิมพ์ลาย



อภิปรายผล

การศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ประชาชนในเขตเทศบาลจังหวัดบุรีรัมย์ จากหลายช่วงอายุ พบว่าโดยส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่าปราสาทหินพนมรุ้ง เป็นอัตลักษณ์ดั้งเดิมของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของนายวิวัฒน์ ไรจนาวรรณ ปราชญ์ชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ (Interview, June 21, 2022) ที่ระบุว่าชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ได้รับอิทธิพลจากรูปแบบศิลปกรรมปราสาทหินพนมรุ้ง ตัวอย่างคือ การปรับใช้โครงสร้างของปราสาทประธานปราสาทหินพนมรุ้งในการออกแบบ ศาลหลักเมือง นอกจากนี้ยังมีนโยบายของจังหวัดที่สนับสนุนให้นักเรียนพันธุ์ไทย เป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำเมือง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงที่มีความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยกลุ่มตัวอย่างยังยินดีเปิดรับกระแสนิยมที่ส่งผลในทางบวก และพร้อมที่จะยอมรับอัตลักษณ์ใหม่ตามสภาพการณ์ สอดคล้องกับทฤษฎีทุนทางวัฒนธรรม ที่มองว่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นสามารถพัฒนาเป็นสินค้าในตลาดการท่องเที่ยว อัตลักษณ์จึงไม่ได้เป็นเพียงคำถามเกี่ยวกับความเป็นตัวตนเท่านั้น แต่ยังสามารถนำมาเป็นเครื่องมือส่งเสริมการท่องเที่ยวได้

จากข้อค้นพบเหล่านี้ ผู้วิจัยเห็นว่า การออกแบบเอกลักษณ์สิ่งแวดลอมควร เริ่มต้นจากการสำรวจอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างรอบด้าน และเชิญชวนประชาชนจากหลายกลุ่มช่วงอายุเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อให้ตรงตาม

ความต้องการของกลุ่มต่าง ๆ หลังจากได้ข้อสรุปเกี่ยวกับอัตลักษณ์ร่วมกันแล้ว ควรมีการกำหนดกลุ่มสีหลักและกลุ่มสีรองเพื่อความยืดหยุ่นในการใช้งาน พร้อมทั้งคำนึงถึงทฤษฎีสีในระบบมันเซลล์ (The Munsell Color System) และการจัดองค์ประกอบทางการออกแบบการออกแบบเรขศิลป์ เช่น ตัวอักษร การ์ตูนนำโชค หรือป้ายสาธารณประโยชน์ ควรเน้นความชัดเจนในรายละเอียดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชน การสื่อสารควรเป็นไปอย่างตรงไปตรงมาและอ่านง่าย โดยตัวอักษรและข้อความควรชัดเจน เพื่อสร้างผลกระทบที่ดีกว่าการใช้ภาพประกอบเพียงอย่างเดียว หากเป็นป้ายที่ระบุสถานที่ การใช้ภาพประกอบสามารถเสริมบรรยากาศและภาพลักษณ์ของชุมชนได้

จากการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำคู่มือสำหรับหน่วยงานภาครัฐ นักออกแบบผู้ประกอบการ และภาคการผลิต เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเรขศิลป์สิ่งแวดล้อมและเครื่องหมายการค้า ให้สอดคล้องกับการหลอมรวมอัตลักษณ์เก่าและใหม่ของชุมชนเมืองเก่าบุรีรัมย์ ที่กำลังปรับตัวสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ร่วมกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ควรสร้างความเข้าใจกับผู้ประกอบการทุกระดับให้เห็นถึงข้อดีของการมีแนวทางการออกแบบเรขศิลป์ที่เป็นมาตรฐานกลางร่วมกัน ทั้งนี้ ควรมีหน่วยงานที่รับผิดชอบหลักในการกำหนดบริเวณสำหรับติดตั้งป้ายสาธารณประโยชน์ รวมถึงการเลือกใช้ตัวการ์ตูนนำโชคให้เหมาะสมกับสถานที่ต่าง ๆ ภาครัฐควรสนับสนุนงบประมาณในการผลิตป้าย หรือเป็นผู้ผลิตป้ายให้กับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อให้การจัดการด้านการออกแบบมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย จากการที่นำศิลปกรรมของปราสาทหินพนมรุ้งซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับคติความเชื่อมาเป็นแนวคิดในการออกแบบตัวการ์ตูนนำโชคนั้น ควรทำการศึกษาอย่างละเอียดถึงองค์ประกอบที่สามารถนำมาใช้ได้ และองค์ประกอบที่ควรหลีกเลี่ยง เพื่อไม่ให้เกิดความขัดแย้งทางวัฒนธรรม ดังนั้น การมีผู้เชี่ยวชาญใน

ด้านศิลปกรรมและวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้ามาให้คำปรึกษาในการคัดกรององค์ประกอบต่าง ๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้แน่ใจว่าการออกแบบจะเคารพความเชื่อและสื่อความหมายที่ถูกต้อง

ข้อเสนอแนะเพื่อทำวิจัยต่อไป ความเป็นพลวัตทางสังคมส่งผลให้อัตลักษณ์ของชุมชนสามารถเปลี่ยนแปลงและผสมผสานกันได้ตลอดเวลา ผู้วิจัยเห็นว่าในการทำวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบเรขศิลป์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความสำคัญกับการนำอัตลักษณ์เก่ามาผสมผสานกับอัตลักษณ์ใหม่อย่างสมดุล ไม่ควรเน้นเฉพาะอัตลักษณ์ใดอัตลักษณ์หนึ่งเพียงด้านเดียว เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาการวิพากษ์วิจารณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

References

- Arntson, A. E. (2007). *Graphic design basics*. Cengage Learning, Inc. Buriram Municipality. (n.d.). History of Buriram city.
- Cairo, A. (2013). *The functional art: An introduction to information graphics and visualization*. New Riders.
- Caivano, J. L. (2006). Research on color in architecture and environmental design: Brief history, current developments, and possible future. *Color Research & Application*, 31(4), 350-363.
- Harland, R. (2016). *Graphic design in Urban environments*. Bloomsbury Publishing.
- Harachi, P., & Bejrananda, M. (2019). The perception of the insider and outside of place identity Buriram Province. *Journal of Architectural/Planning Research and Studies*, 16(2), 49-67. [in Thai]
- Lynch, K. (1960). *The image of the city*. MIT Press.

- Nuansai, B., Suebwattana, T., Chanpanit, A., & Chansang, A. (2013). History of community extension in Buriram municipality during BE. 2468-2550. *Journal of Research and Development Buriram Rajabhat University*, 8(1), 42-49. [in Thai]
- Papalia, D. E., Olds, S. W., & Feldman, R. D. (2008). *Human development*. Kencana.
- Pittayamethi, P. (2017). *Thaitone 2.0 Thai color names and English with CMYK color values and color code*. https://oer.learn.in.th/search_detail/result/ [in Thai]
- Provincial office of natural resources and environment Buriram. (2019). *Master plan and master plan for conservation and development of the old city of Buriram*. Faculty of Architecture, Urban Design & Creative Arts Mahasarakham University. [in Thai]
- The Fine Arts Department. (2005). *Phanom Rung Castle*. Winai Printing House. [in Thai]
- Wijit, I. (2016). *Communications of identities to promote the tourism of Buriram province*. Thammasat University. [in Thai]
- Woody Show. (2021). *Lalisa Black Pink*. <https://news.ch7.com/tags/WoodyShow>
- Worakamwichai, S. (2012) *Buriram, historical and cultural background*. T.K. Printing. [in Thai]

Author

Jirayut Prasertsri

Assistant Professor Dr., Digital Art Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University 439 Jira rd., Naimuang sub-districts, Muang, Buriram, 31000 Email: jirayut.ps@bru.ac.th