



การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย

สำนักหอสมุดกลาง



โดย
นายภักดี ต่วนศิริ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2556

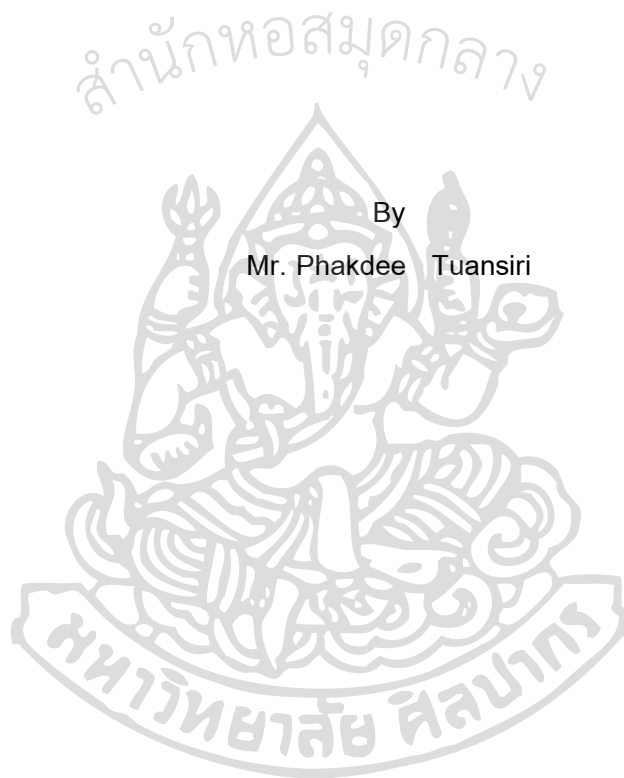
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์
ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2556
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

A REFLECTION OF MUSLIM CULTURE IN THAILAND THROUGH GRAPHIC DESIGN



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

Master of Fine Arts Program in Visual Communication Design

Department of Visual Communication Design

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2013

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “การออกแบบ
เลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย ” เสนอโดย นายภักดี ต่วนศิริ เป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. อาจารย์อนุชา โสภาคย์วิจิตร
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒน์พันธุ์ ครุฑะเสน

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(อาจารย์ธนาทร เจียรกุล)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม)

...../...../.....

..... กรรมการ

(อาจารย์อนุชา โสภาคย์วิจิตร)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒน์พันธุ์ ครุฑะเสน)

...../...../.....

52151315: สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

คำสำคัญ : การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย

ภาคี ส่วนศิริ : การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : อ.อนุชา โสภาคย์วิจิตร และ ผศ.วัฒน์พันธุ์ ครูทะเลน. 151 หน้า

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสืบค้นอัตลักษณ์ เฉพาะเจาะจงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เท่านั้น คือปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เพื่อนำไปใช้ในการออกแบบเลขนศิลป์ ให้สามารถสะท้อนถึงอัตลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรมประเพณีได้อย่างชัดเจน ซึ่งจะช่วยส่งเสริม

ภาพลักษณ์ของมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เกิดความชัดเจนขึ้น มีความเป็นเอกภาพ

แนวทางการศึกษาหารูปแบบ การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย มีวิธีการวิจัยโดยเริ่มจากการค้นคว้าเก็บรวบรวมข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบไปด้วย ปัตตานี ยะลา นราธิวาส และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อที่จะได้ข้อมูลทางด้านเชื้อชาติ วิธีการดำเนินชีวิต อาชีพ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาชาวบ้านจากกลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรมจำนวน 3 ท่าน จากนั้นสรุปผลการวิเคราะห์ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของมุสลิม ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ จากนั้นนำผลงานออกแบบไปประเมินผลโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และประชากรทั่วไป เพื่อประเมินประสิทธิผลของผลงานการออกแบบ ในแง่ของการออกแบบ และการใช้งาน หาข้อบกพร่องและข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษารวมทั้งเป็นข้อมูลสำหรับการอ้างอิงให้แก่ผู้สนใจการออกแบบเลขนศิลป์ ที่แสดงถึงศิลปวัฒนธรรม และประเพณี อันเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม

ผลงานการวิจัยสามารถสรุปออกมาเป็นผลงานออกแบบได้ดังนี้

ตัวอักษร การใช้สี ตราสัญลักษณ์ ตัวอย่าง สื่อสิ่งพิมพ์และงานโฆษณาประชาสัมพันธ์ ตัวอย่างเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ตัวอย่างเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อม

ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ปีการศึกษา 2556

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. 2.

52151315: MAJOR : VISUAL COMMUNICATION DESIGN

KEY WORD: A REFLECTION OF MUSLIM CULTURE IN THAILAND THROUGH GRAPHIC DESIGN

PHAKDEE TUANSIRI : A REFLECTION OF MUSLIM CULTURE IN THAILAND THROUGH GRAPHIC DESIGN. THESIS ADVISORS: ANUCHA SOPAKVICHIT AND ASST.PROF. WATANAPUN KRUTASAEN. 151 pp.

The purpose of this study was to search and design the graphic design identity specifically, the three Muslim southernmost provinces of Pattani, Yala and Narathiwat for using in the graphic design show clearly of their fine and prominent arts, culture and tradition which will promote image of the three Muslim southernmost provinces more clearly and unity.

In studying to find the form of the graphic design for showing the Muslim culture in Thailand, the researcher had studied and collected data from documented information about the three Muslim southernmost provinces of Pattani, Yala and Narathiwat and in-depth interview in order to study the race, attitudes, occupation, cultural wisdom from 3 culture experts. Latterly, the researcher had concluded the culture art analyze the unity of the three Muslim southernmost provinces for guiding in design. Then access the design to the design exporter and general population evaluate the designing and usability for bugs, suggestion and beneficial for studying and reference to the interests of the graphic arts which showing the unique culture and traditions of the local tradition.

As a result of the study, there are the product of letter format, color using, symbol, sample of printing, advertisement, graphic design on packaging and the environment graphic design.

Department of Visual Communication Design Graduate School, Silpakorn University

Student's signature Academic Year 2013

Thesis Advisors' signature 1. 2.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ อาจารย์อนุชา ไสภาคย์วิจิตร และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วัฒน์พันธุ์ ครูทะเลน ที่ได้กรุณาเป็นผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบแก้และให้คำแนะนำในการศึกษาค้นคว้าอันเป็นประโยชน์ยิ่ง อาจารย์ธนาพร เจียรกุล ประธานหลักสูตรปริญญาศิลปมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ ผู้ให้การดูแลในการทำวิทยานิพนธ์และการดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี รองศาสตราจารย์ชัยนันท์ ชะอุ่มงาม ให้ความกรุณาเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ พร้อมทั้งให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะ ตลอดจนจนถึงคุณอาจารย์และเจ้าหน้าที่ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกท่านที่กรุณาให้ความช่วยเหลือ และคำแนะนำดีตลอดมา

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ คุณไพโรจน์ ธีระประภา, คุณกนกกำแหง จรมาศ, คุณทิวากร นาวารัตน์, คุณสมิขฌน์ สมันเลาะ, คุณก่อนกาล ตินสุลานนท์, ร.ท.นรเศรษฐ์ อังศุวัฒกกุล, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยลักษณ์ เบญจกุล, ผู้ช่วยศาสตราจารย์อัปดุลรอซซะ วรรณอาลี, คุณวัชรวิ ถ้วนถวิล และคุณอนัน วาโชะ ที่เสียสละเวลาให้ข้อคิดเห็นและให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามและสัมภาษณ์ทำให้งานวิจัยครั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์อิมจิต เลิศพงษ์สมบัติ สำหรับทุก โอกาส ทุก คำแนะนำ และทุกความช่วยเหลือที่ท่านมอบให้ด้วยดีตลอดมา ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาที่ท่านมอบให้เป็นอย่างยิ่ง ขอขอบคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วณิชฌน์มล จ่างกมล คณบดีคณะวิทยาการสื่อสารมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี สำหรับกำลังใจ และความช่วยเหลือ ที่ดีตลอดมา รวมถึงพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อทุกคน

ท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณครอบครัวตัวตนศิริ และนังคลา ที่คอยให้กำลังใจ ให้ คำปรึกษา ให้การสนับสนุนเป็นอย่างดีในทุกๆ ด้านแก่ผู้วิจัย ขอขอบคุณคุณอาจารย์และเพื่อนๆ สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ มหาลัยรังสิต ขอขอบคุณ กฤษ เปรม ซึ่งคอยห่วงใยและให้ความช่วยเหลือ เป็นอย่างดี ขอขอบคุณเพื่อนๆ พี่ๆ สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ รุ่น 11 คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทุกคน ที่คอยแนะนำ ให้กำลังใจซึ่งกันและกัน ขอขอบคุณพี่โต้ง บั้ม พี่นิต และนก สำคัญที่สุดขอบคุณครอบครัว มัจฉี, อัญญา, และมามา ที่เป็นกำลังใจให้มาโดยตลอด

บทที่	หน้า	
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	87
	การศึกษาค้นคว้าเอกสาร.....	87
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 8๕	87
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง..... 8	88
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	90
	สถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	91
	การออกแบบ.....	91
	การประเมินผลงานออกแบบ.....	91
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	94
	ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล (ก่อนการออกแบบ).....	94
	ส่วนที่ 2 ผลงานออกแบบ.....	96
	ส่วนที่ 3 การประเมินผล (หลังการออกแบบ).....	115
5	บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	120
	5.1 สรุปผลการวิจัย.....	120
	5.2 การอภิปรายผลการวิจัย.....	120
	5.3 ข้อเสนอแนะ.....	121
	รายการอ้างอิง.....	123
	ภาคผนวก.....	125
	ภาคผนวก ก. แบบสอบถาม.....	126
	ภาคผนวก ข. หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ.....	133
	ประวัติผู้วิจัย.....	139

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า	
1	การแกะสลักให้ตัวอักษรนูน.....	35
2	ลวดลายพรรณไม้ประดับช่องลม.....	35
3	ลวดลายเรขาคณิต.....	36
4	กรีซแบบสกุลช่างปัตตานี.....	40
5	กรีซสกุลช่างปัตตานี ดำทำเป็นรูปนกฟังกะ.....	41
6	กรีซแดแบ๊ะ สกุลช่างปัตตานี นิยมใช้ในหมู่ความุขช้างไทยมุสลิม กรีซสกุลช่างปัตตานี หรือกรีซตะยง ใบกริชรูปใบปรีอเซาะร่อง(จิตอ)ดำแบบหัวนกฟังกะตัวผู้ ผักแบบปัตตานี.....	41
7	กรีซสกุลช่างปัตตานี ใบกริชตรงเซาะร่อง (จิตอ) ดำแบบหัวนกฟังกะตัวผู้ หรือแบบตะยงแกะสลักเหลี่ยมทองคำและเงิน ผักแบบปัตตานี.....	42
8	กรีซสกุลช่างปัตตานี ใบกริชเป็นของสกุลช่างบุกิสมี 11 คด ดำหัวนกฟังกะ ฝ่มือช่างชั้นสูงมีส่วนประกอบขนาดและทองในการตกแต่ง เป็นกริชของชนชั้นสูงระดับเจ้าเมืองหรือเชื้อพระวงศ์.....	42
9	กรงนกเขาชวา.....	43
10	ปืนพญาตานี.....	46
11	เรือกอลและ.....	48
12	ส่วนกลาง (ลำเรือ) เรียกว่า “ตื่อเราะ”	49
13	เครื่องทองเหลืองปัตตานี.....	53
14	ผ้าจวนตานีลายแถบ.....	55
15	ผ้าบาติก.....	59
16	สัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาอิสลามเกมส์ ครั้งที่ 3 เมืองปาล์มบัง ประเทศอินโดนีเซีย.....	60
17	สัญลักษณ์อักษรย่อมาจาก PETROLIAM NASIONAL BERHAD หยดน้ำมันของบริษัทน้ำมันของปิโตรนาส (PETRONAS).....	61
18	การประดิษฐ์ตัวอักษรภาษาอาหรับ สัญลักษณ์สายการบินเอมิเรต	64

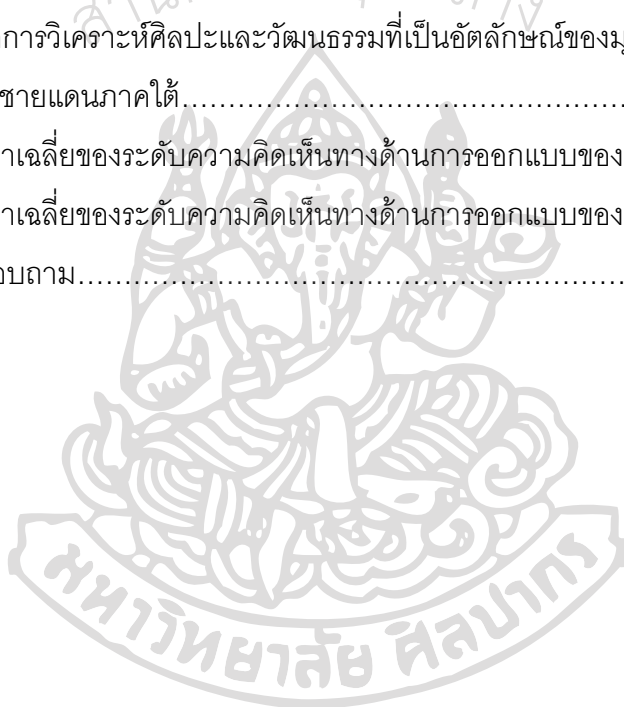
ภาพที่	หน้า	
19	สัญลักษณ์ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย มีตัว “อะลีฟ” อักษรภาษาอาหรับตัวแรกในการสะกดคำว่า “อิสลาม” และอักษร “ไอ” ในคำภาษาอังกฤษว่า “Islamic” ซึ่งตัวนี้เป็นรูปพระจันทร์เสี้ยว และดาวสี่เหลี่ยมทอง อยู่บนพื้นสีเขียว ...	67
20	สัญลักษณ์ความร่วมมือของกลุ่มมุสลิม.....	74
21	แผนภูมิสรุปขั้นตอนการทำวิจัย.....	93
22	แสดงการคัดเลือกสีเพื่อแสดงอัตลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สำหรับจังหวัดปัตตานี.....	97
23	แสดงการคัดเลือกสีเพื่อแสดงอัตลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สำหรับจังหวัดยะลา.....	98
24	แสดงการคัดเลือกสีเพื่อแสดงอัตลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สำหรับจังหวัดนราธิวาส.....	99
25	แสดงสรุปสีเพื่อแสดงอัตลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้	100
26	แสดงสรุปกลุ่มโทนสีหลักและโทนสีรองเพื่อแสดงอัตลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้	101
27	แสดงชุดตัวอักษรหลักเพื่อแสดงอัตลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้..	102
28	แสดงชุดตัวอักษรหลักเพื่อแสดงอัตลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ..	103
29	แสดงการนำไปใช้ของชุดตัวอักษรหลัก.....	104
30	แสดงชุดตัวอักษรรองในการนำไปใช้แสดงอัตลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้.....	105
31	แสดงสรุปที่มาของตราสัญลักษณ์.....	105
32	แสดงตราสัญลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้.....	106
33	แสดงเลขนศิลป์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้.....	107
34	แสดงการใช้งานในสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป.....	108
35	แสดงการใช้งานในสื่อมัลติมีเดีย.....	105
36	แสดงการใช้งานในสื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือ วารสาร).....	109
37	แสดงการใช้งานในสื่อประชาสัมพันธ์.....	109
38	แสดงการใช้งานในบรรจุภัณฑ์ (กระเป๋).....	110
39	แสดงการใช้งานในผลิตภัณฑ์ที่เป็นของที่ระลึก.....	111

ภาพที่	หน้า		
40	แสดงวิธีการใช้งานบนสื่อสิ่งพิมพ์ทั่วไป (ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ชนิดกล่อง).....		112
41	แสดงการใช้งานในสื่อประชาสัมพันธ์ภายในองค์กร (รถโดยสาร).....		113
42	แสดงวิธีการใช้งานเลขศิลป์สิ่งแวดล้อม (ป้ายบอกข้อมูล).....		114
43	แสดงวิธีการใช้งานเลขศิลป์สิ่งแวดล้อม (ตัวอย่างป้ายบอกข้อมูลและป้ายบอกทิศทาง).....		115



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า	
1	กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน (นราธิวาส ปัตตานี ยะลา) มีอาณาเขตติดกับจังหวัด ต่างๆ	21
2	แสดงพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน.....	21
3	แสดงจำนวนประชากรของกลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้.....	24
4	แสดงข้อมูลการปกครองส่วนภูมิภาค.....	24
5	แสดงข้อมูลการปกครองส่วนภูมิภาค.....	25
6	สรุปผลการวิเคราะห์ศิลปะและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของมุสลิมในสาม จังหวัดชายแดนภาคใต้.....	95
7	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นทางการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ.....	115
8	แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นทางการออกแบบของผู้ตอบ แบบสอบถาม.....	118



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ประกอบด้วยจังหวัด ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส มีประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ในอดีตสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส คือ อาณาจักรปัตตานีที่สืบต่อมาจากอาณาจักรลังกาสุกะ

ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังคงความเป็นธรรมชาติที่สวยงาม ทั้งหาดทราย น้ำตกม ธรรมชาติป่าเขาดันไม้ที่อุดมสมบูรณ์ พืชพันธุ์ธัญญาหารและผลไม้ที่มีมากมาย หลากหลายชนิด ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม เนื่องจาก เป็นชนชาติพันธุ์มลายูและนับถือศาสนาอิสลามเป็นส่วนใหญ่ จึงมีขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ภาษา และวัฒนธรรมที่แตกต่างจากจังหวัดอื่นๆ ทางภาคใต้ ซึ่งอัตลักษณ์พิเศษเฉพาะนี้จึงเป็นพื้นที่ที่สะท้อนความแตกต่างและสามารถสัมผัสได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในพื้นที่ สาม จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบด้วย จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดนราธิวาส (ประสิทธิ์ รัตนมณี และคณะ , 2550)

ผู้วิจัยเห็นว่าหากมีการศึกษาแนวทางในการสร้างอัตลักษณ์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมร่วมในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้ออกมาในสื่อต่างๆ สามารถปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ ส่งเสริม ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และโบราณสถาน ในสามจังหวัดชายแดน ภาคใต้ รวมทั้งกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยว พร้อมสร้างความรู้และความเข้าใจในศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวไทยมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย
2. เพื่อออกแบบเลขศิลป์ที่เหมาะสม และสะท้อนอัตลักษณ์มุสลิมในประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของมุสลิม ในสามจังหวัด ชายแดน ภาคใต้ทำให้เกิดงานออกแบบเลขศิลป์ สามารถสื่อสารข้อมูล ประชาสัมพันธ์ กับประชากรและนักท่องเที่ยวได้ดี อีกทั้งยังสามารถสะท้อนอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น

ขอบเขตการวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวกับรูปแบบ วัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของมุสลิมในประเทศไทย เฉพาะเจาะจง มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้เท่านั้น คือปัตตานี ยะลา และนราธิวาส
2. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้ทางด้านการออกแบบ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านนโยบายขับเคลื่อนแผนพัฒนา ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
3. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาการออกแบบเลขศิลป์ในรูปแบบของมุสลิมที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ขั้นตอนของการวิจัย

1. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง
2. ประมวลข้อมูลเพื่อสร้างแบบสอบถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัตลักษณ์ ของวัฒนธรรม มุสลิมในประเทศไทย เฉพาะมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบไปด้วย ปัตตานี ยะลา นราธิวาส
3. รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ทำการวิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบ
4. สร้างผลงานออกแบบ และประเมินผลงานออกแบบโดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ
5. สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ผลงานออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ ของวัฒนธรรม มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบไปด้วย ปัตตานี ยะลา นราธิวาส
2. ได้แนวทางการออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์มุสลิมในประเทศไทย

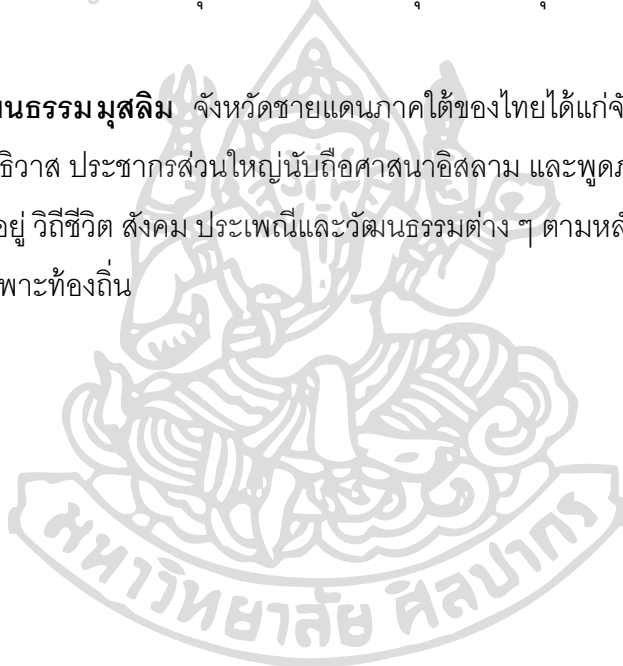
นิยามศัพท์เฉพาะ

อัตลักษณ์ หมายถึง ลักษณะเฉพาะ ราชบัณฑิตยสถานได้ให้ความหมายดังนี้ คำว่า อัตลักษณ์ (อ่านว่า อัด-ตะ-ลัก) ประกอบด้วยคำว่า อัด (อัด-ตะ) ซึ่งหมายถึง ตน หรือ ตัวเอง กับ ลักษณะ ซึ่งหมายถึง สมบัติเฉพาะตัว คำว่าอัตลักษณ์ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Identity หมายถึง ผลรวม ของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่งซึ่งทำให้สิ่งนั้นเป็นที่รู้จักหรือจำได้

อิสลาม มาจากคำว่าอัลละมะ ซึ่งมาจากรากศัพท์ว่าละมิมะ แปลว่า สันติ การ นอบน้อม การยอมจำนนโดยสิ้นเชิง อิสลามในที่นี้หมายถึง ศาสนา มีระบบการดำเนินชีวิตซึ่ง ออกมาในรูปวัฒนธรรมอิสระ ระบบเศรษฐกิจ

มุสลิม นามที่ใช้เรียกชื่อผู้นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งเป็นของมนุษยชาติ มิได้เป็นของ ชาติหนึ่งชาติใดโดยเฉพาะ ในปัจจุบันจึงมีทั้งสำหรับมุสลิม ไทยมุสลิม จีนมุสลิม และอังกฤษ มุสลิม ฯลฯ

วัฒนธรรมมุสลิม จังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยได้แก่จังหวัดสตูล สงขลา ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ประชากรส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม และพูดภาษามลายูท้องถิ่น มี สภาพความเป็นอยู่ วิถีชีวิต สังคม ประเพณีและวัฒนธรรมต่าง ๆ ตามหลักศาสนาอิสลาม มี ลักษณะพิเศษเฉพาะท้องถิ่น



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อต้องการออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ดังนั้นผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบโดยแบ่งเนื้อหาและข้อมูลออกเป็นส่วนๆ ดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 การออกแบบเลขศิลป์ (Graphic Design)

ส่วนที่ 2 ประวัติอาณาจักรลังกาสุกะ

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของชาวไทยมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต และสิ่งแวดล้อมของ สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)

ส่วนที่ 5 ศิลปะและวัฒนธรรมมุสลิมที่เป็นเอกลักษณ์ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ส่วนที่ 6 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

ส่วนที่ 1 การออกแบบเลขศิลป์ (Graphic Design)

ในองค์ความรู้ของการออกแบบเลขศิลป์นี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชาชีพทางการออกแบบนิเทศศิลป์ โดยใช้คำในภาษาอังกฤษที่ว่า Visual Communication Design ศาสตร์ที่มีการค้นคว้าจนเกิดทฤษฎีต่าง ๆ ขึ้นมากมาย จุดประสงค์คือการสร้างสรรค์รูปแบบของสื่อเพื่อสื่อสารให้เกิดประสิทธิภาพ และน่าสนใจ โดยมีความหมายหลากหลายดังนี้

“เลขศิลป์” (Graphic Art) “เลขนะ + ศิลป์” หมายถึง ศิลปะที่มีลักษณะเป็น “รอยขีดเขียน, ตัวอักษร หรือลวดลาย ” (จากพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน 2493 : 812) มีลักษณะผลงานที่สำคัญออกมาเป็นลายเส้น , การขีดเขียน หรืองานพิมพ์ เป็นการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารทางทัศนภาพ (Visual Communication) ที่ประกอบเป็นตัวอักษร ลวดลาย หรือรอยขีดเขียน ซึ่งแสดงโดยใช้เส้น (ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ 2540 : 37) นำเสนอข่าวสารต่อผู้ดู ผู้อ่านให้สามารถรับรู้ความหมายและแปลความหมายได้ทางสายตา (ประชุด ทิณบุตร 2530 : 19) เป็นการออกแบบเพื่อให้อ่านเช่นออกแบบหนังสือ , นิตยสาร, โฆษณา, หีบห่อ, ป้าย, ภาพยนตร์,

โทรทัศน์, โปสเตอร์, แผ่นพับ, นิทรรศการ (วิรุณ ตั้งเจริญ 2532 : 9) โดยแบ่งประเภทได้หลากหลายตามยุคสมัยดังนี้

- เลขศิลป์สิ่งพิมพ์ (Printing Graphics) คือ ผลงานการออกแบบสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยเริ่มต้นจากการออกแบบตัวอักษรที่ใช้ในการพิมพ์ การจัดรูปเล่มหนังสือ ภาพประกอบ โฆษณา เครื่องหมายการค้า บัตร ฯลฯ

- เลขศิลป์สิ่งแวดล้อม (Environmental Graphics) คือ ผลงานการออกแบบตัวอักษร รูปสัญลักษณ์ที่ติดอยู่บนตัวอาคารและสถานที่ต่าง ๆ ในที่สาธารณะ

- เลขศิลป์ในภาพยนตร์ โทรทัศน์ และแถบบันทึกภาพ (Film, T.V. & Video Graphics) คือ ผลงานการออกแบบ ตัวอักษรพร้อมทั้งภาพนำเรื่อง (Title) และลงท้ายเรื่อง (มาโนช กงกะนันท 2538 : 202)

- เลขศิลป์ในสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คือ ผลงานการออกแบบที่ประกอบด้วยภาพและตัวอักษรที่เสนอในระบบคอมพิวเตอร์ เช่น เว็บไซต์ เกมคอมพิวเตอร์ ซีดีรอม ฯลฯ

ส่วนที่ 2 ประวัติอาณาจักรลังกาสุกะ

ประวัติอาณาจักรลังกาสุกะและปัตตานี

เมืองปัตตานี เท่าที่ปรากฏในบันทึก หรือตำนานของต่างชาติ มีการกล่าวถึงด้วยนามต่าง ๆ กัน ตามแต่สำเนียงการออกเสียงของผู้ที่เป็นเจ้าของผลงานนั้นๆ เช่น

ชาวมลายูออกเสียงเป็น “ปัตตานี”

ชาวอาหรับออกเสียง “Fathoni” (ฟาฏอนี)

ชาวสยามออกเสียง “ปัตตานี” หรือ “ตานี”

ชาวอินเดียออกเสียง “Patanam” หรือ “Patane”

ส่วนบันทึกของชาวตะวันตกเขียนเป็น “Patani”, “Patania”, “Patana”, “Pataniij”, “Patany”, “Pattania”, “Pathanani”, “Pathane” และอื่นๆ

สำหรับผู้ที่เป็นเจ้าของภาษามลายูถิ่นปัตตานี จะออกเสียงเหมือนกันทุกคนว่า “ปัตตานี” “(/Ptaning/)”

“ปัตตานี” กลายเสียงมาจากคำ “ปะ ตานี” (Pak Tani = พ่อเฒ่าตานี) ซึ่งเป็นชื่อเรียกพ่อเฒ่าหัวหน้าชาวประมงในหมู่บ้านแถบชายทะเลแห่งหนึ่ง (อาจเป็นบ้านกรือเซะ) ต่อมากำสมญานี้ได้ใช้เป็นชื่อหมู่บ้านดังกล่าว

คำ “ปาตานี” หรือ “ชายหาดแห่งนี้” (ปาตา = ชายหาด, นี = นี, นี) เล่ากันว่าเป็นบริเวณที่กระเจงชาวโดนสูงนำไข่มุกของสุลต่านอิสมาแอลซัย (พญาตุนักปา) ไข่มุก แต่กระเจงตัวนั้นสาบสูญที่ชายหาดแห่งนี้ หรือ “ปาตานี”

เอกสารมลายูพงศาวดารปัตตานีเก่าแก่ที่สุดเท่าที่พบในปัจจุบันนี้ชื่อ Tarikh Fathani (ตาริค ฟาฏานี = ประวัติศาสตร์ปัตตานี) และคาดว่าเป็นเอกสารที่เขียนตั้งแต่ก่อนคริสต์ศตวรรษที่ 15 ระบุว่า เมื่อ ค.ศ.750 (พ.ศ.1293) “มีราชาองค์หนึ่งชื่อ สัง ฌายา บังสา (Sang Jaya Bangsa) จากเมืองปาเล็มบัง (อยู่บนเกาะสุมาตรา) ซึ่งเป็นศูนย์กลางของอาณาจักรศรีวิชัยขณะนั้น ได้เข้ายึดครองอาณาจักรลังกาสุกะ จากราณา มหาบังสา (Raja Mahabangsa) จากนั้นกล่าวต่อไปอีกว่า สัง ฌายา บังสา ได้เลือกหมู่บ้านซึ่งมีทำเลดีสำหรับสร้างเมืองใหม่และตั้งชื่อเมืองนั้นตามชื่อพ่อเฒ่าที่ทำการเกษตรที่นั่น คือ โต๊ะ ตานี (Tok Tani) จึงทำให้การออกเสียงชื่อนี้กลายเป็น “ปัตตานี” (Patani) ในระยะต่อ ๆ มา”

นักวิชาการอิสลามในพื้นที่ เช่น บาบอดิง ตั้งข้อสังเกตว่าคำ “ปัตตานี” ใกล้เคียงกับคำ “Fathoni” ในภาษาหรับที่แปลว่า นักปราชญ์ หรือผู้ทรงความรู้ คำนี้มักปรากฏท้ายชื่อปราชญ์มุสลิมผู้มีชื่อเสียงของปัตตานีหลายท่าน เช่น Sheikh Daud bin Abdullah al-Fathoni (พ.ศ.2312-2390) Sheikh Wan Ahmad bin Mohamad Zain al-Fathoni (พ.ศ.2393-2451) หรืออย่างท่านปู่ของท่านหะยีสุหลง อับดุลกลอเดร์ คือ Sheikh Zainal Abidin bin Muhamad ai-Fathoni

ข้อสังเกตของبابอดิงดังกล่าวนี้ได้รับการสนับสนุนเห็นด้วยจากท่านบาบอ ฉีฮาด และท่านได้กรุณาเสริมย้ำต่ออีกว่า “ปัตตานี” ถ้าสะกดด้วยอักษรยาวีเป็น... ในภาษาอาหรับแปลว่า ประมุขหรือผู้ก่อความหายนะ ถ้าเป็นเช่นนี้ “ความหมาย ” ที่สอดคล้องกว่าน่าจะได้แก่ “นักปราชญ์” เพราะ

ประการที่หนึ่ง คำ “ปราชญ์” สอดคล้องกับคำสมญานามที่กล่าวว่า “ปัตตานีดารุสลาม” หรือ “ปัตตานีเมืองแห่งสันติภาพ ” เมืองใหญ่ที่ได้รับสมญานาม “ดารุสลาม” นอกจากปัตตานี ยังมีเมืองอาเจ็ฮ์ (เขตจังหวัดพิเศษอาเจ็ฮ์ ในสุมาตราเหนือ ประเทศอินโดนีเซียในปัจจุบัน) และบรูไนฯ (ประเทศบรูไนฯในปัจจุบัน)

ประการที่สอง วัฒนธรรมในการตั้งชื่อบ้านนามเมืองในอดีตมักเป็นชื่อ “พีชพันธุ์” หรือลักษณะเด่นที่เป็นปรากฏการณ์สำคัญของสถานที่นั้นๆ การใช้ “นามบุคคล” เป็น “นามหมู่บ้าน” พอจะพบได้บ้าง แต่คงไม่ใช่นามของ “ราชอาณาจักร” อย่าง “ปัตตานี” ซึ่งถ้าจะเป็นนามบุคคลก็คงเป็นพระนามของพระมหากษัตริย์ หรือ “สายตระกูล” มากกว่า

ประการสุดท้าย “ฟาฏอนี” เป็นสัญลักษณ์ที่บ่งบอก “ความหมาย” และยืนยันความเป็นราชอาณาจักรอิสลามได้อย่างเหมาะสมที่สุด ทำนองเดียวกับวัฒนธรรมการใช้ชื่อ ตำแหน่ง และชื่อผู้คนที่ เป็น “มุสลิม” ของปฐมกษัตริย์แห่งอาณาจักรนี้ที่เปลี่ยนจากการนับถือศาสนาพุทธ เป็นศาสนาอิสลาม เช่น พญาตุนาฆปา เปลี่ยนจากชื่อตำแหน่ง “พญาตู” หรือ “พญาท้าว” หรือ “รามมา” (ราชา) เป็น “สุลต่าน” (Sultan) และเปลี่ยนพระนามเป็น “อิสมาอีล” (Ismail) คือสุลต่านอิสมาอีล (Sultan Ismail) และมีพระนามเต็มว่า “สุลต่าน อิสมาอีล ซิลลุลลอฮฺ ฟิล อารัม ” (Sultan Ismail Zillullah fil Alam = พ.ศ.2043-2073) ปราบฏุกการณ์นี้เกิดขึ้นภายหลังจากที่พระองค์ทรงเข้านับถือศาสนาอิสลามตามคำเชิญชวนของเชค ชัยยิด สาอิด (โตะ ปาสัย)

ดังนั้นอาศัยข้อมูลดังกล่าวนี้ จึงสรุปว่า คำ “ปัตตานี” กลายเสียงจากคำว่า “ฟาฏอนี” ที่แปลว่า “ปราชญ์”

นอกจากนั้น ปัตตานียังมีนามสมญาอื่นอีก เช่น

“นีซีรี ตันฌง บุงา” (Negeri Tanjung Bunga) หรือ “แหลมบุปผา” ซึ่งปรากฏในวรรณกรรมประเภทนิทานประโลมโลกสำนวนภาษามลายูเรื่อง ฮิกายัต ซีรี รามา (Hikayat Seri Rama) ฉบับแม็กซ์เวล กล่าวไว้ว่า Negeri Tanjung Bunga เป็นเมืองของตัวละครเอก คือ ซีรี รามา (Seri Rama) และเจ้าหญิง ลือกุนตุม บุงา ลีตังกาย (Puteri Sekuntum Bunga Setangkai) เรื่องนี้ นิยมนำเสนอในมหรสพประเภท “วายัง กุลิต” (Wayang Kulit = หนังตะลุง) ซึ่งเป็นที่นิยมกันมากในหมู่ข้าราชการสำนักเมืองตรังชามู ประเทศมาเลเซียในอดีต

การให้ “บุงา” (Bunga = ดอกไม้) เป็นสัญลักษณ์ดูเหมือนเหมาะสมกับปัตตานีมาก เพราะ “รามมา กูนิง” (กษัตริย์องค์สุดท้ายแห่งราชวงศ์ศรีวิงสา) โปรดการเกษตรกรรมและการค้า พระองค์ไม่เคยต้องเสียค่าใช้จ่ายรายวันด้วยเงินรายได้ของแผ่นดิน แม้ว่ามีสิทธิ์ที่จะกระทำได้ แต่พระองค์ทรงใช้เงินจากการจกหน้าดอกไม้อะและพืชพรรณที่มีอยู่ในสวนของพระองค์เท่านั้นเป็นค่าใช้จ่าย

อย่างไรก็ตาม “ปัตตานี” นามนี้เป็นนามเดิมของพื้นที่จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสอย่างแน่นอน เป็นพื้นที่ที่ตั้งอยู่บนคาบสมุทรมาลายู (Malay Peninsular) และเป็นราชอาณาจักรที่มีความสำคัญมากแห่งหนึ่งในอดีต

จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสที่ปรากฏในแผนที่ประเทศไทย ปัจจุบันเป็นดินแดนซึ่งเก็บซ่อนเรื่องราวในอดีตไว้อย่างซับซ้อนมากมาย ดินแดนแห่งนี้เป็นส่วนที่แยกย่อยออกจากความเป็นนครรัฐมลายู-อิสลาม ที่ชื่อว่า “นครรัฐปัตตานี” (Patani State) ในอดีต และถ้านับ

ย้อนหลังต่อจากนั้นอีกระยะหนึ่ง ก็พบว่า ปัตตานีเป็นดินแดนแห่งราชอาณาจักร ฮินดู – พุทธ หรือ ฮินดู – ชาว ที่มีชื่อว่า “ราชอาณาจักรลังกาสุกะ”

ลังกาสุกะ เป็นชื่อเมือง (อิ) ลังคาโคกะ ซึ่งเป็นคำสันสกฤต คือ ลังคะ กับ อโคกะ แปลว่า “เมืองสหพันธรัฐแห่งอโคก” ปรากฏชื่อตามเอกสารจีนว่า หลังหยาชูวในพุทธศตวรรษที่ 11 และต่อมาเรียกผิดเพี้ยนไป ในเอกสารอาหรับ และมลายูในพุทธศตวรรษที่ 20 – 22 ว่า ลังคะสุกา และลังคะสุกะ แล้วมาเพี้ยนเสียงในภาษาไทยโดยนักวิชาการไทยนำมาใช้ว่า ลังกาสุกะ เคยเป็นเมืองอิสระในภาคใต้ที่มีเอกราชในการปกครอง มีฐานะเป็นประเทศ และเป็นที่ยุ้จักในประชาคมโลก เพราะปรากฏชื่ออยู่ในแผนที่โลก มีความสัมพันธ์กับอีกสองรัฐ ได้แก่ ลิกอร์ หรือละคร (นครศรีธรรมราช) และสิงขระ (สงขลา)

มิติประวัติศาสตร์เท่าที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบันนี้ ยังไม่มีใครสามารถยืนยันได้ว่า ราชอาณาจักรลังกาสุกะ และราชอาณาจักรปัตตานี ตั้งขึ้นเมื่อไหร่ ใครเป็นผู้ก่อตั้ง และเรื่องนี้คงหาคำตอบได้ไม่ถนัดนัก

อย่างไรก็ตาม ประวัติศาสตร์ได้บอกให้คนรุ่นหลังต่อ ๆ มา รู้ว่าดินแดนแห่งนี้เป็นที่อยู่ของผู้คนเชื้อสายมลายูที่เคยนับถือลัทธิภูตผี และวิญญาณ (animism) มาก่อน ส่วนศาสนาพราหมณ์ ฮินดู พุทธ เข้ามามีอิทธิพลต่อผู้คนในภายหลัง ซึ่งโดดเด่นมากในสมัยที่เป็นอาณาจักรลังกาสุกะ ทั้งนี้ เนื่องจากปัตตานีตั้งอยู่ภายใต้อำนาจของราชอาณาจักรมัชปาหิต ซึ่งมีศูนย์กลางอยู่ที่ชวากลาง ต่อมาชาวลังกาสุกะได้รับอิทธิพลศาสนาพุทธนิกายมหายานจากศรีวิชัย อีกระลอกหนึ่ง

เมื่อศาสนาอิสลามแผ่เข้าไปในภายหลัง ทำให้วัฒนธรรมของผู้คนที่นี่เกิดการเปลี่ยนแปลงอีกระลอกหนึ่ง ดังนั้น การให้ความสำคัญกับความโดดเด่นตามลักษณะอิทธิพลของกระแสวัฒนธรรมใหญ่ อย่าง ฮินดู – พุทธ และวัฒนธรรมอิสลามที่ปรากฏต่อมานั้น จึงมีความหมายที่สำคัญ ด้วยเหตุผลดังกล่าวนี้ จึงแบ่งเวลาสำหรับอดีตของปัตตานี เป็น 2 ช่วง ดังนี้

ช่วงแรก : ปัตตานี สมัยวัฒนธรรมฮินดู – พุทธ นับตั้งแต่ชาวลังกาสุกะยังเป็นผู้ที่นับถือลัทธิภูตผีวิญญาณ พราหมณ์ ฮินดู และพุทธเรื่อยมาจนอิสลามเข้าสู่ราชอาณาจักรปัตตานี (พ.ศ. 2043)

ช่วงที่สอง : เริ่มตั้งแต่กษัตริย์ปัตตานี นับถือศาสนาอิสลาม หรือ นับตั้งแต่ปัตตานีอยู่ในช่วงสมัยวัฒนธรรมอิสลาม จนถึงช่วงที่ประเทศไทยเปลี่ยนแปลงการปกครองเป็นระบอบประชาธิปไตย (พ.ศ. 2043 – 2475)

“ปตานี” สมัยวัฒนธรรมฮินดู – พุทธ

(พุทธศตวรรษที่ 7 – พ.ศ. 2043)

ปตานีสมาัยวัฒนธรรมฮินดู – พุทธ หรือลังกาสุกะ ตั้งขึ้นตั้งแต่เมื่อไหร่ และใครเป็นผู้สร้างเมืองนี้ ไม่มีหลักฐานยืนยันชัดเจน เท่าที่ปรากฏในบันทึกของนักเดินทางชาวจีนที่มีความสัมพันธ์กับประเทศต่าง ๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในสมัยหนึ่ง ทราบว่า เมื่อคริสต์ศตวรรษที่ 2 นั้น เมืองหลังหยาชิว (Lang – ya – shiu) หรือ ลังกาสุกะ มีอยู่แล้ว

จากหลักฐานดังกล่าวนี้ ชวนให้นักประวัติศาสตร์ยุโรปหลายท่าน เชื่อกันว่า ลังกาสุกะตั้งอยู่ในบริเวณฝั่งทะเลตะวันออกของคาบสมุทรมลายู คือ ระหว่างสงขลากับกัณฑ์ตัน และมีเมืองหลวงตั้งอยู่ในบริเวณอำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานีปัจจุบัน

นับตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 8 ลังกาสุกะมีท่าเรือที่สำคัญมาก เพราะมีภูมิฐานที่เหมาะสมสำหรับเทียบเรือ และหลบลมมรสุม นอกจากนั้นลังกาสุกะมีอำนาจในการควบคุมเส้นทางการค้าจากตะวันออกไปยังตะวันตกโดยผ่านทางคอคออดกระ และยังมีอำนาจควบคุมตั้งแต่บริเวณคาบสมุทรจนถึงอ่าวเบงกอล

เมื่อเข้าสู่คริสต์ศตวรรษที่ 13 ชื่อ “ปตานี” ได้ปรากฏแทนชื่อ “ลังกาสุกะ” โดยไม่มีใครยืนยันได้ว่าปรากฏการณ์นี้เกิดขึ้นได้อย่างไร เท่าที่ผ่านมานี้มีนักวิชาการหลายท่านพยายามอ้างถึงบริบทกำเนิดเมืองลังกาสุกะ และปตานี โดยนำมาเทียบเคียงกับความหมายของคำว่า “ปตานี” จากหลาย ๆ ทศนะ ทั้งนี้ เพื่อสาวให้ได้ข้อยุติเกี่ยวกับเรื่องกำเนิดนครรัฐปตานี ซึ่งขณะนี้ก็ยังไม่มีความชัดเจนใด ๆ ที่ยุติเรื่องนี้ได้ และคาดว่ายังคงเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจของนักวิจัยอีกไม่น้อย

หลักฐานทางโบราณคดีที่ได้จากการขุดค้นครั้งล่าสุด เพียงพอที่จะยืนยันว่า เมืองลังกาสุกะเป็นราชอาณาจักรมลายูฮินดูแห่งแรกของคาบสมุทรมลายู ซึ่งมีศูนย์กลางตั้งอยู่ที่ปตานี (อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี ในปัจจุบัน) การมีลักษณะร่วมทางด้านภูมิฐาน เช่น มีปากอ่าวที่เหมาะสมแก่การเป็นเมืองท่าสำคัญ นับตั้งแต่ครั้งพุทธศตวรรษที่ 8 จึงทำให้ผู้คนดั้งเดิมในบริเวณดังกล่าวมีโอกาสได้ปฏิสัมพันธ์กับชนต่างถิ่นที่ต่างเชื้อชาติ ต่างศาสนา ต่างภาษา และต่างวัฒนธรรม ซึ่งเดินทางมาโดยทางเรือเพื่อทำการค้าในทีนั้นด้วย โดยเฉพาะชาวชวาจากหมู่เกาะชวา ซึ่งมีความสามารถสูงในการเดินเรือ นอกจากนั้นมีชาวอินเดีย

กิจกรรมการเดินเรือ และกิจกรรมการค้าทางทะเลนับเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้ศาสนาพราหมณ์ ฮินดู และพุทธ (หรือแม้แต่ศาสนาอิสลามในภายหลัง) พลอยไหลเข้าสู่สังคมลังกาสุวะในสมัยนั้น พร้อม ๆ กับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอินเดียแบบฮินดู และ

วัฒนธรรมดั้งเดิมแบบชาวให้กับสังคมลังกาสุวะ จนกลายเป็นบ่อเกิดของเอกลักษณ์ “วัฒนธรรมฮินดู – พุทธ” และ “วัฒนธรรมฮินดู – ชาว” ในสังคมมลยลังกาสุวะช่วงต่อมา

ลักษณะที่กล่าวมาเป็นบ่อเกิดทำให้ปัตตานีในปัจจุบันมีร่องรอยประติมากรรมที่เป็นศิลปกรรมในพุทธศาสนาแบบอมราวดีอย่างที่ปรากฏในชุมชนยะรัง อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี และมีแหล่งถ้ำศิลปะ และแหล่งถ้ำคูหาภิมุข ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอยะลา จังหวัดยะลา ซึ่งมีภาพเขียนสีบนผนังถ้ำ มีขวานหินลักษณะต่าง ๆ ที่บริเวณบ้านท่าสาบ และท่าชี อำเภอยะลา จังหวัดยะลา มีผ้าจินดาแบบอินเดีย และผ้าปาเต๊ะแบบชาวสวย ๆ มีกรีขตระกูดต่าง ๆ ที่มีหลากหลายลักษณะ และความหมายมีมัญญสำหรับกษัตริย์ปัตตานีสวมใส่ มีการให้ความหมายกับสีเหลือง และสีขาว มีการขึ้นบัลลังก์เป็น “เจ้าหนึ่งวัน” (พิธีแต่งงาน) มีหลักหินบนหลุมฝังศพ ทรงใบเสมา การใช้วิชาไสยศาสตร์แบบอินเดียและชาว มีมหรสพประเภทหนังชาวมืออาหารประเภทควา – หวาน เช่น สะเต๊ะ และรอมะ (เต้าคั่ว) แบบชาว มีแกงกะหรี่ (curry) แกงเปรี้ยว (แกงสมรม) แบบอินเดีย มีโรตีสานารส และมีการนำคำชวามาใช้ร่วมกับคำมลายูถิ่นปัตตานี แต่ไม่มีอักษรชว ให้คนปัตตานีในยุคนี้ได้รู้จัก

“ปัตตานี” เมื่อนับถือศาสนาและนิยมวัฒนธรรมอิสลาม

(พ.ศ. 2043 – 2475)

การล่มสลายของอาณาจักรมขปาหิต เมื่อ พ.ศ.2021 นับว่าเป็นโอกาสอันสำคัญที่ทำให้ให้นักการศาสนาอิสลามในปัตตานีได้เผยแพร่แนวคิดของศาสนาอิสลามให้ชาวปัตตานีสะดวกขึ้น และประสบความสำเร็จสูงสุด เมื่อนักการศาสนาอิสลามจากเมืองปาสัย (Pasai) อย่างแซ็ค สาคิดสามารถโน้มน้าวกษัตริย์ราชวงศ์ศรีวังสา ชื่อพญาตูลูอินทิวา แห่งโกตามัสฮัลฮัยแห่งนี้ [ปัจจุบันเข้าใจว่าอยู่ ณ บริเวณ บ้านจาละ ตำบลปาราแคว อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี และสุสาน (กูโบ) ของแซ็ค สาคิด ปรากฏอยู่ที่หมู่ 2 ตำบลตันหยงลูโละ อำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี] ให้อยอมนับถือศาสนาอิสลามได้ เมื่อปี พ.ศ. 2043 และทรงเปลี่ยนพระนามเป็นสุลต่านอิสมาอิล ชาฮู ซิลลุลลอฮู ผิล อาลัม [พระศพของพระองค์ฝังอยู่บ้านปาเราะ บราโฮม (ปาเราะฮอง) ตำบลบราโฮม อำเภอเมืองปัตตานี จังหวัดปัตตานี] ต่อจากนั้นมาปัตตานี จึงเป็นที่รู้จัก และเป็นที่ยอมรับกันในนาม “ปัตตานีดารุสสะลาม” หรือ ปัตตานี นครแห่งสันติภาพ

จริงอยู่ว่า ประชาชนชาวปัตตานีในระดับชาวบ้านนั้นเปลี่ยนเป็นมุสลิมก่อนหน้า กษัตริย์ของตนประมาณ 300 ปีมาแล้ว แต่การเข้ารับนับถือศาสนาอิสลามของกษัตริย์ในครั้งนั้น ชวนให้ประชาชนชาวปัตตานีทยอยกันเป็นมุสลิมมากขึ้น

เมื่อศาสนาอิสลามเข้าไปแทนที่ศาสนาพุทธในราชสำนักแล้ว ก็ทำให้โครงสร้างทางสังคมและวัฒนธรรมของปัตตานีโดยภาพรวมค่อย ๆ ภายสภาพ กล่าวคือ ภายจากสภาพความเป็นสังคมมลายูที่แฝงด้วยวัฒนธรรมดั้งเดิมผสมชวา และฮินดู - พุทธ เป็นสังคมมลายูที่ยึดเกาะกับวัฒนธรรมอิสลามมากขึ้น ในระยะนี้ ความซับซ้อนทางการเมืองทวีขึ้นเรื่อยๆ ตามลำดับพร้อม ๆ กับการเปลี่ยนแปลงฐานะทางด้านเศรษฐกิจ ที่ช่วยส่งเสริมให้บ้านเมืองเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ อีกมากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการค้ากับจีน ญี่ปุ่น อาหรับ และประเทศในยุโรป เช่น อังกฤษ ฮอลันดา และโปรตุเกส

ปัตตานีในยุคนี้ต้องเผชิญกับปัญหาของบ้านเมืองที่เกิดจากการจลาจลภายใน และเกิดจากการรุกรานของศัตรูภายนอกจนเป็นสงครามระหว่างประเทศหลายครั้ง เวลาเกิดสงครามในแต่ละครั้ง บ้านเมือง และผู้คนต้องเสียหายเป็นจำนวนมาก ไม่เว้นแม้แต่ศาสนสถานอย่างเช่น มัสยิด ซึ่งเป็นศาสนสถานสุดท้ายของผู้ที่มีศาสนาทั้งจีนหรือรวยจะพึงมี มัสยิดกรือเซะที่สวยงามในสมัยนั้น ก็มีชะตากรรมไม่ต่างจากผู้คน เพราะโดนเผา และไหม้ถึงสองครั้ง มีการกวาดต้อนผู้คนปัตตานีไปเป็นทาสผู้ใช้แรงงานให้กับสยามในฐานะเชลยสงครามถึงสี่ระลอก (เชลยจากปัตตานีที่ถูกกวาดต้อนไปกรุงเทพฯ ครั้งสำคัญ ๆ มีสี่ครั้ง ครั้งแรกเกิดจากสงครามในสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก เมื่อ พ.ศ. 2329 ครั้งที่สองเกิดจากสงครามกอบกู้เอกราชเมื่อ พ.ศ. 2664 ซึ่งมีตี่งกูลามิเต็นเป็นผู้นำ ครั้งที่สาม เกิดจากสงครามกอบกู้เอกราชเมื่อ พ.ศ. 2351 ซึ่งมีดาโต๊ะ ปังกาลันเป็นผู้นำ และครั้งที่สี่เกิดจากสงครามกอบกู้เอกราช เมื่อ พ.ศ. 2375 โดยมีตี่งกู สุลหลงเป็นผู้นำสงครามครั้งนี้เป็นสงครามครั้งสุดท้าย) คนเหล่านั้นไม่มีทรัพย์สิน และต้องพลัดพรากจากญาติพี่น้อง สิ่งที่เหลืออยู่คงมีเพียงความเป็นเลือดเนื้อมลายูปัตตานี และวิญญาณอิสลามเท่านั้น

สภาพดังกล่าว ทำให้ผู้คน (มุสลิม) ในสังคมและวัฒนธรรมปัตตานีโดยรวม เกิดความหวาดผว และสับสนกับอนาคตของตน ต่อมาเมื่อวันเวลาผ่านไปนาน ๆ ผู้คนที่นี่ก็เกิดการปรับตัวมากขึ้น และเกิดการผสมผสานที่หลากหลายและกลมกลืนกันไปตามกระแสของการเมือง การปกครอง และศาสนาสำคัญสองศาสนา คือ อิสลาม และพุทธ

จากความสำคัญของกระแสทางการเมือง การปกครอง และการศาสนาที่ได้กล่าวนี้ จึงแบ่งเนื้อหาทางสังคม และวัฒนธรรมปัตตานีในขั้นนี้ ตามโครงสร้างการปกครองของปัตตานี เป็น 4 ช่วงสำคัญ ๆ ต่อไปนี้

1. ปัตตานี สมัย “ราชอาณาจักรมลายู – อิสลาม” (พ.ศ. 2043 – 2351)
2. ปัตตานีสสมัยแยกเป็นเจ็ดหัวเมือง (พ.ศ. 2351 – 2444)

3. ปตานิสมัยเป็นบริเวณเจ็ดหัวเมือง (พ.ศ. 2444 – 2449)

4. ปตานิสมัยเป็นมณฑล (พ.ศ. 2449 – 2475)

ปตานิสมัย “ราชอาณาจักรมลายู – อิสลาม”

(พ.ศ. 2043 – 2351)

วิถีชีวิตของชาวปตานิในฐานะผู้เป็นเจ้าของนครรัฐ ได้เริ่มต้นเปลี่ยนแปลงจากความเป็นฮินดู – พุทธ เป็นผู้ที่มีความศรัทธาต่อศาสนาอิสลามอย่างกว้างขวาง ตั้งแต่ พ.ศ. 2043 ต่อจากนั้นมา ปตานิจึงเป็นที่รู้จักกันในนามราชอาณาจักรมลายู – อิสลาม ซึ่งในยุคนี้สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระยะ คือ ปตานิสมัยการปกครองของราชวงศ์ศรีวังสา (พ.ศ. 2043 – 2229) ปตานิสมัยการปกครองของราชวงศ์กลันตัน (พ.ศ. 2231 – 2272) ปตานิ สมัยก่อนแยกเป็นเจ็ดหัวเมือง (พ.ศ. 2319 – 2351)

ปตานิสมัยการปกครองของราชวงศ์ศรีวังสา

(พ.ศ. 1043 – 2229)

ยุคนี้เริ่มตั้งแต่ปฐมกษัตริย์ปตานิ นับถือศาสนาอิสลามซึ่ง ฮีกายัดปตานิ ระบุว่า เป็นสุลต่าน อิสมาอิล ซาหุ (พ.ศ. 2043 – 2073) ต่อจากนั้นมีรัชทายาทขึ้นครองราชย์อย่างต่อเนื่องอีกแปดพระองค์ ในจำนวนนี้มีกษัตริย์องค์สุดท้ายเป็นสตรี ซึ่งกล่าวกันว่าเป็น “ยุคทอง” ของปตานิ

ในฐานะนครรัฐ ปตานิมีบุคลิกที่สง่างามด้วยคุณสมบัติพิเศษหลายประการ ซึ่งเป็นอาการในระดับชื่อและศักดิ์ศรีแห่งความเป็นอารยสถาน และอารยชน ปตานิในยุคนี้ร่ำรวยด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่มีค่า มีผู้คนหลากหลายวัฒนธรรมที่ช่วยกันเสริมสร้างให้ “ปตานิ” เป็นแหลมบุปผชาติ (Negeri Tanjung Bunga) ที่ทรงพลังและมีอำนาจทางการเมืองสอดประสานกับรัฐประศาสนศาสตร์อันชาญฉลาดของนางพญาแห่งศรีมหาวังสาทั้งสิ้น “ปตานิ” จึงเดินรุดหน้าก้าวสู่ระดับนานาชาติเคียงป่าเคียงไหล่ญี่ปุ่น และมีมิตรประเทศทางการค้าทั้งจากยุโรป อาหรับ และเอเชียมากมาย

ปตานิสมัยการปกครองของราชวงศ์กลันตัน

(พ.ศ. 2231 – 2272)

ในยุคนี้มีปฐมกษัตริย์เป็นเชื้อสายทางรัฐกลันตันชื่อ Raja Bakal (พ.ศ. 2231 – 2233) และมี Along Yunus (พ.ศ. 2269 – 2272) ขึ้นครองราชย์เป็นองค์สุดท้ายรวมเป็น 8 พระองค์ ในช่วงนี้ผู้คนปตานิอยู่ในสภาพที่ย่ำแย่ เพราะมีการทำสงครามกับสยามหลายครั้ง อันเนื่องจากการพยายามกอบกู้เอกราชของผู้นำปตานิในสมัยนั้น และนอกนั้นยังมีการทำสงครามระหว่างพี่น้องเพื่อแย่งชิงอำนาจก็บ่อยครั้ง อย่างเช่นเมื่อคราวที่เกิดสงครามกรณีการปลงพระชนม์ อาลง ยูนุส (Along Yunus) นั้น “เมืองปตานิมีความวุ่นวายมาก ผู้คนเจ็บป่วย และไร้จริยธรรม ”

ซึ่งในระหว่างนั้นไทยก็ไม่สงบเหมือนกัน เพราะต้องทำสงครามกับพม่า ทั้งไทยและพม่ามีความหวังที่จะช่วงชิงปัตตานีอยู่แล้วเหมือนกัน ที่เกิดจากแนวคิดสำคัญ 3 ประการ คือ 1) เรื่องของศักดิ์ศรีหรือเกียรติยศทางการเมือง (Political prestige) 2) เรื่อง แนวคิดเชิงสังคมเศรษฐกิจในการที่จะรวบรวมพลังคน และพลังทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบ และ 3) เป็นกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ (economical strategic) เพื่อจะได้มีอำนาจควบคุมบริเวณคอคอคอดกระ ซึ่งเชื่อมต่อระหว่างอ่าวเบงกอล กับอ่าวไทย

แต่อย่างไรก็ตามสภาพของสงครามที่ผ่านมาหลายครั้งก็ไม่สามารถระงับความศรัทธาของผู้คนปัตตานีที่กำลังสนใจศาสนาอิสลามได้สำเร็จ ความจริงตรงนี้เห็นได้จากปรากฏการณ์นับตั้งแต่เมื่ออย่างเข้าพุทธศตวรรษที่ 24 ปัตตานีมีชื่อเสียงมากในฐานะที่เป็นศูนย์กลางแห่งอารยธรรมอิสลาม และเป็นศูนย์กลางแห่งวรรณกรรมแนวอิสลาม ซึ่งให้กำเนิดนักปราชญ์ทางศาสนาอิสลาม (อูลามาป) ระดับแนวหน้าหลายท่าน มีการสร้างผลงานทางด้านการเขียน และแปลคัมภีร์ศาสนาอิสลามที่มีสมรรถภาพสูงร่วมร้อยเล่ม มีมัสยิดที่สวยงามหลายแห่ง และยังมีปอเนาะที่มีชื่อเสียงเหลือไว้ให้เห็นอีกหลายแห่ง

ปัตตานีสสมัยก่อนเป็นเจ็ดหัวเมือง

(พ.ศ. 2319 – 2351)

การสิ้นพระชนม์ของอาลง ยูนุส (Along Yunus) หรือ Yang Di Pertuan เมื่อ พ.ศ. 2272 ถือว่าเป็นการสิ้นสุดอำนาจของราชวงศ์กลันตันที่มีต่อปัตตานีระยะหนึ่ง และเป็นปรากฏการณ์สำคัญที่ทำให้บัลลังก์ของราชสำนักมลายู –อิสลามปัตตานีต้องว่างลงนานถึง 47 ปี จนถึง พ.ศ. 23619 จึงได้มีการแต่งตั้งให้ สุลต่าน มุหัมมัด (Sultan Muhammad) ปกครองปัตตานีต่อมา ซึ่งยุคนี้ยังคงเป็นสนามรบสำหรับดินแดนปัตตานี และเป็นยุคแห่งการปราบปรามหัวเมืองมลายูอย่างจริงจัง

เมื่ออย่างเข้าสู่สมัยรัตนโกสินทร์ เพียงไม่กี่ปีหลังจากนั้น สยามสามารถปราบปัตตานีในสมัยสุลต่านมุหัมมัดได้สำเร็จ สงครามครั้งที่สองเกิดขึ้นอีกเมื่อ พ.ศ. 2334 เป็นกรณีสงครามเพื่อการกู้เอกราช ซึ่งนำโดยตีงู ลามิดดิน และได้รับความช่วยเหลือจาก Sheikh Ahmad Kamal จากนครเมกกะ ซึ่งเดินทางมาขึ้นฝั่งที่ท่าเรือเคดาห์ และสงครามครั้งที่สามเกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ.2351 เป็นกรณีการกอบกู้เอกราช ปัตตานีซึ่งนำโดยดาโต๊ะ ปังกาลัน (datuk Pengkalan) สงครามครั้งนี้ปัตตานีแพ้พ่าย และดาโต๊ะ ปังกาลัน สิ้นพระชนม์

ปัตตานีสสมัยแยกเป็นเจ็ดหัวเมือง

(พ.ศ. 2351 – 2444)

หลังจากสงครามไทย – ปตานี เมื่อ พ.ศ. 2351 ในกรณีปราบขบถ ซึ่งมีดาตตะ ปิงกา
 ลันเป็นผู้นำแล้ว จึงได้มีการแบ่งแยกหัวเมืองมลายูอย่างปตานีเป็นเจ็ดหัวเมือง ได้แก่ ยะลา
 (ฉาลอ/Jalor) ยะหริ่ง (เจริง / Jering หรือ ฉามบู / Jambu) ระแงะ (Rengeh หรือ ลีแฆฮ์ /
 Legeh) ราห์มัน (Rahman หรือรามัน Raman) สายบุรี (Saiburi หรือ ตะลูบัน / Taluban) และ
 หนองจิก (Nongchik หรือเตาะฉง / Tok Jong)

ในสมัยนี้ ฝ่ายสยามได้เริ่มย้ายชาวไทยพุทธเข้าไปอยู่ในเจ็ดเมืองเหล่านี้ เพื่อสร้าง
 ความสมดุลแห่งอำนาจ และป้องกันการคุกคามจากชาวพื้นเมือง ซึ่งไม่พอใจรัฐบาล ทำให้เกิด
 สงครามเพื่อกอบกู้เอกราชปตานีอีกครั้งหนึ่งเมื่อ พ.ศ.2374-2375)

หลังสงครามครั้งนี้ พระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงใช้นโยบาย “แบ่งแยก
 แล้วปกครอง” โดยแบ่งไทรบุรี (เคดาห์) ออกเป็น 4 เขต ได้แก่ เมืองเปอร์ลิส สตูล ไทรบุรี และกูบัง
 ปาสู โดยให้ขึ้นอยู่กับนครศรีธรรมราช

ปตานีสสมัยเป็นบริเวณเจ็ดหัวเมือง

(พ.ศ. 2444 – 2449)

ปตานีตกอยู่ในฐานะหนึ่งในจำนวนเจ็ดหัวเมืองเล็ก ๆ จนถึง พ.ศ. 2444
 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เลิกการปกครองแบบ
 เก่าที่ให้เจ้าเมืองมีอำนาจเด็ดขาดในการปกครอง มาเป็นการปกครองแบบ “มณฑลเทศาภิบาล”
 แต่ยังคงแต่งตั้ง “รามดา” หรือ “สุลต่าน” ที่เคยมีอำนาจปกครองเมืองต่าง ๆ ทางแหลมมลายู
 เท่านั้นให้ปกครองต่อไป

พระยาวิเชียรภักดี เป็นเจ้าเมืองมุสลิมเชื้อสายมลายูคนสุดท้ายที่ปกครองเมืองปัตตานี
 ซึ่งจากสถานการณ์ความไม่สงบดังกล่าวทำให้ผู้คนมุสลิม (3 จขต) ในสมัยนั้นเกิดความสับสน
 หวาดระแวง กลัวเจ้าหน้าที่ของสยามมาก กลัวว่าชีวิตจะไม่ปลอดภัย โดยเฉพาะมุสลิมจากกลุ่ม
 ชุนนาง หรือเจ้าเมืองเมื่อมีโอกาสก็พยายามหลบหนีไปอาศัยอยู่ในรัฐกลันตัน เปร๊ะ เปรอริลิส จน
 เดียวนี้ทายาทของผู้คนปตานี (ในอดีต) มีพบทั่วไปในประเทศ และคนเหล่านี้จะให้เกียรติ และ
 เคารพคนมุสลิมไทย 3 จขต. และมักจะให้ความช่วยเหลือด้วยดี

ปตานีสสมัยเป็นมณฑล

(พ.ศ. 2449 – 2475)

ปตานี ยุคนี้เรียกกันว่า “มณฑลปัตตานี” เกิดขึ้นเมื่อพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้า
 เจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 6 ได้จัดแบ่งอาณาเขนการปกครองภาคใต้ใหม่เมื่อ พ.ศ. 2449 โดยปรับ 7 หัว
 เมืองให้เหลือเป็น 4 เมือง ได้แก่

1. เมืองปัตตานี ประกอบด้วยหนองจิก และยะหริ่มเดิม

2. เมืองยะลา : ยะลา รามัน

3. เมืองสายบุรี

4. เมืองระแงะ

ปี พ.ศ. 2476 มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติว่าด้วยระเบียบราชการบริหารแห่งราชอาณาจักรสยามพุทธศักราช 2476 จึงถือเป็นการยุบมณฑลทั่วราชอาณาจักร และมณฑลปัตตานีจึงแบ่งออกเป็น 3 จังหวัด คือ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ขึ้นตรงต่อส่วนกลาง (ผู้ว่าราชการจังหวัด) มาจนกระทั่งทุกวันนี้

แต่ละจังหวัดอยู่ภายใต้การดูแลของผู้ว่าราชการจังหวัด (มุสลิมเรียกตำแหน่งนี้ว่า “ฤฎมอ นีซีอฤ” หมายความว่า เจ้าเมือง ตามธรรมเนียมท้องถิ่นดั้งเดิมที่เคยมี (หรือเรียกว่า “ศาลูว” เมื่อหมายถึง “ข้าหลวง” โดยแบ่งการปกครองในส่วนภูมิภาคเป็นระดับอำเภอ กิ่งอำเภอ ตำบล และหมู่บ้าน

ตั้งแต่ พ.ศ. 2542 มีการแบ่งอำนาจหน้าที่ในส่วนนี้เป็นส่วนท้องถิ่นด้วย คือ แบ่งเป็นเทศบาล (รวมสุขาภิบาลเก่า) องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีนายกเทศมนตรี นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัด และประธานกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ดูแลตามลำดับ

ในปี พ.ศ. 2329 รัชกาลที่ 1 ทรงยกทัพตีเมืองปัตตานีไว้ได้ ปัตตานีจึงเป็นประเทศราชของสยามตั้งแต่บัดนั้น กองทัพสยามยึดเอาทรัพย์สินสมบัติและปืนใหญ่ที่หล่อในสมัยอยุธยาไป 3 กระบอก แต่เหลือมาถึงกรุงเทพเพียง 1 กระบอก คือปืนใหญ่พญาตานี ปัจจุบันอยู่หน้ากระทรวงกลาโหม แต่ความไม่พอใจต่อการปกครองของชาวสยาม ก่อให้เกิดกบฏครั้งใหญ่ 4 ครั้ง ในปี พ.ศ. 2334 และ พ.ศ. 2351 ในสมัยรัชกาลที่ 2 ทรงแยกอาณาจักรปัตตานีเป็น 7 หัวเมือง และในปี พ.ศ. 2374 และ พ.ศ. 2381 ในสมัยรัชกาลที่ 3 ทรงตัดสินพระทัยให้ราชวงศ์กัณฑ์ปกครองปัตตานีต่อมา กระทั่งปีพ.ศ. 2445 รัชกาลที่ 5 ทรงเตรียมการปกครองแบบมณฑลเทศาภิบาล การปกครองโดยราชวงศ์กัณฑ์จึงยุติลง และถือเป็นปีสิ้นสุดของอาณาจักรปัตตานี ซึ่งกลายเป็นส่วนหนึ่งของสยามโดยสมบูรณ์ มณฑลปัตตานีก่อตั้งขึ้นในปีพ.ศ. 2449 แต่ถึงปีพ.ศ. 2466 ชาวบ้านจำนวนมากก็ออกมาชุมนุมประท้วงข้าราชการและเจ้าหน้าที่ในท้องถิ่น รัชกาลที่ 6 จึงทรงออกพระบรมราชโองการสำหรับมณฑลปัตตานี เมื่อ 2 กรกฎาคม พ.ศ. 2466 ไว้ 6 ข้อเพื่อแก้ไขความไม่เป็นธรรมของเจ้าหน้าที่และข้าราชการและนำไปสู่การยุบมณฑลปัตตานีเป็น 3 จังหวัด คือ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จนถึงทุกวันนี้

แต่ถึงกระนั้นยังคงมีการชุมนุมประท้วงการปกครองจากรัฐบาลอยู่เสมอ เช่น พ.ศ. 2482 จอมพล ป. พิบูลสงครามได้จัดตั้งสภาวัฒนธรรม บังคับให้ประชาชนสวมหมวก แต่งกายแบบไทย ทำตามวัฒนธรรมไทย ห้ามพูดภาษามลายู ฯลฯ ร่วมกับการกดขี่จากเจ้าหน้าที่รัฐจนลูกหลานไปเป็นทาสในพ.ศ. 2491 มีผู้เสียชีวิตกว่า 400 คน และการประท้วงของชาวบ้านกว่า 3 หมื่นคน ในพ.ศ. 2528 เมื่อกระทรวงศึกษาธิการออกคำสั่งให้ประดิษฐานพระพุทธรูปในโรงเรียน และอีก 3 ปีต่อมา ก็ออกคำสั่งห้ามคลุมศีรษะ(ฮิญาบ) เข้าสถานศึกษา หรือ กรณี มัสยิดกรือเซะ ที่มีผู้เสียชีวิต 107 คน และเหตุการณ์ตากใบ ซึ่งมีผู้เสียชีวิตอีกกว่า 84 คน

แม้ว่าปัตตานีเป็นเมืองประเทศราชของกรุงศรีอยุธยาก็ตาม แต่ด้วยเหตุเมืองที่ปัตตานีมีความเจริญมั่นคงทางเศรษฐกิจเป็นอย่างดี ทำให้เจ้าเมืองปัตตานีต้องการเป็นอิสระหลายครั้ง ดังเช่น

ในปี พ.ศ.2092 ในรัชสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ พม่ายกทัพมาตีกรุงศรีอยุธยา พระยาตานีศรีสุลต่านได้นำกองทัพเรือประกอบด้วยเรือห้าหยับ 200 ลำ ไปช่วยราชการสงคราม แต่เมื่อเห็นว่ากองทัพกรุงศรีอยุธยาเสียทีพม่า จึงถือโอกาสทำการขบถยกกำลังบุกเข้าไปในพระบรมมหาราชวัง สมเด็จพระมหาจักรพรรดิหนีข้ามฝากไปประทับบนเกาะมหาพรหมณ์ เมื่อกองทัพไทยรวบรวมกำลังได้แล้ว จึงยกกองทัพเข้าโอบล้อมตีกองทัพของตานีจนแตกพ่ายไป

ต่อมาในปี พ.ศ.2146 สมเด็จพระนเรศวรมหาราช มีรับสั่งให้ออกญาเดโชยกทัพไปตีเมืองปัตตานี เพื่อยึดเข้าไว้ในพระราชอำนาจ แต่ไม่สำเร็จ เนื่องจากปัตตานีได้รับการช่วยเหลือจากพ่อค้าชาวยุโรป ทั้งอาวุธปืนใหญ่และทรัพย์สินเงินทอง

ในสมัยพระเพทราชา (พ.ศ.2231-2245) เมืองปัตตานีไม่พอใจในการสถาปนาขึ้นใหม่ของกษัตริย์แห่งกรุงศรีอยุธยา ประกาศไม่ยอมขึ้นกับกรุงศรีอยุธยาอีกครั้ง ทำให้ปัตตานีเป็นอิสระต่อเนื่องมาจนกระทั่งกรุงศรีอยุธยาเสียแก่พม่าใน พ.ศ.2301 ตลอดมาจนถึงสมัยกรุงศรีอยุธยาและกรุงธนบุรี เมืองปัตตานีตั้งแต่พุทธศตวรรษที่ 19 เป็นต้นมา ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามจากหลักฐานทางโบราณคดีที่พบที่เมืองโบราณ ยะรัง แสดงว่าประชาชนโดยทั่วไปก่อนหน้านั้นนับถือศาสนาพุทธและพราหมณ์ และเปลี่ยนมานับถือศาสนาอิสลาม หลังจากที่อาณาจักรศรีวิชัยเสื่อมอำนาจลง อิทธิพลของศาสนาอิสลามจากราชวงศ์มัชปาหิตในชวาได้แผ่อำนาจเข้ามาสู่แหลม มลายูก่อตัวขึ้นเป็นอาณาจักรมะละกา

ในราวพุทธศตวรรษที่ 19 แผลอิทธิพลไปสู่เมืองต่าง ๆ ทำให้เจ้าเมืองเปลี่ยนการนับถือศาสนาเดิมมาเป็นศาสนาอิสลามทั้งหมด ก่อให้เกิดความร่วมมือด้านการเมือง และการเศรษฐกิจการค้าในภูมิภาคนี้อย่างเข้มแข็ง ศาสนาอิสลามได้เจริญรุ่งเรืองขึ้นควบคู่ไปกับการค้า มีการ

ก่อสร้างมัสยิดขึ้นเพื่อใช้เป็นที่ประกอบศาสนกิจ มัสยิดที่สำคัญคือ มัสยิดกรือเซะ ซึ่งเป็นมัสยิดใหญ่ประจำเมือง และมัสยิดบ้านดาโต๊ะ บริเวณที่เป็นท่าเรือทางตอนเหนือของอ่าวปัตตานี นอกจากนี้ยังมีมัสยิดและสุเหร่าในเขตชุมชนอิสลามถูกสร้างขึ้นอีกหลายแห่ง

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ (พ.ศ.2325-2352) ทรงโปรดฯ ให้สมเด็จพระราชวังบรมมหาสุรสิงหนาท ยกทัพหลวงลงมาปราบปรามพม่าที่มาตีหัวเมืองทางแหลมมลายูจนเรียบบ่อย และในปี พ.ศ.2328 กรมพระราชวังบวรฯ เสด็จลงไปประทับที่เมืองสงขลาให้ข้าหลวงเชิญกระแสรับสั่งออกไปยังหัวเมือง ที่เหลือ คือ เมืองปัตตานี เมืองไทรบุรี และเมืองตรังกานู ให้มายอมเป็นเมืองขึ้นเช่นเดิม แต่สุดท้ายมูฮัมหมัดพระยาปัตตานีในขณะนั้นขัดขึ้น กรมพระราชวังบวรฯ จึงมีรับสั่งให้พระยากลาโหมยกกองทัพไทยลงไปตีเมืองปัตตานีได้ในปี พ.ศ.2329 กวาดต้อนครอบครัวและศาสตราวุธมาเป็นอันมาก รวมทั้งปืนใหญ่ 2 กระบอก แต่สามารถนำไปได้เพียงกระบอกเดียว แล้วจึงนำขึ้นทูลเกล้าฯ ถวายสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงโปรดฯ ให้จารึกชื่อเป็น "พญาตานี" ซึ่งนับว่าเป็นปืนใหญ่กระบอกใหญ่ที่สุดของประเทศไทย ปัจจุบันตั้งอยู่บริเวณหน้ากระทรวงกลาโหม กรุงเทพมหานคร

ในปี พ.ศ.2332 ตนกูลามิดดินเจ้าเมืองปัตตานีมีหนังสือไปชวนองค์เชียงสือเจ้าอ้นมก๊ก ให้ร่วมกันตีหัวเมืองในพระราชอาณาจักร เมื่อพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกทรงทราบ จึงโปรดฯ ให้ยกทัพไปตีเมืองปัตตานีอีกครั้งหนึ่ง ต่อมาในปี พ.ศ. 2351 ดาตะบังกาลันได้ก่อความไม่สงบขึ้น รัชกาลที่ 1 โปรดให้เจ้าพระยาพลเทพ (บุญนาค) ยกทัพหลวงออกไปสมทบกับเมืองสงขลา พัทลุง จะนะ ตีเมืองปัตตานีได้สำเร็จ

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (พ.ศ.2352-2367) เกิดความไม่สงบบ่อยครั้ง ดังนั้นจึงโปรดเกล้าฯ ให้พระยาอภัยสงครามและพระยาสงขลา (เถียนจ๋อง) ผู้กำกับดูแลหัวเมืองมลายูแบ่งเมืองตานีออกเป็น 7 หัวเมือง และแต่งตั้งให้พระยาเมืองเป็นผู้ปกครอง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2359 เป็นต้นมา ได้แก่

1. เมืองปัตตานี ต่วนสุหลง เป็นเจ้าเมือง
2. เมืองยะหริ่ง นายพ่าย เป็นเจ้าเมือง
3. เมืองสวาย นิเดะห์ เป็นเจ้าเมือง
4. เมืองหนองจิก ต่วนนิ เป็นเจ้าเมือง
5. เมืองระแงะ นิเดะห์ เป็นเจ้าเมือง
6. เมืองรามันห์ ต่วนมันไซร์ เป็นเจ้าเมือง
7. เมืองยะลา ต่วนยาลอร์ เป็นเจ้าเมือง

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 โปรดเกล้าฯ ให้ยกเลิกวิธีการปกครองบ้านเมืองแบบจตุสดมภ์ (เวียง วัง คลัง นา) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2435 เป็นต้นมา จัดการปกครองเป็นแบบ 12 กระทรวง มีกระทรวงมหาดไทยเป็นกระทรวงการแผ่นดิน โดยให้จัดการปกครองเป็นระบบเทศาภิบาล ทรงใช้นโยบายประนีประนอมและทรงดำเนินการทีละขั้นตอนโดยไม่ก่อให้เกิดการกระทบกระเทือนต่อการปกครองของเจ้าเมือง ทั้ง 7 หัวเมือง ในภาคใต้ทรงโปรดฯ ให้จัดแบ่งเป็น 4 มณฑล ได้แก่

1. มณฑลภูเก็ต จัดตั้งในปี พ.ศ. 2437
2. มณฑลชุมพร จัดตั้งในปี พ.ศ. 2439
3. มณฑลนครศรีธรรมราช จัดตั้งในปี พ.ศ. 2439
4. มณฑลไทรบุรี จัดตั้งในปี พ.ศ. 2440

มณฑลนครศรีธรรมราช ประกอบด้วยเมือง 10 เมือง โดยรวมเอาบริเวณ 7 หัวเมือง เข้าไว้ด้วยกันคือ เมืองนครศรีธรรมราช พัทลุง สงขลา ตานี ยะหริ่ง สายบุรี นนงจิก ยะลา ะแงะ และรามันห์ มีผู้ว่าราชการเมืองคูแล อยู่ในารปกครองของข้าหลวงเทศาภิบาลมณฑล ปี พ.ศ. 2447 ทรงพระกรุณาโปรดให้แยกหัวเมืองทั้ง 7 ออกจากมณฑลนครศรีธรรมราช มาตั้งเป็นมณฑลปัตตานี พร้อมทั้งเปลี่ยนฐานะเมืองเป็นอำเภอ และจังหวัด ได้แก่

- จังหวัดปัตตานี รวมเมืองนนงจิกและเมืองยะหริ่ง
- จังหวัดสายบุรี รวมเมืองยะแงะ
- จังหวัดยะลา รวมเมืองรามันห์

นอกจากนี้ยังแยกท้องที่อำเภอหนองจิกยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเมืองเก่า ซึ่งต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอมะรุตและอำเภอโคกโพธิ์ตามลำดับ เมืองปัตตานีเดิมเปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอปะกาสะรัง และจัดตั้งอำเภอขึ้นใหม่อีก 2 อำเภอ คือ อำเภอยะรัง และอำเภอปะนาเระขึ้นกับจังหวัดปัตตานี

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว เกิดภาวะเศรษฐกิจของประเทศตกต่ำภายหลังจากเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2475 รัฐบาลจึงต้องตัดทอนรายจ่ายให้น้อยลงเพื่อรักษาเสถียรภาพทางการคลังของประเทศ จึงยุบเลิกมณฑลปัตตานี คงสภาพเป็นจังหวัด ยุบจังหวัดสายบุรีเป็นอำเภอตะลุบัน และแบ่งพื้นที่บางส่วนของสายบุรี คือยะแงะ และบาเจาะ ไปขึ้นกับจังหวัดนราธิวาส ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2476 เป็นต้นมา จังหวัดปัตตานีมีการปกครองโดยผู้ว่าราชการจังหวัด พระยารัตนภักดี (แจ่ม สุวรรณจินดา) เป็นผู้ว่าราชการจังหวัดปัตตานีคนแรก ภายใต้การปกครองตามระบอบประชาธิปไตย โดยกระทรวงมหาดไทยได้ประกาศใช้

พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแห่งราชอาณาจักรสยาม พ.ศ. 2476 จัดระเบียบบริหารราชการส่วนภูมิภาคออกเป็นจังหวัดและอำเภอ หลังจากนั้นได้มีการปรับปรุงแก้ไขพระราชบัญญัติดังกล่าวในปี พ.ศ. 2499 และ พ.ศ. 2505 และใช้บริหารราชการแผ่นดินมาจนทุกวันนี้

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทั่วไปของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)

จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสที่ปรากฏในแผนที่ประเทศไทย ปัจจุบันเป็นดินแดนซึ่งเก็บซ่อนเรื่องราวในอดีตไว้อย่างซับซ้อนมากมาย ดินแดนแห่งนี้เป็นส่วนที่แยกย่อยออกจากความเป็นนครรัฐมลายู-อิสลาม ที่ชื่อว่า “นครรัฐปัตตานี” (Patani State) ในอดีต และถ้านับย้อนหลังต่อจากนั้นอีกระยะหนึ่ง ก็พบว่า ปัตตานีเป็นดินแดนแห่งราชอาณาจักร ฮินดู – พุทธ หรือ ฮินดู – ชวา ที่มีชื่อว่า “ราชอาณาจักรลังกาสุกะ”

ลังกาสุกะ เป็นชื่อเมือง (อิ) ลังคาโคกะ ซึ่งเป็นคำสันสกฤต คือ ลังคะ กับ อโคกะ แปลว่า “เมืองสหพันธรัฐแห่งอโคก” ปรากฏชื่อตามเอกสารจีนว่า หลังหายากในพุทธศตวรรษที่ 11 และต่อมาเรียกผิดเพี้ยนไป ในเอกสารอาหรับ และมลายูในพุทธศตวรรษที่ 20 – 22 ว่า ลังคะศุกา และลังคะสุกะ แล้วมาเพี้ยนเสียงในภาษาไทยโดยนักวิชาการไทยนำมาใช้ว่า ลังกาสุกะ เคยเป็นเมืองอิสระในภาคใต้ที่มีเอกราชในการปกครอง มีฐานะเป็นประเทศ และเป็นรัฐจักรในประชาคมโลก เพราะปรากฏชื่ออยู่ในแผนที่โลก มีความสัมพันธ์กับอีกสองรัฐ ได้แก่ ลิกอร์ หรือละคร (นครศรีธรรมราช) และสิงขระ (สงขลา)

1. ประวัติความเป็นมา จากหลักฐานเอกสารโบราณของจีน อาหรับ ชวา มลายู และจารึกของชาวอินเดีย ที่ปรากฏ นามเมืองของรัฐสำคัญแห่งหนึ่งบนแหลมมลายู ซึ่งออกเสียงตามสำเนียงในแต่ละภาษา เช่น หลังยาซัว , หลังยาศีเจีย (ภาษาจีน พุทธศตวรรษที่ 11-12 และ 16-18) , ลังคาโคกะ , อิลังคาโคกะ (ภาษาสันสกฤต ภาษาทมิฬ พุทธศตวรรษที่ 9 และพุทธศตวรรษที่ 16) , เล็งคะศุกะ (ภาษาชวา พุทธศตวรรษที่ 20) , ลังคะศุกา (ภาษาอาหรับ พุทธศตวรรษที่ 21) , ลังคะศุกะ , ลังกาสุกะ (ภาษามลายู พุทธศตวรรษที่ 24) (wheatly 1961 Skilling 1992: 131; อมรา ศรีสุชาติ 2540; กรมศิลปากร 2540:10)

ชื่อที่ปรากฏนี้ นักวิชาการสันนิษฐานว่าน่าจะเป็นชื่อเมืองเดียวกัน ที่เคยตั้งอยู่ในรัฐเคดะห์ ประเทศสหพันธรัฐมาเลเซีย และจังหวัดปัตตานีในประเทศไทย แต่ในสมัยหลังศูนย์กลางของเมืองแห่งนี้น่าจะอยู่ในจังหวัดปัตตานี เนื่องจากชาวพื้นเมืองในช่วงพุทธศตวรรษที่ 24 ถึงต้นพุทธศตวรรษที่ 25 ยังกล่าวว่าเมืองปัตตานี พัฒนาริขึ้นมาจากเมืองลังกาสุกะสอดคล้องกับตำนานเมืองไทรบุรีที่กล่าวว่า ราชามะโรงมหาวงศ์ทรงสร้างลังกาสุกะบนฝั่งตะวันตกที่เคดะห์ และพระราชนัดดาของพระองค์ได้มาสร้างลังกาสุกะที่ปัตตานี ชาวพื้นเมืองปัตตานีเรียกบริเวณ

แถบนี้ว่าลึงกาสะกะมา จนกระทั่งแม่น้ำปัตตานีเปลี่ยนทางเดิน (หม่อมเจ้าจันทร์จิรายุ รัชนี้ 2539:107)

ราวพุทธศตวรรษที่ 19 ชุมชนลึงกาสะกะเริ่มเสื่อมลงไปเนื่องจากข้อจำกัดทาง ภูมิศาสตร์และศาสนาวัฒนธรรมของชาวเมืองได้เปลี่ยนแปลงไป นักวิชาการทางประวัติศาสตร์และ โบราณคดีเชื่อว่า ปัตตานีเป็นที่แวะพักจอดเรือเพื่อแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าระหว่างพ่อค้าชาว อินเดียทางตะวันตกกับพ่อค้าชาวจีนทางตะวันออก และชนพื้นเมืองบนแผ่นดินและตามหมู่เกาะ ใกล้เคียงต่าง ๆ นอกจากนี้ยังเชื่อมั่นอีกด้วยว่าปัตตานีเดิมเป็นอาณาจักรที่เก่าแก่ตามที่ปรากฏ ในเอกสารโบราณที่กล่าวมา (ภักดิ์ อยู่คงดี , มปป: 2) พื้นที่ส่วนน้อยอยู่ทางตอนใต้ของ อำเภอ โคกโพธิ์ อำเภอกะพ้อ และทางตะวันออกของอำเภอสายบุรี

2. **ที่ตั้งและอาณาเขต** พื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ประกอบไปด้วย จังหวัด ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เป็นจังหวัดที่อยู่ทางใต้สุดของประเทศไทย ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 1,100 กิโลเมตร มีทะเลขนาน และมีประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้าน

อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อ สงขลา
 ทิศตะวันออก ติดต่อ อ่าวไทย
 ทิศตะวันตก ติดต่อ ประเทศมาเลเซีย
 ทิศใต้ ติดต่อ ประเทศมาเลเซีย



ตารางที่ 2.1 กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน (นราธิวาส ปัตตานี ยะลา) มีอาณาเขตติดกับจังหวัดต่าง ๆ ดังนี้

กลุ่มจังหวัด	ทิศเหนือ	ทิศใต้	ทิศตะวันออก	ทิศตะวันตก
นราธิวาส	จังหวัดปัตตานีและ อำเภอไทย	อำเภอไทยและ ประเทศมาเลเซีย	ประเทศมาเลเซีย	จังหวัดยะลา
ปัตตานี	อำเภอไทย	อำเภอเมือง อำเภอรามัน จังหวัดยะลา อำเภอบาเจาะ จังหวัดนราธิวาส	อำเภอไทย	อำเภอเทพาและ อำเภอชะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา
ยะลา	อำเภอชะบ้าย้อย จังหวัดสงขลาและ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี	รัฐเปอรลิต ประเทศมาเลเซีย	อำเภอบาเจาะ อำเภอหรือเสาะ จังหวัดนราธิวาส และรัฐเปอรลิต ประเทศมาเลเซีย	จังหวัดสงขลา และรัฐเคดาห์ ประเทศมาเลเซีย

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนติดต่อประเทศมาเลเซีย ดังนี้

จังหวัดยะลา ติดต่อกับรัฐเปรัคและรัฐเคดาห์
จังหวัดนราธิวาส ติดต่อกับรัฐกลันตันและรัฐเปรัค

3. ขนาดพื้นที่ ขนาดพื้นที่ของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนแบ่งเป็น 3 จังหวัด โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2.2 แสดงพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน	พื้นที่ (ล้านไร่)	ตารางกิโลเมตร
นราธิวาส	2.79	4,475.43
ปัตตานี	1.21	1,940.35
ยะลา	2.8	4,521.077
รวม	6.8	10,936.877

4. สภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิประเทศของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนแบ่งเป็น 3 ลักษณะ ประกอบด้วย พื้นที่ราบชายฝั่งทะเล พื้นที่ราบลุ่ม และพื้นที่ภูเขา โดยมีรายละเอียดดังนี้

จังหวัดนราธิวาส สภาพภูมิประเทศเป็นป่าและภูเขาประมาณ 2 ใน 3 ของพื้นที่ทั้งหมด มีภูเขาหนาแน่นแถบทิศตะวันตกเฉียงใต้จดเทือกเขาสันกาลาศรี ซึ่งเป็นแนวกันพรหมแดนไทย-มาเลเซีย ลักษณะของพื้นที่มีความลาดเอียงจากทิศตะวันตก ไปสู่ทิศตะวันออก พื้นที่ราบส่วนใหญ่อยู่บริเวณติดกับอ่าวไทยและที่ราบลุ่มบริเวณแม่น้ำ 4 สายคือ แม่น้ำสายบุรี แม่น้ำบางนรา แม่น้ำตากใบ และแม่น้ำโก-ลก มีพื้นที่พรุจำนวนประมาณ 361,860 ไร่

จังหวัดปัตตานี สภาพภูมิประเทศ ประกอบด้วย พื้นที่ราบชายฝั่งทะเล ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ ประมาณ 1 ใน 3 ของพื้นที่จังหวัด ได้แก่ทางตอนเหนือและทางตะวันออกของจังหวัด มีหาดทรายยาว และเป็นที่ราบชายฝั่งกว้างประมาณ 10 - 30 กิโลเมตร พื้นที่ราบลุ่ม บริเวณตอนกลาง และตอนใต้ของจังหวัด มีแม่น้ำปัตตานีไหลผ่านที่ดินมีความเหมาะสมในการเกษตรกรรม และพื้นที่ภูเขา ซึ่งเป็นพื้นที่ส่วนน้อยอยู่ทางตอนใต้ของอำเภอโคกโพธิ์ อำเภอกะพ้อ และทางตะวันออกของอำเภอสายบุรี

จังหวัดยะลา สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปของจังหวัดยะลา มีลักษณะเป็นภูเขา เนินเขาและหุบเขา ตั้งแต่ตอนกลางจนถึงใต้สุดของจังหวัด มีที่ราบบางส่วนทางตอนเหนือของจังหวัด ได้แก่ บริเวณที่ราบแม่น้ำปัตตานี และแม่น้ำสายบุรีไหลผ่าน อยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลางถึงสูงมาก โดยเฉลี่ยระหว่าง 100- 200 เมตร พื้นที่ส่วนใหญ่ปกคลุมด้วยป่าดงดิบ และสวนยางพารา มีเทือกเขาที่สำคัญอยู่ 2 เทือกเขา คือ เทือกเขาสันกาลาศรี เริ่มจากอำเภอเบตง เป็นแนวยาวกันพรหมแดนระหว่างประเทศไทย กับประเทศมาเลเซียและเทือกเขาปิไล ซึ่งเป็นเทือกเขาอยู่ภายในจังหวัด ในเขตตำบลบุดี บ้านนังสาแรง ของอำเภอเมืองยะลา ถึงอำเภอกรงปินัง และอำเภอรามัน

5. สภาพภูมิอากาศ สภาพภูมิอากาศกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนอาจแบ่งตามลักษณะภูมิอากาศออกได้เป็น 2 บริเวณ คือ ฝั่งตะวันออก จัดอยู่ในอากาศแบบฝนเมืองร้อนตลอดปี หรืออากาศแบบป่าดงดิบ เนื่องจากได้รับอิทธิพลทั้งจาก ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ และมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ จึงมีฝนตกมากตลอดปี ส่วนฝั่งตะวันตก ของคาบสมุทรจัดอยู่ในอากาศแบบมรสุมเมืองร้อน ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยตลอดปีสูงกว่าฝั่งตะวันออก ของคาบสมุทรจึงทำให้ป่าทางฝั่งนี้มีต้นไม้หนาแน่นมากกว่า อุณหภูมิอยู่ระหว่าง 25.2-28.9 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์โดยเฉลี่ยอยู่ระหว่าง ร้อยละ 75-86 มีปริมาณน้ำฝนเฉลี่ย 2,367 มิลลิเมตรต่อปี โดยได้รับอิทธิพลของลมมรสุม ดังนี้

1) ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้ฝนตกมากทางฝั่งตะวันตกของภาคใต้ เริ่มตั้งแต่เดือนพฤษภาคม – กันยายน

2) ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้ฝนตกหนักทางตะวันออก เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม – มกราคม

3) ลมมรสุมตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้อากาศร้อนขึ้นฝนตกน้อยกว่าช่วงอื่น ๆ ของปี เริ่มตั้งแต่เดือน กุมภาพันธ์ - เมษายน

ความชื้นสัมพัทธ์ โดยเฉลี่ยอยู่ระหว่างร้อยละ 75-86 เมื่อเปรียบเทียบกับระดับความชื้นสัมพัทธ์ที่สบาย ซึ่งอยู่ระหว่างร้อยละ 20-75 แล้ว นับว่ามีความชื้นสัมพัทธ์ค่อนข้างสูงตลอดทั้งปี

ปริมาณน้ำฝน โดยเฉลี่ย 1,647.4 - 2,577.8 มิลลิเมตร ต่อปี จัดอยู่ในเกณฑ์สูง ฤดูฝนของพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนมีลักษณะแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ โดยจะมีฝนสองช่วง คือ ในฤดูมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ระหว่างเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม จะมีฝนตกชุกทางฝั่งตะวันตก ส่วนในฤดูมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์จะมีฝนตกชุกทางฝั่งตะวันออก

ความเร็วลมโดยเฉลี่ยระหว่าง 2.8 - 11.1 นีโตน จัดอยู่ในระดับลมเบาถึงลมปานกลาง ความเร็วลมที่บันทึกไว้สูงสุด 76 นีโตน และลมประจำถิ่น ดังนี้

ลมประจำฤดูที่สำคัญ ได้แก่ ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ เริ่มประมาณกลางเดือนตุลาคม ไปจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ทำให้พื้นที่ฝั่งตะวันออกท้องฟ้ามีเมฆมาก และมีฝนตกชายฝั่งทะเล และลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ เริ่มประมาณเดือนพฤษภาคมไปสิ้นสุดในเดือนตุลาคม ตรงกับฤดูฝนของประเทศไทยทำให้พื้นที่จังหวัดชายแดนฝั่งตะวันตกมีเมฆมากและมีฝน

6. การปกครองและประชากร

6.1 ประชากรของกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน มีประชากรทั้งหมดรวม 3,461,803 คน แยกตามเพศได้ดังนี้ ชาย 1,705,986 คน หญิง 1,755,817คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2551)

ตารางที่ 2.3 แสดงจำนวนประชากรของกลุ่มจังหวัดชายแดนภาคใต้

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน	ชาย	หญิง	รวม
นราธิวาส	356,481	363,449	719,930
ปัตตานี	316,986	325,183	642,169
ยะลา	236,178	239,349	475,527
รวม	909,645	927,981	1,837,626

ที่มา : สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง ณ 31 ธันวาคม 2551

6.2 หน่วยการปกครองกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน

6.2.1 การปกครองส่วนภูมิภาค กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ประกอบด้วย 3 จังหวัด 33 อำเภอ 250 ตำบล 1,614 หมู่บ้าน

ตารางที่ 2.4 แสดงข้อมูลการปกครองส่วนภูมิภาค

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน	อำเภอ	กิ่งอำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน
นราธิวาส	13	-	77	593
ปัตตานี	12	-	115	642
ยะลา	8	-	58	379
รวม	33		250	1,614

ที่มา : สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง ณ 31 ธันวาคม 2551

6.2.2 การปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ประกอบด้วย 3 เทศบาลนคร 13 เทศบาลเมือง 62 เทศบาลตำบล 368 องค์การบริหารส่วนตำบล ณ วันที่ 15 ธันวาคม 2552

ตารางที่ 2.5 แสดงข้อมูลการปกครองส่วนภูมิภาค

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน	เทศบาลนคร	เทศบาลเมือง	เทศบาลตำบล	องค์การบริหารส่วนตำบล
นราธิวาส	-	3	11	7
ปัตตานี	-	1	11	101
ยะลา	1	1	9	52
รวม	1	4	31	160

ที่มา : ส่วนวิจัยและพัฒนาระบบรูปแบบและโครงสร้าง สำนักงานพัฒนาระบบรูปแบบและโครงสร้าง ข้อมูล ณ วันที่ 15 ธันวาคม 2552

7. ภาษาและวรรณกรรม

ภาษามลายูท้องถิ่น

ภาษามลายูพื้นเมืองที่ใช้พูดกันในจังหวัดชายแดนภาคใต้ บางครั้งเป็นความเข้าใจผิดของทางราชการ จึงเรียกภาษามลายูท้องถิ่นนั้นว่า ภาษายาวี ซึ่งความเป็นจริงไม่ใช่ ดังนั้น เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง จำต้องทำความเข้าใจกับคำว่า คนมลายู และภาษามลายู

ภาษามลายู ในแหลมมลายูนั้นมีสำเนียงที่แตกต่างกัน เช่น ภาษามลายู - กลันตัน ภาษามลายู - เคดะห์ ภาษามลายู - เปรัค, ภาษามลายู - ตรังกานู ฯลฯ ส่วน ภาษามลายูที่ใช้พูดกันในจังหวัดชายแดนภาคใต้นั้น มีอยู่ 2 สำเนียง คือ จังหวัดสตูลใช้ภาษามลายูที่มีสำเนียงเดียวกันกับรัฐเคดะห์ รัฐเปอรลิส และจังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส นั้นใช้สำเนียงเดียวกันกับรัฐกลันตัน ดดยนักภาษาศาสตร์มลายู เรียกภาษามลายูท้องถิ่นที่ใช้ใน 3 จังหวัดดังกล่าวว่า ภาษามลายู - ปัตตานี และภาษามลายูท้องถิ่นนี้ยังได้แบ่งออกเป็นกลุ่มย่อยได้อีกหลายกลุ่ม เช่น ภาษามลายูกลุ่มรีอูเสาะ ภาษามลายูกลุ่มยะหา ภาษามลายูกลุ่มโก-ลก ฯลฯ ภาษามลายูท้องถิ่นมีความแตกต่างจากภาษามลายูมาตรฐาน หรือมลายูกลาง เช่น คำในภาษามลายูกลางที่ลงท้ายด้วยจัง จันมัม ในภาษามลายูพื้นเมือง จะเพี้ยนเป็น -แ และคำในภาษามลายูกลางที่ลงท้ายด้วย -า ในภาษามลายูท้องถิ่นจะเพี้ยนเป็น -อ และภาษามลายูท้องถิ่นมีลักษณะเฉพาะอีกอย่างหนึ่ง คือ มีการยืมคำบางคำในภาษาไทยมาใช้ ถึงแม้ว่าคำดังกล่าวในภาษามลายูกลางมีอยู่แล้ว

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ศักยภาพด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิถีการดำเนินชีวิต และสิ่งแวดล้อมของสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)

วิสัยทัศน์

“ศูนย์กลางการผลิตและส่งออกยางพารา อาหารฮาลาล การศึกษา การค้าชายแดน
การท่องเที่ยวของภาคใต้ ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ”

พันธกิจ

1. พัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ยางพารา, ไม้ยางพารา แรงงาน และการวิจัย (R&D)
2. ส่งเสริมและพัฒนามาตรฐานการผลิตและการวิจัยอาหารฮาลาล
3. ส่งเสริมและพัฒนาการศึกษา ปรับปรุงหลักสูตรการเรียนการสอนโดยไม่แบ่งแยก
4. สร้างความเข้มแข็งด้านการบริหารจัดการด้านการค้าชายแดน
5. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

ส่งเสริมคุณภาพชีวิต

สร้างสันติสุขและความปลอดภัยเป็นดินแดนแห่งโอกาสและคุณธรรม

ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การคุ้มครองความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกเป็นธรรมเพื่อเสริมสร้าง
ความเชื่อมั่นในอำนาจรัฐ และสร้างภูมิคุ้มกันแก่คนกลุ่มเสี่ยง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างความมั่นคงทางอาชีพและรายได้แก่ผู้มีรายได้น้อยให้
พึ่งตนเองได้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคุณภาพคนเพื่อสร้างโอกาสการมีงานทำ ยกกระดับ
คุณภาพชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งฐานเศรษฐกิจของพื้นที่ และการพัฒนา
ความร่วมมือกับต่างประเทศ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การคุ้มครองความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกเป็นธรรม
เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นในอำนาจรัฐ และสร้างภูมิคุ้มกันแก่คนกลุ่มเสี่ยง

เป้าประสงค์

1. กลุ่มผู้ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบได้รับการช่วยเหลือและพัฒนา
ให้สามารถพึ่งตนเองได้

2. กลุ่มคนที่มีความเสี่ยงต่อการถูกชักจูงให้เข้าไปเกี่ยวข้องกับปัญหาความไม่สงบ
ได้รับการดูแล ป้องกันและมีกระบวนการพัฒนาให้ปลอดภัยจากภาวะเสี่ยงได้อย่างถาวร

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย ปี 2553:

ระดับความสำเร็จของร้อยละเฉลี่ยของหมู่บ้านในพื้นที่กลุ่มเสี่ยงที่ได้รับการสร้าง ความเข้มแข็งในการรักษาความปลอดภัย ร้อยละ 25 ของหมู่บ้านเป้าหมายทั้งหมด

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างความมั่นคงทางอาชีพและรายได้แก่ผู้มี รายได้น้อยให้พึ่งตนเองได้

เป้าประสงค์

คนในพื้นที่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพทั้งทางร่างกาย จิตใจ ความรู้ ทักษะ การประกอบอาชีพ และมีความมั่นคงในการดำรงชีวิตที่จะนำไปสู่ความเข้มแข็งของครอบครัว ชุมชน และเกิดความสมานฉันท์ของสังคม

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย ปี 2553 :

1. ร้อยละอัตราการว่างงานลดลง ร้อยละ 2 ต่อปี
 2. ร้อยละจำนวนครัวเรือนที่มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าเกณฑ์ จปฐ. ลดลง ร้อยละ 25 ต่อปี
- หมายเหตุ ข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) คือ ข้อมูลในระดับครัวเรือนที่แสดง ถึงสภาพความจำเป็นพื้นฐานของคนในครัวเรือนในด้านต่างๆ เกี่ยวกับคุณภาพชีวิต ที่ได้กำหนด มาตรฐานขั้นต่ำเอาไว้ว่า ในครัวจะมีคุณภาพชีวิต ในแต่ละเรื่องอย่างไร ในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคุณภาพคนเพื่อสร้างโอกาสการมีงานทำและ ยกกระดับคุณภาพชีวิต

เป้าประสงค์

1. ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี
2. การเป็นศูนย์กลางการศึกษาของภาคใต้

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย ปี 2553 :

- ร้อยละของประชากรที่ได้รับการศึกษาทั้งในและนอกระบบการศึกษาเพิ่มขึ้น ร้อยละ 5 ต่อปี

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งฐานเศรษฐกิจของพื้นที่และการ พัฒนาความร่วมมือกับต่างประเทศ

เป้าประสงค์

1. พัฒนาเศรษฐกิจให้มีฐานที่เข้มแข็ง มีความสมดุลเป็นธรรม สามารถเติบโตอย่าง มั่นคงในระดับที่เหมาะสม เพื่อเพิ่มโอกาสการพัฒนาอาชีพ การมีงานทำ และรายได้ สร้าง ความหวังแก่ประชาชนให้มีความมั่นใจที่จะอยู่ในพื้นที่ ที่จะนำไปสู่สันติสุขของสังคมได้อีกทาง หนึ่งด้วย

2. การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตรและอุตสาหกรรม
3. ภาคธุรกิจ การค้า การท่องเที่ยว และการบริการ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้น
4. เพิ่มมูลค่าอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล

ตัวชี้วัด/ค่าเป้าหมาย ปี 2553 :

1. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าทางพาราที่ผลิตได้
2. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคเกษตร
3. ร้อยละรายได้ที่เพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว
4. มูลค่าการค้าระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น
5. ประชาชนและผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้เพิ่มขึ้น
6. ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของมูลค่าสินค้าอาหารฮาลาล

การวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน พ.ศ.2553-2556 (สงขลา ปัตตานี ยะลา นราธิวาส สตูล)

โดย สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จุดแข็ง (Strengths)

ด้านเศรษฐกิจ

- เป็นแหล่งศูนย์กลางอาหารฮาลาลของภูมิภาค ศูนย์รวมการคมนาคมขนส่งของภาคและเชื่อมโยงสู่ระดับภูมิภาค เนื่องจากมีเส้นทางที่เชื่อมระหว่างฝั่งตะวันออก - ตะวันตกของภูมิภาค รวมถึงท่าเรือน้ำลึกที่สามารถเชื่อมโยงนานาชาติได้

- มีชายแดนติดต่อกับประเทศมาเลเซีย เหมาะกับการค้าการลงทุน

- เป็นศูนย์กลางการเพาะปลูกและแปรรูปยางพาราและไม้ยางพารา ซึ่งเป็นพืช

เศรษฐกิจ

ด้านสังคม

- มีวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่หลากหลาย โดยเน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น

- มีบุคลากร องค์กร โครงสร้างพื้นฐานด้านการศึกษา ที่สามารถรองรับการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวได้

- มีสถาบันและบุคลากรทางการศึกษาพร้อมที่จะพัฒนาไปสู่ระดับภูมิภาคและสากล

ด้านสิ่งแวดล้อม

- มีเขตพื้นที่ติดต่อกทะเล เหมาะกับการประมงและยังพบน้ำมันและก๊าซธรรมชาติแถบ

จังหวัดสงขลา

- มีสภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และหลากหลาย มีป่าเขตร้อนชื้น
 บาลาฮาลา ป่าพรุสิรินธรที่อุดมสมบูรณ์ และป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์

จุดอ่อน (Weaknesses)

ด้านเศรษฐกิจ

- ขาดการพัฒนาด้านการผลิต การตลาดและการเพิ่มมูลค่าในสินค้าภาคการเกษตร
 อย่างต่อเนื่อง

- การสนับสนุนและส่งเสริมภาคบริการการท่องเที่ยวจากภาครัฐยังมีข้อจำกัด

- ต้นทุนทางเศรษฐกิจสูงทำให้ขีดความสามารถในการแข่งขันต่ำ

ด้านสังคม

- สภาพชีวิตความเป็นอยู่อยู่ในระดับต่ำ

- ระดับการศึกษาของประชาชนในกลุ่มจังหวัดอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในด้าน
 อัตราประชากรที่ไม่ได้รับการศึกษา อัตราการเข้าเรียน และการบริการทางการศึกษา

- ประชาชนในพื้นที่ขาดโอกาสและความมั่นคงในการทำงาน

- การคมนาคมและการสื่อสารในท้องถิ่นไม่สะดวกและทั่วถึง

- ประชาชนบางส่วนยังไม่รู้และไม่นิยมใช้ภาษาไทยสำหรับการสื่อสารในชุมชน

- ประชาชนยังมีปัญหาสุขภาพอนามัย อีกทั้งเป็นพื้นที่ไกลจากศูนย์กลางของประเทศ

มากที่สุด ทำให้โอกาสการเข้าถึงบริการสาธารณะของภาครัฐยากขึ้น

ด้านสิ่งแวดล้อม

- ทรัพยากรที่ดินบางส่วนเสื่อมโทรมไม่เหมาะต่อการเพาะปลูก มีดินเปรี้ยว

- มีการบุกรุกทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในบางพื้นที่

โอกาส (Opportunities)

ด้านเศรษฐกิจ

- การเข้าร่วมโครงการ IMT-GT สามารถเป็นศูนย์กลางการค้า การลงทุน การ
 ส่งออกสินค้าสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

- สร้างฐานการแปรรูปสินค้าเกษตรกรรม

- ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่หลากหลายวัฒนธรรม

- นโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาการท่องเที่ยว

- ความสามารถในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

ด้านสังคม

- เป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงโลกมุสลิมในภูมิภาค เป็นศูนย์กลางการศึกษา ศาสนาอิสลาม และศูนย์กลางการผลิตเครื่องแต่งกายมุสลิม

ด้านสิ่งแวดล้อม

- สนับสนุนและส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและภัยคุกคาม (Threats)

ด้านเศรษฐกิจ

- ระเบียบ กฎหมาย ข้อตกลงบางประเด็นไม่เอื้อต่อการค้า การท่องเที่ยว การลงทุน ทั้งในและนอกประเทศ

- การลักลอบขนสินค้าหนีภาษีตามแนวชายแดน ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าในพื้นที่ ทำให้สินค้าในพื้นที่เสียราคา

- ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก

ด้านสังคม

- สภาพความไม่สงบในพื้นที่ มีปัญหาการก่อการร้าย ส่งผลกระทบต่อทั้งในเศรษฐกิจ และสังคม

- กลุ่มผู้ก่อความไม่สงบใช้จุดอ่อนทางการศึกษาเป็น

ด้านสิ่งแวดล้อม

- การเกิดภัยธรรมชาติ

แนวทางการมีส่วนร่วม ของมหาวิทยาลัยทักษิณที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2553

จากประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนากลุ่มจังหวัด จำนวน 4 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การคุ้มครองความปลอดภัย การอำนวยความสะดวกเพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นใน อำนาจอริฐ และสร้างภูมิคุ้มกันแก่คนกลุ่มเสี่ยง

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การเสริมสร้างความมั่นคงทางอาชีพ และรายได้แก่ผู้มีรายได้น้อย ให้พึ่งตนเองได้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคุณภาพคนเพื่อสร้างโอกาสการมีงานทำ ยกกระดับคุณภาพชีวิต

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งฐานเศรษฐกิจของพื้นที่ และการพัฒนาความร่วมมือกับต่างประเทศ

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2552 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 และยุทธศาสตร์ที่ 2 เป็นภารกิจของ คอ.บต. ดังนั้นแนวทางการมีส่วนร่วมของมหาวิทยาลัยทักษิณที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากลุ่ม

จังหวัดภาคใต้ชายแดน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2553 ที่เป็นภารกิจของกลุ่มจังหวัดและจังหวัด สงขลา มีจำนวน 2 ยุทธศาสตร์ คือ ในยุทธศาสตร์ที่ 3 และยุทธศาสตร์ที่ 4 โดยมี รายละเอียด ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาคุณภาพคนเพื่อสร้างโอกาสการมีงานทำ ยกกระดับคุณภาพชีวิต

ด้านการศึกษา

- โครงการจัดอบรมการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนสำหรับโรงเรียนตาดีกา
- โครงการเพิ่มพูนความรู้สำหรับการจัดการเรียนการสอนเพิ่มเติมสำหรับครูผู้สอน

ในโรงเรียนตาดีกา

ด้านการท่องเที่ยว

- โครงการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาสินค้า บุคลากรและการตลาดด้านการท่องเที่ยว ในด้านต่าง ๆ อาทิเช่น ด้านภาษา ด้านการบริหารจัดการ

ด้านคุณภาพชีวิต

- โครงการจัดตั้งศูนย์แพทย์ฉุกเฉิน
- โครงการพัฒนาอาชีพ/การมีงานทำ
- โครงการส่งเสริม สนับสนุน ให้ความรู้เกี่ยวกับอาหารปลอดภัย

ด้านความมั่นคง

- โครงการจัดกิจกรรมการศึกษาในระบบโรงเรียนที่เป็นกลุ่มเสี่ยง
- โครงการจัดกิจกรรมการศึกษาในระบบโรงเรียนที่เป็นกลุ่มเสี่ยง
- โครงการจัดกิจกรรมการสื่อสารความเข้าใจกับเยาวชนที่เป็นกลุ่มเสี่ยง

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างความเข้มแข็งฐานเศรษฐกิจของพื้นที่ และการพัฒนาความร่วมมือกับต่างประเทศ

ด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมยางพารา/ไม้ยางพารา

- โครงการวิจัยการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากยางพาราและไม้ยางพารา
- โครงการส่งเสริม พัฒนาทักษะให้กับแรงงานและส่งเสริมการวิจัยเทคโนโลยีที่ใช้

แรงงานน้อยลง

ด้านศูนย์กลางอุตสาหกรรมอาหาร/อาหารฮาลาล

- โครงการพัฒนาบุคลากรในการให้ความรู้ด้านมาตรฐานด้านการผลิตอาหารฮาลาล
- โครงการสร้างศูนย์วิจัยพันธุ์แพะ
- โครงการจัดอบรมให้กลุ่มผู้ผลิตชุมชนมีความรู้ในการบริหารจัดการด้านแผนธุรกิจ

- จัดตั้งโครงการที่ปรึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฮาลาล
- โครงการจัดตั้งองค์กรในการบริหารจัดการการผลิตอาหารฮาลาล(ดูแลควบคุม

มาตรฐาน)

ด้านการพัฒนาการค้าต่างประเทศ

- โครงการส่งเสริมการสร้าง
- โครงการส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็ก และผู้ลงทุนรายใหม่ให้มีความเข้มแข็ง
- โครงการสร้างความเข้มแข็งให้กับผู้ประกอบการ
- โครงการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ มีการสร้างและใช้เครื่องหมายการค้า และทรัพย์สินปัญญาทางพาณิชย์
- โครงการเตรียมความพร้อมบุคลากรในการรองรับการเกิดท่าเรือน้ำลึกเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- โครงการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรของรัฐและผู้ประกอบการตามแนวชายแดนในการส่งออกสินค้า
- โครงการอบรมบุคลากรให้มีความรู้ในด้านการประกอบธุรกิจ นำเข้าและส่งออก
- โครงการสรรหาสินค้าและพัฒนาตลาดของต้นแบบสินค้าส่งออก
- โครงการศึกษา วิจัย แนวโน้มการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคต่างประเทศ
- โครงการประชาสัมพันธ์ระเบียบการค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงให้แก่ผู้ประกอบการ
- โครงการพัฒนาระบบ IT และอัตรากำลังให้มีความพร้อมในการให้ข้อมูล

ส่วนที่ 5 ศิลปะและวัฒนธรรมมุสลิมที่เป็นเอกลักษณ์ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

เนื่องจากการศึกษาของผู้วิจัยได้เลือก จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จึงควรทำความเข้าใจในสภาพโดยทั่วไปของวัฒนธรรมมุสลิม โดยทั่วไปของดินแดนลังกาสุกะ เพื่อเป็นประโยชน์ในการทำความเข้าใจ และเป็นประโยชน์ในการวิเคราะห์ข้อมูล และหาแนวทางในการออกแบบต่อไป ในส่วนที่ 5 ผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ เกร็ดลักษณะด้านศิลปกรรม และ เกร็ดลักษณะด้านวัฒนธรรม ที่เป็นเอกลักษณ์ร่วมกันของมุสลิมทั้งสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

5.1 เกร็ดลักษณะด้านศิลปกรรม

ศิลปะมุสลิมนั้น เป็นงานศิลปะอีกแบบหนึ่ง ซึ่งสร้างขึ้นโดยชนมุสลิม ในตำราศิลปะหลายเล่ม เรียกชื่อศิลปะอย่างเดียวกันนี้แตกต่างกันไป เช่น ศิลปะอิสลาม (Islamic Art) ศิลปะ

มุฮัมมัดตัน (Mohammedan Art) แต่ควรใช้ศิลปะมุสลิม เพราะว่าชื่อที่กล่าวมานั้น พิจารณเหตุผล แล้วค่อนข้างจะไม่เหมาะสม กล่าวคือ คำว่าศิลปะอิสลามเป็นการระบุงานว่า งานศิลปะนั้น กำหนดโดยหลักศาสนาอิสลามตามความเป็นจริงแล้ว ศิลปะที่สร้างขึ้นโดยชนมุสลิมนั้น บางครั้ง อาจจะสอดคล้องกับหลักศาสนา แต่ก็มีงานศิลปะอีกมากที่สร้างขึ้นขัดกับหลักศาสนา ส่วนศิลปะมุฮัมมัดตันยิ่งผิดความหมายอีกหลายเท่า ดังนั้นการใช้ชื่อ ศิลปะมุสลิมจะให้ความหมายที่ครอบคลุมได้กว้างและเหมาะสมกว่า

5.1.1 เรือนไทยมุสลิม

เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านศิลปกรรมของชาวมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่มีลักษณะเด่นสิ่งหนึ่งได้แก่ รูปแบบสถาปัตยกรรมมีวิวัฒนาการมาจากการผสมผสานทางวัฒนธรรม ที่มีความหลากหลาย ซึ่งนอกจากจะปรากฏออกมาในการสร้างรูปแบบที่อยู่อาศัยซึ่งเป็นเรือนยกพื้นใต้ถุนสูง เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ ซึ่งเป็นลักษณะร่วมทางสถาปัตยกรรม พื้นฐานของภูมิภาคแถบศูนย์สูตรแล้ว ยังมีลักษณะรูปทรงหลังคาที่โดดเด่นเป็นพิเศษ โดยทั่วไป หลังคาเรือนไทยในจังหวัดปัตตานีจะมี 3 ลักษณะ (เขตรัตนจรณะ และคณะ, 2537)

5.1.1.1 หลังคาปั้นหย่าหรือหลังคา "ลิมะฮ์" ตามที่ชาวบ้านใช้เรียกกัน คำ "ลิมะฮ์" แปลว่า "ห้า" หมายถึง หลังคาที่นับหลังคาได้ 5 สัน เป็นรูปทรงหลังคาที่ได้รับอิทธิพลจากสถาปัตยกรรมแบบอาณานิคมของชาวตะวันตก หลังคาปั้นหย่านี้นับได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของภาคใต้และพบได้ทั่วไปในจังหวัดภาคใต้ โดยเฉพาะในจังหวัดปัตตานี

5.1.1.2 หลังคาจั่วมนิลาหรือที่ชาวบ้านนิยมเรียกกันว่า "บลานอ" ซึ่งหมายถึง ชาวฮอลันดา หลังคาแบบบลานอเชื่อว่าได้รับอิทธิพลจากสถาปัตยกรรมของชาวฮอลันดา เป็นหลังคาที่มีโครงหลังคาเช่นเดียวกับหลังคาปั้นหย่า แต่เป็นหลังคาปั้นหย่าที่มีจั่วติดอยู่เพื่อระบายอากาศและดูงดงาม

หลังคาแบบนี้จะมีรูปแบบที่สวยงามมากกว่าแบบอื่น เพราะจะมีจั่วอย่างน้อย 3 จั่ว โดยมีหลังคาจั่วแฝดและมีจั่วขนาดเล็กสร้างคลุมเฉลียงหน้าบ้านติดกับบันไดทางขึ้น เพื่อให้รองรับแขกอย่างไม่เป็นทางการ นอกจากนั้นช่างไม้จะแสดงฝีมือเชิงช่างในการประดิษฐ์ลวดลายจากการแกะสลักไม้ ปูนปั้นหรือแกะสลักจากสังกะสีเป็นลวดลายประดับยอดจั่ว และมีการเขียนลวดลายบนจั่วหรือตีไม้ให้มีลวดลายเป็นแสงตะวัน ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย

เรือนหลังคาบลานอนี้จะพบอยู่ทั่วไปในจังหวัดปัตตานี จนเป็นลักษณะเฉพาะแม้จะไปพบในท้องถิ่นอื่นๆ เช่น ที่จังหวัดสตูลชาวบ้านพื้นเมืองจะเรียกว่าหลังคาแบบ "ปัตตานี"

5.1.1.3 หลังคัจฉ์ ซึ่งชาวบ้านเรียกว่า "แมและ" เชื่อกันว่าได้รับอิทธิพลจากเรือนไทยภาคกลาง หลังคาทรงจั่วนี้จะพบมากในชุมชนดั้งเดิม เช่น บ้านกรือเซะ ตำบลตันหยงลูโละ และตำบลบางปู หลังคัจฉ์มีบันลมปีกนกที่ได้รับอิทธิพลจากรูปแบบสถาปัตยกรรมจากมาเลเซีย ไม่เหมือนบันลมไทย ซึ่งปลายบันลมทั้ง 2 ข้างมีหางบันลมประดับอยู่ มีรูปคล้ายพญานาคซึ่งเป็นลักษณะของเรือนไทยภาคกลาง

นอกจากหลังคัทั้ง 3 แบบดังกล่าว เรือนไทยมุสลิมโบราณในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ยังมีลักษณะเด่น คือการประดิษฐ์ลวดลายไม้แกะสลัก ทั้งบริเวณช่องลมและบริเวณฝาเรือนและการประดิษฐ์ฝาเรือนแบบไม้เข้ายึดกันให้คงตงามอีกด้วย บางบ้านมีการเข้าฝาเรือนแบบเรือนไทย คือมีฝาประกนด้วย เช่น บ้านโบราณที่ตำบลตันหยงลูโละ และบ้านบางปู ตำบลบางปู

นอกจากอาคารที่อยู่อาศัยแล้ว รูปแบบของสถาปัตยกรรมของอาคารทางศาสนา เช่น สุเหร่า บาลาเซาะห์และบ้านผู้นำศาสนา ตลอดจนศาสนาริมทางหรือศาลาที่ใช้ทำพิธีฝังศพในสุสานหรือกุโบ ยังมีรูปแบบโดยเฉพาะทรงของหลังคา ที่คล้ายตามรูปทรงของหลังคาเรือนที่นิยมใช้กันในห้องถื่นนั้นๆ ด้วย

เรือนที่มีหลังคัทั้ง 3 แบบดังกล่าว เมื่อเป็นเรือนแฝด อาจจะประกอบด้วยหลังคาแบบเดียวกัน หรือต่างแบบกัน ซึ่งเป็นความสามารถของช่างเรือนจะเห็นสมควรและดูงามแปลกตา

ศิลปกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาอิสลาม ไม่เหมือนกับศิลปะในศาสนาอื่น ๆ ที่มักจะเป็นศิลปะที่ตอบสนองความเชื่อทางศาสนา เช่น ในศาสนาพุทธ หรือศาสนาคริสต์แต่เป็นศิลปะที่สร้างขึ้นในกรอบความเชื่อทางศาสนา นั้น โรจนอุดมศาสตร์ (2525) ผู้วิจัยเรื่อง "ลวดลายตกแต่งบ้านของชาวไทยมุสลิมในสามจังหวัดภาคใต้" กล่าวว่า ศิลปะตกแต่งลวดลายในศิลปะอิสลามนั้น ไม่ได้สร้างขึ้นเพราะศาสนาบัญญัติให้สร้างขึ้น แต่การสร้างศิลปะในอิสลามนั้นจะต้องอยู่ในขอบเขตที่ศาสนาอนุมัติ ศิลปะอิสลามจึงไม่มีการแสดงออกที่เกี่ยวกับกามารมณ์ การร้องรำทำเพลง การวาด และการปั้นรูปคน ซึ่งแตกต่างไปจากศิลปะตะวันตกโดยสิ้นเชิง

จากข้อจำกัดดังกล่าว จึงทำให้ช่างไม้เรือนไทยมุสลิมจะต้องประดิษฐ์ลวดลายแกะสลักประดับตัวอาคาร ซึ่ง นันทา โรจนอุดมศาสตร์ (2525) ได้แบ่งไว้เป็น 3 ลักษณะ คือ

1. อักษรประดิษฐ์ (Calligraphic) ซึ่งจะพบว่าช่องลมเหนือประตูจะใช้ลวดลายอักษรอาหรับ เป็นนามของผู้นำทางศาสนา ซึ่งเป็นที่สักการะและถือว่าเป็นสิริมงคลแก่ผู้อยู่อาศัยในเรือน อักษรประดิษฐ์ (Calligraphic) นำลวดลายอักษรประดิษฐ์นี้มาตกแต่งบริเวณเหนือประตูหน้าต่าง รูปแบบของอักษรประดิษฐ์นี้นิยมตัวอักษรแบบซูลูซี (SULUSI) อักษรคูฟี (KUFİ) และนัสคี (NUSKI) สำหรับข้อความหรือคำที่นำมาประดิษฐ์ได้มาจากโองการในอัลกุรอาน วิดี

ตกแต่งนิยมแกะสลักด้วยไม้แบบนูนต่ำ โดยการแกะสลักให้ตัวอักษรนูนขึ้นจากพื้น บางแห่งนิยมระบายสีบนตัวอักษรที่แกะสลักอีกด้วย สีที่นำมาระบาย ได้แก่ สีทอง สีเหลือง สีเขียว การประดิษฐ์ลวดลายอักษรอีกวิธีหนึ่ง คือ การฉลุไม้มีลักษณะเป็นเส้นตามรูปของตัวอักษร ช่างที่แกะสลักนำข้อความที่ต้องการตกแต่งมาออกแบบ และจัดช่องไฟให้เกิดจังหวะงดงาม และพอดูเหมาะกับบริเวณที่ต้องการประดับตกแต่ง



ภาพที่ 2.1 การแกะสลักให้ตัวอักษรนูน

2. ลวดลายพรรณไม้ (floral Design) ช่างไม้จะใช้ ลวดลายพรรณไม้ ทั้งไม้ใบและไม้ดอกไม้ผสมผสานแกะสลักไม้ประดับช่องลมเหนือประตูหน้าต่าง ประดับฝาเรือนหรือ ลายเครือเถาที่ดัดแปลงมากจากธรรมชาติโดยอาศัยรูปแบบของใบปาล์ม ใบผักกาด เถาองุ่น ดอกไม้ตูม ดอกไม้บาน การจัดองค์ประกอบมี 2 แบบ คือ จัดให้มีความสมดุลจากแกนกลาง และจัดให้มีความต่อเนื่องกันและซ้ำกัน



ภาพที่ 2.2 ลวดลายพรรณไม้ประดับช่องลม

3. ลวดลายเรขาคณิต (Geometrical Design เป็นลวดลายที่ประดิษฐ์ง่าย จึงปรากฏ อยู่ตามช่องลมราวบันได และลูกกรงระเบียงบ้านของชาวไทยมุสลิมทั่วไป นิยมใช้กันน้อยมาก เนื่องจากมีความงามและความประณีตน้อยกว่าอักษรประดิษฐ์ และลายพรรณไม้ ลายเรขาคณิตนี้ ช่างจะตกแต่งราวบันได ลูกกรง ระเบียง ช่องลม เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 ลวดลายเรขาคณิต

จากการสำรวจของสถาบันศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2537) พบว่า ลวดลายอีกลักษณะหนึ่งซึ่งขอเพิ่มเติมเป็นลักษณะที่ 4 คือ

4. ลวดลายเลียนแบบธรรมชาติ ช่างไม่นิยมทำลวดลายรัศมีดวงอาทิตย์ หรือลาย ทิวทัศน์ลงบนหน้าจั่ว ลักษณะการใช้ไม้แกะสลักหรือปูนปั้นที่ประดับยอดจั่ว จั่วสันหลังคา และเชิง ชาย นับได้ว่าเป็นลักษณะเด่นของเรือนไทยมุสลิม เป็นที่ประทับใจแก่ผู้ที่พบเห็น ในความมีรสนิยม ด้านศิลปะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นำศึกษาเป็นอย่างยิ่ง อาคารที่มักจะมีการประดับตกแต่งมาก เป็นพิเศษ ได้แก่ อาคารทางศาสนา เรือนเจ้าเมืองและเรือนคหบดี

เอกลักษณ์ตัวเรือนที่ช่างไม้ประดับตกแต่ง ได้แก่

1. สันหลังคา มักจะประดิษฐ์จากโลหะหรือปูนปั้น เป็นลวดลายที่ประดับทอดขนาน กันไปกับสันหลังคา รูปแบบของลายมักจะเป็นลวดลายเครือเถาหรือลวดลายประดิษฐ์ หรือช่างไม้ อาจจะใช้ปูนปั้นตามสันหลังคา ปลายงอบแบบหางเป็ดทำให้อ่อนช้อย และป้องกันฝนรั่วซึมได้ด้วย

2. หน้าจั่ว และยอดจั่ว ชาวไทยมุสลิมจะเรียกลวดลายที่ประดับยอดจั่วว่า "บุเวาะฮ์ฮู ตง" เรียกบริเวณหน้าจั่วว่า "ตูแบลาซา" ลวดลายที่ตกแต่งบริเวณนี้จะใช้วิธีฉลุไม้ หรือลายปูนปั้น ประดับซึ่งทนถาวร ลวดลายประดับยอดจั่วอาจจะแกะสลักจากโลหะ ส่วนหน้าจั่วอาจจะเขียน ลวดลายด้วยสีฝุ่น หรือตีเกล็ดไม้ให้เป็นรัศมีแสงตะวัน

3. เซึ่งชาย หรือที่ชาวพื้นเมืองเรียกว่า "ต้อโปกาวา" เป็นการตกแต่งบริเวณชายคา ลายที่ใช้ประดับมักจะเป็นลายประดิษฐ์ แกะสลักจากไม้หรือสังกะสี เป็นลายเครือเถามีลักษณะ โปรง ทำให้ตัวเรือนดูอ่อนช้อยสวยงาม

4. ช่องลมใต้หลังคา ซึ่งชาวพื้นเมืองเรียกว่า "ฉาลอ" เรือนไทยมุสลิมให้ความสำคัญ กับช่องระบายอากาศ เรือนชาวบ้านมักจะปล่อยโล่ง แต่เรือนเจ้านายหรือคหบดีจะสลักไม้ฉลุให้ โปรงเป็นลายประดิษฐ์ งดงามประกอบในทางตั้งเป็นลวดลายต่อเนื่องกันไป โดยปกติจะมีความสูง ประมาณ 60 เซนติเมตร

5. ช่องลมเหนือประตูและหน้าต่าง รูปแบบของช่องลมเหนือประตูหน้าต่างจะมี 2 ลักษณะ คือ ลักษณะเป็นช่องสี่เหลี่ยมผืนผ้า และลักษณะโค้งเป็นรูปครึ่งวงกลมลวดลายแกะสลัก เหนือประตู อาจจะใช้ไม้แกะสลักให้โปรงเป็นลายอักษรประดิษฐ์ ที่เลือกจากโองการที่สรรเสริญ อัลลอฮ์ เชื่อกันว่าเพื่อให้เป็นสิริมงคลแก่ผู้อาศัย หรืออาจจะแกะสลักไม้เป็นลวดลายเครือเถาตาม ความนิยม แต่ที่ง่ายที่สุดคือลวดลายเรขาคณิต

6. ระเบียบและลูกทรงระเบียบ ซึ่งชาวพื้นเมืองเรียกว่า "ปาสามูแซ" อาจจะใช้ไม้ ระบายตีสลักกันเป็นลวดลายเรขาคณิต หรือใช้ไม้แกะสลัก

7. ตีนเสาหรือตอม่อ ซึ่งชาวพื้นเมืองเรียกว่า "ปลาแปะ" การหล่อตีนเสานั้นในสมัย โบราณ ใช้สลักจากแผ่นหิน ต่อมาจึงหล่อจากซีเมนต์ มักนิยมใช้ลายนูนประดับตีนเสาให้ดูงาม หัว ตีนเสาด้านบนและล่างอาจจะทำขอบบัวลดหลั่นให้ดูงาม แตกต่างไปจากตีนเสาที่หล่อออกมาใช้ ในปัจจุบัน ซึ่งมักจะทำเป็นเสาปูนธรรมดาไม่ละเอียดอ่อนเท่าของเดิม

การประดับตกแต่งเรือนนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในเชิงช่างไม้ ผสมผสานกับรสนิยม และฐานะทางเศรษฐกิจของเจ้าของเรือนด้วย เรือนไทยมุสลิมที่เป็นเรือนไม้ใฝ่นิยมทาสี แต่ถ้าเป็น เรือนที่ใช้ฝาสังกะสี จะนิยมใช้สีเป็นสีฟ้า น้ำทะเลเป็นพื้น เชื่อว่าการทาสีทำให้ผู้เข้าและอมความ ร้อนได้น้อยกว่า และผางดงาม

5.1.2 เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่เกี่ยวข้องกับ ความเป็นอยู่ในชีวิตประจำวัน ที่เป็นลักษณะพิเศษ จำแนกได้ดังนี้

หัตถกรรมช่างฝีมือ

กรีซ ความเป็นมาของกรีซเป็นอย่างไร ไม่เป็นที่แน่ชัด แต่จากเรื่องราวในเทพนิยายและตำนาน กรีซนั้นจะเป็นอาวุธประจำตัว และสืบทอดให้แก่คนในตระกูลสืบไป ทั้งยังมีคุณค่าในเชิงเป็นศิลปวัตถุที่เป็นมงคลและศักดิ์ศรีของผู้พกพา

กรีซ เป็นคำในภาษาชวา - มลายู ส่วนในภาษาถิ่นยะลา เรียกว่า กรือระฮ์ เนื่องจากกรีซมีความเกี่ยวข้องกับชาวชวาในสมัยโบราณที่เชื่อในเทพเจ้า ลักษณะของด้ามกรีซ มักจะทำเป็นรูปสัตว์ในเทพนิยายของชวา และไม่ขัดกับหลักทางศาสนาอิสลาม

กรีซสกุลช่างปัตตานี กรีซรูปแบบนี้เรียกกันในท้องถิ่นกันอยู่หลายชื่อ ในกลุ่มของชาวมุสลิมปัตตานี เรียกกรีซรูปแบบนี้ว่า กรีซตะยง ก็มี เรียกว่า กรีซจอบเต็ง ก็มีส่วนใหญ่กลุ่มชาวพุทธจะเรียกอยู่หลายชื่อเช่นกัน เช่น กรีซหัวนก กรีซหัวฟังกะ กรีซหัวนกฟังกะ และกรีซฟังกะ เพราะรูปลักษณะของด้ามกรีซรูปแบบนี้ มองดูผิวเผินด้ามกรีซจะมีจุกยาวแหลม คล้ายปากของนกกระเด็น รูปลักษณะที่แท้จริงคือยักซี่ในตัวย่าง หรือตัวหนังสือของชวาที่เคยเข้ามามีอิทธิพลในศิลปกรรมท้องถิ่นของเมืองปัตตานีในอดีต นกกระเด็นนี้ ชาวภาคใต้ในสมัยก่อนจะเรียกว่า "นกฟังกะ" ซึ่งเป็นคำที่ชาวภาคใต้ยืมมาจากภาษามลายู คำมลายูกกลางเรียกนกกระเด็นว่า บุรงเปกาเกะ เนื่องจากกรีซรูปแบบนี้ด้ามกรีซและฝักกรีซถือกำเนิดขึ้นในพื้นที่ของเมืองปัตตานี (สามจังหวัดชายแดนภาคใต้) ก่อน โดยศิลปินช่างท้องถิ่นของเมืองปัตตานี รูปแบบของด้ามกรีซนั้นเกิดจากอิทธิพลของตัวหนังสือแบบชวา (ว้ายงยาวา) ในทางวิชาการจึงเรียกกรีซที่ฝักและด้ามในรูปแบบนี้ว่า "กรีซสกุลช่างปัตตานี" กรีซชนิดนี้พบว่ามีใช้กันตั้งแต่พื้นที่ในจังหวัดสงขลาตอนใต้ อันได้แก่ อำเภอจะนะ อะเภอเพทา และอำเภอสะบ้าย้อย ตลอดจนไปจนถึงปัตตานี ยะลา นราธิวาส รวมไปถึงรัฐกลันตัน และตรังกานู ของประเทศมาเลเซียแต่จะพบหนาแน่นมากที่สุด ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้

กรีซ เป็นคำในภาษาชวา - มลายู ส่วนในภาษาถิ่นยะลาเรียกว่า กรือระฮ์ กรีซมีความเกี่ยวข้องกับชาวชวาสมัยโบราณที่เชื่อในเทพเจ้า ลักษณะของด้ามกรีซมักจะทำเป็นรูปสัตว์ในเทพนิยายของชวา และไม่ขัดกับหลักทางศาสนาอิสลาม

กรีซ ี่ความเป็นมาอย่างไรไม่เป็นที่แน่ชัด แต่จากเรื่องราวในเทพนิยายและตำนาน กรีซจะเป็นอาวุธประจำตัว และสืบทอดให้แก่คนในตระกูลสืบไป ทั้งยังมีคุณค่าในเชิงศิลปวัตถุ ที่เป็นมงคลและเป็นศักดิ์ศรีของผู้พกพา กรีซของจังหวัดยะลามีชื่อและประวัติความเป็นมาที่ยาวนานคือ

- กรีขเมืองรามัน เป็นกรีขตระกูลสำคัญในประวัติของกรีข และเป็นที่ยื่นชื่อมานาน มีประวัติว่าเมื่อประมาณ สามร้อยปีที่ผ่านมามีเจ้าเมืองรามันประสงค์จะมีกรีขไว้ประจำตัว และอาจเป็นกรีขคู่บ้านคู่เมือง หรือในบางคราวจะมีไว้ประทานแก่ขุนนางผู้จงรักภักดี หรือผู้ทำความดีแก่บ้านเมือง หรือเป็นของขวัญแก่แขกบ้านแขกเมือง แต่กรีขดี ๆ ในชวงนั้นหายากมาก เจ้าเมืองรามันจึงได้ให้คนไปเชิญช่างฝีมือดี และแก่กล้าด้วยอาคมจากชวา มาตั้งเป็นช่างประจำเมืองเรียกว่า ปาเนซหาระห์ ได้ทำกรีขตามรูปแบบของตนเองจนเป็นที่รู้จัก และได้เรียกชื่อกรีขว่า กรีขปาเนซหาระห์ ต่อมาได้ถ่ายทอดการทำกรีขแก่ลูกศิษย์เจ็ดคน แต่ละคนได้ความรู้คนละแบบและเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย คือ กรีขจือรีตอ กรีขอาเนาะลัง กรีขสบูมิส กรีขเบคอสบูการ์ กรีขปแดนซหาระห์ กรีขบาหลี่ กรีขแคเบะ หรือกาอีอาริส แต่ละแบบมีความแตกต่างกันในรูปแบบและรายละเอียดของตัวกรีข

- ส่วนสำคัญของกรีข ตัวกรีข หรือเรียกว่า ตากกรีข หรือใบกรีข ส่วนนี้เป็นโลหะผสมที่มีส่วนผสมอย่างพิสดาร ตามความเชื่อของช่างกรีขหรือผู้สั่งทำกรีข ตัวกรีขมีลักษณะตรงโคนกว้าง ส่วนปลายเรียวแหลมมีคมทั้งสองด้าน ตัวกรีขมีโครงสร้างที่แตกแตกต่างกันอยู่สองแบบคือ ตัวกรีขแบบใบปรีอ กับตัวกรีขคด

ตัวกรีขแบบใบปรีอ เป็นรูปยาวตรง ส่วยปลายค่อย ๆ เรียวและบางจนบางที่สุด ซึ่งอาจจะแหลมหรืออาจจะมนก็ได้ คัดลาย ๆ กับรูปใบปรีอ (พืชน้ำชนิดหนึ่งมีใบยาวเรียว) กรีขใบปรีอ บางเล่ม จะมีร่องลึกยาวขนานไปกับคมกรีข บางเล่มมีร่องลึกดังกกล่าว 2 - 4 ร่องก็มี

ส่วนตัวกรีขคดนั้นมีลักษณะคดไปคดมาและค่อย ๆ เรียวยาวลงคล้ายกับเปลวเพลิง การทำกรีขให้คดนั้นกล่าวกันว่า มีจุดประสงค์คือ เมื่อใช้แทงจะทำให้บาดแผลเปิดกว้างกว่า และสามารถแทงผ่านกระดูกได้ด้วย

การทำตัวกรีขในสมัยโบราณต้องเตรียมกระบอกลี้นผ้าศูนย์กลางประมาณ 2 นิ้ว ยาวประมาณ 20 นิ้ว เอาขึ้นเหล็ก หรือโลหะหลาย ๆ ชนิดรวมทั้งเหล็กกล้า เหล็กเนื้ออ่อน นำมาบรรจุลงในกระบอกลี้นดังกล่าว ตีกระบอกลี้นนั้นให้แบนพอเหมาะ แล้วนำมาตั้งบนเตาไฟหลอมให้เหล็กนั้นเหลวจนเป็นเนื้อเดียวกัน ถ้าเหล็กดังกล่าวหลอมไม่เข้ากันสนิท ให้นำขึ้นเหล็กเหล่านั้นมาแช่ลงในน้ำดินเหนียว แล้วตั้งไฟหลอมใหม่จนกว่าเนื้อเหล็กจะเข้ากันสนิท จากนั้นจึงนำมาวางบนแท่น และตีให้แบนเป็นรูปร่างกรีขที่ต้องการซึ่งต้องใช้เวลาจากนั้นจึงนำมาฝนลับ และตกแต่งให้เกิดรายละเอียดของลวดลาย ตามชนิดของกรีขตามที่ต้องการ

การหลอม การตี การฝนและการลับจะเป็นไปด้วยความประณีตบรรจง การกำหนดสัดส่วนของโลหะที่ใช้ผสมกันต้องใช้ประสบการณ์สูง

หัวกริชหรือด้ามกริชสำหรับจับ นิยมทำเป็นรูปหัวคน หัวสัตว์ ต่อมาได้เปลี่ยนเป็นรูปทรงเรขาคณิตที่ไม่ผิดหลักศาสนาอิสลาม หัวกริชจะแกะจากวัสดุต่าง ๆ เช่น ไม้เนื้อแข็ง งาช้าง เขาสัตว์ หรือหล่อด้วยโลหะ

ปลอกสามก้น เป็นส่วนที่ติดกับหัวกริช เพื่อให้หัวกริชยึดติดกันอย่างมั่นคงและไม่ให้หัวกริชแตกร้าวได้ง่าย นิยมทำด้วยโลหะทองเหลือง เงินหรือทองคำ และมีการแกะสลักลวดลายที่ประณีต

ฝักกริช เป็นที่เก็บคมกริชเพื่อความสะดวกในการพกพา มักจะทำด้วยโลหะชนิดเดียวกับโลหะที่ทำปลอกสามก้น และแกะสลักด้วยความประณีตสวยงาม

กริชแบบสกุลช่างปัตตานี นิยมใช้ในพื้นที่ปัตตานี ยะลา นราธิวาส บางส่วนของสงขลาและสตูล ด้ามกริชแกะสลักจากไม้เป็นรูปยักษ์หรือรากษสตามคติความเชื่อแบบฮินดู-ชวา แต่มีจมูกยาวงอน นัยน์ตาถลนดูตัน ปากแฉะมองเห็นโรฟันและเขี้ยวแหลมงอนโค้ง ส่วนที่เป็นเส้นผมและเครา ตลอดจนเครื่องประดับช่างรังสรรค์ให้เป็นกระหนกเครือเถาที่มีความงามวิจิตรแฝงไว้ด้วยอำนาจและพลังลึกลับ เนื่องจากด้ามกริชแบบปัตตานีมีรูปเป็นยักษ์แต่จมูกยาวงอน คนทั่วไปในจึงมองเห็นเป็นแบบ **"หัวนกพังกะ"** หรือนกกระเต็น จึงเรียกกันว่า กริชหัวนกพังกะ ส่วนชาวมุสลิมในภาคใต้เรียกว่า กริชตะยง เฉพาะกริชที่ด้ามไม่มีเคราได้คางบางท้องถิ่นเรียกว่า กริชจอบเต็ง



ภาพที่ 2.4 กริชแบบสกุลช่างปัตตานี

ที่มา : วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดปัตตานี, พิมพ์ครั้งที่ 1. กรมศิลปากร, 2542 : น.53.



ภาพที่ 2.5 กริชสกุลช่างปัตตานี ด้ามทำเป็นรูปนกฟังกะ
ที่มา: หน้า 15 (กริช). สารานุกรมวัฒนธรรมภาคใต้ ฉบับต้นแบบ



ภาพที่ 2.6 กริชสกุลช่างปัตตานี ใบกริชตรงเขาะร่อง (จิตอ) ด้ามแบบหัวนกฟังกะตัวผู้ หรือ แบบ
ตะยงเกาะสลักเหลี่ยมทองนาคและเงิน ฝักแบบปัตตานี
ที่มา: หน้า 23 (กริช). สารานุกรมวัฒนธรรมภาคใต้ ฉบับต้นแบบ



ภาพที่ 2.7 กริชสกุลช่างปัตตานี ใบกริชเป็นของสกุลช่างบุกีสมี 11 คด ด้ามห้วนกฟังกะ ฝ่มือช่าง
ชั้นสูงมีส่วนประกอบขนาดและทองในการตกแต่ง เป็นกริชของชนชั้นสูงระดับเจ้าเมือง
หรือเชื้อพระวงศ์

ที่มา: หน้า 34 (กริช). สารานุกรมวัฒนธรรมภาคใต้ ฉบับต้นแบบ



ภาพที่ 2.8 กริชสกุลช่างปัตตานี ใบกริช 7 คดเซาะร่อง(จิตอ) ด้ามแบบห้วนกฟังกะตัวผู้ ฝักแบบ
ปัตตานีหรือแบบตะยง

ที่มา: หน้า 24 (กริช). สารานุกรมวัฒนธรรมภาคใต้ ฉบับต้นแบบ

ฝักกริชแบบปัตตานีมีรูปลักษณ์เรีย ก้านฝักมีลักษณะ ป้อม-มนและยาวขนาน ฝักมี 2
แบบใหญ่ แบบรุ่นเก่าทำจาก ไม้ซิ่นเดียวนำมาเจาะคว้านและเกลาจนเป็นฝักกริช แบบรุ่นหลังทำ
แบบนำเอาไม้มาต่อเข้าเดือยเป็นส่วน ๆ มีชนิด 2 ซิ่นก็มี 3 ซิ่นก็มี ฝักกริชรุ่นเก่านิยมทำจากไม้
ประดู่หอม รุ่นหลังนิยมทำจากไม้แก้วดีปลี นิยมเคลือบเงาฝักกริชด้วยยางจากต้นขนวน ซึ่งเป็นไม้
พื้นบ้าน ฝักกริชแบบปัตตานีไม่นิยมสวมปลอกด้วยเงินหรือโลหะชนิดอื่น

กรงนก

กรงนกเขา นกเขาชวาหรือนกเขาเล็ก มีสีเทาคล้ำ หางยาวประมาณ 8 - 9 นิ้ว เป็นนกที่ชาวไทยอิสลามในภาคใต้นิยมเลี้ยงไว้ดูเล่น ฟังเสียงและเป็นสวัสดิมงคลแก่ตน และครอบครัว การเลี้ยงนกเขาจะใช้กรงซึ่งส่วนใหญ่จะขังกรงเดี่ยว กรงที่นิยมใช้กันคือ กรงแกะดอก มีขนาดและรูปร่างไม่แตกต่างจากกรงธรรมดา ต่างกันที่ซึ่งกรงจะแกะเป็นรูปต่าง ๆ โดยทั่วไปจะแกะเป็นรูปดอกไม้ชนิดต่าง ๆ



ภาพที่ 2.9 กรงนกเขาชวา

เจาะสนามนก. (ออนไลน์). <http://www.jorsanamnok.com>

กรงนกเขาชวา แบ่งส่วนประกอบส่วนต่าง ๆ คือ

- ตัวกรง ขนาดที่นิยมใช้ในปัจจุบันกันกรงมีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 14 นิ้ว สูงประมาณ 16 - 18 นิ้ว ตัวกรงจะมีส่วนประกอบคือ ซี่กรง ต้องมีขนาดเล็ก และแข็งแรงดี ประตูเปิดกรง นิยมทำที่กันกรง ไม่นิยมทำข้างกรงเพราะจะทำให้เสียรูปทรง และขาดความสวยงาม คอน สำหรับให้นกเกาะ มักจะแกะสลักเป็นลวดลายต่าง ๆ อาจทำจากไม้ธรรมดาหรืองาช้างขนาดประมาณ 5 - 6 หุน สูงประมาณ 3 นิ้ว ภาชนะใส่อาหารและน้ำ - หัวกรงนก นิยมทำด้วยไม้ธรรมดาหรืองาช้าง นำมาลึงให้สวยงาม ขอบเกี่ยว อาจทำด้วยเหล็กธรรมดาหรือทำด้วยทองเหลืองเป็นรูปสัตว์ต่าง ๆ เช่น รูปนกโบราณ ตัวมังกร ฟัวรองมูลนกและเศษอาหาร ทำเป็นรูปวงกลมห้อยไว้ภายนอกกรงนก ผ้าคลุมกรงนก มีสองแบบคือ แบบมีสีชายเป็นการคลุมแบบถาวร นิยมใช้ผ้าแพรลายดอกสีสด ที่ปลายชายจะผูกห้อยลูกตุ้มแก้วสี มีรูปแบบแตกต่างกัน อีกแบบหนึ่งเป็นการคลุมชั่วคราวเวลาเคลื่อนย้ายนก เพื่อไม่ให้นกตกใจ มักใช้ผ้าที่มีลวดลายและสีสด

ปืนใหญ่ อาวุธปืนโบราณที่ถูกขุดพบระหว่างการลกร่องน้ำแม่น้ำปัตตานี คืออีกหนึ่งความภาคภูมิใจของคนปัตตานีในประวัติศาสตร์ท้องถิ่นซึ่งมีมาอย่างช้านาน

ทั้งนี้ ประวัติราชอาณาจักรมลายูปัตตานี โดย ฮิบรอฮิม ซุกรี บันทึกลงไว้ภายหลังสยามยึดปัตตานีได้แล้วตอนหนึ่งว่า “เมื่อได้วางกฎหมายการปกครองเรียบร้อยแล้ว แม่ทัพสยามจึงมีคำสั่งให้ทหารสยามลงเรือรบกลับ พร้อมกับกวาดต้อนเชลยชายหญิงและทรัพย์สินสมบัติที่ยึดได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปืนใหญ่สมัยรายาปิรูได้นำกลับเมืองสยาม ปัจจุบันปืนใหญ่กระบอกนั้นยังตั้งส่งอยู่หน้ากระทรวงกลาโหมที่กรุงเทพฯ และอีกกระบอกหนึ่งตกลงในทะเลที่ปากอ่าวปัตตานี”

นอกจากนั้น ครั้งที่น่าปืนใหญ่พญาตานีเข้าสยาม มีจารึกสั้นๆ เป็นบทกลอนสะท้อนความรู้สึกของ “ประเดะ” มเหสีของท้าวประดู่ หญิงผู้ซึ่งเป็นบุคคลมีชื่อเสียงในกลุ่มของครัวแขกที่ถูกพ่วงมาด้วย

นางก็ไร้ญาติวงศ์พงศา หมายพึ่งบาทาพระโคมศรี

โคตรพ่อโคตรแม่ก็ไม่มี อยู่ถึงเมืองตานีเขาตีมา

เพราะภาวะที่ทุกคนต่างอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ตึงเครียดกับเหตุการณ์ความรุนแรง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ การขุดค้นตำนานความเป็นมาของปืนโบราณจึงเปรียบเสมือนจุดเทียนความเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันมาอีกครั้ง

นอกจาก “ปืนพญาตานี” ซึ่งวันนี้อยู่หน้ากระทรวงกลาโหม กรุงเทพมหานครแล้ว น้อยคนนักที่จะรู้ว่า ยังมีปืนปืนน้อง “ศรีนครา” และ “มหาเลลา” ที่หายไปอย่างไร้ร่องรอยและทำให้มหากาพย์หน้าหนึ่งแห่งประวัติศาสตร์ปัตตานีนั้น ยังคงมีเศษเสี้ยวที่เป็นความลับซ่อนอยู่

หากอ้างอิงตำนานการสร้างปืนใหญ่พญาตานี ที่มาจากฐานข้อมูลอันหลากหลาย แม้จะมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง แต่สิ่งที่ยืนยันแน่ชัดคือ มีการสร้างปืนใหญ่ที่เมืองปัตตานี

ดังที่ปรากฏในประวัติศาสตร์ว่า ในยุคที่ ปาตานีดาร์ลุสลาม อยู่ภายใต้การปกครองของ 4 ราชนี คือ ราชนีฮีญา (หรือ มัรฮูม ตัมบังงัน) , ราชนีปิรู ราชนีอูงู และราชนีกูนิง ระหว่างปี 2159-2268 โดยระบุว่า ปืนใหญ่พญาตานี ถูกสร้างขึ้นในรัชสมัย ราชนีปิรู เพื่อเตรียมรับมือกับการโจมตีของกรุงศรีอยุธยา

“อาณาจักรปัตตานียุครายาปิรูนั้น มีกระแสน้ำเสมอว่าพระเจ้าแผ่นดินสยามกำลังตระเตรียมทัพใหญ่เพื่อยาดราห์พมาโจมตีอาณาจักรปัตตานี...เพราะเหตุว่ากองกำลังชาวสยามนั้นมีความพร้อมยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาวุธปืนใหญ่ที่มีพิษสงร้ายแรง ตรงกันข้ามกับกองทัพอาณาจักรปัตตานีไม่มีความพร้อมที่จะใช้อาวุธ...เมื่อทรงมองเห็นภัยอันตรายและจุดอ่อนดังกล่าว รายาปิรูจึงทรงปรึกษาหารือกับเสนาบดีผู้ใหญ่เพื่อหาทางเตรียมอาวุธให้ครบครัน...บรรดาเสนาบดีผู้ใหญ่ต่าง

ยอมรับข้อเสนองของรายา และจากบัดนั้นเป็นต้นมานายช่างก็ลงมือหล่อปืนใหญ่...การหล่อปืนใหญ่ดังกล่าวสำเร็จผลเป็นอย่างดี เพราะนายช่างหล่อปืนนั้นเป็นชาวจีนชื่อ ลิมโกเคียม ต่อมาเข้ารีตเป็นมุสลิมด้วยความสมัครใจและมีนามว่า โต๊ะเคียม อาศัยอยู่กับเสนาบดีผู้ใหญ่ของรายา เนื่องจากอภัยอาศัยอันดีงามจึงได้รับการแต่งตั้งให้เป็นผู้เก็บภาษีเข้าออกที่ทำเรือปากอ่าวนครปะตานี

ในครั้งนั้นมีการหล่อปืนใหญ่ขึ้น 3 กระบอก คือศรีปาดานี ,ศรีนาฆาร และมหาเลลา โดย 2 กระบอกแรกมีความยาวเท่ากันที่ 3 วา 1 ศอก 1 คืบ 2 นิ้วครึ่ง กระสุนมีเส้นผ่าศูนย์กลาง 11 นิ้ว ส่วนกระบอกสุดท้ายที่สั้นที่สุดและไม่รู้ว่า ณ วันนี้อยู่ที่ไหน สร้างเสร็จหรือไม่มีบันทึกไว้ว่ายาว 5 ศอก 1 คืบ 9 นิ้ว กระสุนเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 นิ้ว

เพราะฉะนั้น การค้นพบปืนโบราณที่บริเวณปากอ่าวปัตตานีเมื่อวันที่ 23 เมษายนที่ผ่านมา จึงสร้างความปลื้มปิติให้แก่คนปัตตานีเป็นอย่างมาก

รศ.ดร.ครองชัย หัตถา นักวิชาการด้านภูมิศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี (มอ.ปัตตานี) ผู้ทำรายงานการศึกษาสำรวจเพื่อขยายฐานความรู้ทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ในพื้นที่ ต.ตันหยงลูโละ อ.เมือง จ.ปัตตานี กล่าวว่า “ปืนที่พบไม่น่าจะเป็นปืนมหาเลลา เพราะมีลวดลายวิจิตรประณีต และยังมีลวดที่บ่งบอกว่าสามารถหมุนตัวกระบอกปืนได้ โดยส่วนตัวคิดว่าน่าจะเป็นปืนประจำเรือที่ติดอยู่กับสำเภามากกว่า เนื่องจากปืนรบอย่างศรีนคราหรือมหาเลลานั้น เป็นปืนที่สร้างมาเพื่อศึกสงคราม ไม่มีลวดลาย”

“และเนื่องจากไม่พบประวัติการสูญหายทำให้ตีความยากกว่าใครเป็นผู้ผลิต สร้างเมื่อไร อีกทั้งปืนฝังอยู่ใต้พื้นดินกว่า 5 เมตรนั้น คาดการณ์ได้น่าจะมีอายุประมาณ 2-3 ร้อยปี แต่คงจมมาได้สัก 100 ปี นอกนั้นหลักฐานที่พบไม่สามารถบอกประวัติได้เลย แต่ก็สามารถพิสูจน์ประวัติศาสตร์ได้ว่าปัตตานีในอดีตนั้นมีความเจริญรุ่งเรือง มีการค้าขายทางเรือ และผลิตปืนใหญ่ส่งออกด้วย” ถึงกระนั้น อ.ครองชัย ให้ความเห็นว่า สิ่งที่สำคัญในการพบปืนใหญ่โบราณคือลวดลายบนกระบอกปืนที่ผสมผสานศิลปะมลายูท้องถิ่น จีน อาหรับ ไทยและตะวันตก (ฮอลันดา)

“พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระบรมราชานุญาตให้หล่อปืนพญาตานีจำลองเพื่อนำกลับมาไว้ที่ จ.ปัตตานี แล้ว เพียงแต่อย่างไม่ได้เริ่มต้น ผมหวังว่าหากมีการค้นหาปืนใหญ่ศรีนคราที่ทางตำนานบอกว่าจมอยู่ในทะเลปัตตานีกว่า 500 ปี รวมถึงปืนโบราณต่างๆ ที่คาดว่าน่าจะมีอีกมากที่อยู่ใต้พื้นทะเล จะสร้างความภูมิใจให้กับคนปัตตานี และทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือแหล่งศึกษาเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่นต่อไปได้” นักวิชาการด้านภูมิศาสตร์กล่าว

และเมื่อย้อนดูขนาดของปืนมหาเลลาที่บันทึกไว้ว่ามีความยาว 5 ศอก 1 คืบ 9 นิ้ว กับ ความยาวกว่า 2 เมตรของปืนใหญ่กระบอกนี้ อีกทั้งลวดลายที่คล้ายคลึงกับปืนใหญ่พญาตานี ซ่อนประวัติศาสตร์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ในยุคปัตตานีดารุสสลามไว้อย่างน่าค้นหา

จากหนังสือ ฮิกายัตปาตานี ระบุว่า ตอนที่พวกปาเล็มบัง มาโจมตีปาตานีทั้งสองครั้ง นั้น พวกปาเล็มบังไม่สามารถเข้าประชิดกำแพงเมืองได้เลย เพราะบนกำแพงเมืองปาตานีมีปืนใหญ่วางเรียงรายเป็นแถว ห่างกันกระบอกละ 1 วาเท่านั้น

“ตอนที่ฝรั่งชนชาติฮอลันดามาถึงปาตานีใหม่นั้น บางคนได้รายงานเปรียบเทียบวัง ปาตานีกับวังเมืองอัมสเตอร์ดัมในฮอลันดาว่า วังของเมืองปาตานียาวกว่าวังของเมืองอัมสเตอร์ดัม แต่ในด้านกว้าง วังอัมสเตอร์ดัมกว้างกว่าวังเมืองปาตานี ส่วนปืนใหญ่ที่ตั้งอยู่หน้าประตูเมืองปาตานีนั้นใหญ่กว่าปืนใหญ่ที่ตั้งอยู่หน้าประตูวังที่อัมสเตอร์ดัม”

เพราะฉะนั้น หากปืนใหญ่ที่พบหน้าปากอ่าวปัตตานีไม่ใช่ปืนใหญ่มหาเลลา ก็อาจจะ เป็นปืนใหญ่โดยทั่วไปที่วางเรียงรายเป็นแถวห่างกันกระบอกละ 1 วา หรืออาจจะ เป็นแค่สินค้า ส่งออกเท่านั้น ในขณะที่บางตำนาน เล่าขานกันว่าปืนมหาเลลาสร้างไม่เสร็จบ้าง กระบอกปืนแตก บ้าง หรือเป็นปืนที่โดนสภาพบ้างแต่ถึงกระนั้น ตำนานปืนใหญ่ไม่ว่าจะถูกจารึกบันทึกขีดเขียน แตกต่างกันมากน้อยตามความเข้าใจอย่างไรนั้น ยังไม่สำคัญเท่าประวัติศาสตร์ของเมืองปัตตานีที่มี เรื่องราวของราชินีผู้ยิ่งใหญ่ และสัมพันธภาพระหว่างปัตตานีกับสยามซึ่งไม่ว่าปืนที่ขุดพบคือ มหาเลลาหรือไม่ ที่สำคัญกว่าสิ่งอื่นใด คือปืนใหญ่ได้กลับมาแล้ว 1 กระบอก



ภาพที่ 2.10 ปืนพญาตานี

ที่มา : วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดปัตตานี, พิมพ์ครั้งที่ 1. กรมศิลปากร, 2542 : น.56.

ปืนพญาตानी เป็นปืนใหญ่โบราณ หล่อด้วยสัมฤทธิ์ ลากล้อเรียบ บรรจุกะสุนทางปากกระบอก ใช้ ดินดำเป็นดินระเบิดและจุดชนวนโดยการจุดดินระเบิดขนาดของปืนยาว 32 วา 1 ศอก 2.5 นิ้ว ใช้กระสุน ขนาด 11 นิ้ว การยิงแต่ละครั้งจะต้องบรรจุดินปืนหนัก 15 ชั่ง สามารถยิงไกล ประมาณ 1,460 – 1,800 เมตร ตามประวัติการสร้างระบุว่า สร้างในสมัยอยุธยาปิฎุ (พ.ศ. 2159 –2167) ในการหล่อปืนใหญ่ครั้งนั้น ชาวจีนชื่อลิ้มโต๊ะเคี่ยม เป็นช่างหล่อปืนให้ตามความประสงค์ของรามา ได้ปืนใหญ่ครั้งนั้น 3 กระบอก คือ เสรี ปัตตานีหรือ พญาตानी ศรีนคราหรือเสรีนคร และมหาเลลา ทั้ง 3 กระบอกได้ติดตั้งไว้บนรถลากและ ได้ใช้เป็นอาวุธป้องกันเมืองปัตตานีหลายครั้งในเวลาต่อมา จนกระทั่ง ปี พ.ศ. 2329 สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกฯ ได้โปรดให้กรมพระราชวังบวรสถานมงคลนำไปไว้ที่กรุงเทพฯ และตั้งอยู่ที่หน้า กระทรวงกลาโหมมาจนทุกวันนี้ ปืนพญาตानी เป็นประติมากรรมหล่อด้วยโลหะที่มีชื่อเสียง เป็นที่เลื่องลือมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา เป็นผลงานชิ้นสำคัญที่แสดงถึงความเจริญทางเทคโนโลยีและความมั่นคงทางเศรษฐกิจและการเมืองของ ปัตตานีในยุคนั้น ปืนพญาตानीมีขนาดใหญ่และมีน้ำหนักมากที่สุดในประเภทปืนใหญ่โบราณที่มีอยู่ใน ประเทศไทยขณะนั้น กระทรวงมหาดไทยได้ใช้รูปปืนใหญ่พญาตानी กระบอกนี้เป็นตราสัญลักษณ์ประจำ จังหวัดปัตตานี และในผืนธงประจำจังหวัดก็ใช้รูปปืนใหญ่วางอยู่กลางผืนธง

เรือกอและ

เรือกอและที่ทิ้งสมอจอดลอยลำอยู่เรียงรายในอ่าว ดูเหมือนจะเป็นสัญลักษณ์ของชายแดนใต้ไปแล้วโดยปริยายคงด้วยเพราะสีส้มอันโดดเด่น และลวดลายอันสวยงามตระการตาที่มีสีฟ้าเข้มของน้ำทะเลตัดกับแสงที่สะท้อนน้ำเปล่งรัศมีแห่งความงามและชวนให้หลงใหล ตราตรึงใจ

เรือกอและเป็นเรือที่ใช้กันมากบริเวณภาคใต้ตอนล่าง โดยเฉพาะจังหวัดชายแดนภาคใต้คำว่า กอและ ในภาษาชาวยาวี มีความหมายว่า โคลงเคลง เรือกอและจึงมีความหมายอันแสดงถึงลักษณะเรือที่มีสภาพโคลงเคลงเมื่ออยู่ในน้ำ ไม่เคยหยุดนิ่งเหมือนกระแสน้ำในทะเลนั่นเอง ที่มาของเรือกอและนั้น สันนิษฐานว่า เกิดขึ้นก่อนสมัยสุโขทัยพร้อมๆกับการแผ่ขยายของอิสลามในประเทศไทย และการเข้ามาตั้งรกรากถิ่นฐานในภาคใต้ตอนล่างเลียบชายฝั่งทะเลอ่าวไทยตั้งแต่ต้นคริสต์ศักราชลงไปถึงแหลมมลายู และเนื่องจากมุสลิมในภาคใต้มีความเชี่ยวชาญในการออกทะเล เนื่องด้วยคนส่วนใหญ่เป็นชาวพื้นเมือง เครื่องไม้เครื่องมือในการทำประมงแต่เดิมใช้ใบในการขับเคลื่อน และเป็นเรือที่มีความคล่องตัวสูง ใต้คลื่นได้ดี และคว่ำยาก เนื่องจากท้องเรือมีลักษณะกลม อันเป็นรูปทรงที่รับกันกับลักษณะของคลื่นในทะเล จึงสามารถที่จะแล่นบนน้ำทะเลได้อย่างมั่นคง “เรือกอและ” คือสัญลักษณ์แห่งท้องทะเลฝั่งตะวันออกของแหลมมลายู นับตั้งแต่ อ.

ยะหริ่ง อ. ปะนาละ อ. สายบุรี จังหวัด ปัตตานี เรือยไปจนถึง อ.ตากใบ จังหวัดนราธิวาส ริมฝั่ง
 ด้านนี้ น้ำตื้นเหมาะกับการออกเรือเล็กเพื่อทำประมงชายฝั่งตำนานของเรือกอลและเริ่มต้นที่นั่น เรือ
 กอลและเป็นเรือประมงที่ใช้ในแถบจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง มีลักษณะเป็นเรือยาวที่ต่อด้วยไม้
 กระดานโดยทำให้ส่วนหัวและท้ายสูงขึ้นจากลำเรือให้ดูสวยงาม นิยมทาสีแล้วเขียนลวดลายด้วยสี
 ฉูดฉาดเป็นลายไทยหรือลายอินโดนีเซีย ซึ่งนำมาประยุกต์ให้เหมาะกับลำเรือ



ภาพที่ 2.11 เรือกอลและ

ที่มา : วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดปัตตานี, พิมพ์ครั้งที่
 1. กรมศิลปากร, 2542 : น.57.

เรือกอลและมี 2 แบบคือ แบบหัวสั้นและแบบหัวยาว ขนาดของเรือแบ่งเป็น 4 ขนาด
 โดยยึดความยาวของลำเรือเป็นเกณฑ์ในการแบ่ง คือ ขนาดใหญ่ยาว 25 ศอก ขนาดกลางยาว 22
 ศอก ขนาดเล็กยาว 20 ศอก และขนาดเล็กมากเรียกว่า "ลูกเรือกอลและ" ยาว 6 ศอกโดยประมาณ
 และด้านนอกซึ่งค่อนขึ้นไปทางขอบเรือ ทำเป็นขอบนูนออกมาข้างนอก ลักษณะเป็นก้นของเรือ
 ยาวตลอดลำเรือเรียกว่า "ปาแปทวอ" ที่ตอนล่างของปาแปทวอทำรอยแซะเนื้อไม้ด้วยกบให้เป็น
 แนวยาวตลอดลำเรือเรียกว่า "กอมมา" เรือทั้งลำแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนหัวเรียกว่า "ลูแวง" ส่วนท้าย
 เรียกว่า "บู่ระแต" ถ้าแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนหัวเรียกว่า "ปาลอ" ส่วนกลาง (ลำเรือ) เรียกว่า
 "ตือเราะะ" ส่วนท้ายเรียกว่า "ปุงง"



ภาพที่ 2.12 ส่วนกลาง (ลำเรือ) เรียกว่า “ตือเราะะ”

เรือกอลและ เป็นเรือประมงที่แตกต่างจากเรือประมงประเภทอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด เพราะเรือกอลและนั้นมีเอกลักษณ์ประจำตัวที่โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็นลวดลายต่าง ๆ ที่ฉูดฉาดอยู่บนตัวเรือ ซึ่งมีความวิจิตรสวยงามมาก มีลวดลายที่ผสมผสานระหว่างศิลปะไทยอิสลาม จีน และศิลปะอื่น ๆ เนื่องจากอิทธิพลที่ได้รับมาจากสภาพแวดล้อมอันได้แก่ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ สังคม ความเป็นอยู่ ซึ่งสังคมความเป็นอยู่ในจังหวัดปัตตานีนั้น ประกอบไปด้วยชนชาติ 3 ชนชาติที่อาศัยอยู่ร่วมกันนั่นคือ ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิมและชาวจีนนั่นเองเป็นกระเจกเงา สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ ในแต่ละชุมชนแต่ละเชื้อชาติที่สืบทอดกันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เรียกว่า วัฒนธรรมซึ่งแต่ละกลุ่มชนย่อมมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และสภาพสิ่งแวดล้อมที่ต่างต่างกัน แต่ทั้งล้วนย่อมเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าต่อชนรุ่นหลัง วัฒนธรรมสูงส่งในด้านศิลปะ ทำให้เพิ่มความสวยงามของเรือกอลและด้วยการเน้นศิลปะการตกแต่งลวดลายตั้งแต่หัวเรือจนถึงท้ายเรือ เรือกอลและจะแตกต่างจากเรือประมงประเภทอื่นอย่างชัดเจน เพราะเรือกอลและเป็นวัฒนธรรมทางวัตถุที่น่าสนใจ อีกทั้งมีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ก็อปด้วยความงามวิจิตรของลวดลายจิตรกรรมที่เขียนลวดลายและระบายสีอย่างสวยงามตลอดทั้งลำ นั่นคือเรือกอลและมีเรือประมงธรรมดาเท่านั้นแต่เรือกอลและเป็นเสมือนหนึ่งศิลปกรรมที่มีคุณค่าชิ้นหนึ่ง ซึ่งสะท้อนถึงจิตวิญญาณของกลุ่มชนในจังหวัดชายแดนภาคใต้ที่ประดิษฐ์ และสร้างสรรค์ขึ้น

ความงดงาม โดดเด่นของเรือกอลและไม่ได้ง่ายเฉพาะบางส่วน แต่จะงามตลอดลำ ไม่ว่าจะเป็นลายที่อยู่บนเรือ สีเส้นที่แต่งแต้มลงไปรวมทั้งรูปทรงของเรือที่มีปลายทั้งสองด้านบรรจบกันเป็นมุมแหลม ขณะที่เรือทั่วไปด้านหนึ่งจะแหลม อีกด้านหนึ่งจะตัดครึ่ง นี่เป็นความต่างของเรือกอลและที่ไม่เหมือนเรือชนิดอื่นๆ และเป็นเหตุผลว่าทำไมเรือกอลและถึงสะกดใจคนดู

จิตรกรรมเรือกอลและ

ประวัติและวิวัฒนาการของเรือกอลและ สันนิษฐานว่าเรือกอลและน่าจะเกิดขึ้นก่อนสมัยสุโขทัย ข้อสันนิษฐานดังกล่าวสืบเนื่องมาจากเหตุผลทางประวัติศาสตร์ ดังนี้คือ

1. การเข้ามาของมุสลิมในประเทศไทยในสมัยกรุงสุโขทัย (พ.ศ. 1800-1921) นั้น มุสลิมอาศัยอยู่ในนครศรีธรรมราชตลอดจนถึงมะละกา และมีหลักฐานที่แสดงว่าในสมัยสุโขทัยนั้นประเทศไทยมีการติดต่อกับประเทศมุสลิม เช่น อินโดนีเซีย อาหรับทั้งนี้ในสมัยของสมเด็จพระนเรศวรมหาราช และพระเอกาทศรถ (พ.ศ. 2133-2148) ตำแหน่งเสนาบดีทางการคลัง และการทำเรือนั้นนิยมใช้ชาวเปอร์เซีย ซึ่งก็ใช้กันเป็นประเพณีสืบต่อมาจนตลอดสมัยอยุธยาและธนบุรี

2. มุสลิมในภาคใต้มีความชำนาญในการใช้เรือ คนไทยทางภาคใต้รู้จักการใช้เรืออย่างชำนาญมากกว่าคนไทยในภาคกลางเหตุผลหนึ่งที่สำคัญคือ การอยู่ติดลำน้ำและฝั่งทะเลและหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่า ขุนนางเชื้อสายอาหรับมุสลิมมีความสามารถเป็นอย่างดีในด้านกิจการค้าทางทะเล รัชราชการได้ตำแหน่งเป็นเจ้ากรมท่าสังกัดกองทัพอเรือเป็นจำนวนมาก จนกลายเป็นตำแหน่งสืบทอดแบบประเพณีจึงสันนิษฐานได้ว่าชาวมุสลิมในภาคใต้มีความคุ้นเคยและชำนาญในการใช้เรือมาตั้งแต่สมัยโบราณและสืบทอดความชำนาญทางการเดินเรือและการประมงให้แก่ลูกหลาน

3. ปรากฏเรื่องราวของเรือและในสมัยสุโขทัย จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์พอสรุปและสันนิษฐานได้ว่าเรือกอลและและการเข้ามาตั้งรกรากถิ่นฐานในภาคใต้ตอนล่างของชาวมุสลิมและเนื่องจากชาวมุสลิมในภาคใต้มีความชำนาญพิเศษในการออกทะเลดังนั้นกลุ่มชนนี้จึงยึดอาชีพการประมงและเนื่องจากเป็นชาวพื้นเมืองที่มีทุนทรัพย์น้อย จึงมีการคิดประดิษฐ์เครื่องมือในการออกทะเลเพื่อทำการประมงทำให้เกิด “เรือกอลและ” ขึ้น สันนิษฐานว่าการวาดลวดลายจิตรกรรมบนเรือกอลและน่าจะกำเนิดขึ้นเมื่อเกือบ 1 ศตวรรษที่ผ่านมาสืบเนื่องจากเหตุผลทางประวัติศาสตร์ดังนี้

1) ปรากฏเรือกอล และที่มีการเขียนลวดลายจิตรกรรม สมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว

2) ปราบกฏการแข่งขันเรือกอลและที่มีการตกแต่งลวดลายจิตรกรรมในราวประมาณ พ.ศ. 2487 ในสมัยที่ขุนจรรยาวิเศษ (เที่ยง จรรยาวิเศษบุญพัตย์) ดำรงตำแหน่งข้าหลวงประจำ จังหวัดปัตตานี

3) จากการสอบถามช่างต่อเรือในท้องถิ่นพอสรุปและสันนิษฐานได้ว่าชาวไทยมุสลิม เริ่มมีการตกแต่งลวดลายจิตรกรรมบนเรือกอลและในสมัยรัตนโกสินทร์ราว 1 ศตวรรษที่ผ่านมาเพราะ เนื่องจากชาวไทยมุสลิมในเขตชายแดนภาคใต้ที่มีวัฒนธรรมทางศิลปะมาตั้งแต่บรรพชนซึ่งแสดงให้ ปราบกฏในด้านศิลปะการประดับตกแต่งการแต่งกายและทางด้านสถาปัตยกรรมผนวกกับเนื่องจาก ชาวประมงหรือนักรบเหล่านี้ได้เคยเห็นความงามวิจิตรของเรือในพระราชพิธีทางภาคกลางจึงเกิด ความประทับใจและมีความปรารถนาที่จะตกแต่งเรือกอลและของตนเองให้ดูสวยงามหลังจาก บ้านเมืองมีความสงบสุขสืบจากสงครามและความวุ่นวายการตกแต่งลวดลายจิตรกรรมบนเรือ กอลและจึงเกิดขึ้น

การต่อเรือกอลและในจังหวัดปัตตานีบริเวณที่ต่อเรือกอลและ

สืบเนื่องมาจากบริเวณชายฝั่งแหลมมาลาญ ทางด้านตะวันออกของอ่าวไทยนับตั้งแต่ อำเภอยะหริ่งอำเภอบานาเระ อำเภอสายบุรีของจังหวัดปัตตานี เรื่อยจนไปถึงอำเภอตากใบ ของ จังหวัดนราธิวาส เป็นหาดทราย ปราศจากที่กำบังลม จะมีก็เฉพาะบริเวณปากน้ำความแปรปรวน ของอากาศจึงเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา อีกทั้งแหล่งจับปลาก็อยู่ห่างจากฝั่งออกไปถึง 16 กิโลเมตรขึ้นไป ชาวประมงในเขตนี้ จึงจำเป็นต้องต่อเรือ ที่เหมาะสมกับลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศใน บริเวณนี้ เรือที่เหมาะสมและดีที่สุดที่ชาวประมงใช้ก็คือ “เรือกอลและ” แหล่งต่อเรือกอลและในจังหวัด ปัตตานี ได้แก่ตำบลปะเสียวอ อำเภอสายบุรีบ้านบางเก่า อำเภอสายบุรีหมู่บ้านน้ำบ่อ หมู่บ้านท่า น้ำ อำเภอปานาเระหมู่บ้านนุดี ตำบลตะลี้ะกาโปร์ อำเภอยะหริ่งโดยเรือกอลและลำแรก ได้ ออกแบบและสร้างขึ้นด้วยฝีมือชาวประมงในเขตกำบังตะลุแบ ซึ่งในปัจจุบันคือตำบลตะลุบัน อำเภอสายบุรี จังหวัดสายบุรี

ช่างต่อเรือ

ช่างต่อเรือกอลและส่วนใหญ่เป็นชาวไทยมุสลิมที่อาศัยอยู่ตามชายฝั่งทะเลในเขต จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ อำเภอยะหริ่ง อำเภอปะนาเระ และอำเภอ สายบุรี ในจังหวัดปัตตานี และอำเภอตากใบ ในจังหวัดนราธิวาสช่างต่อเรือกอลและเรียนรู้วิธีการต่อเรือกอลและมาจากบรรพ ชน มีการสืบทอดความสามารถในการต่อเรือจากรุ่นพ่อ ถึงลูกหลานตามลำดับ ช่างต่อเรือกอลและ ส่วนใหญ่อยู่ร่วมกันเป็นกลุ่มๆ แต่ละกลุ่มมีเอกลักษณ์เฉพาะของฝีมือในการต่อเรือที่แตกต่างกัน ใน จังหวัดปัตตานี สามารถแบ่งสกุลช่างต่อเรือกอลและได้ 4 กลุ่มกว้างๆ คือ

1. กลุ่ม AAA มีสถานที่ต่อเรือกอลและ ณ บ้านเลขที่ 220 หมู่ 3 บ้านบุดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จ.ปัตตานี มีดอเลาะ สะอะเป็นหัวหน้ากลุ่ม
2. กลุ่ม BBB มีสถานที่ต่อเรือ ณ บ้านเลขที่ 220 หมู่ 3 บ้านบุดี ตำบลแหลมโพธิ์ อำเภอยะหริ่ง จ.ปัตตานี มีมะแสะ สะอะ ซึ่งเป็นพ่อของดอเลาะ สะอะ เป็นหัวหน้ากลุ่ม
3. กลุ่ม KKK มีสถานที่ต่อเรือ ที่ตำบลปะเสยะวอ อำเภอสายบุรี จังหวัดปัตตานี เป็นสถานที่ต่อเรือที่ใหญ่ที่สุด และมีช่างต่อเรือมากที่สุดในจังหวัดปัตตานี มีสแม บากา เป็นหัวหน้ากลุ่ม
4. กลุ่มอิสระ มีอยู่ทั่วไปใน อ .ยะหริ่ง อ .ปะนาเระ และ อ.สายบุรี ช่างต่อเรืออิสระเหล่านี้จะใช้บริการบ้านของตนเองเป็นสถานที่ต่อเรือเพราะมีความสะดวกสบายในการปฏิบัติงานมากกว่า

วัสดุที่ใช้ในการต่อเรือ

วัสดุที่สำคัญที่สุดในการต่อเรือกอลและ คือไม้ ไม้เป็นส่วนประกอบส่วนใหญ่ของเรือกอลและที่ต่อขึ้นและจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาไม้ประเภทไม้เนื้อแข็งมาต่อเรือกอลและทั้งนี้เพื่อจะได้มีอายุการใช้งานได้ยืนยาวหลายปี ไม้เนื้อแข็งที่นิยมใช้ได้แก่ ไม้จืดงา (ไม้ตะเคียนทอง) ไม้หลุมพอ และไม้สยาและช่างผู้มีฝีมือจะไม่ใช้ตะปูแต่จะใช้ไม้ชนิดเดียวกันนำมาเหลาทำเป็นสลักใช้แทนตะปู

ลวดลายบนเรือกอลและ

ลวดลายชนิดต่างๆ ที่ปรากฏบนเรือกอลและ เป็นลวดลายที่เกิดขึ้นจากความคิดสร้างสรรค์และอิทธิพลที่ได้รับจากสภาพแวดล้อมอันได้แก่ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศสังคมความเป็นอยู่ในจังหวัดปัตตานี อันประกอบด้วยชนชาติ 3 ชนชาติอาศัยอยู่ร่วมกัน คือ ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม ชาวจีน ลวดลายบนเรือกอลและประกอบด้วยอิทธิพลศิลปะของ 4 ชนชาติ อันได้แก่ ชาวไทยพุทธ ชาวไทยมุสลิม ชาวชวา และชาวจีน จึงนับว่าลวดลายบนเรือกอลและคือผลของวัฒนธรรมสัมพันธ์ที่มีคุณค่าสมควรอนุรักษ์ไว้อย่างยิ่ง จิตรกรรมที่ศิลปินไทยมุสลิมจะวาดตกแต่งเรือกอลและมีข้อจำกัดในด้านหลักความเชื่อทางศาสนาอิสลาม ดังนั้นจะไม่ปรากฏภาพคน การร้องรำทำเพลง หรือลักษณะที่ยั่วยุกามารมณ์จิตรกรรมที่นำมาตกแต่งเรือและส่วนใหญ่จึงเป็นภาพสัตว์น้ำ สัตว์ในจินตนาการจากประเพณี ศาสนา วรรณคดี ศิลปะการแสดงต่างๆ สัตว์หิมพานต์และภาพทิวทัศน์ จิตรกรรมประเภทสัตว์น้ำภาพสัตว์น้ำที่นิยมวาด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อความสวยงามและอาจจะเพื่อแสดงให้เห็นว่าเรือกอลและลำนั้นทำการประมงเพื่อจับสัตว์น้ำประเภทนั้นที่ปรากฏบนเรือกอลและ ได้แก่ ปู ปลา กุ้ง หมึกภาพสัตว์ในจินตนาการจากประเพณี ได้แก่ ภาพนกกาเหาะชูรอ หรือนกกาเกสุระ นกกรูด หรือนกครุฑนกบือเขาะมาศ หรือนกยูงทอง นกบุหงซึ่งอ หรือนกสิงห์ภาพ

สัตว์ในจินตนาการจากศาสนาภาพสัตว์ในจินตนาการจากวรรณคดี เช่น หงส์ภาพสัตว์ในจินตนาการจากศิลปะการแสดงต่าง ๆ ภาพสัตว์หิมพานของไทย เช่น ภาพหนุมาน นาค เงือกภาพสัตว์ในจินตนาการของจีน เช่น ภาพมังกร นกยูง นกกระเรียนจิตรกรรมประเภทภาพทิวทัศน์

เครื่องทองเหลืองปัตตานี

เครื่องทองเหลืองปัตตานี หัตถกรรมช่างฝีมือประเภทเครื่องทองเหลืองของเมืองปัตตานีมีชื่อเสียงเลื่องลือในด้านความประณีต ความสวยงาม และมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ที่เกิดจากการผสมผสานศิลปะของชาติต่าง ๆ เช่น จีน อาหรับ ยุโรป สยาม ผสมผสานเข้ากับศิลปะแบบมลายูท้องถิ่น แหล่งผลิตเครื่องทองเหลืองปัตตานีแหล่งใหญ่ได้แก่ที่ จะบังติกอ ปัจจุบันอยู่ในเขตเทศบาลเมืองปัตตานี จะบังติกอเคยเป็นศูนย์กลางการปกครองของเมืองปัตตานีระหว่างปี พ.ศ.2388 - 2445 และเป็นที่ตั้งของวังเจ้าเมืองปัตตานีในยุคนั้นด้วย การทำเครื่องทองเหลืองที่จะบังติกอ เป็นแบบอุตสาหกรรมในครัวเรือน



ภาพที่ 2.13 เครื่องทองเหลืองปัตตานี

ที่มา: คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. 2543. วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกสาร และภูมิปัญญา. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

ผลิตภัณฑ์เครื่องทองเหลืองปัตตานี แบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ ได้ดังนี้

1. เครื่องครัว ได้แก่ หม้อ กระทะ กระบอกอัดเส้นขนมจีน กาน้ำ แม่พิมพ์ขนมไข่ ฯลฯ
2. เครื่องเขียนหมาก ได้แก่ เขียนหมาก เต้าปูน ตะบันหรือยอน ฯลฯ
3. เครื่องให้แสงสว่าง เช่น ตะเกียงจุดด้วยน้ำมันมะพร้าว
4. เครื่องประทับตกแต่งอาคาร เช่น คอเก้ายะกรีซ ปลูกหอ กัดดาบ โกร่งไถปิ่น ฯลฯ
5. เครื่องใช้อื่น ๆ เช่น ขอช้าง ปลูกเขาหัว หลักแก้ว

ผลิตภัณฑ์เครื่องทองเหลืองปัตตานีแพร่หลายออกไปไกลมาก รวมทั้งช่างจากปัตตานีบางส่วนได้ไปประกอบอาชีพในเมืองอื่น ๆ เช่น นครศรีธรรมราช กลันตัน ฯลฯ แต่คนทั่วไปก็ยังเรียกว่าช่างปัตตานี หรือเครื่องทองเหลืองแบบปัตตานี ต่อมาเมื่อความนิยมใช้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เริ่มลดน้อยลง ช่างก็ลดการผลิตลงไปด้วย ในที่สุดก็ค่อย ๆ เลิกการผลิตไป ปัจจุบันยังคงเหลือผู้ผลิตเพียงครอบครัวเดียว อยู่บ้านเลขที่ 53 ถนนหน้าวัง ใกล้ ๆ กับวังจะบังติกอในเมืองปัตตานี ผลิตภัณฑ์ที่ทำเหลือเฉพาะแม่พิมพ์ขนมไข่ กรรมวิธีการทำเป็นดั้งเดิม คือจากการปั้นหุ่นต้นแบบที่ละชิ้น แล้วนำไปพอกด้วยขี้ผึ้งหรือพาราฟิน แล้วพอกทับด้วยดินเหนียว นำไปเผาไฟให้ขี้ผึ้งละลายออกมา แล้วจึงเททองเหลืองที่หลอม ไส่ลงไปแม่พิมพ์ดังกล่าวจนเต็ม จากนั้นทุบแม่พิมพ์แล้วนำชิ้นงานทองเหลืองมาขัดแต่งให้สวยงาม

ผลิตภัณฑ์เครื่องทองเหลืองปัตตานีแบบต่าง ๆ ยกเว้นแม่พิมพ์ขนมไข่ ปัจจุบันเลิกผลิตไปแล้ว เนื่องจากวัตถุดิบของเหลืองหายาก ขาดช่างที่จะสานงานต่อ และมีผลิตภัณฑ์เครื่องทองเหลืองจากแหล่งอื่นที่ผลิตได้มากและรวดเร็วกว่าออกมาตีตลาด เครื่องทองเหลืองปัตตานีจึงกลายเป็นเครื่องประดับตามบ้านเรือนที่เจ้าของหรือนักสะสมของเก่าเก็บรักษาไว้เป็นการบ่งบอกถึงอดีตอันรุ่งเรืองของเมืองปัตตานี พร้อมกับชื่อเสียงที่ขจรไกลในการเป็นแหล่งผลิตภัณฑ์เครื่องทองเหลืองที่สำคัญบนแหลมมลายู

ผ้าจวนตานี

ผ้าจวนปัตตานี หรือผ้ายกตานี เป็นผ้าพื้นเมืองดั้งเดิมแบบหนึ่งของปัตตานี และจังหวัดภาคใต้ตอนล่าง ลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์คือมีล่องหรือลวดลายตามชายผ้า หรือที่ริมผ้า บางครั้งจึงเรียกว่า "ผ้าล่องจวน" ช่างทอผ้าชาวเมืองปัตตานีรุ่นเก่า ๆ เรียกผ้าดังกล่าวว่า "จวน" จวน หมายถึงลวดลายที่ปรากฏอยู่บริเวณชายผ้าทั้งสองด้าน หากลวดลายวางเป็นแนวอยู่ในช่องขนาน มีลักษณะเป็นร่องริ้วก็เรียกว่า "ล่องจวน" ลายของจวนส่วนอื่นเป็นลายที่ใช้กรรมวิธีมัดหมี่รูปแบบของลายจวนมีหลากหลายลักษณะ ผ้าที่เป็นลายจวนเต็มตลอดทั้งผืน เรียกกันว่า "ผ้าลิมา" จัดเป็นผ้าชั้นสูง ต้องใช้ความประณีตและราคาแพงสำหรับกรณีที่เขาลายจวนไปทำเป็นลายผ้าที่ตำแหน่งสะโพก (ปาโต๊ะ) ก็จะเรียกว่าผ้า "ปาโต๊ะจวน" หากเป็นใส่รองก็เรียกว่า "ผ้าใส่รองปาโต๊ะจวน"



ภาพที่ 2.14 ผ้าจวนตานีลายแถบ ("ล่องจวน", ที่มาของชื่อผ้า"จวนตานี")

ที่มา: คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. 2543. วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกสาร และภูมิปัญญา. กรุงเทพฯ: กรมศิลปากร.

สมบุญ ณะสุข และพิชัย แก้วขาว (2541) ศึกษาวิจัยเรื่องผ้าโบราณที่พบในเมืองปัตตานีพบว่า ผ้าโบราณของเมืองปัตตานีมีหลากหลายแบบทั้งกรรมวิธีการทอ เทคนิคพิเศษหรือวิธีการผลิตตลอดลาย และวัสดุหรือเส้นใยที่นำมาใช้ทอ สรุปลงข้อสังเกตดังนี้

เรียกชื่อตามกรรมวิธีการทอ ได้แก่

1. ผ้ากระดิวอ เป็นผ้าทอแบบสองตะกอล เป็นผ้าที่ใช้กันทั่วไปในพื้นที่ภาคใต้ การทอใช้การสอดสานของเส้นด้ายที่เป็นเส้นยืนกับเส้นขวางสลับกัน คล้ายลายจกสานลายหนึ่งหรือลายซัด คือยกหนึ่งข่มหนึ่งตลอดผืน เป็นการทอที่ง่ายที่สุด ตัวอย่างเช่น ผ้าขาวที่ใช้ในพิธีกรรมต่างๆ
2. ผ้ากระตีมอ เป็นผ้าแบบสามตะกอล เนื้อผ้าจะมีเส้นด้ายในแนวเฉียงเพิ่มอีก 1 แนว เนื้อผ้าจะปรากฏคล้ายสานบนเนื้อผ้าขึ้นเป็นแนวเฉียง ผ้ามีความหนาและน้ำหนักมากขึ้น
3. ผ้ากระปะหะ เป็นผ้าทอแบบสี่ตะกอล เนื้อผ้าจะเป็นลายสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูนหรือลายแบบพื้นปลาตลอดทั้งผืน สามารถสร้างเป็นลวดลายแปลก ๆ ได้หลายแบบลักษณะที่ปรากฏจะเป็นลายนูนในเนื้อผ้า ผืนผ้าจะมีความหนาเพิ่มขึ้น
4. ผ้าซอแก๊ะ หรือผ้าซอแก็ต เทียบได้กับผ้ายก หรือผ้าทอยก ผ้าชนิดนี้มีทั้งยกด้วยฝ้าย ไหม ดิ้นเงินและดิ้นทอง ผ้าโบราณที่พบมีวิธีการทอทั้ง 3 แบบ คือ วิธียกที่ใช้กันทั่ว ๆ ไปและรวมทั้งวิธีจก และซิด ผ้าซอแก๊ะปัตตานีที่ทอยกด้วยวิธีจก ส่วนใหญ่จะใช้ดิ้นคู่ ส่วนการซิดนั้นใช้

เป็นขอบคั่นแนวของล่องจวบ หรือล่องจวนเป็นส่วนใหญ่ ลายของผ้าซอแก็ะมีชื่อเรียกแตกต่างกันไป เช่น ลายลูกพริกไทย ลายลูกหวาย หรือลายเกล็ดคิมเสน เป็นต้น

เรียกชื่อตามเทคนิคพิเศษหรือวิธีการผลิตลวดลาย ได้แก่

1. ผ้าบาเต๊ะ หรือผ้าปาเต๊ะ ผ้าชนิดนี้จะใช้เทคนิคในการลงเทียน หรือขี้ผึ้งลงบนผืนผ้าแล้วนำไปย้อมสี จากนั้นจึงนำเอาผ้ามาต้มเพื่อเอาขี้ผึ้งออก ตำแหน่งที่เคยปิดทับด้วยขี้ผึ้งมาก่อนสีจะไม่ติด เกิดเป็นลวดลายสีขาวขึ้นมาในตำแหน่งนั้น จะเพิ่มสีอื่น ๆ เข้าไปหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือกรรมวิธีพิเศษของช่างผู้ผลิต เทคนิคของการลงขี้ผึ้งนี้ในภาษาอินโดนีเซีย (ชวา) จะเรียกว่า "BATIK" ผ้าที่เกิดลวดลายขึ้น ในผืนผ้าด้วยเทคนิคอันนี้จึงเรียกขานกันว่า ผ้าบาติก หรือ ผ้าบาเต๊ะ ซึ่งเป็นชื่อผ้าที่ใช้เทคนิคของการผลิตนำมาตั้งชื่อ และผ้าชนิดนี้ก็เป็นผ้าชนิดเดียวกับที่เรียกกันในสมัยโบราณว่า ผ้ายาวาหรือผ้ายาวอ ซึ่งมีแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในเกาะชวา

2. ผ้าอิกัต เป็นผ้าประเภทผ้าปุมหรือผ้ามัดหมี่นั่นเอง คำว่าอิกัต หรืออิกัต ในความหมายของคำว่า ชวา - มลายู จะหมายถึงการผูกมัดเส้นด้าย แล้วนำไปย้อมสีเพื่อทำให้เกิดลวดลาย ตำแหน่งที่ผูกมัดจะไม่ติดสี จะเกิดเป็นลวดลายสีขาว การที่จะทำให้เกิดลวดลายหลากสีก็ขึ้นอยู่กับเทคนิคและจำนวนครั้งในการมัดย้อมเส้นด้าย คำว่าอิกัต หรือการผูกมัดนั้นก็มาจากการมัดเส้นด้ายหรือเส้นไหมฝ้าย เพื่อที่จะมีการทำกรรมวิธีมัดหมี่ เพื่อทำการย้อมเส้นด้ายและมัดย้อม เพื่อทำลายผ้าปะลาจิง (ผ้าปะลาจิง เป็นผ้ามัดย้อมชนิดหนึ่ง) จะใช้เส้นเชือกที่ทำมาจากกากกล้วยตานีเป็นวัสดุในการมัด

เรียกชื่อตามวัสดุหรือเส้นใยที่นำมาทอ ได้แก่

1. ผ้าสตีอรรอ หมายถึงผ้าทุกชนิดที่ทอมาจากเส้นไหม ซึ่งก็คือผ้าไหมนั่นเองสำเนียงมลายูท้องถิ่นปัตตานี จะออกเสียงเป็น ผ้าสตีอรรอ หรือกาเฮนสตีอรรอ (กาเฮน หมายถึง ผ้า สตีอรรอ หมายถึง ไหม หรือเส้นไหม) ผ้าไหมที่เคยทอในปัตตานีในสมัยก่อนวัตถุดิบจำพวกเส้นไหมหรือไหมดิบจะถูกส่งชื่อมาจากที่อื่น ๆ รวมทั้งเส้นไหมจากจีนด้วย

2. ผ้ากะป๊ะส์ หมายถึงผ้าฝ้ายทุกชนิด ในสมัยก่อนในท้องถิ่นปัตตานีจะมีการปลูกฝ้ายสำหรับนำเอาเส้นใยมาปั่นเป็นเส้นด้ายสำหรับใช้ทอผ้า จะเก็บได้ครั้งเดียวแล้วต้นฝ้ายก็ตาย (พันธุ์ล้มลุก) เมื่อก่อนปลูกกันเป็นแปลง ๆ ในช่วงหลังมีฝ้ายพันธุ์ใหม่เข้ามา ฝ้ายพันธุ์นี้ต้นโตสูงปลูกครั้งเดียวเก็บปุ๋ยได้ตลอดปี สมอฝ้ายจะลักษณะเรียวยาว แต่ละต้นอายุจะยืนยาวประมาณ 2 ปี กว่า นิยมปลูกแซมกันตามแนวรั้ว ฝ้ายพันธุ์นี้จะเรียกกันในท้องถิ่นภาคใต้ว่า "ฝ้ายขี้แมว"

3. ผ้าสะตูลี หมายถึง ผ้าที่ทอขึ้นมาจากด้ายสำเร็จรูปชนิดหนึ่ง ที่เรียกกันในท้องถิ่นภาคใต้ว่าด้ายสะตูลี หรือด้ายตูหลี หรือด้ายจูหลี ด้ายชนิดนี้มีการนำเข้ามาใช้เมื่อร้อยกว่าปีที่ผ่านมา และเป็นที่ยอมรับกันในหมู่ช่างทอผ้าภาคใต้ ทั้งกลุ่มชาวมุสลิมและพุทธ ผ้าที่ทอขึ้นจากด้ายชนิดนี้ในกลุ่มชาวมุสลิมจะเรียกว่า "ผ้าสะตูลี" ส่วนในกลุ่มชาวพุทธจะออกเสียงเป็น "ผ้าจูหลี" ด้ายดังกล่าวเส้นด้ายจะเล็กละเอียดเป็นเงามัน ย้อมสีสำเร็จมาจากโรงงาน

เรียกชื่อที่เป็นลักษณะที่เป็นชื่อเฉพาะของผ้าชนิดนั้น ๆ ได้แก่

1. ผ้าชายรามู ผ้าชนิดนี้จัดอยู่ในประเภทผ้ายาวหรือผ้าปล่อย (ผ้าลือบัส) มีพบบททั้งผืนขนาดใหญ่ และขนาดเล็ก ผืนขนาดเล็กนี้พบบ่อย และมักจะเป็นฝีมือการทอของช่างท้องถิ่น ลักษณะของผืนผ้าจะเหมือนกับผ้าวาวม้าทุกอย่าง ลักษณะเด่นของผ้าจะอยู่ที่ขอบปลายของชายผ้าทั้งสองด้าน ซึ่งช่างทอจะเว้นเส้นยืนให้เหลือเอาไว้และทำการพันเกลียวผูกปมที่ปลายเอาไว้เป็นคู่ ๆ จากการที่เว้นเส้นด้ายยืนของผืนผ้าเป็นระยะเอาไว้ ผ้าชนิดนี้จึงถูกเรียกว่า ผ้าชายรามู ผ้าชนิดนี้มีพบน้อยกว่าผ้าชนิดอื่น ๆ ในกลุ่มชาวมุสลิมจะใช้เป็นผ้าโพกศีรษะ ทำเป็นผ้าคลุมศีรษะ หรือผ้าคลุมไหล่ ทำเป็นผ้าสไบคล้องคอ ส่วนในกลุ่มชาวพุทธจะนิยมใช้กันในกลุ่มสตรีสูงอายุ ใช้ทำเป็นผ้าพาดเฉียงสำหรับไปทำบุญที่วัด หรือออกงานอื่น ๆ เช่นเดียวกับผ้าแพรวเบียง หรือผ้าแพรวาของภาคอื่น ๆ

2. ผ้าปูชอปตืออง ผ้าชนิดนี้จัดอยู่ในประเภทผ้ายาวหรือผ้าปล่อย (ผ้าลือบัส) เช่นเดียวกับผ้าวาวม้า แต่ผืนผ้าจะมีล่องจวบ หรือล่องจวนอยู่ทุกผืนเช่นกัน ผ้าชนิดนี้จุดประสงค์หลักก็คือ ใช้สำหรับนุ่งปูชอปตืออง หรือนุ่งเสื้อยชาย ซึ่งวิธีการนุ่งผ้าแบบนี้นิยมนุ่งกันในกลุ่มผู้ชายชาวภาคใต้ ทั้งชาวพุทธและมุสลิมในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง ปัจจุบันไม่นิยมใช้ผ้าชนิดนี้แล้ว ในเกาะบาห์ลีในประเทศอินโดนีเซีย ยังคงมีการนุ่งผ้าในลักษณะนี้กันอยู่ แต่ในบาห์ลีเขาจะเรียกการนุ่งผ้าแบบนี้ว่า "นุ่งคนจืด" วิธีการนุ่งจะคล้ายกับการนุ่งผ้าวาวม้า แต่นุ่งปูชอปตือองจะปล่อยให้ชายผ้ายาวเพื่อยจรดดิน

3. ผ้าปะลาจิง ผ้าชนิดนี้เป็นประเภทผ้ามัดย้อม ในท้องถิ่นปัตตานีเรียกผ้าปะลาจิงที่เป็นผ้าปาเต๊ะ หรือผ้าบาติกว่า "บาติกจัมบูตตัน" (Batik Jumputan) ผ้าปะลาจิงของเมืองปัตตานีได้รับอิทธิพลจากตรังกานูและกลันตัน ส่วนมากใช้ผ้าแพรวจีนสีขาว หรือผ้าไหมสีขาวมาพิมพ์ลาย โดยใช้แม่พิมพ์ที่แกะจากไม้มาจุ่มสีแล้วกดประทับลงบนผืนผ้า จากนั้นนำเชือกกล้วยผูกมัด แล้วย้อมสีหรือพิมพ์ลายเพิ่มเติมตามที่ต้องการ ผ้าโบราณชนิดนี้มีขนาดความกว้างประมาณ 2 ฟุต ยาวประมาณ 1 หลา ที่ทำเป็นผ้าคลุมแบบสี่เหลี่ยมจัตุรัสก็มี

4. ผ้าลีมา เป็นผ้ามัดหมี่โบราณประเภทผ้าปุม ผ้าชนิดนี้จัดเป็นผ้าชั้นสูงประเภทหนึ่ง ที่นิยมใช้กันมากในกลุ่มชาวมุสลิมผู้มีเชื้อสายชวา - มลายู ในสมัยก่อนภาคใต้ตอนล่างผ้าชนิดนี้จะมีใช้อยู่ในกลุ่มชนชั้นสูง และมีฐานะดีทั้งชาวมุสลิมและชาวพุทธ เนื่องจากผ้าชนิดนี้มีลวดลายสวยงามเด่น สะดุดตา และมีราคาแพง ผืนผ้าทอขึ้นมาจากเส้นไหมชั้นดีเส้นเล็กละเอียดที่เรียกกันว่าไหมน้อย ที่เป็นผ้าฝ้ายแกมไหมก็มีพบบ้างเล็กน้อย ส่วนที่เป็นผ้าฝ้ายล้วน ๆ ยังไม่พบ

ลักษณะของผ้าลีมา ผ้าชนิดนี้จะมีลักษณะเป็นฝ้ายาวหรือผ้าปล่อย (ผ้าลือปลั) คล้ายผ้าขาวม้า แต่ผ้าลีมาผืนผ้าจะมีขนาดกว้างและยาวกว่าประมาณสองเท่าตัว คือมีความกว้างประมาณ 80 - 85 เซนติเมตร ยาวประมาณ 210 - 220 เซนติเมตร ลักษณะเด่นของผืนผ้าจะอยู่ที่เชิงของผ้าซึ่งมีสีแดง เท่าที่พบในขณะนี้ผ้าลีมาทุกผืนจะมีเชิงสีแดงทุกผืน แต่ก็มีพบบ้างในจำนวนไม่กี่ผืนที่มีเชิงเป็นสีน้ำตาลแกมแดง ลวดลายที่เชิงผ้าจะมีความสวยงามและเด่นสะดุดตามากกว่าลวดลายในผืนผ้าหรือท้องผ้า ลักษณะของลายเชิงผ้าพบว่า ในลวดลายเหล่านั้นจะมีลายคล้ายลายเชิงผ้าของอินเดียที่ไทยออกแบบและสั่งเขามาจากอินเดียก็มี เป็นลวดลายในศิลปะแบบชวา - มลายูก็มี ในบางผืนจะมีความคล้ายกับลายในเชิงผ้าปุมเขมร ในท้องที่แถบจังหวัดสงขลา - มลายูก็มี ในบางผืนจะมีความคล้ายกับลายในเชิงผ้าปุมเขมร ในท้องที่แถบจังหวัดสงขลา จังหวัดพัทลุง จังหวัดนครศรีธรรมราช เรียกผ้าแบบนี้ว่า "ผ้าชอลาะะ"

ผ้าโบราณปัตตานีนอกจากจะเรียกชื่อดังกล่าวแล้ว ยังเรียกชื่อซึ่งแตกต่างกันไปตามรูปแบบของลวดลายในผืนผ้า เช่น ผ้าลีมาปะไลกัต (ผ้าลีมาลายตาหมากรุก) ผ้าลีมาบินตัง (ผ้าลีมาลายดาวกระจาย) ผ้าลีมาบูกะด (ผ้าลีมาลายตาข่าย) ผ้าลีมาอายะด (ผ้าลีมาลายอักษรอาหรับ) ผ้าลีมาจวา (ผ้าลีมาลายจวนหรือผ้าลีมาล่องจวน) รูปแบบและลวดลายที่มีหลากหลายเช่นนี้ แสดงถึงพัฒนาการของผลิตภัณฑ์และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมในด้านการผลิต และการใช้ผ้าของเมืองปัตตานีที่มีชื่อเสียงมาเป็นเวลานานหลายศตวรรษที่ผ่านมา

ผ้าบาติก

ผ้าบาติก (Batik) ผ้าชนิดนี้จะใช้เทคนิคในการลงเทียน หรือขี้ผึ้งลงบนผืนผ้า แล้วนำไปย้อมสี จากนั้นนำมาต้มเพื่อเอาขี้ผึ้งออก ตำแหน่งที่เคยปิดทับด้วยขี้ผึ้งมาก่อนสีจะไม่ติด เกิดเป็นลวดลายสีขาวขึ้นมาในตำแหน่งนั้น จะเพิ่มสีอื่น ๆ เข้าไปหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับความต้องการหรือกรรมวิธีพิเศษของช่างผู้ผลิต เทคนิคการลงขี้ผึ้งนี้ในภาษาอินโดนีเซีย(ชวา) จะเรียกว่า "BATIK" ผ้าที่เกิดลวดลายขึ้นในผืนผ้าด้วยเทคนิคอันนี้จึงเรียกขานกันว่า ผ้าบาติก หรือ ผ้าบาเต๊ะ หรือ ผ้าปาเต๊ะ ซึ่งเป็นชื่อผ้าที่ใช้เทคนิคของการผลิตนำมาตั้งชื่อ และผ้าชนิดนี้เป็นผ้าชนิดเดียวกับที่เรียกกันในสมัยโบราณว่า ผ้ายาวา หรือผ้ายาวอ ซึ่งมีแหล่งผลิตที่สำคัญอยู่ในเกาะชวา



ภาพที่ 2.15 ผ้าบาติก

ที่มา: ปัทมา โรจนอุดมศาสตร์. 2536 : 4-6.

ส่วนที่ 6 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

ในการดำเนินกิจการใดๆ ทุกหน่วยงานหรือทุกองค์กรต่างก็มีความมุ่งหวังที่จะให้หน่วยงาน หรือองค์กรของตนมีภาพลักษณ์ที่ดี มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างจากผู้อื่น รวมทั้งได้รับการยอมรับและเชลท์ถือจากบุคคลทั่วไป และการที่องค์กรจะได้มาซึ่งสิ่งเหล่านี้ นอกเหนือจากการมีระบบการบริหารงานที่ดี มีบุคลากรและสภาพแวดล้อมที่ดีแล้ว สิ่งที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าสิ่งที่กล่าวมาแล้วนั้นคือ การมีระบบเอกลักษณ์องค์กรที่ดี ซึ่งเป็นส่วนเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

6.1 ความหมายของออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

คำว่า "อัตลักษณ์องค์กร" หรือ Corporate Identity (CI) หมายถึง การแสดงออกให้เห็นถึงภาพลักษณ์ (Image) ที่ปรากฏต่อสายตาผู้อื่น พร้อมกับแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ (Identity) ขององค์กรนั้น โดยอาศัยองค์ประกอบกราฟิก เดิมทีจะเป็นคำที่ใช้เกี่ยวกับการวางระบบอัตลักษณ์องค์กร เนื่องจากองค์กรบางแห่งให้ความสำคัญตราสินค้ามากกว่าชื่อองค์กร จึงเป็นที่มาของการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้กับสินค้า (Brand Identity) นอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้นแล้ว ยังมีการวางระบบอัตลักษณ์สำหรับใช้ในโครงการต่างๆ อาทิ โครงการปีการท่องเที่ยวไทย 2541 - 2542 (Amazing Thailand) งานแสดงสินค้านานาชาติ (EXPO) การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การแข่งขันกีฬาไอซีเอ็นเกมส์ เป็นต้น

การสร้าง CI ก็เปรียบเสมือนกับการที่คนเรารู้จักปรุงแต่งรูปร่างหน้าตา การแต่งกายให้สวยงาม เหมาะสมกับบุคลิกภาพของตน เพื่อดึงดูดความสนใจใคร่อยากรู้จัก เช่นเดียวกับองค์กรที่มี IC ที่ดี ได้รับการออกแบบที่ดี ผลิตภัณฑ์ สินค้า หรือบริการมีรูปลักษณะที่สวยงาม ก็จะสามารถดึงดูด หรือก่อให้เกิดความสนใจใคร่ลองใช้สินค้าหรือบริการนั้น ๆ ยิ่งถ้ามีคุณภาพดีด้วยแล้ว ก็จะทำให้สินค้าหรือบริการนั้นประสบความสำเร็จในการเพิ่มยอดขายยิ่งขึ้น ดังนั้นสิ่งที่จะเป็นตัวช่วยกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ก็คือความน่าเชื่อถือ และความไว้วางใจในตราสินค้าเหล่านั้น ซึ่งเกิดจากการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้า หรือบริษัทผู้ผลิต นั่นก็คือการสร้าง CI ที่ดีนั่นเอง



ภาพที่ 2.16 สัญลักษณ์การแข่งขันกีฬาอิสลาม เกมส์ ครั้งที่ 3 เมืองปาล์มบัง ประเทศอินโดนีเซีย

6.2 ความเป็นมาของอัตลักษณ์องค์กร

เป็นการยากที่จะว่า CI นั้นมีจุดเริ่มต้นจากใคร เมื่อไร แต่ก็พอจะกล่าวได้ว่า มีต้นกำเนิดในทวีปยุโรปเป็นแห่งแรกในในราวศตวรรษที่ 19 โดยเริ่มจากความต้องการของผู้ค้า ซึ่งมีความประสงค์ที่จะแสดงความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะในตัวสินค้า หรือบริการที่ให้แก่ผู้ซื้อโดยมีการใช้กับสินค้าหัตถกรรมเป็นสินค้าประเภทแรก สัญลักษณ์ที่แสดงความเป็นอัตลักษณ์เหล่านี้จะปรากฏอยู่บนสิ่งของทุกอย่าง ไม่ว่าจะเป็นกระดาษเขียนจดหมายซองจดหมาย จนถึงป้ายหน้าร้าน เป็นต้น

ในสหรัฐอเมริกาได้มีการใช้สัญลักษณ์เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของในกลุ่มผู้ประกอบการอาชีพปศุสัตว์ทางภาคตะวันตกของประเทศ ที่เรียกว่าเครื่องหมาย Cattle Brand ได้แก่

เครื่องหมายที่ใช้ตราสารตัวเลี้ยงในฟาร์ม โดยจะใช้เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์อย่างง่าย ๆ หรือใช้ตัวอักษรที่อยู่ของเข้าของฟาร์ม ต่อมาได้มีการดำเนินธุรกิจและเกิดการแข่งขันกันอย่างแพร่หลาย นักธุรกิจทั้งหลายจึงหันมาให้ความสนใจ และเห็นความสำคัญของการออกแบบ ซึ่งมีส่วนช่วยในการเพิ่มยอดขาย จึงได้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในช่วงทศวรรษ 1930 หลังช่วงเศรษฐกิจตกต่ำครั้งใหญ่ในสหรัฐอเมริกาจึงทำให้สินค้าเหล่านั้นประสบความสำเร็จมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักแพร่หลาย สินค้าเหล่านั้นได้แก่ สีดัทช์บอย (Dutch Boy) โทรทาร์คาร์ ซี เอ (RCA) น้ำมันโมบิล (Mobil) เป็นต้น



ภาพที่ 2.17 สัญลักษณ์อักษรย่อมาจาก PETROLIAM NASIONAL BERHAD หยดน้ำมันของบริษัทน้ำมันของปิโตรนาส (PETRONAS)

ในตอนปลายของทศวรรษ 1930 ได้มีการตั้งโรงเรียนบาเฮาส์ (Bauhaus) ซึ่งเป็นโรงเรียนที่เปิดการสอนด้านการออกแบบในสาขาต่างๆ ขึ้นเป็นแห่งแรก จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาด้านการออกแบบอย่างจริงจังจนก่อให้เกิดกระแสความต้องการเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์เพื่อใช้เป็นเครื่องหมายการค้า (Trademark) ที่แสดงถึงคุณสมบัติเฉพาะของผลิตภัณฑ์นั้น

นับจากช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีการเจริญเติบโตทางอุตสาหกรรมเป็นต้นมา ได้มีนักออกแบบที่มีความรู้ความสามารถจากสถาบันที่มีชื่อเสียงหลายคน เป็นผู้จุดประกายให้กับวงการการออกแบบเรขศิลป์ (Graphic Design) ด้วยการนำองค์ประกอบด้านกราฟิกมาใช้ในการสร้างสัญลักษณ์และการออกแบบ CI

ในช่วงนี้นับเป็นจุดเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ เนื่องจากก่อนหน้านี้งานออกแบบกราฟิกได้ถูกใช้เป็นส่วนตกแต่งให้สวยงามแต่เพียงอย่างเดียว โดยมีได้ตระหนักถึงความสัมพันธ์

ระหว่างการออกแบบกับความสำเร็จทางการตลาด จึงนับเป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบเรขศิลป์ที่สำคัญ ซึ่งถือเป็นรากฐานของการออกแบบในปัจจุบัน

ในทศวรรษ 1950 ซึ่งเป็นยุคที่บริษัทต่าง ๆ มีการเจริญเติบโตในรูปแบบธุรกิจข้ามชาติ และบริษัทรวมธุรกิจได้มีจำนวนเพิ่มขึ้น หลายบริษัทได้เปลี่ยนเครื่องหมายการค้าเดิมเป็นเครื่องหมายการค้าใหม่ โดยเชื่อว่าจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงขนาดและขอบเขตธุรกิจนั้น ๆ ได้ดียิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงเครื่องหมายการค้าเป็นเรื่องที่ทุกฝ่ายในบริษัทควรจะต้องพิจารณาอย่างถี่ถ้วน เพราะเป็นเรื่องที่อาจก่อให้เกิดความเสียหายอย่างใหญ่หลวงแก่บริษัทได้

ในช่วงต้นและช่วงกลางของทศวรรษ 1960 ระบบการออกแบบ CI ได้กลายเป็นแนวคิดสู่ความสำเร็จ ที่ทุกองค์กรทุกบริษัทต่างตื่นตัวกันอย่างมาก ในการที่จะสร้างสัญลักษณ์และระบบ CI ให้กับบริษัทหรือสินค้าของตน

ในทศวรรษ 1970 ได้มีการเพิ่มจำนวนองค์กรที่ต้องการพัฒนา CI ในองค์กรของตนขึ้นเป็นจำนวนมาก เนื่องจากบริษัทเหล่านั้นตระหนักถึงผลตอบแทนที่ได้รับ และต่างก็ทุ่มเงินมหาศาลในการสร้างและเปิดตัวสัญลักษณ์ใหม่ รวมทั้งแผนรณรงค์ต่างๆ จนกระทั่งเกิดกรณี วอเตอร์เกต (Watergate) ซึ่งทำให้สหรัฐอเมริกาประสบกับปัญหาทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม จึงทำให้องค์กรต่างๆ พากันระงับแผนพัฒนา CI ด้วยการหันไปให้การสนับสนุนกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสังคม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรของตนแทน เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า จึงนับได้ว่าเป็นช่วงของการถดถอย เนื่องจากบริษัทส่วนใหญ่ไม่เห็นความสำคัญในเรื่องของ CI ทำให้การพัฒนา CI ต้องชะงักไปชั่วระยะเวลาหนึ่ง

ในช่วงกลางของทศวรรษ 1980 เป็นช่วงเวลาที่คอมพิวเตอร์ได้เริ่มเข้ามามีบทบาทในการทำงานและใช้ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ในวงการการออกแบบก็เช่นกัน ได้มีการคิดโปรแกรมสำเร็จรูปต่างๆ เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกในการออกแบบขึ้นมากมาย จึงอาจกล่าวได้ว่า ทศวรรษ 1980 เป็นอีกช่วงเวลาหนึ่งที่ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นตัวผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในวงการออกแบบ และยังคงมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน

สำหรับประเทศไทยนั้น อาจกล่าวได้ว่าใช้ CI ได้เริ่มแพร่หลาย และเป็นที่ยอมรับว่ามีความสำคัญประมาณ 10 ปีที่ผ่านมาเอง แม้ว่าในความเป็นจริงการออกแบบเรขศิลป์จะเป็นที่รู้จักกันในวงการโฆษณาในประเทศไทยมาตั้งแต่ทศวรรษ 1980 ก็ตาม ดังจะเห็นได้จากการออกแบบในระยะแรกจะเป็นการออกแบบสัญลักษณ์ สิ่งพิมพ์ธุรกิจหรือสิ่งพิมพ์โฆษณาให้กับบริษัทหรือองค์กรต่างๆ โดยยังมีได้มีการวางระบบ CI ให้กับบริษัท หรือองค์กรเหล่านั้น เนื่องจากทั้งผู้ว่าจ้างและผู้ออกแบบยังมิได้ตระหนักถึงความสำคัญของการมีระบบ CI นั้นเอง งานออกแบบ

และวางระบบ CI ที่เป็นจุดเริ่มต้นของการออกแบบ CI ในปัจจุบัน เห็นจะได้แก่การออกแบบ CI ให้กับบริษัทการบินไทยจำกัด (มหาชน) โดยบริษัทวอลเตอร์ แลนด์เออร์ แอนด์ แอสโซซิเอท จำกัด (Walter Landor and Associates ,Co.,Ltd.) สำหรับงานออกแบบ CI อื่นๆ ในปัจจุบันที่เห็นควรหยิบยกเป็นตัวอย่างได้แก่ การออกแบบ CI โครงการปีท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2541 - 2542 การออกแบบ CI การแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 เป็นต้น

6.3 ความสำคัญของอัตลักษณ์องค์กร

แม้ว่าองค์กรจะมีภาพลักษณ์ที่ดีเพียงใด แต่ถ้าภาพลักษณ์นั้นมิได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชน หรือผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ภาพลักษณ์ที่ดีนั้นย่อมไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรเท่าที่ควร ด้วยเหตุนี้องค์กรที่ประสบความสำเร็จหลายแห่งจึงได้กำหนดให้มีแผนสำหรับ CI รวมอยู่ในแผนการบริหารงานองค์กรด้วย การเปลี่ยนแปลงซึ่งส่งผลต่อต่อความสำเร็จขององค์กรนั้นมิได้เกิดขึ้นจากการบริหารงานภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงปัจจัยภายนอก อาทิ สภาพการณ์ทางการตลาด คู่แข่ง เป็นต้น การมีแผนสำหรับ CI ที่ดีจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่ช่วยรับมือการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เหตุที่องค์กรส่วนใหญ่ต้องการ CI นั้น มักมีที่มาจากสาเหตุ 2 ประการคือ

6.3.1 องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ต้งขึ้นมาใหม่ และมีคู่แข่งในธุรกิจนั้นเป็นจำนวนมาก จึงต้องการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวสำหรับองค์กร

6.3.2 องค์กรนั้นเป็นองค์กรที่ต้งมานานพอสมควร และเห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนารูปแบบ CI เสียใหม่ ซึ่งระยะเวลาที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลง CI นั้นขึ้นอยู่กับ

- ลักษณะของธุรกิจแต่ละประเภท เช่น ถ้าเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับแฟชั่นเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง ฯลฯ อาจมีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยน CI บ่อยครั้งกว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงิน เช่น ธนาคาร เป็นต้น

- แผนการตลาด องค์กรต่างๆ ควรมีแผนการบริหารงานระยะยาว ซึ่งรวม CI อยู่ในแผนนั้นๆ ด้วย เพื่อให้การสร้าง CI เป็นไปอย่างต่อเนื่อง และมีทิศทางที่ชัดเจน



ภาพที่ 2.18 การประดิษฐ์ตัวอักษรภาษาอาหรับ สัญลักษณ์สายการบินเอมิเรต

เหตุผลในการปรับเปลี่ยน CI ไม่ว่าจะมาจากกรณีที่ "สัญลักษณ์" ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบเบื้องต้นที่สำคัญที่สุดในการสร้าง CI นั้นได้ใช้งานมานานพอสมควรแล้ว หรือเกิดจากความต้องการของฝ่ายบริหารก็ตาม สิ่งที่ต้องพิจารณาควรตั้งคำถามถามตัวเองให้ชัดเจนเสียก่อนก็คือ องค์ประกอบจะเปลี่ยนแปลงอย่างไร และคาดหวังที่จะได้อะไรจากการเปลี่ยนแปลงนั้น เพราะคำตอบที่ได้จะเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดแนวทางในการปรับเปลี่ยน CI กระบวนการในการสร้างภาพลักษณ์ที่ประสบความสำเร็จ จะเป็นกระบวนการที่ดำเนินไปอย่างช้าๆ ค่อยเป็นค่อยไป รวมทั้งต้องมีการวางแผนที่ดีและต่อเนื่อง เพราะการกระทำใดๆ ที่ก่อให้เกิดความผิดพลาด อาจนำองค์กรไปสู่ความหายนะ ด้วยเหตุนี้องค์กรจึงจำเป็นต้องมีการพิจารณาอย่างถี่ถ้วนและรอบคอบ อาจกล่าวได้ว่าสิ่งที่จะเป็นดัชนีบ่งชี้ให้เห็นถึงเวลาที่ควรจะมีการปรับเปลี่ยน CI ขององค์กรมีดังนี้

1. ชื่อและสัญลักษณ์ที่ล้าสมัยเมื่อสัญลักษณ์ขององค์กรมีการใช้งานเป็นระยะเวลา นานพอสมควร ก็มีความจำเป็นที่จะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความทันสมัยและเหมาะสมยิ่งขึ้น สิ่งที่ต้องพิจารณาที่ควรระวังคือ พยายามหลีกเลี่ยงความสับสนที่จะเกิดแก่ผู้บริโภคด้วยการสื่อสารให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจถึงการปรับเปลี่ยนสัญลักษณ์นั้นๆ
2. การขยายองค์กร จะเกิดขึ้นเมื่อองค์กรได้ดำเนินธุรกิจและมีผลกำไรเกิดขึ้น จึงเกิดการขยายองค์กรเป็นบริษัทสาขา หรืออาจเกิดจากการขยายตัวไปสู่ธุรกิจประเภทอื่นซึ่งทำให้ต้องการสัญลักษณ์ที่สามารถแสดงหรือครอบคลุมขอบเขตของธุรกิจนั้นๆ ได้ดียิ่งขึ้น
3. การเลิกดำเนินธุรกิจบางส่วน การปรับโครงสร้าง หรือเปลี่ยนแปลงการบริหารงานในองค์กร ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ในการบริหาร และส่งผลกระทบต่อภาพรวมองค์กร
4. ตลาดของธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลง เช่น มีคู่แข่งเพิ่มขึ้น หรือมีการเปลี่ยนแปลงข้อกำหนดของอุตสาหกรรมนั้นๆ

5. เมื่อสินค้าหรือบริการเป็นที่รู้จักและจดจำได้มากกว่าสัญลักษณ์ขององค์กร ตัวอย่างเช่น นีเวีย เป็นผลิตภัณฑ์ที่คนทั่วไปรู้จักมากกว่าชื่อบริษัท เบียร์สคอร์ดฟ ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิต เป็นต้น

6. ผลประกอบการทดลอง สัดส่วนของผลกำไรหรือส่วนแบ่งทางการตลาดที่ลดลง ล้วนเป็นดัชนีบ่งชี้ที่ชัดเจนที่องค์กรจะต้องรีบหันมาพัฒนาตนเองอย่างรีบด่วน องค์กรที่สาธารณชนเป็นผู้กำหนดในการซื้อสินค้าหรือบริการ มักจะอาศัยภาพลักษณ์ ขององค์กรเป็นสำคัญ ภาพลักษณ์ที่เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือลบ ส่วนใหญ่เป็นผลสืบเนื่องมาจาก ความรู้สึกที่เกิดขึ้นไม่เฉพาะจากผู้บริโภค แต่รวมถึงผู้ลงทุนและลูกค้าในอนาคตอีกด้วย การมี CI ที่ดีจะมีส่วนช่วยเพิ่มผลกำไร และช่วยให้องค์กรนั้นสามารถดำรงอยู่ในตลาดต่อไปได้

7. เมื่อบริษัทถูกที่อยู่ภายใต้บริษัทแม่ที่มีชื่อเสียง ต้องการสร้างภาพลักษณ์ของตนให้เด่นชัด และประสบความสำเร็จเทียบเท่าบริษัทแม่

8. เกิดปัญหาในเรื่องการสรรหาบุคลากรเพื่อมาทำงานในองค์กร หรือเกิดปัญหาภายในระหว่างฝ่ายต่างๆ หรือระหว่างฝ่ายกับองค์กร

ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้เป็นเพียงดัชนีบ่งชี้บางประการ ที่องค์กรสามารถใช้ประกอบการพิจารณาเพื่อปรับเปลี่ยน CI ซึ่งอาจมีประเด็นนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น ขึ้นอยู่กับขนาดและความซับซ้อนในการบริหารงานขององค์กรนั้น

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลง CI แต่เพียงอย่างเดียว ไม่อาจทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรดีขึ้น หรือทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพต่ำให้กลับมาภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นได้ จำเป็นต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างนักออกแบบ ผู้บริหารองค์กร นักการตลาด ฯลฯ จึงจะทำให้เกิดระบบอัตลักษณ์ขององค์กรที่มีประสิทธิภาพ

6.4 ภาพลักษณ์องค์กร

"ภาพลักษณ์องค์กร" (Corporate Image) คือภาพที่องค์กรปรากฏต่อสาธารณชนผ่านทางผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็น "ภาพ" ที่บุคคลทั่วไปไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภค คู่แข่ง ผู้ค้าปลีกหรือสังคมโดยรวม เข้าใจว่าองค์กรนั้นเป็นอย่างไร ซึ่งแตกต่างจาก "อัตลักษณ์องค์กร" (Corporate Identity) ที่หมายถึงการสร้างความเป็นอัตลักษณ์แก่องค์กรโดยอาศัยเครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ที่สามารถสะท้อนภาพที่องค์กรนั้นๆ ต้องการนำเสนอต่อสังคม เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับ อัตลักษณ์ขององค์กรจะต้องมีความชัดเจน มิใช่เป็นเพียงชื่อหรือคำขวัญ (Slogan) สั้นๆ แต่จะต้องเป็นสิ่งที่เป็นจริง มองเห็นได้และเป็นที่ยอมรับเป็นพื้นฐานของการกำหนดรูปแบบสินค้าหรือบริการ รวมถึงอาคารสำนักงาน โรงงาน ห้องแสดงสินค้า ตลอดจนการส่งเสริมการขายต่างๆ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์องค์กร คือภาพขององค์กรในลักษณะที่เป็นนามธรรมในขณะที่อัตลักษณ์องค์กรคือ การสะท้อนภาพลักษณ์ขององค์กรออกมาเป็นรูปธรรม โดยอาศัยเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่แสดงถึงภาพลักษณ์ขององค์กรนั้นๆ โดยทั่วไปอัตลักษณ์องค์กรจะเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ ยิ่งในโลกที่มีการแข่งขันสูงดังเช่นปัจจุบันด้วยแล้ว องค์กรต่างๆ ยิ่งต้องปรับปรุงอัตลักษณ์เพื่อให้มีความเหมาะสมและมีความทันสมัยทันสมัยอยู่เสมอ เพื่อสร้างความนิยมให้เกิดขึ้นในใจผู้บริโภค ในขณะที่ภาพลักษณ์ขององค์กรมักจะเป็นสิ่งเกิดขึ้นในใจผู้บริโภคแล้วเปลี่ยนใจได้ยาก เช่น น้ำมันบางจากอาจต้องการเปลี่ยนภาพลักษณ์เป็นองค์กรที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ด้วยการออกแบบสัญลักษณ์ใหม่ให้มีความทันสมัยขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเช่นนี้อาจเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคไม่ยอมรับ จึงเป็นสิ่งที่ควรไตร่ตรองอย่างรอบคอบ

6.5 ผลที่องค์กรจะได้รับจากการมีอัตลักษณ์ที่ดี ภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ดีขององค์กร จะให้ประโยชน์แก่องค์กร ดังนี้

6.5.1 องค์กรนั้นได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวาง การยอมรับกับระยะเวลา นั้นได้รับการตอบรับจากสังคม ซึ่งการยอมรับต้องอาศัยระยะเวลาที่ผลิตรถยนต์นั้นๆ สามารถพิสูจน์ให้เห็นถึงคุณภาพที่ดี และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เช่น เมื่อกล่าวถึงรถยนต์เมอร์เซเดส เบนซ์ ภาพที่มีอยู่ในใจคนทั่วไปคือความหรูหราสง่างาม รถยนต์บีเอ็มดับเบิลยูในภาพลักษณ์ที่หรูหรา ปราดเปรียวว่องไว เป็นต้น การสร้างภาพลักษณ์ให้ผู้บริโภคยอมรับเป็นสิ่งที่เกิดได้ยาก และเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็เปลี่ยนแปลงได้ยากเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น โคคา โคล่า ซึ่งครองความเป็นผู้นำในน้ำอัดลม ได้ดำเนินกลยุทธ์ผิดพลาดครั้งใหญ่ ด้วยการเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่เป็น " New Coke" หลังจากออกวางตลาดได้เพียง 11 สัปดาห์ผู้บริหารโคคา โคล่าได้ตระหนักถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น กล่าวคือยอดขายลดลงอย่างเห็นได้ชัด บริษัทจึงต้องรีบปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เสียใหม่ โดยเปลี่ยนจาก "New coke" เป็น "Coke Classic" แทน และสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบว่า โค้กยังมีส่วนผสมและรสชาติเหมือนเดิม จึงสามารถเรียกความภักดีในตราสินค้ากลับคืนมาได้ แต่ต่อมาจะได้มีการเปลี่ยนแปลงเป็นข้อความว่า "อย่างไร้ก็โค้ก" หรือ " Always Coke" ก็ตาม จะเห็นได้ว่าไม่มีการใช้ข้อความที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกเคลือบแคลงสงสัยในตัวสินค้าอีกเลย เหตุการณ์ในครั้งนั้นนับเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจ และควรเป็นอุทาหรณ์สำหรับผู้บริหารทุกคนที่ควรพิจารณาให้ถี่ถ้วนก่อนที่จะตัดสินใจ เปลี่ยนแปลงใดๆ (Napoles, 1988, หน้า 20)



ภาพที่ 2.19 สัญลักษณ์ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย มีตัว “อะลีฟ” อักษรภาษาอาหรับตัวแรก ในการสะกดคำว่า “อิสลาม” และอักษร “ไอ” ในคำภาษาอังกฤษว่า “Islamic” ซึ่ง ตัวนี้เป็นรูปพระจันทร์เสี้ยว และดาวสี่เหลี่ยมทอง อยู่บนพื้นสีเขียว

6.5.2 แสดงให้เห็นถึงความยิ่งใหญ่ขององค์กร ผู้บริโภคล้วนต้องการความรู้สึก เชื่อมั่นว่า เขากำลังติดต่อหรือใช้บริการขององค์กรที่มีความมั่นคงและเชื่อถือไว้วางใจได้

6.5.3 ความรู้สึกเชื่อมั่นในความมีประสิทธิผลและความเก่าแก่ขององค์กร ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับชื่อของสินค้าหรือองค์กรที่มีความเก่าแก่และมีภาพลักษณ์ที่ดีทำให้เกิด การยอมรับและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ต้องสั่งสมมาเป็นระยะ เวลานาน กว่าองค์กรจะสามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ได้ ตัวอย่างเช่น ไก่ฟ้าหรือวิลสัน ซึ่งเป็นบริษัทเก่าแก่ซึ่งมีการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูง อาจใช้ข้อความโฆษณาโดยอาศัย ภาพลักษณ์เดิม ที่ผู้บริโภคให้ความเชื่อถือ ด้วยการอ้างถึงชื่อบริษัท ในการโฆษณาซึ่งนับเป็นข้อ ได้เปรียบสำหรับบริษัทที่มีภาพลักษณ์ที่ดีเมื่อเปรียบเทียบกับบริษัทที่เพิ่งก่อตั้ง

6.5.4 แสดงให้เห็นถึงการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่อง การสร้างภาพลักษณ์ของ องค์กรเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นอย่างช้าๆ ต้องอาศัยระยะเวลาพอสมควร ในการที่จะแสดงให้เห็นถึงความ สม่าเสมอ ในการดำเนินธุรกิจอย่างต่อเนื่องขององค์กรนั้นๆ บางครั้งภาพลักษณ์ขององค์กร อาจไม่ เป็นไปตามที่องค์กรนั้นๆ ต้องการให้เป็น หรืออัตลักษณ์และภาพลักษณ์ขององค์กร อาจไม่เป็นไป ในทิศทางเดียวกัน อันเนื่องมาจากการมองเห็นปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาไม่ถูกต้อง หรืออาจเกิด จากการได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน สิ่งเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรทั้งสิ้น ดังจะได้ กล่าวถึงอย่างละเอียดในบทต่อไป

6.5.5 กระตุ้นให้บุคลากรมีส่วนร่วม การที่องค์กรมี CI ที่ดีจะส่งผลต่อ กระบวนการคิดในองค์กร บางครั้งผู้บริหารองค์กรจะคิดถึงแต่เฉพาะเรื่องผลของกำไร หรือ ประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับแต่เพียงอย่างเดียว โดยลืมนึกถึงจุดมุ่งหมายขององค์กรนั้นๆไป ส่วนที่มี

ความสำคัญที่สุดของระบบ CI คือการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดกระบวนการคิดในองค์กร โดยระบบ CI จะเป็นตัวตั้งคำถามบุคลากรในองค์กร อาทิภาพที่องค์กรนั้นต้องการให้บุคคลภายนอกเห็นเป็นอย่างไร หรือทำอย่างไรจึงจะบรรลุถึงเป้าหมายที่วางไว้ เป็นต้น ระบบ CI จะเป็นตัวกระตุ้นให้ทุกคนตื่นตัว กระตุ้นให้เกิดความคิดที่สนองต่อนโยบายขององค์กรตามทิศทางและแผนที่วางไว้ อันจะก่อให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่องค์กร

6.5.6 ได้บุคลากรที่เป็นบุคคลชั้น "หัวกะทิ" เมื่อองค์กรมีระบบ CI ที่ดี องค์กรนั้นย่อมจะมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในสายตาของบุคคลทั่วไป จึงมักจะได้อุบัติการณ์ที่มีความรู้ความสามารถมาร่วมงาน เนื่องจากทุกคนย่อมปรารถนาที่จะได้ทำงานในองค์กรที่ประสบความสำเร็จ ในทางกลับกันองค์กรจะดีมีชื่อเสียงได้ก็ย่อมต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเช่นกัน ยิ่งองค์กรนั้นมีบุคลากรที่มีคุณภาพมากเท่าไร องค์กรนั้นก็ยิ่งมีความมั่นคง มีชื่อเสียง และมีภาพลักษณ์ที่ดียิ่งขึ้นเท่านั้น

6.5.7 สร้างเครือข่ายได้ง่าย เมื่อองค์กรสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ผลที่ตามมาคือการมีเครือข่ายที่ดี การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีกับตัวแทนจำหน่ายจะทำให้องค์กรเจ้าของผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์เชิงบวก สิ่งที่องค์กรจะได้รับคือ ข่าวสารข้อมูลจากตัวแทนจำหน่าย ในเรื่องของคู่แข่ง พฤติกรรมผู้บริโภค ฯลฯ ซึ่งล้วนแต่เป็นประโยชน์ต่อองค์กรทั้งสิ้น

6.5.8 แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะขององค์กร การสร้างอัตลักษณ์องค์กรที่ดีนั้นสามารถบ่งชี้ถึงคุณลักษณะขององค์กร และระบุผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน เช่น โทรศัพท์มือถือยี่ห้อวันทูคอลล์ ให้ภาพลักษณ์ของความสะดวกสบายทันสมัย กลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น

อัตลักษณ์มิใช่เป็นเพียงแค่อัตลักษณ์หรือองค์ประกอบกราฟิกที่มีความงามเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวพันกับเรื่องของ นโยบาย กลยุทธ์ รวมทั้งอารมณ์และความรู้สึกอีกด้วย บริษัทจึงจำเป็นต้องมีการวางระบบ CI ที่ดี เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทสาขาเหล่านั้น ในขณะที่เดียวกันก็แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กับบริษัทแม่ด้วย ซึ่งบริษัทแม่มักจะให้แต่ละสาขามีอิสระในการบริหารงานเพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของตน ภายใต้ชื่อของบริษัทแม่ เนื่องจากบริษัทมีลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ที่บริษัทต้องการสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้เกิดกับลูกค้าเหล่านั้น

6.6 องค์ประกอบของอัตลักษณ์ และเครื่องหมายการค้า

โดยทั่วไปแล้วการสร้างอัตลักษณ์ประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ส่วน คือ ชื่อ และเครื่องหมาย แต่ในการวางระบบอัตลักษณ์ให้สมบูรณ์นั้น ยังมีองค์ประกอบอื่นที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนชื่อและเครื่องหมาย ได้แก่ ตัวอักษร (Typography) สีอัตลักษณ์ (Color Signiture)

ข้อความประกอบ (Tag Line) รวมถึงรูปแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (Sigtured Pattern) ซึ่งองค์ประกอบทั้งหมดนี้อาจเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า องค์ประกอบหลัก (Main Identity) หรือ องค์ประกอบพื้นฐาน (Core Identity) ในการสร้างอัตลักษณ์

6.6.1 องค์ประกอบของอัตลักษณ์ (Elements of Identity)

6.6.1.1 ชื่อ (Names) ชื่อของบริษัทเป็นสิ่งที่มีความสำคัญนับเป็นลำดับแรกก็ว่าได้ ดังนั้นจึงใคร่ขอทำความเข้าใจถึงที่มาของชื่อต่างๆ ว่า โดยทั่วไปแล้วมีหลักในการตั้งชื่อองค์ประกอบอย่างไร และชื่อแต่ละแบบมีข้อได้เปรียบหรือเสียเปรียบอย่างไร แบ่งการตั้งชื่อออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

6.6.1.2 ชื่อบุคคล (Personal Names) แบ่งออกได้เป็น

ชื่อผู้ก่อตั้ง (Founder Names) บริษัทที่เกิดขึ้นในยุคต้นๆ มักจะนิยมตั้งชื่อตามผู้ก่อตั้ง เช่น ชื่อสมะเชือเทศไฮนส์ (Heinz) คริมโกนหนวดยิลเล็ต (Gillete) สบู๋ ดร.มนตรี เป็นต้น บางบริษัทอาจใช้ลายเซ็นหรือลายมือที่เขียนโดยผู้ก่อตั้งมาใช้เป็นสัญลักษณ์ก็ได้

ชื่อบุคคลในประวัติศาสตร์เช่น รถลินคอล์น (Lincoln) น้ำพริกเผา พันท้ายนรสิงห์ เป็นต้น

ชื่อในเทพนิยายหรือวรรณคดี เช่น เอแจกซ์ (Ajax) ป๊อปปาย (Popeye) ยาอ้วนวันทอง ยาตองขุนแผน เป็นต้น

ชื่อบุคคลทั่วไป เช่น น้ำพริกเผาแม่ประนอม

6.6.1.3 ชื่อที่อธิบายถึงคุณลักษณะ (Descriptive Names) ชื่อประเภทนี้จะเป็นชื่อที่อธิบายถึงลักษณะธุรกิจของบริษัท ซึ่งข้อดีก็คือเข้าใจได้ง่าย แต่บางครั้งก็อาจก่อให้เกิดปัญหาในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้าได้หากชื่อนั้นเป็นชื่อทั่วไป (Generic Name) ซึ่งหมายถึงชื่อที่แสดงคุณลักษณะหรือคุณสมบัติของสินค้า เช่น ใช้ชื่อน้ำปลาตราไส้ตันไม่ได้ เพราะแสดงถึงส่วนผสมที่น้ำปลาทุกยี่ห้อใช้ การตั้งชื่อจึงต้องใช้ชื่ออย่างอื่น เช่น น้ำปลาตราตาชั่ง น้ำปลาตราทิพรส เป็นต้น สำหรับชื่อที่เป็นตัวอย่างของชื่อที่อธิบายคุณลักษณะนี้ได้แก่ แบ่งเด็กน่ารัก น้ำยาปรับผ้านุ่มฟูฟู เป็นต้น

6.6.1.4 ชื่อที่เกิดจากการสร้างคำขึ้นมาใหม่ (Coined Names) ชื่อลักษณะนี้จะเป็นการนำสระ พยัญชนะมาผสมกันเป็นคำใหม่ ที่แม้จะไม่มี ความหมายแต่ก็สามารถสร้างข้อกำหนดเฉพาะได้ เช่น เป็นคำสั้นๆ จดจำง่าย มีพลัง อ่านออกเสียงได้ไพเราะหรือเป็นคำที่เมื่อนำตัวอักษรมาเรียงกันแล้วดูน่าสนใจ หรือสามารถออกแบบจัดวางให้สวยงามได้ เป็นต้น ข้อพึงระวังสำหรับการสร้างคำก็คือ พยายามหลีกเลี่ยงการพ้องเสียงกับคำที่มีความหมายไม่ได้ใน

ภาษาอื่น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของสินค้าได้ นอกจากนั้นการสร้างคำขึ้นมาใหม่ต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูง ในการที่จะทำให้ชื่อของสินค้านั้นเป็นที่รู้จักแพร่หลายอีกด้วย ชื่อประเภทนี้ได้แก่ โกดัก (Kodak) เอสโซ (Esso) โซนี่ (Sony) ซีร็อกซ์ (Xerox) เป็นต้น

6.6.1.5 ชื่อที่มีความหมาย (Dictionary Words)

ชื่อประเภทนี้เป็นชื่อที่มีความหมายหรือคำแปลที่ชัดเจนตามพจนานุกรม ซึ่งมีข้อได้เปรียบคือมีความหลากหลายและสามารถจดจำได้ง่าย เช่น สบูไดอัล (Dial) บะหมี่ควิก (Quick) เป็นต้น

6.6.1.6 ชื่อตามสถานที่ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Names) ชื่อประเภทนี้จะเป็ชื่อที่เรียกตามชื่อเมือง อำเภอ หรือตำบล ที่มีการผลิตสินค้านั้นๆ เช่น ฟิลาเดลเฟียครีมชีส (Philadelphia Cream Cheese) ชาแม่ระมิงค์ กาแฟเขาช่อง ผลิตภัณฑ์ดอยคำ เป็นต้น

6.6.1.4 ชื่อที่มีความสำคัญกับตัวสินค้า (Associative Names) ชื่อประเภทนี้จะแสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติของสินค้าซึ่งง่ายต่อการทำให้เห็นภาพ และสื่อความหมายให้เข้าใจได้ เช่น รถจาร์กัวร์ (Jaguar) เป็นต้น

6.6.1.5 ชื่อที่ตัดทอนจากชื่อเต็ม (Abbreviated Names) ชื่อลักษณะนี้จะเป็ชื่อที่นำชื่อเต็มขององค์กรมาตัดทอน เพื่อให้เรียกได้ง่ายขึ้น ซึ่งถึงแม้ชื่อเหล่านี้จะมีชื่อที่จดทะเบียน แต่เราสามารถใช้นี้ชื่อลักษณะนี้ในการสร้างอัตลักษณ์ได้ เช่น แพนแอม (PanAm) แทนชื่อแพนอเมริกัน แอร์ไลน์ (Pan American Airlines) เคเอฟซี (KFC) แทนชื่อเคนตักกี ฟรายชิคเกน (Kentucky Fried Chicken) อย.แทนชื่อ องค์การอาหารและยา เป็นต้น

6.6.1.6 ชื่อย่อและตัวเลข (Initials and Numbers) คือการนำชื่อย่อของสินค้าหรือตัวเลขใดๆ มาใช้เป็นชื่อของสินค้า ซึ่งการตั้งชื่อประเภทนี้นับเป็นรูปแบบที่ยากที่สุดใน การสร้างให้เกิดการรับรู้และจดจำ เช่น อาร์ซีเอ (RCA) เจวีซี (JVC) น้ำหอม 4711 กย 15 เป็นต้น

6.6.2 เครื่องหมาย (Marks) ไม่ว่าจะเป็องค์กรที่มีขนาดใหญ่หรือเล็ก เครื่องหมายนับเป็นกุญแจสำคัญที่จะก่อให้เกิดระบบอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพ เครื่องหมายที่สร้างขึ้นอาจเป็นเพียงการใช้ชื่อ ตัวอักษร หรืออาจเป็นการผสมผสานระหว่างภาพกับตัวอักษร หรือภาพที่เกิดจากองค์ประกอบกราฟิกเพียงลำพังก็ได้ เครื่องหมายนั้นอาจสื่อความหมายโดยตรงถึงชื่อหรือลักษณะของธุรกิจที่บริษัทนั้นดำเนินการอยู่ หรืออาจเป็นภาพนามธรรม (Abstract) ซึ่งไม่มีความหมายใดๆ ก็ได้ นับเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกันพอสมควรถึงเรื่องของการออกแบบและสัมฤทธิ์ผล ในการใช้งานของเครื่องหมายในเชิงจิตวิทยาที่มีต่อผู้บริโภค หลายคนยอมรับว่าสิ่งทีเรียบง่ายและดูธรรมดาที่สุด มักจะประสบความสำเร็จในการใช้งานมากกว่าสิ่งทีดูซับซ้อนสวยงาม

ในขณะที่เดียวกันสิ่งที่ดูแล้วสมเหตุสมผลกว่า ก็จะสามารถสร้างให้เกิดการยอมรับได้ง่ายกว่าเช่นกัน

6.6.2.1 ตัวอักษร (Typography) ในการวางระบบอัตลักษณ์จำเป็นต้องมีการกำหนดแบบตัวอักษรที่ใช้ในงานทั้งระบบโดยทั่วไปแล้วนักออกแบบจะกำหนดแบบตัวอักษรที่ใช้ในการทำงานทั้งระบบโดยทั่วไปแล้วนักออกแบบจะกำหนดแบบตัวอักษร (Font) ที่ใช้กับสัญลักษณ์และเลือกแบบอื่นๆ ที่เข้ากันได้ดีกับแบบตัวอักษรนั้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษเตรียมเผื่อไว้สำหรับการใช้งานร่วมกับตัวอักษรที่เป็นสัญลักษณ์อีก 3 - 4 แบบ เพื่อกำหนดโครงสร้างรวมในการสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันแก่องค์กร

6.6.2.2 สีอัตลักษณ์ (Color Signature) สีจัดว่าเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ใช้เป็นตัวแทนองค์กรได้เป็นอย่างดี มักมีที่มาจากสีของสัญลักษณ์ที่นักออกแบบสร้างให้เกิดการจดจำขึ้นในใจผู้บริโภค เช่น เมื่อนึกถึงน้ำมันเชลล์เรามิได้นึกถึงแค่เพียงสัญลักษณ์รูปหอยเชลล์เท่านั้น แต่ยังมีถึงสีเหลืองและสีแดงที่ใช้กับสัญลักษณ์นั้นด้วย ดังนั้นในการวางระบบอัตลักษณ์นักออกแบบจึงกำหนดสีอัตลักษณ์และโครงสร้างอื่นๆ ที่ใช้ร่วมกับสีอัตลักษณ์นั้นขึ้นจำนวนหนึ่ง เพื่อให้การออกแบบมีความยืดหยุ่นได้บ้าง แต่ในขณะที่เดียวกันก็ยังคงไว้ซึ่งโครงสร้างอัตลักษณ์เดียวกัน

6.6.2.3 ข้อความประกอบ (Tag Line) ข้อความประกอบนี้จะขึ้นเป็นข้อความสั้นๆ ที่อธิบายถึงความเป็นองค์กรที่วางอยู่ได้ชื่อหรือสัญลักษณ์ เพื่อเป็นการอธิบายถึงคุณลักษณะเฉพาะขององค์กร สินค้าหรือบริการนั้นๆ ยกตัวอย่างเช่น "รักคุณเท่าฟ้า" หรือ "Smooth as Silk" ได้สัญลักษณ์ของการบินไทย เป็นต้น

6.6.2.4 รูปแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ (Signed Pattern) การกำหนดรูปแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์องค์กร คือ การกำหนดรูปร่างหน้าตาขององค์กรหรือภาพที่สร้างขึ้นในใจผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการรับรู้และเข้าใจถึงความเป็นองค์กรเดียวกัน ด้วยการออกแบบตกแต่งบริษัทหรือสาขาย่อยให้มีรูปลักษณะที่เหมือนกันทุกสาขา ไม่ว่าจะองค์กรนั้นจะตั้งอยู่ที่ใดหรือมีกี่สาขาก็ตาม โดยกำหนดรูปแบบการจัดวางชื่อ หรือสัญลักษณ์บนป้ายหน้าร้าน การจัดวางสินค้า การออกแบบภายในและโครงสร้างให้เหมือนกันทั้งหมด เช่น ธนาคารเอเชีย จำกัด (มหาชน) ร้านเซเว่นอีเลฟเว่น (Seven Eleven) เป็นต้น

6.6.3 เครื่องหมายการค้า (Trademarks) การที่อัตลักษณ์ขององค์กรจะประสบความสำเร็จได้หรือไม่ ขึ้นอยู่กับคุณสมบัติ 2 ประการ กล่าวคือ อัตลักษณ์นั้นสามารถจะแนะนำหรือเชิญชวนให้ใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ (Suggestiveness) และอีกประการหนึ่งคือ ทำให้

ผู้บริโภคสามารถระลึกถึงองค์กรผู้ผลิตสินค้าหรือให้บริการนั้นๆ ได้อย่างถูกต้อง (Recall) ยกตัวอย่างเช่น เมื่อผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ผู้บริโภคสามารถนึกถึงสินค้าโดยระบุตราหรือยี่ห้อของสินค้า และเลือกซื้อสินค้านั้นได้อย่างถูกต้อง เราเรียกว่า Suggestiveness และเมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้าหรือบริการใด ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงสินค้าหรือบริการนั้นเข้ากับบริษัทผู้ผลิตหรือองค์กรนั้นๆ ได้ เราเรียกกระบวนการนี้ว่า Recall บางครั้งภาพลักษณ์ขององค์กรอาจไม่เป็นไปตามที่องค์กรนั้นๆ ต้องการให้เป็น หรืออัตลักษณ์และภาพลักษณ์ขององค์กรไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อันเนื่องมาจากการมองเห็นปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาไม่ถูกต้อง หรืออาจเกิดจากการได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ฯลฯ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผลต่อการสร้างอัตลักษณ์ขององค์กรทั้งสิ้น จากองค์ประกอบของอัตลักษณ์ที่ได้กล่าวถึงแล้ว จะเห็นได้ว่าการที่จะได้อัตลักษณ์ที่ดีนั้น จำเป็นต้องมีเครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ที่ดีเป็นจุดเริ่มต้น ด้วยเหตุนี้เราจึงควรศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบ หรือรูปแบบของเครื่องหมายการค้าให้เข้าใจเสียก่อน ดังนี้

ในสหรัฐอเมริกาได้มีการให้คำจำกัดความของเครื่องหมายการค้า (Trademark) ว่า หมายถึง สิ่งใดๆ ก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นชื่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย หรือการใช้สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมานี้ ร่วมกัน จะใช้โดยบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือใช้ในองค์กรใดๆ ก็ตามเพื่อสร้างความแตกต่างในการสื่อความหมาย แสดงความเป็นเจ้าของ มีอัตลักษณ์เฉพาะตัว และแสดงถึงความเป็นมาของเครื่องหมาย (Per Mollerup, 1997, หน้า 96 - 97) ซึ่งอาจกล่าวสรุปคานิยามได้ว่า เครื่องหมายการค้าประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ เครื่องหมาย การใช้งาน และจุดมุ่งหมาย ซึ่งได้มีการแยกประเภทหรือชื่อเรียกของเครื่องหมายการค้าให้เห็นชัดเจน ดังนี้

6.6.3.1 เครื่องหมายกราฟิก (Graphic Marks) ได้แก่ เครื่องหมายที่นำลักษณะหรือเค้าโครงรูปร่างใดๆ มาตัดทอนให้มีความเรียบง่ายแต่ยังคงความเป็นสิ่งนั้นๆ ชัดเจนเพียงพอที่จะทำให้เกิดการรับรู้และเข้าใจได้แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ เครื่องหมายภาพ (Picture Marks) และเครื่องตัวอักษร (Letter Marks) ซึ่งเครื่องหมายทั้ง 2 ประเภทนี้ให้ประโยชน์ในการใช้งานที่แตกต่างกัน เครื่องหมายภาพอาจใช้ประโยชน์ในการสื่อความหมายถึงประเภทของธุรกิจได้ดีกว่า ในขณะที่เครื่องตัวอักษรอาจช่วยในการจดจำชื่อองค์กรได้ง่ายกว่า เป็นต้น ด้วยเหตุนี้จึงมีหลายองค์กรที่ใช้เครื่องหมายทั้ง 2 ประเภทนี้ร่วมกัน แบ่งออกได้เป็น

6.6.3.2 เครื่องหมายภาพ (Picture Marks) ได้แก่ เครื่องหมายที่เป็นที่รู้จักกันดีในชื่อ Symbol-type หรือ Symbol-only Marks เครื่องหมายประเภทนี้เป็นกานำรูปร่างรูปทรงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นรูปคน สัตว์ สิ่งของ รูปทรงเรขาคณิต ตลอดจนรูปทรงที่ไม่มี ความหมาย (Abstract) มาใช้เป็นสัญลักษณ์ จึงทำให้เกิดเป็นชื่อเรียกย่อยอีกชื่อหนึ่งว่า Abstract Marks ตาม

ลักษณะของรูปที่นำมาใช้เครื่องหมายประเภทนี้อาจแบ่งวิธีคิดออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ กล่าวคือ การสร้างสัญลักษณ์โดยเน้นที่การสื่อความหมาย ซึ่งการเน้นที่ภาพลักษณะจะมีข้อเสียเปรียบคือ ไม่สามารถแสดงถึงความเป็นองค์กรนั้นๆ ได้ชัดเจนเพียงพอ จึงอาจไม่เหมาะสำหรับองค์กรที่ต้องการขายสินค้าโดยตรง

เครื่องหมายภาพแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ เครื่องหมายที่แสดงรูปร่าง (Figurative Marks) และเครื่องหมายที่ไม่แสดงรูปร่าง (Non-Figurative Marks)

เครื่องหมายที่มีความหมายชัดเจน (Figurative Marks) หมายถึงเครื่องหมายที่สามารถสื่อความหมายได้โดยใช้รูปร่างของวัตถุเป็นตัวแทน แบ่งออกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ

- เครื่องหมายที่สื่อความหมายหรือบ่งบอกถึงลักษณะองค์กร (Descriptive Marks) เป็นเครื่องหมายที่สื่อความหมายโดยตรงถึงประเภทของธุรกิจหรือสินค้าขององค์กรนั้นๆ เครื่องหมายนี้เป็นได้ทั้ง 2 ลักษณะคือ เป็นภาพที่เลียนแบบของจริง (Image) หรือเป็นภาพตัดทอนให้เป็นเค้าโครงอย่างง่าย ๆ (Diagram) ยกตัวอย่างเช่น เครื่องหมายหน้ากากที่ใช้เป็นสัญลักษณ์สำหรับการแสดงนั้นจัดเป็น Image ส่วนเครื่องหมายหวักะโหลกไขว้ที่อยู่ข้างขวดยาฆ่าแมลงจัดเป็น Diagram เป็นต้น

- เครื่องหมายอุปมา (Metaphoric Marks) เครื่องหมายนี้เป็นเครื่องหมายที่สื่อความหมายถึงลักษณะของธุรกิจขององค์กรด้วยการอุปมา หรือดึงเอาสัญลักษณ์ที่มีความหมายแฝงที่บุคคลทั่วไปเข้าใจมาใช้ประกอบในการสื่อความหมายถึงธุรกิจนั้น ซึ่งการสื่อความหมายนี้แบ่งออกเป็น 2 ระดับ กล่าวคือ ในระดับแรก จะเป็นการใช้การสื่อความหมายจากประสบการณ์ร่วมที่บุคคลทั่วไปรับรู้ได้ ส่วนในระดับที่สอง จะเป็นการใช้ภาพที่แสดงถึงธุรกิจนั้นโดยตรง ยกตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ของมหาวิทยาลัย กรุงเทพเป็นรูปเพชรในชัยพฤกษ์ การสื่อความหมายในระดับแรกคือ เพชรเป็นอัญมณีมีค่าสูงสุด เมื่อนำมาสื่อความหมายร่วมกับหนังสือและชัยพฤกษ์ซึ่งหมายถึงเรื่องการศึกษาหาความรู้ เป็นเครื่องหมายอุปมาที่หมายถึงสถาบันการศึกษาที่เป็นแหล่งความรู้ ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าดุจดังเพชร เป็นต้น

- เครื่องหมายที่ใช้ภาพของสิ่งที่รู้จักกันทั่วไป (Found Marks) เป็นเครื่องหมายใดๆก็ได้ที่บุคคลทั่วไปรู้จักและสามารถจดจำได้ง่าย ทั้งนี้เครื่องหมายดังกล่าวไม่จำเป็นต้องมีส่วนเกี่ยวข้องกับหรือสื่อความหมายถึงสินค้าหรือบริการขององค์กรนั้นๆ เลยก็ได้ เช่น สัญลักษณ์น้ำมันเชลล์ที่เป็นรูปเปลือกหอยเชลล์ เป็นต้น

เครื่องหมายที่ไม่สื่อความหมาย (Non-Figurative Marks) เครื่องหมายลักษณะนี้สร้างขึ้นโดยไม่คำนึงถึงความสัมพันธ์กับสิ่งที่ต้องการสื่อความหมายโดยตรง ซึ่งจะต้องมีการอธิบายถึงการแทนความหมายในสัญลักษณ์นั้น เป็นเครื่องหมายที่ไม่แสดงถึงรูปร่างรูปทรงใดๆ แต่จะคำนึงถึงความสะอาดตา สวยงาม และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรนั้นมากกว่า ตัวอย่างสัญลักษณ์ประเภทนี้ได้แก่ สัญลักษณ์รถยนต์เมอเซเดสเบนซ์ สัญลักษณ์รถยนต์ซีตรอง เป็นต้น



ภาพที่ 2.20 สัญลักษณ์มห

6.6.3.4 เครื่องหมายตัวอักษร (Letter Marks) คนทั่วไปคุ้นเคยในชื่อ Lettering-only Marks หรือ Logotype เรียกสั้นๆ ว่า Logo เป็นคำที่มาจากภาษากรีก หมายถึง ตัวอักษร ในสหรัฐอเมริกาบางครั้งคำว่า Logotype จะหมายถึง เครื่องหมายตัวอักษรที่เป็นชื่อเต็ม และอ่านได้ ในขณะที่โลโก (Logo) จะหมายถึงชื่อสั้นๆ อาทิชื่อย่อ หรือการใช้อักษรย่อ เช่น ซีบีเอส (CBS) เอฟบีไอ (FBI) เป็นต้น ซึ่งบางครั้งทั้ง 2 คำนี้ก็อาจใช้เรียกเครื่องหมายการค้าที่เป็นกราฟิก (Graphic Trademarks) ทั้งหมด รวมถึงเครื่องหมายภาพ (Picture Marks) ด้วย เช่นเดียวกับในประเทศไทยที่คนส่วนใหญ่มักจะเรียกสัญลักษณ์ทุกประเภทว่า "โลโก" (Logo) ทั้งๆ ที่ความเป็นจริง "โลโก" เป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของเครื่องหมายเท่านั้น นอกจากนี้ชื่อที่ได้กล่าวมาแล้วยังอาจพบในชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Typographic Marks ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเป็นการออกแบบเครื่องหมายที่ใช้ตัวอักษร (Typography) เป็นหลัก

เครื่องหมายการค้า (Trademarks) โดยทั่วไปจะเป็นการสื่อสารโดยใช้รูปร่าง รูปทรง ในขณะที่เครื่องหมายตัวอักษรจะสื่อสารในรูปของภาษา (ตัวสะกด) รวมถึงการออกเสียงด้วย อันที่จริงเครื่องหมายประเภทนี้ดูเหมือนจะเกี่ยวข้องกับเฉพาะเรื่องภาษาเท่านั้น แต่ในความ

เป็นจริงแล้วการเลือกใช้ตัวอักษรที่มีความเหมาะสมกับลักษณะหรือภาพลักษณ์ขององค์กร ก็มี ส่วนสำคัญอย่างยิ่งต่อการสื่อความหมายที่นักออกแบบมีอาจมองข้าม เครื่องหมายตัวอักษรส่วน ใหญ่จะมีลักษณะที่สามารถสื่อสาร หรืออธิบายความเป็นสิ่งนั้นๆ ได้ เครื่องหมายนี้จะทำหน้าที่ สื่อสารถึงองค์กรเมื่อมีการเอ่ยชื่อองค์กร สื่อสารถึงคุณภาพเมื่อทำหน้าที่เครื่องหมายของบริษัท หรือสินค้า ถ้าเมื่อใดที่เครื่องหมายแสดงให้เห็นถึงบุคลิกขององค์กรได้อย่างชัดเจน เครื่องหมาย ดังกล่าวสามารถสื่อสารถึงประเภทของสินค้าหรือองค์กร เครื่องหมายนั้นก็จะเป็น เครื่องหมายที่ทำหน้าที่จูงใจแทน

เครื่องหมายตัวอักษรมีข้อได้เปรียบเครื่องหมายที่เป็นภาพ ประการเดียว คือ สามารถแจ้งการรับรู้และจดจำได้ง่ายกว่า แต่หากเป็นการใช้ชื่อย่อขององค์กรเป็นสัญลักษณ์ จะต้องใช้เวลาและงบประมาณจำนวนมาก ในการสร้างให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำชื่อย่อนั้น เว้นเสียแต่ว่า ชื่อเต็มขององค์กรนั้นเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายมาเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้ว บางครั้งอาจมีการใช้ชื่อเต็มขององค์กรประกอบกับชื่อย่อ เพื่อให้สื่อสารได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ส่วนข้อเสียเปรียบก็คือ อักษรย่อหรือชื่อย่อนั้นอาจกลายเป็นชื่อที่ใช้เรียกกันจนติดปาก และเป็นที่รู้จัก แพร่หลาย จนก่อให้เกิดความสับสนระหว่างเครื่องหมายอักษรย่อกับเครื่องหมายเดิมที่เป็นชื่อเต็ม ได้ เมื่อทุกคนลืมที่มาของความเป็นเครื่องหมายดั้งเดิมนั้น ตัวอย่างเช่น FBI กับ The Federal Bureau of Investigation เป็นต้น

เครื่องหมายตัวอักษรมีหลายรูปแบบดังนี้

- เครื่องหมายชื่อ (Name Marks) ส่วนใหญ่มักจะมาจากชื่อขององค์กร เครื่องหมาย ชื่อก็เหมือนกับเครื่องหมายการค้าอื่นๆ ที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนองค์กร หรือสินค้าที่สามารถสื่อสาร ได้ โดยเกี่ยวข้องกับการสะกดและออกเสียง เสียงที่เปล่งออกมาเป็นชื่อนั้นเป็นจุดเริ่มต้นลำดับแรก ของการอธิบายความหมายทำหน้าที่แทนวัตถุประสงค์หลักคือตัวองค์กรสินค้า ซึ่งหากตัวอักษรที่ เป็นชื่อนั้นไม่มีลักษณะของการสื่อความหมายตามเสียงที่เปล่งออกมาแล้ว เครื่องหมายนั้นก็จะเป็น ทำหน้าที่เพียงสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นเท่านั้นในขณะที่ระดับที่สองของการอธิบายความหมาย เสียง อาจจะเป็นสิ่งซึ่งอาจจะเป็นตัวองค์กรหรือแนวความคิด (Concept) หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยเสียงที่ เรียกชื่อและองค์กรนั้นไม่มีความเกี่ยวข้องกันแต่อย่างใด เครื่องหมายนั้นก็จะเป็นเพียงแค่ สร้างการรับรู้เช่นกัน เว้นเสียแต่เครื่องหมายชื่อนั้นจะเป็นชื่อที่ตั้งขึ้นโดยการเลียนเสียงธรรมชาติ (Onomatopoeic Names) ที่สามารถอธิบายความหมายหรือสื่อสารถึงองค์กรสินค้านั้นๆ ได้ เช่น สระว่ายนํ้าหย่อสแปลช (Splash) ให้ความรู้สึกถึงเสียงน้ำที่แตกกระจาย เป็นต้น

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ในการอธิบายความหมายสำหรับเครื่องหมายชื่อ ยกเว้นชื่อที่ตั้งขึ้นโดยการเลียนเสียงธรรมชาติ ความสัมพันธ์ระหว่างเสียงที่เรียกชื่อกับตัวองค์กรหรือสินค้าจะเป็นเพียงสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นเท่านั้น

เครื่องหมายชื่อแบ่งออกเป็น 5 ลักษณะได้แก่

- ชื่อที่สื่อความหมายโดยตรง (Descriptive Names) ชื่อประเภทนี้จะเป็นชื่อที่อธิบายถึงลักษณะหรือประเภทของธุรกิจหรือสินค้า เป็นชื่อที่สร้างภาพลักษณ์ (Images) ขึ้นในใจผู้บริโภค ชื่อที่ใช้สามารถบ่งบอกถึงธุรกิจนั้นๆ ได้ชัดเจน มักใช้กับชื่อหนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร เช่น เดลินิวส์ บ้านและสวน ยานยนต์ เป็นต้น บางครั้งผู้ที่ตั้งชื่อจะชวนขวยหาชื่อที่มีความหมายชัดเจน จนทำให้ชื่อที่ตั้งนั้นยาวเกินไป จำเป็นต้องใช้ชื่อย่อ ชื่อย่อนั้นอาจไม่สามารถอธิบายความหมายได้เหมือนชื่อเต็ม แต่กลายเป็นชื่อที่คนทั่วไปรู้จักกันดี The National Aeronautics and Space Administration (NASA) หรือ Federal Bureau of Investigation (FBI) หรือองค์การอาหารและยา (อย.) เป็นต้น

การอธิบายความหมายของชื่อประเภทนี้แบ่งได้เป็น 3 ระดับ กล่าวคือเริ่มต้นจากสร้างการรับรู้ ต่อมาเป็นการอธิบายความหมาย และสุดท้ายจึงเกิดการรับรู้ชื่อและลักษณะของธุรกิจขององค์กร

- ชื่ออุปมา (Metaphoric Names) ในขณะที่ชื่อประเภทแรกจะอธิบายความหมายถึงธุรกิจโดยตรง ชื่ออุปมานี้จะอธิบายโดยอ้อมด้วยการกล่าวถึงลักษณะของสินค้าหรือองค์กรรวมกับคุณสมบัติ โดยอาศัยสิ่งซึ่งมีจุดเด่นหรือคุณสมบัติเฉพาะตัวเป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าเป็นหนึ่งมาแทนความหมาย ตัวอย่างเช่น ไก่ย่างห้าดาวแสดงถึงคุณภาพและรสชาติที่ดีเป็นเลิศเนื่องจากห้าดาวแทนความหมายของความเป็นหนึ่ง หรือรถยนต์มัสแตง (Mustang) ใช้ชื่อตามชื่อม้ามัสแตง ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดี ว่าเป็นม้าที่วิ่งเร็ว สง่างาม และปราดเปรียว เป็นการแทนความหมายด้วยสิ่งที่บุคคลทั่วไปรู้จักและยอมรับ

การอธิบายความหมายของชื่อรถยนต์มัสแตงนี้แบ่งได้เป็น 4 ระดับ ระดับที่ 1 การรับรู้ในชื่อและการออกเสียงเรียกชื่อ ระดับที่ 2 การรับรู้ชื่อที่หมายถึงสัตว์อะไร ระดับที่ 3 เป็นการอธิบายความหมายถึงคุณสมบัติเฉพาะตัวของสิ่งนั้น ซึ่งในกรณีนี้ก็คือ ความรวดเร็ว ปราดเปรียว ระดับที่ 4 จึงเป็นการรวมการรับรู้และอธิบายความหมายทั้งหมดเข้าด้วยกัน เป็นภาพของรถสปอร์ต วิ่งเร็วปราดเปรียว เป็นต้น

- ชื่อที่รู้จักทั่วไป (Found Names) หมายถึงชื่อที่มาจากคำใด ๆ ก็ได้ที่คนทั่วไปรู้จัก และเข้าใจความหมาย โดยทั่วไปแล้วชื่อประเภทนี้มักจะไม่มีความสัมพันธ์ในเชิงสื่อความหมายกับสินค้าหรือองค์กรนั้นๆ เช่น น้ำมันเชลล์ (Shell)

การอธิบายความหมายของชื่อประเภทนี้แบ่งได้เป็น 3 ระดับ ระดับที่ 1 คือการรับรู้ในการออกเสียงเรียกชื่อ ระดับที่ 2 คือการรับรู้ในลักษณะของสิ่งที่เรียกชื่อ ระดับที่ 3 คือการเชื่อมโยงภาพที่เกิดขึ้นในใจและสินค้าเข้าด้วยกัน

- ชื่อเฉพาะ (Proper Names) หมายถึงชื่อเจ้าของหรือชื่อผู้ก่อตั้ง มีข้อได้เปรียบคือเป็นการแสดงถึงความภาคภูมิใจของผู้เป็นเจ้าของ รวมถึงเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้าหรือองค์กรนั้นๆ ชื่อเฉพาะนี้ไม่จำเป็นต้องเป็นชื่อผู้ก่อตั้งเท่านั้น อาจเป็นชื่อใด ๆ ก็ได้ที่เห็นว่าเหมาะสมกับภาพลักษณ์ โดยมีจำเป็นต้องอธิบายความหมายถึงประเภทของสินค้าหรือองค์กรนั้นๆ ชื่อประเภทนี้ได้แก่ ยาสตรีเพ็ญภาค ผลิตภัณฑ์ BRAUN เป็นต้น

การอธิบายความหมายแบ่งเป็น 2 ระดับ คือ สร้างการรับรู้ และเชื่อมโยงการรับรู้และเข้ากับสินค้าหรือองค์กร

ชื่อที่ตั้งขึ้นใหม่ (Artificial Names)

ในขณะที่ชื่อทั้ง 4 ประเภทข้างต้น มาจากชื่อคน สัตว์ หรือสิ่งของที่คนทั่วไปคุ้นเคยหรือปรากฏในพจนานุกรม ชื่อประเภทนี้กลับแตกต่างจากชื่อทั้ง 4 ประเภทนั้นอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากเป็นชื่อที่ตั้งขึ้นใหม่สำหรับสินค้าหรือองค์กรนั้นๆ โดยเฉพาะ ได้แก่ ซีรอกซ์ (Xerox) โกดัก (Kodak) เอลฟ์ (Elf) เป็นต้น

การอธิบายความหมายแบ่งเป็น 2 ระดับ เช่นเดียวกับชื่อเฉพาะ (Proper Names)

เครื่องหมายที่ใช้ชื่อย่อ (Abbreviations) มักจะเกิดจากการที่ชื่อองค์กรมีความยาวมาก จึงมีการตัดทอนเพื่อให้เรียกได้ง่ายขึ้น แบ่งเป็น 3 ลักษณะคือ

ลักษณะที่ 1 เรียกชื่อส่วนต้นและตัดบางส่วนในตอนท้ายออก เช่น Thai แทนชื่อ Thai Airways International เป็นต้น

ลักษณะที่ 2 จะใช้เฉพาะตัวอักษรตัวต้นและตัวสุดท้าย เช่น เจอร์ (Jr.) มาจากนคำว่า จูเนียร์ (Junior) เป็นต้น

ลักษณะที่ 3 จะเป็นการผสมผสานลักษณะที่ 1 และ 2 เข้าด้วยกัน โดยการนำอักษรตัวแรกของแต่ละคำมาเรียกเป็นชื่อย่อ ซึ่งมักจะประกอบด้วยตัวอักษรมากกว่า 2 ตัว ลักษณะนี้ค่อนข้างเป็นที่นิยมใช้มากกว่า 2 ลักษณะแรก เช่น ซีเอ็นเอ็น (CNN) ยูบีซี (UBC) ซีบีเอส (CBS) เป็นต้น

ในการแบ่งประเภทของชื่อย่อ นั้น อาจแบ่งการเรียกชื่อให้ชัดเจนตามหลักเกณฑ์ได้ ดังนี้

- ชื่อย่อที่เกิดจากอักษรย่อ (Initial Abbreviations) ชื่อที่ตัดทอนให้สั้นลงส่วนมาก มักเกิดจากอักษรย่อ เช่น ไอบีเอ็ม (IBM) เคเอฟซี (KFC) ซึ่งในบางครั้ง ชื่อที่เกิดจากอักษรย่อ เหล่านั้นฟังดูไม่ไพเราะหรือจำได้ยาก และมักจะสร้างความเป็นสิ่งใหม่ที่ไม่มีความคุ้นเคยกับชื่อนั้น จนลืมนึกถึงความเป็นอักษรย่อที่ประกอบกันเป็นชื่อย่อ ชื่อนั้นก็จะกลายเป็นเสมือนชื่อจริงขององค์กร ซึ่งจะจดจำได้ง่ายกว่า
- ชื่อย่อที่ผสมเป็นคำใหม่ (Acronyms Initial Abbreviations) เป็นการนำอักษรย่อ ตัวต้นของคำมาสร้างเป็นคำใหม่ขึ้น เช่น นาซ่า (NASA) มาจากชื่อเต็มว่า National Aeronautics and Space Administration เป็นต้น เมื่อชื่อนั้นเป็นที่รู้จักแพร่หลายและคนทั่วไปมีความคุ้นเคยกับชื่อนั้น จนลืมนึกถึงความเป็นอักษรย่อที่ประกอบกันเป็นชื่อย่อ ชื่อนั้นก็จะกลายเป็นเสมือนชื่อจริงขององค์กร ซึ่งจะจดจำได้ง่ายกว่า
- ชื่อย่อที่มีได้ผสมเป็นคำใหม่ (Non-acronyms Initial Abbreviations) ได้แก่ ชื่อย่อที่นำอักษรมาเรียงกันโดยอ่านออกเสียงทีละตัว ไม่ได้ผสมเป็นคำ เช่น ปชป. แทนชื่อพรรคประชาธิปัตย์ ททท. แทนชื่อพรรคไทยรักไทย เป็นต้น เครื่องหมาย Monogram ที่ใช้ตัวอักษรโดดๆ เช่น ตราประจำราชวงศ์ หรือ ตราประจำตระกูล ก็จัดอยู่ในชื่อย่อประเภทนี้ด้วยเช่นกัน
- ชื่อย่อที่มีได้เกิดจากอักษรย่อ (Non-initial Abbreviations) ได้แก่ ชื่อที่เกิดจากการนำอักษรย่อมาปรับปรุงแต่งให้สามารถออกเสียงได้ไพเราะ หรือออกเสียงได้ง่ายขึ้น เช่น ดีแทค (DTAC) เป็นต้น

6.6.3.5 องค์ประกอบกราฟิกที่มีใช้เครื่องหมายกราฟิก (Non-graphic Marks) ได้แก่ สิ่งใดก็ได้ไม่ว่าจะเป็นรูปร่าง รูปทรง เส้น สี หรือองค์ประกอบอื่นๆ ที่สามารถสื่อถึงความเป็นสินค้าหรือองค์กรนั้นๆ ได้ แม้จะใช้องค์ประกอบกราฟิกนั้นโดยลำพัง ตัวอย่างเช่น แถบเส้นโค้งที่ประกอบสัญลักษณ์โค้ก หรือแม้แต่กระทั่งรูปร่างของขวดบรรจุน้ำอัดลมโคคา โคล่าที่มีลักษณะเฉพาะตัว สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สามารถใช้ในการสร้างอัตลักษณ์องค์กร ร่วมกับสัญลักษณ์ได้เป็นอย่างดี

อนึ่งการเรียกชื่อเครื่องหมายยังมีการเรียกชื่อให้เฉพาะเจาะจงยิ่งขึ้นไปอีก อาทิ Allusive Logos (Murphy and Rowe, 1988, หน้า 22) หมายถึงเครื่องหมายที่สื่อความหมายโดยอ้อม กล่าวคือสามารถสื่อความหมายให้เข้าใจได้ เมื่อได้มีการพินิจพิเคราะห์ หรือทราบถึงแนวคิดในการออกแบบเครื่องหมายนั้นมาก่อน แต่ไม่สามารถสื่อสารได้โดยตรงหรือทันทีที่ได้เห็นเป็นครั้งแรก

แรก เช่น สัญลักษณ์ของธนาคารไทยพาณิชย์ เมื่อเห็นครั้งแรกคนทั่วไปอาจไม่สามารถรับรู้ได้ว่าเป็นรูปใบโพธิ์ แต่เมื่อได้มีการพินิจพิเคราะห์ จึงสามารถเข้าใจถึงแนวคิดที่เปรียบเทียบกับธนาคารกับต้นโพธิ์ที่มีความมั่นคง แผ่กิ่งก้านสาขาให้ความร่มเย็น เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีชื่อเรียกเครื่องหมายที่สามารถสื่อความหมายถึงชื่อ ผลิตภัณฑ์ หรือประเภทของธุรกิจขององค์กรนั้นได้อย่างตรงไปตรงมา ชัดเจน เฉพาะเจาะจงลงไปอีกว่า Descriptive Symbols (Napoles, 1988 หน้า 48) หรือมีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า Allusive Logos (Murphy and Rowe, 1988, หน้า 21) ยกตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ Mother & Child ที่ใช้การจัดวางตัวอักษรให้สามารถสื่อความหมายถึงประเภทของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับแม่และเด็กได้เป็นอย่างดี

6.4 คุณสมบัติสำคัญของสัญลักษณ์ที่ดี

6.4.1 มีความเรียบง่าย (Simplicity) ความเรียบง่ายนับเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสัญลักษณ์ และนำเสนอความเป็นองค์กรนั้นได้อย่างชัดเจน เครื่องหมายที่มีรายละเอียดปลีกย่อยมากมาย จะจดจำได้ยากกว่าเครื่องหมายที่มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน ยกตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์รูปดาวของรถยนต์เมอเซเดสเบนซ์ เป็นตัวอย่างของสัญลักษณ์ที่ดีอันหนึ่ง ที่มีความเรียบง่าย ชัดเจน รวมถึงง่ายต่อการใช้งาน เพราะสามารถสื่อความเป็นสัญลักษณ์รูปดาวได้อย่างไม่ผิดเพี้ยน ไม่ว่าจะหมุนไปในทิศทางใดก็ตาม

6.4.2 มีลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) นักออกแบบจะพบว่าบ่อยครั้งที่สัญลักษณ์ซึ่งได้จากข้อสรุปที่นักออกแบบพยายามคิดให้ดูธรรมดาที่สุด ตรงตามผลการวิจัยที่สุด กลับกลายเป็นสิ่งที่น่าเบื่อที่สุดเช่นกัน และสัญลักษณ์นั้นอาจไม่ได้รับความสนใจจากบุคคลทั่วไป เนื่องจากขาดลักษณะเฉพาะตัว (Uniqueness) การสร้างสัญลักษณ์ให้มีลักษณะเฉพาะตัวนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นการสร้าง "ความไม่ซ้ำแบบใคร" ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคจดจำ และรับรู้ความแตกต่างเมื่อได้เห็นสัญลักษณ์นั้น ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์หิมะสีขาวบนยอดเขามองบลัง (Mont Blanc) ที่ปรากฏอยู่บนผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นสัญลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องมาหลายยุคหลายสมัย และเป็นที่จดจำของบุคคลทั่วไป

6.4.3 เป็นสัญลักษณ์อันทรงคุณค่า (Value) ความมีพลังในตัวของสัญลักษณ์ ขึ้นอยู่กับความสามารถที่จะทำให้เกิดการจดจำ ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการออกแบบและสื่อความหมายอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจนให้แก่องค์กร ความสนใจในตัวสัญลักษณ์จะเกิดขึ้นได้ ต้องอาศัยความโดดเด่นที่ทำให้ผู้บริโภคเหลียวมองและจดจำได้ตั้งแต่วินาทีแรกที่เห็นสัญลักษณ์นั้น เช่น สัญลักษณ์น้ำมันคาลเท็กซ์ที่มีการปรับรูปแบบใหม่ให้มีความโดดเด่น สะดุดตา ดูทันสมัยยิ่งขึ้น

6.4.4 มีความแตกต่าง (Differentiate) สิ่งที่เป็นปัญหาที่สุุดในการออกแบบคือ การสร้างความแตกต่าง เนื่องจากการออกแบบทั่วไป มักจะได้รับอิทธิพลจากการสร้างแนวความคิด ด้วยการสร้างเงื่อนไขในการคิดถึงสัญลักษณ์กราฟิกที่เหมาะสมสำหรับภาพลักษณ์ขององค์กรแต่ละประเภท เพียงประการเดียวโดยมิได้คำนึงถึงความแตกต่าง จึงทำให้สัญลักษณ์นั้นเป็นเพียงสัญลักษณ์ทั่วไป (Generic Symbol) ซึ่งไม่มีความแตกต่างจากสัญลักษณ์ขององค์กรอื่นที่ประกอบธุรกิจประเภทเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่น นักออกแบบเมื่อออกแบบสัญลักษณ์ให้กับสถาบันการเงิน ก็มักจะคำนึงถึงแต่การสร้างภาพลักษณ์ที่น่าเชื่อถือ เพื่อให้เหมาะสมกับความเป็นสถาบันการเงินเพียงประการเดียวโดยลืมนึกไปว่ากลุ่มลูกค้าของสถาบันการเงินนั้นคือใคร และเราควรจะสร้างความแตกต่างจากสถาบันการเงินอื่นๆ อย่างไร ดังนั้นวิธีที่สามารถหลีกเลี่ยงการออกแบบที่เป็นสัญลักษณ์ทั่วไปก็คือนักออกแบบควรมุ่งความสนใจไปที่การสร้าง ความแตกต่างระหว่างลูกค้ากับคู่แข่งมากกว่าการคิดถึงลักษณะหรือประเภทของธุรกิจนั้นๆ

6.4.5 เป็นสัญลักษณ์ที่บอกรายละเอียด (Descriptive) สัญลักษณ์นั้นสามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนไม่ว่าจะเป็นบุคลากร ลูกค้าหรือนักลงทุน ส่วนใหญ่มักจะนิยมเครื่องหมายหรือชื่อ ที่สามารถสื่อความหมายได้ ไม่ดูเข้าใจยากจนเกินไปหรือมีสิ่งที่สามารถเชื่อมโยงถึงองค์กรที่เครื่องหมายนั้นๆ เป็นตัวแทนได้ เครื่องหมายการค้าบางอัน จะใช้วิธีให้ข่าวสาร รายละเอียด ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า บริการ หรือธุรกิจขององค์กรนั้น แก่ผู้บริโภค ด้วยการผสมผสานภาพที่แสดงถึงธุรกิจนั้นๆ ลงในสัญลักษณ์ เช่น สัญลักษณ์ของ The Pizza Company ที่มีถาดพิซซ่าประกอบกับตัวอักษรที่เป็นการให้รายละเอียดเกี่ยวกับประเภทของธุรกิจนั้น เป็นต้น

6.4.6 เป็นสัญลักษณ์ที่สามารถเชื่อมโยงถึงสินค้าหรือบริการ ในการออกแบบสัญลักษณ์นอกจากจะให้รายละเอียดที่เกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการแล้วบางครั้งยังต้องสามารถเชื่อมโยงถึงตัวสินค้าได้ด้วย เช่น ตัวอย่างในข้อ 5 The Pizza Company ที่นอกจากจะใช้ภาพที่ให้รายละเอียดถึงประเภทของธุรกิจแล้ว การใช้สีแดงและสีเขียวในสัญลักษณ์ยังเป็นการเชื่อมโยงถึงประเทศอิตาลีซึ่งเป็นต้นกำเนิดของอาหารชนิดนี้ด้วย เป็นต้น

6.4.7 สัญลักษณ์ที่สื่อสารแตกต่างกัน (Tone of Voice) สัญลักษณ์ขององค์กรสามารถ "พูด" หรืออธิบายถึงความเป็นองค์กรสินค้านั้นๆ ได้ โดยอาศัยคุณลักษณะที่แฝงอยู่ในสัญลักษณ์นั้น ไม่ว่าจะเป็นความสง่างามหรือทำทนายธรรมดา หรือหรูหรา แข็งแรงหรืออบอุ่นบางแสดงความ เป็นมนุษย์หรือวัตถุนิยม เน้นธรรมชาติหรือเทคโนโลยี อนุรักษ์นิยมหรือสมัยใหม่ ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์ของน้ำมันบางจาก สามารถอธิบายและให้ภาพลักษณ์ขององค์กรที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและช่วยเหลือสังคม เป็นต้น

6.4.8 สัญลักษณ์ที่มีความงามเป็นเลิศ (Graphic Excellence) สัญลักษณ์ที่ได้รับการออกแบบให้มีความสวยงาม สามารถเพิ่มคุณค่า ให้แก่สินค้าหรือองค์กรนั้นๆ ได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกชื่นชม ไม่เฉพาะเพียงแค่สัญลักษณ์เท่านั้นแต่รวมถึงองค์กรนั้นๆ ด้วย ตัวอย่างเช่น สัญลักษณ์นิวแมน (New Man) ที่ผู้ออกแบบได้เลือกแบบตัวอักษรที่เหมาะสม นำมาจัดวางให้เกิดรูปร่างของตัวอักษรที่ล้อกันเกิดเป็น Space ที่ลงตัวสวยงาม

6.4.9 เป็นสัญลักษณ์ที่ช่วยตอกย้ำความมีชื่อเสียงขององค์กร (Reputation) ความมีชื่อเสียงขององค์กรสามารถเพิ่มคุณค่าให้แก่สัญลักษณ์ได้ ซึ่งคุณค่าที่วันนี้สามารถถ่ายทอดถึงสินค้าหรือบริการอื่นๆ ที่ตามมาด้วย ตัวอย่างเช่น Yves Saint Laurent, Louis Vuitton เป็นต้น

6.4.10 ใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย โดยทั่วไปแล้วสัญลักษณ์ขององค์กรจัดได้ว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพอันหนึ่ง สามารถใช้ร่วมกับการรณรงค์โฆษณา การจัดทำของแจกของแถมตลอดจนถึงพิมพ์เพื่อการส่งเสริมการขายต่างๆ ได้

6.4.11 ใช้งานได้นาน (Longevity) เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย การออกแบบสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตาม ชื่อและสัญลักษณ์ควรจะใช้งานได้นานเพียงพอที่จะนำองค์กรนั้นๆ บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าควรจะอย่างน้อย 10 ปีขึ้นไป ดังนั้นการออกแบบเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ใดๆ ก็ตามจึงไม่ควรยึดติดกับแฟชั่นหรือตัวสินค้า เนื่องจากสัญลักษณ์นั้นจะใช้ไม่ได้ทันทีหากมีการพัฒนารูปแบบสินค้านั้น

อย่างไรก็ดี เราต้องยอมรับว่า ไม่มีเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ใดที่จะคงทนหรือใช้งานได้ตลอดไป Paul Rand นักออกแบบกราฟิกที่มีชื่อเสียงผู้หนึ่งกล่าวว่า "งานออกแบบที่ดี นอกเหนือจากความเหมาะสมหรือความถูกต้องแล้ว ควรจะเป็นสิ่งที่คงทนใช้งานได้กับทุกยุคทุกสมัย แน่แน่นอน ผมไม่คิดว่าเราจะออกแบบสิ่งใดให้คงอยู่ได้ตลอดไป งานออกแบบชิ้นหนึ่งอาจเน้นที่หน้าที่ (Function) ประโยชน์ใช้สอย (Usefulness) ความเหมาะสม (Rightness) หรือความงาม (Beauty) อย่างใดอย่างหนึ่ง พระเจ้าเท่านั้นที่จะบอกได้ว่างานออกแบบชิ้นไหนจะอยู่ได้นานเพียงไร" (DeNeve, 1992, หน้า 37)

การสร้าง CI ให้กับองค์กรสามารถแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูล (Research and Analysis) ขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนที่นักออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลทั้งหมดของลูกค้า วัตถุประสงค์หลักของขั้นตอนนี้คือการหาข้อมูลให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ข้อมูลที่ได้จะทำให้เราทราบถึงปัญหาและนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรได้

การทำงานกับองค์กรขนาดใหญ่และขนาดเล็ก จะมีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ในองค์กรขนาดใหญ่ นโยบายการบริหารงานจะมาจากคณะกรรมการบริหารและผู้ถือหุ้น ซึ่งมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอย่างเห็นที่แตกต่างกัน มีการบริหารงานเป็นลำดับขั้น มักไม่เห็นความสำคัญของ CI และไม่กล้าเสี่ยงต่อการเปลี่ยนแปลง ในขณะที่องค์กรขนาดเล็กส่วนใหญ่จะง่ายต่อการติดต่อและทำงานด้วยมากกว่า เนื่องจากไม่มีลำดับขั้นในการบริหารที่ยุงยาก นักออกแบบสามารถติดต่อโดยตรงกับผู้บริหารสูงสุดขององค์กร ไม่มีเรื่องการเมืองในบริษัทมาเกี่ยวข้อง การตัดสินใจทำได้รวดเร็วและไม่ทำให้นักออกแบบต้องปวดเศียรเวียนเกล้า อย่างไรก็ตาม เจ้าของธุรกิจขนาดเล็กบางรายอาจไม่มีความรู้และเชี่ยวชาญในงานออกแบบเรขศิลป์ ในกรณีเช่นนี้นักออกแบบจะต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้ออกแบบ แนะนำ และให้ความรู้แก่เจ้าของธุรกิจเหล่านั้นด้วยในขณะเดียวกัน

ในกรณีที่ต้องทำงานกับเพื่อนหรือผู้ใกล้ชิด นักออกแบบจะต้องปฏิบัติต่อคนเหล่านั้นเหมือนกับลูกค้าคนอื่น เช่น มีการนัดประชุม ติดตามและประเมินผลตรงตามเวลาที่กำหนดในแต่ละขั้นตอน อย่าให้ความสัมพันธ์ส่วนตัวทำให้เสียงานได้

การใช้งานระบบอัตลักษณ์ (CI Applications)

การใช้งานทั่วไป (Common Applications)

1. สิ่งพิมพ์ธุรกิจสำหรับองค์กรและหน่วยงานย่อย

- กระดาษเขียนจดหมาย ซองจดหมาย นามบัตร (Stationeries) สำหรับผู้บริหาร สำหรับองค์กร

- บันทึกภายใน (Memos)

- ฉลากแสดงชื่อที่อยู่สำหรับส่งไปรษณีย์ (Mailing Labels)

- แบบรายการต่างๆ (Forms)

- รายการทั้งหมดที่กล่าวถึงในหัวข้อใช้งานทั่วไป

- รายการเพิ่มเติมความต้องการของลูกค้า

- แบบรายการเกี่ยวกับการรับบุคลากร

- โฆษณาองค์กร

- โฆษณารับสมัครงาน

- การจัดแสดงสินค้า

- ระบบเครื่องหมาย (Signages) และป้ายบอกทาง (Directional Signs)

- ป้ายแขวน (Banners)

- สิ่งระบุความเป็นพนักงาน
- สติ๊กเกอร์ติดรถ
- สิ่งพิมพ์ส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร

กรณีศึกษาระบบอัตลักษณ์บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)

บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) ถือกำเนิดขึ้นจากการที่บริษัทเดินอากาศไทย จำกัด หรือที่เราคุ้นกันในชื่อของ บตท. ได้เข้าร่วมทุนกับ สายการบินสแกนดิเนเวียนแอร์ไลน์ ซิสเต็ม (เอสเอเอส) เพื่อก่อตั้งสายการบินที่ทำการบินสู่ต่างประเทศ ในชื่อของการบินไทย จำกัด เมื่อเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2502 ซึ่งต่อมารัฐบาลไทยได้ซื้อหุ้นคืนจากสายการบินเอสเอเอส จึงทำให้บริษัทการบินไทย เป็นสายการบินของคนไทยที่บริหารงานโดยคนไทยอย่างสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2520 และได้ให้บริการเป็นที่ยอมรับทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมากถึง 40 ปีในปี พ.ศ. 2544

อัตลักษณ์แรกของบริษัทการบินไทยเริ่มต้นขึ้นในปี พ.ศ. 2504 คือ บริการเอื้องหลวง ที่ผสมผสานการต้อนรับอันนุ่มนวลเปี่ยมด้วยน้ำใจและอัธยาศัยไมตรีแบบคนไทยในการให้บริการ ต่อมาจึงได้มีการออกแบบสัญลักษณ์ ตึกตาร้าไทย โดยหม่อมเจ้าไกรสิงห์ สุทธิไชย ซึ่งทำให้บริษัทการบินไทยเป็นที่รู้จักดียิ่งขึ้น และได้ใช้ต่อมาจนถึงปี พ.ศ.2518 จึงได้เปลี่ยนสัญลักษณ์ใหม่ให้มีความเป็นสากลยิ่งขึ้น

แนวความคิดในการออกแบบ

บริษัทแลนเดอร์ แอน เอสไอทีเอสได้ส่ง Mr. Peter McDonald รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมของไทยเพื่อนำไปเป็นข้อมูลประกอบการออกแบบ โดยได้เลือกสิ่งต่างๆ ที่สามารถแสดงถึงความเป็นไทย เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการออกแบบสัญลักษณ์ อาทิ ดอกบัว ใบเสมา เป็นต้น

ท้ายที่สุดคณะกรรมการของบริษัทการบินไทยที่ไปพิจารณาคัดเลือกแบบ จึงได้เลือกสัญลักษณ์ที่พัฒนารูปแบบจากใบเสมาเป็นสัญลักษณ์ของบริษัทการบินไทยนับตั้งแต่นั้นมาหนึ่งสัญลักษณ์ของบริษัทการบินไทยนี้ก็ปัดันพร้อม ณ ถลางได้บันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับสัญลักษณ์นี้ใน Cabin Attendant Basic Course Textbook ฉบับวันที่ 30 มิถุนายน 2535 มีใจความว่า หนังสือพิมพ์สยามรัฐรายวันฉบับวันที่ 5 มิถุนายน 2529 ได้ลงข่าวและภาพเรื่องกรมศิลปากรขุดพบเตาเผาเครื่องถ้วยชาม และเศษภาชนะดินเผาที่ตำบลพิหารแดง จังหวัดสุพรรณบุรี และได้พบภาชนะดินเผาที่มีลวดลายละม้ายกับสัญลักษณ์ของบริษัทการบินไทย ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องบังเอิญ หรือ Mr. McDonald ได้มาเห็นลวดลายนี้และนำไปใช้ในการออกแบบหรือไม่ก็ตามที่ แต่จะเห็นได้

ว่าลวดลายศิลปกรรมไทยบนภาชนะดินเผาที่มีอายุกว่า 800 ปี เป็นงานศิลปกรรมร่วมสมัยที่แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยสมัยโบราณที่ควรค่าแก่การยกย่องได้เป็นอย่างดี

อาจกล่าวสรุปได้ว่าเครื่องหมายที่แสดงถึงสถานภาพทางสังคมและความเป็นผู้ริเริ่มล้วนเป็นผลมาจากความจำเป็น และความปรารถนาทั้งสิ้น

เครื่องหมายรูปโล่ (Heraldry)

โดยเริ่มใช้ครั้งแรกบนเสื้อผ้า โล่และธงของอัศวินในสงครามครูเสด เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่อยู่บนเครื่องหมายรูปโล่นี้ ได้รับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบสืบทอดมาเป็นเวลานาน เครื่องหมายที่ได้รับอิทธิพลจากรูปร่างของโล่นี้ จะเห็นได้ว่าเครื่องหมายดังกล่าวจะนิยมใช้ในราชนิทูลหรือตระกูลขุนนาง ในกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป ภายหลังจึงได้มาเป็นเครื่องหมายการค้าเช่นปัจจุบัน

เครื่องหมายอักษรย่อ (Monograms)

มีที่มาจากภาพเขียนในสมัยกรีกที่นิยมเขียนภาพโดยใช้ลายเส้นเฉพาะเส้นรอบรูป (Outline) แต่ในปัจจุบันคำนี้ใช้เรียกเครื่องหมายที่เกิดจากการใช้อักษรย่อของชื่อบุคคล หรือลายมือชื่อ (Signature) ซึ่งยังคงลักษณะของลายเส้นเช่นเดิม

เครื่องหมายนี้ถือกำเนิดขึ้นในอาณาจักรกรีกตั้งแต่สมัยต้นคริสต์กาล และต่อมาราชนิทูลของประเทศต่างๆ ในยุโรปก็ได้มีการใช้เครื่องหมายอักษรย่อเช่นกัน ระหว่างเครื่องหมายอักษรย่อเป็นตัวอักษร (Logotype)

เครื่องหมายตราประทับบนตัวสัตว์ (Branding)

คำว่า Branding มีที่มาจากความต้องการแสดงความเป็นเจ้าของสำหรับผู้ประกอบอาชีพปศุสัตว์ ด้วยการตีตราเครื่องหมายที่ทำด้วยเหล็กเผาไฟบนตัวสัตว์ เครื่องหมายนี้ได้มีการใช้งานมากกว่า 5,000 ปีที่แล้ว ในอียิปต์ก็ได้มีการค้นพบภาพสัตว์ที่ถูกตีตรา ประเทศสหรัฐอเมริกา นับเป็นประเทศที่มีการวางระบบเครื่องหมายตราประทับบนตัวสัตว์ที่ดีที่สุดประเทศหนึ่งในโลกเลยก็ว่าได้ โดยจะมีการกำหนดรายละเอียดตรงเครื่องหมายตราประทับบนตัวสัตว์ว่า จะต้องประกอบด้วยอะไรบ้าง อาทิ ตัวอักษร ตัวเลข และรูป หรือการผสมผสานองค์ประกอบเหล่านั้นเข้าด้วยกัน รวมทั้งกำหนดขนาดของเครื่องหมาย

เครื่องหมายที่หูของสัตว์ (Earmarks)

ผู้ประกอบอาชีพปศุสัตว์ ใช้การสัก (Tattoo) ที่ใบหูโดยใช้หมายเลขเรียงลำดับ (Serial Number) ซึ่งในบางตัวอาจใช้ทั้ง 2 วิธีร่วมกัน คือเห็นได้ชัดเจนกว่าในบางฤดูกาลที่สัตว์อาจมีขนยาว

เครื่องหมายของฟาร์ม (Farm Marks)

เนื่องจากเป็นเครื่องหมายที่ใช้ในไร่ นา เช่นเดียวกัน แต่มีการใช้งานแตกต่างกัน เล็กน้อย ซึ่งแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ ของไร่หรือเจ้าของไร่ ที่มีการใช้งานตั้งแต่การทำ เครื่องหมายบนหลักเขตเพื่อแสดงขอบเขตของไร่ ใช้กับสัตว์เลี้ยง ตลอดจนผลผลิตจากไร่ที่ส่งไป ขาย ในขณะที่เครื่องหมายของฟาร์ม นอกจากจะใช้เพื่อแสดงความเป็นเจ้าของ ยังใช้เป็นเสมือน เครื่องหมายรับรองผลผลิตที่มาจากไร่ นั้นๆ ด้วย

เครื่องหมายบนเครื่องเคลือบดินเผา (Ceramic Marks)

เครื่องหมายการค้าสำหรับงานเครื่องเคลือบดินเผาซึ่งมีการใช้งานมาตั้งแต่สมัย โบราณ ทำเครื่องหมายด้วยพู่กันที่เรียกว่า Dipinti หรือใช้วิธีชุดทำเครื่องหมายที่เรียกว่า Graffiti ผู้ใช้เครื่องหมายนี้มีตั้งแต่ผู้ผลิตหรือเจ้าของไปจนถึงพ่อค้าคนกลาง ลักษณะของเครื่องหมาย นอกเหนือจาก 2 ลักษณะที่กล่าวข้างต้น

สร้างความเป็นเอกลักษณ์ที่ชัดเจนแก่ผู้ผลิต ตลอดจนบอกถึงปีที่ผลิตด้วย ศตวรรษที่ 18 จึงได้มีการนำมาใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องเคลือบดินเผาในยุโรปเป็นแห่งแรก

เครื่องหมายของช่างก่อสร้าง (Stonemason's Marks)

พบตามโบราณสถานต่างๆ ที่ตั้งแต่เป็นสถาปนิกออกแบบ เป็นวิศวกร การออกแบบ อย่างเป็นระบบ มีการตีตาราง (Grid)

เครื่องหมายของช่างทอง (Hallmarks)

บอกถึงชนิดของโลหะ เช่น เครื่องหมายรูปสิงโตจะใช้ประทับตราเครื่องเงิน รูปมงกุฎ จะใช้ประทับตราเครื่องทอง ในขณะที่รูปทรงกลมหรือไม้กางเขนจะใช้ทองคำขาว เป็นต้น

เครื่องหมายรับรองของหน่วยงาน

เริ่มใช้ครั้งแรกในการแสดงเอกลักษณ์ของผู้ผลิตเครื่องเงิน

เครื่องหมายที่อธิบายถึงวัสดุและรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์

เครื่องหมายของช่างพิมพ์ (Printers' Marks)

เครื่องหมายประเภทนี้เกิดขึ้นหลังจากที่ Johann Gutenberg ได้ประดิษฐ์เครื่องพิมพ์ ขึ้นในราวศตวรรษที่ 15 เครื่องหมายในยุคแรกจะมีลักษณะเป็นเครื่องหมายที่เป็นรูปภาพแต่เพียง อย่างเดียว มักนิยมใช้รูปทรงกลมและรูปไม้กางเขน หรือรูปทรงกลมกับไม้กางเขนร่วมกัน ชาวคริสเตียน เพิ่มเติมปรัชญาสั้นๆ เพิ่มชื่อย่อของช่างพิมพ์หรือในบางครั้งอาจใช้ภาพล้อเลียนชื่อของช่างพิมพ์ เป็นต้น มีความละเอียดและงดงาม และจากเครื่องหมายของช่างพิมพ์ก็ได้กลายมาเป็น เครื่องหมายของสำนักพิมพ์ในเวลาต่อมา

เครื่องหมายลายน้ำ (Watermarks)

เป็นเครื่องหมายที่ปรากฏอยู่ในเนื้อกระดาษมีลักษณะโปร่งแสง ซึ่งวิธีการทำเครื่องหมายดังกล่าว จะกระทำในขั้นตอนการผลิตกระดาษโดยบริษัทผู้ผลิตเพื่อใช้แสดงความเป็นเจ้าของรวมถึงการรับรองคุณภาพและขนาดของกระดาษที่ใช้ในการพิมพ์ ซึ่งการใช้เครื่องหมายลายน้ำนี้ก็ยังคงใช้งานในอุตสาหกรรมกระดาษเพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของกระดาษนั้นๆ

เครื่องหมายของช่างออกแบบเครื่องเรือน (Furniture Marks)

เครื่องหมายนี้เข้าใจว่าเกิดในประเทศฝรั่งเศสเป็นแห่งแรก ซึ่งในระยะเริ่มแรกช่างหลายคนหลีกเลี่ยงการใช้เครื่องหมายดังกล่าว ด้วยเชื่อว่าเครื่องหมายนั้นรัฐบาลเป็นผู้กำหนดขึ้นเพื่อใช้ควบคุมพวกเขาเหล่านั้น

ประทับตราแล้วเคลือบด้วยแล็กเกอร์ หรือพิมพ์ลงบนกระดาษทำเป็นฉลาก (Label) ปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตเครื่องเรือนที่มีคุณภาพส่วนใหญ่ก็ทำเครื่องหมายของตนบนเครื่องเรือนทุกชิ้นที่วางจำหน่าย โดยใช้ชื่อของบริษัทเป็นตัวรับรองคุณภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย” โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ปัตตานี ยะลา นราธิวาส การวิจัย ครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบสร้างสรรค์เพื่อการออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนอัตลักษณ์มุสลิม ในสามชายแดนภาคใต้ โดยเน้นการสร้างแบรนด์ โดยผู้วิจัยสื่อความคิด แสดงถึงปัญหาที่พบและแนวทางการสร้างสรรค์ ให้แก่ผู้สนใจเข้าใจได้อย่างมีระบบ โดยมีเนื้อหา และขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยในการศึกษาดังนี้

1. การศึกษาภาคเอกสาร
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย
6. การออกแบบ
7. การประเมินผลงานออกแบบ

1. การศึกษาภาคเอกสาร

โดยศึกษาข้อมูลเชิงลักษณะ ที่ไม่ได้วัดมาเป็นตัวเลข แต่เป็นผลของการสังเกตที่เป็นในรูปบรรยาย เป็นเรื่องของความรู้ความเข้าใจ โดยแหล่งที่มาของข้อมูลเป็นข้อมูลทุติยภูมิ คือ ข้อมูลที่ผ่านกระบวนการวิเคราะห์มาแล้วเป็นส่วนใหญ่

- 1.1 เพื่อศึกษารูปแบบของศิลปวัฒนธรรมมุสลิมสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
- 1.2 เพื่อศึกษาการออกแบบเลขนศิลป์

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการวิเคราะห์ในเชิงสร้างสรรค์และออกแบบ โดยนำเอาข้อมูลต่างๆมาประมวลหา รูปแบบศิลปวัฒนธรรม มุสลิมใน สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และเทคนิควิธีการในการออกแบบ เลขนศิลป์ มุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย โดย ใช้กลุ่มตัวอย่าง สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ปัตตานี ยะลา นราธิวาส

3. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1 **กลุ่มผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง** การใช้งานของการออกแบบเลขนศิลป์โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักออกแบบ นักวิชาการ และผู้ที่มีความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อปรึกษาในด้านการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ หลังจากนั้น นำมาประมวลทำแบบสอบถาม เมื่อกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ให้ข้อมูลที่จำเป็นจากความคิดเห็น จึงนำมาพิจารณาและเป็นแนวทางในการออกแบบให้เหมาะสมและสมบูรณ์แบบมากที่สุด โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) สัมภาษณ์ในด้านความรู้เกี่ยวกับประวัติของศิลปกรรม วัฒนธรรม ประเพณี และการออกแบบเลขนศิลป์ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

2) สัมภาษณ์ในด้านความรู้เกี่ยวกับแนวทางการออกแบบเลขนศิลป์ เพื่อแสดงถึงเอกลักษณ์มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ได้จากการสอบถามและสัมภาษณ์บุคคล 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรม จำนวน 3 ท่าน

1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์อับดุลรอซะ วรรณอาลี - รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2) คุณวัชรีย์ ถ้วนถวิล - ผู้จัดการอุทยานการเรียนรู้ยะลา TK park yala

3) คุณอนัน วาโตะ - Head of Graphic Design Department / บริษัท ไอดีซี จำกัด และปัจจุบัน เป็นนักกราฟิกดีไซน์อิสระ และนักเขียนหนังสือ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบเลขนศิลป์มุสลิม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อับดุลรอซะ วรรณอาลี รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผน มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา (สัมภาษณ์, พฤษภาคม 2556) กล่าวว่า ลักษณะศิลปะมุสลิมในสามจังหวัดบ้านเราเอาตั้งแต่เริ่มต้นรับอิสลามหรือก่อนหน้านั้นโดยส่วนใหญ่เราได้รับวัฒนธรรมจากหลากหลายที่มา แต่หลังจากศาสนาอิสลามเข้ามา เราจะเห็นได้ชัดเจนในเรื่องของภาษาที่มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้แตกต่างจาก มุสลิมในประเทศไทยในส่วนอื่น เราใช้ภาษามลายูในการพูดสื่อสาร ใช้ภาษายาวีซึ่งดัดแปลงมาจากภาษาอาหรับในการเขียน เราจะเห็นรูปแบบศิลปกรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่ เช่นรูปแบบมัสยิดต้องมีโดมโค้ง การใช้สีเขียวและทองเพราะบางท่านบอกว่าสีเขียวคือสีที่ท่านศาสดามูฮัมหมัดนิยมหรือเลือกใช้ ดาวเดือน ลวดลายต่างๆของมัสยิดหรือสถาปัตยกรรมบ้านเรือน ที่ได้รับอิทธิพลของอิสลาม เพราะด้วยหลักการของศาสนาเคร่งครัดอิสลามห้ามสร้างรูปคนหรือสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งมีชีวิต ทำให้เราเห็นรูปแบบศิลปะที่ไม่มีความแปลกใหม่ แต่ทางออกของข้อจำกัดนี้ ก็จะมีรูปแบบของศิลปะอิสลามสากลที่เห็นได้ชัด คือ ลวดลาย ตกแต่ง การประดิษฐ์อักษร โดยพบได้ทั่วไป

คุณอนัน วาโษะ Head of Graphic Design Department / บริษัท ไรต์ซี จำกัด
ปัจจุบัน เป็นนักกราฟิกดีไซน์อิสระ เขียนหนังสือ (สัมภาษณ์, พฤษภาคม 2556) กล่าวว่า งาน
ออกแบบบ้านเราเป็นเอกลักษณ์เป็นที่จด จำอยู่หลายอย่างเลยครับ ที่สะท้อนให้เห็นว่าบรรพบุรุษ
เรานั้น มีความคิดสร้างสรรค์ ด้านงานออกแบบที่ไม่ธรรมดา สามารถสร้างงานออกแบบให้มีความ
เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว จนทุกวันนี้ ใครๆ ก็มองเห็นและสามารถรับรู้ได้ว่าเป็นผลงานจาก
สามจังหวัด ชายแดนภาคใต้ เช่น งานออกแบบลายเรือกอ และ ลายฉลุบนผ้า มกริช ฯลฯ จะดี
มากถ้านักออกแบบรุ่นใหม่ๆ มองงานดีๆ ที่มีอยู่เดิม คิดต่อยอดประยุกต์ให้สวยงาม อาจจะใช้กับ
สินค้าต่างๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้า เช่น ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ออกแบบฉลากสินค้า ฯลฯ ใช้ความรู้
ทางศิลปะ การออกแบบทำให้เป็นงานที่ร่วมสมัย

วัชร ถ้วนถวิล ผู้จัดการอุทยานการเรียนรู้ยะลา (สัมภาษณ์, พฤษภาคม 2556) กล่าวว่า
ตามมุมมองลักษณะงานศิลปะที่เป็นอัตลักษณ์ของความเป็นมาอายุในพื้นที่ที่ได้รับการ
ผสมผสานวัฒนธรรมอย่างยาวนานจากอิทธิพลของการเผยแพร่วัฒนธรรมจากศูนย์กลางสู่ส่วน
หลากหลายชาติพันธุ์รวมทั้ง จีน ชาว ไทย อาหรับ ยุโรป ที่เข้ามาเผยแพร่วัฒนธรรม ตั้งแต่
คาบสมุทรมาลายูดั้งเดิม นับเป็นอัตลักษณ์วัฒนธรรมที่โดดเด่นไม่ว่าจะเป็นภาษาตัวอักษร การ
แต่งกาย วัฒนธรรมการดำเนินชีวิต ยังคงยึดมั่นในความเป็นศาสนาอิสลามอย่างถ่องแท้โดยเรา
สามารถสังเกตเห็นลวดลายเส้นศิลปะที่ถ่ายทอดออกมาจากสถาปัตยกรรม ลายฉลุตามหน้าบัน
ของอาคารบ้านเรือน ลวดลายของเรือกอและที่เป็นการแสดงทางที่สดใสและมีสีสันสวยงาม
แม้กระทั่งลายผ้าพิมพ์เครื่องนุ่งห่ม ของชาวมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนใต้ที่มีลักษณะเฉพาะ เรา
จะเห็นลวดลายที่เป็นคนหรือสัตว์ในความเป็นศิลปะของมุสลิมชายแดนใต้เลย จะมีเพียงลวดลาย
ที่เป็นลักษณะของความอวบ (ถ้าเปรียบกับปัจจุบันสามารถเรียกว่าเป็นกราฟิกได้หรือไม่)
ลวดลายธรรมชาติ พรรณไม้ เถาเครือของลายเส้นต่างๆ อีกทั้งยังใส่ลักษณะของสีสันที่สดใส
ดูชัดอย่างชัดเจนซึ่งยังอิงลักษณะอัตลักษณ์ด้านศิลปะวัฒนธรรมที่ยึดโยงหลักศาสนาอันเป็นวิถี
การดำเนินชีวิตอย่างชัดเจน

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบ จำนวน 7 ท่าน ได้แก่

- 1) คุณไพโรจน์ ธีระประภา - Siam Ruay Design / Art Director & Graphic Designer ได้รับรางวัลศิลปินศิลปาธร ประจำปี 2557 สาขาเรขศิลป์
- 2) คุณภาจก้าแห่ง จรมาศ - ผู้อำนวยการการออกแบบ / บริษัท คุกกี้สโตนโม่ จำกัด
- 3) คุณทิวากร นาวารัตน์ - Design Director / บริษัท ไบรท์ไซด์ จำกัด
- 4) คุณสมิษณ์ สมันเลาะ - Type Designer / บริษัท คัดสรรดีมาก

5) คุณก่อนกาล ตินสุลานนท์ - Project Director / บริษัท Graphic 49 Limited Art Director & Graphic Designer

6) ร.ท. นรเศรษฐ์ อังศุวัฒน์กุล - หัวหน้างานออกแบบสิ่งพิมพ์ / สำนักงานใหญ่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

7) ผศ.ปิยลักษณ์ เบญจาดล - อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่าง คือ ชาวมุสลิมที่อาศัยอยู่ใน สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ อายุไม่ต่ำกว่า 50 ปี จำนวน 9 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จำเป็นจากความคิดเห็นและเป็นแนวทางในการออกแบบให้เหมาะสมมากที่สุด

3.2 กลุ่มประชากร ที่ใช้ในงานวิจัย เป็นบุคคลทั่วไปที่รู้จัก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 400 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดย

4.1.1 เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืนมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำมาแจกแจงความถี่ของคำตอบแต่ละข้อ ด้วยการลงรหัสคำตอบในแต่ละข้อ ให้เป็นตัวเลขประจำแบบสอบถามทั้งหมด เพื่อเตรียมนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4.1.2 นำข้อมูลที่ลงรหัสแล้วกรอกลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป (general coding form) ซึ่งเป็นการเตรียมข้อมูล เพื่อส่งไปบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ SPSS (statistic package for the social sciences)

การใช้แบบสอบถามและแบบตรวจสอบ (Questionnaire & Checklist) วิธีการใช้แบบสอบถาม และแบบตรวจสอบ โดยมีลักษณะเป็นปลายปิด แบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นการสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา และจังหวัดที่อยู่อาศัย

ตอนที่ 2 เป็นสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่องานออกแบบ ทางด้านการสื่อสาร ความหมายของมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้, ลักษณะการออกแบบ และลักษณะการใช้งาน และข้อเสนอแนะในการออกแบบ

และส่วนสุดท้ายเป็นการให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์แบบสอบถามเรื่อง การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) ใช้สถิติโดย การวิเคราะห์ปัญหา ความคิดเห็น และ ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญโดยใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และร้อยละ ใช้โปรแกรม SPSS ในการวิเคราะห์ เมื่อคำนวณค่าต่าง ๆ ซ้ำกันแล้ว จึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในตาราง ในการแปลความโดยใช้ค่าเฉลี่ยของผลคะแนนเป็นตัวชี้วัดตามเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ตามแนวคิดของ เบสท์ (Best W. John. 1997, p 190) มีรายละเอียดดังนี้

4.50 - 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด หรือพึงพอใจในเกณฑ์สูงมาก

3.50 - 4.49 หมายถึง พึงพอใจมาก หรือพึงพอใจในเกณฑ์มาก

2.50 - 3.49 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง หรือพึงพอใจในเกณฑ์ปานกลาง

1.50 - 2.49 หมายถึง พึงพอใจน้อย หรือพึงพอใจในเกณฑ์ต่ำ

1.00 - 1.49 หมายถึง พึงพอใจน้อยมาก หรือพึงพอใจในเกณฑ์ต่ำมาก

ต่อจากนั้น จึงเรียบเรียง สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

6. การออกแบบ

นำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล นำมาศึกษาและออกแบบตามขั้นตอน และ กระบวนการต่าง ๆ ตามที่ได้ศึกษามาโดยพัฒนาความคิดและทำการออกแบบ เนื้อหาข้อสรุปในการออกแบบและตรวจสอบหาแนวทางที่เลือก นำไปสู่ตัวอย่างผลงานออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ดังนี้

6.1 ชุดตัวอักษร

6.2 ชุดสี

6.3 ตราสัญลักษณ์

6.4 เลขนศิลป์สำหรับสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

6.5 ตัวอย่างเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อม

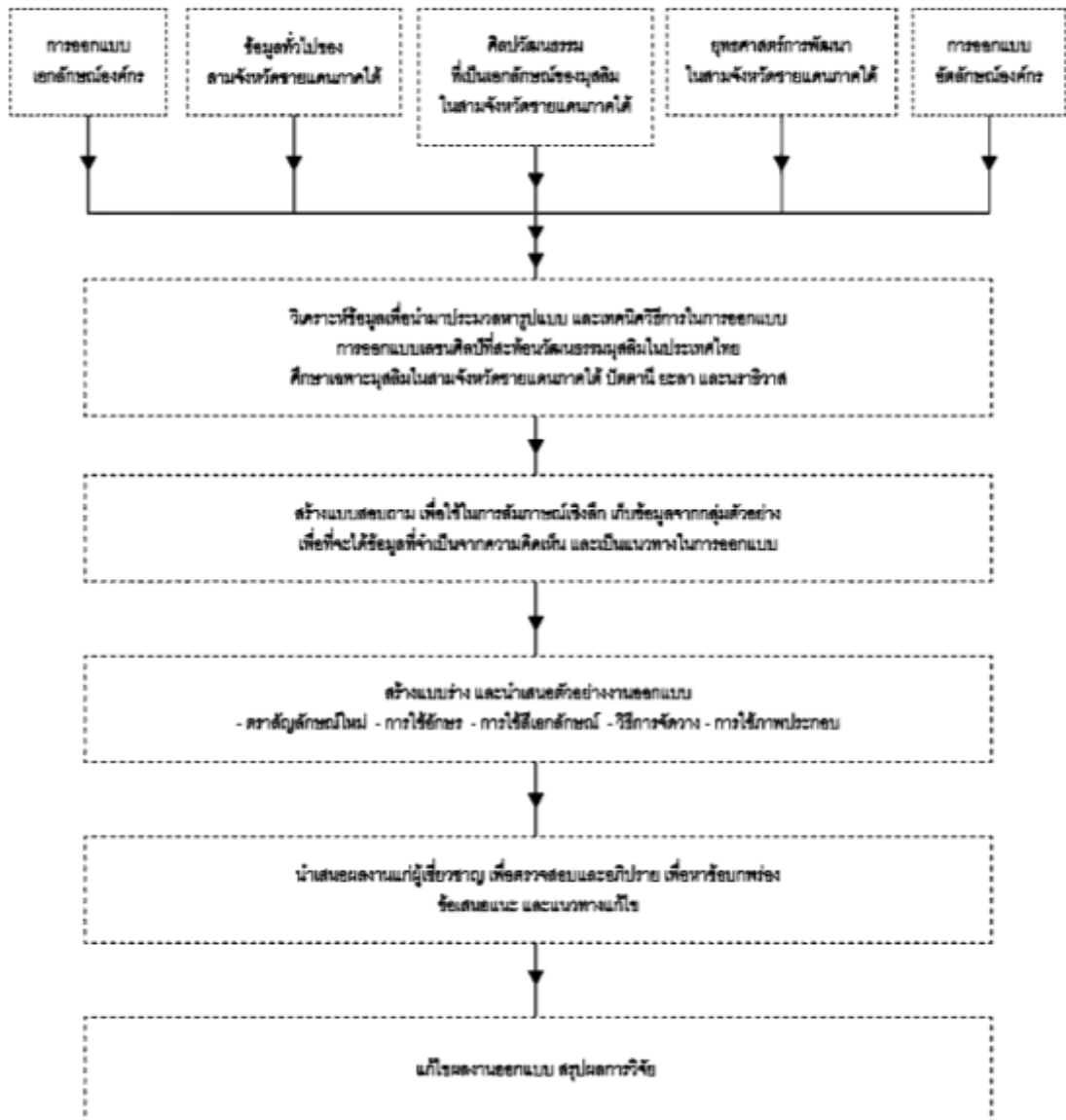
6.6 ตัวอย่างเลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

7. การประเมินผลงานออกแบบ

การนำเสนอผลงานต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เพื่อประเมินคุณภาพของผลงาน อภิปราย วิเคราะห์ และหาข้อบกพร่องต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการใช้แบบสอบถาม ซึ่งมีเกณฑ์ในการประเมินผลงานออกแบบ ดังนี้ คือ

- 7.1 การสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
 - 7.1.1 ความชัดเจน
 - 7.1.2 ความเหมาะสม
 - 7.1.3 การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี
- 7.2 การออกแบบ
 - 7.2.1 มีองค์ประกอบชัดเจน
 - 7.2.2 มีระเบียบแบบแผน
 - 7.2.3 มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน
 - 7.2.4 มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวตามวัตถุประสงค์
 - 7.2.5 มีคุณค่าในการจดจำ
 - 7.2.6 ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม
- 7.3 การใช้งาน
 - 7.3.1 ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้
 - 7.3.2 ความสะดวกในการนำไปใช้
 - 7.3.3 การนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการขาย
 - 7.3.4 ใช้งานได้ยาวนาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย
 - 7.3.5 เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ

ขั้นตอนการทำวิจัย



ภาพที่ 3.1 แผนภูมิสรุปขั้นตอนการทำวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องการออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย ได้ทำการ ศึกษาถึงประวัติ ความเป็นมา ภูมิปัญญาชาวบ้าน เศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิต และสิ่งแวดล้อมที่เป็นอัตลักษณ์ของ สามจังหวัดชายแดนใต้ มี ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่าง มุสลิมที่อาศัยอยู่ในสาม จังหวัดชายแดนภาคใต้ ไม่ต่ำกว่า 50 ปี จำนวน 9 คน และผู้ ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับ ศิลปวัฒนธรรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จำนวน 3 ท่าน จากนั้นจึงนำผลจากการสัมภาษณ์ มาทำการสรุปหาแนวทางในการออกแบบ และหลังจากการออกแบบแล้วนำผลงานการออกแบบ ไป ประเมินกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ อันมีเนื้อหาการศึกษาโดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล (ก่อนการออกแบบ) สรุปผลความคิดเห็นจากกลุ่ม ตัวอย่างที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อน อัต ลักษณ์ของวัฒนธรรมมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ส่วนที่ 2 ผลงานออกแบบ ผลงานออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อน อัตลักษณ์ของ วัฒนธรรมมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

ส่วนที่ 3 การประเมินผล (หลังการออกแบบ) การประเมินผลงานออกแบบเลขน ศิลป์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ จากกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบจำนวน 7 ท่าน และประชากรทั่วไป 400 คน

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล (ก่อนการออกแบบ)

1.1 สรุปผลความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อหาอัตลักษณ์ ของมุสลิม ในสามจังหวัด ชายแดน ภาค ใต้ ว่าตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมีอะไรบ้าง มีการ เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร และผลจากการเปลี่ยนแปลง และยอมรับของมุสลิม ให้เป็นอัตลักษณ์ใหม่ ของมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ หรือไม่โดยวิเคราะห์ ในด้านต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1.1 ตราประจำจังหวัด
- 1.1.2 ดอกไม้ประจำจังหวัด
- 1.1.3 คำขวัญประจำจังหวัด

- 1.1.4 วิธีการดำเนินชีวิต
- 1.1.5 การเดินทาง
- 1.1.6 อาชีพ
- 1.1.7 วัฒนธรรม
- 1.1.8 ประเพณี
- 1.1.9 เอกลักษณ์ด้านศิลปะและหัตถกรรมท้องถิ่น
- 1.1.10 โบราณสถาน
- 1.1.11 ของดีประจำอำเภอ

ตารางที่ 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ศิลปะและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของมุสลิม ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

	จังหวัดปัตตานี	จังหวัดยะลา	จังหวัดนราธิวาส
ตราประจำจังหวัด	รูปปืนใหญ่ศรีปัตตานีหรือนางพญาตานี	รูปเมืองแรดบูก	รูปเรือกอและกางใบแล่นรับลมเต็มที ภายในใบเรือเป็นรูปช้างเผือกทรงเครื่องคชาภรณ์
ดอกไม้ประจำจังหวัด	ดอกชบา	ดอกพิกุล	ดอกบานบุรี
คำขวัญประจำจังหวัด	คำขวัญจังหวัดปัตตานี บุญคู่สะอาด หาดทรายสวย รอยน้ำตก นกเขาคี ลูกหยีอร่อย หอยแครงสด	ยะลาใต้สุดสยาม เมืองงามชายแดน	ทักษิณราชตำหนัก ชนรัก ศาสนา นราทัศน์เพลินตา ปาโจตรงใจ แหล่งใหญ่แร่ทอง ลองกองหอมหวาน
วิธีการดำเนินชีวิต	การดำเนินชีวิตแบบวัฒนธรรมมลายู	ใช้ชีวิตส่วนใหญ่กับศาสนา เป็นเรื่องสำคัญ	เรียบง่าย สังคมเกษตร
การเดินทาง	รถยนต์ รถไฟ	รถยนต์	รถยนต์ รถไฟ เครื่องบิน
อาชีพ	ค้าขาย, นาเกลือ, ประมง	เกษตรกร, ค้าขาย	เกษตรกร, ประมง, ค้าขาย

ตารางที่ 4.1 สรุปผลการวิเคราะห์ศิลปะและวัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของมุสลิม ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ต่อ)

	จังหวัดปัตตานี	จังหวัดยะลา	จังหวัดนราธิวาส
วัฒนธรรม	ด้านอาหาร, การแต่งกาย, ภาษาถิ่นมลายู ประเพณีทางศาสนาอิสลาม		
ประเพณี	การแต่งกายไทยมุสลิม		
เทศกาลต่าง ๆ	การแข่งขันนกเขาชวา, งานไก่กอลและ, งานแข่งเรือกอลและ		
เอกลักษณ์ด้านศิลปะและหัตถกรรมท้องถิ่น	กรีซสกุลช่างปัตตานี, กรงนก, ปืนใหญ่พญาตานี, จิตรกรรมบนเรือกอลและ, มัสยิดกลาง, เครื่องทองเหลือง, เรือไทยมุสลิม	บ้านเรือนไทยมุสลิม, กรงนก, กรีซเมืองรามัน	มัสยิดตะโละมานะ, เรือไทยมุสลิม, ผ้าปาเต๊ะ, เรือกอลและ
โบราณสถาน	มัสยิดกรือเซะ		มัสยิดตะโละมานะ, มัสยิดวาดิลฮูเซ็น
ของดีประจำจังหวัด	ไก่ฆอลและ, เรือกอลและ, จำลอง, น้ำบูดู, มะตะบะ, ลูกหยี	กล้วยหิน, ส้มโชกุน, ผักน้ำ, ไก่เบตง, ปลามังกร	ผ้าบาติก, ลองกอง, เรือกอล, ละจำลอง, กระจุค

ส่วนที่ 2 ผลงานออกแบบ

ในส่วนนี้เป็นการทดลองออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิม สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ได้แก่ ตัวอักษร การใช้สี ตราสัญลักษณ์ ตัวอย่างเลขนศิลป์สำหรับมุสลิม สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตัวอย่างชุดจดหมาย ตัวอย่าง เลขนศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ และตัวอย่างเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อม เพื่อนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิใน สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และกลุ่มประชากร ทัวไป ประเมิน ผลงานออกแบบ เพื่อนำผลการประเมินนั้นมาใช้เป็นทิศทางการพัฒนาผลงานออกแบบเลขนศิลป์ เพื่อแสดงอัตลักษณ์มุสลิม สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ต่อไป

การคัดเลือกสีอัตลักษณ์ประจำจังหวัด

ภาพอัตลักษณ์สำหรับจังหวัดปัตตานี



กลุ่มโทนสีจังหวัดปัตตานี



ภาพอัตลักษณ์สำหรับจังหวัดยะลา



กลุ่มโทนสีจังหวัดยะลา



การเลือกสีสัญลักษณ์

ภาพสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสามจังหวัดชายแดนภาคใต้



กลุ่มโทนสีอัตลักษณ์สามจังหวัดชายแดนภาคใต้



ชุดตัวอักษรที่ใช้ในงานออกแบบเลขศิลป์

TYPEFACE THAI VERSION											
ก	ข	ช	ด	ต	ข	ง	จ	ฉ	ช	ฌ	ญ
ฎ	ฏ	ฐ	ท	ฒ	ณ	ด	ต	ถ	ท	ธ	บ
ป	บ	ป	พ	ฟ	ภ	ม	ย	ธ	ฤ	ล	ว
ษ	ต	ส	ห	ฬ	อ	ฮ	ะ	ั	ำ	ิ	ี
ุ	ู	เ	แ	ำ	ำ	ำ	ำ	ำ	ำ	ำ	ำ
๐	๑	๒	๓	๔	๕	๖	๗	๘	๙		

Font size

ปัดตานี

Font size

ปัดตานี

Font size

ปัดตานี

Font size

FONT SIZE

—

Font Size
150pt

ยะลา

—

Font Size
90pt

ยะลา

—

Font Size
36pt

ยะลา

FONT SIZE

—

Font Size
150pt

นราธิวาส

—

Font Size
90pt

นราธิวาส

—

Font Size
36pt

นราธิวาส

คำขวัญประจำจังหวัด

—
NABATVAD

ทักษิณธราชต์ำหนัก บัณธักตาศนา
นธาทักษิณธราชต์ำหนัก ปาจิณธราชต์ำหนัก
แหล่งใหญ่แร่งอง ลองกองหวานหอม

—
PANTANI

บุดูสะอาด หาดทรายสวย
ธวยน้ำตก นกเขาดิ
ลูกหยิอร้อย หอยแตรงสด

—
YALA

ยะลาดิสุดสยาม
เม็องงามบ่ายแดน

ตัวอักษรข้อความ

FONT

ภาษาไทย

ก ข ขค คคฆ ง จ ฉ ช ซ
 ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต ถ
 ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม
 ย ร ล ว ศ ส ห ฬ อ ฮ
 ๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙

UPC-Cordia
 Bold

ภาษาอังกฤษ

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

ภาษาไทย

ก ข ขค คคฆ ง จ ฉ ช ซ
 ฌ ญ ฎ ฏ ฐ ฑ ฒ ณ ด ต ถ
 ท ธ น บ ป ผ ฝ พ ฟ ภ ม
 ย ร ล ว ศ ส ห ฬ อ ฮ
 ๐ ๑ ๒ ๓ ๔ ๕ ๖ ๗ ๘ ๙

UPC-Cordia
 Regular

ภาษาอังกฤษ

ABCDEFGHIJKLM
 NOPQRSTUVWXYZ
 a b c d e f g h i j k l m
 n o p q r s t u v w x y z
 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



Langkasuka



ลังกาสุกะ





















ส่วนที่ 3 การประเมินผล (หลังการออกแบบ)

การประเมินผลงานออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิม สามจังหวัด ชายแดนภาคใต้ จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับ สามจังหวัด ชายแดนภาคใต้จำนวน 7 ท่าน

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นทางการออกแบบของผู้เชี่ยวชาญ

รายการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ระดับ ความคิดเห็น
การสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้		
ความชัดเจน	3.57	ดี
ความเหมาะสม	3.57	ดี
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	4.14	ดี (2)
การออกแบบ		
มีองค์ประกอบชัดเจน	4.29	ดี (1)
มีระเบียบแบบแผน	3.86	ดี
มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	3.71	ดี
มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวตามวัตถุประสงค์	3.86	ดี
มีความเรียบง่าย	3.74	ดี
มีคุณค่าในการจดจำ	3.86	ดี
ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	3.57	ดี
การใช้งาน		
ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้	3.29	ปานกลาง
ความสะดวกในการนำไปใช้	3.71	ดี
การนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์	3.57	ดี
ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	3.57	ดี
เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ	3.29	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.71	ดี

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นกับทางด้านออกแบบในภาพรวม อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.71$) และเมื่อแยกรายข้อพบว่า ทางด้านการออกแบบ – มีองค์ประกอบ ชัดเจนมีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือการสื่อสารความหมายถึงมุสลิม ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ – ก

การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.14$) นอกนั้นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.57 - 3.86$) ยกเว้น ทางด้านการใช้งานในเรื่องของความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน และ เข้าใจง่ายไม่คลุมเครือ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$)

ข้อเสนอแนะด้านการสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

1. พยายามหา Element บางอย่างของความเป็นปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เพิ่มใน Logo เพื่อสร้างความเฉพาะให้กับ พื้นที่
2. น่าจะใช้ Element จากตัวอักษรอารบิก หรือลวดลายแบบอิสลามมาประยุกต์ให้เป็น Logo มากกว่า Element รูปดาวกับเดือน
3. การกำหนดสีของแต่ละจังหวัด ควรแสดงให้เห็นว่าเพราะเหตุใด สีเหลืองถึงต้องเป็น ปัตตานี สีฟ้าต้องเป็นนราธิวาส และเขียวต้องเป็นยะลา ถ้าสามารถแสดงเหตุผลนี้ได้ก็น่าจะชัดเจนขึ้น ได้อีก

ข้อเสนอแนะทางด้านการออกแบบ

1. ควรเพิ่มบทความการเลือกแนวทางของเนื้อหา ที่มา ที่เราได้คัดเลือก มาเป็นหลักในการออกแบบ เพื่อให้ผู้อ่านได้เห็นว่า มีแนวทางการออกแบบที่หลากหลาย และผู้ศึกษาได้ทำงานจนพบว่า แนวทางใด เป็นการแก้ปัญหาได้ดีที่สุด เป็นงาน final
2. การออกแบบโดยรวมดีแล้ว
3. “ตราสัญลักษณ์” มีการพัฒนาแบบที่น้อยเกินไป โครงสร้างและรูปร่างยังไม่ลงตัว ด้วยรูปร่างของตราสัญลักษณ์ที่มีการลวงตาเกิดขึ้น ทำให้ดาว” เกิดความรู้สึกในการมองเห็นว่าไม่อยู่ตรงกลาง ทำให้การแสดงความหมายของความเป็นศูนย์กลางสูญหายไป ในส่วนของ “แบบตัวอักษร” (ทั้ง Logotype และ Typeface) พยายามใส่เส้นสายลวดลายมากเกินไป แบบอักษรจึงไม่ชัดเจน ความสามารถในการอ่าน (Legibility & Readability) จึงน้อย นอกจากนี้ การพยายามตกแต่งตัวอักษรที่มากยิ่งขึ้นทำให้ไปรบกวนความเด่นชัดของตราสัญลักษณ์ลดน้อยลงอีกด้วย

ข้อเสนอแนะทางด้านการใช้งาน

1. การออกของชิ้นงานนี้อาจดูฉีกกฎเกณฑ์ของงานออกแบบในเชิงวัฒนธรรม แต่ในทางกลับกันเป็นการนำเสนอสิ่งใหม่ที่เข้ากับยุคสมัย ซึ่งเป็นไปในทางที่ดี สิ่งที่ควรเพิ่มเติม คือการนำไปใช้กับผู้คน สังคม ในพื้นที่ เพื่อให้เกิดการยอมรับในการสร้างสัญลักษณ์ใหม่

2. มีข้อเสนอเล็กน้อย สัญลักษณ์ชาย และหญิง ดีไซน์สวยดี แต่ต้องคำนึงความเป็นสากล ซึ่งยังมีในปัจจุบันที่เข่าใช้กันอยู่ต้องทำให้ชัดเจนกว่านี้ ถ้ากรณีไม่มีตัวอักษรแสดงไว้จะทำให้เข้าใจใหม่ ว่าอันไหนชายหรือหญิง สัญลักษณ์สากลไม่ต้องมีตัวอักษรก็เข้าใจได้ ส่วนเรื่อง บรรจุภัณฑ์ สิ่งที่สำคัญ ไม่ควรขาดคือ สัญลักษณ์สากล

3. แบบตัวอักษรLogotype จะสูญเสีย“รายละเอียด” เมื่อถูกนำไปใช้งานในขนาดเล็ก

4. แบบตัวอักษรTypeface จะสูญเสีย“ความสามารถในการอ่าน”เมื่อถูกนำไปใช้งานในขนาดเล็ก (Point Size) เล็ก

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นทางการออกแบบของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ระดับ ความคิดเห็น
การสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้		
ความชัดเจน	3.77	ดี
ความเหมาะสม	3.38	ปานกลาง
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี	3.95	ดี
รวมเฉลี่ยด้านการสื่อสารความหมายถึงมุสลิมใน สามจังหวัดชายแดนภาคใต้	3.70	ดี
การออกแบบ		
มีองค์ประกอบชัดเจน	3.69	ดี
มีระเบียบแบบแผน	3.74	ดี
มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน	3.75	ดี
มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวตามวัตถุประสงค์	4.29	ดี (2)
มีความเรียบง่าย	3.96	ดี
มีคุณค่าในการจดจำ	4.36	ดี (1)
ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	4.25	ดี
รวมเฉลี่ยด้านการออกแบบ	4.01	ดี
การใช้งาน		
ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้	3.83	ดี
ความสะดวกในการนำไปใช้	3.83	ดี
การนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์	4.10	ดี
ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย	4.17	ดี
เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ	4.17	ดี
รวมเฉลี่ยด้านการใช้งาน	4.02	ดี
รวมเฉลี่ย	3.95	ดี

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับทางด้านออกแบบในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.95$) และเมื่อแยกรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.69 - 4.36$) ยกเว้นการสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ - ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) ในทางด้านการออกแบบ - มีคุณค่าในการจดจำ มีค่าเฉลี่ยในระดับดี ที่มีค่าสูง ที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือ มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวตามวัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 4.29$)

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่อง การออกแบบเลขนศิลป์การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) ได้บทสรุป โดยมีเนื้อหาดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. การอภิปรายผลการวิจัย
3. ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ลักษณะความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมมุสลิม และออกแบบเลขนศิลป์ที่เหมาะสม และสะท้อนอัตลักษณ์มุสลิม โดยมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของมุสลิม ในสามจังหวัด ชายแดนภาคใต้ทำให้เกิดงานออกแบบเลขนศิลป์ สามารถสื่อสารข้อมูล ประชาสัมพันธ์ กับประชากรและนักท่องเที่ยวได้ดี อีกทั้งสามารถสะท้อน อัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นสมมติฐานการวิจัย และ ศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบ วัฒนธรรมที่เป็นอัตลักษณ์ของมุสลิมในประเทศไทย เฉพาะเจาะจง มุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้อันนั้น คือปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เฉพาะกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้เชี่ยวชาญซึ่งมีความรู้ทางการออกแบบ ด้านศิลปวัฒนธรรม และด้านนโยบายขับเคลื่อนแผนพัฒนา ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมไปถึงการออกแบบเลขนศิลป์ในรูปแบบของมุสลิมที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้

5.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากผลงาน การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย ที่ได้ นำเสนอแก่ผู้เชี่ยวชาญทางด้านวัฒนธรรม และด้านการออกแบบ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นกับทางด้านออกแบบในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.71$) และเมื่อแยกรายข้อพบว่า ทางด้านการออกแบบ – มืองค์ประกอบชัดเจนมีค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุด อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.29$) รองลงมาคือการสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ – การสร้าง

ภาพลักษณ์ที่ดี มีค่าเฉลี่ย อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.14$) นอกนั้นอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.57 - 3.86$) ยกเว้น ทางด้านการใช้งานในเรื่องของความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งาน และเข้าใจง่ายไม่คลุมเครือ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$)

ส่วนทางด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นกับทางด้านออกแบบในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.95$) และเมื่อแยกรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 3.69 - 4.36$) ยกเว้นการสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ – ความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) ในทางด้านการออกแบบ – มีคุณค่าในการจดจำ มีค่าเฉลี่ยในระดับดี ที่มีค่าสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาคือมีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวตาม วัตถุประสงค์ ($\bar{X} = 4.29$)

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยในครั้งนี้

การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) ต้องมีการศึกษารวบรวมข้อมูลถึงความเป็นมาของรูปแบบ (style) และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ในอดีต ของมุสลิม ในสามจังหวัด ชายแดนภาคใต้ เพื่อให้ได้มาของข้อมูลในพื้นที่เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบใหญ่ไว้สำหรับครอบคลุมงานออกแบบ โดยสามารถรวมเป็นชุดเดียวกัน สิ่งที่น่ามาใช้เป็นไปได้หลายแนวทาง เช่น การใช้โครงสร้าง การใช้สัญลักษณ์ลายเส้น การใช้ลักษณะตัวอักษร จากนั้นให้หาข้อมูลส่วนที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละจังหวัด เลือกเอาจุดเด่นที่เป็นที่ยอมรับมาใช้ เช่นข้อมูลจากตราประจำจังหวัด คำขวัญจังหวัด แหล่งท่องเที่ยว โบราณสถาน ทรัพยากรที่มีค่าทางธรรมชาติ ดอกไม้ต้นไม้ประจำจังหวัด หรือแม้แต่ข้อมูลที่เป็นรูปแบบนามธรรมและความรู้สึก ทั้งหมดใช้เป็นเนื้อหาในการออกแบบได้ แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชิ้นนี้สามารถเป็นตัวอย่งของการแก้ปัญหาในรายละเอียดของโจทย์ในหัวข้องานวิจัย และผลที่ออกมาเป็นวิธีการในการออกแบบที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบได้จริง แต่ก็ได้ยืนยันต่อผลงานออกแบบขั้นสุดท้ายว่าจะต้องเป็นดังที่แสดงไว้เสมอ ซึ่งจากการศึกษาพบว่าศิลปวัฒนธรรมของมุสลิมสามจังหวัดชายแดนภาคใต้นั้นมีมิติที่หลากหลาย มีความคล้ายคลึงเหมือนกัน ทั้งหลากหลายและซับซ้อน แต่ก็ล้วนแล้วน่าสนใจ แต่เนื่องด้วยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเรื่องที่มีความอ่อนไหวต่อสังคมมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทำให้ข้อมูลบางส่วนที่อาจเป็นประโยชน์หรือมีความสำคัญมีความยากลำบากในการเก็บรวบรวมข้อมูล ที่เกี่ยวข้องกับชาวมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ทั้งยังเป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยง ทำให้มีผลต่อการทำการสอบถามข้อมูลในการทำงานวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมีผลทำให้ข้อมูลยังไม่ครบถ้วน

การออกแบบเลขศิลป์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดในประเทศไทย ยังเป็นเรื่องที่ไม่ได้รับการสนับสนุนหรือไม่ได้รับความสำคัญจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งจะเห็นได้จากรูปแบบอัตลักษณ์ของจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทยที่ยังไม่มีรูปแบบอัตลักษณ์ที่ชัดเจน เนื่องจากต้องใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก

5.3.2 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาด้านการออกแบบอันประกอบด้วย ประวัติศาสตร์ศิลปะ สุนทรียศาสตร์ ระเบียบวิธีวิจัย หลักการออกแบบ และเอกลักษณ์ท้องถิ่นนั้นมีความสำคัญในการออกแบบครั้งนี้ เพราะศิลปะและการออกแบบนั้นมีรสนิยมที่บ่มเพาะมาแตกต่างกัน ตามแต่ประสบการณ์ของตัวเอง และยังคงควรสร้างสมให้มาก เพื่อเป็นรากฐานในการคิดค้นรูปแบบงานออกแบบนิเทศศิลป์ที่แปลกใหม่ เหมาะสม สื่อสารได้ตรงต่อความต้องการของคนในสังคมนั้นๆ

บรรณานุกรม

- กรีช. (2538). **สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคใต้ ฉบับต้นแบบ**. : 1 - 35.
- กรีชปัตตานี**. (2542). วัฒนธรรมพัฒนาการทางประวัติศาสตร์เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดปัตตานี, พิมพ์ครั้งที่ 1. กรมศิลปากร.
- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ. (2543). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกสารและภูมิปัญญา**. กรุงเทพฯ : กรมศิลปากร.
- ฉัตรชัย อรรถปักษ์. (2548). **องค์ประกอบศิลป์**. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.
- ชลธิศา เทียวประดิษฐ์. (2550). “การออกแบบเอกลักษณ์องค์กร สำหรับโครงการโฮมสเตย์มาตรฐาน ไทย”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**.
- ธนก บังผล. (พฤษภาคม 2557). **จากปืนใหญ่ใต้ถ้ำปัตตานี สู่อำนาจ มหาเลขา ที่ถูกลี้ม**. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ http://wbns.oas.psu.ac.th/shownews.php?news_id=36996. ศูนย์ข่าวอิสรา สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย.
- นันทา โจรจนอุดมศาสตร์. (2536). **การทำผ้าบาติก**. กรุงเทพมหานคร : โอเดียนสโตร์.
- ประสิทธิ์ รัตนมณี และคณะ. (2550). **วัฒนธรรมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส)** . สถาบันวัฒนธรรมศึกษากัลยณิวัฒนา , มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
- ปราโมทย์ แสงพลสิทธิ์ . (2540). **การออกแบบนิเทศศิลป์ 1** . กรุงเทพฯ : ศูนย์เอกสารตำราสำนักกิจการพิเศษ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ปาพจน์ หนูนภักดี. (2553). **หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์** . กรุงเทพฯ: โอเดีซีพีริเมียร์.
- รัฐธินันท์ พรหมณีนิล. (2552). “การออกแบบระบบป้ายสัญลักษณ์และเฟอร์นิเจอร์ถนนที่แสดงเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรี ”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**.
- เรือกอและราชินีแห่งท้องน้ำ**. (ม.ป.ป.). กรุงเทพฯ : บริษัท 2020 World Media จำกัด.

- วรรณชไม การถนัด, ผศ.ดร. (11 มกราคม 2554). **ศิลปะบนเรือกอและ**. เข้าถึงได้จากเว็บไซต์ <http://burongtani.oas.psu.ac.th/category/tags/ศิลปะบนเรือกอและ>. กลุ่มงานวิจัย
 นัก : พิพิธภัณฑสถานประวัติธรรมชาติและเครือข่ายเรียนรู้ท้องถิ่น คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- วุฒิ วัฒนสิน. 2542. **ลวดลายจิตรกรรมบนเรือกอและในจังหวัดปัตตานี**. ปัตตานี : คณะ
 ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศฤงคาร กิติวินิต. (2548). “การออกแบบเลขนศิลป์สิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมเอกลักษณ์ในจังหวัด
 ชายแดนภาคใต้ของประเทศไทย”. **วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
 ออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร**.
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์. (2547). **การออกแบบอัตลักษณ์**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: คอร์ฟั้งชั่น.
- เอื้อเอ็นดู ดิศกุล ณ ออยุธยา. (2543). **ระบบป้ายสัญลักษณ์**. กรุงเทพฯ: พลัสเพลส.

ภาษาต่างประเทศ

- Best, John W. (1997). **Research in Education**. 3rd ed., Englewood Cliffs, New Jersey.
 Prentice – Hall, Inc.
- Philipp, Meuser, and Pogade Daniela. (2010). **Construction and Design Manual
 Wayfinding and Signage**. Shenzhen: Dami Editorial & Printing Service Co.,Ltd..
- Wayne Hunt and Harper Design International. (2003). **Environmental Graphic: Projects
 and Process**. Hong Kong.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก.
แบบสอบถาม

**แบบสอบถามเพื่อแสดงความคิดเห็น
การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย**

คำชี้แจง

ขอความอนุเคราะห์ในการแสดงความคิดเห็น เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการทำวิทยานิพนธ์ ในหัวข้อ “การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส)” จัดทำโดย นายภักดี ต่วนศิริ นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ทางผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้จากการแสดงความคิดเห็น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการแบบชุดตัวอักษรไทยและกราฟฟิก สำหรับใช้ในงานสื่อสารที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิม และเพื่อเป็นแนวทางศึกษาต่อของผู้สนใจงานออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการสำรวจ

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ความเป็นอัตลักษณ์ของวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย
2. เพื่อออกแบบเลขนศิลป์ที่เหมาะสม และสะท้อนอัตลักษณ์มุสลิมในประเทศไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ.....ปี
3. ศาสนา อิสลาม พุทธ คริสต์ อื่นๆ.....
4. จังหวัดที่อาศัยอยู่ ปัตตานี ยะลา นราธิวาส อื่นๆ.....

ส่วนที่ 2

- 1 ท่านคิดว่าสัญลักษณ์ของอิสลามคืออะไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2 ท่านคิดว่าสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้คืออะไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3 ท่านคิดว่าตัวอักษรภาษาไทยและรูปภาพสำเร็จรูป ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส) ควรมีรูปแบบอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูง
ในความอนุเคราะห์การตอบแบบสอบถามนี้

แบบสอบถาม ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
การออกแบบเลขนศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย
(ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)

(A reflection of Muslim culture in Thailand through Graphic design)

โดย นายภักดี ต่วนศิริ ระดับบัณฑิตศึกษา ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์
 มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและผู้ทรงคุณวุฒิที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส) เพื่อประเมินผลงานออกแบบเลขนศิลป์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์มุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)

ชื่อ.....

อาชีพตำแหน่ง.....

สถานที่ทำงาน.....

ทำเครื่องหมาย ในช่องความคิดเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ

ความคิดเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง 2 = พอใช้, 1 = ควรปรับปรุง

การสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัด ชายแดนภาคใต้	ความคิดเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ				
	5	4	3	2	1
ความชัดเจน					
ความเหมาะสม					
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

การออกแบบ	ความเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ				
	5	4	3	2	1
มีองค์ประกอบชัดเจน					
มีระเบียบแบบแผน					
มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน					
มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวตามวัตถุประสงค์					
มีความเรียบง่าย					
มีคุณค่าในการจดจำ					
ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

การใช้งาน	ความเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ				
	5	4	3	2	1
ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้					
ความสะดวกในการนำไปใช้					
การนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์					
ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย					
เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

แบบสอบถาม ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง
การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย
(ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)

(A reflection of Muslim culture in Thailand through Graphic design)
โดย นายภักดี ต่วนศิริ ระดับบัณฑิตศึกษา ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบสอบถามความคิดเห็นจากประชากรทั่วไปเพื่อประเมินผลงานออกแบบเลขศิลป์ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์มุสลิมในประเทศไทย (ปัตตานี ยะลา นราธิวาส)

ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 ต่ำกว่า 25 ปี 25-39 ปี 40-55 ปี 55 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี
4. ศาสนา
 พุทธ อิสลาม คริสต์ ศาสนาอื่น.....
5. จังหวัดที่อยู่
 ปัตตานี ยะลา นราธิวาส จังหวัดอื่น.....

ทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องความคิดเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ

ความคิดเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ 5 = ดีมาก, 4 = ดี, 3 = ปานกลาง 2 = พอใช้, 1 = ควรปรับปรุง

รายการ	ความคิดเห็นที่มีต่อผลงานออกแบบ				
	5	4	3	2	1
การสื่อสารความหมายถึงมุสลิมในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้					
ความชัดเจน					
ความเหมาะสม					
การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี					
การออกแบบ					
มีองค์ประกอบชัดเจน					
มีระเบียบแบบแผน					
มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน					
มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัวตามวัตถุประสงค์					
มีความเรียบง่าย					
มีคุณค่าในการจดจำ					
ความสวยงามของรูปแบบโดยรวม					
การใช้งาน					
ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้					
ความสะดวกในการนำไปใช้					
การนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์					
ใช้งานได้นาน เหมาะกับทุกยุคทุกสมัย					
เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข.
หนังสือเชิญผู้เชี่ยวชาญ



ที่ ศธ 0520.107/ 3133

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี คลองตัน
กรุงเทพฯ 10170

12 กรกฎาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณทิวากร นาวารัตน์

ด้วย นายภักดี ต่วนศิริ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย" และจำเป็นต้องมีผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย คลองตัน

โทร. 0-28497502-3



ที่ ศธ 0520.107/ 3474

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ตำบลชั้น
กรุงเทพฯ 10170

17 กรกฎาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณกนกกำแหง จรรยา

ด้วย นายภักดี ต่วนศิริ นักศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย" และจำเป็นต้องมีผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย ชั้น 3

โทร. 0-28497502-3



ที่ ศธ 0520.107/ 3975

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น
กรุงเทพฯ 10170

17 กรกฎาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณสมิขณ์ สมันเสาะ

ด้วย นายภักดี ค่วนศิริ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การออกแบบเลขคณิตที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย" และจำเป็นต้องมีผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น

โทร. 0-28497502-3



ที่ ศธ 0520.107/ 3971

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น
กรุงเทพฯ 10170

17 กรกฎาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณกฤษณะ ธนะอนันต์

ด้วย นายภัทที ต่วนศิริ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย" และจำเป็นต้องมีผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทธวงศ์)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น
โทร. 0-28497502-3



ที่ ศธ 0520.107/ 3292

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
22 ถนนบรมราชชนนี ดลิ่งชั้น
กรุงเทพฯ 10170

17 กรกฎาคม 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณไพโรจน์ อีระประภา

ด้วย นายภักดี ต่วนศิริ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้สร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การออกแบบเลขศิลป์ที่สะท้อนวัฒนธรรมมุสลิมในประเทศไทย” และจำเป็นต้องมีผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ธารทัศน์วงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานเลขานุการบัณฑิตวิทยาลัย ดลิ่งชั้น

โทร. 0-28497502-3

ภาคผนวก ค.
ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นายภักดี ต่วนศิริ
เกิด	11 ธันวาคม 2524 จังหวัดนครศรีธรรมราช
ที่อยู่ปัจจุบัน	181/374 หมู่ที่ 6 ถ.เจริญประดิษฐ์ ต.ภูสะมิแล อ.เมืองปัตตานี จ.ปัตตานี 94000
สถานที่ทำงาน	คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
ถ	.เจริญประดิษฐ์ ต.ภูสะมิแล อ.เมืองปัตตานี จ.ปัตตานี 94000
โทรศัพท์	มือถือ 089-649-4455, โทรศัพท์ 0 7334 969, โทรสาร 0 7334 9692

ประวัติการศึกษา

2556	ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
2549	ปริญญาตรีศิลปบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต
2545	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิทยาลัยช่างศิลป์นครศรีธรรมราช

ประวัติการทำงาน

2556 - ปัจจุบัน	ผู้อำนวยการหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อ	คณะวิทยาการ สื่อสารมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
2550-2551	อาจารย์ประจำ สาขานวัตกรรมการออกแบบและสร้างสรรค์สื่อ	คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
2550-2551	อาจารย์พิเศษ สาขานวัตกรรมการออกแบบสื่อและการผลิตสื่อ	คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี
2547-2550	พนักงานและพนักงานกราฟฟิคดีไซน์ บริษัท เซ็นทริส คอร์ปอเรชั่น จำกัด	