

แนวคิดเชิงสัญลักษณ์ ดิน น้ำ ลม ไฟสู่การสร้างสรรค์เครื่องประดับร่วมสมัย สำหรับชายรักชาย
The Symbolic Concepts of Earth, Water, Wind and Fire to Create contemporary
Jewelry for Homosexual

ณัฐวรรณ นาวารานนท์

ผกามาศ สุวรรณนิภา

ภูวษา เรืองชีวิน

หลักสูตรทัศนศิลป์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยบูรพา

Natawan Nartwaranon

Pakamas Suwannipa

Puvasa Ruangchewin

Visual Arts and Design, Burapha University

Email: vivan898@hotmail.com

วันที่รับบทความ: 21 พฤษภาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 26 มิถุนายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 2 กรกฎาคม 2567

Received: May 21, 2024; Revised: June 26, 2024; Accepted: July 2, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบทางสังคมและวัฒนธรรม ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และความต้องการของเพศทางเลือก LGBT เฉพาะกลุ่มชายรักชาย วิเคราะห์ประเด็นความสัมพันธ์ของการออกแบบกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมในการบริโภค รสนิยม และสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยที่มีเอกลักษณ์ ส่งเสริมคุณค่าเชิงสุนทรีย์ ส่งเสริมคุณค่าทางสังคม สร้างคุณค่าทางจิตใจตามความต้องการของกลุ่มชายรักชายและตอบสนองต่อคุณค่าทางเศรษฐกิจตลาดเครื่องประดับของประเทศไทย วิธีดำเนินการวิจัยแบบเชิงคุณภาพทางศิลปะใช้ฐานศาสตร์ทางศิลปะ ปฏิบัติการสร้างสรรค์ทางศิลปะเป็นองค์ประกอบหลักการศึกษาวิจัย ผลของการวิจัยพบว่าองค์ประกอบทางสังคมและวัฒนธรรมแสดงอัตลักษณ์ของเพศทางเลือก LGBT ของกลุ่มชายรักชาย มีความสัมพันธ์ทางการออกแบบกับรูปแบบการดำเนินชีวิต มีพฤติกรรม บริโภค รสนิยม จะมีความสัมพันธ์กับกลุ่มชายรักชายและพบว่า ผลผลิตของงานออกแบบที่ใช้ประดับตกแต่งสำหรับกลุ่มชายรักชาย จะเป็นแบรนด์ที่รองรับสังคมยุคร่วมสมัย ผลผลิตของงานออกแบบจะเป็นประโยชน์มีคุณค่าทางสุนทรีย์ ทางสังคม จิตใจ ตามความต้องการของกลุ่มชายรักชายและตอบสนองคุณค่าทางเศรษฐกิจตลาดเครื่องประดับของประเทศไทย

คำสำคัญ : แนวคิดเชิงสัญลักษณ์ ดิน น้ำ ลม ไฟ; การสร้างสรรค์เครื่องประดับ; ชายรักชาย



Abstract

The research aims to study and analyze social and cultural elements. that represents the identity and needs of the LGBT alternative gender, specifically the MSM group. Analyze the relationship between design and lifestyle. Consumption behavior, tastes, and creation of unique contemporary jewelry designs. Promote aesthetic value Promote social values Create mental value According to the needs of the MSM group and in response to the economic value of Thailand's jewelry market. Methods for conducting qualitative research in the arts using the science base in the arts Creative artistic practice is a key component of research studies. The results of the research found that social and cultural elements express the identity of gay people. LGBT group of gay men. There is a relationship between the design and the lifestyle, consumption behavior, and tastes. There will be a relationship with the MSM group and found that the products of designs used as decorations for the MSM group It will be a brand that supports contemporary society. The output of the design work will be beneficial, have aesthetic, social, and psychological value according to the needs of the MSM group and respond to the economic value of the jewelry market of Thailand.

Keyword: Symbolic concepts earth water wind fire; Creation Contemporary Jewelry; Homosexual.

บทนำ

จากข้อมูล LGBT-Capital.com ในปีพ.ศ. 2559 มีจำนวนประชากรหลากหลายทางเพศ รว 480 ล้านคน และในภูมิภาคเอเชีย มีถึง 288 ล้านคน หรือ 60% ของกลุ่มหลากหลายทางเพศ และจากข้อมูลล่าสุด เมื่อ 2 มิถุนายน 2565 กลุ่มหลากหลายทางเพศมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จาก 480 ล้านคน เป็น 486 ล้านคน และในภูมิภาคเอเชีย มีถึง 288 ล้านคน หรือ 60% ของกลุ่มหลากหลายทางเพศ ส่วนในประเทศไทย มีถึง 4.2 ล้านคน และประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 4 ของโลก โดยมีประชากรที่มีอายุเกิน 15 ปีถึงจำนวน 3.6 ล้านคน (PPTV ออนไลน์) และมีแนวโน้มขยับตัวสูงขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจำนวนดังกล่าวมีจำนวนไม่น้อยที่เป็นกลุ่มชายรักชาย อยู่ด้วย นักปฏิบัติการวิจัยประชากรและสังคม ได้กล่าวว่า ในที่สุดตัวเลขที่เชื่อว่าจำนวนชายรักชายในไทย น่าจะมีสัดส่วนประมาณ 3% ของประชากรชายที่มีอายุระหว่าง 15-59 ปี หรือจำนวน 20 ล้านคน จะมีชายรักชาย จำนวน 600,000 คน นอกจากนี้ บริษัท ZOCIAL INC ได้รวบรวมประชากรชายรักชายในโลกออนไลน์ (FACEBOOK) ทั่วโลกมีถึง 15.4 ล้านคน โดยเอเชียมีถึง 8.5 ล้านคน เมื่อเทียบ 10 อันดับ ส่วนประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 8 จากสถิติดังกล่าวจึงมีการเช็กเกรด ประเทศที่เป็นมิตรกับกลุ่ม LGBT มากที่สุดในปี พ.ศ.



2562 พบว่าประเทศไทยอยู่ในระดับ D+ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงขีดแย้งในเรื่องของประชากรกลุ่มชายรักชาย พฤติกรรมในการบริโภค ตามที่นักวิชาการ กิ่งรัก อิงคะวัต, (2542). ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบการใช้จ่ายเงิน พฤติกรรมในการบริโภคสินค้า ที่อยู่ในหมวดแฟชั่น บ้านเท่ง การท่องเที่ยวและยังสอดคล้องกับที่นักวิชาการอีกกลุ่มหนึ่ง อติศราพร ลอพันธ์สกุล, อภิญญา ศักดาศิริโรจน์, (2559). ได้กล่าวว่า กลุ่มชายรักชาย มีศักยภาพสูง ในการบริโภคกลุ่มธุรกิจ ความสวยความงาม การรองรับการแต่งงานเพศเดียวกัน อีกทั้งนักวิชาการกลุ่มที่สาม เรขัณพัศ ภาสกรณ์, ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, (2555). กล่าวว่าชายรักชายมีพฤติกรรมการบริโภค ที่สอดคล้องในปัจจุบัน เช่นเดียวกันและมีปัจจัยเพิ่ม จากระยะเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป ในความโนบเฉียวหรรษา ซึ่งเป็นตลาดกลุ่มใหม่ที่กำลังเติบโต และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น กลุ่มชายรักชายไม่ว่าจะเป็นในแง่รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภค รสนิยม แสดงถึงทัศนคติของการแต่งกายที่ส่งผลต่อการเพิ่มคุณค่าและส่งเสริมสถานะของตนเอง ในทางสังคมและภาพลักษณ์ของผู้บริโภค (กลุ่มชายรักชาย) ที่มีกำลังซื้อเครื่องแต่งกายที่มีราคาสูง เพื่อในการเข้าสังคม จึงเชื่อมโยงกับเครื่องประดับที่อยู่คู่กับการแต่งกายให้สัมพันธ์ดูดีมีระดับ ดังนั้นเครื่องประดับจึงมีความสำคัญที่ประกอบให้ร่างกายได้ตกแต่งกายมีคุณค่ามากขึ้น สามารถแสดงอัตลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะของกลุ่มชายรักชายได้ โดยการถ่ายทอดกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์เครื่องประดับร่วมสมัย

กลุ่มชายรักชายมีความโดดเด่นที่ไม่ชอบสวมใส่เครื่องประดับที่เหมือนกับบุคคลทั่วไป จึงนำไปสู่การนำแนวคิดด้านการออกแบบเครื่องประดับและศิลปะการออกแบบ ที่เชื่อมโยงกับทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ทางศิลปะ ทฤษฎีสัญศาสตร์ และทฤษฎีการออกแบบเครื่องประดับเป็นแรงบันดาลใจ ในการวิเคราะห์ สังเคราะห์ อันเกิดจากธาตุทั้ง 4 ของมนุษย์ คือ ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม และธาตุไฟ เนื่องจากธาตุทั้ง 4 นี้เป็นธาตุกำเนิดของมนุษย์หรือมหาธาตุรูป ซึ่งรูปความหมายคือรูปชั้น หรือ กอร่างกายเกิดจากธาตุที่เป็นปัจจัยที่มีสถานะที่แผ่ไปหรือกินเนื้อที่ ธาตุดินหรือปฐวีธาตุ เช่น ผม ขน เล็บ ฟัน กระดูก เป็นต้น ส่วนธาตุน้ำ หรืออาโปธาตุ เป็นปัจจัยสำคัญของร่างกายคือ น้ำดื่มกิน นำไปสู่ส่วนต่าง ๆ ของร่างกาย เป็นกระแสโลหิตหรือของเหลวในร่างกาย ธาตุลม หรือวาโยธาตุ คือลมหายใจซึ่งหายใจอยู่ทุกขณะเพื่อการดำรงอยู่ ส่วนธาตุไฟ เป็นความร้อนความอบอุ่นในร่างกาย ซึ่งหลอมรวมเป็นวิทยาศาสตร์คือร่างกายของมนุษย์ และร่างกายของมนุษย์จะขาดธาตุใดธาตุหนึ่งไม่ได้ ไสว บุญมา, นภาพร ลิ้มปิยากร, (2551).

ธาตุทั้ง 4 ซึ่งมีความสำคัญที่อยู่ในร่างกายของมนุษย์ผ่านกระบวนการทางความคิด การแทนค่าสัญลักษณ์ ผสมผสานอัตลักษณ์ รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรม รสนิยม การแต่งกาย ความเท่าเทียม ความเสมอภาค ของกลุ่มชายรักชายและถ่ายทอดสู่แนวทางการออกแบบที่มีสีสัน รูปแบบอิสระ รูปทรงตามความเชื่อและแทนค่าด้วยสัญลักษณ์ เทคนิคทางช่างเครื่องประดับ วัสดุ สีของอัญมณีที่มีค่าทางเครื่องประดับ สร้างสรรค์เอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชายรักชาย รูปแบบเครื่องประดับร่วมสมัยที่เหมาะสม ในมิติใหม่รูปแบบใหม่ โดยแทนค่าด้วยธาตุทั้ง 4 ดิน น้ำ ลม ไฟ Pallas, (2549).



การนำธาตุทั้ง 4 ที่มีความหมายแตกต่างกัน รูปทรงที่ต่างกัน สีที่ต่างกันของแต่ละธาตุ โดยการแทนค่า ความหมาย และสัญลักษณ์ดังนี้

1. ธาตุดิน หรือ ปฐวีธาตุ เป็นธาตุของแข็ง มีความหนาแน่นโดยธรรมชาติ เช่น กระจก ฯลฯ มีรูปทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส สีเหลืองอ่อน จนถึง สีน้ำตาล แทนค่า สัญลักษณ์ของชายรักชาย
2. ธาตุน้ำ หรือ อาโปธาตุ เป็นธาตุของเหลวในร่างกาย มีการเปลี่ยนแปลงตามสภาพของร่างกาย เช่น น้ำเลือด ฯลฯ มีรูปทรงโค้งหรือคลื่น สี น้ำเงินและดำ แทนค่าสัญลักษณ์ของครอบครัวของชายรักชาย
3. ธาตุลม หรือ วายูธาตุ เป็นธาตุเคลื่อนไหว แสดงถึงการพัดขึ้นพัดลงที่ต่ำ เช่น ลมหายใจ มีรูปทรงอิสระ เคลื่อนไหว (อากาศธาตุ) สีฟ้าอ่อน ขาวและเทา แทนค่าสัญลักษณ์ สังคมของชายรักชาย
4. ธาตุไฟ หรือ เตโชธาตุ เป็นธาตุแห่งความร้อน อบอวลในร่างกาย มีรูปทรงสามเหลี่ยม สีส้ม แดง แทนค่า สัญลักษณ์ของชายรักชายสภาพการยอมรับในสังคม

ทั้ง 4 ธาตุนี้หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า มหาภูตรูป ซึ่งประกอบขึ้นเป็นตัวตนของมนุษย์ทางวิทยาศาสตร์ นอกจากที่กล่าวมาแล้วนี้ ธาตุทั้ง 4 จึงมีความสำคัญต่อการออกแบบเครื่องประดับสำหรับชายรักชาย ผู้วิจัยมองเห็นจุดสำคัญในการศึกษาอัตลักษณ์ ความต้องการ รูปแบบการดำเนินชีวิตและพฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับ การแต่งกาย มุมมองและทัศนคติในการเลือกซื้อ เครื่องประดับที่มีเอกลักษณ์ ส่งเสริมคุณค่าทางสุนทรียะ ส่งเสริมสถานะทางสังคม และสร้างคุณค่าทางจิตใจตามความต้องการของกลุ่มชายรักชาย

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาและวิเคราะห์องค์ประกอบทางสังคมและวัฒนธรรม ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และความต้องการของเพศทางเลือก LGBT โดยเฉพาะกลุ่มชายรักชาย
2. วิเคราะห์ประเด็นความสัมพันธ์ของการออกแบบกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมในการบริโภค รสนิยม การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มชายรักชาย (LGBT)
3. สร้างสรรค์ผลงานออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยที่มีเอกลักษณ์ ส่งเสริมคุณค่าเชิงสุนทรียะ ส่งเสริมคุณค่าทางสังคม สร้างคุณค่าทางจิตใจ ตามความต้องการของกลุ่มชายรักชายและตอบสนองต่อคุณค่าทางเศรษฐกิจตลาดเครื่องประดับของประเทศไทย

ทบทวนวรรณกรรม

1. เนื้อหาเกี่ยวกับกลุ่มชายรักชาย

1.1 วิถีวัฒนธรรมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของกลุ่มชายรักชาย กลุ่มชายรักชายถือว่าเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพสูงและน่าจับตามองและประเมินว่าทั่วโลกมีจำนวน LGBT ไม่น้อยกว่า 500 ล้านคนในเอเชียมีมากถึง 288 ล้านคนและเป็นคนไทยจำนวน 4 ล้านคนและนับวันจะเพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ



ตามลำดับ ในกลุ่มดังกล่าวมีชายรักชายอยู่จำนวนไม่น้อยเช่นเดียวกัน ส่วนใหญ่มีรายได้สูงและมีกำลังซื้อสูง สะท้อนถึงบุคลิกและบ่งบอกถึงตัวตนที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศ ภาพรวมของ LGBT จึงเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เสื้อผ้า รูปแบบ สี ที่เป็นแบรนด์เนม ลักษณะเฉพาะและความเป็นตัวของตัวเองที่ไม่เหมือนกัน สะท้อนตัวตนของตน LGBT ดังนี้

L คือ Lesbian ผู้หญิงที่ชอบผู้หญิงด้วยกัน อาจมีทอมหรือดี้ หรือทอมเองมีความ จริใจ เรียบง่าย น่ารัก ชื่นชอบเสื้อผ้าที่มีความสดใสและมีชีวิตชีวาตามสไตล์แบบผู้หญิง

G คือ Gay (ชายรักชาย Homosexual) บุคคลที่มีรสนิยมทางเพศแบบรักร่วมเพศ มีอารมณ์ และความดึงดูดกับเพศเดียวกัน เลิศที่สุด มีสไตล์ แซ่บ นิยมสินค้าที่ดูหรูหรา ชอบแบรนด์เนมเพราะทำให้มั่นใจ เวลาใช้งานและถ่ายรูปออกมาแล้วดูดี เรียบหรู ดูแพง

B คือ Bisexual เป็นรสนิยมทางเพศที่ชอบทั้งสองเพศ ทั้งมีเพศกำเนิดเป็นชายและหญิง เรียบแต่โก้ ใจดี พุดน้อยต่อยหนัก ชอบการแต่งกายแบบเรียบง่าย และเหมาะสมกับโอกาสในการใช้งาน

T คือ Transgender เป็นคนข้ามเพศผู้หญิงที่มีจิตใจเป็นชายหรือชายที่มีจิตใจเป็นหญิงสวยประหลาด สู้ไม่ท้อ เต็มที่กับทุกสิ่ง นิยมสินค้าแบรนด์เนม เรียบหรู ดูมีราคาแพง เหมาะสมกับตัวเอง มีความเช็กชี เสื้อผ้า ในกลุ่มชายรักชายมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสูงเท่ากลุ่มอื่น ๆ ที่เฉลี่ยเกือบ 3,000 บาทต่อครั้ง

1.2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับของกลุ่มชายรักชาย พฤติกรรมในการเลือกซื้อเครื่องประดับเพื่อให้เครื่องแต่งกายเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น แปลกตาขึ้น ดังนั้น พฤติกรรมในการแต่งกายของกลุ่มชายรักชายมีการแสดงออกถึงสไตล์แฟชั่นที่มีความเป็นตัวของตัวเอง มีการมิกซ์แอนด์แมทช์อย่างสนุกสนานเป็นรูปแบบการจับคู่เสื้อผ้าหลายชิ้น ทำให้ไม่สามารถละลายตาได้

ชุดิภาส อุดมสุข (2560). กล่าวว่า การแต่งกายของกลุ่มชายรักชายนิยมแบรนด์เนม (Hi-end) และ Hi-street ที่ได้รับความนิยมที่ตอบใจรสนิยมของคนในปัจจุบันที่คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค สร้างความแตกต่างที่เป็นจุดยืนของแบรนด์ ที่เป็นใจสำคัญของการตลาดและสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่มเป้าหมาย



แผนภาพที่ 1 - 4 : งานเครื่องประดับแบรนด์ Cartier Boucheron และ Louis Vuitton

ที่มา : Louis Vuitton launch LV volt campaign September, 2020

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นดังกล่าวมาดำเนินการวิจัยในเรื่องเครื่องประดับที่เหมาะสมและเป็นรูปแบบเฉพาะของกลุ่มชายรักชายโดยเชื่อมโยงกับธาตุทั้ง 4 ของมนุษย์ (ดิน น้ำ ลม ไฟ) เนื่องจากธาตุของมนุษย์เป็นปัจจัยหลักที่แสดงความเท่าเทียม และก่อให้เกิดชีวิตทุกสรรพสิ่ง โดยการนำทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ทางศิลปะ ทฤษฎีสัญศาสตร์การแทนค่าสัญลักษณ์ และทฤษฎีการออกแบบเครื่องประดับ เพื่อให้เกิดเป็นเครื่องประดับร่วมสมัยในมิติใหม่ รูปแบบใหม่ของวงการเครื่องประดับไทย

1.3 พฤติกรรมเชิงจิตวิทยาในชายรักชาย พฤติกรรมการแสดงออกของมนุษย์ จิตวิทยาในการแสดงออก จากวิจัย เรื่องจิตวิทยาในการแสดงออกมีความสำคัญต่อจิตใจของกลุ่มชายรักชาย นพคุณ ด้วงวิเศษ (2560). อีกทั้งงานวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงความเป็นชายรักชาย เริ่มจากความรู้สึก ความสงสัย สุดท้ายเกิดการยอมรับในตัวตนสู่การเปิดเผยตัวตน ปุรินทร์ นาคสิงห์, (2547). กล่าวถึงปีเตอร์ แจ็คสัน ที่ติดตามงานวิจัยมาโดยตลอด 30 ปี ได้ข้อสรุปว่าในสังคมปัจจุบัน กลุ่มชายรักชายถูกทำร้ายอย่างรุนแรงทางด้านจิตใจที่เป็นปัญหาส่วนใหญ่จากความอคติถึงความแตกต่างของเพศสภาพ แต่อย่างไรก็ตาม มนุษย์เราตามหลักทั่วไปแล้วย่อมมีความแตกต่างกัน ทั้งทางร่างกาย จิตใจ ความรู้สึกนึกคิดและสภาพแวดล้อมที่ส่งผลทำให้แต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ในทางจิตวิทยาความแตกต่างมีความสำคัญที่ทำให้มนุษย์มีความเข้าใจกัน ไม่ว่าจะแตกต่างทางด้านกายภาพ สติปัญญา อารมณ์และทางสังคมที่ทำให้มนุษย์เราแสดงถึงพฤติกรรมออกมาและยังส่งผลถึงบุคลิกภาพ เกิดลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล ทั้งบุคลิกภาพภายนอก และบุคลิกภาพภายใน ส่วนทางด้านทฤษฎีจิตวิเคราะห์ ชายรักชายนั้น อาจเกิดจากขั้นตอนการพัฒนาการของอายุ การเรียนรู้ทางสังคม ครอบครัวยุ หรืออาจเป็นแนวความคิดทางพันธุกรรมที่เป็นแนวคิดใหม่ที่แสดงถึงการเกิดมาเป็นชายรักชาย

2. เนื้อหาเกี่ยวกับธาตุทั้ง 4 ของมนุษย์

แนวคิดเชิงปรัชญาธาตุทั้ง 4 ความหมายของธาตุทั้ง 4 ของมนุษย์ คือ ธาตุดิน ธาตุน้ำ ธาตุลม และธาตุไฟ ซึ่งประกอบขึ้นเป็นสรรพสิ่งบนโลกใบนี้ไม่ว่าจะเป็นคน สัตว์ พืช เกิดขึ้นเป็นตัวตน ในคัมภีร์พระพุทธศาสนา ธาตุทั้ง 4 นี้ รวมเรียกว่า มหาภูตรูป คำว่า มหา มีความหมายคือ มาก ภูตคือ หลอก และรูปคือรูปธรรม รวมเรียกว่า รูปธรรมทั้ง 4 หลอกเราให้เข้าใจว่า สรรพสิ่งในโลกเรา มีบ้าน มีรถ มีเงิน มีภูเขา แม่น้ำ คุณ ผม เรา เขา ทั้ง ๆ ที่ทุกสิ่งล้วนเกิดขึ้นมาจากมหาภูตรูปทั้ง 4 ตามที่แสดงในพระไตรปิฎกที่ประกอบขึ้นอย่างมีตัวตน เป็นร่างกายมนุษย์ในเชิงวิทยาศาสตร์ กล่าวอีกนัยหนึ่งเป็นแนวคิดเชิงปรัชญา ธาตุทั้ง 4 ของมนุษย์ (ดิน น้ำ ลม ไฟ) นี้ เมื่อเกิดเป็นตัวตน ร่างกาย ถ้าขาดธาตุใดธาตุหนึ่งก็ไม่สามารถประกอบขึ้นเป็นร่างกายได้ หรือสัตว์โลกทั้งหลายนั่นเอง สุทธิสา โพธิสา, (2563).

3. เอกสารเกี่ยวกับทฤษฎีต่าง ๆ

3.1 ทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ทางศิลปะ เกี่ยวกับความสวยงาม การเพิ่ม การลด การตัดทอนให้เกิดเป็นรูปร่าง รูปทรงที่แปลกใหม่ ไม่ว่าจะเป็นแบบเสมือนจริงถึงเหมือนจริง และเป็นแบบนามธรรม ต่างมีความงามที่แตกต่างอย่างน่าสนใจ มีนักวิชาการ ได้ให้ความหมายของเนื้อหาทางศิลปะว่า เนื้อหาของศิลปะเป็น



องค์ประกอบที่เป็นนามธรรม เป็นโครงสร้างทางจิตที่เป็นนามธรรม มีเรื่อง (Subject) แนวเรื่อง (Theme) แสดงออกถึงรูปทรงทางศิลปะ (Artistic Form) คือเนื้อหาภายใน และเนื้อหาภายนอก การใช้สีตัดกัน เป็นการใช้สีที่มีความแตกต่างกันหรือตรงข้ามกัน ต้องคำนึงถึงความเป็นเอกภาพหรือทำให้เกิดลวดลายได้ อารี สุทธิพันธ์, (2543). ซึ่งผู้วิจัยนำสีทางวิทยาศาสตร์ของมันเซลล์ มาใช้ในการออกแบบเครื่องประดับในการวิจัยครั้งนี้

3.2 **ทฤษฎีสัญศาสตร์** เกี่ยวกับการแทนค่าของสัญลักษณ์ ความหมาย รูปทรง สี ที่ก่อให้เกิดการแปลความหมายให้เกิดเป็นลักษณะเฉพาะที่สามารถรับรู้ได้ นำไปและเข้าใจในความหมายจากการแทนค่านั้นให้เกิดเป็นเรื่องราวใหม่ที่น่าสนใจต่อผู้วิจัย ความหมายของสัญศาสตร์ สัญลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อให้เกิดความหมาย (Meaning) แทนค่า แทนของจริง แทนตัวจริง ซึ่งอาจเป็นวัตถุ สิ่งของ เสียง ภาพหรือเครื่องหมายต่าง ๆ หรืออีกความหมายหนึ่งคือ เป็นสิ่งที่ทำขึ้นเพื่อแสดงความหมายเพื่อให้จดจำ หรือบ่งชี้สัญลักษณ์ระหว่างผู้คนในสังคม ทั้งในเรื่องรูปแบบทางศิลปะ สารสำคัญของแต่ละบุคคลซึ่งมีความแตกต่างกัน ดังตันโมกซ์ ปรัชญา, (2565). อ้างถึง Roland Barthes ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นมายาคติสมัยใหม่ (Modern Myths) เช่น นักพิราบในทางสันติภาพ และ Peire ได้ให้ความหมายของ สัญลักษณ์ ว่าสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. สัญลักษณ์ คือ สัญลักษณ์ที่เป็นตัวหมาย ไม่ใช่ตัวหมายถึง เช่น ภาษา ตัวหนังสือ ธงชาติ ไฟจราจร ฯลฯ Symbol Icon Index ที่เกี่ยวพันกัน
2. รูปเหมือน คือ สัญลักษณ์ ที่เป็นตัวหมาย เหมือนกับตัวหมายถึง เช่น เลียนแบบ ความรู้สึก รส กลิ่น เช่นภาพเหมือน การ์ตูน เป็นต้น
3. ตัวบ่งชี้ คือ สัญลักษณ์ที่ตัวหมาย ไม่เหมือนกับตัวหมายถึง แต่มีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน ทั้งทางกายภาพหรือในทางสาเหตุ เช่น เมื่อเห็นควัน ก็นึกถึงไฟ สัญลักษณ์ เครื่องมือวัด เป็นต้น

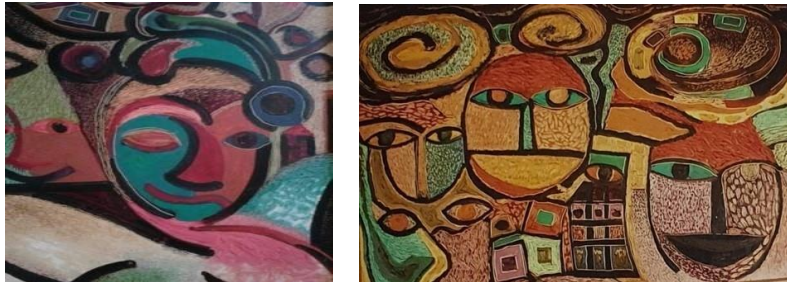


แผนภาพที่ 5 - 6 : การใช้ภาพแทนความหมาย

ที่มา : researcher

3.3 **สัญศาสตร์กับภาพแทนความหมายในงานออกแบบ** เป็นกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อการสร้างและให้เกิดความเข้าใจในความหมายที่เป็นเรื่องของธรรมชาติ เป็นเสมือนภาษาภาพ ที่แต่ละคนต่างมีแนวคิด

สถานะ ความหมายต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจมีความหมายตายตัวหรือก่อให้เกิดเพียงความหมายเดียว หรือความหมายอย่างเป็นสากล เป็นภาพ วัตถุ และมีอิทธิพลต่อสังคม และอาจมาจากสังคม จารีตทางสังคม เชื้อมโยงสัญลักษณ์เข้ากับความหมาย และไม่จำเป็นต้องอาศัยหลักฐานมาพิสูจน์ถึงความจริง



แผนภาพที่ 7- 8 : การใช้ภาพแทนความหมายในงานออกแบบ

ที่มา : researcher

3.4 ทฤษฎีการออกแบบเครื่องประดับ เป็นการนำทฤษฎีดังกล่าวทั้ง 2 ทฤษฎีข้างต้น นำมาปรับสร้าง ลด เพิ่ม ให้เกิดเป็นเครื่องประดับที่ไม่มีข้อจำกัด ก่อนการนำไปออกแบบและผลิตเครื่องประดับให้เกิดความสวยงามในลักษณะ 2 มิติ จนถึง 3 มิติ ที่สมบูรณ์

เครื่องประดับในสมัยโบราณนั้น เป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งที่ใช้ควบคู่กับเครื่องแต่งกาย เมื่อกว่า 2,000 ปีก่อนคริสตกาล เริ่มต้นจากการสัก เขียนสี ตามผิวหนัง โดยอียิปต์ ญี่ปุ่น และมีการเผยแพร่เข้ามาในเอเชีย ไปจนถึงเกาะทะเลใต้ ส่วนใหญ่เป็นเรื่องเกี่ยวกับความเชื่อ โดยเฉพาะกลุ่มนักรบ จนพัฒนาเป็นเพื่อความสวยงามที่เป็นเรื่องราวของสถานที่ ที่ได้เดินทางไปเพื่อเก็บไว้เป็นที่ระลึก ในปลายศตวรรษที่ 16 ความเสมอภาคของการตกแต่งเครื่องประดับ เริ่มมีบทบาทต่อชนชั้นกลาง โดยเป็นการทำด้วยมือและเริ่มมีการพัฒนาสู่การเป็นอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 19 แต่ส่วนใหญ่เครื่องประดับรับใช้ชนชั้นสูง ผู้มีอำนาจซึ่งเป็นการเน้นฝีมือ มีความวิจิตรพิสดาร จนเป็นประเพณีสืบทอดต่อกันมา วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ, (2525).

3.5 ประเภทของเครื่องประดับ เครื่องประดับนั้น สามารถจำแนกเป็น 2 ประเภทคือ เครื่องประดับที่ใช้ในเวลากลางวัน และเครื่องประดับที่ใช้ในเวลากลางคืน โดยเครื่องประดับทั้ง 2 ประเภทนี้ มีข้อแตกต่างกัน เครื่องประดับที่ใช้ในเวลากลางวัน ควรเป็นเครื่องประดับที่เรียบง่าย ไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน ไม่ควรมีเพชร พลอยแวววาวมาก และไม่ควรเป็นเครื่องประดับที่รุงรังจนเกินไป มีลักษณะที่สามารถใช้ได้ตลอดได้ทุกวัน แม้จะใส่ชิ้นเดิมอยู่เป็นประจำที่สามารถกระทำได้ เครื่องประดับที่ใช้ในเวลากลางคืน ควรทำจากวัสดุที่มีความแวววาว เมื่อกระทบกับแสงไฟเกิดประกายแสงแวววาวเด่นชัด รูปแบบควรจะเป็นลักษณะที่โดดเด่นกว่าชุดที่สวมใส่ วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ, (2525).

3.6 ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเครื่องประดับ มีนักวิชาการที่สำคัญ แมคฟี จูนส์ คิง ได้กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นความสามารถเฉพาะบุคคลของนักออกแบบที่รวบรวมความคิดและการสร้างสรรค์

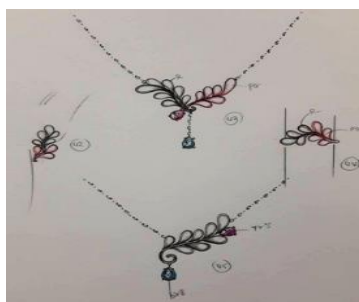
สิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น และนำมาผสมผสานเข้าด้วยกันกับการกระทำ เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีผู้ใดเคยทำมาก่อน



แผนภาพที่ 9-10 : เครื่องประดับแทนความหมาย

ที่มา : researcher

3.7 ทฤษฎีและหลักการออกแบบเครื่องประดับ นักออกแบบจะต้องมีแนวคิดที่เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ แปลกใหม่ หรือปรับปรุง จากสิ่งเดิม ๆ ให้เกิดแนวใหม่ได้อย่างเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอยตามยุคสมัย วัฒนธรรม จุฑะวิภาค, (2545). อ้างถึง ธนกฤต ใจสุตา การออกแบบเป็นกระบวนการสร้างสรรค์ขององค์ประกอบ การออกแบบแล้วถ่ายทอดออกมาให้เป็นรูปแบบที่เหมาะสมสวยงาม โดยมีการวางแผนการสร้างสรรค์รูปแบบ ให้มีความสัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และกระบวนการผลิต โดยเน้นถึงความเหมาะสมของรูปทรง เส้น สี และน้ำหนัก เป็นต้น ทำให้เกิดความงามและประโยชน์ใช้สอย วิรุณ ตั้งเจริญ, (2535). ในการออกแบบเครื่องประดับ จะต้องคำนึงถึงเป้าหมายของกลุ่มผู้ใช้ ที่นำไปใช้อย่างเหมาะสม โดดเด่น สวยงาม โดยมีขนาดไม่ใหญ่หรือไม่เล็กจนเกินไป ทั้งในกลุ่มวัยรุ่นหรือผู้ใหญ่ ซึ่งขนาดและรูปแบบมีความแตกต่างกัน วัฒนธรรม จุฑะวิภาค, (2545).



แผนภาพที่ 11-12 : การออกแบบเครื่องประดับ โดยใช้หลักความสมดุลด้วยรูปทรงที่แตกต่าง

ที่มา : researcher

3.8 ประเภทของเครื่องประดับ การออกแบบเครื่องประดับในแต่ละประเภทจะต้องคำนึงถึงผู้ใช้เป็นสำคัญและต้องเหมาะสมกับกาลเทศะ หรือการใช้ชีวิตประจำวัน วัสดุก็ควรเลือกใช้ให้ถูกต้อง โดยใช้หลักความงามเป็นพื้นฐานทางศิลปะในการออกแบบ มีจุดเด่นแก่ผู้พบเห็น ที่สำคัญต้องคำนึงถึงวัสดุและประโยชน์ใช้สอย ด้วยเครื่องประดับได้แก่ แหวน ต่างหู สร้อยคอ สร้อยข้อมือ กำไล เข็มกลัด เข็มติดเนคไทและคางพริ้ง

3.9 เครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำเครื่องประดับ เครื่องมือ รวมทั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ มีหลายชนิดด้วยกัน ใช้สำหรับทำเครื่องประดับ ไม่ว่าจะเป็นวิธีคิด ประดิษฐ์ วัสดุ ต่อประกอบ บัดกรี ตลอดจนวิธีการหล่อแบบง่าย ๆ ประกอบด้วยอุปกรณ์ กรรไกรตัดโลหะ คีมตัด คันเลื่อยฉลุ สว่านมือ ตะไบ ปากกาหนีบ ระเบิด แชน และระเบิดแหวน ค้อน เป็นต้น ส่วนเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการบัดกรี ประกอบด้วยกระดานทนไฟ ตะแกรงเหล็ก คีมจับแผ่นโลหะ หม้อแช่แผ่นโลหะ หัวบัดกรี เตาแก๊ส ทั้งยาประสานเงิน ประสานทอง และบร๊าสโซ

3.10 เทคนิค วิธีการ ในการผลิตเครื่องประดับ เมื่อออกแบบเรียบร้อยแล้ว ช่างฝีมือในการทำเครื่องประดับก็จะทำการขึ้นรูป แกะแว็ก ให้เกิดรูปทรงตามความต้องการในขั้นตอนนี้ นักออกแบบจะต้องประสานงานกลุ่มช่างเครื่องประดับ ตามขั้นตอนเพื่อให้ได้โลหะในการผลิตเครื่องประดับอย่างเหมาะสม เทคนิคการทำได้แก่การหล่อ การรีดโลหะหรือดึงโลหะ การทำพิมพ์ด้วยน้ำกรด การแกะสลัก การทำลวดลายแบบฟลักซ์ เป็นต้น

3.11 วัสดุในการผลิตเครื่องประดับ แบ่งเป็น 2 ส่วนใหญ่ ๆ คือ

- 1) โลหะที่ใช้ในการผลิตเครื่องประดับ ได้แก่ ทองคำ ทองคำขาว โดยสาคร คันธโชติ, (2529). เงิน ทองแดง ทองเหลือง สังกะสี ดีบุก ตะกั่ว นิกเกิล โครเมียม พลวง บิสมัท ไททาเนียม บรอนซ์
- 2) อัญมณีมีค่าทางเครื่องประดับมี 2 แบบ อัญมณีที่เกิดจากสิ่งมีชีวิต ได้แก่ ไข่มุก ปะการัง อำพัน แกกเกต อัญมณีที่เกิดจากสิ่งที่ไม่มีชีวิต ได้แก่ เพชร ทับทิมขาว ทับทิม ไพลิน เขียวส่อง มรกต บุษราคัม พลอยสตาร์ พลอยสีม่วง เพอริโดท โอปอล โกเมน เพทาย



แผนภาพที่ 13 : เครื่องประดับสร้อยคอ
ประกอบด้วยทับทิมและเพชร



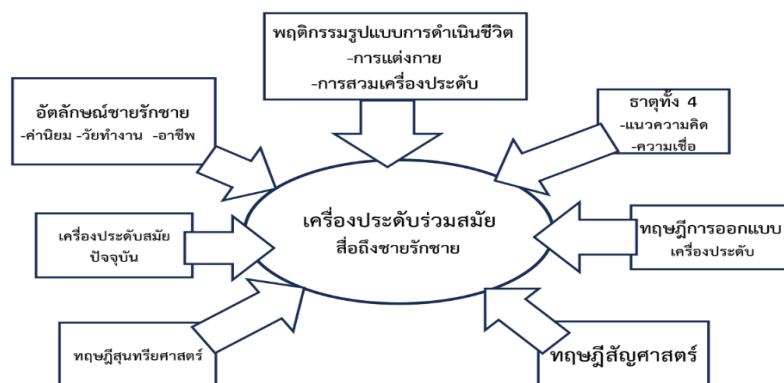
แผนภาพที่ 14 : เครื่องประดับและต่างหู
เข้าชุดที่ประกอบด้วยเพชรและมรกต

ที่มา : researcher

3.12 แนวโน้มแฟชั่นเครื่องประดับปีพ.ศ. 2566 แต่ละปีของนักออกแบบมืออาชีพ ผู้ประกอบการธุรกิจเครื่องประดับจะต้องคำนึงถึงเทรนด์แฟชั่นด้วย เนื่องจากต้องผลิตเครื่องประดับส่งออกยังต่างประเทศ เทรนด์จึงมีความสำคัญต่อการส่งออกเครื่องประดับเพื่อให้ต่างประเทศยอมรับในความเป็นเครื่องประดับสากล และแนวโน้มแฟชั่นเครื่องประดับในแต่ละปีตามฤดูกาล ส่วนในประเทศไทยอาจจะมีฤดูที่ยาวนานเหมือนต่างประเทศ

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดและแนวทางในการวิจัย ศึกษาข้อมูล อัตลักษณ์ ความต้องการ ค่านิยมในสังคมของกลุ่มชายรักชาย ศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของชายรักชาย ในรูปแบบการดำเนินชีวิต การแต่งกาย การสวมเครื่องประดับของกลุ่มชายรักชาย ข้อมูลที่เป็นองค์ประกอบ สัญลักษณ์ของธาตุทั้ง 4 ของมนุษย์ เครื่องประดับในปัจจุบัน สังเคราะห์ข้อมูล เพื่อออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยในด้านรสนิยมและกระแสสังคม สื่อถึงความ เป็นชายรักชาย ส่งเสริมสถานะทางสังคมและเป็นแฟชั่น โดยใช้หลักการออกแบบเครื่องประดับที่ใช้วัสดุ รูปทรง สี อัญมณี โลหะ ในลักษณะแทนค่าแนวคิดเชิงสัญลักษณ์ที่เป็นต้นแบบ 2 มิติ และ 3 มิติ



แผนภาพที่ 15 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : researcher

วิธีดำเนินการวิจัย

1. การสำรวจและเก็บข้อมูลภาคเอกสาร งานวิจัย บทความ และข้อมูลสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในอัตลักษณ์ ความต้องการวัฒนธรรมของเพศทางเลือก (LGBT) โดยเน้นเฉพาะกลุ่มชายรักชาย ที่มีอายุตั้งแต่ 30–45 ปี ในเขตกรุงเทพมหานครที่เป็นชุมชนเมือง กลุ่มวัยทำงานจำนวน 25 คน โดยแบ่งดังนี้ กลุ่มอาชีพอิสระและอาชีพในองค์กร บริษัทต่าง ๆ

2. การลงพื้นที่ ภาคสนาม ผู้ที่ทำงานในห้างสรรพสินค้า สถานศึกษา สถาบันเสริมความงาม นักออกแบบเครื่องแต่งกาย บริษัทประกอบธุรกิจเครื่องประดับ นักออกแบบเครื่องประดับที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 10 ปี โดยผ่านกระบวนการสัมภาษณ์ โดยใช้เครื่องมือที่ผ่านจากผู้เชี่ยวชาญ

3. การศึกษาวิเคราะห์ ประยุกต์องค์ความรู้จากทฤษฎีสุนทรียศาสตร์ทางศิลปะในเรื่องความสวยงาม ทฤษฎีสัญศาสตร์ในเรื่องของการแทนค่าสัญลักษณ์ และทฤษฎีการออกแบบเครื่องประดับ วิธีคิดเชิงสัญลักษณ์ ความเชื่อเรื่องธาตุทั้ง 4 ของมนุษย์ ดิน น้ำ ลม ไฟ โดยใช้ทฤษฎีและวรรณกรรม ข้อมูลวิถีทางวัฒนธรรมของชายรักชาย พฤติกรรมการเลือกซื้อ แนวคิดเชิงปรัชญาธาตุทั้ง 4 ทฤษฎีทางสุนทรียศาสตร์ ทฤษฎีทางสัญศาสตร์ รวมทั้งทฤษฎีและหลักการออกแบบ

4. สังเคราะห์สร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ ส่งเสริมคุณค่าเชิงสุนทรีย์ คุณค่าทางสังคม และสร้างคุณค่าทางจิตใจ ตามหลักทฤษฎีการออกแบบ วิเคราะห์ข้อมูล การคัดเลือกประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ประกอบการ ธุรกิจระดับ นักออกแบบมืออาชีพ และกลุ่มชายรักชายที่ใช้เครื่องประดับ เพื่อสร้างต้นแบบเครื่องประดับ 2 มิติ และ 3 มิติ เป็นประโยชน์กับการสร้างสรรค์ธุรกิจสมัยใหม่ของประเทศ

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์ของกลุ่ม LGBT มีพฤติกรรมการบริโภคเครื่องประดับเกิดการยอมรับในความเสมอภาค ความเท่าเทียมทางสังคม เป็นกลุ่มสังคมที่มีกำลังซื้อเครื่องประดับสูง พร้อมจับจ่ายใช้สอยขอเพียงสินค้านั้นถูกใจ มีค่านิยมเกี่ยวกับแฟชั่น ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุตั้งแต่ 30-45 ปี ประกอบอาชีพอิสระและประกอบอาชีพในองค์กร บริษัทต่าง ๆ โดยทั่วไปล้วนนิยมการแต่งกาย นิยมการสวมเครื่องประดับตกแต่งร่างกาย มีสไตล์แฟชั่นของตนเอง ประเด็นความสัมพันธ์การดำเนินชีวิตพฤติกรรมในการบริโภค รสนิยม การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มชายรักชาย (LGBT) พบว่าตลาดของกลุ่มชายรักชายเป็นตลาดใหม่ที่กำลังเติบโตจึงเป็นประชากรกลุ่มหนึ่งที่จะบริโภคงานตกแต่งเครื่องประดับ เป็นกลุ่มประชากรที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย งานสร้างสรรค์ผลงานออกแบบพบว่า เครื่องประดับร่วมสมัยที่มีเอกลักษณ์ ส่งเสริมคุณค่าเชิงสุนทรีย์ ส่งเสริมคุณค่าทางสังคม สร้างคุณค่าทางจิตใจ ใช้แนวออกแบบตามธาตุทั้ง 4 ออกแบบตามทฤษฎีการออกแบบ ทฤษฎีทางสุนทรีย์และทฤษฎีสัญศาสตร์ จะได้ผลงานที่ตอบสนองต่อคุณค่าทางเศรษฐกิจตลาดเครื่องประดับของประเทศไทย ผลงานได้ 4 รูปแบบ แบบตามทฤษฎีธาตุทั้ง 4 ดังนี้



รูปที่ 16 : ภาพผลงานจากธาตุดินหรือปฐวีธาตุ

ที่มา : researcher

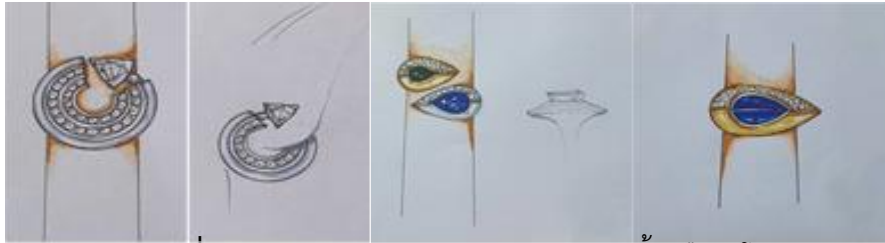
ตารางที่ 1 : แสดงแนวความคิดการออกแบบธาตุดินหรือปฐวีธาตุ

สัญลักษณ์ ธาตุดิน	รูปทรงจากการลง พื้นที่	สีอัญมณี	วัสดุ	ความหมาย	เทรนด์, หลักการ, องค์ประกอบ การ สร้างสรรค์
	ใบไม้, ต้นไม้ หินสี	สีเขียว (สีเหลือง)	ทองคำ เพชร	ความแข็ง ความ	เทรนด์ 2023+ ใช้
	ต่าง ๆ รูปทรง	Emerald,	การลงยาสี	หนา	หลักการตัดทอน
	เรขาคณิต	Peridot,	แทนค่าหินสี	แน่น ความอุดม	ลายเส้นที่เป็น 3 มิติ
	รูปทรง	Lemon Citrine, ต่าง ๆ		สมบูรณ์ แสงส่อง มีความหนา	แสดงถึง
	สีเหลี่ยม รูปทรง	Green		สว่างทางปัญญา ความมั่นคง การ	
ธรรมชาติ		Tourmaline		และจิตใจ รัก	กระจายแผ่กว้าง
			สงบ ความมี		รูปทรงสีเหลี่ยม
			เมตตา		ผสมผสาน
					อัญมณีสีเขียว ที่แสดง
					ถึงการเจริญเติบโต ใช้
					วัสดุทองคำที่เป็นสี
					ของดิน แทนค่าหินสี
					ต่าง ๆ ด้วยการลงยา
					สีชมพู ม่วง ส้ม น้ำ
					เงิน เป็นเครื่อง
					ประดับที่สามารถ
					ถอดประกอบเป็น
					แหวน 2 วง และ
					สร้อย จี้ 1 ชิ้น และใช้
					รูปแบบต่อกันเป็น
					ต่างหู

เครื่องประดับของธาตุดินหรือปฐวีธาตุ เป็นเครื่องประดับที่เน้นรูปทรง ใบไม้ ต้นไม้ ที่เป็นรูปทรงเรขาคณิต และหินสีต่าง ๆ ด้วยการแทนค่าอัญมณีสีเขียว ประกอบด้วยวัสดุโลหะที่เป็นทองคำ (Yellow Gold) การลงยาสีที่มีความหมาย แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ และแสงส่องสว่างทางปัญญา และจิตใจ การผสมผสานเทรนด์ 2023+ การออกแบบโดยใช้ลายเส้น การตัดทอนลักษณะ 3 มิติ รูปทรงสีเหลี่ยม ที่เป็นรูปทรงการ



กระจายแผ่กว้าง เครื่องประดับ 1 ชิ้น สามารถถอดประกอบเป็นแหวน 2 วง และสร้อยจี้ 1 เส้น และรูปแบบต่อกันเป็นต่างหูได้



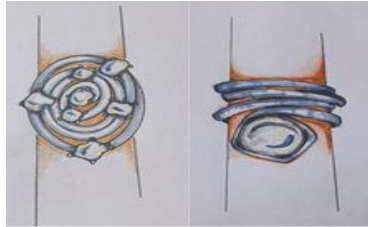
แผนภาพที่ 17-18 : ภาพผลงานออกแบบจากธาตุน้ำหรืออาโปธาตุ

ที่มา : researcher

ตารางที่ 2 : แสดงแนวคิดการออกแบบธาตุน้ำหรืออาโปธาตุ

สัญลักษณ์ธาตุน้ำ	รูปทรงจากการลงพื้นที่	สีอัญมณี	วัสดุ	ความหมาย	เทรนด์, หลักการ, องค์ประกอบ การสร้างสรรค์
	หยดน้ำ คลื่นทะเล ทิศทาง	สีน้ำเงิน (สีดำ) Blue Sapphire, Aquamarine, Blue Topaz, Blue Zircon	ทองคำ ทองคำขาว เพชร	ของเหลว การเปลี่ยนแปลงตามสภาพ ให้ความรู้สึกการจินตนาการ สัญชาตญาณ ความซื่อสัตย์ ความรัก ได้รับ ความนิยมสูง	เทรนด์ 2023+ ใช้หลักการการเพิ่ม ตัด ทอน ลายเส้นให้มี การเคลื่อนไหว การเปลี่ยนสภาพ ที่มี ทิศทาง รูปทรงหยดน้ำ ผสมผสานอัญมณีสีน้ำเงิน แสดงถึงจินตนาการ ความนิยมสูง ใช้โลหะทองคำ (Yellow Gold) และทองคำขาว (White Gold) เป็นเครื่องประดับที่แสดงถึงจินตนาการ มั่นคงในความรัก ความนิยมสูง

เครื่องประดับชาตุน้ำหรืออาโปธาตุ เป็นรูปทรงหยดน้ำ รูปทรงเรขาคณิต การแทนค่าอัญมณีสีน้ำเงิน ได้แก่ Blue Sapphire และสีดำ Black Onyx ที่มีความหมายถึงการจินตนาการ ความซื่อสัตย์ สัญชาตญาณ การเคลื่อนไหว และทิศทาง ด้วยแหวนและต่างหูที่บิดบิดไปด้านหลัง



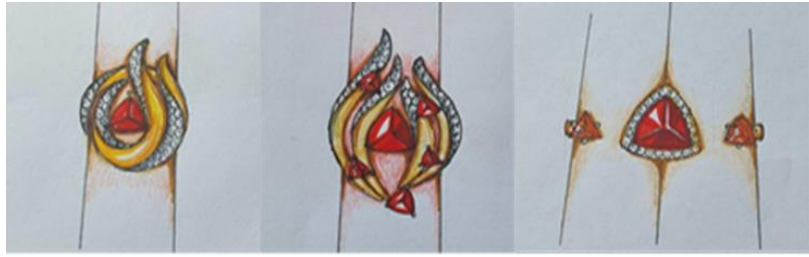
รูปที่ 19 : ภาพแนวการออกแบบชาตุมหรือวาโยธาตุ

ที่มา : researcher

ตารางที่ 3 : แสดงแนวการออกแบบชาตุมหรือวาโยธาตุ

สัญลักษณ์ ชาตุม	รูปทรงจาก การลงพื้นที่	สีอัญมณี	วัสดุ	ความหมาย	เทรนด์, หลักการ, องค์ประกอบ การ สร้างสรรค์
	พายุ ทิศทาง รูปทรงอิสระ รูปทรงกัน หอย	สีขาว Moonstone, White Topaz, Diamond, Pearl	ทองคำขาว เพชร	ความเคลื่อนไหว ดุจลมหายใจ มิตรภาพ ความมี เสน่ห์ ทำให้คน ยอมรับ การขึ้นลง ตามจังหวะและ ลีลา	เทรนด์ 2023+ ใช้ หลักการการตัดทอน รูปทรง ลายเส้น ความ เคลื่อนไหว ขึ้นลงอย่าง อิสระ ตามธรรมชาติ ที่ แสดงถึงการเก็บรักษา ดุจลมหายใจ โดยใช้ วัสดุที่เป็นโลหะทองคำ ขาวผสมผสานอัญมณี สีขาว เป็น เครื่องประดับที่ทันสมัย สีลึกลับน่าสนใจ มีทิศทาง อย่างอิสระ แสดงถึง มิตรภาพและการ ยอมรับ

ชาตุมหรือวาโยธาตุจึงเป็นเครื่องประดับที่มีกระบวนการออกแบบด้วยรูปทรงลายเส้นที่เคลื่อนไหว มีจังหวะลีลา ดุจลมหายใจ ด้วยโลหะที่เป็นสีทองคำขาว (White Gold) ผสมผสานอัญมณีที่เป็นรูปทรงธรรมชาติ สีขาว เช่น Moonstone มีสีลึกลับน่าสนใจ ทิศทางอย่างอิสระ มิตรภาพแห่งการยอมรับ



แผนภาพที่ 20 : ภาพแนวการออกแบบธาตุไฟหรือเตโชธาตุ

ที่มา : researcher

ตารางที่ 4 : แสดงแนวการออกแบบธาตุไฟ

สัญลักษณ์ ธาตุไฟ	รูปทรงจากการ ลงพื้นที่	สีอัญมณี	วัสดุ	ความหมาย	เทรนด์, หลักการ, องค์ประกอบ การ สร้างสรรค์
	รูปทรงเปลวไฟ รูปทรง สามเหลี่ยม	สีแดง Ruby, Garnet, Orange Sapphire, Red Carnelian	ทองคำ เพชร	ความร้อน ความอบอุ่น ความซึ้งชนะ มีโชคลาภ ความมั่นคง	เทรนด์ 2023+ ใช้ หลักการการตัดทอน รูปทรง ลายเส้น ความเรียบง่าย ความ เคลื่อนไหวแนวสูง มุ่ง สู่ชัยชนะ การแทนค่า การออกแบบด้วย สัญลักษณ์ พลอย สามเหลี่ยม และ โลหะที่เป็นวัสดุ ทองคำ (Yellow Gold) ผสมผสานอัญ มณีสีแดง ที่แสดงถึง มายา มาตรฐานสูง เป็นเครื่องประดับที่มี ความงาม หรรษา มั่นคง ร้อนแรง

เครื่องประดับธาตุไฟหรือเตโชธาตุ จึงเป็นเครื่องประดับที่มีกระบวนการออกแบบด้วยรูปทรง การตัดทอนและลายเส้นที่เรียบง่าย แสดงถึงการเคลื่อนไหวในแนวสูง โดยใช้พลอย สามเหลี่ยมสีแดง (Ruby) และอัญมณีที่เป็นโลหะทองคำ (Yellow Gold) มีความพลิ้วไหวของลายเปลวไฟ เป็นเครื่องประดับที่มีความงามหรูหรา โดยเฉพาะแหวนที่ใส่ได้ 2 นิ้ว ในรูปแบบใหม่

อภิปรายผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์ของการศึกษาองค์ประกอบทางสังคมและวัฒนธรรมของเพศทางเลือกของกลุ่มชายรักชาย ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ของการออกแบบกับรูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมในการบริโภค รสนิยม การแสดงออกทางสังคมของกลุ่มชายรักชาย พบข้อแตกต่างโดยในกลุ่มประเทศอื่นมีกฎหมายรองรับ แต่ของไทยยังไม่มีกฎหมายรองรับ ภาพรวมที่เหมือนกันคือชายรักชายคือบุคคลที่มีรสนิยมทางเพศแบบรักร่วมเพศ มีอารมณ์ และความดึงดูดกับเพศเดียวกัน เลิศที่สุด มีสไตล์ นิยมสินค้าที่ดูหรูหรา ชอบสินค้าแบรนด์เนม ด้วยเพราะทำให้มั่นใจเวลาใช้งานและถ่ายรูปออกมาแล้วดูดี เรียบหรู ดูแพง ผลดังกล่าวนี้วิเคราะห์จากการ ทบทวนวรรณกรรมและเครื่องมือแบบสอบถามจากผู้เกี่ยวข้อง

ด้านการออกแบบการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบเครื่องประดับร่วมสมัยที่มีเอกลักษณ์ ส่งเสริมคุณค่าเชิงสุนทรียะ ส่งเสริมคุณค่าทางสังคม สร้างคุณค่าทางจิตใจ ใช้ทฤษฎีที่เป็นสากลที่เน้นออกแบบจะต้องคำนึงถึงร่วมกันคือสุนทรียศาสตร์ ทฤษฎีการออกแบบเครื่องประดับ ทฤษฎีสัญศาสตร์ รูปแบบงานออกแบบในปัจจุบัน ปีพ.ศ 2566 และการนำความเชื่อธาตุทั้ง 4 มาเป็นองค์ประกอบ เทรนด์ใหม่ ๆ วิเคราะห์พฤติกรรมทางเลือกวัสดุเทคนิค ทำให้เครื่องประดับมีความแตกต่างจากการออกแบบของประเทศอื่น ๆ ผลงานการออกแบบเป็นผลงานที่ได้จากข้อมูลการศึกษาวิเคราะห์จากทฤษฎีต่าง ๆ ของนักวิชาการการออกแบบ ศิลปิน สอดคล้องกับวิถีวัฒนธรรมการดำเนินชีวิต การเลือกซื้อ การใช้ธาตุทั้ง 4 ชนิด กลุ่มจะเลือกทั้ง 4 ธาตุตามแนวของข้อเสนอ นักวิชาการ สุทธิสา โพธิ์สา, (2563). สอดคล้องกับพฤติกรรมในการเลือกเครื่องประดับของ นฤพนธ์ ดั่งวิเศษ, (2560). ปุรินทร์ นาคสิงห์, (2547). แบบที่ได้เป็นไปตามทฤษฎีของ บาร์ต โรแลนด์และแบบของเครื่องประดับสอดคล้องกับสุนทรียศาสตร์ งานทุกชิ้นจะมีความสวยงามที่ไม่มีมาก่อน เป็นแบบล้ำยุค ทันสมัยเข้ากับกลุ่มโดยเฉพาะ ซึ่งการออกแบบจะเป็นประโยชน์ต่อด้านแบบต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะปัญหาการทำวิจัยผู้ให้ข้อมูลบางส่วนยังไม่เปิดเผยตัวตน ทำให้การวิจัยมีตัวแปรด้านเวลา ในการจัดเก็บวิเคราะห์ข้อมูลจำเป็นต้องใช้เวลามากขึ้น ส่วนการทำวิจัยครั้งต่อไปของนักวิชาการมีข้อเสนอแนะในการนำเทรนด์ของประเทศกลุ่มพัฒนาในประเทศเอเชียและกลุ่มพัฒนาในประเทศยุโรป และหรือสหรัฐอเมริกา มาศึกษาเปรียบเทียบแต่ละปีมีเทรนด์ใหม่ ๆ และสามารถนำเทรนด์ของประเทศที่มีกลุ่มประชากรชายรักชายจำนวนมากมาศึกษาเปรียบเทียบ เพื่อประโยชน์ในการออกแบบแฟชั่น รวมทั้งศึกษาการ



ออกแบบด้านอื่น ๆ มาประกอบรวม ซึ่งจะทำให้การออกแบบของเราเป็นไปตามยุคเทรนด์กับประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก

เอกสารอ้างอิง

- กิ่งรัก อิงคะวัต. (2542). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภคและพฤติกรรมการเปิดรับสื่อของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชุตินาส อุดมสุด. (2560) การศึกษาทัศนคติของกลุ่มชายรักชาย (เกย์) ที่มีผลต่อการเลือกซื้อเสื้อผ้าแบรนด์เนม เพื่อส่งเสริมสถานะทางสังคม. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ต้นโมกษ์ ปรัชญา. (2565). มานุษยวิทยา, สังคมวิทยา, สัตววิทยา และทฤษฎีเกี่ยวกับสังคมต่าง ๆ สัตววิทยา ความหมายของสัตววิทยา. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2565 จาก <http://www.gotoknow.org>.
- นฤพนธ์ ตัววิเศษ. (2560). แนวคิด ทฤษฎีเรื่องความหลากหลายทางเพศ. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ปฐนรินทร์ นาคสิงห์. (2547). เกย์: กระบวนการพัฒนาเอกลักษณ์และวิถีชีวิตทางเพศ. กรุงเทพฯ:สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- แพลลัส. (2549). ธาตุทั้ง 4 กับการบริหารจัดการ. สืบค้นเมื่อ 10 สิงหาคม 2566 จาก <http://www.horauranian.com/index.php?lay=show&ac=article&id=386042&Ntype=1>
- เรณพพัศ ภาสกร, ยุกต เบ็ญจรงค์กิจ, (2555). รูปแบบการดำเนินชีวิต พฤติกรรมการบริโภคและการเปิดรับสื่อของชายรักชายในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ:จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณรัตน์ ตั้งเจริญ. (2525). ศิลปะเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์วิมลารัตน์.
- วัฒนะ จุฑาวิภาค. (2545). การออกแบบเครื่องประดับ. กรุงเทพฯ:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรุณ ตั้งเจริญ. (2535) ศิลปะและความงาม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ ไอเดียสโตร์.
- สาคร คันธโชติ. (2529) การออกแบบผลิตภัณฑ์โลหะ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไอเดียสโตร์
- สุทิสสา โพธิสา.(2563).ร่างกายและสรรพสิ่งบนโลกนี้ คือ ดิน น้ำ ลม ไฟ.วารสารปรัชญาอาศรม.2(1),48-55.
- ไสว บุญมา, นภาพร ลิ้มปิยากร.(2551). ธาตุทั้ง 4 พิโรธ: โจทย์ที่ต้องมีคำตอบ. กรุงเทพฯ : มติชน.
- อดิสรพร ลออพันธ์สกุล, อภิญา ศักดาศิริรัตน์.(2559). กลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ: ตลาดเฉพาะกลุ่ม (ศักยภาพสูง) ที่ผู้ประกอบการไทยไม่ควรมองข้าม.วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น,10(1),7-20.
- อารี สุทธิพันธุ์. (2543). ศิลปะและพื้นที่.คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Connie de Pelet.(2020).Louis Vuitton launch LV Volt Campaign. Retrieved September 24, 2020. From [http:// www.theglassmagazine.com/louis-vuitton-launch-lv-volt-campaign/](http://www.theglassmagazine.com/louis-vuitton-launch-lv-volt-campaign/)

