

พลิกโฉมศิลปวัฒนธรรม สู่งานสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ศิลป์ยุคใหม่

รพีพัฒน์ มั่นพรม

บทนำ

การสร้างสรรคงานพาณิชย์ศิลป์เพื่อต่อยอดศิลปวัฒนธรรม จำเป็นต้องอาศัยแนวคิดในการออกแบบและการประยุกต์ให้เข้ากับกลุ่มผู้บริโภคในยุคปัจจุบันและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อสร้างคุณค่าและตอบสนองความต้องการกลุ่มผู้บริโภค เกิดแรงดึงดูดความสนใจ กระตุ้นให้เกิดความต้องการในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญา การทำงานด้านออกแบบที่เกิดการระดมความคิด และร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ของทุกภาคส่วนและไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตหรือกระบวนการผลิตที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนอัตลักษณ์หรือคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม จะช่วยให้ชุมชนกลุ่มผู้ผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมองภาพรวมของเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน มีกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การทำงานด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ออกแบบควรศึกษาความเป็นมา รูปแบบผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่มีอยู่เดิม การเก็บข้อมูลทั้งภาคทฤษฎีและการปฏิบัติซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่ง จะทำให้เกิดประสบการณ์จากทักษะจากการเห็น การลงมือทำ เกิดความจดจำรูปร่าง รูปทรงที่เกิดขึ้น คือสุนทรียภาพ เมื่อเกิดการชอบ ความงาม ในภูมิปัญญาท้องถิ่น ก็จะทำให้เกิดแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน (อรัญ วานิชกร, ๒๕๕๙) ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะเป็นความรู้ที่มีอยู่ในตัวบุคคลหรือความรู้แบบฝังลึก (Tacit Knowledge) ในการศึกษาข้อมูลทางภูมิปัญญา นักออกแบบควรมีการลงพื้นที่และมีส่วนร่วมกับชุมชนและคลุกคลีฝังตัวในระดับที่สามารถทำได้ เช่น การสังเกตการณ์วัสดุท้องถิ่น การปฏิบัติการของช่าง การศึกษาความเป็นมาวิถีชีวิตที่เกี่ยวข้องว่าเพราะอะไรช่างถึงได้ทำรูปแบบชิ้นงานแบบนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจ เกิดความซาบซึ้งในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ศึกษา (พจน์ธรรม ฌรงค์วิทย์, ๒๕๖๒ : ๑๘๓)

ความคิดทางการสร้างสรรค์ การออกแบบและพัฒนา เพื่อค้นหาความแตกต่างของท้องถิ่นนิยมหรือ “ท้องถิ่นวิถีถิ่น” จึงเป็นเรื่องท้าทายเพื่อนำเสนอสินค้าและงานบริการกับตลาดที่นักออกแบบไม่เคยสัมผัสมาก่อน ซึ่งนอกจากสาระสำคัญสำหรับนักออกแบบจะต้องตอบสนองในเรื่องของประโยชน์ใช้สอยและสุนทรียแล้ว โจทย์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่ก็มีส่วนสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาสินค้าและงานบริการด้วยการรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอความคิด แนวคิดใหม่ ๆ และเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อการค้นหาโอกาส (Opportunity) (สุชาติ เถาทอง, ๒๕๖๒ : ๑๗) รวมทั้งความสามารถในการเชื่อมโยงเรื่องราวการบูรณาการศาสตร์ต่าง ๆ เข้ามาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการพลิกโฉม ทางศิลปวัฒนธรรม



ที่จะนำไปสู่แนวคิดในการสร้างสรรค์เป็นผลงานเชิงพาณิชย์ศิลป์ ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ได้เป็นอย่างดี

บทความนี้เป็นเพียงมุมมองหนึ่งที่สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของแนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานจากการนำเรื่องราวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และเรื่องราวตัวละครจากวรรณกรรมที่สะท้อนถึงศิลปะแบบจีนและแบบไทย ที่ถ่ายทอดสู่การสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา “ถุงหอมสมุนไพร” ในมุมมองของนักออกแบบยุคใหม่ ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของจังหวัดนครสวรรค์และของประเทศไทย เพื่อพลิกโฉมศิลปวัฒนธรรมสู่งานสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ศิลป์ยุคใหม่ได้อย่างลงตัว

เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์

จังหวัดนครสวรรค์ โดยลักษณะของภูมิประเทศแล้วเหมาะแก่การทำการเกษตรกรรม อาชีพส่วนใหญ่ของประชากรจึงเป็นเกษตรกรรม นอกจากนี้นครสวรรค์ยังเป็นชุมทางทางน้ำ ใช้เป็นเส้นทางคมนาคมในอดีต ทำให้เกิดอาชีพรองจากเกษตรกรรม คือ พาณิชยกรรม ทำการค้าขายกันตามริมแม่น้ำสายสำคัญคือ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำปิง และแม่น้ำน่าน จากความอุดมสมบูรณ์จึงมีประชาชนหลายเชื้อชาติพากันอพยพเข้ามาตั้งรกรากทำมาหากินตั้งแต่อดีต เช่น ชาวจีน ชาวมอญ ชาวอินเดีย และชาวไทยจากภาคอีสาน การเข้ามารวมตัวกันทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมประเพณี ผสมผสาน ภูมิปัญญาพื้นบ้านของกันและกัน จนกลายมาเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดที่น่าสนใจ ได้แก่

(๑) เอกลักษณ์ด้านหัตถกรรมงานช่างฝีมือ

งานหัตถกรรมที่โดดเด่นของจังหวัดนครสวรรค์ ได้แก่ งานเครื่องปั้นดินเผา ชุมชนบ้านมอญ ตำบลบ้านแก่ง อำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ งานแกะสลักงาช้าง และการหล่อพระพุทธรูป ที่อำเภอพยุหะคีรี จังหวัดนครสวรรค์ นอกจากนี้ยังมีปราชญ์ชุมชน ช่างท้องถิ่น ในอีกหลาย ๆ แขนงภูมิปัญญาที่ฝังตัวอยู่ในแต่ละพื้นที่ของจังหวัดนครสวรรค์ บางชุมชนสามารถยกระดับต้นเข้าสู่การเป็นศูนย์เรียนรู้ เช่น ด้านการทอผ้า และอีกหลาย ๆ ชุมชนได้รับการผลักดันเข้าสู่การจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน หรือกลุ่มโอท็อปที่ใช้ความรู้ความสามารถด้านหัตถกรรมงานช่างฝีมือ สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาเพื่อเลี้ยงชีพของตนเอง ครอบครัว และกระจายรายได้สู่ชุมชน

(๒) เกล็ดลักษณะด้านศิลปะการแสดงพื้นบ้าน

ต้นกำเนิดเป็นการละเล่นพื้นบ้านของชาวบ้านสระทะเล ตำบลสระทะเล อำเภอพยุหะคีรี เป็นการละเล่นพื้นบ้านเกิดขึ้นในสมัยรัชกาลที่ ๕ โดยมีหลวงศรีบุรีขวัญเป็นผู้ประดิษฐ์เนื้อร้องเล่นกันในบ้านสระทะเลและตำบลใกล้เคียง เช่น ตำบลม่วงหัก ตำบลเขาทอง เป็นต้น ต้นกำเนิดจะเล่นเวลาหลังการเก็บเกี่ยวข้าวแล้ว เมื่อชาวบ้านรู้สึกเหน็ดเหนื่อยก็จะช่วยผ่อนคลายความเมื่อยล้าด้วยการตั้งวงเล่นต้นกำเนิด โดยใช้นานาข้าวเป็นที่แสดงและบางพวกก็ถือเป็นเรื่องรื่นเริงเฉลิมฉลองความเป็นอิสระอีกส่วนหนึ่งด้วย

ลิเกนครสวรรค์ จังหวัดนครสวรรค์ ได้ชื่อว่าเป็นจังหวัดที่มีคณะลิเกมากที่สุดจังหวัดหนึ่ง มีประมาณ ๒๐๐ คณะ มีมาตั้งแต่รัชกาลที่ ๕ โดยอยู่ที่อำเภอเมืองนครสวรรค์ และอำเภอพยุหะคีรี

งานประเพณีไทยทรงดำ ประชากรบางส่วนตำบลชะมัง อำเภอชุมแสง อพยพมาจากจังหวัดราชบุรี เพชรบุรี นครปฐม เรียกว่า ลาวโซ่ง ทางตำบลชะมัง จัดให้มีงานประเพณีไทยทรงดำขึ้นในช่วงเดือนเมษายนของทุกปี

(๓) เกล็ดลักษณะด้านประเพณีท้องถิ่น

จังหวัดนครสวรรค์ มีชาวไทยหลายเชื้อสาย ทั้งเชื้อสายจีน มอญ พวน และชาวไทยทรงดำ (ลาวโซ่ง) อาศัยอยู่ในถิ่นต่าง ๆ การดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้ยึดถือขนบธรรมเนียมประเพณีที่สืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ และคนในสังคมได้ปฏิบัติ ร่วมกันมา ดังนั้น ประเพณีท้องถิ่นจึงมีความหลากหลาย บางประเพณีก็เป็นที่ยึดถือของคนทั่วไป เช่น ประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ หรืองานตรุษจีนปากน้ำโพ ประเพณีจับข้อมือสาววันสงกรานต์ ประเพณีกำฟ้า ประเพณีการแข่งขันเรือ เป็นต้น

(๔) เกล็ดลักษณะด้านภาษาท้องถิ่น

เอกลักษณ์ภาษาท้องถิ่นของจังหวัดนครสวรรค์นั้น เนื่องจากเป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ภาคเหนือตอนล่าง ภาคกลางตอนบน และจะมีประชากรหลากหลายเชื้อสายปะปนกันอยู่กับพื้นที่ แต่ประชากรส่วนใหญ่ใช้ภาษากลางในการสื่อความหมาย อำเภอบรรพตพิสัย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งอำเภอ ที่มีประชากรหลายเชื้อชาติรวมอยู่ แต่อาจจะมีสำเนียงของผู้ที่อพยพ เช่น ลาว จีน ญวน มอญ ฯลฯ ภาษาถิ่นที่ใช้โดดเด่นอยู่ในขณะนี้เท่าที่สำรวจจะเป็นภาษาถิ่นของอีสานบ้าง จีนบ้างปะปนกันไป



แนวความคิดในการสร้างสรรค์ผลงานเชิงวัฒนธรรม

เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์ สู่แนวคิดในการสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดศิลปะและวัฒนธรรม พิจารณาจากความเป็นอัตลักษณ์ที่ประชาชนทั่วไปจากภายนอกรู้จักเราในภาพลักษณ์ของความเป็นตัวแทนชุมชนชาวจีน จากประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ในเทศกาลตรุษจีนที่มีชื่อเสียง และมีสืบสานงานประเพณีมายาวนานถึง ๑๐๗ ปี ในปี ๒๕๖๖ โดยนำเอกลักษณ์ด้านประเพณีท้องถิ่น “งานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ” มาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อพลิกโฉมศิลปวัฒนธรรมสู่งานสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ศิลป์

งานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ ในสมัยเริ่มแรกนั้นมีวัตถุประสงค์ในการที่จะนำองค์เจ้าพ่อเจ้าแม่แห่ไปในเส้นทางต่าง ๆ ในเมือง เพื่อให้ประชาชนได้สักการะขอพรให้ปัดเป่าทุกข์ภัย เพื่อให้เป็นสิริมงคลแก่เมือง และชาวเมืองปากน้ำโพ แต่สมัยต่อมาจนถึงปัจจุบัน คณะกรรมการจัดงานและชาวตลาดปากน้ำโพ เห็นว่า งานแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพนี้อยู่ในช่วงของเทศกาลตรุษจีน ซึ่งเป็นบรรยากาศของการเฉลิมฉลอง ดังนั้น จึงต้องการให้มีการจัดขบวนการแสดงต่าง ๆ ในขบวนแห่มากขึ้น และต่อมาจึงได้เกิดการผสมผสานทั้งพิธีกรรมความเชื่อขององค์เจ้าพ่อเจ้าแม่ และขบวนการแสดงต่าง ๆ เกิดเป็นความรู้สึกที่มีเพื่อทั้งความเป็นสิริมงคล และเป็นการเฉลิมฉลองปีใหม่ในช่วงเทศกาลตรุษจีนของชาวปากน้ำโพอีกด้วย

ประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ เป็นประเพณีของชาวไทยเชื้อสายจีนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดนครสวรรค์ จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในช่วงเทศกาลตรุษจีน เพื่อความเป็นสิริมงคล การแห่เจ้านี้เริ่มทำครั้งแรกใน พ.ศ. ๒๔๗๕ และได้ปฏิบัติสืบเนื่องมาจนถึงปัจจุบันเป็นประเพณีที่ยิ่งใหญ่ของชาวนครสวรรค์ โดยในพิธีแห่จะมี ๒ รอบ คือรอบกลางคืนในวันชีวา (วันที่ ๓ เดือน ๑ ตามปฏิทินของจีน) สำหรับรอบกลางวัน ในวันชีวี่ (วันที่ ๔ เดือน ๑ ตามปฏิทินของจีน) ในขบวนแห่รอบเมืองประกอบไปด้วย ขบวนแห่มังกรทอง ซึ่งชาวจีนถือว่าเป็นเทพเจ้าที่บันดาลคุณประโยชน์อย่างมากแก่มวลมนุษย์ จึงถือได้ว่าเป็นงานประเพณีอันยิ่งใหญ่และมีการสืบทอดกันมายาวนานเพื่อแสดงความกตัญญู โดยมีการเชิดชูและนำเจ้าพ่อเจ้าแม่ในศาลเจ้าออกมา ร่วมขบวนแห่ไปตามถนนต่าง ๆ ในตัวเมืองนครสวรรค์

งานประเพณีแห่เจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพ จังหวัดนครสวรรค์ จัดอยู่ในประเภทที่ ๓ คือ ลักษณะของมรดก ภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของประเพณีถือเป็นแนวปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม ประเพณี และเทศกาล โดยกรมส่งเสริมวัฒนธรรม ได้ประกาศขึ้นบัญชีมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในราชกิจจานุเบกษา (มาตรา ๒๒) เอกลักษณ์ที่จดจำและสร้างสีสันให้กับงานตรุษจีนปากน้ำโพ นั่นคือ ขบวนแห่มังกรทอง การเชิดสิงโต และขบวนนักสู้แห่งเขาเหลียงซัน เอ็งกอ-พะบู๊

ขบวนแห่มังกรทอง

มังกรทอง ของชาวจีนเป็นตัวแทนขององค์จักรพรรดิ เป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ ความเจริญรุ่งเรืองและความมีอำนาจ ดังนั้น จึงถือเป็นสัตว์ที่เป็นมงคล ถ้าได้พบเห็น หรือเยี่ยมกรายผ่านบ้านใคร ถือได้ว่าเหมือนได้รับพรจากมังกร คนจีนเชื่อกันว่า ผูชี บรรพบุรุษของชาวจีนในตำนานเป็นลูกของมังกร คนจีนจึงถือว่าตนเป็นลูกหลานของมังกร ถ้ามองอีกแง่หนึ่งตามตำนานมังกรเป็นผู้ให้น้ำแก่โลกมนุษย์ ซึ่งน้ำเป็นปัจจัยสำคัญในการที่จะทำให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ จึงอาจถือได้ว่ามังกรเป็นผู้ที่นำความอุดมสมบูรณ์มาให้ก็ได้ การจัดแห่มังกรทองจะทำได้ต่อเมื่อท้องถิ่นนั้นมีแม่น้ำมีภูเขา และเป็นเมืองใหญ่เท่านั้น

ปัจจุบัน ขบวนแห่มังกรทอง ได้จำลองแบบออกมาเป็นหัวมังกรที่มีความงดงามมาก มังกรทองเจ้าพ่อ-เจ้าแม่ปากน้ำโพมีลีลาการเชิดที่เข้มแข็งสง่างาม ด้วยลำตัวที่ยาว ๕๒ เมตร และผู้เล่น ๑๘๐ คน ทำให้ผู้ชมสามารถสัมผัสถึงพลังแห่งอำนาจแห่งพญามังกรได้อย่างประทับใจไม่รู้ลืม ลีลาการเชิดมังกรทองนี้เป็นลีลาเฉพาะตัวที่แตกต่างจากที่มีการเชิดมังกรในประเทศจีนและญี่ปุ่น และถือได้ว่าเป็นต้นตำรับการเชิดมังกรในประเทศไทย ซึ่งมีการแสดงเป็นที่เลื่องลือไปทั่วเอเชีย



ภาพ ๑ : บรรยากาศการแห่มังกรทอง ในงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ ปีที่ ๑๐๗
ที่มา : <https://www.facebook.com/paknamphochinesenewyear>.

การเชิดสิงโต

ความพิเศษของตรุษจีนนครสวรรค์อีกอย่างหนึ่งนั่นคือได้มีการรวบรวมการแสดงเชิดสิงโต ๕ ชาติพันธุ์ หรือ ๕ ภาษา หนึ่งในนั้นเป็นการรื้อฟื้นการเชิดสิงโตฮกเกี้ยน ที่หายไปนานกลับมาให้ชาวไทยและชาวปากน้ำโพได้ร่วมชม และร่วมกันสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่นอีกครั้ง ซึ่งถือเป็นที่แรกและที่เดียวในประเทศไทยที่มีการรวบรวม การเชิดสิงโตไว้มากที่สุดถึง ๕ ชาติพันธุ์ ประกอบด้วย สิงโตทองคำ สิงโตทองฮากกา สิงโตปักกิ่ง สิงโตกวางตุ้ง หรือ สิงโตกว่องสิ่ว และสิงโตฮกเกี้ยน



ภาพ ๒ : บรรยากาศการเชิดสิงโตในงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ ปีที่ ๑๑๗
ที่มา : <https://www.facebook.com/paknamphochinesenewyear>.

เอ็งกอ - พระบู๊

เอ็งกอ เป็นผู้กล้าแห่งเหลียงซันโป ๑๐๘ คน มีเรื่องราวตำนานที่เล่าขานกันมานานของชาวจีน เกิดในสมัยราชวงศ์เป่ย์ซ่ง รัชกาลช่งฮุยจงฮ่องเต้ (ค.ศ. ๑๑๐๐-๑๑๒๕) เป็นเรื่องราวของขุมโจรเหลียงซันโป มณฑลซานตง ในเมืองนี้มีเขาเหลียงซันเป็นเขาที่มีหน้าผาเป็นภูมิประเทศที่ง่ายต่อการตั้งรับและยากต่อการบุกโจมตี เวลากล่าวถึงเอ็งกอ จึงเรียกกันติดปากว่าผู้กล้าแห่งเขาเหลียงซัน

โจรเหลียงซันโป ๑๐๘ คนมีอาชีพและฐานะทางสังคมต่างกัน มีทั้งชาวนา ชาวประมง คนรกรกธ พ่อค้า นายพราน นายช่าง หมอ สัตวแพทย์ ครู นักบวช เศรษฐี ข้าราชการชั้นผู้น้อย ทหาร และเชื้อพระวงศ์ โจรเหล่านี้รักใคร่สามัคคีกันดุจพี่น้อง สร้างพลังที่จะต่อต้านความอยุติธรรมที่เกิดในสังคมยุคนั้น เรียกว่าเป็นโจรคุณธรรม ปล้นคนโกงชาติโกงแผ่นดินเอาไรต์เอาเบรียบประชาชน ได้ทรัพย์สินมาก็แบ่งให้คนยากจน เวลาออกทำการโจรทั้ง ๑๐๘ คนจะเขียนหน้าต่างกันเป็นเอกลักษณ์ของใครของมัน นี่คือความพิเศษที่โดดเด่นของเอ็งกอ

ในงานเทศกาลประเพณีแห่เจ้าของชาวตลาดปากน้ำโพ ได้นำเอาเรื่องราวของเอ็งกอมาแสดงเรียกว่า เอ็งกอ-พระบู๊ คือ มีการแสดงถึงการต่อสู้รบด้วยวิธีที่แต่ละคนถนัด การแสดงเอ็งกอถือเป็นจุดเด่นคณะหนึ่งในขบวนแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่เฉลิมฉลอง เทศกาลตรุษจีนของชาวปากน้ำโพมีการพัฒนาและรักษาการแสดงจากอดีต สืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบันนี้ ซึ่งจะหาชมได้เฉพาะในงานเทศกาลประเพณีแห่เจ้าของชาวปากน้ำโพเท่านั้น



ภาพ ๓ : ลักษณะการเขียนหน้า ของเอ็งกอ - พระบู๊ ในงานประเพณีแห่เจ้าพ่อ - เจ้าแม่ปากน้ำโพ ปีที่ ๑๑๗
ที่มา : <https://www.facebook.com/paknamphochinesenewyear>.

นอกจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์แล้ว กลุ่มผู้ผลิตยังต้องการขยายฐานลูกค้าไปยังผู้ที่ชื่นชอบความเป็นไทย จึงมีแนวคิดในการสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดศิลปะและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย โดยเทียบเคียงจากแนวคิดเดิมที่นำเอกลักษณ์ความเป็นจีนของชาวปากน้ำโพ เมืองนครสวรรค์ นั่นคือ นำตัวละครที่อยู่ในวรรณกรรมไทย เรื่อง รามเกียรติ์ อันเป็นที่รู้จักของคนทั่วโลก ในชุดวรรณคดี ๔ หน้า ประกอบด้วย หนุมาน ทศกัณฐ์ พระราม และนางสีดา มาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ ในรูปแบบประยุกต์ ศิลป์เพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์

หนุมาน

หนุมาน เป็นตัวละครเอกตัวหนึ่งในเรื่องรามเกียรติ์ เป็นลิงเผือก จึงมีสีขาวเป็นสีประจำกาย เมื่อสำแดงฤทธิ์จะมี ๔ หน้า ๘ มือ หาวเป็นดาวเป็นเดือน นอกจากนี้ ยังมีลักษณะประจำกายอื่น ๆ อีก เช่น สวมกุณฑล มีขนเพชร มีเขี้ยวเป็นแก้ว และหาวเป็นดาวเป็นเดือน เป็นทหารเอกที่รู้ใจพระรามที่สุด ฉลาดรอบรู้ ค่อนข้างหัวดี้อ เช่น ตอนที่หักกิ่งไม้ ทำลายอุทยานของทศกัณฐ์ ตอนเผาเมืองลงกา เป็นต้น ซึ่งเป็นการทำนอกเหนือคำสั่ง เจ้าเล่ห์เพทุบาย มีกลยุทธ์มากมายซึ่งเอาไว้อใช้ในการศึก รักนายและพลีชีพเพื่อนาย



ภาพ ๔ : หนุมาน ในวรรณกรรม เรื่อง รามเกียรติ์
ที่มา : <https://www.siammongkol.wordpress.com/2017/07/18/hanuman>

ทศกัณฐ์

ทศกัณฐ์ เป็นบุตรคนโตของท้าวลัสเตียนกับนางรัชฎา เจ้ากรุงลงกา และเป็นหลานของท้าวมาลีวราช เดิมเป็นยักษ์ชื่อ “นนทก” กลับชาติมาเกิด ซึ่งนนทกมีหน้าที่ล้างเท้าให้กับเทวดาทั้งหลาย เทวดาเหล่านั้นก็มักจะลुบหัวนนทกจนหัวล้าน นนทกจึงเกิดความแค้น เลยไปขอนิ้วเพชรจากพระอิศวร แล้วทำร้ายพวกเทวดาที่มาลูบหัวตน นนทกได้เข่นฆ่าเหล่าเทวดาตายนับไม่ถ้วน ทำให้พระอิศวรสั่งให้พระนารายณ์ให้มาช่วยปราบนนทก พระนารายณ์จัดการกับนนทก โดยการจำแลงองค์เป็นนางเทพอัปสรตั้งอยู่ตรงทางที่นนทกเดินผ่านเป็นประจำ ฝ่ายยักษ์นนทกเมื่อได้เห็นนางจำแลงจึงเกิดความหลงและเข้าไปเกี่ยวพาราสี นางจำแลงแสร้งทำยินดี โดยยื่นข้อเสนอว่าให้นนทกร่ายรำตามนางทุกท่าแล้วจะยินดีผูกมิตรด้วย และแล้วยักษ์นนทกก็ทำตามนาง โดยหารู้ไม่ว่านั่นเป็นเล่ห์กล จนกระทั่งถึงท่านาคಾಮ้วนหางนิ้วเพชรของนนทกขึ้นไปขาของตัวเอง ขานนทกก็หักลงทันใด นนทกล้มลง ทันใดนั้น นางแปลงกลายเป็นพระนารายณ์เหยียบอกนนทกไว้ ก่อนตาย นนทกอ้างว่าพระนารายณ์มีหลายมือตนสู้ไม่ได้ พระนารายณ์จึงให้คำสัตย์ว่า ให้นนทกไปเกิดใหม่ มีสิบเศียร สิบพักตร์ยี่สิบมือ หะเหินเดินอากาศได้ มีอาวุธนานาชนิดครบทุกมือ ส่วนพระนารายณ์จะไปเกิดเป็นมนุษย์ มีสองมือและตามไปฆ่านนทกให้ได้ ทศกัณฐ์เป็นยักษ์รูปร่าง มี ๑๐ หน้า ๒๐ กร ปากแฉะ ตาโพลง มีกายเป็นสีเขียว



ภาพ ๕ : ทศกัณฐ์ ในวรรณกรรม เรื่อง รามเกียรติ์
ที่มา : <https://www.teen.mthai.com/variety/173115.html>.

พระราม

พระราม คือ พระนารายณ์อวตาร (แบ่งภาค) ลงมา ถือกำเนิดเป็นพระราชโอรสของท้าวทศรถ กับ นางเกาสุริยา เพื่อจะปราบทศกัณฐ์ พระรามมีพระอนุชา ๓ พระองค์ คือ พระลักษมณ์ พระพรต และพระสัตรุด พระรามอภิเษกสมรสกับนางสีดา

ตัวละครพระราม มีช่วงเวลาที่โดดเด่นมากที่สุด คือ การลักพาตัวนางสีดาโดยจอมอสูรอย่างทศกัณฐ์ ตามด้วยความพยายามอย่างยิ่งยวดของพระรามและพระลักษมณ์ เพื่อการชิงนางสีดากลับมา และสังหารทศกัณฐ์ที่ชั่วร้าย เรื่องราวชีวิตทั้งหมดของพระราม นางสีดา และบุคคลต่างในรามายณะ เปรียบเทียบได้กับหน้าที่ สิทธิ และความรับผิดชอบต่อสังคมของแต่ละบุคคล แสดงให้เห็นถึงการดำเนินชีวิตด้วยธรรมะ โดยมีตัวละครฝ่ายพระรามเป็นแบบอย่าง พระรามมีกายสีเขียว สามารถปรากฏร่างเป็นพระนารายณ์ มี ๔ กรได้ อาวุธประจำพระองค์ คือ ศร ซึ่งเป็นอาวุธวิเศษ ที่ได้ประทานมาจากพระอิศวร



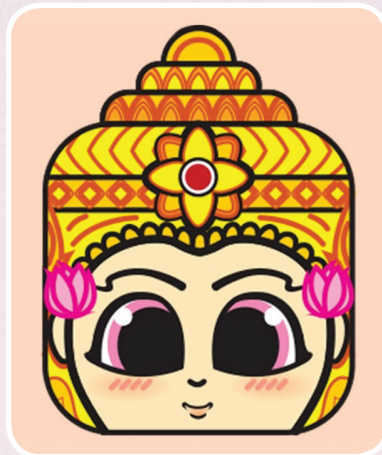
ภาพ ๖ : พระราม ในวรรณกรรม เรื่อง รามเกียรติ์

ที่มา : <https://www.sites.google.com/site/charactersinliteratuerr/ramkeiyrti/phraram>

นางสีดา

นางสีดา คือ พระลักษมีเป็นมเหสีเอกของพระนารายณ์อวตารลงมา เพื่อเป็นคู่ครองของพระราม เมื่อนางสีดาเจริญถึงวัยอันควรแล้ว ท้าวชนกพระบิดาคิดจะจัดพิธีสุมพรให้นางสีดาพระธิดา จึงได้ป่าวประกาศหาผู้ที่จะสามารถยกธนูโมลีหนักพันแรงคนยกได้ ถ้าผู้ใดทำได้จะยกนางสีดาให้อภิเษก ในครานั้นมีเจ้าชายหนุ่มสองพระองค์นามว่าพระรามและพระลักษมณ์อยู่ร่วมด้วย พระรามจึงมีพระดำริจะลองยกธนูโมลีนั่นดู แต่ทันใดนั่นเอง พระรามได้จ้องมองผ่านม่านพบกับนางสีดาที่นั่งอยู่อีกฝั่ง ด้วยบุพเพสันนิวาสทำให้ทั้งสองมีใจรักภักดีต่อกันทันที ธนูโมลีนั่นมีเพียงพระรามและพระลักษมณ์ที่ยกได้ แต่พระลักษมณ์ทราบดีว่าพระรามและนางสีดามีใจต่อกันจึงแสวงหาเป็นยกธนูไม่ขึ้น ในที่สุดพระรามและนางสีดาก็ได้อภิเษกกันอย่างถูกต้องตามประเพณี

พระรามและนางสีดาอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุขแม้ว่าจะอัตคัดขัดสนบ้าง จนกระทั่งวันหนึ่งนางสำนึกขำยกมายื่อนิ่งสาวทศกัณฐ์มาเห็นรูปโฉมพระรามก็หลงรัก ก็ยิวพาขอพระองค์เป็นสามี แต่พระรามปฏิเสธเพราะมีนางสีดาอยู่แล้ว นางสำนึกขาโกรธจึงด่าทอทุบตีนางสีดา พระลักษมณ์โมโหจับนางสำนึกขาตัดหูตัดจมูกแล้วปล่อยไป นางสำนึกขาแค้นเคืองไปฟ้องพี่ชายของตน พร้อมกับพรรณนาความงดงามของนางสีดาให้ทศกัณฐ์ฟังจนทศกัณฐ์อยากได้ในตัวของนางสีดา ทศกัณฐ์สั่งให้มารีศแปลงเป็นกวางทองไปล่อหลอกพระรามพระลักษมณ์ออกจากอาศรมแล้วตนเองก็ไปลักพาตัวนางสีดามาอยู่ที่สวนขวัญ นางสีดามีรักมั่นคงต่อพระรามจึงไม่ยอมเป็นชายาของทศกัณฐ์ ทำให้เกิดสงครามระหว่างมนุษย์และยักษ์ปะทุขึ้น จนคำทำนายในวัยเด็กที่เป็นภัยมาสู่เหล่ายักษ์เป็นจริงขึ้นมา



ภาพ ๗ : นางสีดา ในวรรณกรรม เรื่อง รามเกียรติ์

ที่มา : <https://www.sites.google.com/site/charactersinliteratuerrr/ramkeiyrti/nang-si-da>

การสร้างสรรคผลิตภัณฑท์ท้องถิ่นในเชิงพาณิชย์ศิลป์

พาณิชย์ศิลป์เป็นงานศิลปะที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ เพื่อสนับสนุนการค้าและการบริการเพื่อให้ประสบผลสำเร็จตามจุดมุ่งหมาย ได้แก่ การออกแบบเครื่องหมายการค้า การออกแบบสิ่งพิมพ์ การออกแบบโฆษณา การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบฉลากสินค้า และการออกแบบจัดแสดงสินค้า

บรรจุภัณฑ์ เป็นหนึ่งในงานพาณิชย์ศิลป์ที่เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขาย ทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อ บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงานพิมพ์ ๓ มิติ และมีด้านทั้งหมดถึง ๖ ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มีเพียง ๒ มิติหรือด้านเดียว

ในยุคปัจจุบัน การเชื่อมโยงศิลปวัฒนธรรมสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในเชิงพาณิชย์ศิลป์ เป็นสิ่งจำเป็น เนื่องจากสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ต้องเข้าถึงความทันสมัยแม้จะอยู่ภายใต้กลิ่นอายของวัฒนธรรมดั้งเดิม จึงนำไปสู่การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ถุงหอมสมุนไพร แบรินต์ หัตถสา ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเนินศาลา ตำบลเนินศาลา อำเภอโกรกพระ จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งในภูมิปัญญาเครื่องหอมไทย ที่อยู่คู่คนไทยมาช้านาน โดยการปรับรูปแบบ พลิกโฉมให้เกิดความรู้สึกว่าในผลิตภัณฑ์ใหม่ จากการประยุกต์ลดทอนของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจังหวัดนครสวรรค์ นั่นคือ ถุงหอมสมุนไพรในคอลเล็กชั่น “ตรุษจีนปากน้ำโพ” และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศไทย นั่นคือ ถุงหอมสมุนไพร ในคอลเล็กชั่น “วรรณคดี ๔ หน้า”

ถุงหอมสมุนไพร “ตรุษจีนปากน้ำโพ”

การสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพร จากแนวคิด ตรุษจีนปากน้ำโพ ซึ่งประกอบด้วย ภาพวาดลายเส้นการ์ตูน (Vector) ที่สื่อถึง ๓ เอกลักษณ์ของเทศกาลตรุษจีน ได้แก่ ขบวนแห่มังกรทอง การเชดสิงโต และเอ็งกอ-พะบู๊ บรรยายภาพงานประเพณีแห่เจ้าพ่อเจ้าแม่ปากน้ำโพ ในรูปแบบประยุกต์ศิลป์เพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพร มีทั้งสิ้น ๓ กลิ่น และแต่ละกลิ่น นำเสนอผ่านตัวละคร ได้แก่

กลิ่น Fleshing - มังกร : ให้ความรู้สึกสดชื่น กระปรี้กระเปร่า มีส่วนผสมของเกล็ดสะระแห่น ใบเตย พิมพเสน ไบมะกรูด เป็นต้น

กลิ่น Relax - เชดสิงโต : ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย รู้สึกสบาย มีส่วนผสมของไบมะกรูด ดอกกุหลาบ ใบเตย เป็นต้น

กลิ่น Sleep - เอ็งกอ พะบู๊ : ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ออยากพักผ่อน มีส่วนผสมของดอกกุหลาบ ใบเตย ดอกหอมหมื่นลี้ เป็นต้น



ภาพ ๘ : ถุงหอมสมุนไพร “ตรุษจีนปากน้ำโพ”

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพร ออกแบบเพียง ๑ รูปแบบ ที่สามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์สมุนไพร ทั้ง ๓ กลิ่นได้ โดยการเจาะช่องหน้าต่างใสด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เห็นหน้าตาของสินค้าด้านใน แนวความคิด ในการออกแบบลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จากเอกลักษณ์ของเทศกาลตรุษจีนปากน้ำโพ ทั้งรูปแบบและสีสันทันทีสะท้อนความเป็นจีนได้อย่างลงตัว พร้อมทั้งได้แสดงรายละเอียดที่จำเป็นเกี่ยวกับ ข้อมูลทางการตลาดลงบนบรรจุภัณฑ์อย่างครบถ้วน



ภาพ ๙ : บรรจุภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพร “ตรุษจีนปากน้ำโพ”

ถุงหอมสมุนไพร “วรรณคดี ๔ หน้า”

การสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพร จากแนวคิด วรรณคดี ๔ หน้า ซึ่งประกอบด้วย ภาพวาดลายเส้นการ์ตูน (Vector) ภาพส่วนศีรษะของ หนุมาน ทศกัณฐ์ พระราม และนางสีดา ในรูปแบบประยุกต์ศิลป์เพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพร มีทั้งสิ้น ๔ กลิ่น และแต่ละกลิ่น นำเสนอผ่านตัวละคร ได้แก่

กลิ่นมะกรูด - ทศกัณฐ์ : มีส่วนผสมของผิวมะกรูด ใบมะกรูด ใบเตย เป็นต้น

กลิ่นเลมอน - หนุมาน : มีส่วนผสมของผิวมะกรูดใบเตย ใบมะนาว การบูร พิมเสน เมนทอล เป็นต้น

กลิ่นสมุนไพรไทย - พระราม : มีส่วนผสมของกานพลู ผิวส้มโอ ลูกผักชี ลูกกระวาน เป็นต้น

กลิ่นกุหลาบ - นางสีดา : มีส่วนผสมของดอกกุหลาบ ดอกมะลิ ดอกหอมหมื่นลี้ เป็นต้น



ภาพ ๑๐ : ถุงหอมสมุนไพร “วรรณคดี ๔ หน้า”

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพร ออกแบบทั้งสิ้น ๔ รูปแบบ ตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ แนวความคิดในการออกแบบลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทย ของทั้งรูปแบบและสีที่สะท้อนเรื่องราววรรณคดี ๔ หน้า พร้อมทั้งได้แสดงรายละเอียดที่จำเป็นเกี่ยวกับข้อมูลทางการตลาดลงบนบรรจุภัณฑ์อย่างครบถ้วน



ภาพ ๑๑ : บรรจุภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพร “วรรณคดี ๔ หน้า”

ความมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการพลิกโฉมศิลปวัฒนธรรม

ความยั่งยืนของการเปลี่ยนแปลงสิ่งหนึ่งสิ่งใดของชุมชนใดชุมชนหนึ่ง หากไม่เกิดขึ้นจากความร่วมมือเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน ย่อมเห็นการเปลี่ยนแปลงได้ยาก วิสาหกิจชุมชนบ้านเนินศาลา จังหวัดนครสวรรค์ เป็นหนึ่งชุมชนตัวอย่างที่ขับเคลื่อนชุมชนด้วยการมีส่วนร่วม เริ่มจากการต่อยอดธุรกิจนวดสปาจากครอบครัว ในนามโรงเรียนนวดสปาไทยสวรรค์นคร ในอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ มีแนวคิดริเริ่มอยากต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์เป็นของตนเอง ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ประคบและถุงหอมสมุนไพร จึงได้ร่วมตัวและจัดตั้งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเนินศาลา มีการบริหารจัดการด้านพื้นที่การเพาะปลูกของวัตถุดิบต่าง ๆ ให้แก่สมาชิก มีฝ่ายผลิต ฝ่ายแปรรูป ฝ่ายการตลาด ที่ชัดเจน ร่วมขับเคลื่อนชุมชนบนฐานการมีส่วนร่วมที่มุ่งมั่นเป้าหมายไปยังจุดเดียวกัน

การพลิกโฉมศิลปวัฒนธรรมสู่งานสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ศิลป์ เป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างสถาบันการศึกษา ในนามของนักออกแบบและพัฒนา ผสานความร่วมมือกับชุมชนที่มีความต้องการนำเสนอเรื่องราวศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดนครสวรรค์ นั่นคือ ตรีษจันนครสวรรค์ โดยนำเอกลักษณ์ที่เป็นที่จดจำ ได้แก่ มังกรทอง สิงโต และ เอ็งกอ-พะบู๊ นำเสนอผ่านการสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ถุงหอมสมุนไพรกลิ่นต่าง ๆ ที่ทางชุมชนสามารถผลิตได้จากวัตถุดิบของตน จึงเกิดเป็นการพัฒนาร่วมกันอย่างยั่งยืน ตลอดจนได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์เป็นอย่างดี





ภาพ ๑๒ : ความมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการพลิกโฉมศิลปวัฒนธรรม

ด้วยความต้องการนำเสนอความงดงามของศิลปะและวัฒนธรรมนั้น มีเรื่องราวในอีกหลายมุมมองตลอดจนการพัฒนาบนฐานความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ การพลิกโฉมศิลปวัฒนธรรมสู่งานสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ศิลป์จึงเพิ่มเติมไปยังการนำศิลปะและวัฒนธรรมของไทย โดยหยิบยกเรื่องราววรรณกรรมที่ทุกคนรู้จัก มาถ่ายทอดผ่านตัวละครเอกจากเรื่องรามเกียรติ์ นั่นคือ หนุมาน ทศกัณฐ์ พระราม และนางสีดา ในคอลเล็กชั่น ชุดวรรณคดี ๔ หน้า มาเป็นแนวคิดในการสร้างสรรค์ ในรูปแบบประยุกต์ศิลป์เพื่อต่อยอดเชิงพาณิชย์ และในอนาคตชุมชนได้วางรากฐานและมุมมองในด้านการสืบสานศิลปวัฒนธรรมที่สามารถต่อยอดทางความคิดได้ด้วยตนเอง นั่นคือการพัฒนาอย่างยั่งยืนที่แท้จริง

เอกสารอ้างอิง

- เจริญ ตันมหาพราน. (๒๕๖๐).ประวัติของเอ็งกอ พระบุนครสวรรค์ เอ็งกอ. สืบค้นเมื่อ ๒๙ มกราคม ๒๕๖๖.
จาก <https://www.facebook.com/Charoen1948>.
- นิรนาม. (๒๕๕๖). ตรุษจีนปากน้ำโพ. สืบค้นเมื่อ ๒๙ มกราคม ๒๕๖๖. จาก <https://www.guru.sanook.com>.
- นิรนาม. (ม.ป.ป.). ตรุษจีนนครสวรรค์ สืบสานงานประเพณี แห่งเจ้าพ่อ เจ้าแม่ปากน้ำโพ. สืบค้นเมื่อ ๒๙ มกราคม ๒๕๖๖. จาก <https://www.facebook.com/paknamphochinesenewyear>.
- นันทรินทร์ พูลจรัส. (ม.ป.ป.). ตัวละครในวรรณคดี : พระราม. สืบค้นเมื่อ ๒๙ มกราคม ๒๕๖๖.
จาก <https://www.sites.google.com/site/charactersinliteratuerr/ramkeyrti/phraram>
- นันทรินทร์ พูลจรัส. (ม.ป.ป.). ตัวละครในวรรณคดี : นางสีดา. สืบค้นเมื่อ ๒๙ มกราคม ๒๕๖๖.
จาก <https://www.sites.google.com/site/charactersinliteratuerr/ramkeyrti/nang-si-da>.
- พจน์ธรรม ณรงค์วิทย์. (๒๕๖๒). ออกแบบผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐาน. กำแพงเพชร. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ยุวดี. (๒๕๖๒). ประวัติศาสตร์ คือใคร ทำไมถึงมีลิบหน้า ยี่สิบกร. สืบค้นเมื่อ ๒๙ มกราคม ๒๕๖๖.
จาก <https://www.teen.mthai.com/variety/173115.html>.
- สยามมงคล. (๒๕๖๐). หนุมาน ตำนานทหารเอกวานรขุนศึกผู้ไม่เคยแพ้ใคร. สืบค้นเมื่อ ๒๙ มกราคม ๒๕๖๖.
จาก <https://www.siammongkol.wordpress.com/2017/07/18/hanuman>.
- อรัญ วาณิชกร. (๒๕๕๙). การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Roderick Hindery (1978). *Comparative Ethics in Hindu and Buddhist Traditions*.
Motilal Banarsidass. pp. 95–124. ISBN 978-81-208-0866-9.
- William H. Brackney (2013). *Human Rights and the World's Major Religions, 2nd Edition*.
ABC-CLIO. pp. 238–239. ISBN 978-1-4408-2812-6.

