



โดย
นางสาวหลิวจิ่ง เฉิน

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

วิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรีย์ะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต
สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญามหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2564

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

THE PEACEFUL LIFE WAY OF SICHUAN PROVINCE FROM THE PAST TO THE
CONTEMPORARY CONTEXT OF FOOD CULTURE AESTHETICS



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Master of Fine Arts DESIGN ARTS
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2021
Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	วิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรีย์ะบริบทร่วมสมัย วัฒนธรรมอาหาร
โดย	นางสาวหลิวจิ่ง เฉิน
สาขาวิชา	ศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. ประดิพัทธ์ เลิศจรุจิตำรงค์กุล

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรศิลปมหาบัณฑิต

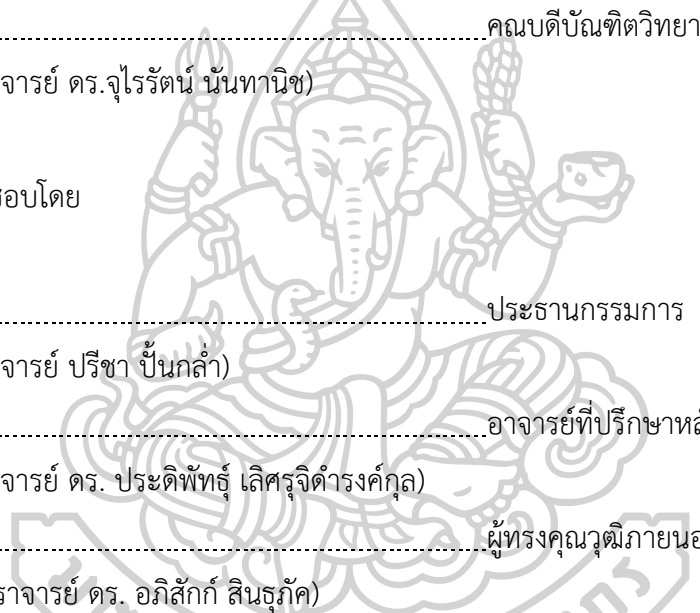
..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ปรีชา ปั่นเกล้า)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(รองศาสตราจารย์ ดร. ประดิพัทธ์ เลิศจรุจิตำรงค์กุล)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อภิสิทธิ์ สิ้นธุภาค)



630420014 : ศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทบัณฑิต

คำสำคัญ : วัฒนธรรมอาหารเสฉวน, วิถีความสงบสุข, มณฑลเสฉวน, สื่อวิดีโอ

นางสาว หลัวจิ่ง เฉิน: วิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัย
วัฒนธรรมอาหาร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : รองศาสตราจารย์ ดร. ประดิพัทธ์ เลิศรุจิ
ดำรงศ์กุล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาวิถีความสงบสุขของประชาชนชาวเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยในเรื่องวัฒนธรรมอาหารเสฉวน มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมอาหารเสฉวนและวิถีชีวิตของประชาชนชาวเสฉวนจากอดีตสู่ปัจจุบัน 2) เพื่อกำหนดแนวคิดในการถ่ายทอดศิลปะการออกแบบในรูปแบบผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย 3) เพื่อออกแบบสร้างสรรค์ผลงานศิลปะและเกิดผลประโยชน์ที่จะนำเสนอถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนไปสู่ประเทศไทย โดยใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพซึ่งรวมถึง การศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องแบบสอบถามจากกลุ่มเป้าหมาย คนไทยรุ่นใหม่ อายุ 18-35 ปี และ การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ และ ด้านการสื่อสารระหว่างประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนได้รับความนิยมอย่างมากจากกลุ่มเป้าหมาย และสามารถบ่งบอกถึงวิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่ปัจจุบัน โดยผู้วิจัยได้ออกแบบสื่อวิดีโอ Hello Hotpot ที่ผสมผสานภาพประกอบกับเทคโนโลยี Mental Canvas เพื่อให้การเล่าเรื่องวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนมีความสนุกสนานและความดื่มด่ำมากขึ้น นอกจากนี้ ยังได้ออกแบบสื่อเว็บไซต์ ที่เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน ทั้งนี้ ผลงานการออกแบบได้สื่อสารถ่ายทอดผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ ผลที่ได้จากการประเมินอยู่ในค่าระดับเกณฑ์ดีมาก

630420014 : Major DESIGN ARTS

Keyword : Sichuan Food Culture, Peaceful Way, Sichuan Province, Video Media

MISS LIUJING CHEN : THE PEACEFUL LIFE WAY OF SICHUAN PROVINCE FROM
THE PAST TO THE CONTEMPORARY CONTEXT OF FOOD CULTURE AESTHETICS THESIS

ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR DOCTOR PRADIPHAT LERTRUJIDUMRONGKUL

This research is to study the peaceful way of life of Sichuan people from the past to the present in Sichuan food culture. The objectives are 1) to study Sichuan food culture and lifestyle of Sichuan people from the past to the present; 2) to determine the concept of transferring design art in a mixture of traditional culture and contemporary design ideas; 3) to design creative art that is beneficial to bring Sichuan food culture to Thailand. The study applies a qualitative research methodology that includes secondary research, questionnaires for the target group of the new Thai generation aged 18-35, and interviews with experts in design art and international communication.

The results of the study showed that Sichuan hotpot culture is very popular among the target audience, and can express the peaceful way of Sichuan province from the past to the present. The researcher designed Hello Hotpot video media combining illustrations with Mental Canvas technology to make the narrative of Sichuan hotpot culture more entertaining and immersive. In addition, the website, which contains information about Sichuan hotpot culture, was also designed to promote Sichuan hotpot culture. The results obtained in the evaluation were at a very good level.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์วิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหารฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ประดิพัทธ์ เลิศรุจิ ดำรงค์กุล ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย และขอขอบพระอาจารย์หลักสูตรศิลปการออกแบบทุกท่าน กรรมการ และผู้ทรงคุณวุฒิทั้งภายในและภายนอก ที่ได้มอบความกรุณาให้คำชี้แจงแนะแนวทางการปรึกษาต่าง ๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถมีแนวทางในการดำเนินงานวิจัยและทำให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารระหว่างประเทศ ทั้ง 3 ท่าน ที่คอยให้คำแนะนำ ความรู้ และการชี้แจงในการวิจัย ขอขอบพระคุณคณาจารย์ในหลักสูตร เพื่อน พี่ น้อง และครอบครัว ที่ให้กำลังใจ ความช่วยเหลือ และการสนับสนุนแก่ผู้วิจัย ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายผู้วิจัยหวังว่า วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ได้ไม่มากนักน้อยแก่ผู้ที่ต้องการศึกษา และสามารถนำไปพัฒนาให้เกิดประโยชน์อันสูงสุดต่อไป

นางสาว หลีวัจฉ์ เฉิน

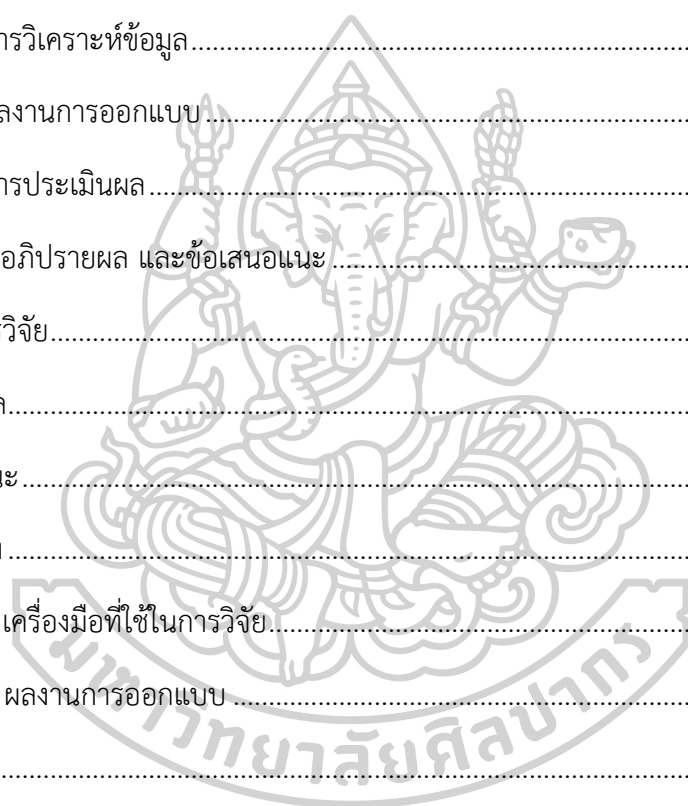


สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฎ
สารบัญภาพ.....	ฏ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
สมมติฐานของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	3
ขั้นตอนการศึกษา.....	4
เวลาที่ใช้ในการวิจัย.....	4
อุปกรณ์ที่ใช้ในการค้นคว้า.....	4
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการวิจัย(โดยประมาณ).....	5
วิธีการนำเสนอผลงาน.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับ.....	5
บทที่ 2 เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน.....	6

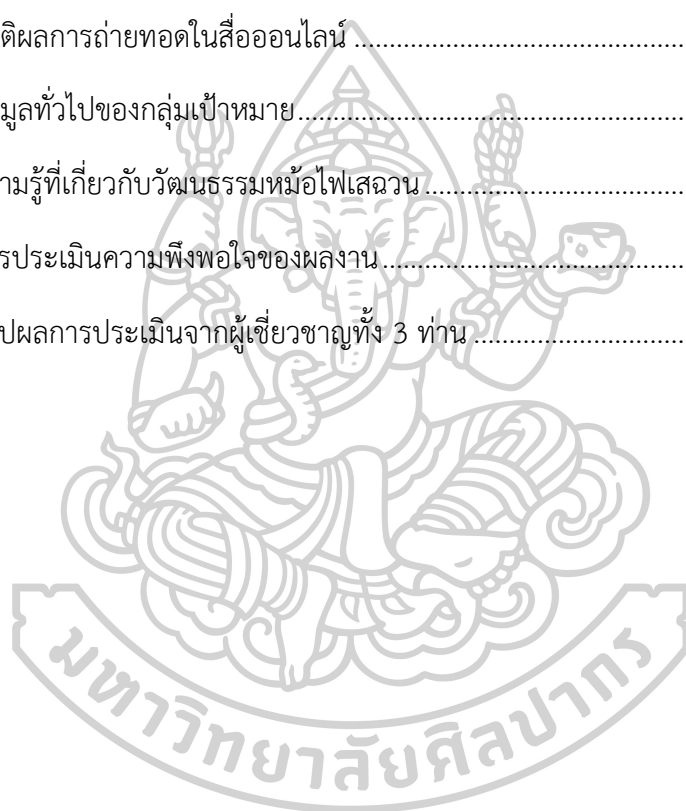
2.1.1 ประเพณีและขนบธรรมเนียม.....	6
2.1.2 วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน.....	8
2.1.3 ลักษณะของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน	9
2.1.4 ประวัติศาสตร์และการพัฒนาของอาหารเสฉวน.....	10
2.1.5 ลักษณะของอาหารเสฉวน	11
2.1.6 อาหารที่มีชื่อเสียง.....	15
2.2 วิถีชีวิตของชาวบ้านท้องถิ่นจากอดีตไปสู่บริบทร่วมสมัย.....	21
2.2.1 วิถีชีวิตของประชาชนชาวเสฉวนในอดีต.....	22
2.2.2 วิถีชีวิตของประชาชนชาวเสฉวนในปัจจุบัน.....	23
2.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน.....	24
2.3.1 นโยบายของรัฐบาลมณฑลเสฉวน	24
2.3.2 การรวบรวมการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนทางภาพ.....	25
2.4 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับศิลปะการออกแบบ.....	36
2.4.1 หลักศิลปะที่ใช้ในการสร้างสรรค์ศิลปะการออกแบบ	36
2.4.1.1 ความหมายและรูปแบบภาพประกอบ.....	36
2.4.1.2 หลักองค์ประกอบศิลป์ (Art Elements).....	40
2.4.1.3 หลักการทางศิลปะ (Principles of Art).....	45
2.4.2 การวิเคราะห์ศิลปะ รูปแบบ China Chic	46
2.4.3 หลักการทางสุนทรียภาพ (Aesthetic Principle).....	51
2.5 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร.....	52
2.5.1 ทฤษฎีการสื่อสาร.....	52
2.5.2 ประเภทของสื่อในการสื่อสาร.....	53
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	54
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	57

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	57
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	57
3.3 ขั้นตอนการทำวิจัย.....	58
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
3.5 ประเมินผลทางการออกแบบ.....	59
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
ส่วนที่ 2 ผลงานการออกแบบ.....	75
ส่วนที่ 3 การประเมินผล.....	92
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	100
สรุปผลการวิจัย.....	100
อภิปรายผล.....	101
ข้อเสนอแนะ.....	102
รายการอ้างอิง.....	104
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	107
ภาคผนวก ข ผลงานการออกแบบ.....	119
ประวัติผู้เขียน.....	134



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ขั้นตอนการทำวิจัย.....	58
ตารางที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบผลการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่ม.....	71
ตารางที่ 4 สถิติผลการถ่ายทอดในสื่อออนไลน์.....	92
ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย.....	95
ตารางที่ 6 ความรู้ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน.....	95
ตารางที่ 7 การประเมินความพึงพอใจของผลงาน.....	96
ตารางที่ 8 สรุปผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน.....	98



สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่ชอบกิน	62
แผนภูมิที่ 2 วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่สนใจ.....	62
แผนภูมิที่ 3 วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่อยากแนะนำ.....	63
แผนภูมิที่ 4 รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม	63
แผนภูมิที่ 5 แพลตฟอร์มการสื่อสารที่เหมาะสม.....	63
แผนภูมิที่ 6 รูปแบบภาพวาดที่เหมาะสม.....	63
แผนภูมิที่ 7 เรื่องที่ชอบของมณฑลเสฉวน.....	64
แผนภูมิที่ 8 สัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวน	64
แผนภูมิที่ 9 ลักษณะของอาหารเสฉวน.....	65
แผนภูมิที่ 10 อาหารเสฉวนที่ชอบกิน.....	65
แผนภูมิที่ 11 รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม.....	66
แผนภูมิที่ 12 รูปแบบภาพวาดที่เหมาะสม.....	66
แผนภูมิที่ 13 แพลตฟอร์มการสื่อสารที่เหมาะสม.....	67
แผนภูมิที่ 14 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	68
แผนภูมิที่ 15 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	68
แผนภูมิที่ 16 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	68
แผนภูมิที่ 17 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย	68
แผนภูมิที่ 18 การคัดเลือกอาหารเสฉวน.....	69
แผนภูมิที่ 19 วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่สนใจ	69
แผนภูมิที่ 20 รูปแบบการสื่อสาร.....	69
แผนภูมิที่ 21 รูปแบบภาพวาด	69

แผนภูมิที่ 22 แพลตฟอร์มการสื่อสาร..... 70



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนที่มณฑลเสฉวน.....	4
ภาพที่ 2 ฉากจำลอง“Ba Ba Yan”	7
ภาพที่ 3 การไหว้เจ้าเสฉวนในสมัยโบราณ.....	7
ภาพที่ 4 หม้อไฟผิงซิง 9 ช่อง.....	9
ภาพที่ 5 แผนที่การอพยพครั้งใหญ่จากมณฑลอื่นเข้าสู่มณฑลเสฉวน	11
ภาพที่ 6 พริกแห้งชี้หูเสฉวน.....	12
ภาพที่ 7 ฮั่วเจียวเสฉวน.....	13
ภาพที่ 8 เต้าเจี้ยวเสฉวน	14
ภาพที่ 9 เต้าหู้หม่าโผ.....	16
ภาพที่ 10 ผัดเนื้อหมูสองครั้ง.....	16
ภาพที่ 11 กงเป่าจีตึง	17
ภาพที่ 12 ซ้อศอกตงโผ	18
ภาพที่ 13 เนื้อวัวเสฉวน.....	18
ภาพที่ 14 มดขึ้นต้นไม้.....	19
ภาพที่ 15 พริกเขียวแห้ง.....	19
ภาพที่ 16 ผักกาดขาวน้ำเดือด	20
ภาพที่ 17 สี่หลัก	20
ภาพที่ 18 สี่เสริม	21
ภาพที่ 19 สี่ตักแต่ง	21
ภาพที่ 20 Chuan Cuisine Magazine.....	26
ภาพที่ 21 Sichuan Cuisine Magazine.....	26

ภาพที่ 22	Hello Chengdu Magazine	27
ภาพที่ 23	หนังสือภาษาต่างประเทศ.....	28
ภาพที่ 24	ฉลากจาก Taste of Sichuan.....	28
ภาพที่ 25	ฉลากจาก Once upon a Bite	29
ภาพที่ 26	Li Ziqi กำลังทำอาหาร.....	29
ภาพที่ 27	Video about Making Sichuan Cuisine.....	30
ภาพที่ 28	Sichuan cuisine made by Li Ziqi.....	31
ภาพที่ 29	Logo and Mascot.....	31
ภาพที่ 30	Countdown poster.....	32
ภาพที่ 31	Posters of previous food festivals.....	33
ภาพที่ 32	Poster & Souvenir of Tokyo Sichuan Festival.....	33
ภาพที่ 33	บรรยากาศในงานเทศกาลไทย-เสฉวน	34
ภาพที่ 34	mood board of magazine	34
ภาพที่ 35	mood board of video	35
ภาพที่ 36	mood board of International activities posters.....	35
ภาพที่ 37	keywords Summarized from Promotion Medium.....	36
ภาพที่ 38	ภาพประกอบตัวอย่างที่ 1	37
ภาพที่ 39	ภาพประกอบตัวอย่างที่ 2	38
ภาพที่ 40	ภาพประกอบตัวอย่างที่ 3	38
ภาพที่ 41	ภาพประกอบตัวอย่างที่ 4	39
ภาพที่ 42	ภาพประกอบตัวอย่างที่ 5	39
ภาพที่ 43	ภาพประกอบตัวอย่างที่ 6	40
ภาพที่ 44	วงจรสี	42
ภาพที่ 45	วรรณะของสี	43

ภาพที่ 46 Brand Li-Ning.....	47
ภาพที่ 47 ผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑน์พระราชวังต้องห้าม	48
ภาพที่ 48 ผลิตภัณฑ์ Hua Xi Zi.....	48
ภาพที่ 49 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 1	49
ภาพที่ 50 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 2	50
ภาพที่ 51 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 3	50
ภาพที่ 52 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 4.....	50
ภาพที่ 53 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 5.....	51
ภาพที่ 54 รูปแบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล.....	53
ภาพที่ 55 แผนภาพการแสดงความเชื่อมโยงของผลการวิเคราะห์ข้อมูลสู่แนวคิดการออกแบบผลงาน	74
ภาพที่ 56 กรอบความคิดของเรื่อง Hello Hotpot.....	75
ภาพที่ 57 การเขียนภาพ 1.....	76
ภาพที่ 58 การเขียนภาพ 2.....	77
ภาพที่ 59 การเขียนภาพ 3.....	77
ภาพที่ 60 กำหนดสี.....	78
ภาพที่ 61 Storyboard 1.1.....	78
ภาพที่ 62 Storyboard 1.2.....	79
ภาพที่ 63 Storyboard 2.1	80
ภาพที่ 64 Storyboard 2.2.....	80
ภาพที่ 65 Storyboard 3.1.....	81
ภาพที่ 66 Storyboard 3.2.....	82
ภาพที่ 67 Storyboard 3.3	82
ภาพที่ 68 หน้าจอการทำงานของ Mental Canvas- น้ำแปดขึ้น.....	83

ภาพที่ 69 หน้าจอการทำงานของ Mental Canvas- ไปกินหม้อไฟกัน	83
ภาพที่ 70 หน้าจอการทำงานของ Mental Canvas- รสชาติของบ้าน	84
ภาพที่ 71 หน้า Home	86
ภาพที่ 72 หน้า Home	86
ภาพที่ 73 หน้า Home	86
ภาพที่ 74 หน้า Home	86
ภาพที่ 75 หน้า Hotpot Story.....	86
ภาพที่ 76 หน้า Hotpot Story.....	86
ภาพที่ 77 หน้า Hotpot Story.....	86
ภาพที่ 78 หน้า Hotpot Story.....	86
ภาพที่ 79 หน้า Hotpot Culture.....	87
ภาพที่ 80 หน้า Hotpot Culture.....	87
ภาพที่ 81 หน้า Hotpot Culture.....	87
ภาพที่ 82 หน้า Hotpot Culture.....	87
ภาพที่ 83 หน้า Hotpot Culture.....	87
ภาพที่ 84 หน้า Hotpot Culture.....	87
ภาพที่ 85 หน้า Hotpot Culture.....	87
ภาพที่ 86 หน้า Hotpot Culture.....	87
ภาพที่ 87 น้ำแปดขึ้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ	88
ภาพที่ 88 น้ำแปดขึ้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ	88
ภาพที่ 89 น้ำแปดขึ้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ	88
ภาพที่ 90 หน้า ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก	88
ภาพที่ 91 หน้า ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก	88
ภาพที่ 92 หน้า ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก	88

ภาพที่ 93 หน้า ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก	88
ภาพที่ 94 หน้า รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว.....	89
ภาพที่ 95 หน้า รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว.....	89
ภาพที่ 96 หน้า รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว.....	89
ภาพที่ 97 banner ใน facebook	89
ภาพที่ 98 Posters	90
ภาพที่ 99 Posters	90
ภาพที่ 100 Posters of Hotpot Story	90
ภาพที่ 101 Posters of Hotpot Story	90
ภาพที่ 102 Posters of Hotpot Story	90
ภาพที่ 103 Posters of Hotpot Family.....	91
ภาพที่ 104 Posters of Hotpot Family.....	91
ภาพที่ 105 Posters of Hotpot Family.....	91
ภาพที่ 106 Posters of Hotpot Family.....	91
ภาพที่ 107 Posters of Hotpot Family.....	91
ภาพที่ 108 Posters of Hotpot Family.....	91
ภาพที่ 109 ผลการประชาสัมพันธ์ออนไลน์.....	94
ภาพที่ 110 ผลงานการออกแบบ 1	120
ภาพที่ 111 ผลงานการออกแบบ 2	121
ภาพที่ 112 ผลงานการออกแบบ 3	122
ภาพที่ 113 ผลงานการออกแบบ 4	123
ภาพที่ 114 ผลงานการออกแบบ 5	124
ภาพที่ 115 ผลงานการออกแบบ 6	125
ภาพที่ 116 ผลงานการออกแบบ 7	126

ภาพที่ 117 ผลงานการออกแบบ 8 127

ภาพที่ 118 ผลงานการออกแบบ 9 128

ภาพที่ 119 ผลงานการออกแบบ 10 129

ภาพที่ 120 ผลงานการออกแบบ 11 130

ภาพที่ 121 ผลงานการออกแบบ 12 131

ภาพที่ 122 ผลงานการออกแบบ 13 132

ภาพที่ 123 ผลงานการออกแบบ 14 133



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในภาษาจีนมีคำกล่าวว่า “民以食为天” (หมิน หยี่ ชี้อ เวย เทียน) หมายความว่า “ประชาชนให้ความสำคัญกับเรื่องกินเท่ากับฟ้า” คำดังกล่าวสอดคล้องกับคำกล่าวในภาษาไทยที่ว่า “เรื่องกินเรื่องใหญ่ เรื่องตายเรื่องกลาง เรื่องตารางเรื่องเล็ก” คำที่กล่าวถึงอาหารการกินทั้งในภาษาจีนและภาษาไทยย่อมแสดงให้เห็นว่า ทั้งชาวจีนและชาวไทยต่างก็พิถีพิถันและให้ความสำคัญเกี่ยวกับอาหารการกินมาเป็นเวลานาน เนื่องจากอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์และยังเป็นรากฐานแห่งอารยธรรมทั้งปวง ส่วนวัฒนธรรมอาหารการกินสามารถบ่งบอกถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ สภาพภูมิอากาศ และวัฒนธรรมของชนชาตินั้น ๆ ได้

อาหารเสฉวน อาหารท้องถิ่นในมณฑลเสฉวน เป็น อาหารอันดับแรก ใน 8 ตระกูลอาหารของจีน มีต้นกำเนิดจาก สมัยรัฐปาและรัฐซู่ และเริ่มเป็นรูปเป็นร่างขึ้นในสมัยราชวงศ์ฉินและยุคสามก๊ก หลังจากพริกได้เข้ามาในดินแดนจีนในสมัยปลายราชวงศ์หมิง (ประมาณปีค.ศ. 1600) อาหารเสฉวนจึงได้พัฒนาที่มีเอกลักษณ์ของตนเองมากยิ่งขึ้น และได้รับความนิยมจากทั้งประเทศ จนถึงทุกวันนี้ ในช่วงศตวรรษ 1980 ชาวเสฉวนได้เปิดร้านอาหารเสฉวนต่าง ๆ ในต่างประเทศเช่น ประเทศอเมริกา จึงทำให้อาหารเสฉวนมีอิทธิพลมากขึ้น อย่าง อาหารเสฉวนเช่น เต้าหู้หมาไผ่ ไก่ผัดถั่วลิสง ผัดเส้นหมู เป็รียวหวาน กลายเป็นอาหารจีนที่ขึ้นชื่อในทั่วโลก

ชาวจีนมีสำนวนว่า “一方水土养一方人” (อิ-ฟาง-สุย-ถู่-หยัง-อิ-ฟาง-เหริน) ความหมาย คือลักษณะพิเศษของสภาพแวดล้อมและภูมิภาค ย่อมก่อเกิดและหล่อเลี้ยงไว้วัฒนธรรมที่ต่างกัน จากรุ่นสู่รุ่น จากปู่ย่าตายายสู่ลูกหลาน และวัฒนธรรม (อาหาร) นั้น ก็เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คนในทีนั้น ๆ ด้วย อาหารเสฉวนมีชื่อเสียงจากรสชาติลักษณะหม่าล่าและการใช้พริกและเครื่องเทศต่าง ๆ ในการปรุงอาหาร ทั้งนี้ ก็เกิดจากสภาพภูมิอากาศชุ่มชื้นของเสฉวน การรับประทานอาหารเผ็ดร้อนทำให้ชาวเสฉวนมีนิสัยที่ร้อนแรงและเร่าร้อนที่เหมือนพริก โดยเฉพาะสาวเสฉวนมีฉายาว่า “ล่าเหม่ยจื่อ” แปลว่า “หญิงสาวเผ็ดร้อน” เนื่องจากมณฑลเสฉวนมีทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว ชาวเสฉวนจึงใช้ชีวิตแบบไม่เร่งรีบ (slow life) ให้ความสำคัญกับอาหารการกินและเรื่องบันเทิง ไม่มุ่งเป้าไปสู่ชีวิตที่มีเงินทองไร้มาแต่เลือกชีวิตพอเพียงและร่มเย็นเป็นสุขก็ถือว่าสบายดี ซึ่งวิถีชีวิตความสงบสุขนี้ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมมณฑลเสฉวนเอง

ปัจจุบันนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นได้ว่าการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนมีปัญหาในการถ่ายทอดไม่สมบูรณ์ครบถ้วน เพราะข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในเว็บไซต์หรือ Social Media ต่าง ๆ ส่วนใหญ่เป็นการรีวิวอาหารเสฉวนและการแนะนำอาหารเสฉวนอย่างเดียว ไม่ค่อยพบเจอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวนหรือวัฒนธรรมเสฉวน อีกทั้ง ขาดการสร้างสรรค์ในการถ่ายทอด โดยเฉพาะการถ่ายทอดทางภาพ โดยชิ้นงานศิลปะการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวนมีจำนวนน้อยมาก เนื่องจากสำนักงานรัฐบาลมณฑลเสฉวนได้ประกาศแผนปฏิบัติการสามปีของมณฑลเสฉวนเพื่อส่งเสริมอาหารเสฉวนไปสู่ระดับโลก (ปี 2561-ปี 2564) โดยได้กล่าวถึงโครงการส่งเสริมอาหารเสฉวนในต่างประเทศ ที่เรียกว่า “อาหารเสฉวนเที่ยวต่างประเทศ” โดยเน้นการเลือกประเทศตาม “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” และประเทศและภูมิภาคที่สร้างความสัมพันธ์ฉันมิตรกับเสฉวนเพื่อส่งเสริมอาหารเสฉวน นอกจากนี้ ได้กล่าวถึงการสร้างนวัตกรรมอาหารเสฉวนในด้าน นวัตกรรมของจานอาหาร นวัตกรรมของแบรนด์ และนวัตกรรมของวัฒนธรรมอาหาร โดยในด้านโครงการนวัตกรรมของวัฒนธรรมอาหารได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การชูดัชนี และถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน พร้อมแสวงหาเรื่องราวที่เกี่ยวกับอาหาร (Sichuan Government, 2018) ทั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้เห็นการสนับสนุนของรัฐบาลเสฉวนที่มีต่อการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเสฉวน และวัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่บ่งชี้ถึงวิถีชีวิตของชาวเสฉวนจากอดีตไปสู่บริบทร่วมสมัย โดยมีการสร้างสรรค์งานศิลปะการออกแบบในรูปแบบผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัยเป็นตัวกลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมมณฑลเสฉวน เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์ความโดดเด่นของวัฒนธรรมมณฑลเสฉวนในวิธีแปลกใหม่และน่าสนใจ และต่อยอดจากรูปแบบในอดีตมาสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน พร้อมถ่ายทอดนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมณฑลเสฉวนไปสู่สากล

ความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและอาหารเสฉวนที่บ่งชี้ถึงวิถีชีวิตสงบสุขของมณฑลเสฉวน
2. เพื่อกำหนดแนวคิดในการถ่ายทอดศิลปะการออกแบบในรูปแบบผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย
3. เพื่อนำสุนทรียะศิลปะบริบทร่วมสมัยไปต่อยอดสร้างสรรค์ผลงานที่สื่อถึงวิถีชีวิตสงบสุขของมณฑลเสฉวนจากอดีตไปสู่บริบทร่วมสมัย และเกิดผลประโยชน์ที่จะนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมณฑลเสฉวนไปสู่สากล

สมมติฐานของการวิจัย

คาดว่างานสร้างสรรค์นี้สามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นของมณฑลเสฉวนและวิถีชีวิตความสงบสุขของมณฑลเสฉวนพร้อมสามารถต่อยอดจากรูปแบบในอดีตมาสู่สุนทรียะศิลปะบริบทร่วมสมัย อีกทั้ง เกิดประโยชน์ที่จะนำเสนอวัฒนธรรมอาหารมณฑลเสฉวนไปสู่สากล

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตของเนื้อหา

1. ศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมบริบทอาหารเสฉวน
2. ศึกษาวิถีชีวิตความสงบสุขของชาวเสฉวนจากอดีตไปสู่บริบทสุนทรียะร่วมสมัย
3. ศึกษาเทคนิคในเชิงสร้างสรรค์ศิลปะชิ้นงานการออกแบบ จากรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมไปสู่รูปแบบผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัยที่มีลักษณะโดดเด่นของตนเอง

ขอบเขตของประชากร

1. กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์
 - ผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อสารระหว่างประเทศ
 - ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ
2. กลุ่มตัวอย่างในการสำรวจ
 - กลุ่มเป้าหมาย คนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี
 - นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย
 - คนไทยในมณฑลเสฉวน

ขอบเขตของพื้นที่

เนื่องจากอาหารเสฉวนสามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มใหญ่ตามภูมิภาค คือ อาหารกลุ่มสั่งเหอปัง (อาหารเสฉวนจากพื้นที่นครเฉิงตู เมืองเหมยซานและเมืองเล่อซาน) อาหารกลุ่มเซี่ยเหอปัง (อาหารเสฉวนจากพื้นที่นครฉงชิ่งและเมืองตาโจว) และอาหารกลุ่มเสี่ยวเหอปัง (อาหารเสฉวนจากพื้นที่เมืองจี้กั๋ง เมืองอี่ปิ่น เมืองเน่ยเจียง และ เมืองหลู่โจว) ดังนั้นวิถีชีวิตของผู้อยู่อาศัยท้องถิ่นจะแตกต่างกันไปตามแต่ละกลุ่มของอาหารเสฉวน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาวัฒนธรรมอาหารและวิถีชีวิตของประชาชนชาวเสฉวนเฉพาะบริเวณพื้นที่นครเฉิงตู ซึ่งอยู่ในกลุ่มสั่งเหอปัง เนื่องจากเป็นพื้นที่พำนักของผู้วิจัย และ เป็นแหล่งที่เกิดอาหารเสฉวนและวัฒนธรรมท้องถิ่นเสฉวนดั้งเดิม

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการวิจัย(โดยประมาณ)

ค่าใช้จ่ายในการลงพื้นที่	8,000 บาท
ค่าตอบแทนในการสัมภาษณ์	5,000 บาท
ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการนำเสนอผลงาน	10,000 บาท
ค่าวัสดุอุปกรณ์ในการออกแบบ	10,000 บาท
รวม	33,000 บาท

วิธีการนำเสนอผลงาน

วิธีการนำเสนอผลงานของการวิจัยครั้งนี้ใช้การจัดแสดงในรูปแบบของนิทรรศการ โดยประกอบด้วยรูปภาพ ภาพประกอบ วิดีโอ ชิ้นงานศิลปะการออกแบบ ใบปลิว และ คู่มือ พร้อมมีการใช้วัสดุ-อุปกรณ์เครื่องฉายเป็นสื่อและเอกสารประกอบ

นิยามศัพท์เฉพาะ

อาหารเสฉวน

อาหารเสฉวนในการศึกษาครั้งนี้ เน้นอาหารเสฉวนตั้งแต่ยุคอาหารเสฉวนดั้งเดิมเป็นต้นไปเป็นหลัก คือตั้งแต่สมัยราชวงศ์ซิงกลางถึงปัจจุบันนี้ นับว่าเป็นเวลาประมาณ 230 ปี

วัฒนธรรมอาหารเสฉวน

วัฒนธรรมอาหารเสฉวนในการศึกษาครั้งนี้ หมายถึง วัฒนธรรมที่เกิดจากชีวิตประจำวันของชาวเสฉวนทางด้านสิ่งที่เกี่ยวข้องกับอาหารการกิน

China Chic

China Chic เป็นรูปแบบสไตล์ศิลปะการออกแบบที่กำลังยอดนิยมในประเทศจีน หมายถึง กระแสแฟชั่นแห่งชาติ โดยมีองค์ประกอบวัฒนธรรมดั้งเดิมผสมผสานแนวคิดออกแบบร่วมสมัย

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ถ่ายทอดเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น
2. ได้แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตสงบสุขของมณฑลเสฉวนโดยผ่านศิลปะการออกแบบ
เกิดผลประโยชน์ที่จะนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมณฑลเสฉวนไปสู่สากล

บทที่ 2

เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ วัฒนธรรมอาหารเสฉวน วิถีชีวิตของประชาชนชาวท้องถิ่นจากอดีตไปสู่บริบทร่วมสมัย การถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน แนวคิดทฤษฎีศิลปะการออกแบบ แนวคิดทฤษฎีการสื่อสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นฐานข้อมูลเบื้องต้นในการนำมาใช้ในขั้นตอนต่อไป

2.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

2.1.1 ประเพณีและขนบธรรมเนียม

ตั้งแต่สมัยรัฐปาและรัฐสวี่ ชาวเสฉวนก็เริ่มให้ความสำคัญกับอาหารการกิน โดยชอบศึกษาการปรุงอาหาร และนิยมใช้เครื่องเทศสดจ้าน เช่น ฮัวเจียว(พริกไทยเสฉวน) กับขิงมาปรุงอาหาร ชาวเสฉวนถือเรื่องกินเป็นเรื่องใหญ่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนี้ ไม่ว่าจะเป็นเทศกาลตามประเพณีต่าง ๆ เช่น เทศกาลวันตรุษจีน เทศกาลวันไหว้พระจันทร์ เทศกาลวันชิงเม้ง หรืองานแต่งงาน งานศพ การสอบเข้ามหาวิทยาลัย การย้ายบ้านใหม่ วันเกิดป่วยตายาย ฯลฯ ทุกบ้านเรือนจะต้องจัดงานเลี้ยงและเชิญญาติและเพื่อนมารวมตัวกันรับประทานอาหารอร่อย เพื่อเป็นการแบ่งปันความทุกข์สุข การรับอวยพรอันสิริมงคลจากแขกต่าง ๆ และกระชับความสัมพันธ์ให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ดังนั้น ในเสฉวนท้องถิ่นจึงเกิดงานเลี้ยงอันใหญ่ที่เรียกว่า “Ba Ba Yan” ซึ่งเป็นงานเลี้ยงที่จัดในชลบทหรือหมู่บ้าน มีพื้นที่กว้างใหญ่ สามารถวางได้หลายสิบโต๊ะ ตั้งหม้อตั้งไฟอยู่ข้างนอก อาหารปกติมี 9 อย่าง เนื่องจากตัวเลข 9 เป็นตัวเลขใหญ่ที่สุดในจีน มีความหมายว่า ความยั่งยืนยาวนาน อาหารส่วนใหญ่ประกอบด้วย อาหารนึ่ง อาหารตุ๋น อาหารต้ม และอาหารยำ ที่ใช้เนื้อหมู และเนื้อไก่ เป็นวัสดุหลัก (Lanyong,2019) เนื่องจากผู้เข้าร่วมงานเยอะ เพื่อให้ทุกคนสามารถรับประทานอาหารตรงเวลา ทีมครัวจึงเริ่มหุงข้าวตั้งแต่วันก่อนงานเลี้ยง หรือ ตั้งแต่เช้า โดยใช้วัสดุที่ปรุงได้ง่ายจากบ้านเรือน



ภาพที่ 2 ฉากจำลอง“Ba Ba Yan”

ที่มา: ผู้วิจัยถ่ายที่พิพิธภัณฑ์เฉิงตู

ชาวเสฉวนยังให้ความสำคัญกับ “เจ้าเสิน” ภาษาไทยคือ เทพเจ้าเตาไฟ เจ้าเสิน เป็นเทพที่สำคัญมากองค์หนึ่ง รับผิดชอบการดูแลเตาไฟและอาหารของชาวบ้าน และมีหน้าที่ตรวจสอบความดีความชั่วของคน เจ้าเสินเป็นเทพเจ้าที่บรรดาชาวจีนจัดหิ้งบูชาไว้ที่บริเวณเตาไฟในห้องครัวเอง ชาวบ้านเชื่อกันว่าในวันที่ 23 ค่ำ เดือน 12 ตามจันทรคติจีน เจ้าเสินจะเสด็จขึ้นสวรรค์เป็นเวลา 10 วัน เพื่อรายงานความเป็นไปของครอบครัวต่อองค์เง็กเซียนฮ่องเต้ว่า ในรอบปีนี้แต่ละคนในครอบครัวได้กระทำความดีความชั่วอะไรไว้มากน้อยและเพื่อองค์เง็กฮ่องเต้จะได้พระราชทานรางวัลหรือลงโทษบุคคลเหล่านั้น ดังนั้น ชาวจีนบางกลุ่มติดทำนเจ้าเสินแล้ว โทษของตนอาจจะเบาบางลง พวกเขาจึงพยายามหาของดี ๆ มาเช่น ไห้ว หรือไม้เท้าของที่เฮงมินเมามาถวายท่าน เพื่อเวลาท่านรายงานความประพฤติของตนต่อองค์เง็กเซียนฮ่องเต้จะได้ลืมหือบางพวกเอาของมาทาทาปากท่านเพื่อให้ท่านรายงานน้อยลง (Stove God:Somboon,2019)

ในมณฑลเสฉวนก็เหมือนกัน เมื่อถึงวาระไหว้เจ้าเสิน ชาวบ้านทุกบ้านเรือนก็จะทำความสะอาดบ้านและเตรียมหมู ไก่ ขนม รูปเทียนต่าง ๆ มาไหว้เจ้าเสิน ซึ่งเป็นความปรารถนาดีในการจัดภัยพิบัติและต้อนรับความเจริญรุ่งเรืองของปีใหม่ที่จะมา



ภาพที่ 3 การไหว้เจ้าเสินในสมัยโบราณ

ที่มา: <https://baike.baidu.com/item/%E7%A5%AD%E7%81%B6/27042>

นอกจากประเพณีที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว การเปลี่ยนแปลงของการใช้เครื่องเทศฮัวเจียว(พริกไทยเสฉวน)ก็แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมเสฉวน เล่ากันว่า ฮัวเจียวเป็นเครื่องเทศท้องถิ่นของประเทศจีน มีประวัติศาสตร์หลายพันปี แต่ก่อนขุนนางและผู้ดีใช้ฮัวเจียวในการไหว้เทพเจ้าและบรรพบุรุษ เพื่อขอพรที่เป็นสิริมงคล ต่อมา ฮัวเจียวเป็นสัญลักษณ์ของความรักที่โรแมนติกและอิสระ เนื่องจากฮัวเจียวมีเมล็ดเยอะแยะ เปรียบเหมือนที่มีลูกหลานเยอะแยะ นอกจากนี้ เนื่องจากมีฤทธิ์ในการโล่งและแมลงที่โดดเด่น และลักษณะของใบที่อุดมสมบูรณ์ จึงมักใช้ในห้องนอนของจักรพรรดิและนางสนม ผันงาสีด้วยฮัวเจียวและโคลนถูกเรียกว่า "ห้องฮัวเจียว" ซึ่งไม่เพียงแต่สามารถรักษาพระราชวังให้สะอาดและยังมีความหมายที่สื่อถึงมีลูกหลานเยอะแยะพร้อมมีความสุข ด้วยการพัฒนาของสังคม ฮัวเจียวจึงค่อยๆ เข้าสู่ครัวเรือนของคนทั่วไปและกลายเป็นเครื่องเทศปรุงรสที่เป็นลักษณะของมณฑลเสฉวน

2.1.2 วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน

นครฉงชิ่งเป็นแหล่งกำเนิดของหม้อไฟเสฉวน เพราะแต่ก่อนฉงชิ่งเป็นเมืองส่วนหนึ่งของมณฑลเสฉวน จากตำนานท้องถิ่นเล่ากันว่า รูปแบบดั้งเดิมของหม้อไฟเป็นการต้ม “น้ำแปดชั้น” ซึ่งเป็นเครื่องในของเนื้อวัว เรียกว่าเป็นหม้อไฟผ้าชีริ้ว เริ่มตั้งแต่สมัยปลายราชวงศ์ชิง เป็นอาหารริมทางสำหรับคนงานจากท่าเรือ เนื่องจาก พ่อค้าปุศัศวส่วนใหญ่ขับไล่ควายมาฆ่าที่ริมแม่น้ำ เครื่องในของเนื้อวัวนั้นขายไม่ยง่ายจึงถูกขายให้บุรุษหม้อไฟผ้าชีริ้วในราคาถูก เนื่องจากราคาถูก กินสะดวก และสามารถเพิ่มพลังให้กับร่างกาย จึงเป็นที่นิยมของคนแรงงานในท่าเรือ พ่อค้าและชาวบ้านรากหญ้าในเมือง (Fuchsia Dunlop,2020) หม้อไฟเสฉวนมีต้นกำเนิดจากท่าเรือฉงชิ่ง เป็นวัฒนธรรมที่มาจากภูมิปัญญาของพื้นบ้าน

ในสมัยก่อน ผู้คนมักจะชวนเพื่อนสองสามคนไปกินหม้อไฟ ซึ่งในหนึ่งโต๊ะจะนั่งไม่เต็ม และเนื่องจากภายในร้านมีพื้นที่จำกัด เจ้าของร้านหม้อไฟไม่อยากเสียที่นั่ง จึงให้ลูกค้าจากสองโต๊ะมานั่งด้วยกัน โดยใช้หม้อใหญ่ที่แบ่งออกเป็น 9 ช่องเล็ก สามารถต้มวัตถุดิบที่แตกต่างกันได้อย่างถูกต้องและลงตัว เช่น ช่องตรงกลาง มีไฟแรง สามารถลวกเครื่องในวัวให้สุกเร็ว ช่องที่ติดกับช่องตรงกลางมีไฟปานกลาง สามารถต้มลูกชิ้นกึ่ง ลูกชิ้นหมู และเนื้อต่าง ๆ ช่องที่อยู่รอบข้างมีไฟอ่อน สามารถต้มผักใส่หมู ปลาหมึก และตีนไก่ เพื่อยังคงความสดใหม่ของอาหาร ดังนั้น ทุกคนจึงสามารถกินอาหารในช่องตัวเองได้ทั้งสะดวกและสะอาด ทั้งนี้ จึงกลายเป็นลักษณะเฉพาะของหม้อไฟฉงชิ่ง



ภาพที่ 4 หม้อไฟผิงซิง 9 ช่อง

ที่มา: <https://699pic.com/tupian-501406207.html>

ปัจจุบันนี้ หม้อไฟกลายเป็นสัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวนและนครฉงชิ่ง และได้ดูดซึมเข้าสู่ในชีวิตประจำวันของชาวเสฉวนทุกคน การกินหม้อไฟก็จะใช้ความพิถีพิถันตั้งแต่ลำดับขั้นการใส่วัตถุดิบ ลำดับการกิน ไปจนถึงวิธีการลวกเนื้อวัว อย่างเช่นขั้นตอนแรกจะใส่น้ำมันงา ขิง ต้นหอมและกระเทียมก่อน เพื่อให้ได้กลิ่นของหม้อไฟ และในการลวกจะใช้วิธีการลวกแบบจุ่มขึ้นลง 15 ครั้ง หมายถึงการจุ่มลงในน้ำ 7 ครั้ง เอาขึ้นจากน้ำ 8 ครั้ง ขึ้นลงสลับกัน ในระหว่างการรอผักและเนื้อให้สุก เพื่อนฝูงหรือครอบครัวก็สามารถคุยกันและเล่นเกมด้วยกัน กินด้วยคุยกันด้วย บรรยากาศเพลิดเพลิน ซึ่งถือได้ว่าเป็นวิธีที่ดีในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างกัน

สีส้มของหม้อไฟเป็นสีแดงสิริร้อน แสดงให้เห็นถึงนิสัยของชาวเสฉวนที่เป็นร้อนแรงและเร่าร้อน และทัศนคติชีวิตที่เจริงรุ่งเรืองของชาวเสฉวน การใส่วัตถุดิบหลากหลายมาลงในหม้อ แสดงให้เห็นถึงลักษณะความกลมกลืนและรวมทุกสิ่งทุกอย่างของหม้อไฟเสฉวน หม้อไฟเสฉวนเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของชาวเสฉวน และได้เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของผู้คนอย่างแน่นแฟ้น

2.1.3 ลักษณะของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

Liao Bokang (2013:20) ได้วิเคราะห์และสรุปวัฒนธรรมอาหารเสฉวนดังนี้

ลักษณะของวัฒนธรรมอาหารเสฉวนมีหลักๆ 4 ประการคือ 1. ความที่รวมทุกอย่าง อาหารเสฉวนได้ผ่านการบรรจบกันและบูรณาการมาหลายครั้ง และหลังจากการผสมผสานหลายครั้ง ภายใต้อิทธิพลของสภาพอากาศ ทรัพยากร ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และนิสัยการกินที่เป็นเอกลักษณ์ของเสฉวน ความหลากหลายที่แตกต่างกันได้รวมเข้ากับวัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่รวมกันเป็นหนึ่งเดียวกัน และทำให้เป็นเอกลักษณ์ของเสฉวนนั่นเอง 2. การสร้างสรรค์ ชาวเสฉวนที่ฉลาดขยันมุ่งมั่นในการแสวงหาการสร้างสรรค์จากวัตถุดิบสดๆ ไปสู่อาหารอร่อย 3. เอกลักษณ์ รวมไปถึงรสชาติหลากหลายและรสชาติพิเศษ 4. อาหารเสฉวนเกิดจากชาวบ้านท้องถิ่นไปสู่มวลชน ได้รับความนิยมจากทุกชั้นทุกวัย มีความเท่าเทียม ผู้ใดผู้หนึ่งสามารถบริโภคได้

สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน สามารถเห็นได้ว่า ไม่ว่าจะประเพณี งานเลี้ยง “Ba Ba Yan” หรือ ประเพณีการไหว้เจ้าเสิน ทั้งก็เกี่ยวข้องกับอาหารการกินของชาวเสฉวน โดยงานเลี้ยง “Ba Ba Yan” แสดงถึงบรรยากาศความคึกคักของชาวเสฉวนในการรวบรวมกันรับประทานอาหารอร่อย และประเพณีการไหว้เจ้าเสิน สะท้อนให้เห็นถึงชาวเสฉวนให้ความสำคัญแก่เจ้าเสินและอาหารเป็นอย่างมาก ซึ่งทั้งนี้เป็นประเพณีที่สืบทอดมาจากอดีตจนถึงทุกวันนี้ ส่วนวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนนั้นเป็นวัฒนธรรมพิเศษและเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน เกิดจากท้องถิ่นมาเข้าสู่ชีวิตประจำวันของชาวเสฉวนทุกคน ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นสัญลักษณ์ของเสฉวน แต่เป็นทัศนคติที่กระตือรือร้นต่อชีวิตของชาวเสฉวนความที่รวมทุกอย่างและการยอมรับความหลากหลายของอาหารเป็นลักษณะของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน และก็แสดงให้เห็นถึงการมองโลกในแง่ดีและการเปิดใจกว้างของชาวเสฉวนนั่นเอง

2.1.4 ประวัติศาสตร์และการพัฒนาของอาหารเสฉวน

อาหารเสฉวน อาหารท้องถิ่นในมณฑลเสฉวน เป็น อาหารอันดับแรก ใน 8 ตระกูลอาหารของประเทศจีน ประวัติการพัฒนาของอาหารเสฉวนในความหมายกว้างสามารถแบ่งออกเป็น 4 ยุค ยุคแรกคือยุคศึกดาบรพ เป็นวัฒนธรรมอาหารของมนุษย์ศึกดาบรพในพื้นที่รัฐปาและรัฐสุ่ก่อนยุคสมัยราชวงศ์ฉิน ยุคที่สองคือยุคอาหารเสฉวนคลาสสิก เป็นยุคระหว่างสมัยราชวงศ์ฉินฮั่นถึงสมัยกลางราชวงศ์ซิง (221 ปีก่อนคริสต์ศักราช-ปี1820) อาหารเสฉวนในยุคนี้ได้คงเหลือลักษณะพื้นฐานของวัฒนธรรมอาหารจีนโบราณ และก็มีลักษณะของท้องถิ่นด้วย ยุคที่สามคือยุคอาหารเสฉวนดั้งเดิม เป็นช่วงเวลาหนึ่งร้อยกว่าปีตั้งแต่สมัยกลางราชวงศ์ซิงถึงทศวรรษ 1980 ส่วนยุคที่ 4 คือยุคอาหารเสฉวนสมัยใหม่ เป็นช่วงเวลาตั้งแต่ทศวรรษ 1980 ถึงทุกวันนี้ (Lanyong,2019:39)

อาหารเสฉวนที่ได้พูดถึงและได้พบเห็นทุกวันนี้เป็นอาหารเสฉวนในความหมายแคบ ซึ่งเป็นอาหารเสฉวนตั้งแต่ยุคอาหารเสฉวนดั้งเดิมเป็นต้นไป คือตั้งแต่สมัยกลางราชวงศ์ซิงถึงปัจจุบันนี้ นับว่าเป็นเวลาประมาณ 230 ปี อย่างไรก็ตาม ช่วงเวลาสำคัญต่อไปนี้มีส่วนทำให้เกิดการพัฒนาลักษณะของอาหารเสฉวนดั้งเดิมชัดเจนยิ่งขึ้น ดังนี้

หลังจากได้ผ่านสงครามอันใหญ่จากสมัยปลายราชวงศ์หยวนถึงสมัยต้นราชวงศ์หมิง (ช่วงเวลา 30 ปี ราวปี ค.ศ. 1368) และจากสมัยปลายราชวงศ์หมิงถึงสมัยต้นราชวงศ์ซิง(ช่วงเวลา 30 ปี ราวปี ค.ศ. 1644) แล้ว ประชากรของพื้นที่เสฉวนได้ลดน้อยลงเป็นอย่างมาก ผู้คนมหาศาลก็ได้อพยพจากพื้นที่ หูหนาน หูเป่ย์ กวางซี กวางตุ้ง ยูนนาน และก๊วยโจว มาสู่เสฉวน ซึ่งวัฒนธรรมอพยพและวัฒนธรรมท้องถิ่นได้หล่อหลอมเป็นวัฒนธรรมเสฉวนอันดั้งเดิม (Liu Feibin, 2017:44) โดยได้สร้างสรรค์อาหารหลากหลายชนิดที่ยังคงเป็นอาหารที่ตั้งในปัจจุบันนี้ เช่น “กงเป่าจีตัง”(ไก่ผัดถั่วลิสง)

“ชวนหนีไปโย่ว”(กระเทียมยำเนื้อหมู) และ “บัวลอยน้อยเมืองฉงชิ่ง” นอกจากนี้ ความหลากหลายของวิธีการทำอาหารก็ได้พัฒนาอย่างมาก เช่น วิธีนึ่งด้วยแป้งข้าวเจ้าจากพื้นที่อันฮุยและเจียงซี วิธีต้ন্দ้วยน้ำแดงจากพื้นที่หูเป่ย์และกวางตุ้ง และวิธีผัดไฟแดงจากภาคเหนือ



ภาพที่ 5 แผนที่การอพยพครั้งใหญ่จากมณฑลอื่นเข้าสู่มณฑลเสฉวน

ที่มา: ผู้วิจัยถ่ายในพิพิธภัณฑ์อาหารเสฉวน

ช่วงเวลาสมัยปลายราชวงศ์หมิง เครื่องปรุงรสและผักต่าง ๆ ได้นำเข้าจากดินแดนอเมริกาไปสู่ดินแดนจีน ได้แก่ มันฝรั่ง มันเทศ พริก มะเขือเทศ ข้าวโพก และถั่วลิสง ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการพัฒนาของอาหารจีน โดยเฉพาะหลังจากพริกได้เข้ามาในพื้นที่เสฉวนในสมัยปลายราชวงศ์ชิง ได้เปลี่ยนเครื่องเทศหลัก 3 อัน “พริกไทยเสฉวน ขิงและคอร์เนล” เป็น “พริก พริกไทยเสฉวน และขิง” ซึ่งชาวเสฉวนนิยมใช้พริกในการปรุงอาหาร ถือได้ว่าอาหารส่วนใหญ่ขาดพริกไม่ได้ และ ไม่กินเผ็ดไม่ได้ความสุข

ด้วยการพัฒนาอาหารตามช่วงเวลาต่าง ๆ อาหารเสฉวนจึงได้กลายเป็นอาหารที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง และได้รับความนิยมจากทั่วประเทศ

2.1.5 ลักษณะของอาหารเสฉวน

เนื่องจากอาหารเสฉวนต่าง ๆ มีหลายรสหลายกลิ่น และมีวัตถุดิบให้เลือกใช้มากมาย เยอะแยะ ในภาพรวม อาหารเสฉวนจึงมีลักษณะเด่นตรงที่ “หนึ่งจานหนึ่งสไตล์ ร้อยจานร้อยสไตล์” โดยเน้นความหอม ความสด และมีจุดเด่นที่กินแล้วรู้สึกเผ็ดและซา ที่เรียกว่า หมาล่า เผ็ดจากพริกแห้งพริกสด และซาจากฤทธิ์ของเครื่องเทศจีน ขวงเจีย หรือฮัวเจียว

ต่อไปจะศึกษาลักษณะของอาหารเสฉวนจากเครื่องเทศเครื่องปรุงรส รสชาติอาหาร วัตถุดิบอาหาร และวิธีการทำอาหาร

เครื่องเทศเครื่องปรุงรส

ชาวเสฉวนนิยมใช้เครื่องเทศเครื่องปรุงหลากหลายในการทำอาหาร เช่น พริกต่าง ๆ ฮั่วเจียว (พริกไทยเสฉวน) พริกไทย ชิง โปยี้ก๊ก ยี่หฺร่า และชิง เนื่องจากเครื่องปรุงเหล่านี้สามารถลดกลิ่นคาวของเนื้อสัตว์ บำรุงสุขภาพ และให้เกิดรสชาติต่าง ๆ ในอาหาร รสชาติที่เผ็ด ซา ซ่า ที่ได้ออกมา นั้นจึงมีเอกลักษณ์พิเศษของตน แตกต่างกับรสชาติอาหารประเภทอื่น โดยพริกกับฮั่วเจียว(พริกไทยเสฉวน) ถือเป็นเครื่องปรุงหลักของอาหารเสฉวน

พริก

พริกได้เข้ามาในดินแดนจีนในสมัยปลายราชวงศ์หมิง ที่แรกพริกมีบทบาทการรับชมแค่นั้น ต่อมาพบว่าสามารถใช้เป็นยา เมื่อสมัยต้นราชวงศ์ชิง ชาวบ้านจึงเอามาใช้ในการปรุงอาหาร แต่จนถึงสมัยปลายราชวงศ์ชิง พริกสดถึงจะได้เข้ามาในพื้นที่เสฉวนจากก๊วยโจว และหูหนาน (Lanyong,2019)

ปัจจุบันนี้ ชาวเสฉวนได้ปลูกพริกหลายชนิดเช่น พริกยาว พริกชี้ฟ้า พริกเขียว พริกแดง พริกหอม พริกหวาน และพริกป่าซันโซ และก็ได้ใช้พริกเหล่านี้มาแปรรูปเป็นพริกปรุงรสหลายรูปแบบ เช่น พริกแห้ง พริกทอด พริกบดผสมน้ำมัน พริกเผาและพริกป่น และยังมีที่เด็ดเฉพาะตัวคือ "เต้าเจี้ยวเสฉวน" ประกอบด้วยพริก กระเทียม ชิงและเต้าเจี้ยว



ภาพที่ 6 พริกแห้งชี้หนูเสฉวน

ที่มา:<https://image.baidu.com>

ปัจจุบันนี้ พริกเข้ามาในทุกบ้านหลังของมณฑลเสฉวน เป็นเครื่องปรุงขาดไม่ได้ในการทำอาหาร สาเหตุที่พริกได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในมณฑลเสฉวนจาก (Chen Boqing,2013) สามารถสรุปดังนี้ 1.พริกไทยเป็นผักที่ฉุนเป็นพิเศษ เหมาะสำหรับนิสัยการกินแบบดั้งเดิมของชาวเสฉวน ดังนั้นพริกจึงเป็นที่ต้อนรับและเป็นที่รักของชาวเสฉวน 2. เนื่องจากมณฑลเสฉวนตั้งอยู่ในพื้นที่บริเวณต่ำ ฝนตกบ่อย ๆ มีอากาศชุ่มชื้น พริก พริกไทยจีน และชิง ไม่เพียงแต่สามารถปรุงรสได้ แต่ยังสามารถขับความชื้นออกจากร่างกายได้ และยังมีคุณค่าทางยาในการบำรุงกระเพาะและปรับตัวให้เข้ากับ

สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ดังนั้น ชาวเสฉวนจึงเลือกพริกเป็นเครื่องปรุงและอาหารประจำวันตามธรรมชาติ

ฮัวเจียว

ฮัวเจียว (Sichuan Pepper) เครื่องเทศพืชท้องถิ่นของประเทศจีน เป็นเครื่องเทศจากผลและเมล็ดมีรูปร่างคล้ายพริกไทยดำ ซึ่งสามารถเรียกว่า “พริกไทยเสฉวน” มีถิ่นกำเนิดในมณฑลเสฉวน ชาวเสฉวนนิยมนำฮัวเจียวมาผสมกับผงพริกป่นให้เกิดรสชาติที่เรียกว่า “หมาล่า” คือ ทั้งรสเผ็ดซ่าและชาลิ้น มีสรรพคุณช่วยขับลมในกระเพาะอาหาร กระตุ้นการเคลื่อนไหวของลำไส้ ช่วยย่อยอาหาร อุดมไปด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ ช่วยต่อต้านเชื้อราและเชื้อไวรัสในร่างกาย แก้อักเสบ (อิสรา ปวกพรมมา และคณะ,2564:121)



ภาพที่ 7 ฮัวเจียวสดเสฉวน

ที่มา: <https://image.baidu.com>

เต้าเจี้ยวเสฉวน

เต้าเจี้ยวเสฉวนเป็นเครื่องปรุงรสที่ใช้ในการทำอาหารเสฉวน มีฉายาว่า “จิตวิญญาณของอาหารเสฉวน” ทำด้วยวิธีหมักถั่วปากอ้า ผสมด้วยพริกสด และเกลือ ผ่านขั้นตอนหมัก แดดเดียว น้ำคั่ง และพลิก จึงได้เต้าเจี้ยวที่เผ็ดหอมและสีส้มจัดจ้าน

ว่ากันว่าต้นกำเนิดของเต้าเจี้ยวเสฉวนคือ ในสมัยปลายราชวงศ์หมิงและต้นชิง นายเฉิน ยี่เซียง ชาวฮกเกี้ยน เข้าสู่มณฑลเสฉวนพร้อมกับผู้อพยพจากมณฑลอื่น ในระหว่างทางเขาพบว่าถั่วปากอ้าเน่าเหม็นเนื่องจากฝนตกอากาศชื้น เขาไม่ยอมโยนมันทิ้งไป ดังนั้นจึงวางบนพื้นดิน ตากให้แห้งพร้อมผสมกับพริกสด เกลือ และซอสอื่น ๆ พบว่ารสชาติอร่อยมาก ซึ่งเรียกเป็น เต้าเจี้ยวรสเผ็ด (พิพิธภัณฑสถานอาหารเสฉวน,2021)



ภาพที่ 8 เต้าเจี้ยวเสฉวน

ที่มา:ผู้วิจัยถ่ายในพิพิธภัณฑ์อาหารเสฉวน

รสชาติอาหาร

รสชาติพื้นฐานของอาหารเสฉวนประกอบด้วยซ่า เผ็ด เค็ม หวาน เปรี้ยว ขมและหอม ลักษณะพิเศษของอาหารเสฉวนก็คือผสมผสานรสชาติ 7 อย่างนี้ด้วยวิธีการปรุงแบบพิเศษ ได้เป็นรสชาติใหม่ทั้งหมด 24 อย่าง ได้แก่ รสหม่าล่า รสน้ำมันพริก รสพริกเผา รสเปรี้ยวเผ็ด รสชา รสบ้าน รสลิ้นจี่เผ็ดหอม รสปลาหอม รสเปลือกส้ม รสกระเทียม รสวาซาบิ รสขอยงา รสควันหอม รสขอยหอม รสห้าเครื่องเทศ (five-spice flavor) รสเหล้าข้าวเหนียว รสเค็มสด รสเต้าเจี้ยว รสขอยมะเขือ รสหวาน รสลิ้นจี่ และรสเปรี้ยวหวาน นับว่าเป็นวัฒนธรรมการปรุงอาหารที่มีรสชาติหลากหลายที่สุด จึงมีคำพูดที่ว่า "อาหารที่อร่อยอยู่ที่ประเทศจีน รสชาติที่มากมายสุดอยู่ในอาหารเสฉวน" (Lanyong,2019)

วัตถุดิบอาหาร

ความอร่อยของอาหารเสฉวนยังขึ้นอยู่กับวัตถุดิบอาหารที่ใช้ คัดเลือกวัตถุดิบอย่างเอาใจจริง เอาใจ ตั้งแต่สมัยโบราณ พ่อครัวก็พิถีพิถันในการคัดเลือกวัตถุดิบในการทำอาหาร มีหลักการที่ว่า เลือกใช้วัตถุดิบตามความเหมาะสม คือไม่เพียงแต่คำนึงถึงด้านคุณภาพเท่านั้น หากยังให้ความสำคัญต่อการประหยัดด้วย อีกทั้ง ถือความสมดุลเป็นหลัก การทำอาหารเสฉวน เน้นการใช้วัตถุดิบประกอบเข้ากันอย่างเหมาะสม เช่น เน้นวัตถุดิบรสจืดประกอบกับรสเข้มข้น เนื้อสัตว์ประกอบกับผัก

วิธีการทำอาหาร

ชาวเสฉวนมีวิธีทำอาหารทั้งหมด 38 วิธี ได้แก่ ผัด ทอดในน้ำมันน้อย (pan-fried) ทอดในน้ำมันมาก (deep fried) ทอดแล้วต้มให้เหลือน้ำขลุกขลิก ต้มซีอิ๊ว ปรุงน้ำแดง นึ่ง ตุ่น รมควัน แซ่หมักดอง ลวก ย่างและยำเป็นต้น (พิพิธภัณฑ์อาหารเสฉวน,2021) ขั้นตอนของการทำอาหาร รายละเอียด ปกติจะใช้หลายวิธีผสมด้วยกัน จึงจะได้อาหารอร่อย ก่อนการเริ่มทำกับข้าว ต้องเตรียมวัตถุดิบอย่างละเอียดถี่ถ้วน การใช้มีดเป็นขั้นตอนสำคัญที่สุดของการทำอาหารเสฉวน ผู้ทำอาหารเสฉวนต้องหั่นวัตถุดิบให้มีความเล็กใหญ่เท่ากัน มีความยาวสั้นเท่ากัน มีความกว้างใหญ่เท่ากัน การ

หันวัตถุดิบให้เท่ากัน ไม่เพียงแต่ทำให้อาหารดูซับซ้อนของเครื่องปรุงเข้าไปได้ง่ายเท่านั้น หากยังสามารถหลีกเลี่ยงการสุกไม่ทั่วกันได้ด้วย อย่างเช่น ผัดเนื้อวัวแบบเสฉวน ถ้าหันเนื้อวัวขนาดชิ้นไม่เท่ากัน การผัดก็จะมีบางส่วนสุกบางส่วนดิบ แม้มีฝีมือการทำอาหารเก่งแค่ไหน แต่ถ้าวัตถุดิบเตรียมไม่ดีก็ไม่สามารถทำกับข้าวที่อร่อยออกมาได้

สรุป

จากการศึกษาข้างต้น สามารถสรุปลักษณะของอาหารเสฉวนได้ดังนี้ ด้านรสชาติ คือ ซาลิน เผ็ดร้อน สดชื่น หอม รสชาติกลมกล่อม น้ำมันเยอะ อีกทั้ง ยังมีลักษณะของการคัดเลือกวัตถุดิบพิถีพิถัน การหันวัตถุดิบละเอียดถี่ถ้วน เทคนิคการทำอาหารมากมายหลายชนิด และเป็นอาหารจากชาวบ้านท้องถิ่น วัตถุดิบหาเจอได้ง่าย เหมาะกับทำที่บ้านในชีวิตประจำวัน

2.1.6 อาหารที่มีชื่อเสียง

อาหารเสฉวนเป็นอาหารที่ได้รับความนิยมมากที่สุดใน 8 ตระกูลอาหารของประเทศจีน ตั้งแต่ช่วงศตวรรษ 1980 เป็นต้นไป ชาวเสฉวนได้เปิดร้านอาหารเสฉวนที่เรียกว่า “Sichuan Pavilion” ที่ประเทศสหรัฐอเมริกา และต่อมาได้เปิดร้านต่าง ๆ ที่หลายประเทศ จึงทำให้อาหารเสฉวนมีอิทธิพลมากยิ่งขึ้น อย่างเช่น อาหารเสฉวน เต้าหู้หมาไฟ ไก่ผัดถั่วลิสง ผัดเส้นหมูปริ้วหวาน กลายเป็นอาหารจีนที่ขึ้นชื่อในทั่วโลก ต่อไปจะศึกษาอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียงตามที่มาเรื่องราว รูปร่าง และสีส้ม

ที่มาเรื่องราว

อาหารเสฉวนหลายอย่างมีต้นกำเนิดจากสมัยโบราณ และมีเรื่องราวที่น่าสนใจ เช่น

เต้าหู้หมาไฟ (ma po dou fu)

มีต้นกำเนิดในปีค.ศ. 1861 นายเฉิน ชุนผู้กับภรรยาได้เปิดร้านอาหารเล็ก ๆ แห่งหนึ่งริมฝั่งสะพานแหวนผู้ในเมืองเฉิงตู เนื่องจากภรรยาที่มีฝีมือการทำกับข้าวดีเด่น คนแรงงานเดินผ่านสะพานแหวนผู้จึงชอบกินข้าวที่ร้านเขา วันหนึ่ง เมื่อถึงเวลาปิดร้าน มีคนแรงงานหลายคนเข้ามา ภรรยาพบว่าผักไม่พอ เหลือแต่เต้าหู้หนึ่งก้อน กับ เนื้อวัว จึงเกิดไอเดียที่ใช้สองอันนี้ทำเป็นอาหารให้คนแรงงานกิน เนื่องจากความเผ็ดและซาลิน จึงได้รับความนิยมจากกลุ่มคนแรงงานมาก ภรรยาคนนี้มีไฟบนใบหน้า ชาวบ้านชอบเรียกภรรยาว่า “เฉิน หม่าไฟ”(หมา ภาษาจีนมีความหมายอีกอันหนึ่งคือ ไฟ) เพื่อจะได้สะดวกในการเผยแพร่ปากต่อปาก จึงเรียกออาหารจานนี้ว่า “เต้าหู้หมาไฟ”



ภาพที่ 9 เต้าหู้หม่าโผ

ที่มา: <https://helenathailand.co/wp-content/uploads/2019/07/หม่าล่า05.png>

ผัดเนื้อหมูสองครั้ง (Twice-Cooked Pork)

อาหารจานนี้ได้ฉายาว่า เป็น “King of Sichuan Cuisine” มีต้นกำเนิดจากชนมธรรมเนียมการไหว้บรรพบุรุษในพื้นที่บ้าน ในสมัยปลายราชวงศ์ซิง ทุกเดือนวันที่ 16 เป็นวันไหว้บรรพบุรุษจะต้องเตรียมขนม เนื้อหมูในพิธีการไหว้ หลังจากพิธีการไหว้เสร็จสิ้นแล้ว ชาวบ้านก็เอาเนื้อหมูมาทำเป็นอาหารกิน เนื่องจากความเชื่อของการกินอาหารไหว้ถือว่าเป็นเรื่องสิริมงคล ส่วนเนื้อหมูนั้น ปกติเลือกเป็น เนื้อหมูสะโพก ต้มสุกแล้ว วางบนจาน เมื่อเสร็จแล้วเอาไปผัดกับกระเทียมต้น พริกเขียว และเต้าเจี้ยวเสฉวน ซึ่งอาหารนี้มาจากชาวบ้านท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างดี



ภาพที่ 10 ผัดเนื้อหมูสองครั้ง

ที่มา : <https://www.google.com/>

กงเป่าจี้ติง(ไก่ผัดถั่วลิสง)

“กงเป่า” เป็นชื่อระดับตำแหน่งของนาย ติง เป่าเจิน “จี้ติง” แปลงว่า เนื้อไก่ มีหลายทฤษฎีที่เกี่ยวกับต้นกำเนิดของอาหารจานนี้ แต่อันที่เป็นรู้จักมากที่สุดคือ ในช่วงระยะเวลา จักรพรรดิ Guangxu ของราชวงศ์ซิง ติง เป่าเจินได้รับตำแหน่งผู้ว่าการมณฑลเสฉวน เขาชอบกินอาหารจานหนึ่งที่เอาเนื้อไก่ผัดกับน้ำมันพริก ซึ่งทำโดยพ่อครัวจากบ้านเกิดของเขา หลังจากนั้น เขาก็ปรับปรุงอาหาร

ใส่ถั่วลิสงและส่วนผสมอื่น ๆ เข้ามา พบว่ารสชาติกลมกล่อมและอร่อย อีกไม่นาน อาหารจานนี้ก็จะได้เผยแพร่ไปถึงทุกบ้านหลัง กลายเป็นอาหารที่มีชื่อเสียง เนื่องจากตำแห่งของ ดิง เป่าเจิน เป็น กงเป่าจิ้งเรียกออาหารจานนี้เป็น “กงเป่าจิ้ง” เพื่อเป็นการรำลึก



ภาพที่ 11 กงเป่าจิ้ง

ที่มา: <https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/c/c2/Kung-pao-shanghai.jpg/1600px-Kung-pao-shanghai.jpg>

ข้อศอกตงโผ

ตงโผเป็นชื่อฉายาของนายซู ชื่อ นักเขียนและนักฟู้กั้นจินที่มีชื่อเสียงในสมัยราชวงศ์ซ่ง บ้านเกิดอยู่ในเมืองเหมยซานมณฑลเสฉวน ตามตำนานเล่าว่า เมื่อซูซื้อกำลังศึกษาอยู่ที่สถานบันหนังสือในอำเภอชิงเซิน เมืองเหมยซาน เขามักจะรู้สึกว่าเขาและทำอ่อนแอไม่มีแรง ซึ่งทำให้นางหวังฟู ภรรยาของซูซื้อกังวลมาก วันหนึ่ง หวังฟูแอบออกไปหาหมอ เจอเจ้าอาวาสท่านหนึ่งที่มีความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์แผนจีน ท่านได้เขียนใบสั่งยาว่า ใช้สิ่งอื่นมาเสริมสิ่งที่ขาดหายไป เมื่อหวังฟูกลับบ้านแล้วจึงเลือกซื้อศอกหมูใหญ่ๆสองชิ้น ล้างสะอาดแล้วใช้ไฟเผาค่อยๆตุ๋น เธออ่านหนังสือด้วยหูข่าวด้วย อ่านเพลิตเพลินจนลืมนอนว่ามีอะไรอยู่ในหม้อไฟ เมื่อเธอได้กลิ่นไหม้ น้ำในหม้อก็แห้งไปแล้ว และเนื้อหมูก็ไหม้เล็กน้อย หวังฟูรีบสับขิงและต้นหอม แล้วราดซอสซีอิ๊วบนเนื้อ กลิ่นหอมก็ออกมาทันที สีไหม้ก็ถูกสีเครื่องปรุงบดบังไว้ และเนื้อหมูนุ่มและหอม ซูซื้อชื่นชมมาก เมื่อรู้ว่าอาหารนี้จากฝีมือภรรยา ก็ตั้งชื่อเป็น “ข้อศอกหวังฟู” แต่เนื่องจากความเคารพต่อซูซื้อ จานนี้จึงถูกตั้งชื่อเป็น “ข้อศอกตงโผ” และได้แพร่หลายไปทั่วประเทศ กลายเป็นหนึ่งในอาหารที่มีชื่อเสียงของมณฑลเสฉวน (Yangliu,2013:100)



ภาพที่ 12 ซ้อตอกตงโป

ที่มา: <https://www.xiachufang.com/recipe/101790997/>

เนื้อวัวเล่อซาน (Leshan Rocker Foot Beef)

ว่ากันว่า ในทศวรรษที่ 1930 ชาวบ้านเล่อซานจำนวนมากหลายมีชีวิตความยากลำบาก ยากจน เจ็บป่วย มีแพทย์ผู้ใจดีคนหนึ่งได้ตั้งหม้อต้มยาจีนไว้ เพื่อบำบัดรักษาร่างกายของคนยากจน ต่อมาเขาได้รวบรวมเครื่องในจากวัวควายที่บ้านเศรษฐีไม่ต้องการ ต้มในหม้อยาจีนแล้วปรากฏว่าน้ำซุปทั้งอร่อย และสามารถบำรุงร่างกายอีก ต่อมาชาวบ้านหลายคนได้ยืมแล้วก็มุ่งมาหากิน จนถึงที่นั่งหมดแล้ว แต่ยังมีคนมาไม่ขาดสาย บางคนนั่งบนพื้น บางคนยืน บางคนนั่งยอง ๆ โดยคนที่ยืนชอบยื่นถ้วยเท้าข้างเดียวและอีกเท้าวางบนคานใต้โต๊ะ นาน ๆ แล้ว ชาวบ้านจึงได้ตั้งชื่อเล่นว่า "rocket foot" ซึ่งสืบทอดมาจนถึงทุกวันนี้



ภาพที่ 13 เนื้อวัวเล่อซาน

ที่มา: www.thefirstultimate.com

รูปร่าง

อาหารเสฉวนหลายอย่างตั้งชื่อตามรูปร่างของอาหาร นิยมเปรียบอาหารเป็นสิ่งหนึ่ง เพื่อสร้างภาพที่สนุกและจำชื่อได้ง่าย เช่น

มดขึ้นต้นไม้

อาหารจานนี้มีต้นกำเนิดจากนิทานจีนที่ชื่อว่า “The Injustice of Dou E” สามียังนาง Dou e สูญเสียไป เธอเฝ้ารอแม่ที่บ้านทุกวัน แม่ป่วยหนัก เงินทองหมด เหลือหมูชิ้นเล็ก ๆ นาง Dou e จึงหันหมูเป็นหมูสับผัดกับเส้นมันเทศ แม่กินแล้วชมว่าอร่อย เนื่องจากเนื้อสับมันเล็กเหมือนมด เส้นมันเทศเหมือนต้นไม้ จึงตั้งชื่อจานนี้ว่า "มดขึ้นต้นไม้"



ภาพที่ 14 มดขึ้นต้นไม้

ที่มา: <https://image.baidu.com>

พริกเขียวหนึ่งเสื่อ

อาหารจานนี้เป็นอาหารเสฉวนขึ้นชื่อที่ตั้งและนิยมกันมากในท้องถิ่น สูตรนี้ง่ายและอร่อย เนื่องจากผิวของพริกเขียวไหม้เล็กน้อย จุดไหม้เป็นรอยเหมือนลายเสื่อ จึงเป็นที่มาของชื่อพริกเขียวหนึ่งเสื่อ



ภาพที่ 15 พริกเขียวหนึ่งเสื่อ

ที่มา: <https://image.baidu.com>

ผักกาดขาวน้ำเต๋อด

อาหารจานนี้หลายคนดูจากชื่อและหน้าตาอาหารแล้วรู้สึกว่าเป็นอาหารทำง่าย เพราะเห็นแต่ผักกาดขาวกับน้ำซุปล้วนแค่นั้น แต่จริง ๆ แล้วมีขั้นตอนวิธีซับซ้อน ต้องใช้วัสดุเยอะมาก มีวัตถุดิบได้แก่ ไก่ 1 ตัว เป็ด 1 ตัว ซ้อศอกหมู 1 อัน ขาหมูแดดเดียวชิ้นน้ำ 1 อัน วิธีการเตรียมน้ำซूप คือ ใส่วัสดุทั้งหมดลงในหม้อ ลวกน้ำ และล้างให้สะอาด จากนั้น เดิมน้ำเปล่า ไฟเล็กต้ม 4-6 ชั่วโมง น้ำซूपไม่ต้อง

ใส่เครื่องปรุงอีก จากนั้นใส่อกเปิด ออกหมู และ ออกไก่ ลงในเครื่องปั่น เติมน้ำปั่นให้ละเอียด ต่อไปใส่อกเปิด ออกหมู และออกไก่ที่ปั่นให้ละเอียดแล้วลงในหม้อตามลำดับ เพื่อกรองน้ำซุบให้สะอาดสดใส เหมือนน้ำเปล่า สุดท้ายใส่ผักกาดขาวที่ต้มให้สุกแล้ว อาหารจานนี้ถึงจะทำให้สำเร็จ

ส่วนอาหารจานนี้มีความหมายว่า เมื่ออายุสูงขึ้น ประสบการณ์จากชีวิตสะสมมากขึ้น ก็จะเปรียบเทียบความรู้สึกนี้เป็น ผักกาดขาวน้ำเดือด คือเมื่อเข้มข้นถึงขีดสุดจะจืดชืด ภายนอกดูจืดชืดมาก แต่จริง ๆ แล้วมีความหมายแฝงมากมาย หลังจากประสบกับขึ้นๆ ลงๆ แล้ว เท่านั้นจึงจะเข้าใจรสชาติที่แท้จริงของชีวิตได้ เพราะฉะนั้น อาหารจานนี้จึงได้เลือกให้เป็นอาหารของงานเลี้ยงแห่งชาติจีน

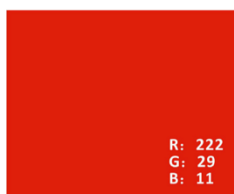


ภาพที่ 16 ผักกาดขาวน้ำเดือด

ที่มา: <https://encrypted-tbn0.gstatic.com>

สีส้ม

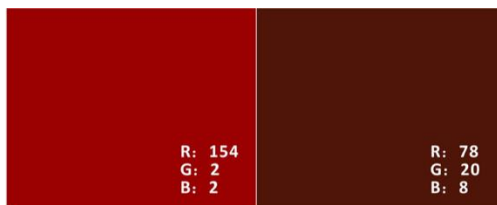
สีส้มของอาหารเสฉวนมาจากสีวัตถุติดกับสีเครื่องปรุง สีวัตถุติดคือสีที่ออกมาจากวัตถุดิบเอง เป็นสีธรรมชาติ สีเครื่องปรุงคือการใช้พริก ฮัวเจียว และ เต้าเจี้ยวพริกเสฉวน พวกเครื่องเทศเป็นต้น ในการทำอาหาร ทำให้อาหารเสฉวนมีสีส้มจัดจ้าน Jin LinYu (2020:66) ได้รวบรวมตัวแทนอาหารเสฉวนจำนวน 24 จานของ 24 รสชาติ และวิเคราะห์สีหลักของทุกจานอาหาร และได้สรุปมาว่า สีหลักๆของอาหารเสฉวนเป็น สีแดง (RGB:222,29,11) ซึ่งมีอยู่ในอาหาร 15 รสชาติ



ภาพที่ 17 สีหลัก

ที่มา: (Jin LinYu,2020)

สีเสริมเป็นสีแดงเข้ม (RGB:154,2,2) และสีน้ำตาล (RGB:78,20,8) ส่วนสีตกแต่งมี สีเขียว (RGB:68,126,0) สีเหลือง (RGB:255,161,8) และ สีขาวนวล (RGB:245,240,221)



ภาพที่ 18 สีเสริม

ที่มา: (Jin LinYu,2020)



ภาพที่ 19 สีตกแต่ง

ที่มา: (Jin LinYu, 2020)

สรุป

จากการทบทวนวรรณกรรมของอาหารเสฉวนจาก ประวัติศาสตร์และการพัฒนาอาหารเสฉวน ลักษณะของอาหารเสฉวนและอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียง สามารถเห็นได้ว่าอาหารเสฉวน มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและได้ปรับปรุงพัฒนาผ่านหลายรอบกับอาหารต่างจังหวัด ซึ่งได้หล่อหลอมอาหารเสฉวนที่มีลักษณะเฉพาะของตนเองทั้งทางด้าน เครื่องเทศเครื่องปรุงรส รสชาติ สี สัน และวิธีการทำ ส่วนอาหารที่มีที่มาเรื่องราวอันน่าสนใจเป็นประเด็นอันน่าศึกษาสร้างสรรค์ในขั้นตอนการ สร้างชิ้นงานศิลปะ

2.2 วิถีชีวิตของชาวบ้านท้องถิ่นจากอดีตไปสู่บริบทร่วมสมัย

วิถีชีวิต (Lifestyle) หมายถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มคนใดกลุ่มคน หนึ่ง โดยที่ลักษณะของพฤติกรรมต่าง ๆ จะเป็นตัวบ่งบอกถึง รูปแบบการดำเนินชีวิต แต่ละแบบ พฤติกรรมในการเข้าสังคม ในการบริโภค ในการหาความบันเทิง การพักผ่อนหย่อนใจใช้เวลาว่าง และ การแต่งตัว ล้วนเป็นส่วนประกอบของรูปแบบการดำเนินชีวิต (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี,2564) การ ดำเนินตามวิถีชีวิตของแต่ละบุคคลอาจจะแตกต่างกันไปตามสภาพของสิ่งแวดล้อมรอบข้าง และตาม บ้านเรือนที่อยู่อาศัย ด้านภาษา วัฒนธรรม และประเพณีในแต่ละท้องถิ่น ด้านเศรษฐกิจของเมื่อนั้น ๆ ด้านระบบการเมืองการปกครอง หรือการประเพณีและการปฏิบัติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของ บุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือกลุ่มคนใดกลุ่มคนหนึ่งที่ส่งต่อกันมาจากรุ่นหนึ่งไปสู่รุ่นต่อ ๆ ไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้มีจุดประสงค์ที่จะศึกษาวิถีชีวิตของชาวเสฉวนจากอดีตสู่บริบทร่วมสมัย ผู้วิจัยจึงเน้นวิถีชีวิตของกลุ่มสังคมเป็นหลัก โดยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับวิถีชีวิตชาวบ้าน ทั้งถิ่นในอดีตและปัจจุบันทางด้าน อาหารการกิน ที่อยู่อาศัย การเดินทาง และ การบันเทิง

2.2.1 วิถีชีวิตของประชาชนชาวเสฉวนในอดีต

ในเมื่อสองพันปีก่อน ที่ราบเฉิงตูมักเกิดภัยน้ำท่วมอยู่เรื่อย ๆ เพราะปริมาณน้ำของแม่น้ำหมินเจียงเพิ่มมากขึ้นในฤดูร้อน ทำให้ไร่นาเสียหาย ชาวบ้านเดือดร้อน ขณะนั้น ผู้ปกครองมณฑลเสฉวน ท่าน หลี่ปิง ออกแบบและสร้างระบบชลประทานเขื่อนตูเจียงเอี้ยนขึ้นมาซึ่งสามารถควบคุมน้ำให้ไหลเข้าเมืองนี้เพียงพอสำหรับการเกษตรและไม่ก่อให้เกิดน้ำท่วม จากนั้นเมืองเฉิงตูไม่ได้เกิดน้ำท่วมอีก ที่ราบเฉิงตูได้กลายเป็นพื้นที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการปลูกข้าวเลี้ยงปลาและที่อยู่อาศัย ประชาชนร่มเย็นเป็นสุข และเมืองเฉิงตูได้รับฉายาว่า “ดินแดนสวรรค์”

วิถีชีวิตด้านอาหารการกิน

ชาวเสฉวนถือเรื่องกินเป็นเรื่องใหญ่ตั้งแต่สมัยก่อน เนื่องจากอาหารเสฉวนเกิดขึ้นจากพื้นที่บ้านเมือง ไม่ใช่อาหารหรูหรา หรืออาหารในวัง จึงสามารถรับประทานได้ทุกคน และปกติทุกบ้านเรือนมีฝีมือในการทำอาหารด้วยตนเอง ดังนั้น ชาวเสฉวนให้ความสำคัญกับรสชาติของอาหาร อาหารของร้านใดมีรสชาติอร่อย ร้านนั้นก็จะเป็นร้านดังและมีลูกค้าเข้าทยอยมาเยอะแยะมากมาย ในสมัยก่อนยังไม่ค่อยมีร้านอาหารขนาดใหญ่ ชาวบ้านปกติทำอาหารกินเอง หรือ ไปร้านอาหารธรรมดาหรือซื้ออาหารทานเล่นริมถนน ที่มีพ่อค้าแบกตะกร้าไม้ไผ่เรียกตะโกนตามถนน อย่าง ผู้ก่อตั้งของ “บัวลอยแช่ล่าย” อาหารทานเล่นที่มีชื่อเสียง นายล่าย หยวนซัน เริ่มทำธุรกิจตั้งแต่ปีค.ศ. 1894 โดยในตอนนั้น คุณล่ายแบกตะกร้าไม้ไผ่เรียกตะโกนขายบัวลอยตามถนน ชาวบ้านที่ได้ยินเสียงก็ออกมาซื้อบัวลอยอันนุ่มนิ่มอบอุ่น จนถึงศตวรรษ 1930 ได้เปิดร้านที่ในเมืองเฉิงตู และกลายเป็นอาหารทานเล่นที่มีชื่อเสียงถึงปัจจุบันนี้ ส่วนอาหารทานเล่นแบบนี้ในสมัยนั้นยังมีหลายชนิด เช่น “บะหมี่ dandan” “เกี้ยวน้ำจืด” “เต้าฮวย” “San Da Pao” และ “Dan Hong Gao” เป็นต้น

วิถีชีวิตด้านที่อยู่อาศัย

ชาวบ้านเสฉวนในสมัยก่อนส่วนใหญ่อาศัยในบ้านเรือนชั้นเดียวหรือสองชั้น โดยไม้เป็นองค์ประกอบหลักของบ้านเรือน มีลักษณะสไตล์จีนโบราณที่มีอิฐบนหลังคา บ้านเรือนที่มีลักษณะโบราณยังคงรักษาสภาพไว้ในปัจจุบันนี้มีทั้ง เมืองโบราณหยวนธง ซอย Kuanzhai วัดต้าฉือ วัดเหวินซู เมืองโบราณ Luodai เมืองโบราณ Huang Longxi เป็นต้น

วิถีชีวิตด้านการเดินทาง

มณฑลเสฉวนมีภูเขาสูงและแม่น้ำเยอะ พื้นผิวขรุขระ การเดินทางยากลำบากในสมัยโบราณ นักกวีนายหลี่ไปเคยอุทานว่า การเดินทางเข้าถึงมณฑลเสฉวนยากลำบากกว่าการขึ้นสวรรค์ ชาวเสฉวนจึงสร้าง ถนนไม้กระดาน เป็นช่องทางการขึ้นลงจากภูเขา ในขณะเดียวกัน พัฒนาคมนาคมทางน้ำด้วยรูปแบบการเดินทางของชาวเสฉวนในสมัยโบราณมี การเดินป่า การเดินทางด้วยรถม้า การเดินทางด้วยรถควาย การเดินทางด้วยเกี้ยว และการเดินทางด้วยเรือไฟ ในสมัยศตวรรษ 1920 เริ่มมีรถลาก จักรยาน และรถเก๋ง

วิถีชีวิตด้านการบันเทิง

ในสภาพแวดล้อมที่มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์และเศรษฐกิจที่เจริญรุ่งเรือง ชาวเสฉวนที่ "ไม่รู้จักความหิวโหย" มักจะใช้ชีวิตอย่างสบาย ๆ จังหวะชีวิตช้าลง การดื่มชา การดูละคร และการดื่มเหล้า ได้กลายเป็นวิถีชีวิตด้านการบันเทิงดั้งเดิมของชาวบ้านในชีวิตประจำวัน โดยในศตวรรษ 1920 โรงน้ำชาเป็นสถานที่สำคัญในสมัยนั้น ไม่ว่าจะเป็นการดื่มชาพักผ่อนหย่อนใจ การดูละคร การเล่นไพ่ การพบกับเพื่อนฝูง การหางาน การคุยธุรกิจ และการแลกเปลี่ยนสินค้า สามารถพบเจอในโรงน้ำชา ผู้คนมากมายในเชิงดูไม่ได้ตั้งหม้อตั้งไฟตลอดทั้งวัน ปกตินั่งดื่มชาในโรงน้ำชาหรือนั่งดูละครเสฉวนในโรงหนัง ยุคสงครามไม่ได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของชาวเสฉวนสักเท่าไร

2.2.2 วิถีชีวิตของประชาชนชาวเสฉวนในปัจจุบัน

วิถีชีวิตด้านอาหารการกิน

ในปัจจุบันนี้ มณฑลเสฉวนนอกจากมีร้านอาหารเสฉวนแล้ว ยังมีร้านอาหารต่างประเทศอีกมากมายหลายชนิด โดยส่วนใหญ่คือร้านอาหารฝรั่งเศษ ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารเกาหลี กับร้านอาหารเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ชาวเสฉวนมีน้ำใจอันกว้างขวาง ไม่ว่าจะอาหารประเภทไหนจากประเทศไหน รับประทานได้หมด วิถีชีวิตด้านอาหารการกินของชาวเสฉวนมีหลายแบบ ทั้งสามารถไปตลาดสดท้องถิ่นซื้อของกินที่บ้าน ไปกินที่ร้านบ้าง และสั่งอาหารออนไลน์ ปกติอาหารเช้าจะนิยมกินซาลาเปา น้ำเต้าหู้ ขนมปัง สำหรับคนทำงานอาหารกลางวันกินแบบง่ายๆเช่นบะหมี่เกี๊ยว และอาหารจานเดียว อาหารเย็นจะค่อนข้างสมบูรณ์ อุตสาหกรรมอาหารของมณฑลเสฉวนเจริญรุ่งเรือง เช่น ในเมืองเฉิงตู มีร้านอาหารต่าง ๆ จำนวนมากกว่า 19,000 ร้าน บริษัทด้านอุตสาหกรรมอาหารมากกว่า 500 ราย ผู้ประกอบอาชีพด้านอุตสาหกรรมอาหารมากกว่า 600,000 คน มี เชฟ กว่า 70,000คน ซูเปอร์เชฟมากกว่า 2,000 คนและเชฟระดับประเทศราว 300 คน

วิถีชีวิตด้านที่อยู่อาศัย

ในปัจจุบันนี้ ชาวเสฉวนส่วนใหญ่ย้ายจากบ้านเรือนชั้นเดียวไปพักที่ตึกคอนกรีตร่วมสมัย เนื่องจากประชากรเมืองสูงขึ้น ที่ดินในเมืองน้อยลง จึงก่อสร้างตึกคอนกรีตสูงเพื่อรองรับประชากรของเมือง แต่ในพื้นที่ชนบท ยังคงพักที่บ้านเรือนเหมือนเดิม ส่วนในเมืองโบราณต่าง ๆ บ้านเก่าแก่บางอันได้ปรับปรุงกลายเป็นร้านขายของต่าง ๆ และบางอันยังคงมีชาวบ้านอาศัยอยู่เพื่อรักษาบ้านเก่าและความทรงจำนี้ไว้

วิถีชีวิตด้านการเดินทาง

ตอนนี้ ผู้คนสามารถใช้พาหนะหลากหลายในการเดินทาง เช่น จักรยาน รถบัส รถแท็กซี่ รถไฟ รถไฟความเร็วสูง เครื่องบิน และ เรือ เป็นต้น การเดินทางสะดวกมากยิ่งขึ้นถ้าเทียบกับสมัยก่อน ผู้คนสามารถไปเดินทางหลายสถานที่ตามสบายใจ ความสะดวกของคมนาคมได้ส่งเสริมการพัฒนาของมณฑลเสฉวนทางด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม

วิถีชีวิตด้านการบันเทิง

ในปัจจุบันนี้ ร้านอาหารในเมืองเฉิงตูยังรุ่งเรือง โรงละครกับโรงซาก็ยังเต็มไปด้วยผู้คน วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของการบันเทิงยังคงรักษาไว้ได้ใกล้เคียงกับสมัยโบราณหลังจากผ่านการปรับปรุงมานับพันปี แต่สิ่งที่เปลี่ยนแปลงคือ วิถีชีวิตด้านการบันเทิงได้พัฒนาเพิ่มหลายรูปแบบ นอกจากที่สถานที่ที่เคยพูดถึงแล้ว ยังมี สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้า โรงหนัง และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่เป็นสถานที่บันเทิงสำหรับชาวบ้านท้องถิ่น ชาวเสฉวนใช้ชีวิตแบบไม่เร่งรีบ (slow life) ให้ความสำคัญกับอาหารการกินและเรื่องบันเทิง ไม่มุ่งเป้าไปสู่ชีวิตที่มีเงินทองไร้มารยาแต่เลือกชีวิตพอเพียงและอยู่เย็นเป็นสุขก็ถือว่าสบายดี

2.3 เอกสารที่เกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

2.3.1 นโยบายของรัฐบาลมณฑลเสฉวน

ในวันที่ 21 มี.ค.ปี 2561 สำนักงานรัฐบาลมณฑลเสฉวนได้ประกาศแผนปฏิบัติการสามปีของมณฑลเสฉวนเพื่อส่งเสริมอาหารเสฉวนไปสู่ระดับโลก(ปี 2561-ปี 2564) โดยได้กล่าวถึงโครงการส่งเสริมอาหารเสฉวนในประเทศและต่างประเทศ คือ “อาหารเสฉวนส่งเสริมเสฉวน” สำหรับการส่งเสริมตลาดอาหารเสฉวนในประเทศและ “อาหารเสฉวนเที่ยวต่างประเทศ” สำหรับการส่งเสริมอาหารเสฉวนในต่างประเทศ โดยเน้นการเลือกประเทศตาม “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” และประเทศและภูมิภาคที่สร้างความสัมพันธ์ฉันมิตรกับเสฉวนเพื่อส่งเสริมอาหารเสฉวน นอกจากนี้ ได้กล่าวถึงการสร้างนวัตกรรมอาหารเสฉวนในด้าน นวัตกรรมของงานอาหาร นวัตกรรมของแบรนด์ และ นวัตกรรมของวัฒนธรรมอาหาร โดยในด้านโครงการนวัตกรรมของวัฒนธรรมอาหารได้ให้

ข้อเสนอแนะว่า การชูดัชนี และถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน พร้อมแสวงหาเรื่องราวที่เกี่ยวกับอาหาร สนับสนุนวิสาหกิจอาหารเสฉวนและสมาคมที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมงานเทศกาลอาหารนานาชาติ และนิทรรศการต่างในประเทศและต่างประเทศ (Sichuan Government,2018)

ตั้งแต่ปี 2559 เป็นต้นไป รัฐบาลเสฉวนได้จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมอาหารเสฉวนในต่างประเทศอย่างต่อเนื่องในซานฟรานซิสโก ลอสแอนเจลิส มอสโก เวียนนา และญี่ปุ่น เพื่อเร่งส่งเสริมอาหารเสฉวนก้าวไปสู่ระดับโลก

จากการเก็บข้อมูลนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสฉวนสามารถเห็นได้ว่า รัฐบาลเสฉวนให้ความสำคัญกับอาหารเสฉวน โดยได้ริเริ่มแผนการต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมอาหารเสฉวนในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น กิจกรรม “อาหารเสฉวนเที่ยวต่างประเทศ” การจัดตั้งศูนย์ส่งเสริมอาหารเสฉวนในต่างประเทศ หรือมาตรการการส่งเสริมอาหารเสฉวนและวัฒนธรรมอาหารในต่างประเทศ ทั้งก็แสดงให้เห็นว่าการสนับสนุนของรัฐบาลจะเป็นกำลังสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเสฉวนอย่างต่อเนื่อง

2.3.2 การรวบรวมการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนทางภาพ

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมโบรชัวร์ โปสเตอร์ ใบปลิว นิตยสาร วิดีโอ ที่เกี่ยวกับการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเสฉวนทางนิเทศศิลป์และการจัดทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารเสฉวนจากมณฑลเสฉวนเองและจากต่างประเทศ ดังต่อไปนี้

- นิตยสารท้องถิ่น
- นิตยสารสำหรับชาวต่างชาติ
- หนังสือและหนังสือพิมพ์จากต่างชาติ
- วิดีโอที่สืบหาได้ใน YouTube
- กิจกรรมสากลต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในมณฑลเสฉวน
- กิจกรรมอาหารเสฉวนจากต่างประเทศ

นิตยสารท้องถิ่น

(Chuan Cuisine)

Chuan Cuisine เป็นนิตยสารระดับมณฑล เป็นนิตยสารการทำอาหารสำหรับเซฟมี้อาชีพหรือผู้ที่สนใจอาหารเสฉวน



ภาพที่ 20 Chuan Cuisine Magazine

ที่มา: https://www.zazhi.com.cn/upload/attach/2020-10/21/1873b_59b9.jpg

(Sichuan Cuisine)

Sichuan Cuisine ได้ก่อตั้งในปี ค.ศ. 1983 เป็นนิตยสารระดับมณฑล ที่ครอบคลุมซึ่งเผยแพร่ วัฒนธรรมอาหารเสฉวน และแลกเปลี่ยนอาหารเสฉวนและเทคนิคการทำอาหารเสฉวน เนื้อหา แบ่งเป็น เรื่องราวเกี่ยวกับอาหาร เรื่องราวของเชฟ การแลกเปลี่ยนเทคนิค นวัตกรรมของอาหาร ตลาดอาหาร อาหารท้องถิ่นต่าง ๆ และคลาสการทำอาหาร



ภาพที่ 21 Sichuan Cuisine Magazine

ที่มา: <http://img1.zazhipu.com/bookpic/201711/2017114101750.jpg&refer>

นิตยสารสำหรับชาวต่างชาติ

(Hello Chengdu)

Hello Chengdu เป็นนิตยสารภาษาจีน-อังกฤษ สำหรับชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในเสฉวน หรือ คนที่สนใจวัฒนธรรมเสฉวน โดยเนื้อหาได้ครอบคลุมถึงอาหารเสฉวน ศิลปวัฒนธรรมเสฉวน การท่องเที่ยวเสฉวน ชีวิตประจำวันท้องถิ่น และเทคนิคเป็นต้น ซึ่งได้เก็บหนึ่งเล่มที่ได้แนะนำอาหารทานเล่นเจิ้งตู ดังนี้



ภาพที่ 22 Hello Chengdu Magazine

ที่มา: ผู้วิจัย

จากภาพข้างต้นนี้สามารถเห็นได้ว่า Hello Chengdu ได้สัมภาษณ์เจ้าของร้านอาหารทานเล่น และเชฟที่มีชื่อเสียง เพื่อเล่าเรื่องประวัติและสถานการณ์อาหารทานเล่นของเฉิงตู โดยใช้ภาพถ่ายที่ชัดเจนและ ภาพวาดสีน้ำอันสดใสมาเป็นส่วนประกอบ เพื่อแสดงให้เห็นถึงหน้าตาและลักษณะของอาหารทานเล่นเฉิงตู

หนังสือและหนังสือพิมพ์จากต่างประเทศ

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลของหนังสือและหนังสือพิมพ์ต่างประเทศจากพิพิธภัณฑ์อาหารเสฉวน ซึ่งเป็นพิพิธภัณฑ์อาหารท้องถิ่นแห่งแรกในประเทศจีน โดยได้พบเจอหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษที่ประกาศในปี 1991 ที่เกี่ยวกับการแนะนำอาหารเสฉวนกับเชฟอาหารเสฉวน ต่อไปได้พบเจอหนังสือภาษาอังกฤษ 3 เล่มที่ชื่อว่า The Food of Sichuan, Shark's Fin & Sichuan Pepper, Sichuan Cookery เขียนโดยจาก Ms.Fuchsia Dunlop และหนังสือการแนะนำสูตรทำอาหารเสฉวน ภาษาญี่ปุ่น



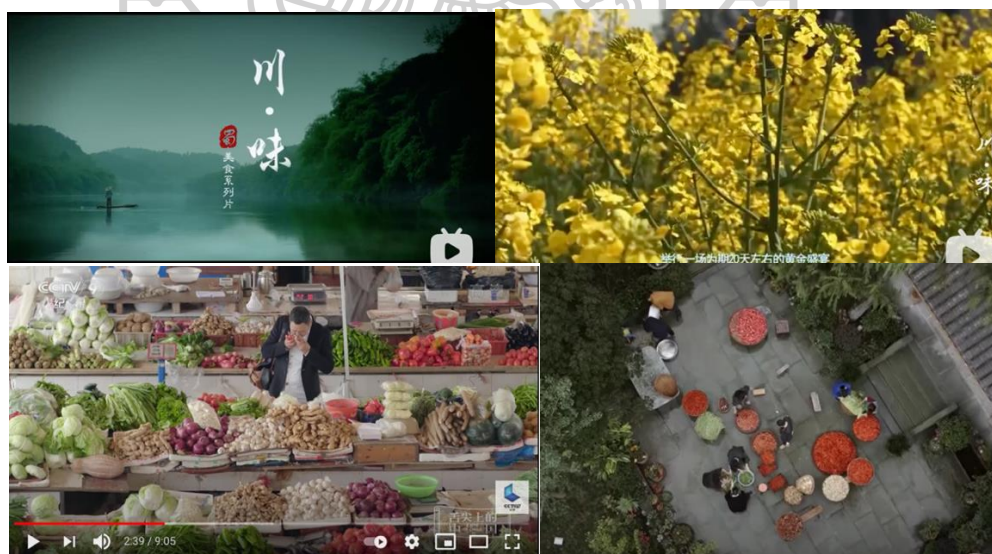
ภาพที่ 23 หนังสือภาษาต่างประเทศ

ที่มา: ผู้วิจัยถ่ายในพิพิธภัณฑ์อาหารเสฉวน

วิดีโอที่สืบหาได้ใน YouTube

(Taste of Sichuan)

Taste of Sichuan เป็นสารคดีอาหารที่สำรวจความสัมพันธ์ระหว่างชาวเสฉวนกับอาหาร โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำภาพอาหารที่น่าดึงดูดใจมาสู่คนที่ชื่นชอบอาหารเสฉวน สารคดีเริ่มต้นจากอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียงไปจนถึงรสชาติพื้นบ้านและวัตถุดิบต่างๆที่ซ่อนอยู่ในภูเขาและทุ่งนา

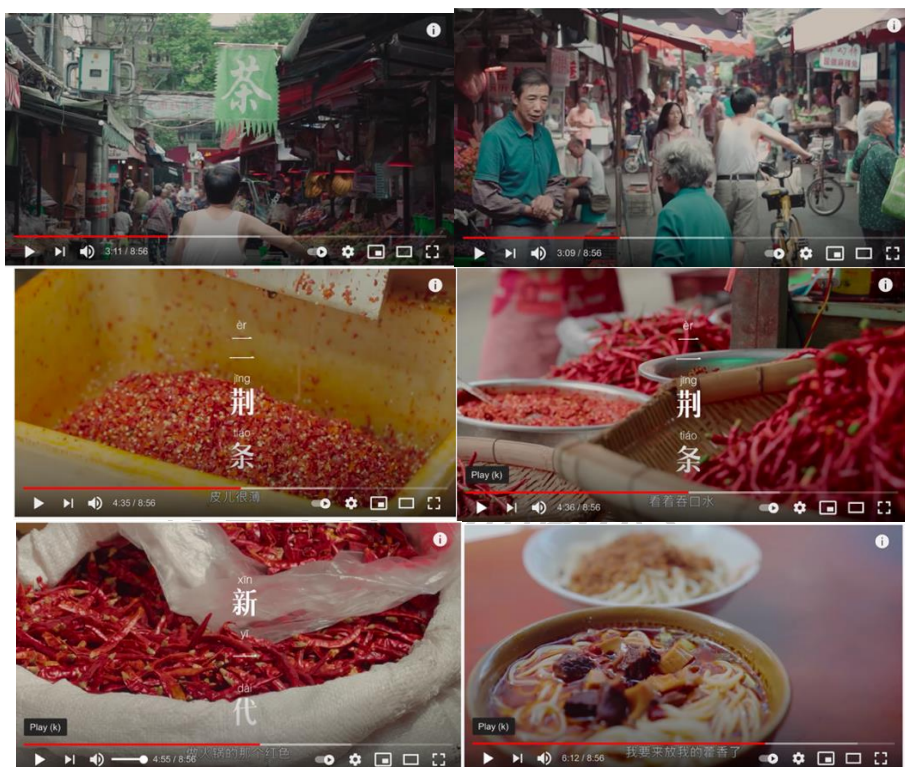


ภาพที่ 24 ฉากจาก Taste of Sichuan

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=bm0gPvliBZs&t=730s>

(Once Upon a Bite)

Once Upon a Bite เป็นสารคดีอาหารที่ได้กล่าวถึงวัตถุดิบไปสู่ชีวิตพื้นบ้าน และอาหารจีนไปสู่อาหารทั่วโลก โดยมีตอนหนึ่งได้พูดถึงอาหารเสฉวนในเฉิงตู แต่ไม่ได้พูดถึงอาหารเสฉวนโดยตรง คือพาผู้ชมไปเยี่ยมชมตลาดสดท้องถิ่นก่อน และ หาผักหรือวัสดุปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นจากการเดินทางในตลาดค่อยๆกล่าวชีวิตของชาวบ้านแล้ววัฒนธรรมอาหารการกินเสฉวน



ภาพที่ 25 ฉากจาก Once upon a Bite

ที่มา: <https://www.youtube.com/watch?v=VCjuFyRoP1Q&t=21s>

(Youtuber-Li Ziqi)



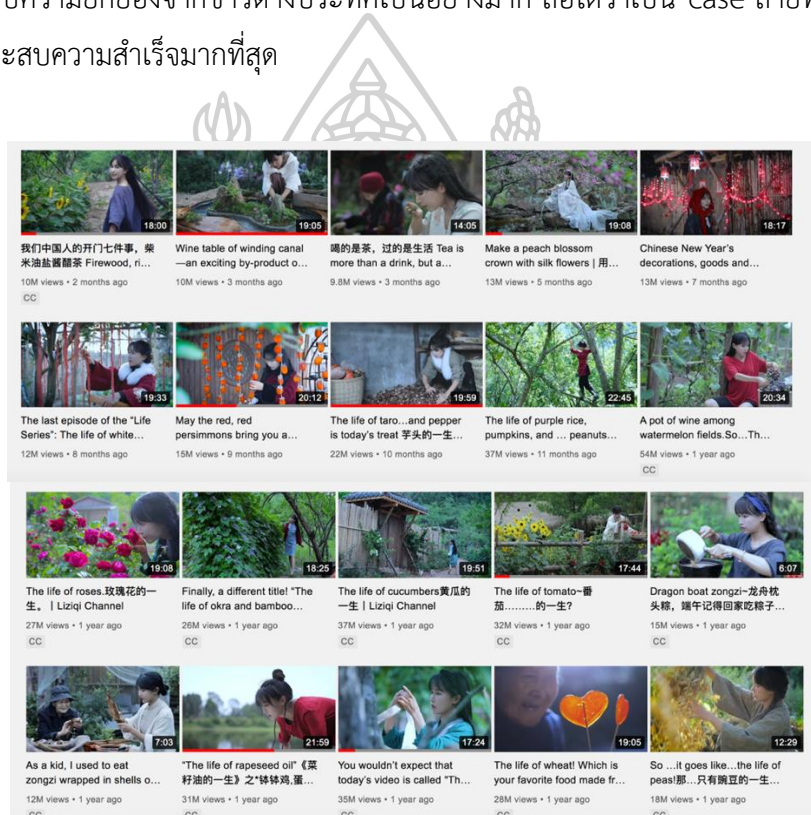
ภาพที่ 26 Li Ziqi กำลังทำอาหาร

ที่มา: <https://www.catdumb.tv/liziqi-life-290/>

Liziqi เป็น YouTuber สาวจีน เธอเริ่มทำคลิปวิดีโอการทำอาหารและงานฝีมือต่าง ๆ ในบ้านเกิดของมณฑลเสฉวน เป้าหมายของการทำวิดีโอเพียงแค่อยากถ่ายทอดวิถีชีวิตของคนชนบทให้คนเมืองได้รับรู้ว่าอาหารที่ทานกันอยู่ทุกวันนี้ มีจุดเริ่มต้นมาจากตรงไหน

นอกเหนือจากคลิปการทำอาหารด้วยวัตถุดิบสดๆ จากไร่จากสวนแล้ว เธอก็ยังมีคลิปโชว์การเลี้ยงเป็ดเลี้ยงไก่หาวัตถุดิบมาทำไข่เค็มอีกต่างหาก รวมไปถึงการออกไปตัดไม้ไผ่จากป่า เพื่อนำมาสร้างชุดเฟอร์นิเจอร์ด้วยทักษะด้านงานฝีมือด้วยตัวเอง

เธอเริ่มประกาศวิดีโอใน YouTube ตั้งแต่ปี 2560 จนถึงวันนี้ มีผู้ติดตาม จำนวน 15 ล้าน กว่าคน โดยได้รับความยกย่องจากชาวต่างประเทศเป็นอย่างมาก ถือได้ว่าเป็น case ถ่ายทอดวัฒนธรรมเสฉวนอันประสบความสำเร็จมากที่สุด



ภาพที่ 27 Video about Making Sichuan Cuisine

ที่มา: <https://www.youtube.com/c/cnliziqi/videos>

รูปภาพข้างบนเป็นวิดีโอที่เกี่ยวกับการทำอาหารเสฉวนทั้งสิ้น โดยสามารถเห็นได้ว่า บรรยากาศของวิดีโอล้อมรอบด้วยต้นไม้ ดอกไม้ พุงนา ป่าไม้ มีความเป็นธรรมชาติเป็นอย่างมาก เธอทำอาหารเสฉวนไม่ใช่ไปซื้อผักที่ตลาด คือเริ่มทำตั้งแต่แรก จากการปลูกผักและต้นไม้ ไปสู่การเก็บผลผลิตจากสวนผัก ซึ่งได้เล่าที่มาที่ไปของอาหารเสฉวนครบวงจร



ภาพที่ 28 Sichuan cuisine made by Li Ziqi

ที่มา: <https://www.youtube.com/c/cnliziqi/videos>

กิจกรรมสากลต่าง ๆ ในมณฑลเสฉวน

นครเฉิงตูเป็นเมืองแรกในเอเชียที่ได้เป็น City of Gastronomy จาก UNESCO ในปี ค.ศ. 2010 โดยมีกิจกรรมเกี่ยวกับอาหารมากมาย เช่น มีการแข่งขันทำอาหาร เทศกาลและงานอาหารระดับชาติ หรือนานาชาติ เช่น China International Cuisine & Tour Festival, Chengdu Panda Asian Food Festival”, Chengdu Hotpot Festival ต่อไปจะวิเคราะห์ Chengdu Panda Asian Food Festival เป็นหลัก

(Chengdu Panda Asian International Festival)

Chengdu Panda Asian International Festival ได้จัดขึ้นภายใต้รัฐบาลเฉิงตู และประสบความสำเร็จในปี 2019 เป็นงานที่ครอบคลุมอาหารต่าง ๆ จากทั่วโลก เช่น อาหารเสฉวน อาหารไทย อาหารเกาหลี อาหารอิสราเอล อาหารญี่ปุ่น เป็นต้น พร้อมประกอบด้วยกิจกรรมสนุกสนานหลายอัน ต่อไปจะวิเคราะห์กิจกรรมที่เกี่ยวกับอาหารเสฉวน



ภาพที่ 29 Logo and Mascot

ที่มา: JIn Linyu,2020

โลโก้ประกอบด้วยห้าองค์ประกอบ ได้แก่ แพนด้า พริก สะพานผูกะหว่างประเทศ ภูมิตันหนึก และ ท้องฟ้า สีที่ใช้มีสีดำและสีขาวและสีแดง

มาสคอตนี้ได้รับการออกแบบตามรูปร่างดั้งเดิมของแพนด้ายักษ์ โดยผสมผสานองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น พริกและพริกเสฉวน เข้ากับเครื่องแต่งกายเปลี่ยนใบหน้าของ Sichuan Opera สีแดงและ สีเหลืองเป็นสีหลัก เพิ่มความสดใสให้กับมาสคอต ทำให้แพนดามีชีวิตชีวา



ภาพที่ 30 Countdown poster

ที่มา: JIn Linyu,2020

ก่อนวันเปิดงาน ผู้จัดงานยังประกาศโปสเตอร์ Countdown เพื่อดึงดูดความสนใจของทุกคน โปสเตอร์สองอันนี้ใช้เครื่องปรุงรสจากอาหารเสฉวน และพริกกับส้มสร้างเป็นตัวเลข 2 กับ 4 ทำให้ภาพเกิดความสนุกสนานและจับสายตาด้วย

ผู้วิจัยได้รวบรวมโปสเตอร์ต่างของงานเทศกาลอาหารนานาชาติจากปี 2561-ปี 2563 ดังต่อไปนี้





ภาพที่ 31 Posters of previous food festivals

ที่มา: ผู้วิจัย

กิจกรรมอาหารเสฉวนจากต่างประเทศ (Tokyo Sichuan Festival)

ในเดือนเมษายน ปี 2562 งานเทศกาลอาหารเสฉวนได้จัดขึ้นในโตเกียวโตเกียว เพื่อให้ชาวญี่ปุ่นได้ลองชิมอาหารเสฉวนที่แท้จริง และรู้จักวัฒนธรรมอาหารเสฉวนด้วย โดยโปสเตอร์ ประกอบด้วยอาหารเต้าหู้หม่าโผ สีแดง และสีเหลือง บ่งบอกถึงภาพลักษณ์อาหารเสฉวนได้อย่างดี



ภาพที่ 32 Poster & Souvenir of Tokyo Sichuan Festival

ที่มา: <https://www.shinjuku-guide.com/todo/events/sichuan-festival/>.html

(เทศกาลวัฒนธรรมไทย-เสฉวน 2019)

เทศกาลวัฒนธรรมไทย-เสฉวน ได้จัดขึ้นในปี 2562 ในศูนย์การค้ามีกซ์ จตุจักร ภายในงานมี นิทรรศการด้านเศรษฐกิจการค้า วัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเสฉวน พร้อมกับงานแสดงสินค้าและการแสดงทางวัฒนธรรม



ภาพที่ 33 บรรยากาศในงานเทศกาลไทย-เสฉวน

ที่มา: <http://www.westbengal-online.in/>

หลังจากได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเสฉวนทาง นิเทศศิลป์ ผู้วิจัยได้ทำเป็น mood board เพื่อให้สรุปคำสำคัญและเห็นภาพอย่างชัดเจน ดังนี้



ภาพที่ 34 mood board of magazine

ที่มา:ผู้วิจัย

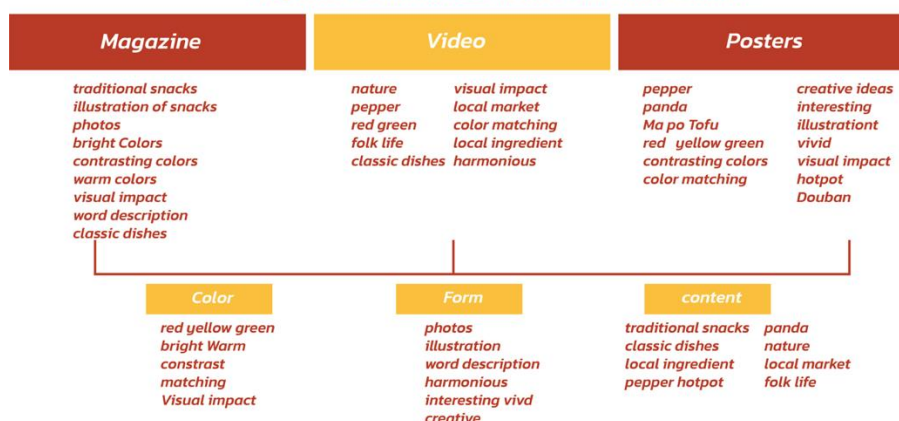


ภาพที่ 35 mood board of video
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 36 mood board of International activities posters
ที่มา: ผู้วิจัย

Keywords Summarized from Promotion Medium



ภาพที่ 37 keywords Summarized from Promotion Medium

ที่มา:ผู้วิจัย

จากการสรุปคำสำคัญข้างต้น สามารถแบ่งการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเสฉวนทางสื่อเป็น 3 ส่วน รูปแบบ เนื้อหา กับ สีลัน

รูปแบบ นิยมใช้ภาพถ่าย ภาพประกอบ ผสมด้วยการบรรยายข้อความ บรรยายากาศกลมกลืน และ น่าสนใจ

เนื้อหา เน้น อาหารที่มีชื่อเสียง วัสดุเครื่องปรุงอาหาร อาหารทานเล่นดั้งเดิม ฟริก หม้อไฟเสฉวน แพนด้า ตลาดท้องถิ่น ชีวิตประจำวันของชาวบ้าน และ ธรรมชาติ

สีลัน ส่วนใหญ่มีสีแดงและ สีเหลือง ซึ่งเป็นสีที่พบเห็นบ่อยในอาหารเสฉวน ใช้สีโทนร้อนและสี

ตรงข้ามเยอะ สีฉูดฉาดสดใส สามารถจับสายตาผู้ชมได้ดี

ทั้งหมดนี้ สามารถเป็นข้ออ้างอิงในขั้นตอนดำเนินงานวิจัย

2.4 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับศิลปะการออกแบบ

2.4.1 หลักศิลปะที่ใช้ในการสร้างสรรค์ศิลปะการออกแบบ

2.4.1.1 ความหมายและรูปแบบภาพประกอบ

จากวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี ได้ให้ความหมายว่า ภาพประกอบเป็นภาพที่เขียนขึ้นเพื่อบอกเล่าเรื่องราวหรือถ่ายทอดเหตุการณ์ต่าง ๆ ให้ผู้อื่นได้รับรู้โดยมีจุดหมายให้สอดคล้องกับเรื่องราวนั้น ๆ และให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง อาจเป็นทั้งภาพประกอบเรื่องในหนังสือ พระคัมภีร์หรือภาพเขียนบนฝาผนังอาคาร สถาปัตยกรรมต่าง ๆ และรวมถึงภาพโฆษณาต่าง ๆ ด้วย

ภาพประกอบเป็นเครื่องมือที่ช่วยมนุษย์บันทึกเรื่องราวของชีวิตมาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ เช่น ภาพเขียนของมนุษย์ยุคโบราณที่อยู่บนผนังถ้ำนั้นจะใช้ วิธีการขูด ชีด เขียนด้วยถ่านและสี ธรรมชาติต่าง ๆ เป็น รูปภาพเพื่อเล่าเรื่องหรือบันทึกเรื่องราววิถีชีวิตประจำวัน ความเชื่อ คน สัตว์ และเหตุการณ์สำคัญ การใช้ภาพประกอบจึงเป็นพื้นฐานการเล่าเรื่องของมนุษย์ ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อ สื่อสารและเพื่อเข้าถึงความรู้สึกด้านสุนทรียศาสตร์ของคนดู (ทาเคชิ อากิยามา, 2559)

จากที่กล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ภาพประกอบเป็นภาพที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อบอกเล่าเรื่องราว เขียนภาพหรือสร้างสรรค์ภาพให้ผู้รับสารเข้าใจข้อมูลที่ต้องการจะสื่อสารให้ถูกต้อง ภาพประกอบ สามารถจูงใจให้เกิดจินตนาการและความเข้าใจเรื่องราวของสิ่งที่จะสื่อสาร สามารถอธิบายความคิดได้ ดีกว่าการนำเสนอด้วยตัวอักษรแค่เพียงอย่างเดียว เป็นส่วนหนึ่งช่วยส่งเสริมการรับรู้ทางด้าน สุนทรียศาสตร์โดยผ่านการสร้างสรรค์ด้วยวิธีหลากหลาย ซึ่งจะทำให้เกิดรูปแบบหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การใช้เส้น รูปทรง รูปทรงแผ่นผิว และแสงเงา มาประกอบเป็นองค์ประกอบสมบูรณ์ โดย ภาพประกอบมีรูปแบบสไตล์ที่กำลังนิยมในปัจจุบันดังนี้

1. รูปแบบเหมือนจริง (Realistic Style)

เป็นรูปแบบที่ต้องการความเป็นธรรมชาติ ความถูกต้อง และบรรยากาศของความเป็นจริงโดย เพื่อถ่ายทอดให้ออกมาในลักษณะที่ชัดเจน มีรายละเอียดที่ทำให้ภาพสมบูรณ์และสมจริงตามหลักของ สัดส่วน การใช้สี แสงเงาตามที่ตาเห็น หรือการถ่ายทอดตามความรู้สึกจากความทรงจำ เพื่อให้เกิด เป็นภาพตามที่นักออกแบบต้องการจะสื่อสาร (กฤติยา แก้วสะอาด, 2564)



ภาพที่ 38 ภาพประกอบตัวอย่างที่ 1

ที่มา: Irakli Nadar, <https://www.artstation.com/artwork/QVwqZ>

2. รูปแบบความรู้สึก (Abstractions)

เป็นรูปแบบที่นักออกแบบสร้างขึ้นโดยใช้รูปทรงที่มองเห็นได้ เช่น เส้น รูปทรง รูปทรงแผ่นผิว สีส และ ลักษณะพื้นผิวสัมผัส นำมาจัดองค์ประกอบอย่างมีเอกภาพ ทำให้เกิดการรับรู้และเกิดการตีความเป็น

การสร้างเนื้อหาให้แก่ภาพนั้น เป็นภาพสัญลักษณ์แทนความหมายต่ออารมณ์ความรู้สึกของนักออกแบบที่จะสื่อสาร



ภาพที่ 39 ภาพประกอบตัวอย่างที่ 2

ที่มา: https://www.freepik.com/premium-vector/vector-art-illustration-abstract-face-mexican-style_2921723.htm

3. รูปแบบวินเทจและย้อนยุค (Vintage and Retro)

รูปแบบวินเทจจากอดีตเป็นแรงบันดาลใจให้กับภาพประกอบวินเทจและย้อนยุค ซึ่งมักจะมาจากช่วงต้นทศวรรษ 1900 จนถึงยุค 90 รูปแบบนี้อาจใช้กับโครงการหนึ่งโดยเฉพาะที่ได้รับแรงบันดาลใจจากธีมย้อนยุคเพื่อถ่ายทอดความรู้สึกบางอย่าง เช่น ความสิ้นสະเทือนของยุค 80 หรือความสง่างามของยุค 20 ที่คาราม นักวาดภาพประกอบอาจได้รับแรงบันดาลใจในการกำหนดสไตล์ที่เป็นเอกลักษณ์ของตนตามสุนทรียศาสตร์แห่งยุคสมัยจากอดีต



ภาพที่ 40 ภาพประกอบตัวอย่างที่ 3

ที่มา: Neil Stevens, <https://crayonfire.co.uk/the-clerkenwell-post>

4. รูปแบบ Flat Illustration

เป็นรูปแบบที่เน้นความเรียบง่าย การใช้งาน ลดทอนกราฟิกที่ไม่จำเป็น เป็นเทรนด์การออกแบบกราฟิกมาแรงในปี 2020 และกำลังจะคงอยู่ต่อไป ภาพประกอบรูปแบบนี้ประกอบด้วยรายละเอียดภาพ 2 มิติที่แบนราบ ตรงข้ามกับกราฟิก 3 มิติที่มีรายละเอียดมากกว่า แทนที่จะใช้รายละเอียด นัก

วาดภาพประกอบที่ทำงานในลักษณะนี้มักจะใช้มุมมองและการเคลื่อนไหวที่น่าสนใจเพื่อให้ภาพมีความลึกและมีชีวิตชีวา



ภาพที่ 41 ภาพประกอบตัวอย่างที่ 4

ที่มา: Levente Szabo, <https://www.behance.net/briskartist>

5. รูปแบบ Semi-flat, Semi-realism

เป็นรูปแบบระหว่างรูปแบบเรียบง่ายและรูปแบบสมจริง มีรายละเอียดของเส้น แสงเงาและพื้นผิวที่นุ่มนวลมากกว่ารูปแบบเรียบง่าย ใช้ลายเส้นและแสงเงาและพื้นผิวถ่ายทอดภาพและตัวละครอย่างพิถีพิถัน เน้นความสมจริงของงานแต่ยังไม่ถึงรูปแบบสมจริง



ภาพที่ 42 ภาพประกอบตัวอย่างที่ 5

ที่มา: Valeri Zarytovski, <https://www.behance.net/valerizaritovski>

6. รูปแบบการวาดเส้นกราฟฟิตี (Graffiti Line Art)

เป็นรูปแบบที่เน้นลายเส้นและสีเส้นจัดจ้าน โดยลายเส้นค่อนข้างหนา และนิยมใช้สีตรงข้ามเพื่อทำให้ภาพมีสีสัน ซึ่งได้รับผลกระทบจาก วัฒนธรรม hip-pop และวัฒนธรรมกราฟฟิตี เป็นรูปแบบที่กำลังนิยมในปัจจุบันนี้



ภาพที่ 43 ภาพประกอบตัวอย่างที่ 6

ที่มา: <https://www.flickr.com/photos/dxtrs/7307112296/in/photostream>

2.4.1.2 หลักองค์ประกอบศิลป์ (Art Elements)

องค์ประกอบศิลป์เป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับนักสร้างสรรค์ชิ้นงานศิลปะ ที่จะนำมาเพื่อสร้างสรรค์ผลงานทุกรูปแบบได้ดี และสมบูรณ์ ได้แก่

เส้น(Line)

คือจุดหลายๆจุดต่อกันเป็นสาย เป็นแถวแนวไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง เป็นทางยาวหรือจุดที่เคลื่อนที่ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งด้วยแรงผลักดัน หรือรอยขีดเขียนของวัตถุเป็นรอยยาว โดยมีหลายลักษณะและแต่ละลักษณะก็ให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น เส้นตรงให้ความรู้สึกมั่นคง แข็งแรง เส้นนอนให้ความรู้สึกสงบ ราบเรียบ แสดงพื้นระนาบ เส้นโค้งให้ความรู้สึกเคลื่อนไหว นุ่มนวล อ่อนหวาน ขณะที่เส้นหยักให้ความรู้สึกรุนแรง เคลื่อนไหวฉับพลัน และเส้นขดให้ความรู้สึกหมุนเวียน วกวน เป็นต้น นอกจากนี้ เส้นยังสามารถแสดงออกถึงบุคลิกภาพลักษณะความแตกต่างของบุคคลและวัตถุต่าง ๆ ที่ใช้ การใช้เส้นให้ประสานกลมกลืนกันจะช่วยให้แลดูมีระเบียบ การใช้เส้นโค้งในงานศิลปะหรือการออกแบบโดยให้ความประสานสัมพันธ์กัน จะช่วยให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย ความสงบ และอ่อนโยน

รูปร่างและรูปทรง(Shape and Form)

รูปร่างและรูปทรงเป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้เส้นในรูปแบบต่าง ๆ ถ้าหากเพียงลากเส้นให้เกิดขอบเขตของภาพมีแต่ความกว้าง ความยาว จึงสามารถเรียกรูปที่เกิดขึ้นว่า รูปร่าง แต่เมื่อเพิ่มเติมเส้นให้เกิดเป็นรูปทรงปริมาตร หรือมีความหนาเกิดขึ้น เราเรียกว่า รูปทรง รูปร่างจึงมีลักษณะเป็น 2 มิติ ส่วนรูปทรงเป็น 3 มิติ รูปร่างรูปทรงจะเปลี่ยนแปลงความรู้สึกได้ ถ้าอยู่ในพื้นที่ ทิศทาง และองค์ประกอบแวดล้อมแตกต่างกัน เช่นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า และรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสให้ความรู้สึกคงที่สงบ แต่ถ้าจัดให้รูปร่างนั้นวางเอียงหรือวางตรงมุม ความรู้สึกสมดุล ความสงบก็จะเปลี่ยนไปพื้นที่ ส่วนรูปร่างและรูปทรงแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

1.รูปร่างธรรมชาติ (Natural Shape) หมายถึง รูปร่างที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น คน สัตว์ และพืช เป็นต้น

2.รูปร่างเรขาคณิต (Geometrical Shape) หมายถึง รูปร่างที่มนุษย์สร้างขึ้นมีโครงสร้างแน่นอน เช่น รูปสามเหลี่ยม รูปสี่เหลี่ยม เป็นต้น

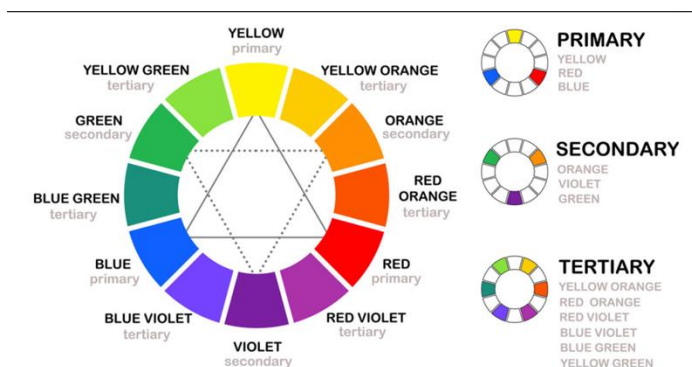
3.รูปร่างอิสระ (Free Shape) หมายถึงรูปร่างที่เกิดขึ้นตามความต้องการของผู้สร้างสรรค์ให้ความรู้สึกที่เป็นเสรี ไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนของตัวเอง เป็นไปตามอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม เช่น รูปร่างของหยดน้ำ เมฆ และควัน เป็นต้น

4.รูปทรง (Form)หมายถึงโครงสร้างทั้งหมดของวัตถุที่ปรากฏแก่สายตาในลักษณะ 3 มิติ คือมีทั้งส่วนกว้าง ส่วนยาว ส่วนหนาหรือลึก คือ จะให้ความรู้สึกเป็นแท่ง มีเนื้อที่ภายใน มีปริมาตร และมีน้ำหนัก

สี(Color)

สีเกิดจากแสงที่ส่องกระทบผิววัตถุ และสะท้อนแสงค่าของสีออกมาสู่สายตา สีที่ปรากฏในวงจรสีธรรมชาติมีมากมายหลายสี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีฟ้า สีม่วง สีแสด สีดำ ฯลฯ สีต่าง ๆ เหล่านี้ช่วยให้งานสร้างสรรค์ศิลปะมีความน่าสนใจ และยังบอกเรื่องราวของปรากฏการณ์ วัตถุ ได้ใกล้เคียงความเป็นจริง

สำหรับทฤษฎีสีที่ถูกนำมาอ้างอิงในการสร้างสรรค์งานศิลปะ ซึ่งเป็นที่รู้จักคุ้นเคยกันเป็นอย่างดีคือ ทฤษฎีสีของหลุยส์ แพรง (Louis Prang) มิลตัน แบริดลีย์ (Milton Bradley) อาร์เธอร์ โป๊ป (Arther Pope) เฮอริเบิร์ต อี.อีฟส์ (Herbert E.lves) ซึ่งบุคคลที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ล้วนเป็นนักค้นคว้าด้านศิลปะที่มีชื่อเสียง ส่วนสาระเด่นของทฤษฎีสีของแพรงและคณะที่กล่าวมานี้ แบ่งวงสีออกเป็น 3 กลุ่ม ทฤษฎีสีบนพื้นฐานของเนื้อสี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน เมื่อจับคู่ผสมกันก็จะได้สีแท้อื่น ๆ เพิ่มขึ้น และถ้านำสีพื้นฐานทั้ง 3 สีผสมกันก็จะได้สีดำ หรือสีน้ำตาลเข้ม ส่วนสีแดง สีเหลืองและสีน้ำเงิน ในวงสีเรียกว่า สีหลักหรือสีขั้นที่หนึ่ง (Primary Colors) ซึ่งเชื่อกันว่าสีเหล่านี้ไม่สามารถผสมจากสีอื่นได้ แต่เมื่อนำสีคู่ใดคู่หนึ่งของสีหลักผสมกันก็จะได้สีขั้นที่สอง (Secondary Colors) คือสีเหลืองผสมกับสีน้ำเงิน เกิดเป็นสีเขียว สีเหลืองผสมสีแดง เกิดเป็นสีส้ม สีแดงผสมกับสีน้ำเงินเกิดเป็นสีม่วง และถ้าผสมสีขั้นที่หนึ่งและสอง ซึ่งอยู่ใกล้กันในวงสีก็จะได้สีขั้นที่สาม (Tertiaries) คือ สีเหลืองส้ม ส้มแดง ม่วงแดง ม่วงน้ำเงิน น้ำเงินเขียว เขียวเหลือง



ภาพที่ 44 วงจรสี

ที่มา: <https://www.chanwity.com/color-theory/>

ส่วนความสัมพันธ์ของสีในวงสี สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ ความกลมกลืนของสี (Color Harmony) ซึ่งเป็นการใช้สีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไปให้กลมกลืนกัน สีกลมกลืนเอกรงค์ (Monochromatic Harmony) เป็นการใช้สีเพียงสีใดสีหนึ่งซึ่งมีน้ำหนักอ่อนแก่หลายน้ำหนักให้กลมกลืนกัน สีกลมกลืนคล้ายกัน (Analogous Harmony) เกิดจากสีที่อยู่ใกล้เคียงในวงสี เช่นกลุ่มสีส้ม สีเหลืองส้ม และสีเหลืองเป็นต้น และสีกลมกลืนสามเส้า (Triad Harmony) เป็นการใช้สี 3 สีจากวงสี

สำหรับคุณสมบัติของสี (Color Property) ตามทฤษฎีของชลูต นิมเมสมอ(2544, :54-61)ได้แบ่งคุณสมบัติของสีไว้ 3 ลักษณะคือ ความเป็นสี (Hue) หมายถึงเป็นสีอะไร เช่น แดง เหลือง เขียว ฯลฯ ตามธรรมชาติ น้ำหนักของสี (Value) หมายถึงความสว่างหรือความมืดของสี ถ้าเราผสมสีขาวเข้าไปในสีหนึ่ง สีนั้นจะสว่างขึ้น หรือมีน้ำหนักอ่อนลง และความจัดของสี (Intensity) หมายถึง ความสดหรือความบริสุทธิ์ของสีหนึ่ง สีที่ถูกลมผสมด้วยสีต่างจะหม่นลง ความจัดหรือความบริสุทธิ์จะลดลง

นอกจากนี้ วรรณะของสีก็เป็นพื้นฐานสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงาน วรรณะของสี คือ สีที่ให้ความรู้สึกร้อน-เย็น ในวงจรจะมีสีร้อน 7 สี และสีเย็น 7 สี ซึ่งแบ่งที่สีม่วงสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้งสองวรรณะ แบ่งออกเป็น 2 วรรณะ

วรรณะสีร้อน(Warm Color) ประกอบด้วยสีเหลือง สีส้มเหลือง สีส้มแดง สีม่วงแดง และสีม่วง สีในวรรณะร้อนนี้จะไม่ใช่สีสดๆดังที่เห็นในวงจรสีเสมอไป เพราะสีในธรรมชาติย่อมมีสีแตกต่างไปกว่าสีในวงจรสีธรรมชาติอีกมาก ถ้าหากสีใดค่อนข้างไปทางสีแดงหรือสีส้ม เช่น สีน้ำตาลหรือสีเทาอมทอง ก็ถือว่าเป็นสีวรรณะร้อน

วรรณะสีเย็น(Cool Tone) ประกอบด้วยสีเหลือง สีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียวน้ำเงิน สีนํ้าเงิน สีม่วงน้ำเงิน และสีม่วง ส่วนสีอื่น ๆ ถ้าหนักไปทางสีน้ำเงินและสีเขียวก็เป็นสีวรรณะเย็นดังเช่น สีเทา สีดำ สีเขียวแก่ เป็นต้น จะสังเกตได้ว่าสีเหลืองและสีม่วงอยู่ที่ทั้งวรรณะร้อนและวรรณะเย็น ถ้าอยู่ในกลุ่มสีวรรณะร้อนก็ให้ความรู้สึกร้อนและถ้าอยู่ในกลุ่มสีวรรณะเย็นก็ให้ความรู้สึกเย็นไปด้วย

สีเหลือง		สีม่วง
สีส้มเหลือง		สีม่วงน้ำเงิน
สีส้ม		สีน้ำเงิน
ส้มแดง		สีเขียวน้ำเงิน
สีแดง		สีเขียว
สีม่วงแดง		สีเขียวเหลือง

ภาพที่ 45 วรรณะของสี

ที่มา: http://naphat36.blogspot.com/2016/09/blog-post_84.html

จิตวิทยาสี (Color Psycho) ก็เป็นเรื่องสำคัญ มีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกัน เพราะสีแต่ละสีมีพลังปลุกเร้าการตอบสนองของอารมณ์นอกจากคุณภาพด้านอื่น ๆ แล้ว ยังมีอุณหภูมิเชิงจิตวิทยาอยู่ในตัวของมัน Eiseman (2000:62-63) ได้สรุปความหมายของสีและผลกระทบที่มีต่ออารมณ์และความรู้สึกดังนี้

สีขาว คือ ความบริสุทธิ์ ความสงบเรียบง่าย

สีเหลือง คือ ความอบอุ่น มิตรภาพ ความสนุกสนาน

สีเขียว คือ ความสงบ เป็นธรรมชาติ มีชีวิตชีวา

สีส้ม คือ ความคิดสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่น ไร้กังวลสนุกสนาน

สีแดง คือ ความร้อนแรง ตื่นเต้น ทำทนาย มีอิทธิพลด้านราคา

สีชมพู คือ ความอ่อนหวาน นุ่มนวล

สีม่วง คือ ความหรูหรา สง่างาม ลึกลับ

สีฟ้า คือ ความสว่าง อิสระเสรี สงบ เยือกเย็น และมีความคิดสร้างสรรค์เพิ่มมากขึ้น

สีน้ำตาล คือ มีความมั่นคงเด็ดเดี่ยว สุขุม เรียบง่าย

สีเทา คือ ความสมดุล ความร่วมมือ มีความเป็นกลาง

สีดำ คือ ความเข้มแข็ง ลึกลับ ทำทนาย

พื้นผิว(Texture)

หมายถึง ลักษณะความแตกต่างที่ปรากฏบนระนาบหรือบนพื้นผิวใด ๆ อาจจะเป็นผิวเรียบ หยาบ มัน ขรุขระ พื้นผิวถือเป็นส่วนประกอบศิลปะที่สำคัญที่จะช่วยบอกความแตกต่างของวัตถุ บอกถึงบรรยากาศก่อให้เกิดอารมณ์สุนทรีย์แก่ผู้พบเห็น ในงานสร้างสรรค์ภาพประกอบจำนวนมากนิยมให้คุณลักษณะของพื้นผิวนั้นเรื่องราวของภาพให้โดดเด่นน่าสนใจ อาจจะทำขึ้นด้วยการระบายสี การพิมพ์ การวาดเส้น หรือการปะติดด้วยวัสดุต่าง ๆ

แสงและเงา(Light and Shadow)

คือค่าความเข้มของแสง เมื่อแสงกระทบวัตถุ ส่วนที่รับแสงจะมีความสว่าง ส่วนด้านตรงข้ามที่แสงส่องจะเป็นเงาค่าของแสงและเงาช่วยให้การรับรู้ของวัตถุ เกิดมิติ ตื้นลึก ปริมาณและชนิดของแสงที่ตกลงกระทบบนวัตถุ จะก่อให้เกิดอารมณ์และความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น แสงยามเย็นที่พระอาทิตย์กำลังจะลับขอบฟ้า จะทำให้รู้สึกหม่นหมอง สงบเงียบ แต่แสงยามรุ่งอรุณที่เริ่มทอแสงทองสว่างก็จะทำให้รู้สึกสดชื่น มีพลังแห่งความหวัง

หลักการใช้แสงและเงา แบ่งค่าออกเป็น 6 ค่า ดังนี้

1. แสงสว่างที่สุด (High Light) เป็นส่วนของวัตถุที่กระทบแสงโดยตรงจึงทำให้บริเวณที่มีแสงสว่างที่สุด มีลักษณะมันวาว ในการวาดเส้นแรเงาบริเวณนี้ จะมีน้ำหนักอ่อนที่สุด ซึ่งอาจทำขึ้นได้โดยใช้วิธีลบด้วยยางลบ

2. แสงสว่าง (Light) เป็นส่วนของวัตถุที่ไม่ได้ปะทะแสงโดยตรง แต่อยู่ในพื้นที่ที่ได้รับอิทธิพลจากแสงนั้น ในการแรเงาน้ำหนักบริเวณนี้จะต้องทำให้น้ำหนักอ่อนจาง แต่ก็ยังมีน้ำหนักแก่บริเวณที่เป็นแสงสว่างที่สุดเล็กน้อย

3. เงา (Shadow) เป็นส่วนของวัตถุที่ได้รับอิทธิพลของแสงเพียงเล็กน้อยการแรเงาน้ำหนักนี้จะต้องให้มีน้ำหนักแก่กว่าบริเวณแสงสว่างพอสมควร

4. เงามืด (Core of Shadow) เป็นส่วนของวัตถุที่ไม่มีอิทธิพลของแสงเลย จึงเป็นบริเวณที่ต้องแรเงาน้ำหนักเข้มที่สุด ยิ่งกว่าส่วนอื่น ๆ ทั้งหมด

5. แสงสะท้อน (Reflected Light) เป็นส่วนของวัตถุที่ไม่ได้กระทบแสงโดยตรง แต่เป็นบริเวณที่กระทบแสงสะท้อนจากวัตถุอื่นที่อยู่ใกล้ ๆ นั้น น้ำหนักบริเวณนี้จะอ่อนกว่าบริเวณเงามืด ค่าของแสงสะท้อนจะให้ความรู้สึกเหมือนจริง และมีอากาศอยู่โดยรอบ

6. เงาดกทอด (Cast Shadow) เป็นบริเวณที่เป็นเงาของวัตถุชิ้นนั้นทอดไปตามพื้นทีรองรับ ซึ่งมีน้ำหนักแก่กว่าบริเวณที่เป็นแสงสะท้อน ขนาดและรูปร่างของเงาดกทอดจะเป็นอย่างไร ย่อมขึ้นอยู่กับรูปร่างของวัตถุ ตำแหน่งและต้นกำเนิดแสงทำมุมกับพื้นระนาบ ประมาณ 45 องศา

บริเวณว่าง(Space)

คือพื้นที่ปรากฏและยังรวมไปถึงมิติหรือความตื้นลึกของสิ่งที่ปรากฏในความรู้สึกทางการเห็นในงานทัศนศิลป์ มีบริเวณว่าง 2 มิติ และบริเวณว่างที่เป็นจริงแบบ 3 มิติ ที่สามารถสัมผัสความตื้นลึกได้ เช่น บริเวณว่างของประติมากรรม เครื่องปั้นดินเผา สถาปัตยกรรม ส่วนบริเวณว่าง 2 มิติ คือความกว้างและความยาว แต่อาจจะมีมิติที่ 3 ซึ่งเป็นมิติลวงตา

2.4.1.3 หลักการทางศิลปะ (Principles of Art)

หลักการของศิลปะ คือ การนำเอาส่วนประกอบของศิลปะมาประสานเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ผลงานที่มีเอกภาพและความงามตามต้องการ ซึ่งจะช่วยเสริมคุณค่าทางสุนทรียะให้กับงานศิลปะนั้น ๆ หลักการศิลปะที่นำมาใช้ในการสร้างสรรค์ภาพประกอบได้แก่

ความสมดุล(Balance)

คือความสมดุลของส่วนประกอบต่าง ๆ ในการจัดองค์ประกอบศิลปะ ความเท่ากันเสมอกันมีน้ำหนักหรือความกลมกลืนพอเหมาะพอดี โดยมีแกนสมมติทำหน้าที่แบ่งภาพให้ซ้าย ขวา บน ล่าง ให้เท่ากัน การเท่ากันอาจไม่เท่ากันจริง ๆ ก็ได้ แต่จะเท่ากันในความรู้สึกตามที่ตามองเห็น ผลงานที่ขาดความสมดุลนั้นอาจทำให้ดูขัดตา และขาดความสัมพันธ์กัน

การเน้น(Emphasis)

คือความสมดุลของส่วนประกอบต่าง ๆ ในการจัดองค์ประกอบศิลปะ ผลงานที่ขาดความสมดุลนั้นอาจทำให้ดูขัดตา และขาดความสัมพันธ์กัน การเน้นกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การสร้างความแตกต่างให้เกิดขึ้นในภาพ เช่น ภาพที่จัดวางให้รูปร่างรูปทรงที่มีขนาดเล็กเล็กกัน หรือขนาดเท่าๆ กัน เมื่อทำให้เกิดการเน้นภาพ ก็อาจจะสร้างรูปทรงขนาดใหญ่กว่าปกติแทรกขึ้นระหว่างรูปทรงที่มีขนาดเท่าๆ กัน นั้น หรือการระบายสีเข้มตัดกับโทนสีส่วนใหญ่เป็นต้น

ความกลมกลืน(Harmony)

หมายถึง วิธีการนำเอาส่วนประกอบศิลปะมาผสมผสานกันในลักษณะที่คล้ายคลึง สอดคล้อง และเชื่อมโยงทุกส่วนมาเป็นส่วนเดียวกันทั้งภาพ โดยหลีกเลี่ยงการจัดภาพแบบขัดแย้งหรือตัดกัน ตัวอย่างเช่น การจัดวางโครงสร้างสีในภาพ โดยใช้สีใกล้เคียงกันในวงจรสี หรือการสร้างภาพที่มีรูปร่างรูปทรงเหมือนๆ กัน

ความหลากหลาย(Variety)

คือ การนำเอาส่วนประกอบของศิลปะมาสร้างภาพ โดยไม่จำเป็นต้องให้เกิดความประสานกลมกลืน แต่กลับทำให้ภาพมีความสลับซับซ้อนในการจัดวาง การสร้างความขัดแย้งขึ้นในภาพด้วยเส้น รูปร่าง รูปทรง สี ขนาด และพื้นผิว เป็นต้น ความหลากหลายนี้ทำให้ภาพเกิดความน่าสนใจชวนให้ติดตาม ค้นหาเรื่องราวและความหมาย

ความลดหลั่น(Gradation)

หมายถึง ค่าระดับของสีแก่ สีอ่อน ที่ลดหลั่นกันอย่างค่อยเป็นค่อยไป เช่นระดับสีเทา ที่เข้มจากแก่ไปหาอ่อน หรืออีกลักษณะหนึ่งคือการเกลี่ยสีสองสีที่ระบายอยู่เคียงข้างกัน ซึ่งอาจมีสีต่างกันหรือระดับแก่อ่อนต่างกันให้กลืนเข้าหากัน โดยไม่มีรอยต่อให้เห็นเด่นชัด สีน้ำมันและสีพาสเทลเป็นสีที่สามารถเกลี่ยได้ในลักษณะนี้ แต่สีประเภทสีฝุ่น สีน้ำทึบ และสีประเภทพอลิเมอร์ ไม่สามารถเกลี่ยให้สี

กลืนเข้าหากันเช่นนี้ได้ สีนํ้าเมื่อระบายสองสีในลักษณะโปร่งใต และใช้สองสีไหลเข้าหากันขณะเปียกก็พอจะนับได้ว่าเป็นการเกลี่ยสีเช่นกัน

จังหวะ(Rhythem)

คือการซ้ำกันของส่วนประกอบศิลปะ เช่น การซ้ำกันของเส้น รูปร่าง รูปทรง สี ฯลฯ โดยการซ้ำกันนี้มีทิศทางไปในทางเดียวกัน ทำให้เกิดความรู้สึกเคลื่อนไหว เป็นวิธีการที่ศิลปินและนักออกแบบนิยมใช้กัน เมื่อต้องการให้ผลงานรู้สึกมีความเคลื่อนไหว จังหวะในการงานทัศนศิลป์ถ้าเทียบได้ก็คงคล้ายคลึงกับจังหวะในเสียงดนตรี ที่อาจจะเป็นจังหวะช้า เร็ว หรือจังหวะที่ผสมผสานระหว่างช้า – เร็ว ทำให้เสียงดนตรีมีความไพเราะ

สัดส่วน(Proportion)

สัดส่วนในหลักการจัดองค์ประกอบศิลป์ หมายถึง ความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ของส่วนต่าง ๆ ที่มีต่อกันและกัน และมีต่อสัดส่วนโดยรวม ที่จริงแล้วคำนี้มีความหมายเฉพาะความสัมพันธ์เชิงคณิตศาสตร์ และเรขาคณิตของส่วนต่าง ๆ บนร่างกายมนุษย์ และอัตราส่วนของแต่ละส่วนหรือแต่ละหน่วยที่มีต่อส่วนอื่น ๆ หรือส่วนรวมทั้งหมดของรูปทรงหรือมวลทฤษฎี

เอกภาพ(Unity)

คือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ความสอดคล้องกลมกลืนเป็นหน่วยเดียว ของเนื้อหาและรูปทรง ด้วยการจัดองค์ประกอบให้มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน เป็นกลุ่มก้อนไม่กระจัดกระจายโดยการจัดระเบียบของรูปทรง จังหวะ เนื้อหาให้เกิดดุลยภาพจะได้สื่ออารมณ์ความรู้สึก ความหมายได้ง่ายและรวดเร็ว ความเป็นเอกภาพในงานศิลปะ ช่วยให้งานโดดเด่นมีคุณค่า

2.4.2 การวิเคราะห์ศิลปะ รูปแบบ China Chic

China Chic เป็นรูปแบบสไตล์ที่กำลังยอดนิยมในประเทศจีน ภาษาจีนคือ 国潮 (Guo Chao) 国 หมายถึง ประเทศ ชาติ 潮 หมายถึง กระแสแฟชั่น ซึ่งทั้งหมดหมายถึง กระแสแฟชั่นแห่งชาติ ถ้าแปลตรง ๆ ภาษาอังกฤษ คือ National Trend แต่ถ้าเป็นกระแสแฟชั่นของประเทศจีนในนี้ เรียกว่า China Chic ปัจจัยสำคัญของสไตล์ china chic มี องค์ประกอบวัฒนธรรมดั้งเดิม และมีแนวคิดออกแบบล่าสุด กระแสแฟชั่นแห่งชาติ เป็น ปราบกฏการณ์ที่ได้รับผลกระทบของวัฒนธรรมกระแสแฟชั่น (Qu Hongyang,2021:16)

ความเป็นมาและตัวอย่างของ China Chic

China Chic เริ่มเกิดขึ้นในปี 2561 โดยเริ่มต้นจากแบรนด์กีฬาแห่งชาติ Li-Ning ที่ได้เข้าร่วม New York Fashion Week โดยได้นำชุดที่มีศิลปวัฒนธรรมจีนพร้อมมีองค์ประกอบแฟชั่นแสดงให้ทั่วโลกเห็นว่า นี่คือนี่คือ China Chic การออกแบบของแบรนด์ Li-Ning ผสมผสานองค์ประกอบวัฒนธรรมจีนแบบดั้งเดิมกับองค์ประกอบแฟชั่น เช่น นำสถาปัตยกรรมในพระราชวังต้องห้ามตีความใหม่ และ

ออกแบบลวดลายที่มีเอกลักษณ์พระราชวังต้องห้ามบนเสื้อผ้าและรองเท้า ไม่ว่าจะเครื่องกาย
ไปสเตอร์ การตกแต่งร้าน ทั้งก็แสดงให้เห็นสไตล์โดดเด่นของ Li-Ning ที่ได้นำ china chic สู่อสากล



ภาพที่ 46 Brand Li-Ning

ที่มา: <https://www.digitaling.com/>

ตัวอย่างอีกอันหนึ่งที่ต้องพูดถึงคือ การสร้างสรรค์ของพิพิธภัณฑพระราชวังต้องห้าม
พิพิธภัณฑพระราชวังต้องห้าม ได้เริ่มสร้างแบรนด์เชิงวัฒนธรรมในปี 2557 โดยได้นำลักษณะของ
พระราชวังต้องห้ามมาออกแบบสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้พระราชวังอันน่าเกรงขามและสง่างามนี้สามารถ
เข้าถึงชีวิตประจำวันของประชาชน และให้ประชาชนได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ของพระราชวังด้วย
ตั้งแต่ปี 2557 จนถึงปัจจุบัน ได้มีการนำสัญลักษณ์พระราชวังต้องห้ามมาออกแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ
จำนวนกว่า 10,000 ประเภท ซึ่งครอบคลุมไปถึง สิ่งของในชีวิตประจำวัน เสื้อผ้า สมุดและหนังสือ
เครื่องสำอาง เครื่องประดับ และเกมส์ เป็นต้น



ภาพที่ 47 ผลิตภัณฑ์ของพิพิธภัณฑ์พระราชวังต้องห้าม

ที่มา: Taobao

หลังจาก Li-Ning และ พิพิธภัณฑ์พระราชวังต้องห้ามได้ประสบความสำเร็จในการนำ China Chic เข้าถึงตลาดสังคมและชีวิตประจำวันของประชาชน China Chic ก็เริ่มฮอตฮิตในอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกาย อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง และ อุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น โดยสามารถเห็นได้ชัดจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ของสินค้าแห่งชาติ เช่น แบรนด์ Hua Xi Zi และ แบรนด์ Bai Que Ling



ภาพที่ 48 ผลิตภัณฑ์ Hua Xi Zi

ที่มา: <https://www.google.com/>

China Chic illustration

ภาพประกอบสไตล์กระแสแฟชั่นแห่งชาติ เป็น ภาพประกอบที่มีทั้งลักษณะของชาติและมีสไตล์แฟชั่นเข้ามาเกี่ยวข้องด้วยโดยได้รับการเผยแพร่และความนิยมจากกลุ่มวัยรุ่นเป็นอย่างมาก ต่อไปนี้ ภาพประกอบสไตล์กระแสแฟชั่นแห่งชาติจีน เราเรียกย่อกันว่า China Chic illus

จากการศึกษาของ (Hu Qingran, An Yujia, Han Jlnghua, 2020:130-131) องค์ประกอบที่ใช้ใน China Chic illus ปกติสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ 1. สัญลักษณ์ของวัฒนธรรมเทศกาลต่าง เช่น เทศกาลวันตรุษจีน เทศกาลวันไหว้พระจันทร์ 2. สัญลักษณ์วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ เช่น ตัวละครในตำนานโบราณ 3. สัญลักษณ์ของสถาปัตยกรรมโบราณ เช่น วัดเก่า พระราชวัง

โบราณสถาน 4. สัญลักษณ์ของศิลปะท้องถิ่น เช่น ลวดลายท้องถิ่นต่าง ๆ และศิลปะต่าง ๆ การจัดองค์ประกอบภาพปกติแบ่งออกเป็น 3 ประเภท 1. ตัวหลักอยู่ใจกลางภาพ ตัวเสริมวางอยู่รอบตัวหลักเหมือนแสงอาทิตย์ 2. ให้ภาพเต็มไปด้วยตัวหลักและตัวเสริม ไม่มีพื้นที่ว่างเปล่า 3. ใช้ทัศนมิติแบบสามจุด รวบรวมทุกสิ่งทุกอย่างในฉากเดียวกัน

การใช้สีของ China Chic illus ได้รับผลกระทบจากภาพพิมพ์แกะสลักไม้ตรุษจีนซึ่งเป็นศิลปะการวาดภาพแขนงหนึ่งของชาวจีน มีเอกลักษณ์คือ สีที่ใช้วาดมีสีสดใส(สีแดง สีเขียว สีเหลือง สีม่วง สีดำ) เนื้อหาและเรื่องราวในภาพมักจะเป็นสิ่งที่ เป็นมงคล ลักษณะการใช้สีของ China Chic illus คือ 1. ความจัดของสีสูง 2. ความสมดุลของสี 3. สีตรงข้ามเพิ่มความโดดเด่นให้กับภาพและจับสายตา

ด้วยเงื่อนไขดังกล่าว สไตล์ของ China Chic illus ในตลาดทั่วไปที่พบเจอ สามารถแบ่งออกเป็นประเภทดังต่อไปนี้

1. สีมี่ความสมดุล เป็นสีใกล้เคียง รอยเส้นไม่ชัดเจน



ภาพที่ 49 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 1
ที่มา:ผู้วิจัยค้นหาใน Xiao Hongshu App

2. ใช้สีตรงข้าม ความจัดของสีสูง มีรอยเส้นที่ชัดเจน ผสมสไตล์กราฟฟิคดี



ภาพที่ 50 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 2

ที่มา: <https://www.zcool.com.cn/work/ZMzM5MDY2OTY=.html>

3. สีส้มความเป็นย้อนยุค ผสม สไตล์ retro



ภาพที่ 51 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 3

ที่มา: <https://www.zcool.com.cn/work/ZMzg2NzczODg=.html>

4. สีที่ใช้ไม่เกิน 2 สี ปกติจะเป็นสีตรงข้าม ภาพวาดเป็นแบบวาดเส้น ไม่ค่อยระบายสีหมด พร้อมมีคำมงคล



ภาพที่ 52 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 4

ที่มา: <https://www.zcool.com.cn/work/ZNDIwNTQ4NTI=.html>

5. ผสมสไตล์สีฟู่กันจีน มีพื้นที่ว่างเปล่าเยอะ



ภาพที่ 53 ตัวอย่าง China Chic illus ที่ 5

ที่มา: <https://www.zcool.com.cn/work/ZNTM2NjMyMDg=.html>

2.4.3 หลักการทางสุนทรียภาพ (Aesthetic Principle)

สุนทรียภาพ เป็นความรู้สึกและรับรู้ได้ถึงความงดงาม ทั้งที่อยู่ในธรรมชาติ และเกิดขึ้นจากการสร้างสรรค์ จึงเป็นสภาพการณ์และความสัมพันธ์ของอารมณ์ (Emotions) และจิตใจ (Mind) ที่มีต่อการรับรู้และชื่นชมความงดงาม (Beauty) ของแต่ละบุคคล ซึ่งอาจพัฒนาต่อไปถึงขั้นซาบซึ้ง ชื่นชมหลงใหล และส่งผลต่อบุคลิกภาพ รสนิยม ความรู้สึกนึกคิด การตัดสินใจคุณค่า รวมทั้งการตัดสินใจ และพฤติกรรมของผู้คนต่อไป

คำว่า “สุนทรียภาพ” (Aesthetics) เป็นคำในภาษากรีก หมายถึง การรับรู้ทางความรู้สึก (Sense Perception) จึงเน้นย้ำที่ความรู้สึก และอารมณ์ของแต่ละบุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่ให้คุณค่าสุนทรียภาพแตกต่างกันไป ความหมายของสุนทรียภาพในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 ให้ความหมายว่า ความเข้าใจ และความรู้สึกของแต่ละบุคคลที่มีต่อความงามในธรรมชาติหรืองานศิลปะ

สุนทรียภาพ เป็นผลมาจากการเกิดประสบการณ์ที่เป็น “สุนทรียะ” และวิทยาการทางด้านนี้เรียกว่า “สุนทรียศาสตร์” ซึ่งเป็นวิชาว่าด้วยความนิยมความงาม จะเห็นได้ว่า “สุนทรียะ” “สุนทรียภาพ” และ “สุนทรียศาสตร์” เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกัน เป็นเรื่องราวที่ว่าด้วยความงามที่เกี่ยวกับความรู้สึกอันละเอียดอ่อน มีอารมณ์และความรู้สึกถึงความงาม สุนทรียศาสตร์เป็นปรัชญาศิลปะที่มีเนื้อหาสาระของวิชาคือ การค้นหารูขุมทรัพย์ของความงาม(ดร.กฤษณ์นัต วัฒนารณรงค์,2556)

2.5 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร

2.5.1 ทฤษฎีการสื่อสาร

ทฤษฎีการสื่อสาร (communication theory) คือ การอธิบายการสื่อสารในด้านความหมาย กระบวนการ องค์ประกอบ วิธีการ บทบาทหน้าที่ ผล อิทธิพล การใช้ การควบคุม แนวคิดของศาสตร์ต่าง ๆ แนวโน้มอนาคต และปรากฏการณ์เกี่ยวกับการสื่อสาร แต่การอธิบายต้องมีการอ้างอิงอย่างมีเหตุผลที่ได้จากหลักฐาน เอกสาร หรือปากคำของมนุษย์

ฮาโรลด์ ลาสเวลล์ (Harold Lasswell) ทำการวิจัยเรื่องการสื่อสารมวลชนไว้ในปี พ.ศ. 2491 และได้คิดสูตรการสื่อสารและกระบวนการสื่อสารที่สอดคล้องกัน โดยในการสื่อสารนั้นจะต้องตอบคำถามต่อไปนี้ให้ได้ คือ

ใคร → พูดอะไร → โดยวิธีการและช่องทางใด → ไปยังใคร → ด้วยผลอะไร

ใคร (Who) เป็นผู้ส่งหรือทำการสื่อสาร เช่น ในการอ่านข่าว ผู้อ่านข่าวเป็นผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้ฟังที่บ้าน

พูดอะไร (Say What) เป็นสิ่งที่เกี่ยวกับเนื้อหาข่าวสารที่ส่งไป ผู้ส่งจะส่งเนื้อหาอะไรโดยจะเป็นข่าวสารธรรมดา เพื่อให้ผู้รับทราบความเคลื่อนไหวของเหตุการณ์ต่าง ๆ ในแต่ละวัน

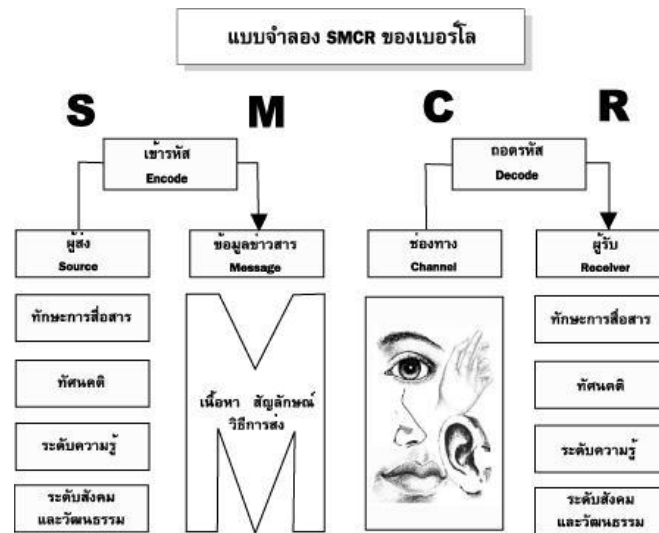
โดยวิธีการและช่องทางใด (By what means, in what channel) ผู้ส่งทำการส่งข่าวสารโดยการพูด การแสดงกริยาท่าทาง ใช้ภาพหรืออาจจะใช้อุปกรณ์ระบบไฟฟ้า เช่น ไมโครโฟน หรือเครื่องเล่นวีซีดี เพื่อถ่ายทอดเนื้อหาข่าวสารให้ผู้รับได้โดยสะดวก

ส่งไปยังใคร (To whom) ผู้ส่งจะส่งข่าวสารไปยังผู้รับ เป็นใครบ้าง เนื่องในโอกาสอะไร ผู้ส่งย่อมต้องทราบว่าผู้รับเป็นกลุ่มใด เพื่อสามารถเลือกสรรเนื้อหาและวิธีการส่งให้เหมาะสมกับผู้รับ

ได้ผลอย่างไร (With what effect) การส่งข่าวสารนั้นเพื่อให้ผู้รับฟังผ่านไปหรือจดจำด้วย ซึ่งต้องอาศัยเทคนิควิธีการที่แตกต่างกัน

ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล (Berlo)

แบบจำลอง SMCR ของเดวิด เค.เบอร์โล (David K. Berlo) ได้พัฒนาทฤษฎีที่ผู้ส่งจะส่งสารอย่างไร และผู้รับจะรับแปลความหมาย และมีการโต้ตอบกับสารนั้นอย่างไร ทฤษฎี SMCR ประกอบด้วย



ที่มา : ศึกษาจากหนังสือเทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรมของ กิตานันท์ มลิทอง
ภาพที่ 54 รูปแบบจำลอง SMCR ของเบอร์โล

ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับ เพื่อผลของการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งเป็นอย่างดี และควรมีความสามารถปรับระดับข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

ข้อมูลข่าวสาร(Message) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

ช่องทางในการส่ง(Channel) เป็นการส่งข่าวสารให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใดส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถถอดรหัสสาร (decode) เป็นผู้ที่มีทัศนคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรมเช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกับผู้ส่ง จึงจะทำให้การสื่อความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

2.5.2 ประเภทของสื่อในการสื่อสาร

โดยปกติทั่วไปมีการแบ่งประเภทของสื่อไว้หลายประเภท และหลายหลักเกณฑ์(Criteria) ได้ประมวลสรุปไว้ดังนี้

1. แบ่งตามวิวัฒนาการ ได้แก่ สื่อประเพณี (Traditional media) สื่อมวลชน (Mass media) และสื่อเฉพาะกิจ (Specialized media)
2. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางสังคม ได้แก่ สื่อข่าวสาร (Information media) สื่อการศึกษา (education media) สื่อบันเทิง (Entertainment media)
3. แบ่งตามประสาทที่ใช้ในการรับสาร ได้แก่ สื่อโสต (Audio media) สื่อทัศน์ (Visual media) สื่อโสตทัศน์ (Audio-visual media)

4. แบ่งตามบทบาทหน้าที่ทางเทคนิค (Technical functions) ได้แก่ สื่อถ่ายทอดสาร (Transmission media) สื่อบันทึกสาร (Record media)
5. แบ่งตามเครื่องนำรหัสสาร ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ (Print media) สื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Electronic media)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเสฉวน

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเสฉวนและแบ่งเป็นสองส่วน ด้านปัญหาและด้านข้อเสนอแนะดังนี้

ด้านปัญหา Xia Yirong (2017:8) ชี้ให้เห็นว่าปัญหาของอาหารเสฉวนที่แพร่หลายไปทั่วโลกคือ ปัญหาในการสื่อสารระหว่างประเทศของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน คือ การขาดกลยุทธ์การสื่อสาร ภาษาต่างประเทศที่มุ่งเป้าไปที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

Li Ping (2017:147-148) ชี้ให้เห็นปัญหาของการเผยแพร่คือ: 30.2% หน่วยงานในการสื่อสาร วัฒนธรรมอาหารเสฉวนเลือกเฉพาะหนังสือพิมพ์และนิตยสารและสื่อสิ่งพิมพ์อื่น ๆ โดยเฉพาะ หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นหลักในเฉิงตู แต่ผู้ชมต่างประเทศส่วนใหญ่จะได้รับข้อมูลของวัฒนธรรมอาหาร เสฉวนจากสื่อออนไลน์ ซึ่งในปัจจุบันนี้สื่อเครือข่ายมีความสำคัญต่อการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหาร เสฉวนอย่างมาก

ด้านข้อเสนอแนะ

ด้านข้อเสนอแนะ Li Ping (2017:148-149) ได้ให้ข้อเสนอแนะในการเพิ่มประสิทธิภาพการแพร่ ของวัฒนธรรมอาหารเสฉวนดังนี้: พิจารณาปัจจัยที่ครอบคลุมของอาหารเสฉวน เช่น ศิลปะ วัฒนธรรม สีและรูปร่าง รสชาติและวิสัยทัศน์ และการใช้การแทรกซึมทางประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมของวัฒนธรรมสามก๊ก วัฒนธรรม Jinsha ฯลฯ เพื่อส่งเสริมชุดผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมอาหาร เสฉวนคลาสสิก

Zhang Yuan,Liu Shiyong (2019:14) ได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการก้าวไปสู่ระดับสากลของ อาหาร เสฉวน โดยถือการเผยแพร่ของอาหารฝรั่งเศสเป็นตัวอย่าง

1. ในปัจจุบันขาดแคลนผู้มีชื่อเสียงในอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลระดับนานาชาติและบุคคลที่สามารถ ส่งเสริมอาหารเสฉวนในระดับสากล
2. สำหรับวิธีการส่งเสริม เราควรตระหนักว่าการสืบทอดและนวัตกรรมของวัฒนธรรมอาหารเป็น พื้นฐานและความมีชีวิตชีวาของอาหารเสฉวนที่แพร่หลายไปทั่วโลก ในอีกด้านหนึ่ง มีความจำเป็นต้อง

ค้นหาและแยกแยะวัฒนธรรมอาหารเสฉวนจากอาหาร ขนบธรรมเนียมและค่านิยมด้านอาหาร และอีกทั้งจำเป็นต้องปรับปรุงความเข้าใจและความภาคภูมิใจของชาวเสฉวนในอาหาร

3. ปัจจุบันนี้ สื่อต่าง ๆ ส่วนใหญ่เผยแพร่อาหารเสฉวนอย่างเดียว ไม่ได้รวมบูรณาการอาหารกับวัฒนธรรมด้วยกัน สิ่งที่ขาดหายไปคือ การเผยแพร่คุณค่าที่รวมอยู่ในอาหารเสฉวน เราควรผสมผสานอาหารเข้ากับขนบธรรมเนียมและค่านิยมอย่างมีสติ

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ปัญหาของการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเสฉวนคือ การขาดแคลนสื่อมวลชนสำหรับการเผยแพร่ในต่างประเทศ และ การขาดแคลนการเผยแพร่ทางด้านวัฒนธรรมอาหาร เพราะส่วนใหญ่โพกัสอาหารอย่างเดียว เช่น สูตรทำอาหาร เทคนิคการทำอาหาร และรีวิวอาหาร เป็นต้น

ส่วนจากข้อเสนอแนะดังกล่าว ก็สามารถเห็นได้ว่า การออกแบบเรขศิลป์ประกอบเป็นส่วนหนึ่งของการเผยแพร่จะได้ผลกระทบเพิ่มขึ้นเนื่องจากสีสัน และรูปร่างที่เด่นชัดของอาหารเสฉวน โดยควรตระหนักถึงความสำคัญของเรื่องราว และสิ่งที่ฝังอยู่ในอาหาร คือ วัฒนธรรมอาหารการกินของท้องถิ่นนั้น ๆ ให้ใช้ควบคู่กับนิเวศที่เปลี่ยนไปเป็นสื่อนิยมในปัจจุบันนี้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากศิลปะการออกแบบ

Jin Linyu(2020) ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบอัตลักษณ์นครเฉิงตูที่เป็นเมืองแห่งอาหาร โดยได้ศึกษากาณ์มาตรการการสร้างเมืองแห่งอาหารจากรัฐบาล วิสาหกิจกับสื่อมวลชน วิเคราะห์ข้อดีและข้อเสียของมาตรการในปัจจุบันนี้ผ่านแบบสอบถาม และได้นำเสนอองค์ประกอบ 5 ส่วนของระบบการสร้างอัตลักษณ์เมืองแห่งอาหาร ได้แก่ อัตลักษณ์จิตวิญญาณอาหารของเมือง อัตลักษณ์พฤติกรรมอาหารของเมือง อัตลักษณ์นิเทศศิลป์อาหารของเมือง อัตลักษณ์พื้นที่สิ่งแวดล้อมอาหารของเมือง และการจัดการและเผยแพร่แบรนด์เมืองแห่งอาหาร โดยใช้อัตลักษณ์นิเทศศิลป์อาหารของเมืองเป็นหลักการมาเสริมสร้างระบบทั้งจาก สัญลักษณ์ของเมืองแห่งอาหาร ข้อมูลภาพของเมืองแห่งอาหาร และการใช้สีของเมืองแห่งอาหาร พร้อมได้ออกแบบผลงาน “24 รสชาติ” ที่เป็นคู่มือในการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารของเมืองเฉิงตู

อัจฉรา แก้วดวงดี(2562) ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบเรขศิลป์เพื่อนำเสนอภูมิปัญญาวัฒนธรรมการรับประทานอาหารอีสานสู่สากล กรณีศึกษา บ้านหัวขัว ตำบลแกดำ อำเภอแกดำ จังหวัดมหาสารคาม โดยนำข้อมูลที่ศึกษาทั้งด้าน ที่มาของวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหาร ภาชนะที่ใช้ปรุงและใส่อาหาร วิธีการรับประทานอาหาร และประเพณีสำคัญ ไปประยุกต์ให้การรับประทานอาหารอีสานมีรูปแบบที่ร่วมสมัยและน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยใช้ทักษะทางการออกแบบเรขศิลป์ อันได้แก่ การออกแบบการจัดตกแต่งบนโต๊ะอาหาร การออกแบบการกินอาหารอีสานให้ทันสมัยแต่ยังคงกลิ่นอายความเป็นพื้นบ้านอยู่ และการนำวัสดุภายในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการตกแต่งอาหาร ผลงานการ

ออกแบบสื่อและสื่อสารเรขศิลป์สามารถนำเสนอภูมิปัญญาและวัฒนธรรมการรับประทานอาหารสารออกสู่ภายนอก และเกิดการสื่อสารระหว่างชุมชนกับผู้คนภายนอกผ่านการนำเสนอ

สิริวรรณ มโนบุรุษย์เลิศ (2547) ได้ศึกษาเรื่องภาพประกอบที่แสดงเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเชียงใหม่ โดยนำข้อมูลภาคเอกสารและข้อมูลภาคสนามที่เกี่ยวข้องกับเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเชียงใหม่มาศึกษาหารูปแบบและเรื่องราวต่าง ๆ หลังจากผ่านกระบวนการ Pre-test และ Post-test นำข้อมูล ข้อคิดเห็นที่ได้มาสรุปหารูปแบบและเทคนิคเฉพาะตัวของภาพประกอบ ผลการวิจัยสรุปออกมาเป็นผลงานการออกแบบภาพประกอบภาพจิตรกรรมแบบจินตนาการ การใช้สีธรรมชาติในภาพประกอบ การใช้เทคนิคสื่อผสมในภาพประกอบ และเรื่องราวภาพประกอบด้านภูมิศาสตร์สถาปัตยกรรม ผู้คนและวิถีชีวิต อาหารการกิน เทศกาล งานประเพณี ศิลปหัตถกรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเขตจังหวัดเชียงใหม่



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีขั้นตอนในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. ขั้นตอนการทำวิจัย
4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล
5. ประเมินผลทางการออกแบบ

3.1 ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็นสี่ส่วนดังนี้

1. ข้อมูลที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน
2. ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวเสฉวนจากอดีตไปสู่บริบทร่วมสมัย
3. ข้อมูลเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน
4. ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารและศิลปะการออกแบบ

ข้อมูลเหล่านี้สืบค้นจากหนังสือ ตำรา บทความ เอกสาร ที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) และข้อมูลจากการลงพื้นที่เก็บรวบรวมตนเอง การสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากกลุ่มประชากร

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีจำนวน 221 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มเป้าหมายหลัก (Primary target group) คนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี จำนวน 110 คน และกลุ่มเป้าหมายรอง (Secondary target group) ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย 75 คน กับ คนไทยในมณฑลเสฉวนจำนวน 33 คน

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มตัวอย่างที่ 1 กลุ่มเป้าหมาย คนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี จำนวน 110 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากการทำแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารระหว่างประเทศจำนวน 1 ท่าน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์ กลุ่มตัวอย่างที่ 3 นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย จำนวน 75 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากการทำ

แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างที่ 4 คนไทยในมณฑลเสฉวนจำนวน 33 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างจากการทำแบบสอบถาม

3.3 ขั้นตอนการทำวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีขั้นตอนการทำงานตามขั้นตอนของ Double Diamond Diagram กระบวนการของการคิดเชิงออกแบบ(Design thinking process) โดยมีขั้นตอนการดังตารางนี้ ตารางที่ 1 ขั้นตอนการทำวิจัย

ขั้นตอน	รายการปฏิบัติงาน
ขั้นตอนการวางแผน(Discover)	<ul style="list-style-type: none"> -ตั้งประเด็นปัญหา -ทบทวนวรรณกรรมเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมอาหารเสฉวนและวิถีชีวิตชาวเสฉวน จากอดีตไปสู่บริบทร่วมสมัย -กำหนดขอบเขตและกลุ่มเป้าหมาย -จัดทำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่าง
ขั้นตอนการกำหนดขอบเขต(Define)	<ul style="list-style-type: none"> -รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิเพื่อวิเคราะห์คัดเลือกประเด็นสำคัญ -คิดเนื้อเรื่องและแนวทางการสร้างสรรค์โดยสร้างโครงร่าง storytelling
ขั้นตอนการพัฒนา(Develop)	<ul style="list-style-type: none"> -จัดทำ Storyboard -ทดลองเทคนิคสร้างสรรค์ในรูปแบบ chic ของตนเอง -ออกแบบสื่อชิ้นงาน
ขั้นตอนการนำไปใช้(Deliver)	<ul style="list-style-type: none"> -ประกาศในแพลตฟอร์มออนไลน์ -ประเมินผลการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย -นำเสนอผลงานการออกแบบ

3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บข้อมูลแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลทุติยภูมิ กับ ข้อมูลปฐมภูมิ โดยข้อมูลทุติยภูมิได้เก็บรวบรวมจากหนังสือ บทความ เอกสารและงานวิจัยต่าง ๆ ข้อมูลปฐมภูมิเก็บจากกลุ่มเป้าหมายหลักกับ กลุ่มเป้าหมายรอง โดยจากใช้เครื่องมือเป็นแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์ การบันทึกรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือ	กลุ่มตัวอย่าง	เนื้อหาศึกษา
แบบสอบถาม	กลุ่มเป้าหมายหลัก (คนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35ปี)	เกี่ยวกับความคิดเห็นของวัฒนธรรมจีน รูปแบบศิลปะวัฒนธรรมเสฉวนกับรูปแบบการถ่ายทอดออนไลน์
แบบสอบถาม	กลุ่มเป้าหมายรอง(นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย)	เกี่ยวกับความคิดเห็นของวัฒนธรรมอาหารเสฉวนจากมุมมองของคนที่มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย
แบบสอบถาม	กลุ่มเป้าหมายรอง(คนไทยในมณฑลเสฉวน)	เกี่ยวกับความคิดเห็นของวัฒนธรรมอาหารเสฉวนจากมุมมองของคนไทยที่มีความรู้เกี่ยวกับมณฑลเสฉวน
สัมภาษณ์	ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารระหว่างประเทศ	เกี่ยวกับความคิดเห็นของการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารระหว่างประเทศ
สัมภาษณ์	ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ	เกี่ยวกับความคิดเห็นของเทคนิครูปแบบศิลปะการออกแบบ

3.5 ประเมินผลทางการออกแบบ

ตอนที่ 1 ขั้นตอนการประเมิน

หลังจากได้ออกแบบชิ้นงานศิลปะแล้ว จะดำเนินการประเมินผลจากสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ กับ กลุ่มเป้าหมาย โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารระหว่างประเทศ และผู้เชี่ยวชาญทางด้านศิลปะ รายละเอียดดังนี้

1. แบบประเมินผลงานโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการสื่อสารระหว่างประเทศ เป็นแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับความพึงพอใจและความเหมาะสมของเนื้อเรื่องที่ใช้ออกแบบใน

ชิ้นงานศิลปะสำหรับคนไทย และประสิทธิภาพของการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนไปสู่สากล เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert 5 ระดับ

2. แบบประเมินผลงานโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านศิลปะ เป็นแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความพึงพอใจและความเหมาะสมรูปแบบเทคนิคและสุนทรียะของชิ้นงานศิลปะ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert 5 ระดับ
3. แบบประเมินผลงานโดยกลุ่มเป้าหมาย เป็นแบบประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่ เกี่ยวกับความพึงพอใจ ความสนใจ และการเผยแพร่ของชิ้นงานศิลปะการออกแบบ เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามวิธีของ Likert 5 ระดับ

ตอนที่ 2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลประเมิน

ข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินวิเคราะห์โดยกำหนดเกณฑ์คะแนนเป็น 5 ระดับ ดังนี้

ความหมาย
ระดับ มากที่สุด
ระดับ มาก
ระดับ ปานกลาง
ระดับ น้อย
ระดับ น้อยที่สุด

คะแนน

5
4
3
2
1

การใช้ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาแปลผลโดยมีเกณฑ์คะแนนตาม วิธีการคำนวณ โดยใช้สูตรการคำนวณความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

สูตรความกว้างของอันตรภาคชั้น = $\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.8$$

การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ได้มาจัดระดับความสำคัญ 5 ระดับคือ

ความหมาย	ค่าเฉลี่ย
ระดับ มากที่สุด	4.21-5.00
ระดับ มาก	3.41-4.20
ระดับ ปานกลาง	2.61-3.40
ระดับ น้อย	1.81-2.60
ระดับ น้อยที่สุด	1.00-1.80

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่องวิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลทั้งปฐมภูมิและทุติยภูมิ ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน ความคิดเห็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทยทั้งทางด้านเนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน รูปแบบสื่อ รูปแบบภาพประกอบ และแพลตฟอร์ม โดยการสร้างแบบสอบถามให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี กลุ่มนักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย กลุ่มคนไทยในมณฑลเสฉวน และการสัมภาษณ์จากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นนำผลการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์พร้อมทำการสรุปผลเพื่อหาแนวทางในการออกแบบ และหลังจากทำการออกแบบ นำผลงานการออกแบบไปให้ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมายประเมินผล เพื่อสรุปผลงานและข้อเสนอแนะ โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 2 ผลงานการออกแบบ

ส่วนที่ 3 การประเมินผล

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล

1.1 ข้อมูลจากแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างของแบบสอบถามครั้งนี้แบ่งออกเป็น สาม ส่วน ได้แก่ นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย คนไทยในมณฑลเสฉวน และคนไทยรุ่นใหม่โดยเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี โดยวัตถุประสงค์ของแต่ละกลุ่มคือ 1) เพื่อได้รับคำแนะนำสำหรับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนไปยังประเทศไทยในมุมมองของนักศึกษาจีนสาขาภาษาไทยที่มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย 2) เพื่อสำรวจความรู้ของคนไทยในมณฑลเสฉวนที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน และให้คำแนะนำเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนไปยังประเทศไทยในมุมมองของคนไทยที่มีความรู้เกี่ยวกับมณฑลเสฉวนอยู่แล้ว 3) เพื่อได้รับความรู้และความคิดเห็นสำหรับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนไปยังประเทศไทยกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรง ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นการวิเคราะห์หลัก พร้อมมีการแสดงผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย ค่าสถิติที่ใช้คือ ร้อยละ (Percentage) ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามดังนี้

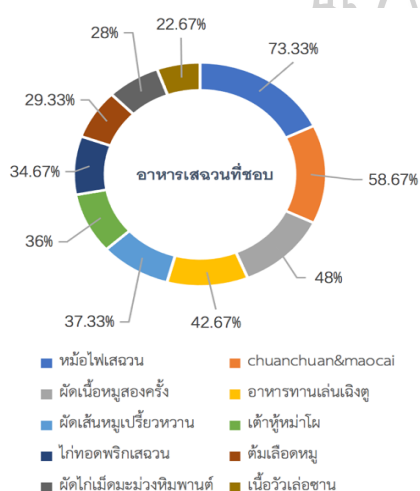
1.1.1 วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง : นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

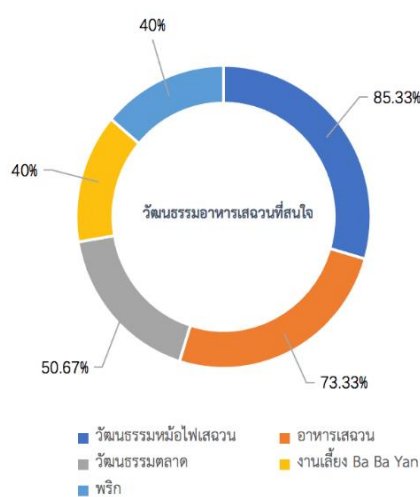
แบบสอบถามครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 75 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และเป็นเพศหญิง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ ระหว่าง 18-25 ปีมากที่สุด จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 94.67 อายุ ระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.33 ผู้ตอบแบบสอบถามพำนักในมณฑลเสฉวนมีจำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 80

ส่วนที่ 2 ความรู้ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

แผนภูมิที่ 1 วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่ชอบกิน



แผนภูมิที่ 2 วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่สนใจ

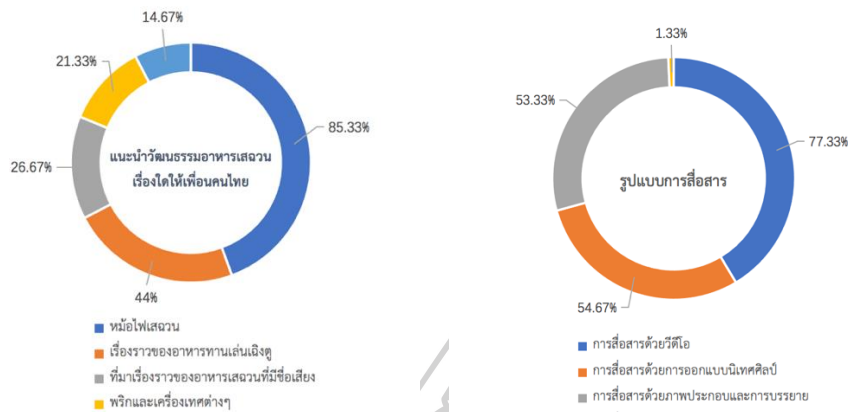


จากแผนภูมิที่ 1 พบว่าอาหารเสฉวนที่ได้รับความนิยมมากที่สุดจากกลุ่มตัวอย่างคือ หม้อไฟเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 73.33 รองลงมาคือ Chuanchuan & maocai คิดเป็นร้อยละ 58.67 ซึ่งอาหารประเภทนี้คล้ายกับหม้อไฟเสฉวน ลำดับต่อไปคือ ผัดเนื้อหมูสามชั้น อาหารทานเล่นเฉิงตู ผัดเส้นหมูเปรี้ยวหวาน เต้าหู้หม่าโผ ไก่ทอดพริกเสฉวน ต้มเลือดหมู ผัดไก่เม็ดมะม่วงหิมพานต์ กับ เนื้อวัวเล่อซาน ผู้วิจัยพบว่า อาหารเสฉวนได้รับนิยมส่วนใหญ่เป็นอาหารรสชาติเผ็ด หม่าล่า เปรี้ยว และหวาน

จากแผนภูมิที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.33 รองลงมาคือ อาหารเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 73.33 วัฒนธรรมตลาด คิดเป็นร้อยละ 50.67 งานเลี้ยง Ba Ba Yan คิดเป็นร้อยละ 40 พริกกับเครื่องเทศท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 40

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนไปยังประเทศไทย

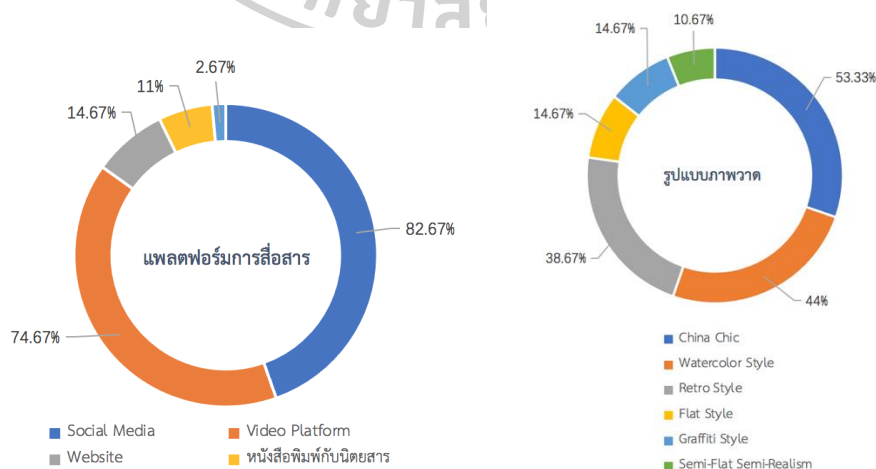
แผนภูมิที่ 3 วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่อยากแนะนำ แผนภูมิที่ 4 รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม



จากแผนภูมิที่ 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยากแนะนำวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนให้เพื่อนคนไทย คิดเป็นร้อยละ 85.33 รองลงมาคือ เรื่องราวของอาหารทานเล่นเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 44 ที่มาเรื่องราวของอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 26.67 ส่วนพริกและเครื่องเทศท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 21.33 และลำดับสุดท้ายคือ ขนมปังเสฉวนในเทศกาล คิดเป็นร้อยละ 14.67

จากแผนภูมิที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะนำโดยใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 77.83 รองลงมาคือ รูปแบบการสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์ คิดเป็นร้อยละ 54.67 ต่อมารูปแบบการสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย คิดเป็นร้อยละ 53.33 และลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบการสื่อสารด้วยอักษร คิดเป็นร้อยละ 1.33

แผนภูมิที่ 5 แพลตฟอร์มการสื่อสารที่เหมาะสม แผนภูมิที่ 6 รูปแบบภาพวาดที่เหมาะสม



จากแผนภูมิที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะนำโดยผ่านแพลตฟอร์ม Social Media คิดเป็นร้อยละ 82.67 รองลงมาคือ แพลตฟอร์มวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 74.67 ต่อมาคือแพลตฟอร์มเว็บไซต์ คิดเป็นร้อยละ 14.67 แพลตฟอร์มหนังสือพิมพ์กับนิตยสาร คิดเป็นร้อยละ 11 และลำดับสุดท้ายคือ แพลตฟอร์ม NFT คิดเป็นร้อยละ 2.67

จากแผนภูมิที่ 6 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบและแนะนำรูปแบบภาพวาด China Chic ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 53.33 รองลงมาคือ Watercolor Style คิดเป็นร้อยละ 44 ต่อมาคือ Retro Style คิดเป็นร้อยละ 38.67 Flat Style คิดเป็นร้อยละ 14.67 Graffiti Style คิดเป็นร้อยละ 14.67 และ Semi-Flat Semi-Realism คิดเป็น 10.67

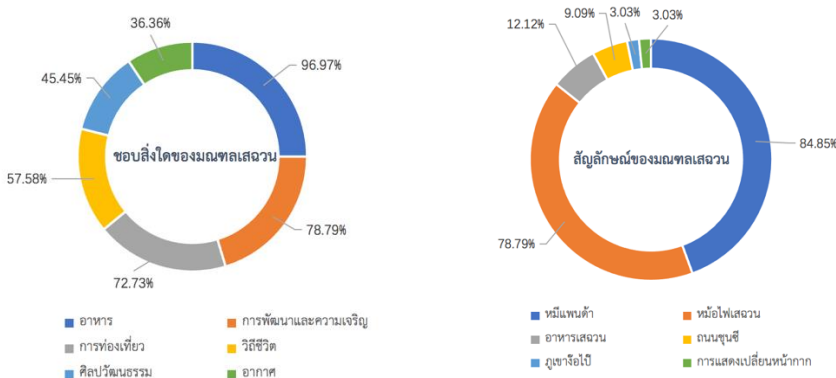
1.1.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง : คนไทยในมณฑลเสฉวน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 33 ราย โดยผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชายมีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 21.21 และเป็นเพศหญิง จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 78.79 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ ระหว่าง 26-35 ปีมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 69.7 อายุระหว่าง 26-35 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 18.18 และอายุ 35 ปีขึ้นไป จำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 12.12 ผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพเป็นนักศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 45.45 พนักงานบริษัท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 21.21 อาชีพอื่น จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 21.21 อาชีพอิสระ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.12 ส่วนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มาอยู่มณฑลเสฉวน 1-5 ปี คิดเป็นร้อยละ 66.67 รองลงมาคือ มาอยู่ 5 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 21.21 และมีจำนวน 4 คนมาอยู่มณฑลเสฉวนต่ำกว่า 1 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.12

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับมณฑลเสฉวน

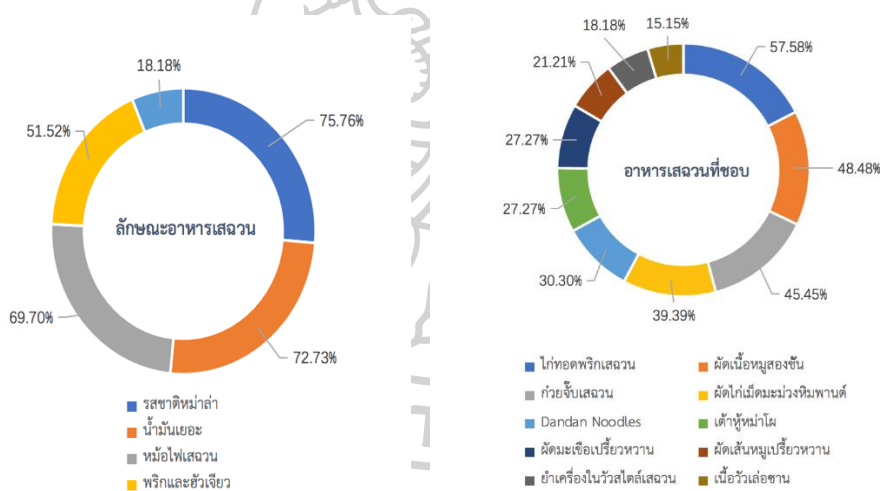
แผนภูมิที่ 7 เรื่องที่ชอบของมณฑลเสฉวน แผนภูมิที่ 8 สัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวน



จากแผนภูมิที่ 7 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบอาหารของมณฑลเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 96.97 รองลงมาคือ การพัฒนาและความเจริญ คิดเป็นร้อยละ 78.79 ต่อมาคือการท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 72.73 วิถีชีวิต คิดเป็นร้อยละ 57.58 ศิลปวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 45.45 และสุดท้ายคืออากาศ คิดเป็นร้อยละ 36.36

จากแผนภูมิที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คิดว่าหมีแพนด้าเป็นสัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 84.85 รองลงมาคือหม้อไฟเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 78.79 ต่อมาคือ อาหารเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 12.12 ถนนชุนซี คิดเป็นร้อยละ 9.09 และสุดท้าย ภูเขาอู๋ไบ้และการแสดงเปลี่ยนหน้ากาก คิดเป็นร้อยละ 3.03

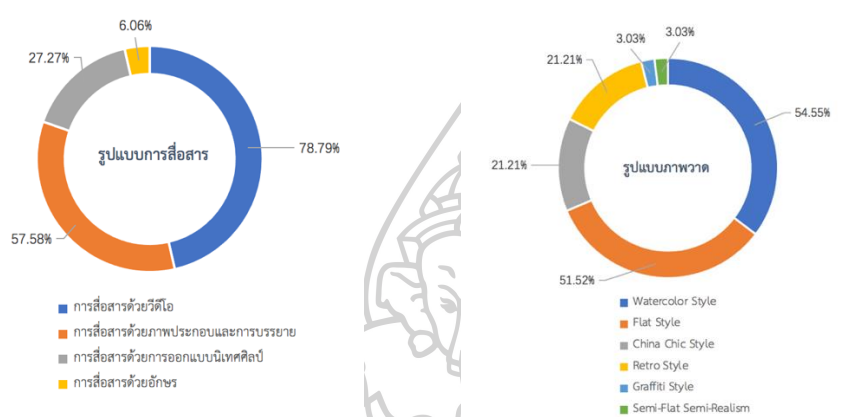
ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน
แผนภูมิที่ 9 ลักษณะของอาหารเสฉวน แผนภูมิที่ 10 อาหารเสฉวนที่ชอบกิน



จากแผนภูมิที่ 9 พบว่าเมื่อกล่าวถึงอาหารเสฉวน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นึกถึงลักษณะอาหารเสฉวน สามประเภท อันดับแรกคือ รสชาติหม่าล่า น้ำมันเยอะ กับ หม้อไฟเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 75.76 ,73.73 และ 69.7 ตามลำดับ ต่อมาคือ พริกและฮัวเจียว คิดเป็นร้อยละ 51.52 และสุดท้ายคืออาหารทานเล่นของเฉิงตู คิดเป็นร้อยละ 18.18

จากแผนภูมิที่ 10 พบว่า อาหารเสฉวนที่กลุ่มตัวอย่างชอบรับประทาน 5 อันดับแรกคือ ไก่ทอด พริกเสฉวน ผัดเนื้อหมูสองครั้ง ก๋วยจั๊บเสฉวน ผัดไก่เม็ดมะม่วงหิมพานต์ และ บะหมี่ DanDan คิดเป็นร้อยละ 57.58 ,48.48, 45.45 ,39.39 และ 30.3 ตามลำดับ

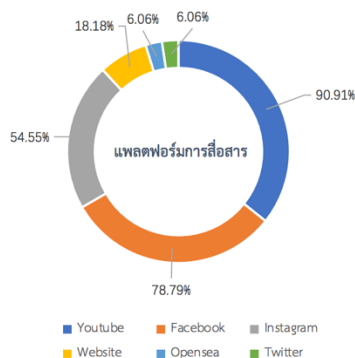
ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทย
แผนภูมิที่ 11 รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม แผนภูมิที่ 12 รูปแบบภาพวาดที่เหมาะสม



จากแผนภูมิที่ 11 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะนำการใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 78.79 รองลงมาคือ รูปแบบการสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย คิดเป็นร้อยละ 57.58 ต่อมาคือ รูปแบบการสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์ คิดเป็นร้อยละ 27.27 และลำดับสุดท้ายคือ รูปแบบการสื่อสารด้วยอักษร คิดเป็นร้อยละ 6.06
แผนภูมิที่ 12 รูปแบบภาพวาดที่เหมาะสม

จากแผนภูมิที่ 12 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบและแนะนำรูปแบบภาพวาด Watercolor Style ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 54.55 รองลงมาคือ Flat Style คิดเป็นร้อยละ 51.52 ต่อมาคือ China Chic คิดเป็นร้อยละ 21.21 Retro Style คิดเป็นร้อยละ 21.21 สุดท้ายคือ Graffiti Style และ Semi-Flat Semi-Realism คิดเป็นร้อยละ 3.03

แผนภูมิที่ 13 แพลตฟอร์มการสื่อสารที่เหมาะสม



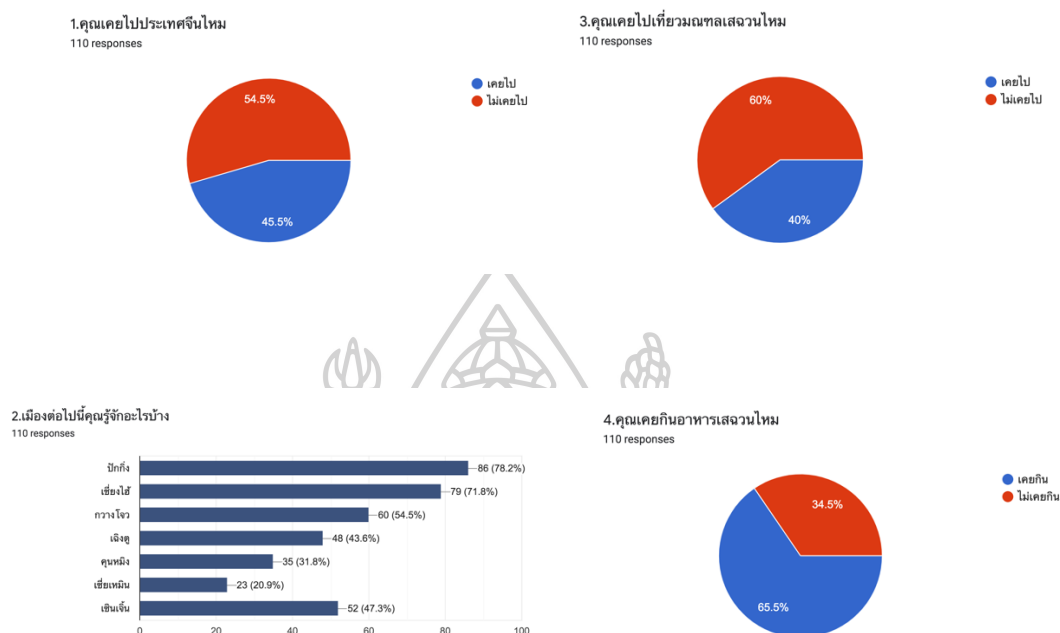
จากแผนภูมิที่ 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่แนะนำให้ถ่ายทอดในแพลตฟอร์ม YouTube คิดเป็นร้อยละ 90.91 รองลงมาคือ แพลตฟอร์ม Facebook คิดเป็นร้อยละ 78.79 ต่อมาคือ Instagram คิดเป็นร้อยละ 54.55 Website คิดเป็นร้อยละ 18.18 และลำดับสุดท้ายคือ แพลตฟอร์ม OpenSea และ Twitter คิดเป็นร้อยละ 6.06

1.1.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มเป้าหมาย คนไทยรุ่นใหม่อายุ 18-35 ปี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 122 คน โดยได้รับข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายอายุ 18-35 ปี จำนวน 110 คน ซึ่งกลุ่มเป้าหมายเป็นเพศหญิงจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 74.5 เพศชายจำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 25.5 กลุ่มเป้าหมายอายุระหว่าง 16-25 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 61.8 อายุระหว่าง 26-35 จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 ส่วนกลุ่มเป้าหมายอาชีพส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา/นักเรียน จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือพนักงานบริษัท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 16.4 ต่อมาคือ ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 อาชีพอิสระมีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 และพนักงานของรัฐมีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2

ส่วนที่ 2 ความรู้ที่เกี่ยวกับมณฑลเสฉวนและวัฒนธรรมอาหารเสฉวน แผนภูมิที่ 14-17

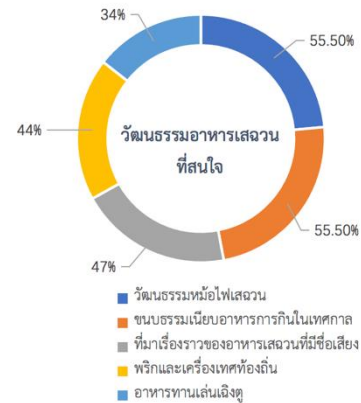
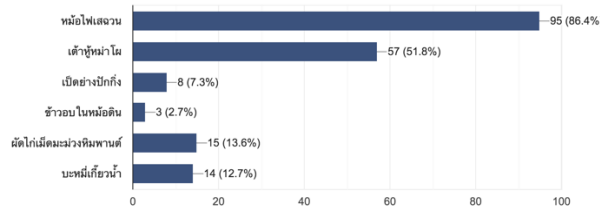


จากแผนภูมิที่ 14-17 จากจำนวนกลุ่มเป้าหมาย 110 คน พบว่ามี 60 คนไม่เคยไปประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ซึ่งมี 50 คนเคยไปประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยในแบบสอบถามมีคำถามถามว่าเมืองที่ท่านรู้จักในประเทศจีน คือเมืองอะไร ซึ่งเมืองที่รู้จักมากที่สุดคือ กรุงปักกิ่ง รองลงมาคือ นครเซี่ยงไฮ้ นครกวางโจว และนครเฉิงตูเป็นอันดับ 4 กลุ่มเป้าหมายจำนวน 66 คนไม่เคยไปมณฑลเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 60 แต่มีจำนวน 44 คนเคยไปมณฑลเสฉวน คิดเป็นร้อยละ 40 ส่วนในนี้ มีจำนวน 72 คนเคยกินอาหารเสฉวน จำนวน 38 คนไม่เคยกินอาหารเสฉวน ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนหนึ่งถึงแม้ว่าไม่เคยไปมณฑลเสฉวน แต่เคยรับประทานอาหารเสฉวนที่ร้านอาหารเสฉวนในประเทศไทย

แผนภูมิที่ 18 การคัดเลือกอาหารเสฉวน

แผนภูมิที่ 19 วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่สนใจ

5.อาหารใดต่อไปนี้คุณคิดว่าเป็นอาหารเสฉวน
110 responses



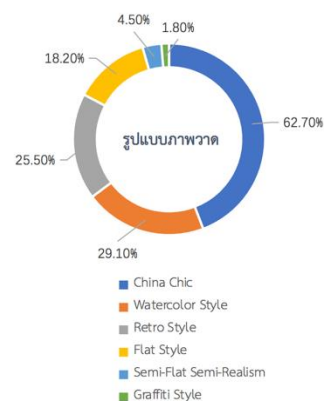
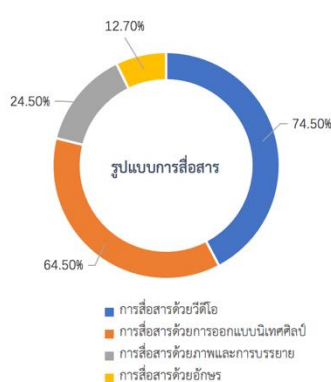
จากแผนภูมิที่ 18 พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่สามารถตอบแบบสอบถามได้โดยเลือกอาหารที่เป็นอาหารเสฉวน คือหม้อไฟเสฉวนได้รับความรู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.4 รองลงมาคือเต้าหู้หม่าโม่ คิดเป็นร้อยละ 51.8 และ ผัดไก่เม็ดมะม่วงหิมพานต์ คิดเป็นร้อยละ 13.6

จากแผนภูมิที่ 19 พบว่า วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่ได้รับความสนใจมากที่สุดจากกลุ่มเป้าหมายคือ วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน กับขนบธรรมเนียมอาหารการกินในเทศกาลต่าง ๆ ทั้งสองอันคิดเป็นร้อยละ 55.5 รองลงมาคือ ที่มาเรื่องราวของอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 47 ต่อมาคือ พริกและเครื่องเทศท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 44 และลำดับสุดท้ายคือ อาหารทานเล่นในเชิงตุ คิดเป็นร้อยละ 34

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

แผนภูมิที่ 20 รูปแบบการสื่อสาร

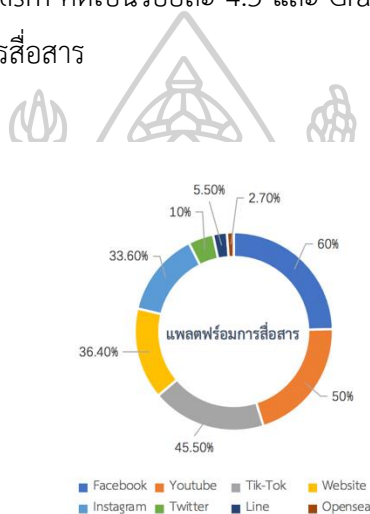
แผนภูมิที่ 21 รูปแบบภาพวาด



จากแผนภูมิที่ 20 พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่สนใจรูปแบบการสื่อสารด้วยวิดีโอ คิดเป็นร้อยละ 74.5 รองลงมาคือ รูปแบบการสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์ คิดเป็นร้อยละ 64.5 ต่อมาคือ รูปแบบการสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย คิดเป็นร้อยละ 24.5 และลำดับสุดท้ายคือรูปแบบการสื่อสารด้วยอักษร คิดเป็นร้อยละ 12.7

จากแผนภูมิที่ 21 พบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่สนใจรูปแบบภาพวาด China Chic ในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาคือ Watercolor Style คิดเป็นร้อยละ 29.1 ต่อมาคือ Retro Style คิดเป็นร้อยละ 25.5 Flat Style คิดเป็นร้อยละ 18.2 Semi-Flat Semi-Realism คิดเป็นร้อยละ 4.5 และ Graffiti Style คิดเป็น ร้อยละ 1.8

แผนภูมิที่ 22 แพลตฟอร์มการสื่อสาร



จากแผนภูมิที่ 22 พบว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ยินยอมเห็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในแพลตฟอร์ม Facebook คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือ แพลตฟอร์ม YouTube คิดเป็นร้อยละ 50 ต่อมาคือ Tik-Tok คิดเป็นร้อยละ 45.5 Website คิดเป็นร้อยละ 36.4 Instagram คิดเป็นร้อยละ 33.6 Twitter คิดเป็นร้อยละ 10 และลำดับสุดท้ายคือ แพลตฟอร์ม OpenSea คิดเป็นร้อยละ 2.7

สำหรับคำถาม คุณเคยใช้แพลตฟอร์ม NFT หรือไม่ กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ไม่เคยใช้แพลตฟอร์ม NFT คิดเป็นร้อยละ 80 มีแต่กลุ่มเป้าหมายร้อยละ 20 เคยใช้แพลตฟอร์ม อีกทั้งเนื่องจากมีกลุ่มเป้าหมายร้อยละ 2.7 สนใจที่จะได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวนผ่านแพลตฟอร์ม NFT OpenSea ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า แพลตฟอร์ม NFT นั้นไม่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของงานวิจัยฉบับนี้

1.1.4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการตอบแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม

แบบสอบถามครั้งนี้ได้ให้คำถามทั้งด้าน วัฒนธรรมอาหารเสฉวน รูปแบบการสื่อสาร รูปแบบภาพวาด และ แพลตฟอร์มการสื่อสาร สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักศึกษาที่เรียนภาษาไทย กลุ่มตัวอย่างคนไทยในมณฑลเสฉวน กับกลุ่มเป้าหมายคนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการตอบแบบสอบถามเหล่านี้จากมุมมองที่ต่างกันและเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบผลการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสามกลุ่ม

	กลุ่มตัวอย่าง นักศึกษาที่เรียนภาษาไทย	กลุ่มตัวอย่าง คนไทยในมณฑลเสฉวน	กลุ่มเป้าหมาย คนไทยรุ่นใหม่อายุระหว่าง 18-35ปี
วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่ยากแนะนำ/สนใจ	1.วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน 2.เรื่องราวของอาหารทานเล่นเชิงตุ 3.ที่มาเรื่องราวของอาหารที่มีชื่อเสียง		1.วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน 2.ขนบธรรมเนียมอาหารการกินในเทศกาล 3.ที่มาเรื่องราวของอาหารที่มีชื่อเสียง
รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม	1.การสื่อสารด้วยวิดีโอ 2.การสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์ 3.การสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย	1.การสื่อสารด้วยวิดีโอ 2.การสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย 3.การสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์	1.การสื่อสารด้วยวิดีโอ 2.การสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์ 3.การสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย
รูปแบบภาพวาดที่สนใจ	1.China Chic 2.Watercolor 3.Retro Style	1.Watercolor 2.Flat Style 3.China Chic	1.China Chic 2.Watercolor 3.Retro Style
แพลตฟอร์มการสื่อสารที่เหมาะสม	Social Media Video Platform Website	YouTube Facebook Instagram	Facebook YouTube Tik-Tok

จากตารางที่ 3 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเผยแพร่คือ วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน รูปแบบการสื่อสารที่ดีที่สุดคือ การสื่อสารด้วยวิดีโอ ถัดไปเป็นการสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์ ส่วนรูปแบบภาพวาดที่เหมาะสมกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนคือ

China Chic แพลตฟอร์มการสื่อสารที่เหมาะสมที่สุดคือแพลตฟอร์มวิดีโอเช่น YouTube และ Facebook ตามลำดับ อีกทั้งแพลตฟอร์ม Social Media

1.2 สรุปผลจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อได้รับความคิดเห็นทั้งทางด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน ศิลปะการออกแบบ และการสื่อสารระหว่างประเทศ โดยได้ถอดคำสำคัญ ของประเด็นการสัมภาษณ์ ดังนี้

ด้านศิลปะการออกแบบผู้วิจัยสัมภาษณ์ท่าน Dr. Zhou Rui (周睿) ศาสตราจารย์แห่ง มหาวิทยาลัยซีหัว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน กล่าวว่า วัฒนธรรมอาหารเสฉวนรวมถึงหลายส่วน ทั้ง อาหารเสฉวน หม้อไฟเสฉวน ขนบธรรมเนียม และ เทศกาลประเพณีของจีน ในขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ต้องตรวจสอบระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมเสฉวนของกลุ่มเป้าหมาย ถ้ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ไม่เคยมาที่มณฑลเสฉวน ประเทศจีน อาจจะไม่เข้าใจในวัฒนธรรมเสฉวน ดังนั้น ผู้วิจัยก็ไม่ควรใช้เนื้อหาเชิงลึกมาเผยแพร่ แนะนำให้สัญลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของเสฉวนในการออกแบบ เช่น สัญลักษณ์แพนด้า และ พริก ส่วนในด้านรูปแบบภาพวาด ต้องตรวจสอบให้แน่ชัดว่า รูปแบบ China Chic เป็นรูปแบบที่สามารถเผยแพร่ หรือ คนไทยสามารถยอมรับและสนใจรูปแบบนี้หรือไม่ ถ้าไม่ค่อยยอมรับนั้น แนะนำควรใช้รูปแบบอื่นที่สามารถกระตุ้นสายตาของกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้ง ถ้าใช้รูปแบบ China Chic ต้องใช้รูปแบบนี้ได้อย่างราบรื่นและเหมาะสม

ด้านศิลปะการออกแบบผู้วิจัยสัมภาษณ์ท่าน Mr. Hu Yifei (胡怡飞) อาจารย์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกแห่ง มหาวิทยาลัยเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน กล่าวว่า ในการออกแบบเรื่องเกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน ควรคิดปัญหาจากมุมมองของกลุ่มเป้าหมายและมุมมองของผู้สร้างสรรค์เอง และควรให้ความสำคัญทั้งความสนุกสนานของเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบ ต่อภาพ สร้างสรรค์ฉากแปลกใหม่ที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย หรือ ทำให้นื่องเรื่องมีความเรียบง่ายเพื่อเข้าใจได้ง่าย

ด้านการสื่อสารระหว่างประเทศผู้วิจัยสัมภาษณ์ท่าน Dr. Li Ping (李萍) คณบดี คณะภาษาต่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน กล่าวว่า วัฒนธรรมอาหารสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาของเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ วัฒนธรรมอาหารเสฉวนสะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และ ชีวิตความเป็นอยู่ในมณฑลเสฉวน ในการสื่อสารวัฒนธรรมระหว่างประเทศนั้น ผู้สื่อสารต้องคิดปัญหาจากมุมมองความแตกต่างของวัฒนธรรมของผู้รับสาร แนะนำว่าสามารถเจาะจงศึกษาส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน เช่น วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน สามารถถ่ายทอดทางด้านลักษณะของรสชาติ ประวัติศาสตร์ การพัฒนา และความสัมพันธ์ระหว่างหม้อไฟกับผู้คน ถอดรหัสเพื่อนำมาสร้างสรรค์ด้วยวิธีที่มีความหลากหลาย

สรุป จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง สาม ท่าน วัฒนธรรมอาหารเสฉวนเป็นวัฒนธรรมที่สำคัญสำหรับประชาชนชาวเสฉวน โดยได้รวมถึงวัฒนธรรมอาหารหลากหลายประเภท เราควรตรวจสอบระดับความรู้ของกลุ่มเป้าหมาย ก่อนคัดเลือกวัฒนธรรมส่วนใดส่วนหนึ่งมาออกแบบ อีกทั้ง เมื่อได้รับข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายแล้ว เราต้องคิดปัญหาจากมุมมองความแตกต่างของวัฒนธรรมกลุ่มเป้าหมาย จับประเด็นสำคัญที่อยากจะแสดงวัฒนธรรมอาหารนั้นออกมา โดยใช้วิธีเรียบง่ายและสนุกสนานในการถ่ายทอดวัฒนธรรม

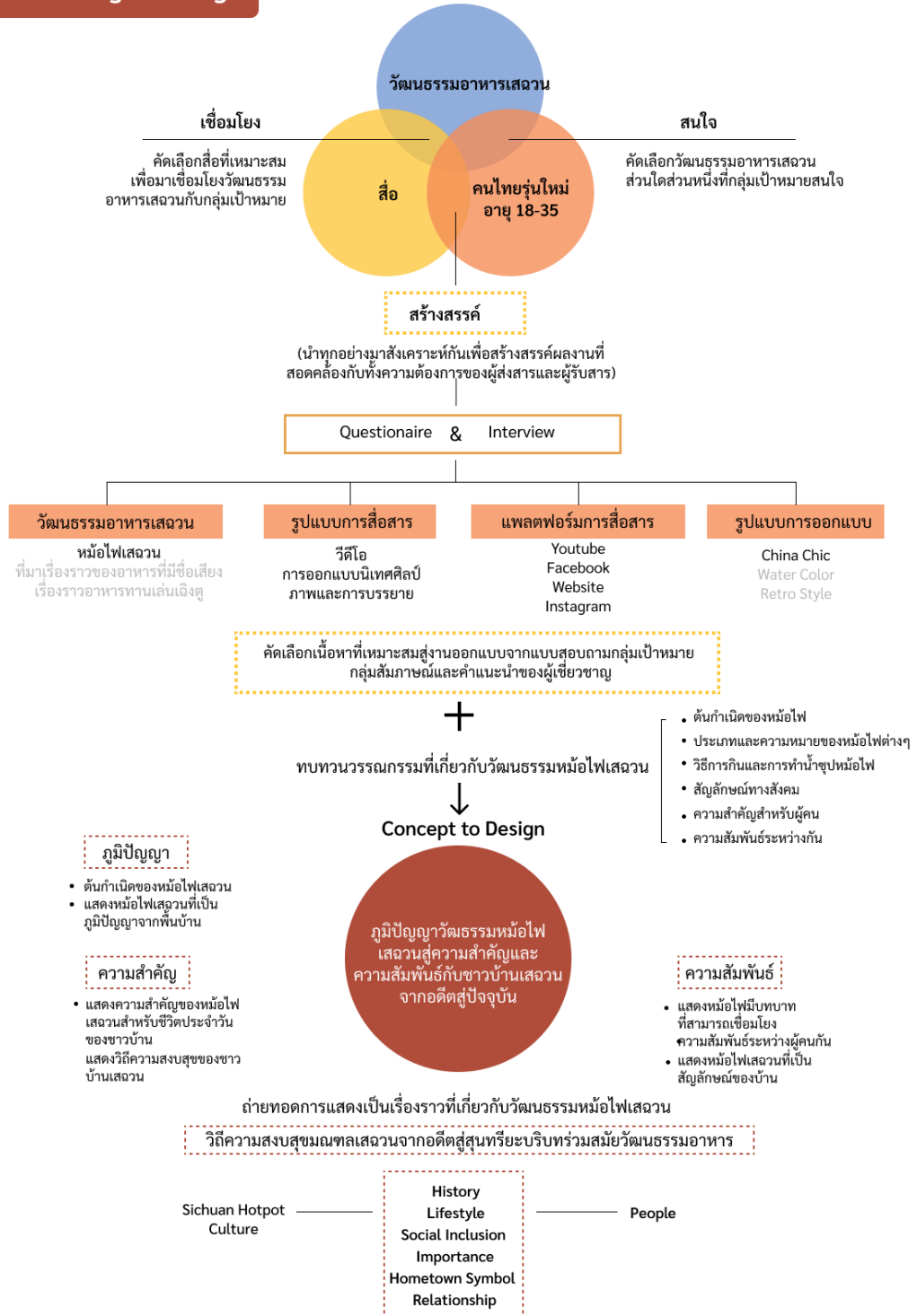
จากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มแบบสอบถามในการวิเคราะห์ข้อมูลสู่การออกแบบสามารถสรุปผลได้ว่า

1. กำหนดเนื้อหาและรูปแบบสำคัญในการออกแบบทาง สี ด้าน ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมอาหารเสฉวน โดยผู้วิจัยคัดเลือก วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน ด้านรูปแบบการสื่อสาร เลือกเป็น รูปแบบวิดีโอ และการออกแบบนิเทศศิลป์ ด้านรูปแบบภาพวาด เลือก เป็น รูปแบบ China Chic ส่วน ด้านแพลตฟอร์มการสื่อสาร เลือกเป็น แพลตฟอร์มวิดีโอ และ แพลตฟอร์มโซเชียล
2. กำหนด แนวคิดการออกแบบ คือ ภูมิปัญญาวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนสู่ความสำคัญและความสัมพันธ์กับประชาชนชาวเสฉวนจากอดีตสู่ปัจจุบัน
3. คำสำคัญในการออกแบบ ได้แก่ “ภูมิปัญญา” บรรยายต้นกำเนิดของหม้อไฟ แสดงหม้อไฟเสฉวนเป็นภูมิปัญญาจากพื้นบ้าน “ความสำคัญ” แสดงหม้อไฟเสฉวนได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของประชาชนชาวเสฉวน “ความสัมพันธ์” ของหม้อไฟมีบทบาทในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของผู้คนเข้าด้วยกัน



ทั้งนี้ได้สรุปผลเป็นภาพแสดงความเชื่อมโยงของผลวิเคราะห์ ดังนี้

Processing to Design



ภาพที่ 55 แผนภาพการแสดงความเชื่อมโยงของผลการวิเคราะห์ข้อมูลสู่แนวความคิดการออกแบบผลงาน

ที่มา: ผู้วิจัย

ส่วนที่ 2 ผลงานการออกแบบ

ในส่วนการออกแบบผลงานนั้น ผู้วิจัยได้นำเสนอผลงานผ่านช่องทางต่อไปนี้ ได้แก่ สื่อ Hello Hotpot Story Video กับ เว็บไซต์ Hello Hotpot ดังต่อไปนี้

2.1 สื่อ Hello Hotpot Story Video

Hello Hotpot Story ประกอบด้วยวิดีโอ 3 คลิป ได้แก่ “น้ำแปดขึ้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ” “ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก” กับ “รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว” ซึ่งเป็นวิดีโอที่เล่าเรื่องราวระหว่างหม้อไฟเสวนากับครอบครัวถึง 4 รุ่นจากอดีตสู่ปัจจุบันตามแนวความคิดการออกแบบ โดยได้ใช้เทคนิคสร้างสรรค์ Mental canvas ที่ทำให้ภาพประกอบสามารถเคลื่อนไหวได้ และสุดท้ายส่งออกเป็นวิดีโอ

2.1.1 กรอบความคิดของเรื่อง Hello Hotpot



ภาพที่ 56 กรอบความคิดของเรื่อง Hello Hotpot

ที่มา: ผู้วิจัย

สำหรับเรื่อง Hello Hotpot ประกอบด้วย สามเรื่อง ได้แก่ “น้ำแปดขึ้น – ต้นกำเนิดของหม้อไฟ” “ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก” และ “รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว” ซึ่งจะบรรยายวัฒนธรรมหม้อไฟเสวนาจากสามเรื่องนี้ เรื่อง “น้ำแปดขึ้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ” จะบรรยายที่มาของหม้อไฟเก้าช่องจากมุมมองของปู่ทวด ถ่ายทอด

เกี่ยวกับหม้อไฟเป็นภูมิปัญญาจากพื้นบ้าน เรื่อง “ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก” จะบรรยายเกี่ยวกับการพัฒนาของหม้อไฟและการใช้ชีวิตสงบสุขที่เกี่ยวกับหม้อไฟของชาวเสฉวนจากมุมมองของปู่และป้า เรื่อง “รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว” จะบรรยายปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างตัวละคร “ผม” กับ “พ่อ” แสดงเกี่ยวกับหม้อไฟที่เป็นสัญลักษณ์ของบ้าน มีบทบาทในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ของครอบครัว ทั้งสามเรื่องนี้ได้เชื่อมโยงกันจากครอบครัวทั้ง 4 รุ่น โดยจุดประสงค์ของการกินหม้อไฟแตกต่างกันไปตามแต่ละยุคสมัย ในสมัยของป้า การกินหม้อไฟมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาขาดแคลนอาหาร ในสมัยของปู่ การกินหม้อไฟมีวัตถุประสงค์เพื่อต้องการกินรสชาติหม้อล่า และเป็นพฤติกรรมกลุ่มสังคม ในสมัยปัจจุบัน การกินหม้อไฟวัตถุประสงค์เพื่อรสชาติของบ้าน และเชื่อมโยงความสัมพันธ์กันให้ใกล้ชิดมากยิ่งขึ้น

2.1.2 ทดลองเทคนิคสร้างสรรค์รูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมผสมผสานกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย (China Chic)

เมื่อกำหนดกรอบความคิดแล้ว จะเริ่มทดลองเทคนิคการสร้างสรรค์รูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมผสมผสานกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย (China Chic) เพื่อให้ผลงานตอบโจทย์กับกลุ่มเป้าหมาย มีลักษณะของตนเอง และสามารถนำเสนอวัฒนธรรมของมณฑลเสฉวนได้ ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่หนึ่ง กำหนดลายเส้น
การทดลองครั้งที่ 1 การเขียนภาพแบบละเอียด โดยใช้ปากกาถูกลื่นของ โปรแกรม Procreate

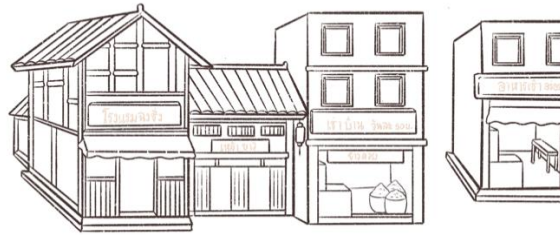


ภาพที่ 57 การเขียนภาพ 1

ที่มา: ผู้วิจัย

การใช้ปากกาถูกลื่น ทำให้ภาพมีความเป็นการ์ตูนมากเกินไป เนื่องจากเนื้อเรื่องต้องการแสดงบรรยากาศโบราณและประวัติศาสตร์ จึงพบว่าลายเส้นแบบเรียบลื่นไม่เหมาะกับภาพลักษณะนี้

การทดลองครั้งที่ 2 การเขียนภาพแบบละเอียด โดยใช้ปากกาที่มี texture ของ โปรแกรม procreate สำหรับบ้าน อาคาร พื้นหลัง และ ใช้ปากกาถูกลื่น สำหรับ character



ภาพที่ 58 การเขียนภาพ 2








ภาพที่ 59 การเขียนภาพ 3

การใช้ลายเส้นที่มีพื้นผิวสำหรับอาคารและพื้นหลัง และการใช้ลายเส้นแบบเรียบลื่นเมื่อวาดบุคคล จะทำให้บรรยากาศกลมกลืนเหมาะกับเนื้อเรื่องและ บุคคลมีความเด่นชัดมากขึ้น นอกจากนี้ สีของลายเส้นกำหนดเป็นสีน้ำตาลเข้ม

ขั้นตอนที่สอง กำหนดสี

เนื่องจากการเล่าเรื่องวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนจากอดีตสู่ปัจจุบัน จึงใช้รูปแบบสีย้อนยุคเป็นหลัก ซึ่งความจัดของสีไม่ค่อนสูง สีมีความสมดุลที่เป็นสีใกล้เคียง โดยกำหนดธีมสีดังต่อไปนี้ ซึ่งในแต่ละเรื่อง สามารถปรับปรุงสีได้ตามความเหมาะสม

สีโทนร้อน	RGB	สีโทนเย็น	RGB
	168 84 69		111 130 105
	213 140 111		147 162 143
	210 161 115		184 180 162
	227 189 156		127 131 92
	241 199 141		155 157 110
	151 114 88		143 156 186
	121 107 102		125 140 156
	67 51 48		92 113 137

ภาพที่ 60 กำหนดสี
ที่มา: ผู้วิจัย

2.1.3 Hello Hotpot Storyboard

Hello Hotpot
น้ำแปดชั้น
Storyboard





1.1 ภาพรวมท่าเรือของนครจงชิ่ง ในสมัยปลายราชวงศ์ชิง



2.1 บ้านอาเงินที่อยู่ริมฝั่งแม่น้ำ



1.2 คนงานมากมายมาทำงานที่ท่าเรือ



2.2 ภริยากำลังหุงข้าว



1.3 ปู่ทวด อาเงินกำลังทำงานในท่าเรือ



2.3 อาหารเย็นมีแต่น้ำซุบใส และหมั่นโถ

ภาพที่ 61 Storyboard 1.1

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 62 Storyboard 1.2

ที่มา: ผู้วิจัย

เรื่องราว “น้ำแปดขึ้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ” ประกอบด้วยฉากภาพประกอบจำนวน 12 อัน ที่เล่าเรื่องต้นกำเนิดของหม้อไฟเสฉวนจากการบรรยายชีวิตของตัวละคร ปู่ทวด อาเงิน และย่าทวด แสดงหม้อไฟเสฉวนมาจากภูมิปัญญาของพื้นบ้าน และได้รับความนิยมจากชาวบ้านและคนงานต่าง ๆ

ที่มาของเรื่อง

หม้อไฟเสฉวนมีต้นกำเนิดมาจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน ในเรื่องของปู่ทวดและย่าทวดมีชีวิตยากจนและลำบาก ไม่สามารถซื้อเนื้อทานได้ ก็หันมาซื้อเครื่องในวัวแทน โดยใช้ภูมิปัญญาที่ทำให้น้ำซุปเครื่องในวัวธรรมดาให้มีรสชาติหม่าล่าอร่อย กลายเป็นอาหารราคาถูกลงที่สามารถช่วยขจัดความหนาวเหน็บ และให้พลังแก่ร่างกายสำหรับคนงานได้ และนี่ก็คือต้นฉบับและที่มาของหม้อไฟ

เครื่องในวัว ที่มีฉายาว่า น้ำแปดขึ้น ในสมัยปลายราชวงศ์ชิง พ่อค้าปศุสัตว์ชอบขับไล่วัวที่ริมฝั่งท่าเรือในนครฉงชิ่ง เครื่องในของวัวนั้นขายไม่ได้ จึงถูกขายให้กับบुरुอาหารในราคาถูก เจ้าของบुरुจึงหันเครื่องในเหล่านี้ออกเป็นชิ้น ๆ และต้มในหม้อที่เป็นช่อง เพื่อขายให้คนงานกิน ซึ่งก็เรียกว่า น้ำแปดขึ้น

Hello Hotpot ไปกินหม้อไฟกัน Storyboard

1.1 ภาพรวมตลาดของซึ่ง ปู่หวัดได้เปิดร้านหม้อไฟในตลาด

1.2 ร้านหม้อไฟของปู่หวัดเต็มไปด้วยลูกค้า เนื่องจากที่นั่งไม่พอหลายคนต้องยืนรอนาน

1.3 ปู่หวัดจึงคิดหาวิธีอื่นหนึ่ง เพื่อแก้ไขปัญหานี้ โดยปรับหม้อไฟเป็นหม้อไฟเก้าช่อง

2.1 ปู่หวัดชวนลูกคำคู่นี้มานั่งกับสองคนนี้ด้วยกัน ทุกคนกินหม้อไฟในช่องของตัวเอง สะอาดและไม่รบกวนกัน

2.2 ปู่ช่วยงานธุรกิจหม้อไฟที่บ้านตั้งแต่สมัยยังเป็นเด็ก

2.3 เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว ปู่ได้เติบโตเป็นผู้ใหญ่

ภาพที่ 63 Storyboard 2.1

ที่มา: ผู้วิจัย

2.4 ปู่ได้แต่งงานกับหญิงสาวที่จากเมืองเฉิงตู

2.5 หลังจากปู่ย้ายแต่งงานแล้ว ปู่จึงตัดสินใจจะเปิดร้านหม้อไฟอาเถิน สาขาใหม่ที่เมืองเฉิงตู

3.1 ภาพรวมแสดงกิจกรรมต่างๆและชีวิตประจำวันของชาวเฉิงตู หมี่แพนต้า ตีมซา เล่นไฟนกระออก และหู เด็กกินเต้าฮวย

3.2 ปู่เปิดร้านหม้อไฟสาขาใหม่ในเมืองเฉิงตู หลังจากแต่งงานกับย่า

3.3 ร้านหม้อไฟไม่ได้เป็นเพียงร้านอาหาร แต่เปรียบเสมือนเป็นแหล่งรวมกิจกรรมผู้คนในเมืองเฉิงตู ฉากรับประทานหม้อไฟของคนต่างๆ แสดงหม้อไฟได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของชาวเสฉวน

ภาพที่ 64 Storyboard 2.2

ที่มา: ผู้วิจัย

เรื่องราว “ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝิงราก” ประกอบด้วยฉากภาพประกอบจำนวน 11 อัน โดยได้แบ่งออกเป็นสองส่วน ส่วนแรกคือ การเล่าเรื่องของที่มาของหม้อไฟเก้าช่อง ส่วนที่สอง คือ การแสดงวิถีชีวิตความสงบสุขของชาวบ้านในนครเฉิงตู และร้านหม้อไฟไม่ได้เป็นเพียงร้านอาหาร แต่เปรียบเสมือนเป็นแหล่งรวมกิจกรรมของชาวบ้าน สะท้อนให้เห็นถึงหม้อไฟได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของชาวเสฉวน

ที่มาของเรื่อง

ในสมัยก่อน ผู้คนมักจะชวนเพื่อน 2 - 3 คน ไปกินหม้อไฟ ซึ่งในหนึ่งโต๊ะจะนั่งไม่เต็ม และเนื่องจากภายในร้านมีพื้นที่จำกัด เจ้าของร้านหม้อไฟไม่อยากเสียที่นั่ง จึงให้ลูกค้าจากสองโต๊ะมานั่งด้วยกัน โดยใช้หม้อไฟใหญ่ที่แบ่งออกเป็นเก้าช่องเล็ก ดังนั้น ทุกคนจึงสามารถกินอาหารในช่องของตัวเองได้ ทั้งสะดวกและสะอาด โดยแบ่งเป็นเก้าช่องที่สามารถต้มวัตถุดิบที่แตกต่างกันได้อย่างถูกต้องและลงตัว เช่น ช่องตรงกลาง มีไฟแรง สามารถลวกเครื่องในวัวให้สุกเร็ว ช่องที่ติดกับช่องตรงกลางมีไฟปานกลาง สามารถต้มลูกชิ้นกึ่ง ลูกชิ้นหมู และเนื้อต่าง ๆ ช่องที่อยู่รอบข้างมีไฟอ่อน สามารถต้มผัก ไข่หมู ปลาหมึก และตีนไก่ เพื่อยังคงความสดใหม่ของอาหาร

หม้อไฟเก้าช่องจึงถือได้ว่าเป็นความคิดสร้างสรรค์ของบริหารจัดการ ทำให้หม้อไฟได้พัฒนาก้าวหน้าขึ้นจากภูมิปัญญาของพื้นบ้าน

Hello Hotpot รสชาติของบ้าน Storyboard

	<p>1.1</p> <p>จาก"ผม"ใช้ชีวิตวัยเด็กในร้านหม้อไฟที่บ้าน</p> <p>ทำการบ้านในร้านในช่วงวันหยุดดูหนาวและฤดูร้อน</p>		<p>1.4</p> <p>ครอบครัวกินข้าวกัน</p>
	<p>1.2</p> <p>จาก"ผม"ใช้ชีวิตวัยเด็กในร้านหม้อไฟที่บ้าน</p> <p>ช่วยงานบ้านเมื่อโตขึ้น</p>		<p>1.5</p> <p>พ่ออยากให้ "ผม" รับผิดชอบต่อ แต่ "ผม" อยากเรียนต่อที่ต่างประเทศ</p>
	<p>1.3</p> <p>จากวันครูจีน</p>		<p>1.6</p> <p>พ่อโกรธและโยนแก้ว</p>

ภาพที่ 65 Storyboard 3.1

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 66 Storyboard 3.2

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 67 Storyboard 3.3

ที่มา: ผู้วิจัย

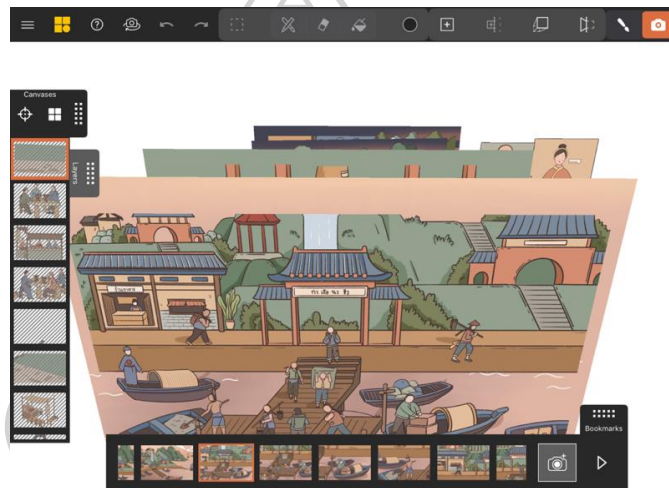
เรื่องราว “รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว” ประกอบด้วยฉากภาพประกอบจำนวน 16 อัน ที่เล่าเรื่องเรื่องขัดแย้งที่เกิดระหว่าง “ผม” กับ “พ่อ” แสดงให้เห็นว่าหม้อไฟเสฉวนเป็นสัญลักษณ์ของบ้านสำหรับชาวเสฉวนที่อยู่นอกเมือง เป็นสะพานที่สามารถเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน ทั้งนี้ ผู้ชมสามารถเข้าใจอารมณ์ของตัวละครได้ง่าย

ที่มาของเรื่อง

หม้อไฟเสฉวนเป็นสัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวน มีบทบาทในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนสำหรับคนที่อยู่ต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ถ้าคิดถึงบ้านแล้วลองทำน้ำซุปรหม้อไฟสักเมนูหนึ่ง ก็เป็นวิธีที่สามารถคลายความคิดถึงบ้านได้ดีที่สุด เพราะนอกจากจะมีรสชาติหม้อไฟแล้ว หม้อไฟเสฉวนยังมีกลิ่นไอและรสชาติที่ทำให้คลายความคิดถึงบ้านอีกด้วย

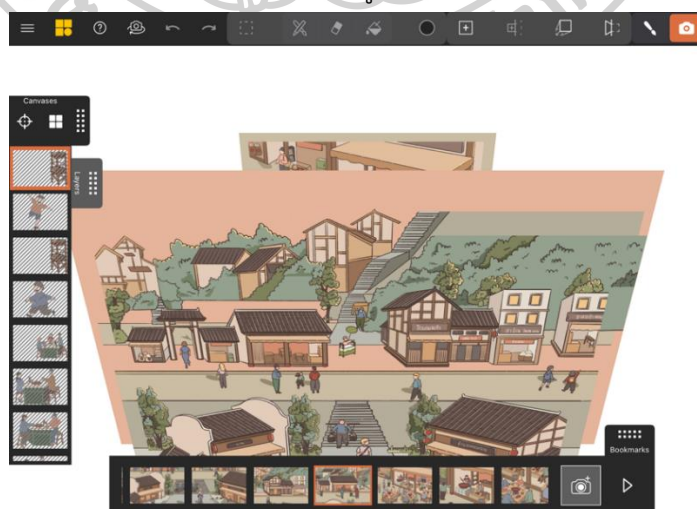
2.1.4 การใช้เทคโนโลยี Mental Canvas

Mental Canvas เป็นเทคโนโลยี ที่สามารถเปลี่ยนการวาดภาพกราฟฟิก 2D ให้กลายเป็นผลงานสร้างสรรค์แบบ 3D บนระนาบแบนๆ ของหน้าจอ ด้วยการซูมเข้า-ออก ซึ่งสามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลงาน ทำให้ผู้ชมดื่มด่ำในบรรยากาศของภาพ



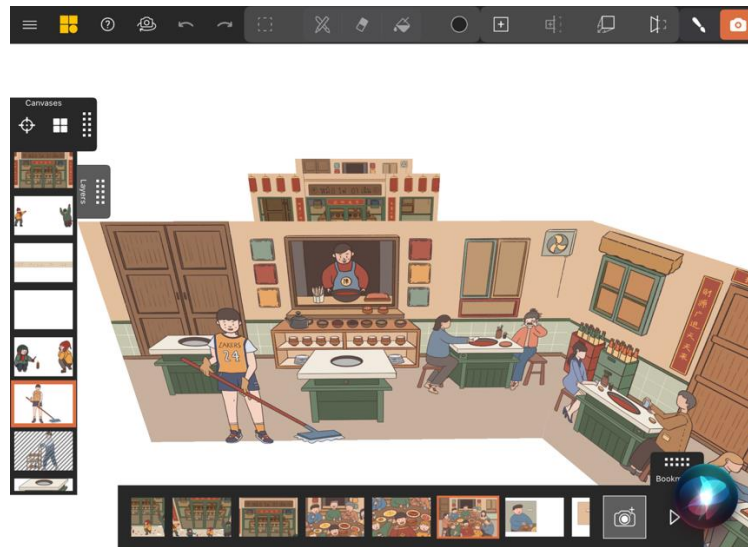
ภาพที่ 68 หน้าจอการทำงานของ Mental Canvas- น้ำแปดขึ้น

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 69 หน้าจอการทำงานของ Mental Canvas- ไปกินหม้อไฟกัน

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 70 หน้าจอการทำงานของ Mental Canvas- รสชาติของบ้าน

ที่มา: ผู้วิจัย

2.1.5 การตัดต่อคลิป

หลังจากได้ วิดีโอ export จาก Mental Canvas จึงใช้ โปรแกรมตัดต่อวิดีโอ Cap cut ให้เป็นวิดีโอสมบูรณ์ ดังนี้



เว็บไซต์สำหรับการรับชมวิดีโอ <https://youtu.be/Bd4Ln0byw2A>



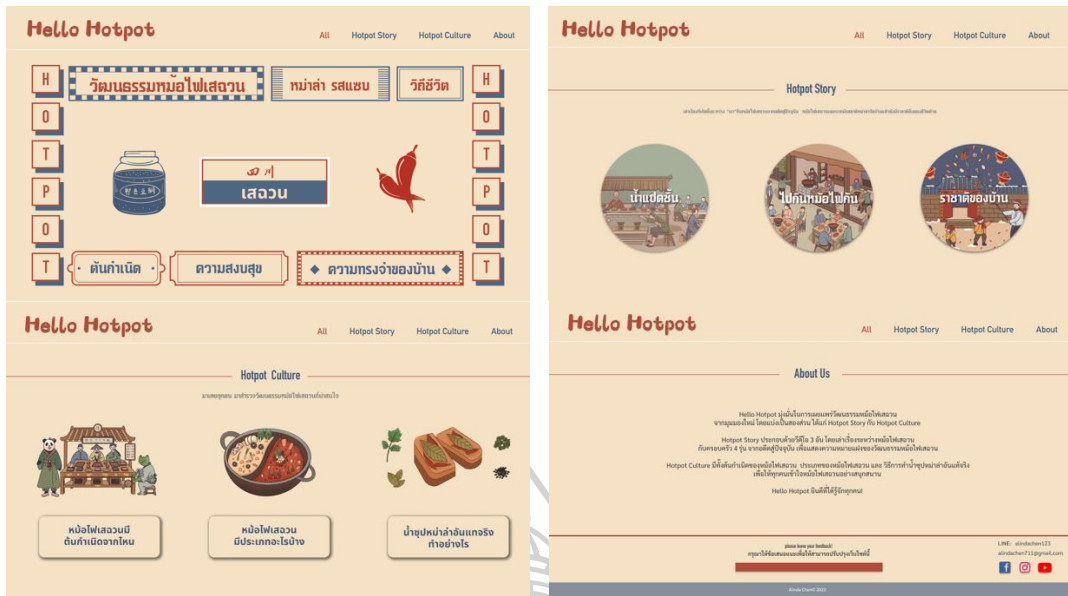
เว็บไซต์สำหรับการรับชมวิดีโอ https://youtu.be/zuA3AdVky_o



เว็บไซต์สำหรับการรับชมวิดีโอ <https://youtu.be/PBRTPxnpBEM>

2.2 Hello Hotpot Website

Hello Hotpot Website ประกอบด้วยสองส่วน ได้แก่ Hotpot Story กับ Hotpot Culture Hotpot Culture ได้รวบรวมทั้ง ต้นกำเนิดของหม้อไฟเสฉวน ประเภทของหม้อไฟเสฉวน และวิธีการทำน้ำซุพหม้อไฟเสฉวนดั้งเดิม รายละเอียดดังนี้
 เข้าสู่เว็บไซต์ <http://www.hellohotpot.life>



ภาพที่ 71-74 หน้า Home
ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 75-78 หน้า Hotpot Story
ที่มา: ผู้วิจัย

Hello Hotpot All Hotpot Story Hotpot Culture About

หม้อไฟเสวนามีถิ่นกำเนิดจากไหน

ตำนาน ๑

เชื่อกันว่า หม้อไฟเสวนามีต้นกำเนิดมาจากชนชาวจีน (ค.ศ. 1821-1851) โดยคนจีนที่มีถิ่นกำเนิดในจังหวัด Xiang Maan ของมณฑลกุ้ยโจว มีวิธีการหมักเนื้อสัตว์ที่พิเศษ ขูดไขมันออกและใส่เครื่องเทศ หม้อไฟเสวนามีต้นกำเนิดในมณฑล กุ้ยโจว ประเทศจีนที่หนาวเย็น ทั้งๆที่คนจีนกินหม้อไฟเสวนา



ตำนาน ๒

ในสมัยปลายราชวงศ์ชิง หม้อไฟเสวนามีที่กำเนิดที่เมืองเฉิงเต๋อ ซึ่งเป็นหนึ่งในเมืองเก่าแก่ที่สุดในจีน มีภูเขาและวัฒนธรรมโบราณมากมาย เมืองเฉิงเต๋อมีชื่อเสียงในด้านศิลปะ และยังมีหม้อไฟเสวนาอยู่หลายแห่งในบริเวณนี้ เมืองเฉิงเต๋อมีประวัติอันยาวนานและสืบทอดมาจากราชวงศ์หมิง ดังนั้น ปู่เฉิงเต๋อจึงถูกขนานนามว่าเป็น 'บ้านเกิด' ของหม้อไฟเสวนา



Hello Hotpot All Hotpot Story Hotpot Culture About

หม้อไฟเสวนามีประเภทอะไรบ้าง



หม้อไฟเสวนาแดง

หม้อไฟเสวนาแดงมีรสชาติเผ็ดร้อนและเข้มข้น ใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่เข้มข้นและเผ็ดร้อน



หม้อไฟเสวนาไก่

หม้อไฟเสวนาไก่มีรสชาติที่นุ่มนวลและอร่อย ใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่เข้มข้นและเผ็ดร้อน



หม้อไฟเสวนาหมู

หม้อไฟเสวนาหมูมีรสชาติที่นุ่มนวลและอร่อย ใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่เข้มข้นและเผ็ดร้อน



หม้อไฟเสวนาขาว

หม้อไฟเสวนาขาวมีรสชาติที่นุ่มนวลและอร่อย ใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่เข้มข้นและเผ็ดร้อน

Hello Hotpot All Hotpot Story Hotpot Culture About



หม้อไฟเสวนาแดง

หม้อไฟเสวนาแดงมีรสชาติเผ็ดร้อนและเข้มข้น ใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่เข้มข้นและเผ็ดร้อน



หม้อไฟเสวนาไก่

หม้อไฟเสวนาไก่มีรสชาติที่นุ่มนวลและอร่อย ใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่เข้มข้นและเผ็ดร้อน



หม้อไฟเสวนาหมู

หม้อไฟเสวนาหมูมีรสชาติที่นุ่มนวลและอร่อย ใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่เข้มข้นและเผ็ดร้อน



หม้อไฟเสวนาขาว

หม้อไฟเสวนาขาวมีรสชาติที่นุ่มนวลและอร่อย ใช้เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสที่เข้มข้นและเผ็ดร้อน

Hello Hotpot All Hotpot Story Hotpot Culture About

น้ำจืดหม้อไฟเสวนามีอะไรบ้าง



Hello Hotpot All Hotpot Story Hotpot Culture About

1. เตรียมหม้อไฟเสวนาและเครื่องปรุงรส
2. ต้มน้ำจืดหม้อไฟเสวนาให้เดือด
3. ใส่เนื้อสัตว์และผักลงในหม้อไฟเสวนา
4. ต้มจนเนื้อสัตว์สุกและผักสุก
5. ใส่เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสลงในหม้อไฟเสวนา
6. ต้มจนเครื่องเทศและเครื่องปรุงรสเข้ากัน
7. ต้มจนหม้อไฟเสวนาเดือดและพร้อมเสิร์ฟ

Hello Hotpot All Hotpot Story Hotpot Culture About

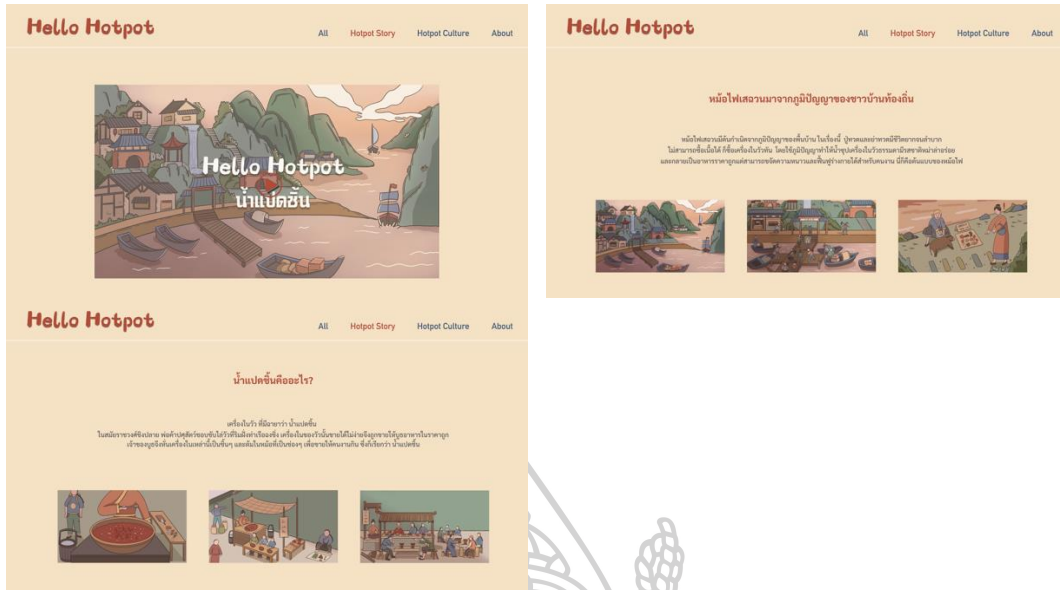
7. ต้มจนหม้อไฟเสวนาเดือดและพร้อมเสิร์ฟ
8. ใส่เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสลงในหม้อไฟเสวนา
9. ต้มจนเครื่องเทศและเครื่องปรุงรสเข้ากัน
10. ต้มจนหม้อไฟเสวนาเดือดและพร้อมเสิร์ฟ

Hello Hotpot All Hotpot Story Hotpot Culture About

11. ต้มจนหม้อไฟเสวนาเดือดและพร้อมเสิร์ฟ
12. ใส่เครื่องเทศและเครื่องปรุงรสลงในหม้อไฟเสวนา
13. ต้มจนเครื่องเทศและเครื่องปรุงรสเข้ากัน
14. ต้มจนหม้อไฟเสวนาเดือดและพร้อมเสิร์ฟ
15. ต้มจนหม้อไฟเสวนาเดือดและพร้อมเสิร์ฟ

ภาพที่ 79-86 หน้า Hotpot Culture

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 87-89 หน้า น้ำแปดชั้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ
 ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 90-93 หน้า ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก
 ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 94-96 หน้า รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว

2.3 แพลตฟอร์มสำหรับการถ่ายทอด

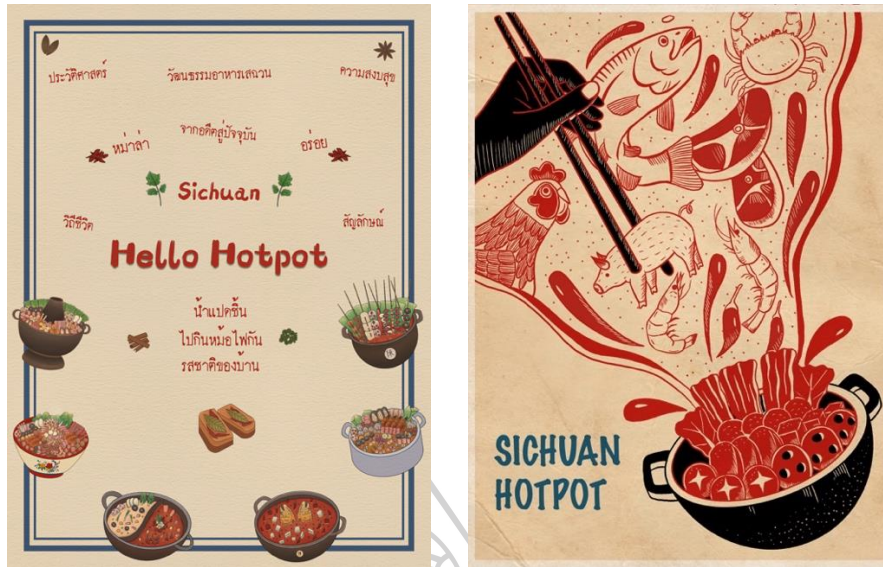
แพลตฟอร์มที่ใช้ในการถ่ายทอดมีทั้ง แพลตฟอร์มเว็บไซต์ แพลตฟอร์มวิดีโอ เช่น YouTube และ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และ Instagram ที่กำลังนิยมในกลุ่มวัยรุ่นไทย โดย Facebook จะเน้นการโต้ตอบกับผู้ชม มีทั้งรูปภาพ และ วิดีโอ ส่วน Instagram จะเน้นการแบ่งปันภาพประกอบที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน

โปสเตอร์ที่จะประกาศใน Facebook มีดังนี้



ภาพที่ 97 banner ใน facebook

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 98-99 Posters

ที่มา: ผู้วิจัย



ภาพที่ 100-102 Posters of Hotpot Story

ที่มา: ผู้วิจัย

<p>หม้อไฟหยินหยาง</p> <p>Yuan 元 火 Huo 火</p> <p>Yang 阳 锅 Guo 锅</p>  <p>เป็นหม้อไฟที่แบ่งเป็นน้ำซุปจัด และ น้ำซุปเผ็ด สมที่กินเผ็ดไม่ได้ จึงสามารถเลือกหม้อไฟประเภทนี้แทน เนื่องจากน้ำซุปนั้นเป็นสีดั่งกับขนมฉี๊ว สดตลอดทั้งฤดูอยู่ได้เย็นสบายที่กลัวหนาว หยินเป็นตัวแทนของกลางคืน และ หยางเป็นตัวแทนของกลางวัน และสามารบรับ ฝ่าร้อนได้ เป็นหม้อไฟที่นิยมมาก</p> <p>— Hello Hotpot —</p>	<p>หม้อไฟเก้าช่อง</p> <p>Jiu 九 火 Huo 火</p> <p>Gong 宫 锅 Guo 锅</p> <p>Ge 格</p>  <p>เป็นหม้อไฟที่ทานกับที่คิดค้นในเขตของอู๋ โดยแบ่งเป็นเก้าช่องที่ทานรสชาติที่คู่กันแตกต่างกันโดยอย่างชัดเจนและสะดวก เช่น ซอสมะเขารวม มีไฟแรงสามารถทานเนื้อสัตว์ในครัวใหญ่ได้ ช่องที่พิเศษของหม้อประเภทนี้ไปทานสามารถทานสุกชิ้นๆ ปรุงรสตามใจชอบ และเนื้อบาง ๆ ของที่ปรุงสุกง่ายมีไขมันสามารถย่อยได้ ไขมัน และเนื้อนุ่ม เพื่อลดความอ้วนได้อีก</p> <p>— Hello Hotpot —</p>
<p>หม้อไฟต้มยำกุ้ง</p> <p>Dong 冬 火 Huo 火</p> <p>Yin 阴 锅 Guo 锅</p> <p>Gong 功</p>  <p>เป็นหม้อไฟที่นิยมกันในช่วงฤดูร้อนที่ผสมผสานและประยุกต์ใช้กับประเพณีต้มยำกุ้งของไทยกับหม้อไฟที่ชาวต่างชาติ</p> <p>— Hello Hotpot —</p>	<p>หม้อไฟหัวปลา</p> <p>Yu 鱼 火 Huo 火</p> <p>Tou 头 锅 Guo 锅</p>  <p>เป็นหม้อไฟที่นิยมรับประทานเป็นหลัก เมื่อทานหัวปลาจนหมดแล้ว ก็ยังสามารถรับประทานเนื้อปลาอื่น ๆ ได้อีกด้วย</p> <p>— Hello Hotpot —</p>
<p>เหม้าซ่าย</p> <p>Mao 冒 菜 Cai 菜</p>  <p>นำวัตถุดิบที่สดใ่วิถีวิถีสุขภาพ และสิ่งดี ๆ ที่ปรุงสุกด้วยกับของรสแซ่บรสอร่อย เหม้าซ่ายมีรสอร่อย รสเค็ม เหม้าซ่ายน้ำซุปกับ เหม้าซ่ายน้ำแห้ง</p> <p>— Hello Hotpot —</p>	<p>หม้อไฟไม้เสียบ</p> <p>Cheng 成 串 Chuan 串</p> <p>Du 都 串 Chuan 串</p>  <p>เป็นหม้อไฟที่นำวัตถุดิบต่าง ๆ มาเสียบกับไม้ยาว และต้มในหม้อด้วยกับเนื้อของทอดรสชาติตามใจชอบ รสแซ่บ และรสหวานก็รับได้จึงทานได้แบบสบายๆ</p> <p>— Hello Hotpot —</p>

ภาพที่ 103-108 Posters of Hotpot Family

ที่มา: ผู้วิจัย

ส่วนที่ 3 การประเมินผล

การประเมินผล จาก ข้อมูลการเผยแพร่ในแพลตฟอร์ม Website Facebook YouTube และInstagram จากแบบประเมินผลของกลุ่มเป้าหมายคนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35ปี จำนวน 92 คน และจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด 3 ท่าน ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ Dr. Zhou Rui และ Mr. Hu Yifei ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารระหว่างประเทศ Dr. Li Ping ซึ่งผลการประเมินในการวิจัยฉบับนี้ เป็นการประเมินหาประสิทธิภาพของผลงานการออกแบบว่า การออกแบบสื่อวิดีโอสามารถถ่ายทอดวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนและวิถีความสงบสุขของชาวเสฉวนได้หรือไม่ และสามารถให้ความรู้ ความเข้าใจกับกลุ่มเป้าหมาย ได้หรือไม่ ซึ่งเป็นการสอบถามถึง ความเข้าใจ ความพึงพอใจ และความน่าสนใจ เกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน โดยสรุปผลได้ดังนี้

4.21-5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

3.41-4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

2.61-3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

1.81-2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย

1.00-1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็น/ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.1 การประเมินผลจากสื่อออนไลน์

ผลงานการออกแบบครั้งนี้ได้สื่อสารถ่ายทอดผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ เช่น Website Facebook YouTube และ Instagram และได้รวบรวมสถิติข้อมูล เพื่อประเมินผลงานการออกแบบได้ดังนี้

ตารางที่ 4 สถิติผลการถ่ายทอดในสื่อออนไลน์

	จำนวนครั้งผู้ชม			
	วิดีโอที่ 1 น้ำแปดขึ้น	วิดีโอที่ 2 ไปกินหม้อไฟกัน	วิดีโอที่ 3 รสชาติของบ้าน	ทั้งหมด
Website	240			
Facebook	219	523	275	1017
YouTube	114	46	50	210
ทั้งหมด	333	569	325	1227
	จำนวนการเข้าร่วมกิจกรรม(แฮชแท็กและกดไลค์)			
	วิดีโอที่ 1 น้ำแปดขึ้น	วิดีโอที่ 2 ไปกินหม้อไฟกัน	วิดีโอที่ 3 รสชาติของบ้าน	Hotpot Culture
Facebook	258	320	130	193

(นับตั้งแต่วันที่ 1 มิ.ย. ถึง วันที่ 7 มิ.ย. 2565)

จากตารางดังกล่าวนี้ พบว่า ในระยะเวลาหนึ่งสัปดาห์ นับตั้งแต่วันที่ 1 มิ.ย. 2565 ถึง วันที่ 7 มิ.ย. 2565 จำนวนครั้งผู้ชมของวิดีโอทั้งสามอันนี้ในแพลตฟอร์ม Facebook และ YouTube มีทั้งหมด 1227 ครั้ง จำนวนการเข้าร่วมกิจกรรม(แชร์และกดไลค์) ใน Facebook มีทั้งหมด 901 ครั้ง ส่วนจำนวนผู้เข้าหน้าเว็บ มีทั้งหมด 240 ครั้ง ทั้งนี้ แสดงให้เห็นว่า การถ่ายทอดผลงานการออกแบบ ด้านวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนในแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียได้รับผลดี ซึ่งถือได้ว่าอยู่ในเกณฑ์ระดับดีมาก



Publicity Results of Social Media

The image displays a collage of social media publicity results for 'Hello Hotpot' across three platforms: Facebook, Instagram, and YouTube.

- Facebook:** Shows the 'Hello Hotpot' profile page with a banner for 'Sichuan Hello Hotpot'. Below the banner are three video posts: 'Hello Hotpot - รสชาติของบ้าน' (3 days ago, 265 views), '#hotpotstory ขอเชิญทุกท่านชมวิดีโอ Hello Hotpot 1- น้ำแปดชั้น (วิดีโอที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน)' (4 days ago, 518 views), and 'Hello Hotpot - น้ำแปดชั้น (วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน)' (3,560 people reached, 253 engagements). The profile page also shows 'About' information: 'Hello! Welcome to Hello Hotpot! This is a Sichuan hotpot culture sharing platform...' and 'Insights' for the last 28 days: 9,922 people reached and 901 post engagements.
- Instagram:** Shows the profile for 'hello_hotpot' (Sichuan Hotpot Culture Sharing) with a grid of images related to hotpot culture.
- YouTube:** Shows the channel for 'chen liujing' (5 subscribers) with three video uploads: 'Hello Hotpot - รสชาติของบ้าน (วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน)' (42 views), 'Hello Hotpot - ไปกินหม้อไฟกัน (วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน)' (37 views), and 'Hello Hotpot - น้ำแปดชั้น (วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน)' (104 views).

ภาพที่ 109 ผลการประชาสัมพันธ์ออนไลน์

3.2 การประเมินผลจากกลุ่มเป้าหมาย





งานวิจัยครั้งนี้ได้เก็บรวบรวมแบบประเมินผลจากกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 92 ฉบับ แบบประเมินผลประกอบด้วย สาม ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน กับ การประเมินความพึงพอใจของผลงาน รายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 5 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย

ข้อมูล	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	28	30.4
หญิง	64	69.6
อายุ		
18-25	46	50
26-35	46	50
อาชีพ		
นักศึกษา/นักเรียน	42	45.7
พนักงานบริษัท	19	20.7
พนักงานของรัฐ	13	14
ธุรกิจส่วนตัว	7	7.6
อาชีพอิสระ	11	12

ตารางที่ 6 ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน

คำตอบ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
1. น้ำแปดขึ้นคืออะไร		
น้ำที่แบ่งออกเป็นแปดชั้น	9	9.8
เครื่องในวัว	50	54.3
น้ำซุปรหม่าล่า	33	35.9
2. หม้อไฟเสฉวนมีต้นกำเนิดจากไหน		
นครเฉิงตู	23	25
นครฉงชิ่ง	65	70.7
นครปักกิ่ง	4	4.3

3. ในหม้อไฟต่อไปนี้ อันไหนเป็นหม้อไฟเก่าช่อง		
	4	4.3
	12	13
	73	79.3
	3	3.3
4. ชอบวิดีโออันไหนมากที่สุด		
น้ำแปดชั้น	20	21.7
ไปกินหม้อไฟกัน	35	40.2
รสชาติของบ้าน	37	38

สรุป จากผลการประเมินความรู้ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน พบว่า สำหรับคำถามข้อที่ 1-3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถตอบให้ถูกต้อง หลังจากการรับชมวิดีโอ คำถามข้อที่ 4 จำนวนที่ชอบวิดีโอ “ไปกินหม้อไฟกัน” กับ “รสชาติของบ้าน” มีจำนวนเยอะกว่า เพราะวิดีโอ “น้ำแปดชั้น” เล่าเรื่องที่มาจากหม้อไฟเสฉวน จะเข้าใจยากถ้าเปรียบเทียบกับอีกสองวิดีโอ

ตารางที่ 7 การประเมินความพึงพอใจของผลงาน

หัวข้อการประเมิน	ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่าง		
	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
1. เข้าใจเรื่องราวของที่มาหม้อไฟเสฉวนไหม	2	5	4.41
2. เข้าใจเรื่องราวที่มาของหม้อไฟเก่าช่องไหม	2	5	4.47
3. ความน่าสนใจของวิดีโอ “น้ำแปดชั้น”	2	5	4.43
4. ความน่าสนใจของวิดีโอ “ไปกินหม้อไฟ” “กัน”	2	5	4.56
5. ความน่าสนใจของวิดีโอ “รสชาติของ” “บ้าน”	2	5	4.54

หัวข้อการประเมิน	ผลการประเมินจากกลุ่มตัวอย่าง		
	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าเฉลี่ย
6. ชอบการแนะนำวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน ผ่านวิธีนี้ใหม่ สื่อภาพประกอบ)+วิดีโอ(3	5	4.53
7. ความพึงพอใจของการออกแบบ ภาพประกอบและเรื่องราว	3	5	4.61
8. ความพึงพอใจของเว็บไซต์ Hello Hotpot	2	5	4.60

สรุป จากผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ความเข้าใจด้าน น้ำแปดขึ้น หม้อไฟ เก้าช่อง ความน่าสนใจของ วิดีโอ “น้ำแปดขึ้น” “ไปกินหม้อไฟกัน” “รสชาติของบ้าน” ความชอบของวิธีการแนะนำวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน ความพึงพอใจด้านการออกแบบภาพประกอบ และเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.41-4.61 หมายถึงผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก

ข้อเสนอแนะจากกลุ่มเป้าหมาย

จากการประเมินผลงานของการออกแบบ กลุ่มเป้าหมายได้ให้ข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

1. เป็นวัฒนธรรมอาหารของนครเฉิงตูที่ดีที่สุด
2. it's super good. Like a work of genius, full of wisdom and art.
3. อยากให้มีเสียงคนพากย์ด้วย จะดีมาก
4. ทำออกมาน่ารักมาก ๆ เลย
5. ทำสื่อเข้าใจได้ง่าย ดูเพลินมีความสุขมาก ๆ
6. วิดีโอน่ารักมาก
7. ยอดเยี่ยม
8. ขอให้มีคนพากย์เสียงด้วยจะดีมาก จะทำให้น่าสนใจมากยิ่งขึ้น
9. เพิ่มเติมวิดีโอเกี่ยวกับอาหารเสฉวน
10. น่าจะมีรายละเอียดของหม้อไฟเยอะกว่านี้ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย
11. ชอบที่มีมุมผู้สูงอายุกับ card
12. ภาพสวยงาม เนื้อเรื่องดี
13. ความหมายละเอียดดี

3.3 การประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 8 สรุปผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน

หัวข้อการประเมิน	ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ			
	ด้านศิลปะการ ออกแบบ1	ด้านศิลปะการ ออกแบบ2	ด้านกาสื่อสาร ระหว่าง ประเทศ	ค่าเฉลี่ย
ความพึงพอใจของเนื้อหา				
1. ความเข้าใจของวิดีโอ น้ำ“ ”แปดชั้น	4	4	5	4.33
2. ความเข้าใจของวิดีโอ ไป“ ”กินหม้อไฟกัน	5	5	4	4.67
3. ความเข้าใจของวิดีโอ ”รสชาติของบ้าน“	5	5	5	5.00
4. ความเหมาะสมของเนื้อหา	4	5	5	4.67
ความพึงพอใจของการออกแบบ				
1. ภาพประกอบได้แสดง ลักษณะของสไตล์จีน	4	5	5	4.67
2. จังหวะเหมาะสมของสื่อ วิดีโอ	5	5	4	4.67
3. การออกแบบเว็บไซต์	5	4	5	4.67
ความพึงพอใจของการสื่อสาร				
1. สามารถสื่อสารให้กับกลุ่ม ตัวอย่างได้ง่าย	5	5	5	5.00
2. กลุ่มตัวอย่างให้ความ น่าสนใจกับสื่อ	5	5	5	5.00
3. สามารถนำสื่อไปพัฒนา ส่งเสริมวัฒนธรรมอาหาร เสฉวน	5	5	5	5.00

สรุป จากผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทั้งสามท่านในด้านความพึงพอใจของเนื้อหา ความเข้าใจของวิดีโอ “น้ำแปดชั้น” “ไปกินหม้อไฟกัน” รสชาติของบ้าน” และความเหมาะสมของเนื้อหา พบว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.33-5.00 หมายถึงผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก ด้านความพึงพอใจของการออกแบบ ภาพประกอบได้แสดงลักษณะของสไตล์จีน จังหวะเหมาะสมของวิดีโอ และการออกแบบเว็บไซต์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.67 หมายถึงผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก ด้านความพึงพอใจของการสื่อสาร สามารถสื่อสารให้กับกลุ่มตัวอย่างได้ง่าย กลุ่มตัวอย่างให้ความน่าสนใจกับสื่อ และสามารถนำสื่อไปพัฒนาส่งเสริมวัฒนธรรมอาหารเสฉวน มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 5.00 หมายถึงผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยวิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร ครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งมั่นในการศึกษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน และวิถีความสงบสุขของประชาชนชาวเสฉวนจากอดีตสู่ปัจจุบัน เพื่อนำเสนอถ่ายทอดให้กับกลุ่มคนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี ได้รู้จักและสนใจวัฒนธรรมอาหารเสฉวน โดยมีแนวความคิดในการออกแบบสื่อภาพประกอบ และวิดีโอที่ประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยี Mental Canvas พร้อมเผยแพร่ในแพลตฟอร์มหลักหลาย เพื่อเป็นการพัฒนารูปแบบการสื่อสารวัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่แปลกใหม่และเหมาะสมกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องวิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร มีจุดประสงค์ในการศึกษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่บ่งชี้ถึงวิถีความสงบสุขของประชาชนชาวเสฉวน พร้อมกำหนดแนวคิดในการถ่ายทอดศิลปะการออกแบบในรูปแบบผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย เพื่อหาองค์ความรู้แนวทางสู่กระบวนการความคิดในการออกแบบสื่อศิลปะให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เกิดผลประโยชน์ที่จะนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมณฑลเสฉวนไปสู่สากลต่อไป

ผู้วิจัยได้มีแนวทางการออกแบบโดยจากการศึกษาข้อมูลเชิงเอกสารงานวิจัย แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. วัฒนธรรมอาหารเสฉวนเป็นวัฒนธรรมที่ครอบคลุมถึงวัฒนธรรมหลากหลายประเภท สะท้อนให้เห็นถึงการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของมณฑลเสฉวน โดยรวมทั้งในเรื่องที่มาเรื่องราวของอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียง วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน ขนบธรรมเนียมอาหารการกินในเทศกาล อาหารการกินของชาวบ้านและ อาหารท้องถิ่นต่าง ๆ อีกทั้งวัฒนธรรมอาหาร เสฉวนสามารถบ่งบอกถึงวิถีชีวิตของประชาชนชาวเสฉวน เป็นการพิสูจน์ว่ามีการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชาวเสฉวนจากอดีตสู่ปัจจุบัน
2. วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนได้รับความนิยมอย่างมากจากกลุ่มเป้าหมายคนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปีจากผลแบบสอบถามพบว่า วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนไม่ใช่เพียงรวมถึง วัสดุ เครื่องปรุง วิธีการทำ ประเภทของหม้อไฟ และรสชาติหม้อไฟ ยังรวมถึงเรื่องราวต้นกำเนิดของหม้อไฟ และความหมายแฝงของวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน ได้แก่ หม้อไฟที่เป็นภูมิปัญญาของพื้นบ้าน ความสำคัญของหม้อไฟสำหรับชาวเสฉวน หม้อไฟที่เป็นสัญลักษณ์ของบ้าน และความสัมพันธ์ระหว่างหม้อไฟกับผู้คนอีกด้วย

3. หม้อไฟแก๊สช่องเป็นความคิดสร้างสรรค์ของวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนทางด้านการบริหารจัดการ ทำให้หม้อไฟได้พัฒนาก้าวหน้ายิ่งขึ้น และการพัฒนาปรับปรุงของหม้อไฟเสฉวนสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของประชาชนชาวเสฉวน ที่มุ่งไปสู่ความสงบสุขและความสะดวกสบาย
4. โดยการออกแบบสื่อศิลปะเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนสำหรับกลุ่มเป้าหมายนั้น ผู้วิจัยได้ค้นพบแนวทางการสร้างสรรค์คือ การออกแบบสื่อวิดีโอที่เล่าเรื่องวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน โดยวิดีโอนี้ประกอบด้วยภาพประกอบ โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Mental Canvas ที่ทำให้ภาพประกอบ 2D แปลงเป็น 3D และสามารถเคลื่อนไหวได้ ส่วนในการเล่าเรื่องระหว่างหม้อไฟกับครอบครัว “อาเฉิน” จากอดีตถึงปัจจุบัน ทำให้ผู้ชมได้ดื่มด่ำในเรื่องราว และ เข้าใจวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนได้มากยิ่งขึ้น
5. รูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมผสมผสานกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย (China Chic) ที่เป็นลักษณะของตนเองสามารถสะท้อนให้เห็นถึง ทั้งในภาพประกอบ และ วิดีโอ โดย ภาพประกอบเป็นรูปแบบ China Chic ที่ใช้สีอ่อนยุค สีมืดความสมดุลพร้อมองค์ประกอบที่มีสไตล์จีน และ วิดีโอก็เป็นการผสมผสานภาพประกอบรูปแบบ China Chic และ เทคโนโลยี Mental Canvas ที่เป็นแนวคิดออกแบบร่วมสมัย ทั้งนี้ จึงเป็นลักษณะของรูปแบบ China Chic ของผลงานชิ้นนี้
6. ผลการประเมินผลงานการออกแบบจากสื่อออนไลน์ จากกลุ่มเป้าหมายและผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับเกณฑ์ดีมาก ด้านสื่อออนไลน์ นับตั้งแต่วันที่ 1 มิ.ย. 2565 ถึงวันที่ 7 มิ.ย.2565 จำนวนครั้งผู้ชมของผลงานการออกแบบใน Facebook มีทั้งหมด 1017 ครั้ง จำนวนการเข้าร่วมกิจกรรม(แชร์และกดไลค์)ใน Facebook มีทั้งหมด 901 ครั้ง จำนวนครั้งผู้ชมใน YouTube มีทั้งหมด 210 ครั้ง และ จำนวนครั้งผู้ชมใน website มีทั้งหมด 240 ครั้ง ด้านแบบประเมินผลจากกลุ่มเป้าหมาย ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 4.41-4.61 5 ถือได้ว่าผลการประเมินอยู่ในระดับดีมาก ด้านแบบประเมินผลจากผู้เชี่ยวชาญ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจด้านความเข้าใจ การออกแบบ และการสื่อสาร อยู่ที่ 4.33-5.00 4.67 และ 5.00 ถือได้ว่าผลการประเมินอยู่ในระดับเกณฑ์ดีมาก

อภิปรายผล

จากการศึกษาการสรุปข้อมูล และการศึกษาค้นพบผลในการวิจัย ผู้วิจัยมีประเด็นสำคัญสามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทยนั้น ต้องคำนึงถึงเนื้อหาความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยเริ่มจากการคัดเลือกไปสู่ผลการยอมรับรู้จักจากกลุ่มเป้าหมายในเรื่องวัฒนธรรมอาหารเสฉวน ซึ่งวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนได้รับความสนใจมากที่สุดจากกลุ่มเป้าหมาย

- อีกทั้ง วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนสามารถสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตประชาชนชาวเสฉวนจากอดีตสู่ปัจจุบัน
2. เรื่องราว “น้ำแปดชั้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ” “ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ฝั่งราก” และ “รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว” สามอันนี้ได้เชื่อมโยงกันตามยุคสมัยและตามมุมมองของครอบครัว “อาเฉิน” ทั้ง 4 รุ่น จากอดีตสู่ปัจจุบัน
 3. การออกแบบสื่อวิดีโอออนไลน์ได้ผสมผสานระหว่างรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย โดยเล่าเรื่องจากที่มาของหม้อไฟเสฉวน ไปถึง ความสัมพันธ์ระหว่างหม้อไฟกับผู้คนในปัจจุบัน พร้อมใช้เทคโนโลยี Mental Canvas ที่ทำให้ภาพประกอบ 2D เปลี่ยนเป็น 3D และเคลื่อนไหวให้เป็นวิดีโอ ทั้งนี้ นอกจากรูปแบบภาพประกอบเป็นรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัยแล้ว เทคนิคการทำวิดีโอ ก็สามารถถือได้ว่าเป็นรูปแบบวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย
 4. การออกแบบสื่อวิดีโอครั้งนี้ได้ตอบตอบโจทย์ กลุ่มเป้าหมาย คนไทยรุ่นใหม่ที่มีอายุระหว่าง 18-35 ปี เป็นอย่างดี และทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการกระตุ้นความสนใจกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนจากการรวบรวมความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปได้ว่า เนื้อหาวิดีโอมีความเรียบง่าย เข้าใจได้ง่าย ภาพสวยและน่ารักทำให้ผู้ชมเกิดความสนใจในการรับชมต่อ นอกจากนี้ เนื้อหาวิดีโอได้เชื่อมโยงประสบการณ์ของคนทั่วไป โดยเฉพาะเรื่อง “ไปกินหม้อไฟกัน” และ “รสชาติของบ้าน” เมื่อดูวิดีโอเรื่องนี้ ผู้ชมสามารถนึกถึงสิ่งที่เกี่ยวกับตนเองได้ จึงสามารถเข้าใจอารมณ์ของเรื่อง

ข้อเสนอแนะ

จากการดำเนินวิจัยวิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรีย์ะบริบทร่วมสมัย วัฒนธรรมอาหาร ผู้ทรงคุณวุฒิและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์มีข้อเสนอแนะในการพัฒนาการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ในส่วนของการออกแบบสื่อวิดีโอ ถ้าเพิ่มเสียงพากย์สองภาษาในวิดีโอด้วย จะเพิ่มความน่าสนใจของวิดีโอได้มากขึ้น และทำให้ผู้ชมมีความเข้าใจเรื่องราวในวิดีโอมากยิ่งขึ้น
2. แนะนำปรับมูทโตนของวิดีโอให้มีความกลมกลืนมากขึ้นและเข้าถึงอารมณ์ความสงบสุขของชาวบ้านเสฉวนมากขึ้น

3. แนะนำแก๊สวิดีโอทั้งสามเรื่องให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ได้แก่ เรื่อง “Hello Hotpot-น้ำแปดขึ้น” แก๊สเป็น “น้ำแปดขึ้น-ต้นกำเนิดของหม้อไฟ” เรื่อง “Hello Hotpot-ไปกินหม้อไฟกัน” แก๊สเป็น “ไปกินหม้อไฟกัน-วัฒนธรรมการกินที่ผิงราก” และ เรื่อง “Hello Hotpot-รสชาติของบ้าน” แก๊สเป็น “รสชาติของบ้าน-ความสัมพันธ์ของครอบครัว” ซึ่งทั้งหมดนี้ ผู้วิจัยได้แก๊สในเล่มนี้ตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว
4. ถ้าเป็นไปได้ สามารถปรับวิดีโอ เป็นรูปแบบ Interactive Animation จะได้ทำให้ผลงานมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาการวิจัย ดังนี้

1. การออกแบบสื่อวิดีโอเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนสามารถพัฒนาให้มีหลายซีรีส์ เช่น สามารถเล่าเรื่องอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียง หรือ ขนบธรรมเนียมอาหารการกินในเทศกาลต่าง ๆ เพื่อทำให้โครงการนี้ได้พัฒนาอย่างยั่งยืน
2. นอกจากใช้สื่อวิดีโอ สื่อเว็บไซต์แล้ว ยังสามารถใช้สื่อโต้ตอบด้วย เช่น ใช้ html 5 ที่มีการโต้ตอบสะดวกง่ายให้กับผู้ชม ทำให้ผู้ชมสามารถดูด้วยและสนุกไปด้วยได้ เพิ่มความสนุกสนานในการเรียนรู้
3. สามารถขยายแนวคิดผลการวิจัยใช้ในการสร้างสรรค์ออกแบบสื่อเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารไทยไปยังประเทศจีน ให้คนจีนเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมอาหารไทยได้มากยิ่งขึ้น และส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยและจีนผ่านแพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน

รายการอ้างอิง

- กฤติยา แก้วสะอาด. (2564). “ภาพประกอบสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกกลุ่มชาติพันธุ์ลาว ครั้ง.” **วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย 16**, 57(กรกฎาคม-กันยายน): 2-3.
- กฤษมันต์ วัฒนาณรงค์. (2556). “การพัฒนาสุนทรียภาพ.” เข้าถึงเมื่อวันที่ 16 ตุลาคม ปี 2564, จากเว็บไซต์: <https://www.thairath.co.th/content/341567>
- กิตานันท์ มลิทอง. (2543). **เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม**. พิมพ์ครั้งที่ 2 .กรุงเทพฯ:อรุณการพิมพ์.
- อรรวรรณ สิทธิสาร. (2556). “หลักองค์ประกอบทางศิลปะ.” เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 ตุลาคม ปี 2564, จากเว็บไซต์: <https://www.kroobannok.com/83398>
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. (2564). “รูปแบบการดำเนินชีวิต.” เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน ปี 2564, จากเว็บไซต์: <https://th.wikipedia.org/wiki/รูปแบบการดำเนินชีวิต>
- สิริวรรณ มโนบุรุษย์เลิศ. (2547). “การออกแบบภาพประกอบที่แสดงเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น เชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อากิยามา ทาเคชิ. (2559). **ภาพประกอบศึกษา**. แปลโดยพยุณ วรชนะนันท์. กรุงเทพฯ:โอ.เอส.พรีนติ้ง ฮาส์ จำกัด.
- อัจฉรา แก้วดวงดี. (2562). “การออกแบบเรขศิลป์เพื่อนำเสนอภูมิปัญญาวัฒนธรรมการรับประทาน อาหารอีสานสู่สากล.” วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาศิลปะการออกแบบ แผน ก แบบ 2 มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อิสรา ปวกรพรมมา, ธนพัชร จูติวัชรนากุล , ปัทมวิษณุ ภัทรวิไชยวงศ์ และ มนูญญา คำวชิระพิทักษ์ . (2564) “การพัฒนาเครื่องพริกแกงหม่าล่าสำหรับผลิตภัณฑ์น้ำซุพหม่าล่าเข้มข้น.” **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ 16**, 1 (มกราคม-เมษายน): 121.
- Chen Boqing. (2013). “Textual Research of Tasty and Spicy.” In **Chuancai Wenhua Yanjiu Xubian**,384. Edited by Sichuan Folk Custom Association. Sichuan: Sichuan People’s Publishing House.

- Dinhin. (2553). “หลักศิลปะที่ใช้ในการสร้างสรรค์ภาพประกอบ.” เข้าถึงเมื่อวันที่ 18 ตุลาคม ปี 2564, จากเว็บไซต์:<https://www.bloggang.com/m/viewdiary.php?id=dinhin&month=09-2010&group=1&date=06&gblog=3>
- Fuchsia Dunlop. (2020). **The Food of Sichuan**. Shanghai: Zhongxin Press.
- Huang Qingran, An Yujia and Han Jinghua. (2020) “Research on Illustration Design Under the Background of Chinese Fashion.” **Design 33**, 24(December):130-132.
- Jin Linyu. (2020). “Research on the Visual Design of Chengdu’s “Gourmet City” Urban Brand.” Master Degree Thesis, School of Art and Design, Xihua University.
- Lanyong. (2019). **Chinese Sichuan Cuisine History**. Sichuan: Sichuan Literature & Art Publishing House.
- Liu Feibin. (2017). **Memory of Old Chengdu**. Beijing: Contemporary World Press.
- Li Ping. (2017). “International Communication Media Strategy of Chengdu -City of Gastronomy.” **Journal of Southwest University**, no. 6:146-149.
- Liao Bokang. (2013). “Advices About Promoting Gastronomy City.” In **Chuancai Wenhua Yanjiu Xubian**, 14-24. Edited by Sichuan Folk Culture Association. Sichuan: Sichuan People’s Publishing House.
- Qu Hongyang. (2021). “Analysis on the Visual Color Matching of China-Chic Illustrations,”
- Somboon Kantakian. (2019). “Stove God or The Kitchen God.” เข้าถึงเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม ปี 2564, จากเว็บไซต์:
<https://www.somboon.info/default.asp?content=contentdetail&id=9542>
- Sichuan Government .(2018). “Sichuan Province's Three-Year Action Plan to Promote Sichuan Cuisine to a Global Level(2018-2021).” Retrieved October 9, 2021, from <https://www.sc.gov.cn/10462/c103046/2018/3/26/937243a203d642ca98a7dab4a59cf170.shtml>
- Xia Yirong. (2017). “New Countermeasures of Sichuan Cuisine Internationalization Based on SWOT Analysis.” **Journal of Sichuan Cadre Correspondence College**, no. 2:7-10.
- Yangliu. (2013). “Thoughts on Building Chengdu into a Gourmet City.” In **Chuancai Wenhua Yanjiu Xubian**, 100. Edited by Sichuan Folk Custom Association.

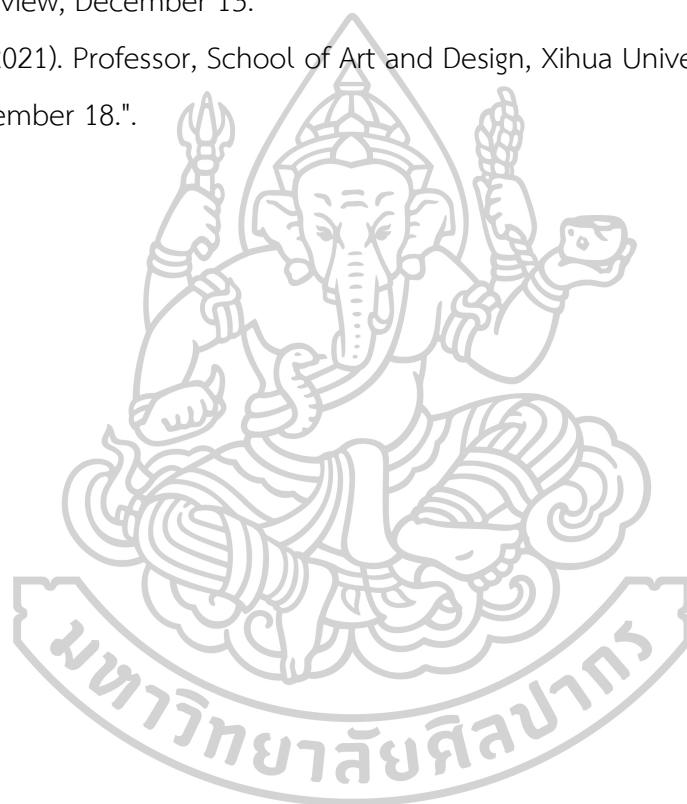
Sichuan: Sichuan People's Publishing House.

Zhang Yuan and Liu Shiyong. (2019). "International Communications of French Culinary Culture and Implications for Global Promotion of Sichuan Cuisine." **Media Forum**, no. 22:13-15. **Fashion Color**, no. 4:16-17.

Hu Yifei. (2022). Teacher of Graphic Design, School of Fine Arts and Design, Chengdu University. Interview, March 8.

Li Ping. (2021). Dean, School of Foreign Language and Cultures, Chengdu University. Interview, December 13.

Zhou Rui. (2021). Professor, School of Art and Design, Xihua University. Interview, December 18."





แบบสอบถาม 1

(ฉบับภาษาไทย)

กลุ่มตัวอย่าง : นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย

คำชี้แจง: แบบสอบถามเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์เรื่อง วิถีชีวิตสงบสุขชนชนเลวจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร โดยนางสาวหลิวจิ่ง เฉิน นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาศิลปะการออกแบบคณะมัณฑนศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการนี้ ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเรื่อง “วิถีชีวิตสงบสุขชนชนเลวจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อได้รับคำแนะนำสำหรับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเลวไปยังประเทศไทยในมุมมองของนักศึกษาจีนวิชาภาษาไทยที่มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเลว

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเลวในประเทศไทย

ซึ่งใช้เวลาในการทำแบบสำรวจไม่เกิน 5 นาที

ผู้วิจัยจะขอรับแบบสอบถามคืนโดยกด submit ที่แบบสอบถามออนไลน์

ขอความอนุเคราะห์ท่านช่วยตอบแบบสอบถาม เพื่อได้รับฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือและนำไปประกอบในวิทยานิพนธ์ ทั้งนี้ ท่านสามารถพิจารณาตอบตามความรู้สึกของท่านให้มากที่สุด โดยข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็นความลับ และจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบต่อ ใดๆ ต่อผู้ตอบหรือหน่วยงานของผู้ตอบ ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามข้อใดข้อหนึ่ง หากท่านไม่สบายใจที่จะตอบคำถามนั้น หรือไม่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเลยก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อการศึกษาปฏิบัติใด ๆ ของท่าน ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่เข้าร่วมการวิจัยก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบ

ข้อมูลทั่วไป : เพศ อายุ บ้านเกิด

ตอนที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเลว

1. อาหารเลวต่อไปนี้ คุณชอบทานอันใดบ้าง (หลายตัวเลือก)

เต้าหู้หม่าโผ กงเป่าจิดิง ผัดเนื้อหมูสองครั้ง ผัดเส้นหมูเปรี้ยวหวาน ต้มเลือดหมู

หม้อไฟเสฉวน อาหารกินเล่นต่าง ๆ ไก่ทอดพริกเสฉวน Suan La Fen ซ้อโศกตงโป Fu Qi Fei

Pian ผัดมะเขือเทศเปรี้ยวหวาน เนื้อวัวเล่อซาน Chuanchuan Maocai

2. คุณสนใจวัฒนธรรมอาหารเลวใดบ้าง (หลายตัวเลือก)

วัฒนธรรมหม้อไฟ วัฒนธรรมตลาด วัฒนธรรม Babayan

วัฒนธรรมพริก วัฒนธรรมเนียม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเลวในประเทศไทย

1. ถ้าให้คุณแนะนำวัฒนธรรมอาหารเลวให้กับเพื่อนคนไทย คุณจะเลือกส่วนไหนบ้าง? (สามารถเลือก 2 ข้อ)

หม้อไฟเสฉวน อาหารทานเล่นต่าง ๆ ที่มาเรื่องราวของอาหารที่มีชื่อเสียง

วัฒนธรรมเนียมของอาหารการกิน พริกกับเครื่องเทศท้องถิ่น

2. คุณคิดว่ารูปแบบการสื่อสารใดสามารถช่วยการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทย (สามารถเลือก 2 ข้อ)
- การสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์ (ภาพประกอบ โปสเตอร์)
 - การสื่อสารด้วยวิดีโอ (วิดีโอสั้น หรือ สารคดี)
 - การสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย (ภาพประกอบแบบการบรรยาย คู่มือ หรือ สมุดภาพ)
 - การสื่อสารด้วยอักษร (นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และหนังสือ)
3. คุณคิดว่าวัฒนธรรมอาหารเสฉวนเหมาะกับกับถ่ายทอดในแพลตฟอร์มใด (สามารถเลือก 3 ข้อ)
- หนังสือพิมพ์กับนิตยสาร
 - หนังสือ
 - Social Media
 - Website
 - NFT Art Platform
4. คุณอยากเลือกรูปแบบการวาดภาพใดเพื่อนำมาถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนให้กับคนไทยรุ่นใหม่ (อายุ 18-35 ปี) (สามารถเลือก 2 ข้อ)

China Chic



Retro Style



Graffiti Art



Flat Style



Watercolor Style



Semi-Flat Semi-Realism



แบบสอบถาม 2

กลุ่มตัวอย่าง : คนไทยในมณฑลเสฉวน

คำชี้แจง: แบบสอบถามเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์เรื่อง วิถีชีวิตสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่ สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร โดยนางสาวหลิวจิ่ง ฉิน นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาศิลปะการออกแบบ คณะมัณฑนศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการนี้ ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเรื่อง “วิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจ ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวนสำหรับคนไทยในมณฑลเสฉวน และ ให้คำแนะนำสำหรับการถ่ายทอด วัฒนธรรมอาหารเสฉวนไปยังประเทศไทยในมุมมองของคนไทยที่มีความรู้เกี่ยวกับเสฉวนอยู่แล้ว ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คำถาม ความรู้ที่เกี่ยวกับมณฑลเสฉวน

ส่วนที่ 3 คำถาม ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

ซึ่งใช้เวลาในการทำแบบสำรวจไม่เกิน 5 นาที

ผู้วิจัยขอรับแบบสอบถามคืนโดยกด submit ที่แบบสอบถามออนไลน์

ขอความอนุเคราะห์ที่ท่านช่วยตอบแบบสอบถาม เพื่อได้รับฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือและนำไปประกอบในวิทยานิพนธ์ ทั้งนี้ ท่านสามารถพิจารณาตอบตามความรู้สึกของท่านให้มากที่สุด โดยข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็น ความลับ และจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษารั้งนี้เท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบหรือหน่วยงานของผู้ตอบ ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามข้อใดข้อหนึ่ง หากท่านไม่สบายใจที่จะตอบคำถามนั้น หรือไม่ตอบ แบบสอบถามทั้งหมดเลยก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติใด ๆ ของท่าน ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่เข้าร่วมการวิจัยก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบ

ข้อมูลทั่วไป : เพศ อายุ ที่พำนัก อาชีพ

ตอนที่ 1 ความรู้ที่เกี่ยวกับมณฑลเสฉวน

1. คุณมาอยู่มณฑลเสฉวนนานเท่าไรแล้ว ?
 ต่ำกว่า 1 ปี 1-5ปี 5ปีขึ้นไป
2. คุณชอบสิ่งใดของมณฑลเสฉวน? (หลายตัวเลือก)
 อาหาร อากาศ ศิลปวัฒนธรรม การพัฒนาและความเจริญ การท่องเที่ยว วิถีชีวิต
3. คุณคิดว่าข้อใดต่อไปนี้เป็นสัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวน? (สามารถเลือกได้ 2 ข้อ)
 หมี่แพนด้า หม้อไฟเสฉวน อาหารเสฉวน ภูเขาจื่อไบ้
 การแสดงเปลี่ยนหน้ากาก ถนนชุนซี Kuanzhai Alley

ตอนที่ 2 ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

1. คุณกินอาหารเสฉวนบ่อยไหม
 สัปดาห์ละ 1 ครั้ง สัปดาห์ละ 7 ครั้ง เกือบทุกมื้อ กินประจำวัน

2. เมื่อพูดถึงอาหารเสฉวน คุณได้นึกถึงลักษณะอะไรหรือสิ่งอะไรที่เกี่ยวกับอาหารเสฉวน

○รสชาติหม่าล่า ○หม้อไฟเสฉวน ○อาหารกินเล่นเสฉวน ○น้ำมันเยอะ ○พริกและฮัวเจียว

3. อาหารเสฉวนต่อไปนี้ คุณชอบทานอันใดบ้าง (หลายตัวเลือก)

○เต้าหู้หม่าไฟ ○ กงเป่าจิดิง ○ ผัดเนื้อหมูสองครั้ง ○ ไก่ทอดพริกเสฉวน



○ผัดเส้นหมี่เปรี้ยวหวาน

○Suan la Fen

○ซ้อโส๊กหมูตงโป



○Fu Qi Fei Pian

○ผัดมะเขือเทศเปรี้ยวหวาน

○เนื้อวัวเลื้อซาน



ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

1. คุณคิดว่ารูปแบบการสื่อสารใดสามารถช่วยการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทย(เลือกได้ 2 ข้อ)

○การสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์ (ภาพประกอบ โปสเตอร์)

○การสื่อสารด้วยวิดีโอ (วิดีโอสั้น หรือ สารคดี)

○การสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย (ภาพประกอบแบบการบรรยาย คู่มือ หรือ สมุดภาพ)

○การสื่อสารด้วยอักษร (นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และหนังสือ)

2. คุณคิดว่าศิลปะรูปแบบใดเหมาะกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารของพื้นที่มากที่สุด

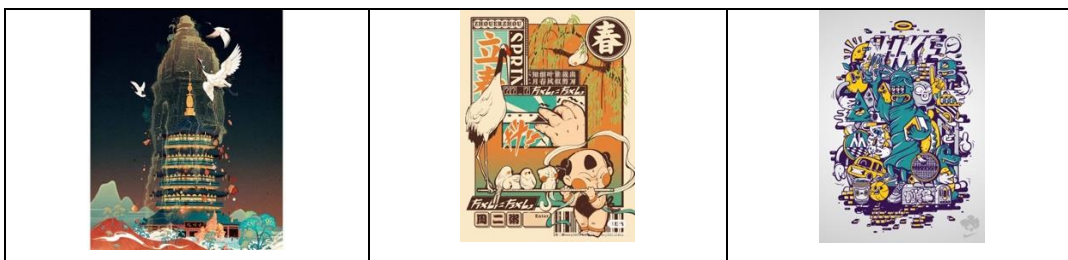
○ ภาพประกอบเล่าเรื่อง ○ ศิลปะจิตรกรรม ○ วิดีโอ ○ สื่อเรียนรู้กราฟิก

3. คุณคิดว่ารูปแบบการวาดภาพใดเหมาะกับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน? (สามารถเลือก 2 ข้อ)

○ China Chic

○ Retro Style

○Graffiti Art



○Flat Style

○Watercolor Style

○Semi-Flat Semi-Realism



4. คุณแนะนำวัฒนธรรมอาหารเสฉวนเหมาะกับบทย่อยในแพลตฟอร์มใด (สามารถเลือก 3 ข้อ)

Facebook Website YouTube OpenSea Twitter Instagram



แบบสอบถาม 3

กลุ่มตัวอย่าง : กลุ่มเป้าหมาย คนไทยรุ่นใหม่(อายุ 18-35ปี)

คำชี้แจง: แบบสอบถามเรื่องนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิทยานิพนธ์เรื่อง วิถีชีวิตสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร โดยนางสาวหลิวจิ่ง เฉิน นักศึกษาปริญญาโทสาขาวิชาศิลปการออกแบบคณะมัณฑนศิลป์มหาวิทยาลัยศิลปากร ในการนี้ ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเรื่อง “วิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อได้รับความรู้และความคิดเห็นสำหรับการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนไปยังประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ เป็นต้น

ส่วนที่ 2 คำถาม ความรู้เกี่ยวกับประเทศจีนและมณฑลเสฉวน

ส่วนที่ 3 คำถาม รูปแบบศิลปะของวัฒนธรรมเสฉวน

ส่วนที่ 4 คำถาม รูปแบบการถ่ายทอดของวัฒนธรรมเสฉวน

ซึ่งใช้เวลาในการทำแบบสำรวจไม่เกิน 5 นาที

ผู้วิจัยขอรับแบบสอบถามคืนโดยกด submit ที่แบบสอบถามออนไลน์

ขอความอนุเคราะห์ท่านช่วยตอบแบบสอบถาม เพื่อได้รับฐานข้อมูลที่น่าเชื่อถือและนำไปประกอบในวิทยานิพนธ์ ทั้งนี้ ท่านสามารถพิจารณาตอบตามความรู้สึกของท่านให้มากที่สุด โดยข้อมูลและคำตอบทั้งหมดจะถูกปกปิดเป็นความลับ และจะถูกนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการศึกษารั้งนี้เท่านั้น จึงไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบหรือหน่วยงานของผู้ตอบ ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่ตอบคำถามข้อใดข้อหนึ่ง หากท่านไม่สบายใจที่จะตอบคำถามนั้น หรือไม่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเลยก็ได้ โดยไม่มีผลกระทบต่อการปฏิบัติใด ๆ ของท่าน ท่านมีสิทธิ์ที่จะไม่เข้าร่วมการวิจัยก็ได้ โดยไม่ต้องแจ้งเหตุผล

ขอขอบพระคุณที่กรุณาสละเวลาในการตอบ

ตอนที่ 1 ความรู้เกี่ยวกับประเทศจีนและมณฑลเสฉวน

1. คุณเคยไปเที่ยวประเทศจีนไหม
 - เคย ไม่เคย
2. คุณรู้จักเมืองใดในจีนต่อไปนี้ (หลายตัวเลือก)
 - ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว เฉิงตู คุณหมิง เซี่ยเหมิน เซินเจิ้น
3. คุณเคยไปเที่ยวมณฑลเสฉวนไหม
 - เคย ไม่เคย
4. คุณเคยกินอาหารเสฉวนไหม
 - เคย ไม่เคย

5. อาหารใดต่อไปนี้ที่คุณคิดว่าเป็นอาหารเสฉวน(หลายตัวเลือก)

- หม้อไฟเสฉวน เต้าหู้หม่าโผ (ผัดเต้าหู้ทรงเครื่อง) เป็ดย่างปักกิ่ง



- ข้าวอบในหม้อดิน ไก่ผัดถั่วลิสง บะหมี่เกี๊ยวน้ำ



6. คุณสนใจหรืออยากเรียนรู้วัฒนธรรมอาหารเสฉวนด้านไหนบ้าง

- หม้อไฟเสฉวน อาหารทานเล่นเสฉวน ที่มาเรื่องราวของอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียง
 ขนบธรรมเนียมของอาหารการกิน พริกกับเครื่องเทศท้องถิ่น

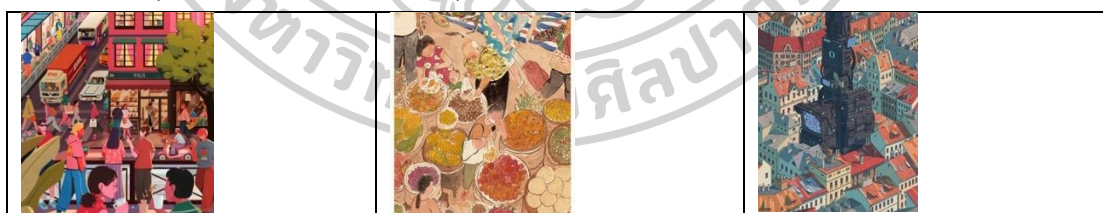
ตอนที่ 2 รูปแบบศิลปะของวัฒนธรรมเสฉวน

1. คุณชอบรูปแบบการวาดภาพสไตล์ใดต่อไปนี้มากที่สุด

- China Chic Retro Style Graffiti Art



- Flat Style Watercolor Style Semi-Flat Semi-Realism



2. คุณคิดว่าศิลปะรูปแบบใดดึงดูดใจคุณให้เข้าใจวัฒนธรรมอาหารของพื้นที่มากที่สุด

- ภาพประกอบเล่าเรื่อง ศิลปะจิตรกรรม วิดีโอ สื่อเรียนรู้กราฟิก

ตอนที่ 3 รูปแบบการถ่ายทอดของวัฒนธรรมเสฉวน

1. ปกติคุณชอบใช้สื่อออนไลน์ใดต่อไปนี้ในการรับข่าวสาร(หลายตัวเลือก)

- Facebook Instagram Twitter Line

- Tik-talk OpenSea Website

2. คุณเคยใช้แพลตฟอร์มของ Nft Art หรือไม่

- เคย ไม่เคย

3. คุณอยากเห็นการเผยแพร่วัฒนธรรมอาหารเสฉวนทางภาพในสื่อออนไลน์ใด (หลายตัวเลือก)

- Facebook Instagram Twitter Line
 YouTube Tik-talk OpenSea Website



ร่างคำถามของการสัมภาษณ์ 1

ผู้รับการสัมภาษณ์ : Dr. Li Ping คณบดีคณะภาษาต่างประเทศ มหาวิทยาลัยเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารระหว่างประเทศ

วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ : เพื่อได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทย

1. ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรในการส่งเสริมการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทย และควรจะเน้นด้านใด?
2. ท่านมีความคิดเห็นใดในการส่งเสริมการเผยแพร่ของวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศไทยด้วยศิลปะการออกแบบ? ถ้าเป็นไปได้ ท่านมีข้อเสนอแนะอะไรสำหรับเนื้อหาการเผยแพร่ของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน?

ร่างคำถามของการสัมภาษณ์ 2

ผู้รับการสัมภาษณ์ : Dr. Zhou Rui ศาสตราจารย์มหาวิทยาลัยซีหัว มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ

วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ : เพื่อได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ

1. ท่านคิดว่ารูปแบบหรือสไตล์ศิลปะใดสามารถแสดงวัฒนธรรมอาหารเสฉวนได้ดี
2. ช่วงปีที่ผ่านมา สไตล์ china chic ได้รับความนิยมมาก ท่านคิดว่าถ้าผสมผสานสไตล์นี้ในการออกแบบสามารถช่วยการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนในประเทศหรือแสดงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ดีหรือไม่

ร่างคำถามของการสัมภาษณ์ 3

ผู้รับการสัมภาษณ์ : Mr.Hu Yifei อาจารย์วิชาการออกแบบกราฟิก มหาวิทยาลัยเฉิงตู มณฑลเสฉวน ประเทศจีน

ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ

วัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ : เพื่อได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการออกแบบ

การถ่ายทอดวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนไปยังประเทศไทยด้วยวิธีการออกแบบกราฟิก ท่านมีข้อเสนอแนะใดในด้านการสร้างสรรค์

แบบประเมินความพึงพอใจต่อผลงานวิทยานิพนธ์

“วิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีตสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร”

สำหรับกลุ่มเป้าหมาย คนไทยรุ่นใหม่ อายุ 18-35 ปี

แบบประเมินฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลของผู้ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย สำหรับนำไปสรุปผล และ
ข้อเสนอแนะ จึงขอความร่วมมือท่านตอบแบบประเมิน และให้ข้อเสนอแนะตามความเป็นจริง

ข้อมูลทั่วไป

เพศ อายุ อาชีพ

ตอนที่ 1 ความรู้ที่เกี่ยวกับหม้อไฟเสฉวน

1. น้ำแปดชิ้นคืออะไร

- น้ำที่แบ่งออกเป็นแปดชิ้น เครื่องในวัว น้ำซุพหมาล่า

2. หม้อไฟเสฉวนมีต้นกำเนิดจากไหน

- นครเฉิงตู นครฉงชิ่ง นครปักกิ่ง

3. ในหม้อไฟต่อไปนี้ อันไหนเป็นหม้อไฟเก่าของ

- A B C D



4. ชอบวิดีโออันไหนมากที่สุด

- น้ำแปดชิ้น ไปกินหม้อไฟกัน รสชาติที่บ้าน



ตอนที่ 2 การประเมินผลงาน Hello Hotpot

คำชี้แจง ให้ทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับระดับความพึงพอใจดังนี้ 5=มากที่สุด 4=มาก

3=ปานกลาง 2=น้อย 1=น้อยที่สุด

เนื้อหา	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
เข้าใจเรื่องราวของที่มาหม้อไฟเสฉวนใหม่					
เข้าใจเรื่องราวที่มาของหม้อไฟเก้าช่องใหม่					
ความน่าสนใจของวิดีโอ "น้ำแปดชั้น"					
ความน่าสนใจของวิดีโอ "ไปกินหม้อไฟกัน"					
ความน่าสนใจของวิดีโอ "รสชาติของบ้าน"					
ขอการแนะนำวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวนผ่านวิธีนี้ใหม่ (สื่อภาพประกอบ+วิดีโอ)					
ความพึงพอใจของการออกแบบภาพประกอบและเรื่องราว					
ความพึงพอใจของเว็บไซต์ Hello Hotpot					

ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงเว็บไซต์ Hello Hotpot





วิถีความสงบสุขมณฑลเสฉวนจากอดีต สู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยวัฒนธรรมอาหาร



THE PEACEFUL LIFE WAY OF SICHUAN PROVINCE FROM THE PAST TO THE
CONTEMPORARY CONTEXT OF FOOD CULTURE AESTHETICS

ในภาษาจีนมีคำกล่าวว่า
“民以食为天”(หมิน หยี่ ซื่อ เวย เทียน)
หมายความว่า “ประชาชนให้ความสำคัญกับเรื่องกินเท่ากับฟ้า” คำดังกล่าวนี้
สอดคล้องกับคำกล่าวในภาษาไทยที่ว่า
“เรื่องกินเรื่องใหญ่ เรื่องตายเรื่องกลาง เรื่องตารางเรื่องเล็ก”
คำที่กล่าวถึงอาหารการกินทั้งในภาษาจีนและภาษาไทยย่อมแสดงให้เห็นว่า
ทั้งชาวจีนและชาวไทยต่างก็พิถีพิถันและให้ความสำคัญเกี่ยวกับอาหารการ
กินมาเป็นเวลานาน เนื่องจากอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ของมนุษย์และยัง
เป็นรากฐานแห่งอารยธรรมทั้งปวง ส่วนวัฒนธรรมอาหารการกิน สามารถ
บ่งบอกถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประวัติศาสตร์ สภาพภูมิอากาศ และ
วัฒนธรรมของชนชาตินั้นๆ ได้



ชาวจีนมีสำนวนว่า
“一方水土养一方人”(อิ-ฟาง-สุย-ถู่-หยั่ง-อิ-ฟาง-เหริน)
ความหมาย คือลักษณะพิเศษของสภาพแวดล้อมและภูมิภาพ ย่อมก่อเกิด
และหล่อเลี้ยงไว้วัฒนธรรมที่ต่างกัน จากรุ่นสู่รุ่น จากปู่ตายายสู่ลูกหลาน
และวัฒนธรรม (อาหาร) นั้น ก็เกี่ยวข้องกันกับวิถีชีวิตของผู้คนในที่นั้นๆ ด้วย
อาหารเสฉวนมีชื่อเสียงจากรสชาติลักษณะหม่าล่าและการใช้พริกและ
เครื่องเทศต่างๆ ในการปรุงอาหาร ทั้งนี้ ก็เกิดจากสภาพภูมิอากาศชุ่มชื้น
ของเสฉวน การรับประทานอาหารเผ็ดร้อนทำให้ชาวเสฉวนมีนิสัยที่ร้อน
แรง และเจ้าร้อนที่เหมือนพริก โดยเฉพาะสาวเสฉวนมีฉายาว่า
“ล่าเหมยจื่อ” แปลว่า “หญิงสาวเผ็ดร้อน” เนื่องจากมณฑลเสฉวนมี
ทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ ในน้ำมีปลา ในนามีข้าว ชาวเสฉวน
จึงใช้ชีวิตแบบไม่เร่งรีบ (slow life) ให้ความสำคัญกับอาหารการกินและ
เรื่องบันเทิง ไม่มุ่งเป้าไปสู่ชีวิตที่มีเงินทองไร้มารยาแต่เลือกชีวิตพอเพียง
และร่มเย็นเป็นสุขก็ถือว่าสบายดีซึ่งวิถีชีวิตความสงบสุขนี้ถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์
ของวัฒนธรรมมณฑลเสฉวนเอง

ปัจจุบันนี้ ผู้วิจัยสังเกตเห็นว่าการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนมีปัญหา
ในการถ่ายทอดไม่สมบูรณ์ครบถ้วน เพราะข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรม
อาหารเสฉวนในเว็บไซต์หรือ social media ต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นการรีวิว
อาหารเสฉวนและการแนะนำอาหารเสฉวนอย่างเดียว ไม่ค่อยพบเจอ
ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวนหรือวัฒนธรรมเสฉวน อีกทั้ง
ขาดการสร้างสรรคในการถ่ายทอด โดยเฉพาะการถ่ายทอดทางภาพ
โดยขึ้นงานศิลปะการออกแบบที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหารเสฉวนมีจำนวน
น้อยมาก เนื่องจากสำนักงานรัฐบาลมณฑลเสฉวนได้ประกาศแผน
ปฏิบัติการสามปีของมณฑลเสฉวนเพื่อส่งเสริมอาหารเสฉวนไปสู่ระดับโลก (ปี 2561-ปี 2564) โดยได้กล่าวถึงโครงการส่งเสริมอาหารเสฉวน
ในต่างประเทศ ที่เรียกว่า “อาหารเสฉวนเที่ยวต่างประเทศ” โดยเน้นการ
เลือกประเทศตาม “หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง” และประเทศและภูมิภาคที่
สร้างความสัมพันธ์อันมิตรกับเสฉวนเพื่อส่งเสริมอาหารเสฉวน นอกจากนี้
นี้ได้กล่าวถึงการสร้างนวัตกรรมอาหารเสฉวนในด้าน นวัตกรรมของ
จานอาหาร นวัตกรรมของแบรนด์ และนวัตกรรมของวัฒนธรรมอาหาร
โดยในด้านโครงการนวัตกรรมของวัฒนธรรมอาหารได้ให้ข้อเสนอแนะว่า
การขุดค้น และถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน พร้อมแสวงหาเรื่องราว
ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร (Sichuan Government, 2018) ทั้งนี้ทำให้ผู้วิจัยได้เห็น
การสนับสนุนของรัฐบาลเสฉวนที่มีต่อในการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหาร
เสฉวน ซึ่งเป็นการสนับสนุนของการศึกษาค้นคว้านี้

จากสิ่งที่กล่าวมาข้างต้น
ผู้วิจัยจึงเกิดความสนใจที่จะศึกษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเสฉวน
และวัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่บ่งชี้ถึงวิถีชีวิตของชาวเสฉวนจากอดีตไปสู่
บริบทร่วมสมัย โดยมีการสร้างสรรค์งานศิลปะการออกแบบในรูปแบบ
ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัยเป็นตัว
กลางในการถ่ายทอดวัฒนธรรมมณฑลเสฉวน เพื่อนำเสนอเอกลักษณ์
ความโดดเด่นของวัฒนธรรมมณฑลเสฉวนในวิธีแปลกใหม่และน่าสนใจ
และต่อยอดจากรูปแบบในอดีตมาสู่สุนทรียะบริบทร่วมสมัยของวัฒนธรรม
อาหารเสฉวน พร้อมถ่ายทอดนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมณฑลเสฉวน
ไปสู่สากล

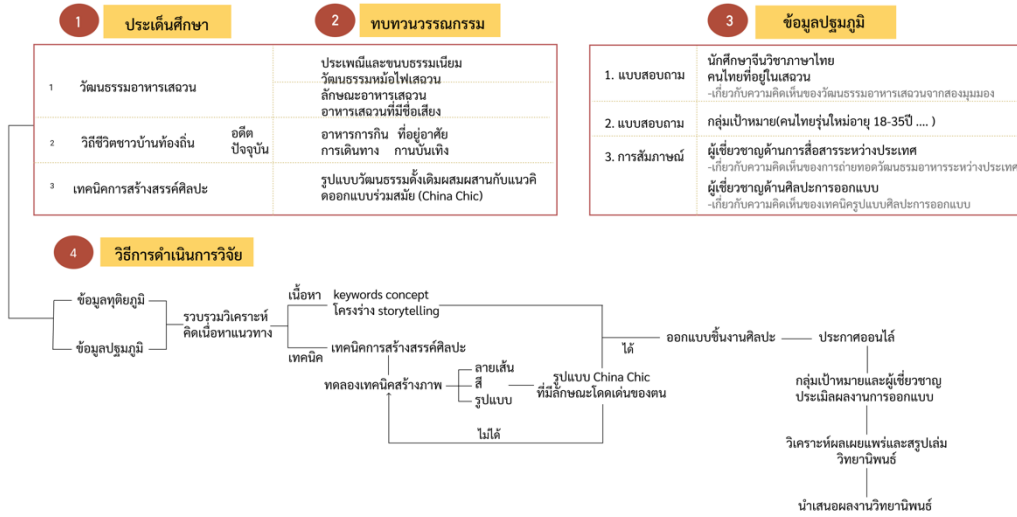
วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและอาหารเสฉวนที่บ่งชี้ถึง
วิถีชีวิตสงบสุขของมณฑลเสฉวน
2. เพื่อกำหนดแนวคิดในการถ่ายทอดศิลปะการออกแบบในรูปแบบ
ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดออกแบบร่วมสมัย
3. เพื่อนำสุนทรียะศิลปะบริบทร่วมสมัยไปต่อยอดสร้างสรรค์ผลงานที่
สื่อถึงวิถีชีวิตสงบสุขของมณฑลเสฉวนจากอดีตไปสู่บริบทร่วมสมัย
และเกิดผลประโยชน์ที่จะนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นมณฑลเสฉวน
ไปสู่สากล

สมมติฐานของการวิจัย

คาดว่างานสร้างสรรค์นี้สามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น
ของมณฑลเสฉวนและวิถีชีวิตความสงบสุขของมณฑลเสฉวนพร้อม
สามารถต่อยอดจากรูปแบบในอดีตมาสู่สุนทรียะศิลปะบริบทร่วมสมัย
 อีกทั้งเกิดประโยชน์ที่จะนำเสนอวัฒนธรรมอาหารมณฑลเสฉวนให้สู่
สากล

Research Framework



Secondary Research



วัฒนธรรมอาหารเสฉวน

- ประเพณีและขนบธรรมเนียม งานเลี้ยง Ba Ba Yan การไหว้เจ้าเส้น
- วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน รูปแบบดั้งเดิมของหม้อไฟเป็นการต้ม "น้ำแปดชิ้น" ซึ่งเป็นเครื่องในของเนื้อวัว เริ่มตั้งแต่สมัยปลายราชวงศ์ซิง เป็นอาหารริมทาง สำหรับคนงานจากท่าเรือ หม้อไฟกลายเป็นสัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวนและนครฉงชิ่ง และได้ดูดซึมเข้าสู่ในชีวิตประจำวันของชาวเสฉวนทุกคน
- ลักษณะของวัฒนธรรมอาหารเสฉวน
 1. ความที่รวมทุกอย่าง
 2. การสร้างสรรค์
 3. เอกลักษณะ
 4. อาหารเสฉวนเกิดจากชาวบ้านท้องถิ่นไปสู่มวลชน
- ประวัติศาสตร์และการพัฒนา
- ลักษณะของอาหารเสฉวน
- อาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียง



วิถีชีวิตชาวบ้านท้องถิ่น

- วิถีชีวิตของชาวบ้านเสฉวนในอดีต
 - วิถีชีวิตด้านอาหารการกิน
 - วิถีชีวิตด้านที่อยู่อาศัย
 - วิถีชีวิตด้านการเดินทาง
 - วิถีชีวิตด้านการบันเทิง
- วิถีชีวิตของชาวบ้านเสฉวนในปัจจุบัน
 - วิถีชีวิตด้านอาหารการกิน
 - วิถีชีวิตด้านที่อยู่อาศัย
 - วิถีชีวิตด้านการเดินทาง
 - วิถีชีวิตด้านการบันเทิง



การถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวน

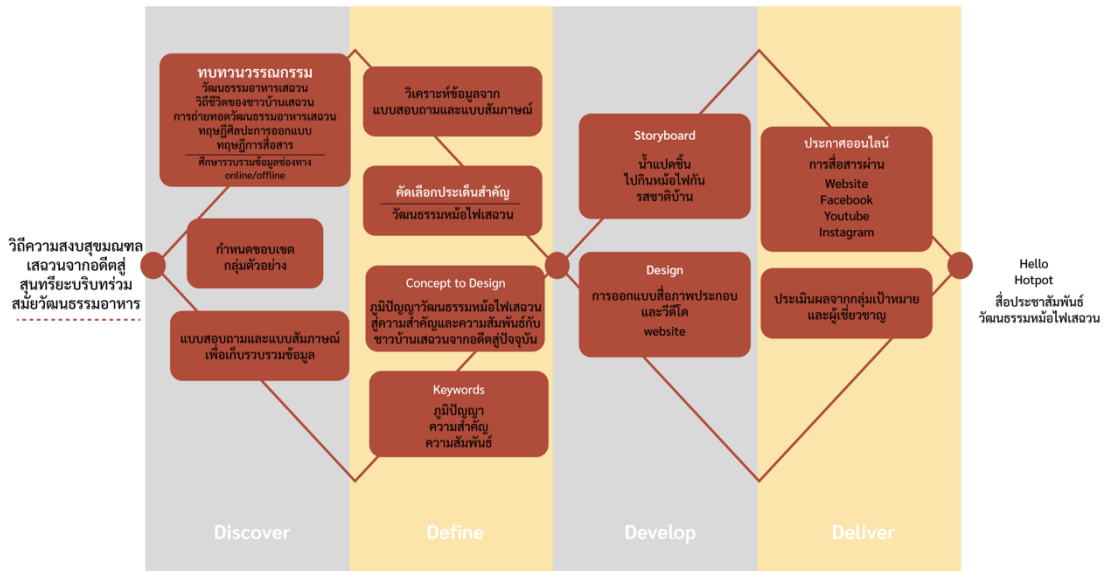
- นโยบายของรัฐบาลมณฑลเสฉวน ในวันที่ 21 มี.ค.ปี 2561 สำนักงานรัฐบาลมณฑลเสฉวนได้ประกาศแผนปฏิบัติการสามปีของมณฑลเสฉวนเพื่อส่งเสริมอาหารเสฉวนไปสู่ระดับโลก(ปี 2561-ปี 2564) โดยได้กล่าวถึงโครงการส่งเสริมอาหารเสฉวนในประเทศและต่างประเทศ คือ "อาหารเสฉวนส่งเสริมเสฉวน" สำหรับการส่งเสริมตลาดอาหารเสฉวนในประเทศและ"อาหารเสฉวนเที่ยวต่างประเทศ" สำหรับการส่งเสริมอาหารเสฉวนในต่างประเทศ โดยเน้นการเลือกประเทศตาม "หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง"
- การรวบรวมการถ่ายทอดวัฒนธรรมอาหารเสฉวนทางภาพ
 - นิตยสารท้องถิ่น
 - นิตยสารสำหรับชาวต่างชาติ
 - หนังสือและหนังสือพิมพ์จากต่างชาติ
 - วิดีโอที่สืบหาได้ใน Youtube
 - กิจกรรมสากลต่างๆที่จัดขึ้นในมณฑลเสฉวน
 - กิจกรรมอาหารเสฉวนจากต่างประเทศ



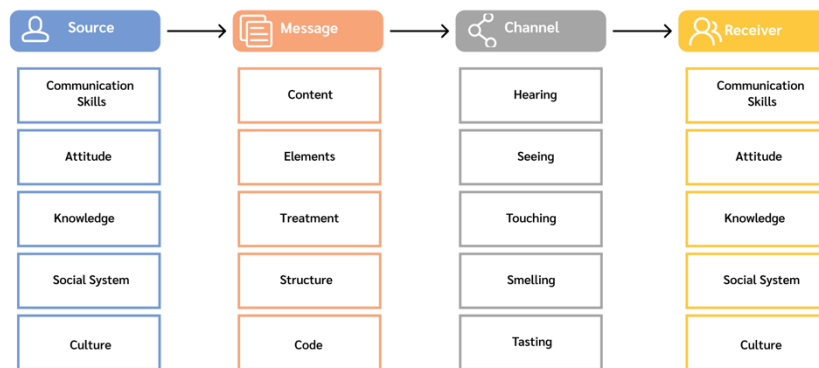
แนวคิดทฤษฎี

- หลักศิลปะที่ใช้ในการสร้างสรรค์ศิลปะการออกแบบ
 - ความหมายและรูปแบบภาพประกอบ
 - หลักองค์ประกอบศิลป์
 - หลักการทางศิลปะ
- การวิเคราะห์ศิลปะรูปแบบ China Chic
 - ความเป็นมาและตัวอย่างภาพประกอบรูปแบบ China Chic
- หลักการทางสุนทรียภาพ
- แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับการสื่อสาร
 - ทฤษฎี SMCR ของเบอร์โล (Berlo)
 - ผู้ส่ง ข้อมูลข่าวสาร
 - ช่องทางในการส่ง ผู้รับ
 - ประเภทของสื่อในการสื่อสาร

Double Diamond Diagram



Berlo's S-M-C-R-Model



ผู้ส่ง (Source) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถเข้ารหัส (Encode) เนื้อหาข่าวสาร มีทัศนคติที่ดีต่อผู้รับ เพื่อผลของการสื่อสารมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะส่งเป็นอย่างดี และควรมีความสามารถ ปรับระดับข้อมูลนั้นให้เหมาะสมและง่ายต่อระดับความรู้ของผู้รับ ตลอดจนพื้นฐานทางสังคมและวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผู้รับด้วย

ข้อมูลข่าวสาร(Message) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวกับเนื้อหา สัญลักษณ์ และวิธีการส่งข่าวสาร

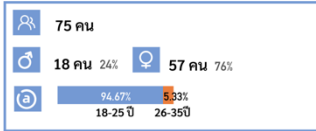
ช่องทางในการส่ง(Channel) เป็นการส่งข่าวสารให้ผู้รับได้รับข่าวสารข้อมูลโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 หรือเพียงส่วนใด ส่วนหนึ่ง คือ การได้ยิน การดู การสัมผัส การลิ้มรส หรือการได้กลิ่น

ผู้รับ (Receiver) ต้องเป็นผู้ที่มีทักษะความชำนาญในการสื่อสาร โดยมีความสามารถถอดรหัสสาร (decode) เป็นผู้ที่ทัศนคติ ระดับความรู้ และพื้นฐานทางสังคม วัฒนธรรมเช่นเดียวกันหรือคล้ายคลึงกับผู้ส่ง จึงจะทำให้การสื่อ ความหมายหรือการสื่อสารนั้นได้ผล

Questionnaire

Questionnaire 1

นักศึกษาจีนที่เรียนภาษาไทย



วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่อยากแนะนำ
หม้อไฟเสฉวน
เรื่องราวอาหารทานเล่นเจ็ดตุ้
ที่มาเรื่องราวของอาหารที่มีชื่อเสียง

รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม
การสื่อสารด้วยวิดีโอ
การสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์
การสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย

รูปแบบภาพวาดที่เหมาะสม

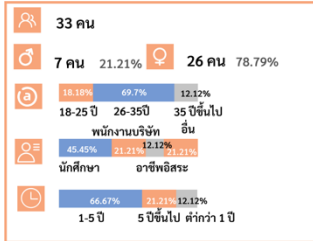
China Chic
Watercolor
Retro Style

แพลตฟอร์มการสื่อสารที่แนะนำ

Social Media
Video

Questionnaire 2

คนไทยในมณฑลเสฉวน



อาหารเสฉวนที่ชอบ
ไก่ทอดพริกเสฉวน
ผัดเนื้อหมูสองครั้ง
ก๋วยเตี๋ยวเสฉวน

รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม

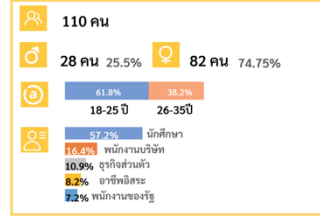
การสื่อสารด้วยวิดีโอ
การสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย
การสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์

รูปแบบภาพวาดที่เหมาะสม

Watercolor
Flat Style
China Chic
แพลตฟอร์มการสื่อสารที่แนะนำ
Youtube
Facebook
Instagram

Questionnaire 3

กลุ่มเป้าหมาย : คนไทยรุ่นใหม่ อายุ 18-35 ปี



ลำดับเมืองที่รู้จักของประเทศไทย

ปักกิ่ง 78.2% เชียงใหม่ 71.8% กวางโจว 54.5% เซินเจิ้น 47.3% เฉิงตู 43.6% คุนหมิง 31.8% เซี่ยงไฮ้ 20.9%

สามารถคัดเลือกได้ในพื้นที่อาหารเสฉวน

หม้อไฟเสฉวน 86.4% เต้าหู้หม่าโผ 51.8% ผัดไก่มีคะนังวังหนานต์ 13.6%

วัฒนธรรมอาหารเสฉวนที่สนใจ

วัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน
ชุมชนเรือนมื้มอาหารทานเล่นในเทศกาล
ที่มาเรื่องราวของอาหารเสฉวนที่มีชื่อเสียง

รูปแบบการสื่อสารที่เหมาะสม

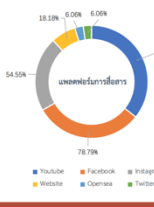
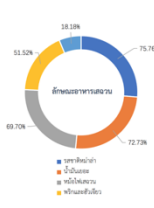
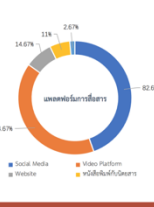
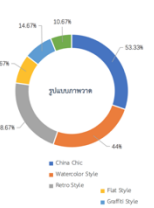
การสื่อสารด้วยวิดีโอ
การสื่อสารด้วยการออกแบบนิเทศศิลป์
การสื่อสารด้วยภาพและการบรรยาย

รูปแบบภาพวาดที่เหมาะสม

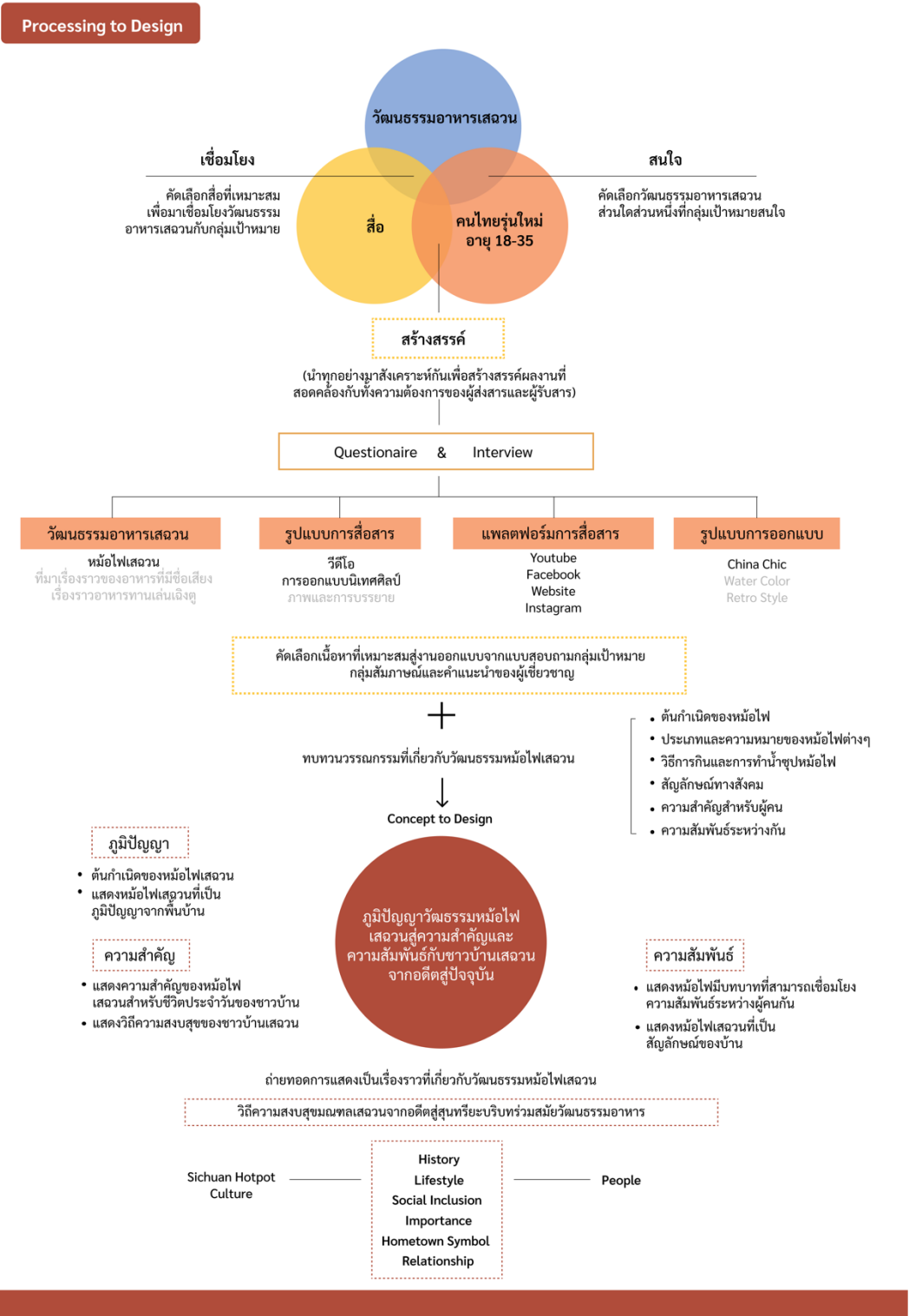
China Chic
Watercolor
Retro Style

แพลตฟอร์มการสื่อสารที่แนะนำ

Facebook
Youtube
Tik-Tok



ภาพที่ 113 ผลงานการออกแบบ 4



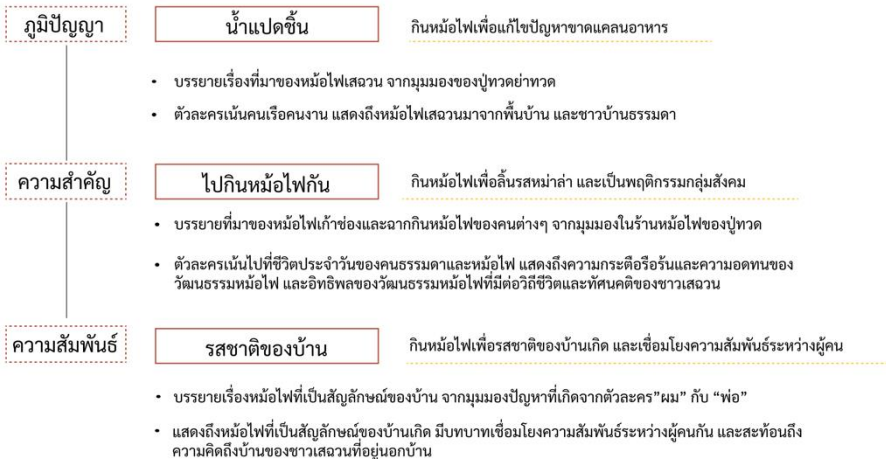
ภาพที่ 114 ผลงานการออกแบบ 5

Hotpot Story Design

Hello Hotpot

บรรยายเรื่องราวเกี่ยวกับวัฒนธรรมหม้อไฟเสฉวน
จากมุมมองของครอบครัว 4 รุ่น

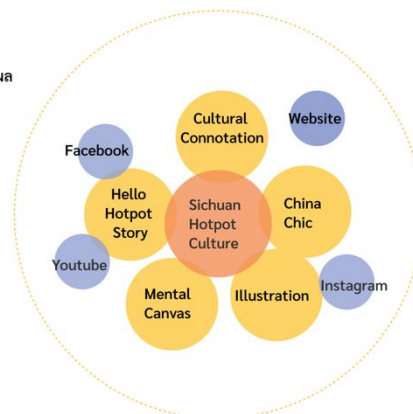
(โดยใช้ mental canvas ทำให้ภาพ 2D เป็น 3D export เป็นวิดีโอ สามารถเผยแพร่ในแพลตฟอร์มต่าง)



Communication Plan

Platform

Website	http://www.hellohotpot.life (เป็นแหล่งรวมข้อมูลทั้งหมดของผลงาน)		
Home	Hotpot Story (Mental Canvas Video)	Hotpot Culture	About Us แบบประเมินผล
	<ul style="list-style-type: none"> น้ำแปดชั้น ไปกินหม้อไฟกัน รสชาติของบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> ต้นกำเนิดของหม้อไฟเสฉวน ประเภทของหม้อไฟ วิธีการปรุงน้ำซุปรหม้อไฟที่ดั้งเดิม 	
Facebook	(ดึงดูดผู้ชม)	Instagram	Youtube
<ul style="list-style-type: none"> Poster Daily Sichuan Hotpot Culture Hotpot Story Video แบบประเมินผล 	(การแบ่งปันภาพประกอบ)	Hotpot Culture Illustrations	Hello Hotpot Video <ul style="list-style-type: none"> น้ำแปดชั้น ไปกินหม้อไฟกัน รสชาติของบ้าน



Hello Hotpot น้ำแปดชั้น

Storyboard



1.1

ภาพรวมทำเรือของนครอง
ซึ่งในสมัยปลายราชวงศ์ชิง



1.2

คนงานมากมายมาทำงาน
ที่ท่าเรือ



1.3

ปู่ทวดเอาเงินกำลังทำงาน
ในท่าเรือ



2.1

บ้านเอาเงินที่อยู่ริมฝั่ง
แม่น้ำ



2.2

ภริยากำลังหุงข้าว



2.3

อาหารเย็นมีแต่
น้ำซุปลี และหมั่นโถ



2.4

เอาเงิน : ใกล้ถึงหน้าหนาวแล้ว พรุ่งนี้ผมไปทำงาน เพิ่ม เพื่อจะได้มี
ตั้งซื้อเนื้อกิน

ย่าทวด: เธอไม่ต้องเป็นห่วง เรื่องอาหารฉันจะจัดการเองนะ

ย่าทวด: พรุ่งนี้ใส่รองเท้าใหม่คู่นี้ ระวังเป็นหวัดนะ



3.1

เอาเงินออกไปทำงาน
ตั้งแต่เช้า



3.2

ย่าทวดไปเก็บผักป่า เจอพ่อ
ค้ากำลังขายวัว เครื่องในวัว
ขายถูกมาก ย่าทวดจึงคิดว่า
ซื้อกลับไปต้มให้ปู่ทวดกิน



3.3

ซื้อเครื่องในวัวถูกๆมาต้มด้วยกิน โดยปรุงรส
ด้วยพริกแห้ง และเครื่องเทศต่างๆ



4.1

ย่าทวดตั้งบูธหม้อไฟเครื่อง
ในวัวขายให้คนงานกิน



4.2

เวลาผ่านไป
บูธหม้อไฟได้รับความนิยม
จากคนงานเป็นอย่างมาก
เอาเงินจึงลางานเพื่อมาช่วยดู
แลธุรกิจกับย่าทวด

Hello Hotpot ไปกินหม้อไฟกัน Storyboard



1.1
ภาพรวมตลาดซึ่ง
ปู่ทวดได้เปิดร้านหม้อไฟ
ในตลาด



1.2
ร้านหม้อไฟของปู่ทวดเต็ม
ไปด้วยลูกค้า
เนื่องจากที่นั่งไม่พอหลาย
คนต้องยืนรอนาน



1.3
ปู่ทวดจึงคิดหาวิธีอื่นหนึ่ง
เพื่อแก้ไขปัญหา
โดยปรับหม้อไฟเป็นหม้อ
ไฟเก้าช่อง



2.1
ปู่ทวดชวนลูกค้าคู่นั้นมานั่ง
กับสองคนี่ด้วยกัน ทุกคน
กินหม้อไฟในช่องของตัวเอง
เอ่งสะอาดและไม่รบกวน



2.2
ปู่ช่วยงานธุรกิจหม้อไฟที่
บ้านตั้งแต่สมัยยังเป็น
เด็ก



2.3
เวลาผ่านไปอย่างรวดเร็ว
ปู่ได้เติบโตเป็นผู้ใหญ่



2.4
ปู่ได้แต่งงานกับหญิงสาวที่จาก
เมืองเฉิงตู



3.2
ปู่เปิดร้านหม้อไฟสาขาใหม่
ในเมืองเฉิงตู
หลังจากแต่งงานกับย่า



2.5
หลังจากปู่ย่าแต่งงานแล้ว
ปู่จึงตัดสินใจจะเปิดร้านหม้อไฟ
อาณัติสาขาใหม่ที่เมืองเฉิงตู



3.1
ภาพรวมแสดงกิจกรรมต่างๆและชีวิตประจำวันของชาวเฉิงตู
หมี่แพนต้า ตีมซา เล่นไท่กกระจอก และหู่
เด็กกินเต้าฮวย



3.3
ร้านหม้อไฟไม่ได้เป็นเพียงร้านอาหาร แต่เปรียบเสมือนเป็น
แหล่งรวมกิจกรรมผู้คนในเมืองเฉิงตู
ฉากรับประทานอาหารของคนที่แสดงหม้อไฟได้กลายเป็น
ส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของชาวเสฉวน

Hello Hotpot รสชาติของบ้าน Storyboard



1.1 ฉาก"ผม"ใช้ชีวิตวัยเด็กในร้านหม้อไฟที่บ้าน ทำการบ้านในร้านในช่วงวันหยุดฤดูหนาวและฤดูร้อน



1.2 ฉาก"ผม"ใช้ชีวิตวัยเด็กในร้านหม้อไฟที่บ้าน ช่วยงานบ้านเมื่อโตขึ้น



1.3 ฉากวันตรุษจีน



1.4 ครอบครัวกินข้าวกัน



1.5 พ่ออยากให้ "ผม"รับธุรกิจต่อ แต่ "ผม" อยากเรียนต่อที่ต่างประเทศ



1.6 พ่อโกรธและโยนแก้ว



2.1 วันที่ "ผม"เดินทาง พ่อไม่ได้มาส่ง



2.2 ฉากการเรียนและการใช้ชีวิตที่ประเทศไทย



2.3 ลูกกำลังทำการบ้านอยู่ เมื่อโทรศัพท์มีข้อความมา

2.4 พ่อส่งไปรษณีย์มาเป็นน้ำชุปหม้อไฟของบ้าน และเขียนข้อความให้ลูก





2.5
ลูกชวนเพื่อนมากินหม้อ
ไฟด้วยกัน



2.6
ยังเป็นรสชาตินั้น
เหมือนเดิม



3.1
วันสงท้ายปีเก่าในอีกหนึ่งปีต่อมา

3.2
ครอบครัวกินข้าวด้วยกันนอกจาก “ผม”



3.3
“ผม”กลับมาแล้ว ให้เซอร์ไพรส์แก่ครอบครัว

3.4
แม่กับน้องสาวยินดีต้อนรับ
พ่อคิดถึง “ผม” อยู่ตลอดและเข้าใจทางเลือกของ “ผม”



Hello Hotpot

น้ำแปดชั้น



นครฉงชิ่ง หรือที่ได้รับสมญานามว่า เมืองแห่งภูเขา เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยภูเขาและแม่น้ำหลายสาย ตั้งแต่ท่าเรือได้เปิดเป็นทางการในปีพ.ศ.2434 การค้าขายบริเวณท่าเรือมีความเจริญมากขึ้น ชาวบ้านรากหญ้ามากมายมาทำงานหาเงินที่แห่งนี้

หม้อไฟเสฉวนมาจากภูมิปัญญาของชาวบ้านท้องถิ่น

หม้อไฟเสฉวนมีต้นกำเนิดมาจากภูมิปัญญาพื้นบ้าน ในเรื่องของปู้ทวดและย่าทวดที่มีชีวิตยากจนและลำบาก ไม่สามารถซื้อเนื้อทานได้ ก็หันมาซื้อเครื่องในวัวแทน โดยใช้ภูมิปัญญาที่ทำให้น้ำซุปรสเครื่องในวัวธรรมดาให้มีรสชาติหอมอร่อย กลายเป็นอาหารราคาถูกที่สามารถช่วยขจัดความหนาวเย็นฟู และให้พลังแก่ร่างกายสำหรับคนงานได้ และนี่ก็คือต้นฉบับของหม้อไฟ



น้ำแปดชั้นคืออะไร?

เครื่องในวัว ที่มีฉายาว่า น้ำแปดชั้น ในสมัยปลายราชวงศ์ชิง พ่อค้าปลีสัตว์ชอบขับไล่วัวที่ริมฝั่งท่าเรือฉงชิ่ง เครื่องในของวัวนั้นขายได้ไม่ง่าย จึงถูกขายให้บุรุษอาหารในราคาถูก เจ้าของบูจิ้งหันเครื่องในเหล่านี้ออกเป็นชิ้น ๆ และต้มในหม้อที่เป็นช่อง ๆ เพื่อขายให้คนงานกิน ซึ่งก็เรียกว่า น้ำแปดชั้น

Hello Hotpot

ไปกินหม้อไฟกัน



หม้อไฟเก่าชองเกิดขึ้นอย่างไร?

ร้านหม้อไฟของปู้ทวดอยู่ในมุมหนึ่งในตลาดดงซิง ในแต่ละวัน มีลูกค้าลั่งไหลกันมากินหม้อไฟจำนวนมากมาย แต่เนื่องจากภายในร้านมีพื้นที่จำกัด ปู้ทวดไม่อยากเสียที่นั่ง จึงให้ลูกค้าจากสองโต๊ะมานั่งด้วยกัน โดยใช้หม้อไฟใหญ่ที่แบ่งออกเป็นเก้าช่องเล็ก ดังนั้น ทุกคนจึงสามารถกินอาหารในช่องของตัวเองได้ ทั้งสะดวกและสะอาด



เมืองเฉิงตูเป็นเมืองหลวงของมณฑลเสฉวน โดยมีฉายาว่าเป็นเมืองแห่งสวรรค์ การใช้ชีวิตในเมืองเฉิงตูมีความสงบเรียบง่าย การดื่มชา การเล่นไพ่ กกระจอก การแคะหู การหาอาหารอร่อย กิจกรรมเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการใช้ชีวิตประจำวันในเมืองเฉิงตู

หม้อไฟได้กลายเป็นส่วนสำคัญในชีวิตประจำวันของชาวบ้านเสฉวน

ร้านหม้อไฟไม่ได้เป็นเพียงร้านอาหาร แต่เปรียบเสมือนเป็นแหล่งรวมกิจกรรมผู้คนในเมืองเฉิงตู



Hello Hotpot

รสชาติของบ้าน



เธอเคยมีสักครั้งคิดถึงบ้านไหม

เมื่อถึงวันเทศกาล แต่ไม่สามารถกลับบ้านได้ รสชาติของบ้านที่เธอคิดถึงคืออะไร อาจจะเป็นอาหารฝีมือแม่ หรือ อาหารอร่อย ๆ ที่บ้าน แต่ไม่ว่าเป็นรสชาติอะไร ก็สามารถสื่อถึงความคิดถึงบ้านเกิดสำหรับคนที่อยู่ต่างเมือง

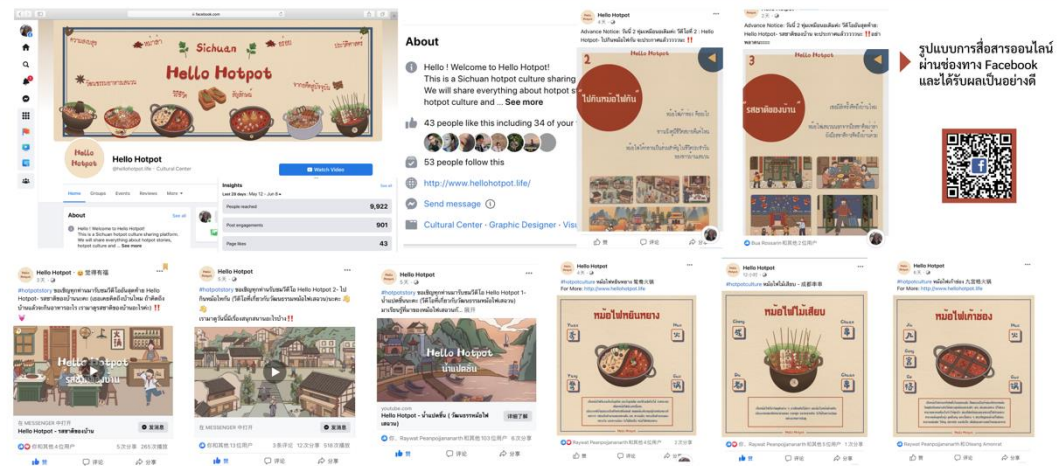
สัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวน

หม้อไฟเสฉวนเป็นสัญลักษณ์ของมณฑลเสฉวน มีบทบาทในการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน สำหรับคนที่อยู่ต่างจังหวัดหรือต่างประเทศ ถ้าคิดถึงบ้านแล้ว น้ำซุปร้อนๆ หม้อไฟสักเมนูหนึ่ง ก็เป็นวิธีที่สามารถคลายความคิดถึงบ้านได้ดีที่สุด เพราะนอกจากจะมีรสชาติหม่าล่าแล้ว หม้อไฟเสฉวนยังมีกลิ่นไอและรสชาติที่ทำให้คลายความคิดถึงบ้านอีกด้วย



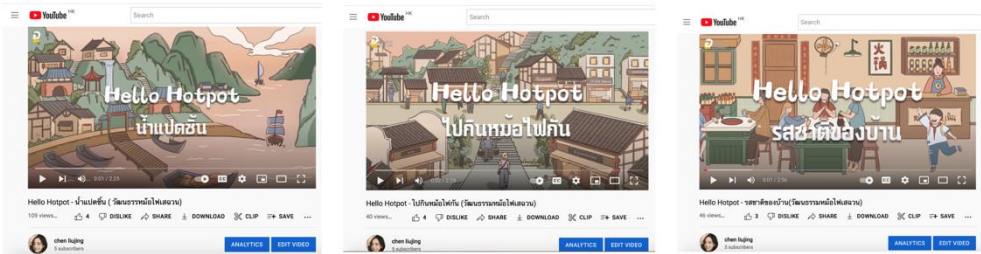


facebook <https://www.facebook.com/hellohotpot.life>



รูปแบบการสื่อสารออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook และได้รับผลเป็นอย่างดี

Youtube <https://www.youtube.com/channel/UCBYDyIAgO22zcYzX9PtqQLw>



ภาพที่ 123 ผลงานการออกแบบ 14

