



การออกแบบตัวละครเสมือน : ประสบการณ์ทางสุนทรียะของวัฒนธรรมชาสมัยใหม่



MENGXIN WEI

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

การออกแบบตัวละครเสมือน : ประสบการณ์ทางสุนทรียะของวัฒนธรรมชาสมัยใหม่



MENGXIN WEI

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

2567

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

Virtual Character Design : A Modern Tea Culture of Aesthetic Experience



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF
THE REQUIREMENTS FOR MASTER DEGREE OF FINE AND APPLIED ART
IN VISUAL ARTS AND DESIGN
FACULTY OF FINE AND APPLIED ARTS
BURAPHA UNIVERSITY
2024
COPYRIGHT OF BURAPHA UNIVERSITY

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์และคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณา
วิทยานิพนธ์ของ MENGXIN WEI ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของมหาวิทยาลัยบูรพาได้

คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผกามาศ สุวรรณนิภา)

..... ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิสิทธิ์ สิ้นธุภัก)

..... กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา อรุณศรีมรกต)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผกามาศ สุวรรณนิภา)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา อรุณศรีมรกต)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูวษา เรืองชีวิน)

..... คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

(รองศาสตราจารย์ ดร. เสกสรรค์ ตันยาภิรมย์)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการ
การศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ของ
มหาวิทยาลัยบูรพา

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิทวัส แจ่มเอียด)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....

63920069: สาขาวิชา: ทักษะศิลป์และการออกแบบ; ศป.ม. (ทักษะศิลป์และการออกแบบ)
คำสำคัญ: วัฒนธรรมชาฮุยโจว, ภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม, การออกแบบตัวละครเสมือน
MENGXIN WEI : การออกแบบตัวละครเสมือน : ประสบการณ์ทางสุนทรียะของ
วัฒนธรรมชาสมัยใหม่. (Virtual Character Design : A Modern Tea Culture of Aesthetic
Experience) คณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์: ผกา มาศ สุวรรณนิภา, ศุภรา อรุณศรีมรกต ปี พ.ศ.
2567.

งานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจวิธีการออกแบบตัวละครเสมือนภายใต้แนวคิดวัฒนธรรมชา
ของพื้นที่ฮุยโจว ประเทศจีน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์วิวัฒนาการ ประเพณี และวัฒนธรรม
ของชาในพื้นที่ฮุยโจว โดยจะเน้นไปที่ประสบการณ์ทางสุนทรียภาพสมัยใหม่แบบใหม่ของวัฒนธรรม
ชาแบบดั้งเดิมที่มาจากตัวละครเสมือน โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสาร การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ การ
วิเคราะห์แผนภูมิ และการทำแบบสอบถาม เพื่อรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างครอบคลุม
ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าวัฒนธรรมชาพื้นที่ฮุยโจวมียุคทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง แต่การเผยแพร่
วัฒนธรรมชาฮุยโจวในปัจจุบันยังประสบปัญหาด้านการผลิตและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ชาอยู่
มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิธีการเผยแพร่วัฒนธรรมชาที่ค่อนข้างล่าช้า ซึ่งกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่เห็น
พ้องกันว่าจำเป็นต้องมีการส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ชาฮุยโจวในกลุ่มวัยรุ่นให้มากขึ้น

นอกจากนี้ งานวิจัยยังได้เน้นถึงการสร้างคาร์แคเตอร์ลิขสิทธิ์ (Character licensing)
ของตัวละครเสมือนที่มีความเกี่ยวข้องกับแวดวงวัฒนธรรมสมัยนิยมหรือป๊อปคัลเจอร์ (Pop
Culture) การเผยแพร่และส่งเสริมภาพลักษณ์ตัวละครจะค่อย ๆ แพร่กระจายไปยังแวดวงอื่นด้วย
อิทธิพลของระบบนิเวศทางวัฒนธรรมของป๊อปคัลเจอร์ ดังนั้น ในการสร้างภาพลักษณ์และการจัดวาง
เรื่องราวของตัวละครจึงจำเป็นต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของประเพณีและกระแสนิยม เพื่อให้
การออกแบบและการสร้างคาแรคเตอร์ของตัวละครนั้นสอดคล้องกับสุนทรียะของวัยรุ่นหนุ่มสาวใน
ปัจจุบัน

ผู้วิจัยมีความคาดหวังว่า การออกแบบครั้งนี้ จะสามารถประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมชาฮุย
โจวโดยใช้สื่อใหม่ (New Media) ในยุคสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมชาได้ และใช้
วิธีการใหม่ในการดึงดูดวัยรุ่นให้รู้ถึงความสำคัญของคุณค่า ประโยชน์ และสำคัญของสัญลักษณ์
ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชา ค้นหาคุณค่าร่วมสมัยของวัฒนธรรมชาฮุยโจว ตลอดจนการนำไปใช้และ
การสืบทอดในบริบทของยุคสมัยใหม่



63920069: MAJOR: VISUAL ARTS AND DESIGN; M.F.A. (VISUAL ARTS AND DESIGN)

KEYWORDS: Huizhou tea culture, Cultural image, Virtual character design

MENGXIN WEI : VIRTUAL CHARACTER DESIGN : A MODERN TEA CULTURE OF AESTHETIC EXPERIENCE. ADVISORY COMMITTEE: PAKAMAS SUWANNIPA, Ph.D. SUPARA AROONSRIMORAKOT, Ph.D. 2024.

This Research explores the design methods of virtual characters under the tea culture concept in Huizhou area, aiming to analyze the evolution, customs and culture of tea in Huizhou. It will focus on virtual characters as a new modern aesthetic experience for traditional tea culture. Using document analysis, expert interviews, chart analysis, and questionnaires, information was comprehensively collected and analyzed. The results showed that Huizhou tea culture has a profound cultural heritage. However, the current dissemination of Huizhou tea culture still faces many problems in tea production and development, especially in the relatively backward ways of tea culture dissemination. Most young people agree that it is necessary to increase the promotion of Huizhou tea among young people.

In addition, the research focuses on the role authorization of virtual characters closely related to popular culture. The dissemination and promotion of personal images in dramas will gradually spread to other circles through the influence of the cultural ecosystem of popular culture. Therefore, in designing characters and arranging stories, attention should be paid to the changes of tradition and trend. The author hopes that this design can promote Huizhou tea culture and use modern new media to promote and spread tea culture. It also aims to let young people understand the cultural symbols, values, benefits and importance contained in tea in new ways, and explore the contemporary value of Huizhou tea culture, as well as its application and inheritance in the modern context.

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณที่อาจารย์ปรึกษาหลัก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ผกามาศ สุวรรณนิภา และอาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภรา อรุณศรีมรกต สำหรับคำแนะนำ และความช่วยเหลือ ในการศึกษาวิจัยเพื่อสร้างงานออกแบบนี้

นอกจากนี้ขอขอบคุณ คุณ Wang Sun ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะชา ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำ สุดท้ายนี้ขอขอบคุณครอบครัวและเพื่อน ๆ ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนทุกอย่าง ทำให้การศึกษานี้ได้ดำเนินการไปได้อย่างราบรื่น

MENGXIN WEI



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญภาพ.....	ฑ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
ขั้นตอนการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
พัฒนาการทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมชาในประเทศจีน.....	8
วัฒนธรรมชาจีน.....	11
ประวัติความเป็นมาของชาฮูยโจว.....	12
วิถีและบริบททางประเพณีวัฒนธรรมชาฮูยโจว.....	13
1. ธรรมเนียมการต้อนรับแขก.....	13
2. ประเพณีการแต่งงาน.....	14

3. ชาในพิธีเซ่นไหว้	14
ชาฮุยโจวที่มีชื่อเสียง	15
1. ตัวแทนของชาเขียว: ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซาน (黄山毛峰).....	15
2. ตัวแทนของชาแดง: ชาแดงฉีเหมิน (祁门红茶)	17
สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดวัฒนธรรมชาฮุยโจว	19
การสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มของวัยรุ่นยุคใหม่	20
ลดทลายขนานแกะสลักฮุยโจว	21
1. การแกะสลักอิฐ.....	22
2. การแกะสลักหิน	22
3. การแกะสลักไม้.....	23
กรณีศึกษาการออกแบบตัวละครเสมือน	24
แนวทางการออกแบบตัวละครแรคเตอร์ลิขสิทธิ์ของตัวละครเสมือน โดยมีลั่วเทียนอี (Luo Tianyi)	
นักร้องไอดอลเสมือนชาวจีนเป็นกรณีศึกษา	25
1. การออกแบบตัวละคร (Character Design)	26
2. คุณค่าด้านการส่งออก	27
3. การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับ	28
ความร่วมมือระหว่างน้ำอัดลมแบรนด์มิรินด้า และ ลั่วเทียนอี (Luo Tianyi).....	29
กลยุทธ์การออกแบบตัวละครเสมือน (Virtual character) เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชา	30
1. การตีความเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมด้วยทัศนสัญลักษณ์ที่เป็นปัจเจกและพหุลักษณะ	30
2. การสร้างคุณภาพที่ดีของวัฒนธรรมจากศีลธรรมของตัวละครที่มั่นคง.....	31
3. สะสมความรู้สึกทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้ดีขึ้น	31
การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวละครเสมือนและกลุ่มแฟนคลับ	32
บทที่ 3 การดำเนินการวิจัย	33
ข้อมูลจากพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมชาภูมิภาคฮุยโจว และข้อมูลจากนักวิชาการ	33

1. การสำรวจแหล่งข้อมูลทางวัฒนธรรมชาสุยโจวจากพิพิธภัณฑ์ชาเชียววีต้า	33
2. การวิเคราะห์ข้อมูลสนับสนุนแนวทางการออกแบบ	35
การวางแผนแนวทางการออกแบบตัวละครเสมือน	36
1. การกำหนดเพศ อายุ และอุปนิสัยของตัวละคร	36
2. การวิเคราะห์กรณีตัวอย่างที่สัมพันธ์กับการออกแบบคาแรกเตอร์	38
3. การออกแบบรูปร่างหน้าและองค์ประกอบบนใบหน้า	42
4. การออกแบบทรงผมตัวละคร	42
5. การออกแบบความสูงของตัวละครเสมือน	43
6. การออกแบบรูปร่างของตัวละครเสมือน	44
7. การกำหนดรูปแบบเสื้อผ้าของตัวละคร	44
8. แนวคิดโทนสีโดยรวมของตัวละคร	45
9. รูปแบบการแสดงออกทางศิลปะของตัวละคร	45
10. รูปแบบการนำเสนอการออกแบบตัวละครเสมือน (Virtual Character Design) เพื่อ ส่งเสริมวัฒนธรรมชา	45
บทที่ 4 ขั้นตอนการสร้างสรรค์ และการวิเคราะห์ผลงาน	47
วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาจากแบบสอบถาม	47
1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
2. สสำรวจการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน	49
3. สสำรวจความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน	50
การตั้งชื่อให้กับตัวละคร	51
การออกแบบภาพลักษณ์ตัวละคร	52
1. การออกแบบขั้นต้น	52
2. กำหนดภาพลักษณ์	55
3. ออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละคร	56

4. การออกแบบลวดลาย	57
5. การออกแบบเครื่องประดับ	57
6. การนำเสนอภาพรวมขั้นตอนการออกแบบ Model Display	60
การแต่งเติมเสื้อผ้า ลวดลาย เครื่องประดับ และการประกอบรวมขึ้นเป็นตัวละครขั้นสุดท้าย ด้านซ้ายคือรายละเอียดเครื่องประดับ ตรงกลางคือภาพลักษณะที่จะปรากฏในวิดีโอ และด้านขวาคือภาพเต็มตัว	60
การนำเสนอโดยใช้แอปพลิเคชัน 必剪 (บีเจี้ยน) เพื่อเชื่อมโยงตัวละครแบบ live2D	61
1. สร้างภาพลักษณะ	61
2. การแสดงออกทางอารมณ์ผ่านสีหน้าของตัวละคร	65
3. ท่าทางของตัวละคร	66
4. จับภาพใบหน้า	67
การออกแบบเนื้อหาของวิดีโอ	67
1. บทพูด (Script)	68
2. ตัดต่อวิดีโอ	69
3. อัปโหลดวิดีโอ	72
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	74
สรุปผลการประเมินการรับชมวิดีโอ	75
สรุปและอภิปรายผล	76
บรรณานุกรม	78
ภาคผนวก	80
ภาคผนวก ก	81
ภาคผนวก ข	95
ภาคผนวก ค	98
ประวัติย่อของผู้วิจัย	101



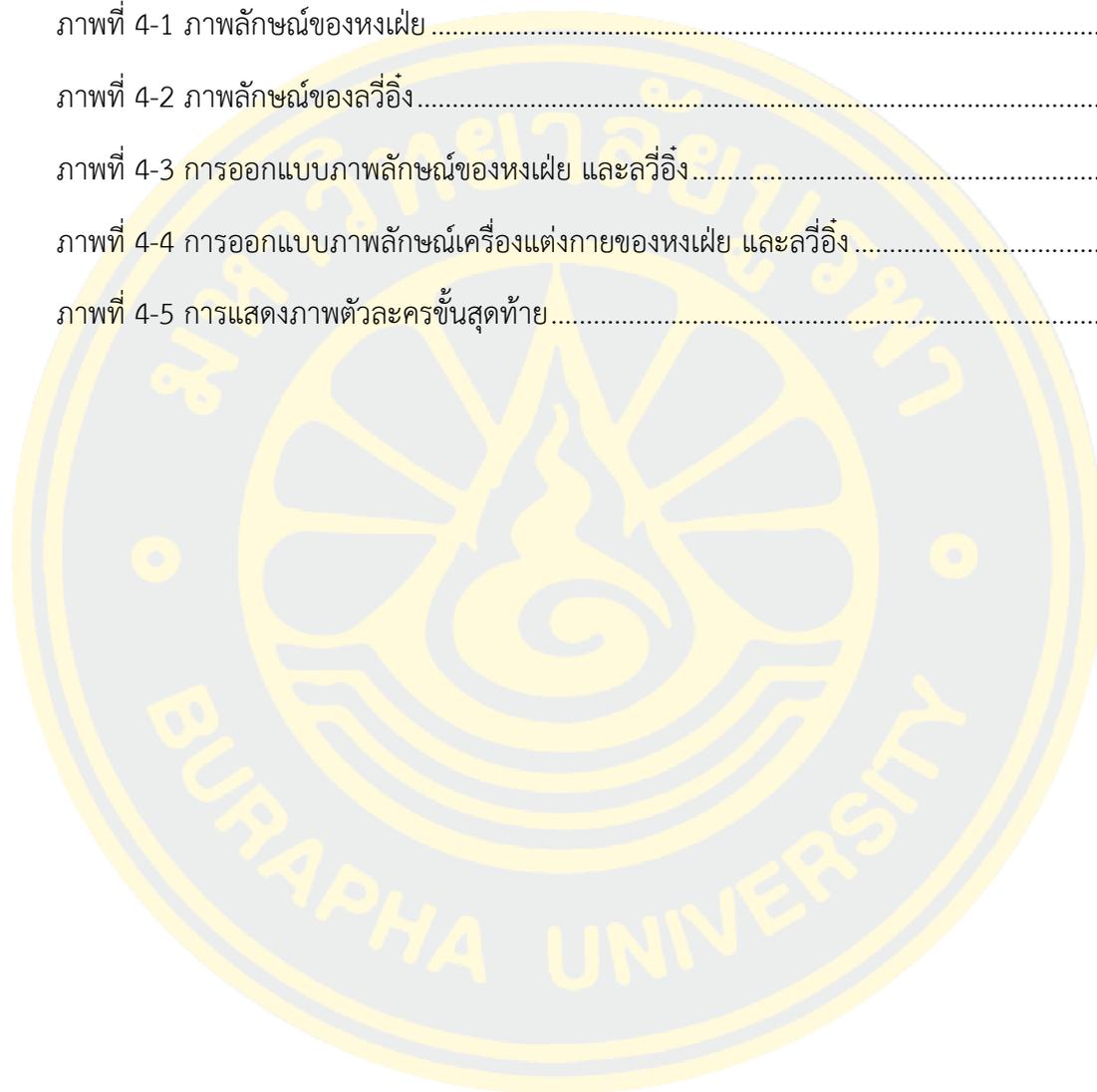
สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3-1 ภาพลักษณ์ของสาวหวานอ่อนโยน.....	39
ตารางที่ 3-2 ภาพลักษณ์สาวเท่สไตล์.....	41
ตารางที่ 4-1 ข้อมูลแบบสอบถาม (1).....	48
ตารางที่ 4-2 ข้อมูลแบบสอบถาม (2).....	49
ตารางที่ 4-3 ข้อมูลแบบสอบถาม (3).....	50
ตารางที่ 4-4 การออกแบบลวดลาย.....	57
ตารางที่ 4-5 การออกแบบเครื่องประดับ.....	58
ตารางที่ 4-6 ขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ด้วยแอปพลิเคชัน.....	61
ตารางที่ 4-7 การใช้แอปพลิเคชันออกแบบการแสดงออกทางสีหน้า.....	65
ตารางที่ 4-8 การใช้แอปพลิเคชันออกแบบการแสดงออกของท่าทาง.....	66
ตารางที่ 4-9 ขั้นตอนการสร้างเอฟเฟกต์เชิงโต้ตอบ.....	67
ตารางที่ 4-10 ขั้นตอนการตัดต่อวิดีโอ.....	69

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	4
ภาพที่ 2-1 ชานมในสมัยราชวงศ์ฉิน ในสมัยราชวงศ์ซ่ง	9
ภาพที่ 2-2 การตีชา (点茶) ในสมัยราชวงศ์ซ่ง	10
ภาพที่ 2-3 การชงโดยการแช่ใบชา (冲泡茶) ในสมัยราชวงศ์หมิง.....	10
ภาพที่ 2-4 ภาพบางส่วนของ “คัมภีร์ชา (The Classic of Tea)”	11
ภาพที่ 2-5 "ภาพการต้มชา" วาดโดย ดิงอวี่นเฉิง จิตรกรแห่งซูโจว สมัยราชวงศ์หมิง.....	13
ภาพที่ 2-6 ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงชานแบบแห้ง	16
ภาพที่ 2-7 ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงชานแบบชง.....	17
ภาพที่ 2-8 ชาแดงฉีเหมินแบบแห้ง.....	18
ภาพที่ 2-9 ชาแดงฉีเหมินแบบชง	19
ภาพที่ 2-10 ผลสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มของเยาวชนรุ่นใหม่	20
ภาพที่ 2-11 งานแกะสลักอิฐซูโจว.....	22
ภาพที่ 2-12 งานแกะสลักหินซูโจว	23
ภาพที่ 2-13 งานแกะสลักไม้ซูโจว	23
ภาพที่ 2-14 ฮัตสึเนะ มิกุ (Hatsune Miku) ในฐานะพรีเซ็นเตอร์ของโทรศัพท์มือถือ Xiaomi	25
ภาพที่ 2-15 ข้อมูลตัวละครของลั่วเทียนอี	27
ภาพที่ 2-16 ลั่วเทียนอีในงาน The Lantern Festival	28
ภาพที่ 2-17 ลั่วเทียนอีโพสต์ประกาศกิจกรรม.....	29
ภาพที่ 2-18 ไปสเตอร์ความร่วมมือระหว่างลั่วเทียนอีและมิรินต้า	30
ภาพที่ 3-1 พิพิธภัณฑชาเขี้ยววีต้า มณฑลอันฮุย	33
ภาพที่ 3-2 พิพิธภัณฑชาเขี้ยววีต้า มณฑลอันฮุย	34

ภาพที่ 3-3 มาตรฐานการแบ่งระดับพัฒนาการของส่วนสูงของผู้หญิง	43
ภาพที่ 3-4 ภาพร่างของตัวละครเสมือน (ภาพซ้ายเป็นตัวแทนของชาแดง ภาพซ้ายเป็นตัวแทนของชาเขียว).....	44
ภาพที่ 4-1 ภาพลักษณะของหงเฝ่ย	53
ภาพที่ 4-2 ภาพลักษณะของลวี่อิ่ง.....	54
ภาพที่ 4-3 การออกแบบภาพลักษณะของหงเฝ่ย และลวี่อิ่ง.....	55
ภาพที่ 4-4 การออกแบบภาพลักษณะเครื่องแต่งกายของหงเฝ่ย และลวี่อิ่ง	56
ภาพที่ 4-5 การแสดงภาพตัวละครขั้นสุดท้าย.....	60



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

จีนเป็นประเทศแรกที่ค้นพบต้นชาซึ่งเป็นพืชที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ทั้งยังเป็นประเทศที่มีใบชาหลากหลายสายพันธุ์มากที่สุด ชาวจีนได้ค้นพบและมีการใช้ประโยชน์จากใบชามายาวนานกว่า 4,700 ปี ประเทศจีนมีคำสุภาษิตว่า "เราสามารถอดอาหารได้สามวัน แต่ไม่สามารถงดดื่มชาได้แม้เพียงหนึ่งวัน" เมื่อรู้สึกคอแห้ง ผู้คนจะดื่มชาเพื่อดับกระหาย และยังดื่มชาเพื่อบรรเทาอาการคลื่นไส้ หลังจากรับประทานอาหารที่มีรสหวานหรือมันมากเกินไป ในใบชาอุดมไปด้วยสารโพลีฟีนอล (Tea Polyphenols) วิตามินอี และสารอื่น ๆ อีกมากมาย สารโพลีฟีนอลในชามีฤทธิ์ด้านการอักเสบได้ดี จึงมีสรรพคุณในการยับยั้งและฆ่าเชื้อโรคได้ การกลั่นคอดีด้วยน้ำชาจึงสามารถช่วยในเรื่องของ สุขอนามัยในช่องปากได้ นอกจากนี้ คาเฟอีน (Caffeine) ในชายังสามารถช่วยจัดความเหนื่อยล้า ทั้งยังช่วยในการย่อยอาหารและเพิ่มความสามารถในการสลายไขมัน จึงกล่าวได้ว่า ชากลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของคนจีน

ประเทศจีนมีการผลิตชาในหลายพื้นที่ ในประเทศจีนมีพื้นที่ปลูกและผลิตชานานาชาติใหญ่สี่แห่ง แห่งแรกตั้งอยู่ทางตะวันตกเฉียงใต้ของจีน ซึ่งเป็นแหล่งปลูกชาที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศจีน แห่งที่สองตั้งอยู่ทางตอนใต้ของประเทศจีนซึ่งเป็นสถานที่ที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการปลูกชาในประเทศจีน แห่งที่สามตั้งอยู่ทางใต้ของตอนกลางและตอนล่างของแม่น้ำแยงซี ซึ่งเป็นแหล่งที่มีผลผลิตประจำปีคิดเป็นประมาณ 2 ใน 3 ของผลผลิตชาทั้งหมดของประเทศ แห่งที่สี่ตั้งอยู่ทางฝั่งทิศเหนือของแม่น้ำแยงซี ตอนกลางและตอนล่าง เป็นแหล่งที่ผลิตชาเขียวเป็นหลัก

เนื่องจากสภาพภูมิอากาศ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และวิถีชีวิตของผู้คนในภูมิภาคต่าง ๆ มีความแตกต่างกันจึงทำให้สายพันธุ์ของชาและประเพณีท้องถิ่นเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมชาที่มีความแตกต่างกันด้วย เขตฮุยโจวตั้งอยู่ทางตอนใต้ของจีน คาบเกี่ยวพรมแดนระหว่างมณฑลอันฮุยและมณฑลเจียงซี ฮุยโจวมีลักษณะภูมิอากาศที่อบอุ่นชื้นและมีฝนตกชุก ซึ่งเหมาะสำหรับการเจริญเติบโตและการปลูกชา และเป็นพื้นที่ผลิตชาแหล่งที่สามอยู่ฝั่งทางใต้ของแม่น้ำแยงซีตอนกลาง ชาฮุยโจวเป็นกลุ่มใบชาดั้งเดิมที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและภูมิศาสตร์ที่เป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ฮุยโจวโบราณ และชาฮุยโจวมีชื่อเสียงในเชิงบวกทั้งในประเทศจีนและต่างประเทศ ในบรรดาชาที่มีชื่อเสียง 10 อันดับแรกในประเทศจีน มีชาจากฮุยโจวอยู่ 2 ชนิดที่ติดอันดับ ได้แก่ ชาเหมาเฟิงแห่งเขา

หวางซาน (黄山毛峰) และชาแดงฉีเหมิน (祁门红茶) นอกจากนี้ ยังมีชาที่มีชื่อเสียงชนิดอื่น ๆ ที่ผลิตในฮูยโจวด้วย เช่น ชาจินฮาวแห่งหวางซาน (黄山金毫) ชาเฉ่าชิงแห่งหมิงโจว (茗洲炒青) ชาจินซานสี่อวี่ (金山时雨) เป็นต้น

ภายใต้อิทธิพลของสภาพแวดล้อมนี้ ชาฮูยอันทำให้ศิลปะการชิมชาของคนโบราณ กลายเป็นวิธีการปลูกฝังรสนิยมที่สง่างามและอารมณ์ความรู้สึกแห่งอุดมการณ์ ชาฮูยโจวผูกมิตรไมตรีด้วยชา ต้อนรับแขกด้วยน้ำชา บูชาพระด้วยชา และไหว้บรรพบุรุษด้วยชา วิถีชีวิตประจำวันเหล่านี้ค่อย ๆ ก่อตัวจนกลายเป็นวัฒนธรรมชาที่เป็นเอกลักษณ์ของฮูยโจว ในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ฮูยโจวเป็นศูนย์กลางการแลกเปลี่ยนหลักของวัฒนธรรมชาจีนเสมอมา การแพร่หลายของวัฒนธรรมชาฮูยโจวได้ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น และยังเป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมอันดีงามให้คงอยู่สืบไปอีกด้วย

ด้วยการเปลี่ยนแปลงของเวลา เครื่องดื่มบรรจุขวดชนิดต่าง ๆ เช่น น้ำอัดลมและชานมได้ค่อย ๆ เข้ามาครองพื้นที่ความชื่นชอบของคนหนุ่มสาวในท้องถิ่นแทนการดื่มชาแบบดั้งเดิม โดยพื้นฐานแล้วเครื่องดื่มเหล่านี้มีวิธีการตลาดที่ค่อนข้างทันสมัย เพื่อเจาะกลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาวตัวอย่างเช่น เชิญผู้มีชื่อเสียงมาโปรโมทผลิตภัณฑ์ หรือออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่แปลกใหม่และทันสมัยเพื่อดึงดูดความต้องการในการซื้อจากวัยรุ่น ซึ่งผลิตภัณฑ์ชาแบบดั้งเดิมยังขาดวิธีการประชาสัมพันธ์เหล่านี้อยู่ และยังไม่สามารถสร้างภาพจำให้กับวัยรุ่นได้

เครื่องดื่มในยุคปัจจุบันมีปริมาณน้ำตาลสูงเกินไปซึ่งไม่เป็นผลดีต่อสุขภาพ ในฮูยโจว กลุ่มประชากรที่ดื่มส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุมากกว่า 40 ปีขึ้นไป การดื่มชาแบบดั้งเดิมในสายตาของวัยรุ่นในท้องถิ่นจะมีภาพจำและความรู้สึกถึงความเป็น "อนุรักษ์นิยม ดั้งเดิม และต้องอยู่กรอบ" วัยรุ่นบางคนถึงกับรู้สึกว่าการดื่มชาเป็นพฤติกรรมของผู้สูงอายุ ซึ่งไม่เพียงแต่ในฮูยโจวเท่านั้น แต่เนื่องจากวัฒนธรรมตะวันตกที่เพิ่มขึ้นในประเทศจีน ทำให้วัยรุ่นชาวจีนจำนวนมากค่อย ๆ เห็นห่างจากวัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิม เมื่อเทียบกับเครื่องดื่มอื่น ๆ ส่วนผสมของชาแบบดั้งเดิมนั้นเป็นธรรมชาติและดีต่อสุขภาพมากกว่า และมีรสชาติที่มากกว่า ดังนั้นวิธีการในการชี้แนะให้วัยรุ่นมีความเข้าใจวัฒนธรรมชาดั้งเดิมและจงใจให้พวกเขาดื่มชามากขึ้นแทนการดื่มเครื่องดื่มที่ไม่มีประโยชน์ต่อสุขภาพจึงกลายเป็นปัญหาสำหรับนักวิจัยที่จะต้องนึกถึง

ความคิดเห็นของผู้วิจัยว่าการพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัล (Visual Digital Technologies) และเทคโนโลยีการเผยแพร่ข้อมูลในระดับสูง แนวโน้มการพัฒนาใหม่ของวัฒนธรรมทางทัศนศาสตร์คือการออกแบบตัวละครเสมือน (Virtual Character Design) เพื่อตอบสนองความต้องการด้านสุนทรียภาพของวัยรุ่น นักออกแบบต้องมองเชิงลึกเกี่ยวกับคุณลักษณะของกลุ่มวัยรุ่น และใช้วัฒนธรรมที่เป็นกระแสนิยมในหมู่วัยรุ่นเป็นจุดเริ่มต้นในการสื่อสารแบบโต้ตอบ โดยการสร้างไอคอนเสมือนจริงใน

รูปแบบของภาพวาด ดนตรี แอนิเมชัน CG (Computer Graphics) ฯลฯ และผสมผสานเข้ากับแวดวงความสนใจของวัยรุ่นเพื่อให้ได้รับความสนใจและเป็นที่ยอมรับในกลุ่มวัยรุ่น

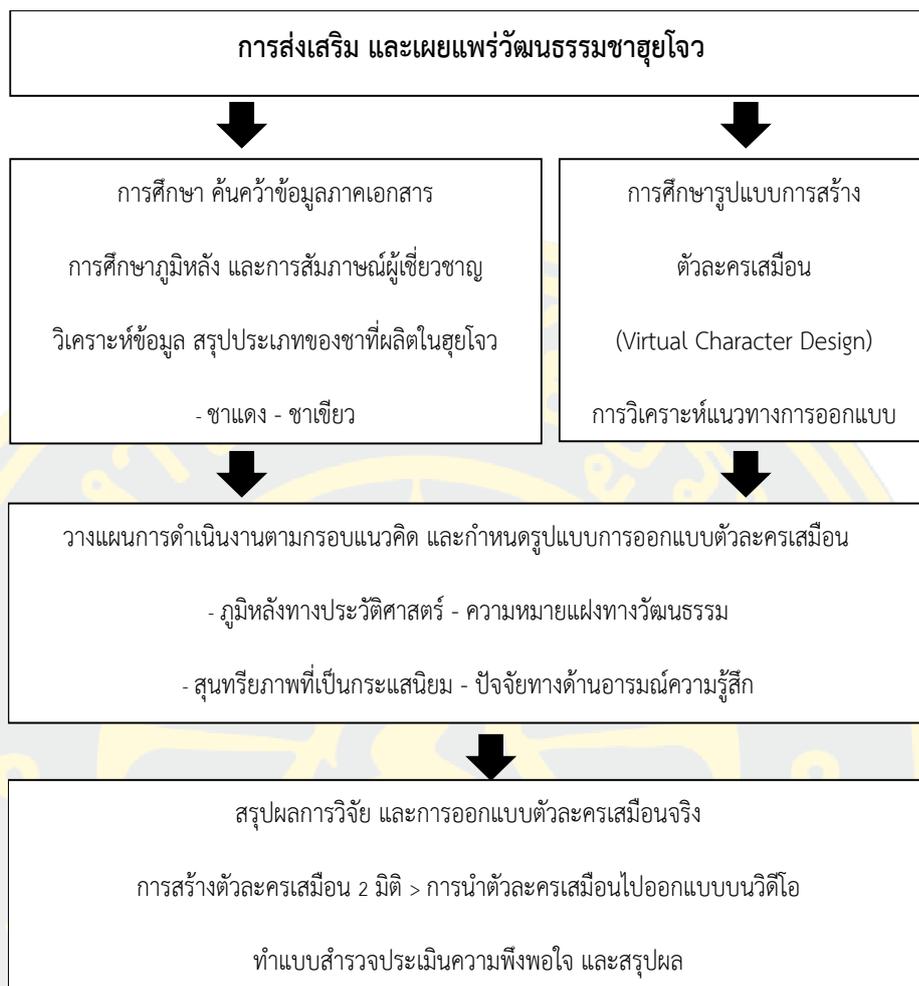
ผู้วิจัยมีความเห็นว่าวัฒนธรรมของชาวยุโรปที่สั่งสมมาอย่างยาวนานควรได้รับการสืบทอดให้ยังคงอยู่สืบไป โดยการศึกษาวิจัยประเพณีอุตสาหกรรมชาวยุโรปโบราณและความหมายแฝงทางวัฒนธรรมด้านสุนทรียภาพอันเป็นเอกลักษณ์ของยุโรป วิเคราะห์รสชาติและอารมณ์ของชาแบบดั้งเดิม ตลอดจนวิเคราะห์วิธีการในการผสมผสานวัฒนธรรมที่เป็นกระแสนิยมเข้ากับชาแบบดั้งเดิม และออกแบบ IP ภาพลักษณ์ตัวละครเสมือน (Image Design) เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชาวยุโรป โดยใช้คุณลักษณะเด่นด้านการเป็นที่รู้จักอย่างมากของตัวละครเสมือนเพื่อเสริมสร้างการจดจำเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาวยุโรปในกลุ่มวัยรุ่น และสุดท้าย สามารถนำภาพตัวละครเสมือนไปใช้กับการการทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ เพื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมชาวยุโรป ใช้สื่อใหม่ (New Media) ในยุคสมัยใหม่ เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมชา และใช้วิธีการใหม่ในการดึงดูดวัยรุ่นให้ให้ความสำคัญต่อคุณค่าประโยชน์ และสำคัญของสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชา ค้นหาคุณค่าร่วมสมัยของวัฒนธรรมชาวยุโรป ตลอดจนการนำไปใช้และการสืบทอดในบริบทของยุคสมัยใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ ภูมิหลัง วิถีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชาในเขตยุโรป
2. ศึกษา วิเคราะห์รูปแบบการสร้างอัตลักษณ์ตัวละครเสมือนที่สัมพันธ์กับการออกแบบภาพลักษณ์และการสื่อสาร
3. ออกแบบสร้างสรรค์ตัวละครเสมือน สื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นตัวแทนในการสร้างกระแสวัฒนธรรมผสมบนแพลตฟอร์มวิดีโอ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะทำการศึกษาข้อมูลทางวัฒนธรรมชาวยุโรป และนำมาวิเคราะห์เพื่อออกแบบภาพลักษณ์ตัวละครเสมือนตามกลุ่มเป้าหมาย นำไปสู่การสร้างสรรคงานออกแบบและจัดทำวิดีโอประชาสัมพันธ์ในภายหลัง โดยกรอบแนวคิดที่ผู้วิจัยศึกษามีดังนี้



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ได้ความรู้ทางประวัติศาสตร์เกี่ยวกับวัฒนธรรมชาฮุยโจว จากแรงบันดาลใจในการออกแบบสร้างสรรค์ตัวละครเสมือน (Virtual Character)
2. ได้อัตลักษณ์เชิงสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้านสุนทรียภาพทางศิลปะแบบดั้งเดิมในวัฒนธรรมชาฮุยโจว สู่การออกแบบภาพลักษณ์ตัวละครเสมือนในการสร้างสื่อ VDO
3. ได้วิดีโอประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างภาพจำและเผยแพร่ประสบการณ์สุนทรียภาพแบบใหม่ ของวัฒนธรรมชาสมัยใหม่ และดึงดูดให้วัยรุ่นร่วมอนุรักษ์สืบทอดทรัพยากรศิลปะและวัฒนธรรมชา

ขอบเขตของการวิจัย

ชนบประเพณีและวัฒนธรรมชาในสุโขทัยมีคุณค่าทางสุนทรียภาพแห่งศิลปะชั้นสูง แต่วัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิมเหล่านี้ไม่สอดคล้องกับจังหวะของวิถีชีวิตสมัยใหม่ ดังนั้นนักวิจัยจึงคาดหวังที่จะส่งเสริมศิลปะชาอันยอดเยี่ยมของสุโขทัยให้แก่ทุกคนผ่านการออกแบบตัวละครเสมือน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของสุโขทัย โดยมีขอบเขตการวิจัย 4 ด้านคือ

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษากฎมีหลังทางประวัติศาสตร์ ชนบประเพณีและวัฒนธรรม และความหลากหลายของชาสุโขทัย และนำผลการวิจัยรวมเข้ากับเทคนิคด้านการออกแบบและสุนทรียภาพสมัยใหม่ ศึกษาเรียนรู้วิธีการเลือกองค์ประกอบที่เหมาะสมสำหรับการออกแบบตัวละครเสมือน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาวัฒนธรรมชาในสุโขทัย เมืองหวงซาน มณฑลอันฮุย ประเทศจีน และพื้นที่ในการเผยแพร่ผลงานด้วยสื่อเทคโนโลยีด้วยภาพเคลื่อนไหวในพื้นที่เสมือน (Virtual Space)

3. ขอบเขตด้านการออกแบบ

ผู้วิจัยจะทำการสรุปและจำแนกความงามทางศิลปะและชนบประเพณีของชาสุโขทัยจากการลงพื้นที่ภาคสนาม และดำเนินการออกแบบตัวละครเสมือนและออกแบบหน้าเว็บประชาสัมพันธ์ และนำไปใช้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมชาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของสุโขทัยให้เป็นที่แพร่หลายในกลุ่มวัยรุ่น

4. ขอบเขตประชากร

กลุ่มวัยรุ่นอายุ 15-25 ปี ที่มีความสนใจในวัฒนธรรมชา

ขั้นตอนการวิจัย

การวิจัยนี้มีเป้าหมายการวิจัยคือวัฒนธรรมชา โดยเน้นที่วิธีการใช้การออกแบบตัวละครเสมือนในการส่งเสริมและเผยแพร่ชนบประเพณีและวัฒนธรรมชาสุโขทัย ซึ่งมีขั้นตอนการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศึกษากฎมีหลังทางศิลปะและการสืบทอดทางวัฒนธรรมของชาสุโขทัย โดยการรวบรวมเอกสารจากหนังสือ วารสาร และอินเทอร์เน็ต ฯลฯ
2. เลือกรูปแบบศิลปะที่เหมาะสมเพื่อนำมาใช้ในการออกแบบโครงร่างรูปลักษณะภายนอกของตัวละครเสมือน
3. การวิจัยภาคสนาม ผู้วิจัยลงพื้นที่สำรวจวัฒนธรรมชาในท้องถิ่น โดยจะทำการบันทึกรวบรวม และเรียบเรียงประเภทของข้อมูล

4. สกัดองค์ประกอบที่มีอยู่ในวัฒนธรรมชาและงานศิลปะของฮุยโจว และจะผสมผสานเทรนด์แฟชั่นสมัยใหม่รวมถึงปัจจัยทางอารมณ์ความรู้ของผู้คนเข้าไป เพื่อออกแบบเป็นภาพลักษณ์ตัวละครเสมือน
5. ดำเนินการออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละครเสมือน เป็นต้น
6. ออกแบบแบบสอบถามสำหรับวัยรุ่นเพื่อสำรวจผลตอบรับทางการตลาด และนำผลการออกแบบให้อาจารย์และนักออกแบบชาวจีนและชาวไทยประเมินผลงานเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขผลงาน
7. ปรับแก้งานตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและผลตอบรับทางการตลาด
8. ทำวิดีโอประชาสัมพันธ์และอัปโหลดลงเว็บไซต์วิดีโอ
9. สรุปผลการวิจัยตามการประเมินของผู้ชมและประสบการณ์การวิจัยของผู้วิจัยเอง

นิยามศัพท์เฉพาะ

วัฒนธรรมชาฮุยโจว หมายถึง แนวคิดเกี่ยวกับชาที่เกิดขึ้นบนพื้นฐานการปลูกต้นชาจำนวนมากในท้องถิ่น ชาฮุยโจวให้ความสำคัญกับการไตร่ตรองถึงคุณธรรมของตนผ่านวัฒนธรรมชา ชาฮุยโจวเข้าสู่สังคมผู้กึ่งด้วยชา ใช้ชาในการต้อนรับแขก วัฒนธรรมชาฮุยโจวให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อม บรรยากาศ อุปกรณ์ในการดื่มชา รวมถึงความสงบของจิตใจของผู้ดื่มชา สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมชาจีน

ภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม หมายถึง การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นที่รู้จักในระดับกว้าง ในประเทศจีนยุคร่วมสมัย ภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมไม่ได้จำกัดอยู่เพียงงานวรรณกรรม แอนิเมชัน ภาพยนตร์ และโทรทัศน์สมัยใหม่อีกต่อไป โบราณวัตถุทางประวัติศาสตร์ของจีน เครื่องแต่งกายแบบดั้งเดิมของจีน บทกวีจีนโบราณ ฯลฯ ล้วนสามารถกลายเป็นภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมได้ ซึ่งงานวิจัยนี้จะศึกษาวัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิมของฮุยโจว เพื่อใช้เป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำหรับการออกแบบ โดยใช้วิธีการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ในการออกแบบและการสร้างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพิ่มความหมายแฝงและความลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของชา เพื่อให้วัฒนธรรมชาดั้งเดิมของฮุยโจวสามารถสืบทอดและสืบสานต่อไปได้

การออกแบบตัวละครเสมือน (Virtual Character Design) หมายถึง การสร้างแบรนด์ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและแสดงถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ ทั้งยังนำเสนอเนื้อหาทางการตลาดที่มีความหลากหลายของแบรนด์ออกมาอย่างต่อเนื่อง ในขณะที่เผยแพร่แนวคิดของแบรนด์และข้อมูลของผลิตภัณฑ์ออกไป อิทธิพลของไอดอลเสมือนก็ได้แทรกซึมเข้าไปในหมู่วัยรุ่น จนกระทั่งสร้างภาพจำให้แก่กลุ่มวัยรุ่นหนุ่มสาว ภาพตัวละครเสมือนที่กล่าวถึงในวิจัยนี้หมายถึงไอดอลเสมือนทาง

วัฒนธรรมในบริบทของสื่อใหม่ โดยจะผสมผสานเข้ากับลักษณะเฉพาะของวัฒนธรรมชาฮุยโจว เพื่อสร้างเป็นผลงานการออกแบบขึ้นมา ซึ่งผลงานนี้จะส่งอิทธิพลสำคัญและเป็นวงกว้างต่อการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมระดับภูมิภาค และสร้างนิเวศวิทยาการพัฒนาวัฒนธรรมใหม่

ประสบการณ์ทางสุนทรียะ ประสบการณ์ด้านสุนทรียศาสตร์เป็นกิจกรรมทางจิตวิทยาที่ซับซ้อนและซับซ้อนซึ่งเกี่ยวข้องกับแง่มุมต่างๆ เช่น การรับรู้ การรับรู้ และอารมณ์ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อสภาพจิตใจและอารมณ์ของแต่ละบุคคล โดยทั่วไปประสบการณ์นี้เกี่ยวข้องกับการรับรู้สิ่งเร้าทางประสาทสัมผัส เช่น ความรู้สึกทางการมองเห็น การได้ยิน และสัมผัส ตลอดจนการรับรู้และการตอบสนองต่อหลักการทางสุนทรียะ ภูมิหลังทางวัฒนธรรม เสี่ยงสะท้อนทางอารมณ์ และปัจจัยอื่นๆ



บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การค้นคว้าข้อมูลภาคเอกสารด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย เพื่อทราบถึงวิธีการผสมผสานความหมายแฝงของวัฒนธรรมชาฮุยโจวเข้ากับการออกแบบภาพลักษณ์ตัวละครเสมือนผู้วิจัยจึงได้ทำการสืบค้นและศึกษาเนื้อหาดังต่อไปนี้

พัฒนาการทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรมชาในประเทศจีน

จีนเป็นประเทศแรกของโลกที่ค้นพบ เพาะปลูก และใช้ประโยชน์จากชา จากข้อมูลหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ต้นชามีถิ่นกำเนิดในประเทศจีน เมื่อ 5,000 กว่าปีที่แล้ว คนจีนค้นพบว่าชามีสรรพคุณในการล้างพิษ ในเวลานั้นผู้คนใช้ใบชาเป็นยารักษาโรค การกินใบชาโดยตรงสามารถบรรเทาความร้อนภายในร่างกายได้ และมีการใช้ใบชาพอกที่บริเวณปากแผลเพื่อบรรเทาอาการอักเสบ

ต่อมาในสมัยราชวงศ์โจว (ประมาณ 3000 ปีที่แล้ว) ชาวจีนเริ่มเพาะปลูกต้นชาและใบชาสามารถมาปรุงอาหารร่วมกับธัญพืชเพื่อทำ "โจ๊กชา" หรือจะนำใบชามาปรุงรสด้วยเครื่องปรุงและรับประทานเป็นกับข้าวก็ได้ ปัจจุบันกลุ่มชาติพันธุ์บางกลุ่มในยูนนานยังคงมีอาหารที่ทำจากใบชาอยู่ เช่น "ยำใบชา(凉拌茶叶)"

ในสมัยราชวงศ์ฉิน (ประมาณ 2300 ปีก่อน) ชาวจีนค้นพบว่าการดื่มชาสามารถดับกระหายได้ดีกว่าการดื่มน้ำ และชาวชนเผ่าเร่ร่อนบางชนเผ่ายังมีการดื่มชาผสมกับนม ซึ่งถือได้ว่าเป็นชานมที่เก่าแก่ที่สุด

ต่อมาในสมัยราชวงศ์ถัง (ประมาณ 1200 ปีที่แล้ว) เนื่องด้วยอิทธิพลของเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ตลอดจนมีการเขียนหนังสือเกี่ยวกับชาคือ "คัมภีร์ชา (The Classic of Tea)" ซึ่งเขียนขึ้นโดยลู่อิว ผู้คนจึงค่อย ๆ หันมาดื่มชามากขึ้น ซึ่งวิธีการดื่มชาในสมัยนี้จะมีการนำใบชาไปบดให้เป็นผงก่อนนำไปต้ม จากนั้นจะเติมเครื่องปรุงอื่น ๆ ลงไปหลังจากน้ำเดือด แล้วจึงโรยผงชาลงในหม้ออีกครั้ง ในการดื่มชาจะเติมน้ำและกากของใบชาลงไปพร้อมกันในขณะที่ยังร้อนอยู่ ซึ่งคนสมัยนั้นเรียกพฤติกรรมเช่นนี้ว่า "การกินชา"

ในสมัยราชวงศ์ซ่ง (1,000 ปีที่แล้ว) ผู้คนได้พัฒนาทักษะและศิลปะการชงชาขึ้นใหม่ ผู้ดื่มชาจะให้ความสำคัญกับคุณภาพของน้ำที่ใช้ในการชงชาเป็นอย่างมาก ผู้คนจะชงชาผงดด้วยน้ำคุณภาพ

ดีและมีใช้เครื่องมือในการผสมผงชาให้เข้ากับน้ำอย่างดีก่อนดื่ม ศิลปะการชงชามัทฉะของญี่ปุ่นในปัจจุบันก็มีต้นกำเนิดมาจากการชงชาในสมัยราชวงศ์ซ่งของจีน

ในสมัยราชวงศ์หมิง (กว่า 600 ปีมาแล้ว) วิธีการทำชาเหลือง ชาดำ และชาดอกไม้ได้ค่อย ๆ เกิดขึ้น ในสมัยราชวงศ์หมิงจะไม่ได้บดชาให้เป็นผงดังเช่นสมัยก่อนหน้า แต่จะเป็นการชงชาด้วยใบชาทั้งใบแทน ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของวิธีการชงชาสมัยใหม่

ในสมัยราชวงศ์ชิง (300 ปีที่แล้ว) ชาจีนได้รับความนิยมไปทั่วโลก ในเวลานั้นจีนเป็นประเทศเดียวที่ส่งออกชา วิธีการทำให้ใบชาอยู่รูปแบบที่พร้อมสำหรับนำไปชงดื่มส่วนใหญ่จะใช้วิธีการตากแห้งและคั่วในหม้อ ด้วยเหตุนี้จึงได้ปรากฏชาประเภทต่าง ๆ ขึ้นมา เช่น ชาอู่หลง ชาแดง ชาดำ ชาดอกไม้ ชาเขียว และชาขาว เป็นต้น (History of China Tea, n.d.)



ภาพที่ 2-1 ชาหมในสมัยราชวงศ์ฉิน ในสมัยราชวงศ์ซ่ง(image.baidu.com)



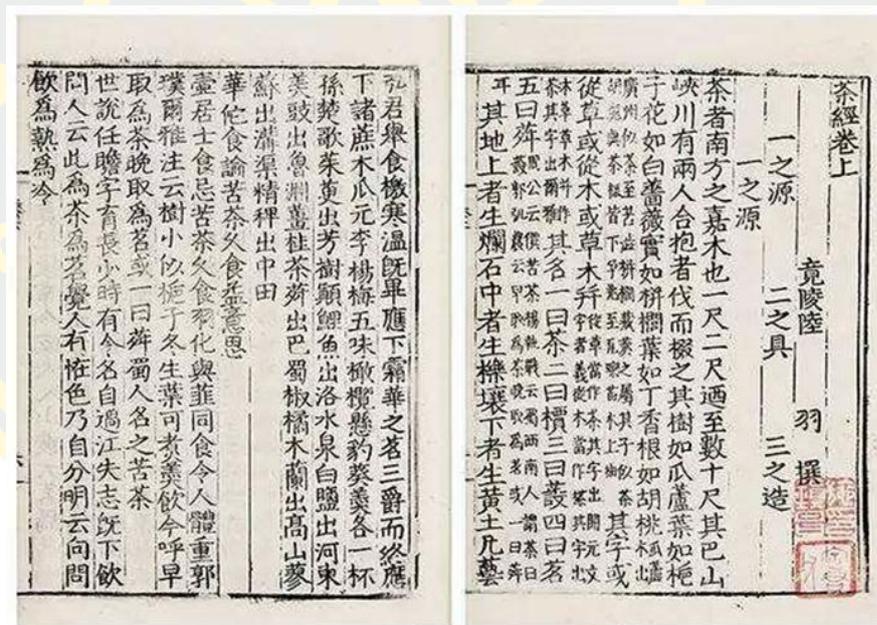
ภาพที่ 2-2 การตีชา (点茶) ในสมัยราชวงศ์ซ่ง (image.baidu.com)



ภาพที่ 2-3 การชงโดยการแช่ใบชา (冲泡茶) ในสมัยราชวงศ์หมิง (image.baidu.com)

วัฒนธรรมชาจีน

ลู่อวี นักวิจัยชาในราชวงศ์ถังได้เขียนหนังสือชื่อ "คัมภีร์ชา (The Classic of Tea)" ซึ่งได้สรุปเรียบเรียงข้อมูลเกี่ยวกับชาในสมัยราชวงศ์ถังและสมัยก่อนราชวงศ์ถังอย่างเป็นระบบ ทั้งในเรื่องการผลิตชาและประสบการณ์การใช้ประโยชน์จากใบชา เขาเสนอว่าจิตวิญญาณของพิธีชงชาคือต้องการให้ผู้ดื่มชามีคุณธรรม ประณีต และเรียบง่าย ซึ่งกลายเป็นจุดเริ่มต้นของวัฒนธรรมชาจีน ตั้งแต่นั้นมา จิตวิญญาณแห่งชาได้แพร่เข้าไปสู่สำนักราชวังและวงสังคม และแทรกซึมเข้าไปในกวีนิพนธ์ ภาพวาด การเขียนพู่กันจีน ศาสนา การแพทย์ และแวดวงอื่น ๆ ของจีน เป็นเวลานานหลายพันปีที่จีนไม่เพียงแต่สั่งสมวัฒนธรรมทางกายภาพด้านการเพาะปลูกและการผลิตชาเท่านั้น แต่ยังสั่งสมวัฒนธรรมทางจิตวิญญาณเกี่ยวกับชาอีกด้วย เมื่อเวลาผ่านไป ชาได้ค่อย ๆ กลายเป็นเครื่องดื่มที่เป็นตัวแทนของประเทศจีน การดื่มชาไม่เพียงแต่นำความเพลิดเพลินทางกายมาสู่คนจีนเท่านั้น แต่ยังช่วยให้ผู้คนได้รับความสุขทางจิตวิญญาณอีกด้วย (Dong, 1996)



ภาพที่ 2-4 ภาพบางส่วนของ “คัมภีร์ชา (The Classic of Tea)” (image.baidu.com)

ประวัติความเป็นมาของชาฮุยโจว

ในช่วงปลายราชวงศ์ฮั่นตะวันออก ชาได้เผยแพร่จากมณฑลเสฉวนผ่านมณฑลส่านซีและมณฑลเหอหนานไปทางตอนเหนือของมณฑลอันฮุย และในตอนแรกชาถูกนำมาใช้ประโยชน์ทางการแพทย์โดยใช้เป็นยารักษาเท่านั้น

ในช่วงสมัยสามก๊ก มีเรื่องราวของจักรพรรดิซุนห่าวแห่งอาณาจักรวุ่ที่ใช้น้ำชาแทนแอลกอฮอล์ ในช่วงเวลานี้ ชาก็ได้เผยแพร่ไปสู่มณฑลอันฮุยทางตอนใต้

ในช่วงสมัยห้าราชวงศ์แห่งสองราชวงศ์จิ้น ข้าราชการชนชั้นศักดินา ผู้มีศถาบรรดาศักดิ์ และพระสงฆ์ลัทธินิกายสังฆปริณายกนิยมส่งเสริมการดื่มชา พฤติกรรมการดื่มชาได้กลายเป็นแฟชั่นของผู้คนในสมัยนั้น ส่งผลให้ความต้องการใบชาเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

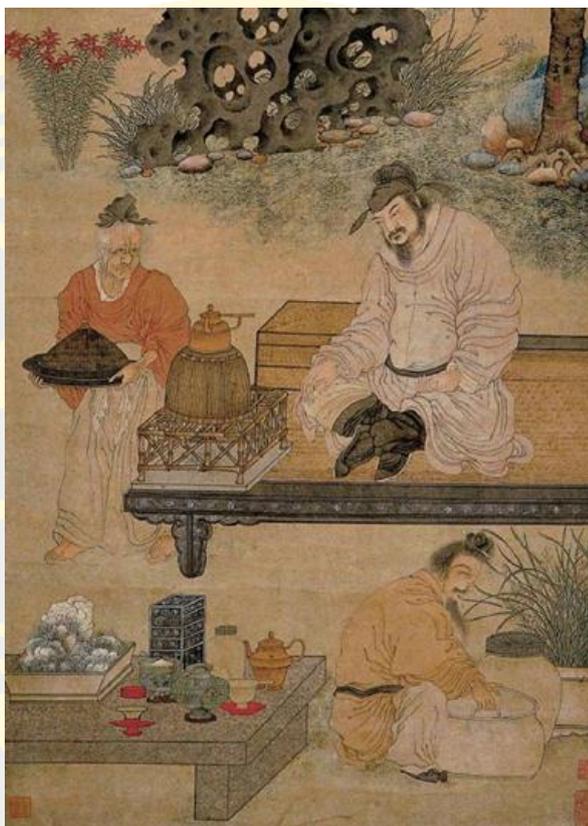
ในช่วงราชวงศ์สุยจุดศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของประเทศย้ายจากลุ่มแม่น้ำฮวงโหไปยังลุ่มแม่น้ำเจียงหยว การผลิตชาในฮุยโจวจึงได้มีโอกาสในพัฒนาและปริมาณผลผลิตก็ได้เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ชาที่ปลูกในที่ดินของชนชั้นศักดินา เมื่อหักลบค่าส่วนของเจ้าของที่เก็บดื่มเองแล้ว ชาส่วนที่เหลือจะกลายเป็นสินค้าใหม่สำหรับจำหน่ายต่อไป ซึ่งมีการค้าขายชาเป็นจำนวนมากในเขตชายแดนทางตอนเหนือและตะวันตกเฉียงเหนือของจีน

ในสมัยราชวงศ์ถัง ชาฮุยโจวได้กลายเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของเหล่าขุนนาง และชาได้กลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญในท้องถิ่นและเป็นวิถีชีวิตของผู้คน

ในสมัยราชวงศ์ซ่ง ด้วยบทบาทและอิทธิพลของลัทธิขงจื้อที่มีมากขึ้น รวมถึงพุทธศาสนาที่เผยแพร่เข้ามาท้องถิ่น ทำให้วัฒนธรรมพิธีชงชาจึงได้รับการยกย่องอย่างมาก และชาได้กลายเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันสำหรับคนทั่วไป อย่างไรก็ตามการค้าขายระหว่างต่างประเทศในช่วงราชวงศ์ซ่งซึ่งมีความรุ่งเรืองเป็นอย่างมากนั้น มีพื้นฐานมาจากการส่งชาฮุยโจวเป็นเครื่องบรรณาการให้แก่กษัตริย์ หรือแม้แต่การส่งชาฮุยโจวไปขายยังต่างประเทศก็ล้วนสร้างรายได้ได้อย่างมาก ด้วยราคาที่แพง คนธรรมดาทั่วไปจึงไม่มีโอกาสได้ดื่มชาฮุยโจว

ในสมัยราชวงศ์หมิงและชิงยังเป็นช่วงเวลาแห่งการสร้างสรรค์สิ่งใหม่อย่างต่อเนื่องของชาฮุยโจวสายพันธุ์ใหม่ นอกจากหนึ่งในหกชาชั้นเลิศที่สืบทอดมาจากราชวงศ์ซ่งอย่าง "ชาซีหยวน" ของหู่หยวนแล้ว ยังมี "ชาช่งหลิว" และ "ตำหรับชาดิงกูต้าฟาง" ของปี่รัชศกหลงชิงแห่งราชวงศ์หมิง "ชาฉ่าชิงแห่งหมิงโจว" ของปี่รัชศกเจียชิ่งแห่งราชวงศ์ชิง "ชาจินซานสี่อวี่" ของรัชศกเต้ากวางแห่งราชวงศ์ชิง "ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซาน" และ "ชาแดงฉีเหมิน" ของรัชศกกวางซวี่แห่งราชวงศ์ชิง ชาเหล่านี้ล้วนเป็นชาส่งออกของฮุยโจวที่มีชื่อเสียงระดับโลก

งาน The Panama–Pacific International Exposition ซึ่งจัดขึ้นในปีค.ศ. 1915 "ซา
 เหมาเฟิงแห่งเขาหวงชาน" และ "ซาแดงฉีเหมิน" ได้อยู่ในธรรมเนียมบรายชื่อของชาติที่มีชื่อเสียง 10
 อันดับแรกของจีน ซึ่งแสดงถึงเสน่ห์ของชาฮุยโจว (Xu, 1960)



ภาพที่ 2-5 "ภาพการต้มชา" วาดโดย ติงอวี่นเฉิง จิตรกรแห่งฮุยโจว สมัยราชวงศ์หมิง

วิถีและบริบททางประเพณีวัฒนธรรมชาฮุยโจว

ฮุยโจวโบราณได้รับอิทธิพลจากลัทธิขงจื้อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลจากแนวคิดของ "ลัทธิ
 ขงจื้อใหม่สำนักเฉิงจู (Asceticism of Zhu And Chen)" การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้คนจะอยู่ใน
 รูปแบบของ "ธรรมเนียมของครอบครัว" (Family Ritual) ดังที่จูซีได้บันทึกไว้ ซึ่งมีข้อกำหนดด้าน
 มารยาทที่เข้มงวด ดังนั้นจึงมีธรรมเนียมมากมายที่เกี่ยวข้องกับชาในฮุยโจว ซึ่งแสดงให้เห็นอย่าง
 ชัดเจนถึงวัฒนธรรมชาของฮุยโจว

1. ธรรมเนียมการต้อนรับแขก

เมื่อมีแขกมาเยี่ยมบ้าน การเชิญแขกดื่มชาถือเป็นมารยาทดั้งเดิมของชาวจีน ดังนั้นธรรมเนียม
 ธรรมเนียมการชงชาสำหรับแขกจึงต้องมีความพิถีพิถันเป็นอย่างมาก เมื่อแขกมาเยี่ยม สิ่งแรกที่เจ้าบ้าน

จะต้องเสิร์ฟให้แก่แขกก็คือชา และเพื่อแสดงถึงความเคารพต่อแขก ในการเสิร์ฟน้ำชาเจ้าบ้านจะต้องใช้มือทั้งสองข้างยื่นถ้วยชาให้แขกพร้อมทั้งกล่าวว่า "ดื่มชาสักถ้วย" ซึ่งสะท้อนถึงความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และความอ่อนน้อมถ่อมตนของเจ้าบ้าน โดยทั่วไปแล้ว ปริมาณของน้ำชาที่รินให้แก่แขกจะมีเพียง 70% ของถ้วยชาเท่านั้น ซึ่งเป็นปริมาณที่พอเหมาะพอดีสำหรับให้แขกยกถ้วยชาขึ้นดื่มโดยที่ชาไม่หก และการรินชาจนเต็มถ้วยจะทำให้ผู้รับรู้สึกว่าเป็นบ้านผู้ที่มีความทะนงตัว

หากมีแขกผู้มีเกียรติที่บ้านหรือมีงานรื่นเริงที่บ้าน ในสุยโจวจะให้ความสำคัญกับการรับประทาน "ชา 3 แบบ" ซึ่งเป็นการรับประทานชา 3 รูปแบบใน 3 มื้ออาหาร ได้แก่ รับประทานชา แซ่เกาลัดพุทราแดงในมื้อเช้า รับประทานไข่ม้วนใบชาในมื้อเที่ยง และการดื่มน้ำชาในมื้อเย็น ธรรมเนียมการรับประทาน "ชา 3 แบบ" มักจะทำในช่วงเทศกาลตรุษจีน งานสมรส หรือเมื่อตอนเจ้าสาวกลับไปบ้านพ่อแม่หลังแต่งงาน ซึ่งเป็นธรรมเนียมที่แสดงถึงความโชคดี ปัจจุบันชนบประเพณีการรับประทาน "ชา 3 แบบ" ยังคงมีอยู่ในพื้นที่ทั้งในเขาหวงซาน

ในสุยโจวมีชนบประเพณีมากมายที่เกี่ยวข้องกับชา ตัวอย่างเช่น เมื่อเข้าสู่วัยที่เด็ก ๆ กำลังจะได้เข้าโรงเรียน เด็ก ๆ ต้องดื่ม "ชาสำหรับผู้เริ่มเล่าเรียนเพื่อเปิดรับความรู้เบื้องต้น" และเด็กฝึกงานจะมีพิธีการดื่ม "ชาไหว้ครู" เพื่อแสดงความเคารพต่อครูผู้ฝึกสอนงานให้ ในช่วงฤดูกาลเพาะปลูก เกษตรกรผู้ปลูกต้นชาจะมีการดื่ม "ชายามเช้า" และ "ชายามเย็น" ซึ่ง "ชายามเช้า" มักจะดื่มคู่กับของว่างต่าง ๆ และไข่ม้วน ส่วน "ชายามเย็น" จะดื่มรองท้องแก้หิวก่อนถึงเวลาอาหารเย็น

2. ประเพณีการแต่งงาน

ในสุยโจวสมัยโบราณ ชายและหญิงจะใช้ชาเป็นสินสอดทองหมั้นในการหมั้นหมาย ตามคติแนวคิดของจีนโบราณ ชาถือเป็นสัญลักษณ์แห่งความมงคล ร่ำรวยทั้งเงินทองและลูกหลาน ความปรองดองในครอบครัว และความมั่นคงแน่นอน นักเขียนในสมัยราชวงศ์ซ่งได้กล่าวไว้ใน "บันทึกการชิมชา (Taste of Tea)" ว่า "หากปลูกต้นชาไว้ในลานบ้านจะทำให้มีลูกหลานมากมายไว้สืบสกุล แต่หากย้ายต้นชาไปปลูกไว้ที่อื่นก็จะส่งผลไม่ดีแก่ครอบครัว" ในมุมมองของคนสมัยใหม่จะรู้สึกว่าการพูดเหล่านี้ไม่มีหลักการทางวิทยาศาสตร์มารองรับ แต่ชายหนุ่มในสุยโจวสมัยโบราณนั้นยึดถือหลักการที่ว่า "ต้นชาย้ายที่ปลูกไม่ได้" และเมื่อต้นชาผลิใบออกผล ฝ่ายชายก็จะใช้ใบชาหรือเมล็ดชาเป็นสินสอดทองหมั้นมอบให้แก่ฝ่ายหญิง เพื่อแสดงให้เห็นว่าเขามีแนวโน้มยึดมั่นต่อการแต่งงาน

3. ชาในพิธีเซ่นไหว้

ในประเพณีพื้นบ้านของจีน ชามีความเกี่ยวข้องกับงานศพและพิธีเซ่นไหว้เป็นอย่างมาก ในสมัยราชวงศ์ชานเป่ย์มีการบันทึกถึงการใช้ชาเป็นเครื่องเซ่นไหว้ไว้ว่า "ห้ามถวายสัตว์เป็นเครื่องเซ่นไหว้แก่ป้ายไม้ที่เขียนชื่อของเทพเซียนที่ประดิษฐานอยู่ในห้องโถง แต่ต้องถวายเป็นผลไม้ น้ำชา ข้าวสุรา และเนื้อแห้งเท่านั้น" การใช้ชาเป็นเครื่องเซ่นไหว้ไม่เพียงเป็นที่นิยมในราชวงศ์ ชุนนางชั้นผู้ใหญ่ หรือบัณฑิตนักพรตเท่านั้น แต่ยังมีใช้กันอย่างแพร่หลายในงานศพของราษฎรทั่วไป ทั้งชน

ชาฮั่นและชนเผ่ากลุ่มน้อยต่างยังคงรักษาประเพณีโบราณในการใช้ชาเป็นเครื่องเซ่นไหว้มาจนถึงปัจจุบัน (Weng et al., 2017)

ชาฮุยโจวที่มีชื่อเสียง

หลังจากรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับชาฮุยโจวผู้วิจัยพบว่า ชาที่เป็นตัวแทนของชาฮุยโจวคือชาแดงและชาเขียว โดยผู้วิจัยเลือกศึกษาชาที่มีชื่อเสียงแต่ละชนิดจากชาทั้งสองประเภทนี้ เพื่อศึกษาวิธีการชงซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกัน

1. ตัวแทนของชาเขียว: ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซาน (黄山毛峰)

ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซาน เป็นหนึ่งในชาประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงในประเทศจีน ผลิตในเขตฮุยโจว เมืองหวงซาน มณฑลอันฮุย กำเนิดขึ้นโดยโรงน้ำชาเซี่ยอวี้ไท่ ในรัชสมัยของจักรพรรดิ กวางซีแห่งราชวงศ์ชิง

ในประเทศจีน เมื่อถึงเทศกาลเซ็งเม้งและเทศกาลกู่อวี้ (谷雨节气)¹ ของทุกปี คนเก็บใบชาจะเลือกเก็บยอดอ่อนที่ขึ้นใหม่จากต้นชา หลังจากนั้นจะนำใบชาที่เก็บมาใส่ลงในหม้อเหล็กขนาดใหญ่เพื่อคั่วใบชา ชาที่ผ่านการคั่วจะมีลักษณะม้วนงอเล็กน้อยคล้ายลิ้นของนก สีของใบชาจะเปลี่ยนเป็นสีเขียวอมเหลือง และผิวของใบชาจะมีปุยสีขาวเงิน และเพื่อให้ได้ใบชาที่มีคุณภาพและความสดใหม่ พ่อค้าชาจะต้องเก็บใบชาในตอนเช้าและนำไปคั่วในตอนบ่าย

ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซานที่คุณภาพดี เมื่อหยิบใบชาแห่งมาหนึ่งกำมือแล้วนำไปใกล้จมูกจะได้กลิ่นความสดใหม่และสดชื่น นอกจากนี้ยังมีกลิ่นหอมคล้ายดอกกล้วยไม้และเกาลัดผสมอยู่ด้วย หลังจากดื่มใบชาเป็นเวลา 3-5 นาที น้ำชาจะใสสว่าง มีสีเขียวอ่อนหรือเขียวเหลือง และมีกลิ่นหอมยาวนาน เมื่อดื่มจะรู้สึกสดชื่นและไม่มึนศีรษะ และรสที่ค้างอยู่ในปากก็จะหวานและชุ่มคอ

วิธีการชงชา

วิธีการชงชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซานถือเป็นตัวแทนของวิธีการชงเขียวส่วนใหญ่

- 1) ชุดชงชา: ใช้ถ้วยแก้วหรือถ้วยชาเซรามิกสีขาวก็ได้
- 2) อัตราส่วนของใบชาและน้ำ: โดยทั่วไปในการชงชาเขียว อัตราส่วนของปริมาณใบชาต่อน้ำคือ 1:80 ด้วยอัตราส่วนใบชาและน้ำที่เหมาะสมจึงทำให้เราสามารถลิ้มรสกลิ่นหอมของชาได้อย่างดี ปริมาณน้ำมีผลต่อการเคี้ยวสกัดสารในใบชา ซึ่งไม่เพียงส่งผลต่อสี กลิ่น และรสชาติของชา

¹ กู่อวี้ (谷雨节气) เป็นฤดูกาลที่ 6 จากใน 24 ฤดูกาลตามปฏิทินการแบ่งฤดูกาลของจีนโบราณ เป็นช่วงที่ดวงอาทิตย์โคจรมาอยู่ในตำแหน่ง 30° ซึ่งตรงกับวันที่ 19-21 เมษายนของทุกปี เป็นช่วงที่ฝนตกหนัก เหมาะแก่การเพาะปลูก กู่อวี้ (谷雨) แปลว่าพายุแห่งฤดูพืช ซึ่งหมายถึงฝนที่ตกลงมาจะนำมาซึ่งความเจริญงอกงามของเมล็ดพืช

เท่านั้น แต่ยังมีผลต่อสรรพคุณจากชาที่มีต่อร่างกายมนุษย์ด้วย โดยทั่วไปปริมาณน้ำที่ใช้นั้นสามารถใส่
มาก แต่ไม่ควรน้อย

3) อุณหภูมิของน้ำ: โดยทั่วไปแล้วชาเขียวสดจะชงด้วยน้ำเดือด 75-85 องศาเซลเซียส
ซึ่งอุณหภูมิระดับนี้จะสามารถรักษาสีของใบชาให้คงสดและมีกลิ่นหอมที่บริสุทธิ์

4) ระยะเวลาในการแช่: โดยทั่วไปจะใช้เวลา 3-10 นาที หากแช่เป็นเวลานานเกินไป ไม่
เพียงแต่จะทำให้ชามีรสชาติที่ไม่ดีเท่านั้น แต่ยังทำให้สารที่เป็นอันตรายต่อร่างกายมนุษย์ออกมาจาก
ใบชาอีกด้วย หากอุณหภูมิของน้ำสูง ใบชานุ่ม และปริมาณชามาก ก็อาจจะลดเวลาในการแช่ให้สั้นลง
ในทางกลับกันหากอุณหภูมิของน้ำไม่สูง ใบชาแข็ง และปริมาณชาน้อย เวลาที่ใช้ในการแช่จะนานขึ้น
ได้ โดยทั่วไป 3 นาทีหลังแช่ใบชา สารที่อยู่ในใบชาจะขับออกมา 55% และกลิ่นหอมจะกระจาย
ออกมาเต็มที่ จึงเป็นช่วงที่ดีที่สุดในการดื่ม

5) จำนวนครั้งของการชงซ้ำ: ใบชาที่ชงแล้วสามารถชงซ้ำได้ 3-4 ครั้ง ในขณะที่ดื่มชา
เมื่อมีน้ำชาเหลืออยู่ 1/3 ของถ้วย ควรเติมน้ำร้อนลงไปเพิ่ม เพื่อรักษาความเข้มข้นของน้ำชาให้
เหมาะสม (Huangshan Maofeng Tea, n.d.)



ภาพที่ 2-6 ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงชานแบบแห้ง (image.baidu.com/)



ภาพที่ 2-7 ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซานแบบชง (image.baidu.com/)

2. ตัวแทนของชาแดง: ชาแดงฉีเหมิน (祁门红茶)

ชาแดงฉีเหมินเป็นหนึ่งในชาที่มีชื่อเสียงในประวัติศาสตร์จีน ผลิตในอำเภอฉีเหมิน อำเภอตงจื่อ อำเภอกุ้ยฉือ อำเภอซือไถ อำเภออี ฯลฯ ในเขตสุยโจว มณฑลอันฮุย ชาแดงฉีเหมินถือเป็นชาแดงชั้นหนึ่งและมีชื่อเสียงมาก

ขั้นตอนการเก็บและกรรมวิธีผลิตมีความพิถีพิถันเป็นพิเศษ คนเก็บใบชาจะเลือกเก็บใบชาโดยนับจากยอดชาลงมาที่ใบที่สองหรือสาม หลังจากผ่านการบ่ม ใบชาจะเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีแดงทองแดง และส่งกลิ่นหอมกระจายไปทั่ว หลังจากนั้นจะนำมาอบต่อด้วยไฟอ่อนจนใบชาแห้ง

ชาแดงฉีเหมินหลังผ่านกรรมวิธีแปรรูปอย่างพิถีพิถันจะมีลักษณะบดงอโค้งเข้าหากัน มีขนาดเล็ก และเป็นสีแดงเข้ม ก่อนดื่มชาจะต้องดมกลิ่นก่อนแล้วจึงค่อยดื่ม ชาแดงฉีเหมินมีกลิ่นหอมสะอาดยาวนาน มีกลิ่นหอมเหมือนผลไม้และดอกกล้วยไม้ ในตลาดชาสากลจะเรียกกลิ่นหอมชนิดนี้ว่า "กลิ่นหอมฉีเหมิน" สีของน้ำชาและใบชาที่จุ่มอยู่กันถ้วยจะมีสีแดงสดเป็นประกาย สชาติเข้มข้นถึงแก่ก้น เมื่อผสมนมและน้ำตาลเพิ่มเข้าไป กลิ่นหอมจะยิ่งเข้มข้นขึ้น

วิธีการชง

วิธีการชงชาแดงฉีเหมินถือเป็นตัวแทนของวิธีการชงแดงส่วนใหญ่

1) ชุดชงชา: ใช้ชุดเครื่องชาดินเผาจื่อชา ชุดเครื่องชาเซรามิกสีขาว และชุดเครื่องชาพื้นสีขาวลายดอกคำฝอย

2) อัตราส่วนของใบชาและน้ำ: สำหรับการชงชาแดงทั่วไป อัตราส่วนของใบชาและน้ำจะอยู่ที่ประมาณ 1:50

3) อุณหภูมิของน้ำ: โดยทั่วไปแล้วชาแดงจะชงด้วยน้ำร้อน 90-95 องศาเซลเซียส เพื่อให้สารในใบชาละลายในน้ำได้ดีขึ้น

4) ระยะเวลาในการแช่ชา: โดยทั่วไปใช้เวลา 2-3 นาที โดยแช่ใบชาในกาน้ำชา ปิดฝากาหลังเติมน้ำและทิ้งไว้ครู่หนึ่ง จากนั้นรินน้ำชาลงในถ้วยชาโดยวิธีการรินวนทั่วทุกถ้วย ไม่ใช่รินที่ละถ้วย เพื่อให้ความเข้มข้นของน้ำชาสม่ำเสมอทุกถ้วย

5) จำนวนครั้งของการชงซ้ำ: ใบชาที่ชงแล้วสามารถชงซ้ำได้ 2-3 ครั้ง (Qimen Black Tea, n.d.)



ภาพที่ 2-8 ชาแดงฉีเหมินแบบแห้ง (image.baidu.com/)



ภาพที่ 2-9 ชาแดงฉีเหมินแบบชง (image.baidu.com/)

สถานการณ์ปัจจุบันของตลาดวัฒนธรรมชาฮุยโจว

การเผยแพร่วัฒนธรรมชาฮุยโจวในปัจจุบันยังประสบปัญหาด้านการผลิตและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ชาอยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิธีการเผยแพร่วัฒนธรรมชาที่ค่อนข้างล่าช้า ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและสรุปสาเหตุปัญหาได้ดังต่อไปนี้

1. องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้ผลิตชาไม่ได้ใช้คุณค่าของวัฒนธรรมชาอย่างเต็มที่ บทบาทของชาไม่เพียงแต่เป็นสินค้าทางการเกษตรหรือสินค้าโภคภัณฑ์เท่านั้น ในด้านการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชา ไม่ได้มีการศึกษาความหมายแฝงของวัฒนธรรมชาฮุยโจวอย่างลึกซึ้ง
2. แม้ว่าสถาบันทางวัฒนธรรมหลายแห่งจะจัดหลักสูตรศิลปะเกี่ยวกับชา แต่ยังคงขาดการเผยแพร่ที่เหมาะสม ปัจจุบัน มีสมาคมวัฒนธรรมชาเพียงไม่กี่แห่งและมีการจัดกิจกรรมน้อยมาก ไม่มีการสำรวจความต้องการทางสังคมที่แท้จริง และไม่มีการสร้างบรรยากาศทางวัฒนธรรม
3. ในกระบวนการเผยแพร่วัฒนธรรม ฮุยโจวยังคงใช้วิธีการดั้งเดิมในการประชาสัมพันธ์ อย่างเป็นทางการประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาทางทีวี ซึ่งไม่ได้มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตสมัยใหม่
4. วัฒนธรรมชาฮุยโจวแบบดั้งเดิมไม่มีตราสัญลักษณ์ที่เป็นที่น่าจดจำ การออกแบบประชาสัมพันธ์การขายของผลิตภัณฑ์บางอย่างไม่สอดคล้องกับสุนทรียศาสตร์ของวัยรุ่น และไม่สามารถสร้างภาพจำของวัฒนธรรมให้แก่ผู้คนได้ลึกซึ้ง

การสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มของวัยรุ่นยุคใหม่

ในเดือนตุลาคม ปีค.ศ. 2021 NetEase (网易文创) และ Hardcore Kanban (硬核看板) ร่วมกันทำการสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มของเยาวชนรุ่นใหม่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมการสำรวจมีอายุระหว่าง 12-27 ปี ซึ่งสอดคล้องกับช่วงอายุของกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยนี้มาก



ภาพที่ 2-10 ผลสำรวจการบริโภคเครื่องดื่มของเยาวชนรุ่นใหม่ (cbndata.com/)

จากตารางสถิติจะเห็นได้ว่านอกจากน้ำดื่มบรรจุขวดแล้ว น้ำอัดลมยังเป็นเครื่องดื่มยอดนิยมที่กลุ่มเยาวชนรุ่นใหม่เลือกซื้อ รองลงมาคือชาานม น้ำตาลและคาเฟอีนในปริมาณมากในเครื่องดื่ม น้ำอัดลมและชาานมไม่เพียงแต่สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ดื่มเท่านั้น แต่ขณะเดียวกันยังทำให้ผู้ดื่มน้ำหนักเพิ่มขึ้นโดยไม่รู้ตัว

ดังนั้นนอกจากรสชาติแล้ว วัยรุ่นจำนวนมากจึงแสวงหาเครื่องดื่มที่ "ปราศจากน้ำตาล และไขมันต่ำ" ในเครื่องดื่มที่ "ไม่ดีต่อสุขภาพ" เพื่อบรรเทาความวิตกกังวลด้านสุขภาพของตนเอง แต่อย่างไรก็ตาม การปราศจากน้ำตาลไม่ได้หมายความว่าไม่มีความหวาน และเพื่อความสมดุลของรสชาติและสุขภาพของผู้ดื่ม ผู้ผลิตเครื่องดื่มหลายชนิดจึงใช้สารทดแทนน้ำตาลเพื่อให้ความหวานแก่เครื่องดื่ม ตัวอย่างเช่น โค้กซีโร่และเป๊ปซี่แมกซ์ จะใช้แอสปาร์แตม (Aspartame) และแอซีซัลเฟม โพแทสเซียม (Acesulfame potassium) แทนน้ำตาล ซึ่งสารทดแทนน้ำตาลทั้ง 2 ชนิดนี้มีราคาถูก แต่ระดับความหวานกลับสูงมากซึ่งมากกว่าน้ำตาลทรายขาว 200 เท่า ดังนั้นจึงยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่

มาก ในทางตรงข้าม น้ำตาลอิริทริทอล (Erythritol) ซึ่งเป็นสารให้ความหวานแบบใหม่ที่ให้พลังงาน ต่ำนั้น สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากกว่า และน้ำอัดลมที่ปราศจากน้ำตาลของ แบรินด์ Genki Forest (元气森林) จึงได้เริ่มปรากฏขึ้น

แม้ว่าจะมีตัวเลือกที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น แต่วัยรุ่น 56.88% จะซื้อเครื่องดื่มเพียงเดือนละ 4-5 ครั้ง ซึ่งก็เท่ากับว่า วัยรุ่นซื้อเครื่องดื่มเพียงหนึ่งแก้วเมื่อตอนไปช้อปปิ้งในแต่ละสัปดาห์ ยังมีวัยรุ่น อีก 20% กล่าวว่า การซื้อเครื่องดื่มกลายเป็นความเคยชินของพวกเขา และความถี่ในการซื้อคือ 1 ครั้ง ต่อวัน (Banniang, 2021)

วัฒนธรรมสุขใจ

สุขใจมีประวัติศาสตร์ทางวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ซึ่งประกอบไปด้วยวัฒนธรรมด้าน ศิลปะสถาปัตยกรรม วัฒนธรรมอาหาร ประเพณีพื้นบ้าน และอื่น ๆ อีกมากมาย

ในด้านศิลปะสถาปัตยกรรม สุขใจมีรูปแบบสถาปัตยกรรมแบบสุขใจที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะและมีชื่อเสียงอย่างมาก ซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมที่ผสมผสานศิลปะการแกะสลักไม้ การแกะสลัก หิน และการแกะสลักอิฐได้อย่างวิจิตรงดงาม ทั้งยังแสดงถึงรสนิยมทางสุนทรียภาพและวิถีชีวิตของ ผู้คนในพื้นที่

สุขใจมีประเพณีพื้นบ้านที่มีความหลากหลายและเต็มไปด้วยสีสัน เช่น วัฒนธรรมชา ภาพ พิมพ์ไม้แกะสลัก จัวยุ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบที่สำคัญและขาดไม่ได้ของวัฒนธรรม สุขใจ

ลวดลายบนงานแกะสลักสุขใจ

ในสุขใจเรียกการแกะสลักอิฐ การแกะสลักหิน และการแกะสลักไม้ว่าการแกะสลักทั้งสาม ซึ่งการแกะสลักเหล่านี้เกิดขึ้นในสมัยราชวงศ์ซ่ง (ค.ศ. 960-1279) และพัฒนาจนเจริญรุ่งเรืองที่สุดใน สมัยราชวงศ์หมิง (ค.ศ. 1368-1644) และสมัยราชวงศ์ชิง (ค.ศ. 1644-1911) ในวิจัยนี้ ผู้วิจัยจะศึกษา รูปแบบและหัวข้อของลวดลายงานแกะสลักสุขใจ

ลวดลายแกะสลักของสุขใจมีความหลากหลายเป็นอย่างมาก โดยมีทั้งลวดลายบุคคลใน ประวัติศาสตร์ พืชและสัตว์ ทิวทัศน์ธรรมชาติ และสัญลักษณ์ เป็นต้น

เพื่อให้ได้ทราบถึงสุนทรียภาพทางศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ของสุขใจ และนำลวดลาย แกะสลักและเทคนิคการแกะสลักเหล่านี้ไปใช้กับการออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละครเสมือน

1. การแกะสลักอิฐ

การแกะสลักอิฐเป็นการตกแต่งทางสถาปัตยกรรมรูปแบบหนึ่งบนอิฐแข็งพิเศษของฮุโจว นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายบนซุ้มประตู ชั้นบันได ทับหลัง ชายคา หลังคา และที่อื่น ๆ ซึ่งทำให้อาคาร มีความสง่างามและเคร่งขรึม โดยมักจะใช้นก ดอกไม้ มังกรมงคล พืช สิ่ง สวนดอกไม้ และตัวละคร จิวเป็นหัวข้อการแกะสลัก ซึ่งบ่งบอกถึงลักษณะพื้นบ้านได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 2-11 งานแกะสลักอิฐฮุโจว (image.baidu.com/)

2. การแกะสลักหิน

งานแกะสลักหินมีอยู่ทั่วไปในเขตเมืองและชนบทของฮุโจว ส่วนใหญ่จะใช้ตกแต่งทางเดิน ประตู ผนัง และซุ้มประตูโค้งของวัดและบ้านเรือน ถือเป็นศิลปะประติมากรรมรูปนูน (Relief Sculpture) และประติมากรรมแบบลอยตัว (Round Relief) ที่มีชื่อเสียงมาก เนื่องจากข้อจำกัดของ วัสดุสลักเอง การแกะสลักหินจึงไม่ได้มีซับซ้อนเหมือนการแกะสลักไม้และการแกะสลักอิฐ หัวข้อการแกะสลักส่วนใหญ่จึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับสัตว์ พืช และตัวอักษรพกัณจิน การแกะสลักหินมัก เป็นการบูรณาการ โดยประกอบลายภาพต่าง ๆ เข้าด้วยกันซึ่งทำให้ได้ผลงานที่งามสง่ากว่าเรียบง่าย (Huizhou Culture, n.d.)



ภาพที่ 2-12 งานแกะสลักหินสุยโจว (image.baidu.com/)

3. การแกะสลักไม้

งานแกะสลักไม้มักพบเห็นได้บนหน้าต่าง เติง โต๊ะ เก้าอี้ หรือแทบทุกที่ภายในบ้าน งานแกะสลักไม้ของสุยโจวมีมากมายหลากหลายรูปแบบ ทั้งรูปบุคคล ทิวทัศน์ ดอกไม้ สัตว์ป่า แมลง ปลา เมฆ อักษรจีน และลวดลายมงคลต่าง ๆ (Hu, 2014)



ภาพที่ 2-13 งานแกะสลักไม้สุยโจว (image.baidu.com/)

กรณีศึกษาการออกแบบตัวละครเสมือน

ตั้งแต่ศตวรรษที่ 21 เป็นต้นมา เนื่องด้วยการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีดิจิทัล การออกแบบตัวละครเสมือนได้สร้างแนวคิดใหม่ให้การออกแบบและเผยแพร่ภาพลักษณ์แบรนด์สินค้าเชิงพาณิชย์อย่างรวดเร็วในระยะเวลาอันสั้น

ปัจจุบันมีการใช้ตัวละครเสมือนอย่างแพร่หลายในการออกแบบภาพลักษณ์แบรนด์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น นักแสดงดาราเสมือนและผู้ประกาศข่าวเสมือน นอกจากนี้ ยังมีบริษัทที่เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาตัวละครเสมือนจำนวนมากกว่า 100 แห่ง ในช่วงต้นปี.ศ. 2022 มีเวอร์ชวลยูทูบเบอร์หรือวีทูปเบอร์ (Virtual YouTuber; VTuber) มากกว่า 10,000 รายบนแพลตฟอร์ม YouTube ในการออกแบบและการเผยแพร่ภาพลักษณ์แบรนด์ ตัวละครเสมือนกำลังแสดงให้เห็นว่าสามารถทำหน้าที่ในการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ได้ดีกว่าไอดอลตัวจริง เนื่องจากสามารถทำให้เกิดการจดจำภาพที่มากกว่า มีการเชื่อมโยงแบรนด์ได้อย่างยอดเยี่ยม มีภาพลักษณ์ที่มั่นคง มีวิธีการสื่อสารที่หลากหลาย และยังขยายขอบเขตไปยังสาขาอื่นได้อีกมากมาย ตั้งแต่ด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าโภคภัณฑ์ไปจนถึงรายการบันเทิง ตลอดจนด้านวัฒนธรรม

"นักร้องไอดอลเสมือน" ที่เก่าแก่ที่สุดคือฮัตสึเนะ มิกุ (Hatsune Miku) จากประเทศญี่ปุ่น เธอเป็นฟรีเซ็นเตอร์ให้กับแบรนด์ต่าง ๆ หลายร้อยแบรนด์ ครอบคลุมสินค้าและบริการมากกว่า 20 หมวดหมู่ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องสำอาง โทรศัพท์มือถือ และอาหาร จากการสำรวจพบว่าผู้บริโภคสินค้าจากวัฒนธรรมย่อย (Subculture) ประเภท ACGN (แอนิเมชั่น การ์ตูน เกม นวนิยาย) ในจีนมีจำนวนมากถึง 390 ล้านคนในช่วงต้นปี 2020 ที่ผ่านมา ดังนั้น การวิจัยศึกษาหาวิธีในการออกแบบตัวละครเสมือนให้มีความสอดคล้องกับสุนทรียภาพของสาธารณชนยิ่งดีขึ้นจึงเป็นเรื่องจำเป็น ซึ่งจะสามารถช่วยสร้างกลยุทธ์ในการเผยแพร่ที่แม่นยำในยุคแห่งอินเทอร์เน็ตและดิจิทัล ทำให้การกำหนดรูปแบบและเผยแพร่ผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ (Niu & Chen, 2021)



ภาพที่ 2-14 ฮัตสึเนะ มิกุ (Hatsune Miku) ในฐานะพรีเซ็นเตอร์ของโทรศัพท์มือถือ Xiaomi (image.baidu.com/)

แนวทางการออกแบบการ์แรคเตอร์ลิขสิทธิ์ของตัวละครเสมือน โดยมีลั่วเทียนอี (Luo Tianyi) นักร้องไอดอลเสมือนชาวจีนเป็นกรณีศึกษา

ลั่วเทียนอีเป็นภาพตัวละครเสมือนที่วาดและเผยแพร่โดยจิตรกรนามปากกาว่า MOTH และได้จิตรกรที่มีนามปากกาว่า ideolo มาช่วยปรับปรุงแก้ไขจนได้ตัวละครเสมือนที่สมบูรณ์ ซึ่งลั่วเทียนอีเป็นหนึ่งในตัวละครของโปรเจกต์ Vocaloid China Project ที่จัดตั้งโดยบริษัท Shanghai HENIAN Information & Technology Co. Ltd ซึ่งโปรเจกต์นี้ถือเป็นครั้งแรกของโลกที่พัฒนาโวลคาลอยด์ (VOCALOID) เป็นภาษาจีน โดยได้นักพากย์ชื่อซานซิน (Shan Xin) มาเป็นผู้ให้เสียง ตัวละครลั่วเทียนอีได้ประกาศเปิดตัวครั้งแรกเมื่อวันที่ 22 มีนาคม ค.ศ. 2012 ซึ่งได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในกลุ่มวัยรุ่น เนื่องจากมีบุคลิกลักษณะแบบจีน และในเดือนมีนาคม ปีค.ศ. 2022 ลั่วเทียนอีมียอดผู้ติดตามบน Weibo มากกว่า 5.14 ล้านคน (Luo Tianyi (Vsinger), n.d.)

ในด้านการพัฒนาการ์แรคเตอร์ลิขสิทธิ์ ตัวละครลั่วเทียนอีได้สร้างภาพลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นมา 3 ด้านด้วยกัน ทั้งด้านการออกแบบตัวละคร คุณค่าด้านการส่งออก และการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับ ตัวละครลั่วเทียนอีจึงเป็นกรณีตัวอย่างอันยอดเยี่ยมในการศึกษาการพัฒนาการ์แรคเตอร์ลิขสิทธิ์ไอดอลเสมือน

1. การออกแบบตัวละคร (Character Design)

รูปร่างภายนอก

รูปลักษณ์ภายนอกที่ดูดีสามารถดึงดูดความสนใจของผู้คนและดึงดูดแฟนคลับจำนวนมากได้เสมอ ในแง่ของการออกแบบรูปลักษณ์ของลั่วเทียนอีนัน ผู้สร้างได้ออกแบบให้ตัวละครนี้มีรูปร่างตาสีเขียวและผมเทา สวมชุดกระโปรงสีขาวและสีน้ำเงินที่ผสมผสานชุดกีฬาแบบจีนและแฟชั่นแนวเทคโนโลยีเข้าด้วยกัน ยังมีเชือกถักเงินห้อยไว้ที่เอว และทรงผมของลั่วเทียนอีนันก็ได้อ้างอิงมาจากหนึ่งในทรงผมคลาสสิกสำหรับผู้หญิงในสมัยราชวงศ์ฮั่นโบราณ นั่นคือทรง "มวยผมเซียนโอบยบิน (飞山髻)" แต่ได้มีการดัดแปลงให้ดูทันสมัยมากขึ้น โดยรวมแล้วตัวละครลั่วเทียนอีนันได้แสดงภาพลักษณ์ที่ให้ความรู้สึกถึงความคลาสสิกแบบจีนดั้งเดิมโดยไม่ได้ทำให้ความน่ารักแบบสาวน้อยหายไปเลย

อายุ

อายุของลั่วเทียนอีนันกำหนดไว้ที่ 15 ปีและจะไม่มีวันเปลี่ยนแปลง Erik Homburger Erikson นักจิตวิทยาพัฒนาการและจิตวิเคราะห์ที่มีชื่อเสียงในสหรัฐอเมริกา เสนอทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคม (Psychosocial Development) โดยเขาเชื่อว่าวัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 12-18 ปีจะมีความรู้สึกที่บริสุทธิ์ไร้เดียงสาเมื่อยังไม่ได้เข้าสู่สังคม และจะกระตือรือร้นที่จะสร้างสายสัมพันธ์ใหม่ ๆ กับโลกภายนอก และมีศักยภาพในการพัฒนาอย่างไร้ขีดจำกัด อายุของลั่วเทียนอีนันก็อยู่ในช่วงอายุ 12-18 ปีเช่นกัน ไอดอลเสมือนตัวนี้จึงแสดงความรู้สึกที่ไร้เดียงสาโดยปราศจากการปรุงแต่งจากโลกภายนอก ซึ่งเหมาะสำหรับวัยรุ่นที่ต้องการเป็นที่ยอมรับ และมีเพื่อนให้พูดคุยแลกเปลี่ยน (Erikson's Theory of Psychosocial Development, n.d.)

ลักษณะนิสัย

ลั่วเทียนอีนันเป็นตัวละครที่ชอบรับประทานอาหารทุกประเภท เมื่อวันที่ 13 กรกฎาคม 2555 ลั่วเทียนอีนันได้เผยแพร่เพลง "A Millennial Menu of China (千年食谱颂)" บนเว็บไซต์วิดีโอของ Bilibili เพลงนี้ได้กล่าวถึงอาหารมากมายจากทั่วประเทศจีน และลั่วเทียนอีนันก็เป็นที่รักของแฟน ๆ ในฐานะ "ฟ้าบาทผู้กินจุ" ในแง่ของแฟนคลับ พวกเขาสามารถถระยะห่างระหว่างตัวละครเสมือนกับมนุษย์ลง ทั้งยังสร้างปฏิสัมพันธ์ที่พิเศษมากขึ้น โดยการเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งหรือเข้ามามีส่วนร่วมในการรับรู้และเข้าใจในเรื่องเดียวกันกับตัวไอดอลเสมือน ซึ่งรูปแบบนี้เองที่สามารถซื้อใจแฟน ๆ ACGN (แอนิเมชัน การ์ตูน เกม นวนิยาย) จำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และทำให้ความชื่นชอบตัวละครลั่วเทียนอีนันเพิ่มขึ้นอย่างมากในระดับชาติ

洛天依
LUOTIANYI

洛天依，世界第一个中文V家虚拟歌手。
2012年7月12日正式出道。是一个情感丰富，看起来有点害羞和天然的15岁少女。经典作品包括《普通DISCO》《权御天下》《一半一半》等，在二次元和大众人群中拥有大量粉丝和极高人气。2016年2月登上湖南卫视小年夜春晚，与杨钰莹合唱《花儿纳吉》，成为首位登上中国主流电视媒体的虚拟歌手。



<p>外貌特征 8字发型，绿瞳</p> <p>身高 156cm</p> <p>音之精灵 天籁</p> <p>背景 外星人</p> <p>年龄生日 15岁，生日7.12，巨蟹座</p>	<p>乐器 麦克风</p> <p>个性 治愈软萌</p> <p>形象设计 MOTH</p> <p>绘师 ideolo</p> <p>声源 山新</p>
--	--

ภาพที่ 2-15 ข้อมูลตัวละครของลั่วเทียนอี้ (zhidao.baidu.com/)

2. คุณค่าด้านการส่งออก

ผู้ชมตัวละครเสมือนจริงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มผู้คนที่สนใจวัฒนธรรมย่อย(Subculture) ซึ่งมีช่องว่างระหว่างกับวัฒนธรรมกระแสหลักอยู่ระดับหนึ่ง จุดเด่นของลั่วเทียนอี้คือการปรากฏตัวในสื่อกระแสหลัก ซึ่งเธอได้พลิกทัศนคติของสาธารณชนด้วยภาพลักษณ์ของผู้ส่งสารของวัฒนธรรมจีน

ลั่วเทียนอี้ได้แสดงเพลงหลายเพลงที่มีเอกลักษณ์ของจีนดั้งเดิม ตัวอย่างเช่น ในงานเลี้ยง "The Most Beautiful Night" ของเว็บไซต์วิดีโอ Bilibili ในปี 2019 ลั่วเทียนอี้และฟางจินหลง (Fang Jinlong) นักเป่าปี่ชื่อดังชาวจีนได้ร่วมกันแสดงเพลงพื้นบ้านคลาสสิกของมณฑลเจียงซู ประเทศจีน ในบทเพลง "A Beautiful Jasmine (好一朵美丽的茉莉花)"

ลั่วเทียนอี้ยังได้เข้าร่วมรายการที่แสดงถึงภาพลักษณ์ของชาติจีนด้วย โดยในปี 2022 ในรายการ The Lantern Festival โดยสถานีโทรทัศน์ CCTV ลั่วเทียนอี้และนักร้องหนุ่มชาวจีนหลิว อี้หวิง (Liu Yuning) ได้แสดงร่วมกันแสดงเพลง "Time to Shine" เพื่อส่งเสริมให้นักกีฬาในงานกีฬาโอลิมปิกฤดูหนาวปี 2022 การผสมผสานอย่างลงตัวของศิลปะและเทคโนโลยีไม่เพียงแต่แสดงถึงกลิ่นอายของความเป็นจีนได้ดีเท่านั้น แต่ยังแสดงถึงการยกย่องเหล่านักกีฬาในการแข่งขันโอลิมปิกอีกด้วย (Chinese Vsinger Luo Tianyi joins with Liu Yuning on CCTV Lantern Festival, n.d.)

ไม่ว่าจะเข้าร่วมรายการด้านวัฒนธรรมคลาสสิกหรือปรากฏในรายการข่าว ลั่วเทียนอี้ก็สามารถถ่ายทอดค่านิยมแนวคิดผ่านภาพลักษณ์สไตล์จีนและการแสดงบนเวทีของเพลงจีนคลาสสิกได้เสมอ จึงสามารถครอบครองพื้นที่ในตลาดคาร์แรคเตอร์ลิขสิทธิ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดได้



ภาพที่ 2-16 ลั่วเทียนอี้ในงาน The Lantern Festival (view.inews.qq.com/)

3. การดำเนินกิจกรรมของกลุ่มแฟนคลับ

ลั่วเทียนอี้มักโพสต์เนื้อหาบนเว็บไซต์โซเชียลเน็ตเวิร์กเกี่ยวกับชีวิตประจำวัน การทำงานในโฆษณา และการส่งข้อความถึงแฟนคลับ ตัวอย่างเช่น โพสต์เครื่องแต่งที่สวยงามที่จะใส่ในการแสดงลงบนเว็บไซต์วิดีโอ Bilibili หรือ ใน Weibo พร้อมทั้งใส่ข้อความที่อารมณ์ความรู้สึกขณะนั้น การเผยแพร่รายละเอียดส่วนบุคคลของตัวละครเสมือนบนโซเชียลเน็ตเวิร์กเป็นวิธีที่สำคัญในการขยายเข้าไปสู่สังคมในโลกความจริง ให้แฟนคลับได้ติดตามความเคลื่อนไหวของไอดอลในแง่ของความชื่นชอบชื่นชมและให้ความรู้ที่เหมือนจริง ทำให้เกิดความรู้สึกที่มั่นคงต่อไอดอลเสมือน ในขณะเดียวกันก็สร้างความเชื่อมโยงทางการรับรู้ต่อสาธารณชนอย่างรวดเร็วเพื่อทำให้เกิดอัตราการเผยแพร่ที่มากขึ้น (Han, 2017)



ภาพที่ 2-17 ลั่วเทียนอีโพสต์ประกาศกิจกรรม (weibo.com/luotianyi0712)

ความร่วมมือระหว่างน้ำอัดลมแบรนด์มิรินต้า และ ลั่วเทียนอี (Luo Tianyi)

งาน "Fruit Dimension Star" ที่เปิดตัวในปี 2018 มิรินต้าได้เปิดตัวผลิตภัณฑ์น้ำอัดลมรสลิ้นจี่ที่มีน้ำตาลต่ำและให้ความสดชื่น และได้เชิญลั่วเทียนอีมาร่วมเป็นพิธีเซ็นเตอร์บนบรรจุภัณฑ์เพื่อนำเสนอประสบการณ์แบบใหม่ ลั่วเทียนอียังได้ปล่อยซิงเกิ้ลใหม่เพลง "Summer Live Lychee (夏日活荔)" ที่แสดงถึงความสดใสสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่รสลิ้นจี่ ซึ่งลั่วเทียนอีก็ได้เผยแพร่แรกเตอร์สาวน้อยกินจุไปพร้อมกับการนำเสนอความรู้สึกสดชื่นและความซ่าของน้ำอัดลมมิรินต้า

เหตุผลที่วัฒนธรรมย่อยได้รับความนิยมในหมู่วัยรุ่นไม่ใช่เพียงเพราะภาพลักษณ์และเรื่องราวที่น่าสนใจเท่านั้น แต่ยังเป็นเพราะวัฒนธรรมย่อยสามารถตอบสนองความต้องการทางจิตใจของวัยรุ่นในด้าน "การสร้างสรรค์" ได้ ซึ่งความร่วมมือระหว่างมิรินดาและไอดอลตัวละครเสมือนได้นำรูปแบบการเล่นแบบโต้ตอบและความน่าสนใจใหม่ ๆ มาสู่คนรุ่นใหม่ เป็นการส่งต่อทัศนคติเชิงบวก ความสนุกสนาน และการกล้าที่จะค้นหาสิ่งดี ๆ ในชีวิต

มิรินดายังคงค้นหาวิธีการโต้ตอบกับกลุ่มวัยรุ่น โดยนำคาร์แรกเตอร์ลิขสิทธิ์มาสู่โลกแห่งความเป็นจริงของกลุ่มวัยรุ่น ใช้รูปแบบ 2 มิติของการ์ตูนแอนิเมชันในการก้าวข้ามกรอบชีวิตเดิมที่น่าเบื่อ เพื่อเพิ่มความสดใหม่ให้กับแฟนแอนิเมชันรุ่นใหม่ และกระตุ้นความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมของแฟนคลับ ทั้งยังยกระดับคุณลักษณะด้านการโต้ตอบสำหรับกิจกรรมของแบรนด์ (Zhu, 2018)



ภาพที่ 2-18 โปสเตอร์ความร่วมมือระหว่างลั่วเทียนอีและมิรินด้า (weibo.com/)

กลยุทธ์การออกแบบตัวละครเสมือน (Virtual character) เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชา

การออกแบบตัวละครเสมือนที่ใช้ในการส่งเสริมวัฒนธรรม ต้องมีสไตล์ มีสเก็ชภาพ และเข้าสังคมได้มากกว่าไอตอลตัวจริง ในการออกแบบตัวละครเสมือนนี้ผู้วิจัยเริ่มต้นจากมุมมอง 3 ประการได้แก่ ลักษณะเฉพาะทางวัฒนธรรม คุณภาพ และอารมณ์ ประกอบกับข้อมูลด้านนิเวศวิทยา การบริโภคของยูคอินเทอร์เน็ท เพื่อสร้างภาพลักษณ์ การดำเนินงาน และการเผยแพร่วัฒนธรรมชาสู่ใจได้อย่างครอบคลุม

1. การตีความเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมด้วยทัศนสัญลักษณ์ที่เป็นปัจเจกและพหุลักษณะ

ประการที่ 1 อธิบายความหมายแฝงของวัฒนธรรมชาสู่ใจให้ถูกต้องชัดเจน เนื่องจากภาพตัวละครเสมือนนั้นไม่มีบุคคลิกที่ตายตัว เป็นออกแบบที่ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อม นักออกแบบสามารถปรับเปลี่ยนและยืดหยุ่นสัญลักษณ์ของตัวละครเสมือนไปตามแตกต่างของความต้องการด้านสุนทรียภาพและจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมายได้ ความหมายแฝงทางวัฒนธรรมและความเป็นปัจเจกนั้นสามารถแสดงออกได้อย่างชัดเจนด้วยรูปทรงที่หลากหลาย ซึ่งนำไปสู่การเชื่อมโยงวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ไอตอลเข้าด้วยกัน

ประการที่ 2 สร้างรูปลักษณ์ภายนอกที่เป็นปัจเจกบุคคล ตัวละครเสมือนไม่เพียงแต่สามารถบ่งบอกบุคลิกภาพทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมผ่านภาษาภาพได้เท่านั้น แต่ยังสร้างภาพลักษณ์วัฒนธรรมที่ซับซ้อนได้ด้วยวิธีการสร้างแบบจำลองขั้นสูงหรือก็คือการสร้างตัวละครเสมือนซึ่งทำลายข้อจำกัดของแอนิเมชันแบบดั้งเดิมและเพิ่มการรับรู้ทางวัฒนธรรมด้วยรูปลักษณ์ที่มีความเป็นปัจเจกสูง (ตัวอย่างเช่น ลั่วเทียนอีที่สามารถปรับเปลี่ยนลักษณะเป็นแบบ 2 มิติ หรือ 3 มิติ ได้ตามเงื่อนไขที่ตั้งไว้)



ภาพที่ 2-18 ภาพ 3 มิติ และ 2 มิติ ของลั่วเทียนอี้ (weibo.com/)

2. การสร้างคุณภาพที่ดีของวัฒนธรรมจากศีลธรรมของตัวละครที่มั่นคง

เนื่องจากภาพลักษณ์และ "ศีลธรรม" ของตัวละครเสมือนไม่มีวันเสื่อมเสียลง จึงไม่มีความเสี่ยงที่จะเกิดเรื่องอื้อฉาว ความซบเซา หรือการบาดเจ็บ ข้อดีเหล่านี้เอื้อต่อการส่งเสริมและรักษาความหมายแฝงของวัฒนธรรมชาติดั้งเดิมได้อย่างดี เมื่อต้องเผชิญกับกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงทางอารมณ์และความรู้สึก การใช้ตัวละครเสมือนที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกจึงเป็นทางเลือกที่ดีในการเป็นโฆษกหรือพรีเซ็นเตอร์ให้แก่วัฒนธรรม ด้วยการสร้างและรักษาคุณภาพวัฒนธรรมที่ดีก็สามารถส่งเสริมความหมายแฝงของวัฒนธรรมดั้งเดิมที่ตั้งงามได้

3. สะสมความรู้สึกทางวัฒนธรรมด้วยการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมให้ดีขึ้น

ในยุคอินเทอร์เน็ต โซเชียลเน็ตเวิร์กได้กลายเป็นพื้นที่หลักในการแข่งขันการเผยแพร่วัฒนธรรม และโซเชียลมีเดียได้กลายเป็นช่องทางหลักสำหรับการดำเนินงานด้านวัฒนธรรม ดังนั้น นักออกแบบจึงควรใช้กลไกการโต้ตอบแลกเปลี่ยนระหว่างกันของโซเชียลเน็ตเวิร์กให้เกิดประโยชน์เสริมสร้างการมีตัวตนของตัวละครเสมือนให้มากขึ้นโดยการโต้ตอบในโซเชียลมีเดียบ่อยขึ้น เปลี่ยนความสัมพันธ์แบบดั้งเดิมระหว่างวัฒนธรรมและผู้บริโภคที่เป็นการสื่อสารเพียงฝั่งเดียว ให้เป็นการโต้ตอบแลกเปลี่ยนระหว่างสองฝั่ง ไม่เพียงแต่เป็นการสะสมความนิยมของตัวละครเสมือนเท่านั้น แต่ยังเพิ่มความเหนียวของผู้ใช้ ทำให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมอย่างแข็งขันในการสร้างวัฒนธรรม และทำให้ความรู้สึกทางวัฒนธรรมมีความลึกซึ้งยิ่งขึ้น

การสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวละครเสมือนและกลุ่มแฟนคลับ

หากพิจารณาจากกรณีตัวอย่างที่ไอดอลเสมือน และตัวละครเสมือน บนแพลตฟอร์ม BILIBILI ซึ่งมีรูปแบบปฏิสัมพันธ์กับกลุ่มแฟนคลับผ่านกิจกรรมที่เผยแพร่ในรูปแบบของวิดีโอความยาวปานกลางและวิดีโอสั้น โดยกลุ่มไอดอลเสมือนสามารถแสดงความสามารถของตนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และสามารถถ่ายทอดความหมายแฝงของไอดอลเสมือนได้อย่างสมบูรณ์ ผ่านทางรูปแบบของวิดีโอที่เผยแพร่ลงบนแพลตฟอร์ม BILIBILI และมีผลอิทธิพลต่อพฤติกรรม และ ความคิดของผู้ชม

1. วัตถุประสงค์หลักของวิดีโอคือการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มแฟนคลับ เพิ่มการดึงดูดต่อกลุ่มผู้ใช้ที่มีศักยภาพ และปรับปรุงจุดยืนของตนผ่านการแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่างๆ

2. เนื้อหาของวิดีโอประกอบด้วย การสร้างภาพลักษณ์ส่วนบุคคลของไอดอลเสมือนขึ้นมาใหม่ และการเติมเต็มบุคลิกส่วนตัวได้อย่างสมบูรณ์ ยกตัวอย่างเช่น การแสดงภาพของตัวละครที่กำหนด การแนะนำตนเอง เป็นต้น โดยได้แสดงให้เห็นถึงความแตกต่างและการบ่งชี้ถึงตัวตนของสตรีมเมอร์เสมือน สามารถทำให้เหล่าผู้ชมจำนวนมากหลงใหลไปกับเสน่ห์อันเป็นเอกลักษณ์ และบุคลิกภาพอันโดดเด่นของสตรีมเมอร์ได้

3. การออกแบบเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับไอดอลเสมือน จะต้องให้ความสำคัญกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มแฟนคลับ ซึ่งรวมถึงคอลัมน์แสดงความคิดเห็นที่ช่วยยกระดับสิทธิในการออกความคิดเห็นของกลุ่มแฟนคลับ ที่ช่วยรับประกันถึงการมีปฏิสัมพันธ์และการติดต่อกับกลุ่มแฟนคลับ (Wu, Y., & Li, T. (2023). Interactive communication between virtual anchor and fan community. Audio-visual, (11), 282.)

สรุป

จากการศึกษาค้นคว้าข้างต้น ผู้วิจัยได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และขอบประเพณีของชาฮุยโจว ทั้งยังได้เรียนรู้สุนทรียศาสตร์ทางศิลปะประติมากรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของฮุยโจว ซึ่งสามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบและสร้างตัวละครเสมือน และจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา ทำให้พบแนวทางในการออกแบบคาแรคเตอร์ลิขสิทธิ์สมัยใหม่ของวัฒนธรรมชาฮุยโจว รวมทั้งได้วิธีการนำความงามทางศิลปะแบบดั้งเดิมไปใช้กับการออกแบบตัวละครเสมือน

เนื่องจากการพัฒนาของอินเทอร์เน็ตดิจิทัลในยุคสมัยปัจจุบัน ทำให้ตัวละครเสมือนถูกนำไปใช้กับการเผยแพร่ผ่านช่องทางสื่ออย่างแพร่หลาย ซึ่งถือเป็นการประชาสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมยุคสมัยใหม่รูปแบบหนึ่ง โดยภาพลักษณ์ของตัวละครสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมชาฮุยโจว การจัดการงาน และการเผยแพร่ ให้กับกลุ่มวัยรุ่นได้อย่างครอบคลุม

บทที่ 3

การดำเนินการวิจัย

จากข้อมูลที่ได้ค้นคว้าวิจัย เรื่องวัฒนธรรมชาในภูมิภาคสุยโจวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อทราบประวัติ วิวัฒนาการ ความเชื่อและประเพณี ที่สร้างให้เกิดลักษณะเฉพาะของชาในภูมิภาคนี้ โดยผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญในการปลูกฝังให้คนรุ่นใหม่ได้เข้าใจความหมายและสุนทรียะในการดื่มชาซึ่งมีคุณประโยชน์และคุณค่าในจิตวิญญาณของชาวจีนมาตั้งแต่สมัยโบราณ ผู้วิจัยจึงต้องการออกแบบ ตัวละครเสมือนที่เป็นตัวแทนในเผยแพร่วัฒนธรรมชาสุยโจว ใช้ในการสื่อสารด้วยสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมสมัยบนหน้าเวปเพจ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างสรรค์งานออกแบบดังนี้

ข้อมูลจากพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมชาภูมิภาคสุยโจว และข้อมูลจากนักวิชาการ

1. การสำรวจแหล่งข้อมูลทางวัฒนธรรมชาสุยโจวจากพิพิธภัณฑ์ชาเซียอวีต้า

พิพิธภัณฑ์ชาเซียอวีต้า (谢裕大茶叶博物馆) เป็นพิพิธภัณฑ์วัฒนธรรมชาแห่งแรกในมณฑลอันฮุย ตั้งอยู่ในเขตสุยโจว เมืองหวงชาน มณฑลอันฮุย ตัวอาคารสร้างขึ้นด้วยรูปแบบสถาปัตยกรรมอันฮุย พิพิธภัณฑ์แห่งนี้ได้รวบรวมอุปกรณ์ชงชาแบบดั้งเดิมของสุยโจว รวมทั้งหนังสือด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของสุยโจว เป็นต้น ถือเป็นพิพิธภัณฑ์แห่งเดียวในประเทศจีนที่สะท้อนถึงแก่นเรื่องราวของวัฒนธรรมชาสุยโจวได้อย่างเต็มที่



ภาพที่ 3-1 พิพิธภัณฑ์ชาเซียอวีต้า มณฑลอันฮุย



ภาพที่ 3-2 พิพิธภัณฑ์ชาเขียววีต้า มณฑลอันฮุย

ประเด็นการสำรวจ

- 1) สัมผัสประสบการณ์ และบรรยากาศจากสภาพแวดล้อมของสถาปัตยกรรมสำหรับการชิมชาฮุยโจวในสมัยโบราณ
- 2) บันทึกภาพโบราณวัตถุทางประวัติศาสตร์ของการทำชาฮุยโจว
- 3) ชมภาพวาดชาฮุยโจว (สมัยโบราณและสมัยใหม่)
- 4) ศึกษาขั้นตอนการชงชาและอุปกรณ์
- 5) วิธีการจำแนกพันธุ์ชา
- 6) วิเคราะห์การแสดงพิธีชงชา
- 7) วิเคราะห์ข้อมูลจากผลสำรวจวัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิมของนักท่องเที่ยว
- 8) ภาพสะท้อนรูปแบบวัฒนธรรมชาฮุยโจวในงานศิลปะ
- 9) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านรูปแบบเพื่อประกอบสร้างตัวละครเสมือนจริง

2. การวิเคราะห์ข้อมูลสนับสนุนแนวทางการออกแบบ

จากการค้นคว้าข้อมูลด้านเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมชาฮุยโจว มีเนื้อหาบางส่วนที่เป็นประโยชน์ในการนำรายละเอียดด้านธรรมเนียมประเพณี และลักษณะเฉพาะของชาที่มีชื่อเสียงของฮุยโจว นำมาประกอบการออกแบบตัวละครเสมือนที่แทรกเรื่องราวทางวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยใช้รูปแบบร่วมสมัย และข้อมูลที่น่ามาใช้อาจไม่ชัดเจนจึงต้องมีการเก็บข้อมูลจากบุคคลที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเป็นข้อมูลที่ผ่านการวิเคราะห์จากผู้รู้ที่มีทัศนคติต่อการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและหากมีสื่อที่ต้องการเข้ามาแก้ปัญหาละเอียดในการสื่อสารทางวัฒนธรรม ที่สามารถประยุกต์ต่อองค์ความรู้ที่เชื่อมโยง โดยข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญจะมีส่วนช่วยงานวิจัยสร้างสรรค์นี้อย่างมาก

ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ Wang Sun ตัวแทนผู้สืบทอดพิธีชงชาฮุยโจว และปรึกษาออนไลน์ผ่านทางอีเมล โดยมีประเด็นเกี่ยวกับวิวัฒนาการด้านศิลปะของวัฒนธรรมพิธีชงชาและการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน Wang Sun กล่าวว่า แนวโน้มความก้าวหน้าของวัฒนธรรมชา และการพัฒนาศิลปะเกี่ยวกับชาสมัยใหม่ รวมถึงวิธีการสร้างสรรค์ที่จะผสมผสานวัฒนธรรมชาฮุยโจวและตัวละครเสมือนเข้าด้วยกัน

ภูมิหลังของ Wang Sun (เพศหญิง) ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมฮุยโจวตั้งแต่วัยเยาว์ เธอชอบสถาปัตยกรรมฮุยโจว รวมทั้งอาหารและชาฮุยโจว เธอเป็นผู้เชี่ยวชาญศิลปะชาจีนขั้นสูง เป็นนักวิจารณ์ชาอาวุโสในประเทศจีน และเคยทำหน้าที่เป็นผู้ตัดสินการแข่งขันขนาดใหญ่ เช่น การแข่งขันโอลิมปิกชาจีน (Chinese Tea Olympic Games) การแข่งขันชาระดับนานาชาติอุลัน (International Wulin Tea Competition) และการแข่งขันศิลปะชาจีน ปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นอธิการบดีของสถาบันฝึกสอนวิชาชีพศิลปะชาเพื่อหมิงเซ่อแห่งเมืองหวงชาน และเป็นตัวแทนของผู้สืบทอดพิธีชงชาแบบฮุยโจว ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (ผู้วิจัยจะดำเนินการสัมภาษณ์อย่างละเอียด เมื่อผ่านขั้นตอนการเสนอสอบจริยธรรม) โดยมีประเด็นการสัมภาษณ์เพื่อประโยชน์ในการนำมาประกอบการออกแบบสื่อสารวัฒนธรรมชาฮุยโจว

จากการสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญ สรุปได้ว่า การเผยแพร่วัฒนธรรมชาฮุยโจวในปัจจุบันยังประสบปัญหาด้านการผลิตและการต่อยอดผลิตภัณฑ์ชาอยู่มาก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง วิธีการเผยแพร่วัฒนธรรมชาที่ค่อนข้างล้าหลัง ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาและสรุปสาเหตุปัญหาได้ดังต่อไปนี้

1. ในกระบวนการเผยแพร่วัฒนธรรม ฮุยโจวยังคงใช้วิธีการดั้งเดิมในการประชาสัมพันธ์อย่าง การประชาสัมพันธ์ด้วยสื่อสิ่งพิมพ์และโฆษณาทางทีวี ซึ่งไม่ได้มีความเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตสมัยใหม่
2. วัฒนธรรมชาฮุยโจวแบบดั้งเดิมไม่มีตราสัญลักษณ์ที่เป็นที่น่าจดจำ การออกแบบประชาสัมพันธ์การขายของผลิตภัณฑ์บางอย่างไม่สอดคล้องกับสุนทรียศาสตร์ของวัยรุ่น และไม่สามารถสร้างภาพจำของวัฒนธรรมให้แก่ผู้คนที่ได้ลิ้มชิม

การวางแผนแนวทางการออกแบบตัวละครเสมือน

จากการวิเคราะห์ทางทฤษฎีเกี่ยวกับกลยุทธ์การออกแบบตัวละครเสมือนเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชา การออกแบบตัวละครเสมือนประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ลักษณะทางวัฒนธรรม คุณภาพ และอารมณ์ การออกแบบภาพลักษณ์และการกำหนดเรื่องราวของตัวละครจำเป็นต้องมีการออกแบบใหม่โดยการผสมผสานกันระหว่างองค์ประกอบทางวัฒนธรรมของชาฮุยโจวกับเรื่องราวดั้งเดิม ก่อนเริ่มการออกแบบตัวละครเสมือน จำเป็นต้องคิดและวางแผนข้อมูลของตัวละคร อาทิ เพศ อายุ บุคลิกภาพ รูปร่างหน้า ฯลฯ ให้สัมพันธ์กับลักษณะเด่นของวัฒนธรรมชา เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการออกแบบที่เฉพาะเจาะจง

1. การกำหนดเพศ อายุ และอุปนิสัยของตัวละคร

เนื่องจากชาที่เป็นตัวแทนของชาในฮุยโจว ได้แก่ ชาแดง (ชาแดงจีเหมิน) และชาเขียว (ชาเหมามาเฟิงแห่งเขาหวางซาน) จากข้อมูลสำคัญในส่วนนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดตัวละครเสมือนขึ้นมาสองคน และนำข้อมูลและทฤษฎีที่ได้จากการศึกษามาประกอบรวมเป็นเน็ตไอดอลเสมือน (Virtual Influencer) โดยแต่ละตัวละครเสมือนจะมีการสะท้อนและนำเสนอประเด็นหัวข้อตามกำหนดไว้ เพื่อเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ของตัวละครเสมือน และยังสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมชาฮุยโจวได้ดียิ่งขึ้น

การสร้างคาร์แรคเตอร์ลิขสิทธิ์ (Character licensing) ของตัวละครเสมือนมีความเกี่ยวข้องกับใกล้ชิดกับแวดวงวัฒนธรรมสมัยนิยมหรือป๊อปคัลเจอร์ (Pop Culture) การเผยแพร่และส่งเสริมภาพลักษณ์ตัวละครจะค่อย ๆ แพร่กระจายไปยังแวดวงอื่นด้วยอิทธิพลของระบบนิเวศทางวัฒนธรรมของป๊อปคัลเจอร์ ดังนั้น ในการสร้างภาพลักษณ์และการจัดวางเรื่องราวของตัวละครจึงจำเป็นต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของประเพณีและกระแสนิยม เพื่อให้การออกแบบและการสร้างคาร์แรคเตอร์ของตัวละครนั้นสอดคล้องกับสุนทรียะของวัยรุ่นหนุ่มสาวในปัจจุบัน

- การกำหนดเพศ: หญิง

จากมุมมองทางสังคมวิทยา

ผู้หญิงมีความก้าวร้าวน้อยกว่าเมื่อเทียบกับผู้ชาย ดังนั้นตัวละครหญิงจึงให้ความรู้สึกเป็นมิตร และเป็นการง่ายที่จะย่อระยะห่างกับผู้ชาย นอกจากนี้ ภาพลักษณ์ภายนอกของผู้หญิงยังมีความหลากหลายและสามารถบูรณาการได้มาก ตัวอย่างเช่น ผู้หญิงสามารถเท่และหล่อได้เหมือนเด็กผู้ชาย แต่ผู้ชายที่ประพฤติตัวเหมือนผู้หญิงอาจยังเป็นสิ่งที่ยอมรับได้ไม่มากในหมู่ผู้คน ในด้านการออกแบบตัวละครหญิงยังมีตัวเลือกในการออกแบบทรงผมและเครื่องแต่งกายที่มากและหลากหลายกว่า

จากมุมมองของการผสมผสานวัฒนธรรมชา

ในประเทศจีนร่วมสมัย ผู้คนส่วนใหญ่ที่ทำกิจกรรมเกี่ยวกับพิธีชงชามักเป็นผู้หญิง ในฮุยโจวสมัยโบราณ ผู้ที่ทำหน้าที่เก็บยอดชาส่วนใหญ่ล้วนเป็นผู้หญิง เนื่องจากการชงชาของผู้ชายส่วน

ใหญ่ขึ้นจะมีการเคลื่อนไหวที่ไม่ประณีต แข็งกระด้าง และไม่มี ความงามอันนุ่มนวล ดังนั้น ไม่ว่าจะ เป็นขั้นตอนการเก็บใบชา การแปรรูปใบชา และการชงชาด้วยมืออันบอบบางของผู้หญิงนั้นจึงเป็นที่ น่าพึงพอใจมากกว่า การชิมชาเป็นกิจกรรมที่ทำให้จิตใจสงบ และในบทกวีวรรคหนึ่งของซูซ็อนัก ประพันธ์ในราชวงศ์ซ่งเหนือได้กล่าวไว้ว่า "ชาที่ดีเปรียบได้ดั่งหญิงงาม" ความหมายของบทกวีนี้คือ ชา ที่สมควรเป็นที่น่าสนใจพอ ๆ กับผู้หญิงที่สะสวยงดงาม และบทกวีนี้ก็ได้อธิบายแนวความคิดด้าน สุนทรียศาสตร์ของการชิมชาออกไม่ได้อย่างมาก และยังเป็นคำอธิบายเปรียบเทียบที่ดีที่สุดในการ เชื่อมโยงผู้หญิงกับศิลปะวัฒนธรรมชาได้อย่างตรงประเด็น ดังนั้นการกำหนดเพศของตัวละครเสมือนที่ ใช้เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชาสู่ใจจึงเลือกใช้ภาพลักษณ์ของผู้หญิง

- การกำหนดอายุ

ชาแดง อายุ 19 ปี

Erik Homburger Erikson ได้เสนอทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาบุคลิกภาพทางจิตสังคม และ กล่าวไว้ว่าประชากรวัยผู้ใหญ่ตอนต้นอายุ 18-25 ปี มีคุณสมบัติทางจิตวิทยาที่สมบูรณ์แบบอยู่แล้ว ทั้ง ยังมีอิสระในทุก ๆ ด้าน ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่สำคัญสำหรับการสร้างอนาคต การพัฒนาบุคลิกภาพที่ สำคัญในช่วงอายุนี้อคือการสื่อสารกับผู้อื่น เพื่อให้เกิดความสนิทสนมกับผู้อื่นและหลีกเลี่ยงความรู้สึก โดดเดี่ยว

ชาแดงซึ่งเป็นชาที่ผ่านการบ่มมาอย่างสมบูรณ์ ทำมาจากใบชาสดใหม่จากต้น และผ่าน กรรมวิธีการแปรรูปอย่างพิถีพิถันหลายขั้นตอน ใบชาชนิดนี้ยังได้รับผลกระทบจากภายนอกค่อนข้าง น้อย คุณภาพภายในค่อนข้างคงที่ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของวุฒิภาวะทางจิตในช่วงอายุนี้นอกจากนี้ ชาแดงยังมักถูกปรุงผสมร่วมกับนมหรือน้ำผึ้ง ซึ่งสื่อความหมายได้ตรงกับภารกิจการพัฒนา บุคลิกภาพของเด็กอายุ 19 ปีตามทฤษฎีการพัฒนาบุคลิกภาพทางจิตสังคมของ Erikson อีกด้วย

ชาเขียว อายุ 17 ปี

จากทฤษฎีพัฒนาการทางจิตสังคมของบุคลิกภาพ วัยรุ่นที่มีอายุระหว่าง 12 ถึง 18 ปีมี ความรู้สึกไร้เดียงสา ไม่ซับซ้อน เนื่องจากยังไม่เข้าสู่สังคม และจะรู้สึกกังวลและสับสนเมื่อต้อง เผชิญหน้ากับความต้อการหรือข้อกำหนดทางสังคมใหม่ ๆ รวมถึงความขัดแย้งทางสังคม ดังนั้น ภารกิจหลักของการพัฒนาบุคลิกภาพในช่วงอายุนี้อคือการสร้างบทบาทเฉพาะสถานะ (Role Identity) และการวางอารมณ์เมื่ออยู่ในสังคมรวม เพื่อป้องกันความสับสนในบทบาท

ชาเขียวเป็นของชาที่ไม่ผ่านกระบวนการบ่ม ในระหว่างกระบวนการแปรรูป โพลีฟีนอล (Tea Polyphenols) ในชาเขียวจะยังถูกรักษาไว้เป็นส่วนใหญ่ เพื่อให้สามารถคงรสชาติที่สดชื่นและ สดใหม่ได้ อย่างไรก็ตาม คุณสมบัติของโพลีฟีนอลในชานี้สามารถออกซิไดซ์ได้ง่ายมากและไม่เสถียร ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของความไม่บรรลุนิติภาวะและระดับความมั่นคงทางจิตใจในช่วงอายุดังกล่าวข้างต้น ชาเขียวสดที่เพิ่งคั่วใหม่อาจมีฤทธิ์ฝาดและไม่ชุ่มชื้นลิ้นคอ ซึ่งอาจทำให้รู้สึกไม่สบายคอได้

ดังนั้น ในหลายพื้นที่จึงมักคุ้นชินกับการเก็บชาเขียวไว้ครึ่งปีก่อนถึงจะนำมาชงดื่ม ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของกระบวนการสร้างบทบาทเฉพาะสถานะ (Role Identity) สำหรับการพัฒนาบุคลิกภาพของวัยรุ่นกลุ่มอายุ 17 ปี

- การกำหนดอุปนิสัย

ชาแดง : อ่อนโยน เจียบขริ่ม รอบรู้ ชอบทดลองสิ่งใหม่ ๆ และดูเป็นที่สาวที่น่าเชื่อถือและไวใจได้

ในฐานะที่ชาแดงฉิเหมินเป็นชาแดงสุยโจวที่แสดงถึงกลิ่นหอมของน้ำผึ้งที่เข้มข้น สีของน้ำชาเป็นสีแดงสดใส รสชาติที่สดชื่น กลมกล่อม และหวาน ซึ่งสอดคล้องกับบุคลิกที่อ่อนโยน นอกจากนี้ชาแดงยังเหมาะสำหรับดื่มผสมกับเครื่องดื่มอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับความใฝ่รู้ในสิ่งใหม่ ๆ ของตัวละคร

ชาเขียว: ตัวละครจะเป็นเหมือนเด็กผู้ชายที่มีชีวิตชีวา เป็นสาวเท่ แต่เมื่อจัดการกับเรื่องต่าง ๆ จิตใจจะละเอียดอ่อนและสงบ ทำให้ผู้คนรู้สึกปลอดภัย

ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงชานเป็นตัวแทนของชาเขียวสุยโจว มีกลิ่นหอมสดชื่นและสีของน้ำชามีความใสกระจ่าง ซึ่งสอดคล้องกับการกำหนดลักษณะตัวละครให้ดูสดใสมีชีวิตชีวา นอกจากนี้รสชาติของชาเขียวจะค่อนข้างไปทางขมเมื่อตอนดื่มเข้าไป แต่หลังจากกลืนลงไปแล้วจะมีรสหวานเล็กน้อยติดค้างอยู่ในปาก ซึ่งสอดคล้องกับความตรงข้ามกันในสภาพจิตใจของตัวละครที่อยู่ในช่วงอายุที่กำหนดไว้

2. การวิเคราะห์กรณีตัวอย่างที่สัมพันธ์กับการออกแบบคาแรกเตอร์

ด้วยการพัฒนาที่หลากหลายของสุนทรียศาสตร์สมัยใหม่ในตลาดบันเทิงของจีนในปัจจุบัน ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ได้รับความนิยมจากสาธารณชนจึงไม่ได้มีแค่ลักษณะเดียวอีกต่อไป จากลักษณะบุคลิกภาพของตัวละครเสมือนทั้งสองที่นำเสนอไว้ข้างต้น ผู้วิจัยยังได้เลือกตัวอย่างคนในวงการบันเทิงมาจำนวน 5 ตัวอย่างสำหรับแต่ละตัวละคร โดยเลือกนักแสดงหรือนักร้องหญิงที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศจีน เพื่อวิเคราะห์รูปลักษณ์ที่ปรากฏของดารานักร้องหญิงที่ตรงตามเงื่อนไข เพื่อค้นหาจุดร่วมทางสุนทรียภาพความงามของรูปลักษณ์ตัวละครสำหรับวัยรุ่นยุคร่วมสมัย

นักแสดงเหล่านี้มีลักษณะรูปลักษณ์ที่โดดเด่นและได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศจีน (รายละเอียดความนิยมอยู่ในตาราง) โดยผู้วิจัยได้สรุปลักษณะใบหน้าจากการสังเกตไว้ดังตาราง

ตารางที่ 3-1 ภาพลักษณ์ของสาวหวานอ่อนโยน

ชื่อ-สกุล	อาชีพ	ภาพถ่าย	ความนิยม (ข้อมูล ณ วันที่ 2022.3.6)
หลิวอี้เฟย (Liu Yifei)	นักแสดง		<ul style="list-style-type: none"> - อยู่อันดับที่ 77 ของ 100 ผู้หญิงที่สวยงามที่สุดในโลกในปี 2020 ซึ่งจัดอันดับโดยสื่อต่างประเทศ Starmometer - ตำแหน่งเทพธิดาแห่งปีของ Weibo จากงาน 2019 Sina Weibo Night Awards - ตำแหน่งคนที่สวยงามที่สุดแห่งปี ในงาน COSMO Glam Night - มีผู้ติดตามใน Weibo จำนวน 68.276 ล้านคน
หลิวซือซือ (Liu Shishi)	นักแสดง		<ul style="list-style-type: none"> - รางวัล 10 อันดับนักแสดงขวัญใจผู้ชมชาวจีน ในงานประกาศรางวัล Huading Award ครั้งที่ 32 - ตำแหน่งบุคคลแห่งปี "มรดก-ความฝัน" ในงาน COSMO Glam Night - ตำแหน่งเทพธิดาแห่งปีของ Weibo ในงาน 2018 Sina Weibo Night Awards - ผู้ติดตามใน Weibo จำนวน 34.461 ล้านคน
เหม่าเสี่ยวถิง (Mao Xiaotong)	นักแสดง		<ul style="list-style-type: none"> - นักแสดงผู้ทรงเสน่ห์บนจอ ในเทศกาล China TV Drama Awards - ผู้ติดตามใน Weibo จำนวน 20.184 ล้านคน

ชื่อ-สกุล	อาชีพ	ภาพถ่าย	ความนิยม (ข้อมูล ณ วันที่ 2022.3.6)
ไล่เหม่ย ยอวี่น (Lai Meiyun)	idol		เดบิวต์ด้วยอันดับที่ 6 ในรายการค้นหาสมาชิกเกิร์ลกรุ๊ปรายการแรกของจีน รายการ "Produce 101" ผลิตโดย Tencent และเธอได้เดบิวต์เป็นหนึ่งในสมาชิกวง Rocket Girls 101 ด้วยคะแนนโหวตในรอบสุดท้าย 107,771,558 คะแนน
เนเน่ (Nene)	idol		เดบิวต์ในอันดับที่ 5 ในรายการวาไรตี้การพัฒนาและโชว์พลังเกิร์ลกรุ๊ป รายการ "CHUANG 2020" ผลิตโดย Tencent และเธอได้เดบิวต์เป็นหนึ่งในสมาชิกวง BonBon Girls 303 ด้วยคะแนนโหวตในรอบสุดท้าย 125,278,972 คะแนน

จากการวิเคราะห์ใบหน้าของผู้หญิงทั้ง 5 คนข้างต้น ทำให้ทราบว่าสาวที่อ่อนโยนและอ่อนหวานที่เป็นที่นิยมในประเทศจีนมีลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกดังต่อไปนี้:

รูปร่าง: ความยาวโดยรวมของใบหน้าสั้น คางเรียวเล็ก

ดวงตา: หางตาเรียวยาว หัวตากลมฟู และรูปทรงตาเป็นเส้นโค้ง

จมูก: สันจมูกค่อนข้างต่ำ และปลายจมูกโค้งมน

ริมฝีปาก: ความยาวแนวนอนค่อนข้างสั้น ริมฝีปากอวบอิม

ตารางที่ 3-2 ภาพลักษณ์สาวเท่สไตล์

ชื่อ-สกุล	อาชีพ	ภาพถ่าย	ความนิยม (ข้อมูล ณ วันที่ 2022.3.6)
ว่านเซี่ยน (Wan Qian)	นักแสดง		-รางวัลศิลปินผู้ทรงอิทธิพลที่สุดแห่งปี ในงาน MAHB Award ครั้งที่ 17 -อันดับที่ 98 ในทำเนียบรายชื่อผู้มีชื่อเสียงในการจัดอันดับของ Forbes China Celebrity 100 ในปี 2020 -ผู้ติดตามใน Weibo จำนวน 7.012 ล้านคน
กั๋วไฉ่เจี๋ย (Guo Caijie)	นักแสดง		-รางวัลดารารายวันแห่งปี ในงาน Sohu Fashion Award -ผู้ติดตามใน Weibo จำนวน 30.885 ล้านคน
จาง จื่อเฟิง (Zhang Zhifeng)	นักแสดง		-รางวัลนักแสดงหญิงขวัญใจสื่อมวลชนในงาน Shanghai International Film Festival ครั้งที่ 23 -อันดับที่ 81 ในทำเนียบรายชื่อผู้มีชื่อเสียงในการจัดอันดับของ Forbes China Celebrity 100 ในปี 2020 -ผู้ติดตามใน Weibo จำนวน 15.835 ล้าน

ชื่อ-สกุล	อาชีพ	ภาพถ่าย	ความนิยม (ข้อมูล ณ วันที่ 2022.3.6)
หลี่ซื่อ ตานนี่ (Lisi Danni)	idol		เข้าร่วมรายการวาไรตี้แข่งขันค้นหาเกิร์ลกรุ๊ป "Sisters Who Make Waves" ผลิตโดย Mango TV และกลายเป็นสมาชิกวง X-SISTER ด้วยผลคะแนนโหวตเป็นอันดับที่ 4 โดยได้คะแนนโหวต 2,363,975 คะแนนในรอบสุดท้าย และได้รับตำแหน่งเป็น X-Leader
หลิววีซิน (Liu Yuxin)	idol		คว้าอันดับ 1 ในรายการแข่งขันค้นหาสมาชิกเกิร์ลกรุ๊ป รายการ "Youth with You Season 2" ผลิตโดย iQiyi และได้เป็นหนึ่งในสมาชิกวงเกิร์ลกรุ๊ป THE9 ด้วยคะแนนโหวตรอบสุดท้าย 107,771,558 คะแนน

จากการวิเคราะห์ใบหน้าของผู้หญิงทั้ง 5 คนข้างต้น ทำให้ทราบว่าสาวเท่และสดใสที่เป็นที่นิยมในประเทศจีนมีลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกดังต่อไปนี้:

รูปหน้า : ใบหน้าค่อนข้างแคบ เห็นโครงหน้าชัด

ดวงตา : หัวตาแหลม รูปตาวาว หางตากตก

จมูก: สันจมูกเรียวแคบ และปลายจมูกมีสันมุมชัด

ริมฝีปาก: ความยาวแนวบนค่อนข้างยาว มุมปากเป็นเส้นตรง

3. การออกแบบรูปหน้าและองค์ประกอบบนใบหน้า

โดยจะดำเนินการออกแบบใบหน้าของตัวละครจากข้อสรุปข้างต้น

4. การออกแบบทรงผมตัวละคร

ชาแดง-ผมยาว

ผมยาวมีความหมายถึงกลิ่นหอมของชาแดงที่ติดอยู่ในปากยาวนาน ซึ่งสอดคล้องกับอุปนิสัยของตัวละครเสมือนที่เป็นตัวชาแดงที่ได้กำหนดไว้ ผมส่วนล่างจะออกแบบให้เป็นสีแดงเข้ม

และจะค่อย ๆ ไหลระดับขึ้นไปเป็นสีขาว โดยได้รับแรงบันดาลใจจากน้ำชาสีแดง โดยมีใบชาที่อยู่ก้น ถ้วยเป็นสีแดงเข้ม และควันสีขาวลอยอยู่ด้านบนถ้วย

ชาเขียว-ผสมสั้น

ผสมสั้นมีความหมายถึงกลิ่นหอมของชาเขียวสดชื่นและสดใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับอุปนิสัยของ ตัวละครเสมือนที่เป็นตัวชาแดงที่ได้กำหนดไว้ การออกแบบสีผสมส่วนล่างจะเป็นสีเขียวอมเหลือง และ ไหลระดับขึ้นไปเป็นสีขาว ได้แรงบันดาลใจจากน้ำชาเขียว โดยก้นถ้วยจะเป็นใบชาสีเขียวอมเหลือง ด้านบนเป็นควันสีขาวลอยอยู่เหนือถ้วย

5. การออกแบบความสูงของตัวละครเสมือน

ในปี 2018 คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติของจีนได้เผยแพร่ "ตารางประเมินพัฒนาการ ความสูงของเด็กและวัยรุ่นอายุ 7 ถึง 18 ปี" จากตาราง จึงได้ทราบข้อมูลอ้างอิงที่มีประสิทธิภาพ สำหรับการกำหนดความสูงของตัวละครเสมือนได้อย่างเหมาะสม

表A.2 女生身高发育等级划分标准

单位为厘米

年龄/岁	-2SD	-1SD	中位数	+1SD	+2SD
7	112.29	118.21	124.13	130.05	135.97
8	116.83	123.09	129.34	135.59	141.84
9	121.31	128.11	134.91	141.71	148.51
10	126.38	133.78	141.18	148.57	155.97
11	132.09	139.72	147.36	154.99	162.63
12	138.11	145.26	152.41	159.56	166.71
13	143.75	149.91	156.07	162.23	168.39
14	146.18	151.98	157.78	163.58	169.38
15	147.02	152.74	158.47	164.19	169.91
16	147.59	153.26	158.93	164.60	170.27
17	147.82	153.50	159.18	164.86	170.54
18	148.54	154.28	160.01	165.74	171.48

ภาพที่ 3-3 มาตรฐานการแบ่งระดับพัฒนาการของส่วนสูงของผู้หญิง (sohu.com/)

สรุป ผู้วิจัยได้กำหนดส่วนสูงของตัวละครเสมือนที่เป็นตัวแทนชาเขียวไว้ที่ 168 ซม. และ ส่วนสูงของตัวละครเสมือนที่เป็นตัวแทนชาแดงคือ 163 ซม. ข้อมูลความสูงทั้งสองนี้เป็นการประมวลเชิงศิลปะโดยมีข้อมูลมาตรฐานส่วนสูงข้างต้นเป็นพื้นฐานในการอ้างอิง ประการแรก การเก็บชาเขียว จะเก็บยอดตูมของชาที่อกใหม่บนต้นชา ในขณะที่การเก็บชาแดงจะเลือกเก็บใบชาที่อกตามกิ่งตา ของต้นชาโดยเก็บจากยอดตูมและนับลงมาไปที่สองหรือสาม ดังนั้น จึงกำหนดส่วนสูงให้ชาเขียวสูง

กว่าซาแดง ประการที่สอง ความสูงนี้ยังสอดคล้องกับบุคลิกของตัวละครเสมือน ทั้งสองมีความสูงแตกต่างกัน 5 ซม. ซึ่งเอื้อต่อการสร้างประเด็นหัวข้อในการประชาสัมพันธ์ในภายหลัง

6. การออกแบบรูปร่างของตัวละครเสมือน

จากการวิเคราะห์ข้อมูล และกำหนดรายละเอียดประกอบการร่างภาพ ตัวละครที่นำมาออกแบบ ควรมีรูปร่างที่เหมาะสมกับอายุของเด็กวัยรุ่นหญิง มีบุคลิกที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันของซาทั้ง 2 แบบ โดยมีตัวอย่างในเบื้องต้นดังนี้



ภาพที่ 3-4 ภาพร่างของตัวละครเสมือน (ภาพซ้ายเป็นตัวแทนของซาแดง ภาพซ้ายเป็นตัวแทนของซาเขียว)

7. การกำหนดรูปแบบเสื้อผ้าของตัวละคร

การออกแบบเสื้อผ้านี้มีจุดมุ่งหมายที่จะนำวัฒนธรรมประติมากรรมทั้งสามของสุขโจว มาผสมผสานเข้ากับการออกแบบแฟชั่นสมัยใหม่ โดยมีแนวคิดในการออกแบบคือ การหยิบยืมแนวคิด "ขงจื้อใหม่" และ "ระบบมารยาท" ที่อยู่ในเครื่องแต่งกายของตัวละครที่ปรากฏในงานประติมากรรมทั้งสามของสุขโจวมาผสมผสานในการออกแบบ โดยจะผสมผสานวัฒนธรรมเข้ากับองค์ประกอบการออกแบบตามวัตถุวิสัย เพื่อชูความหมายแฝงทางวัฒนธรรมของสุขโจวที่ผสมผสานเข้ามาในการออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละครเสมือน

8. แนวคิดโทนสีโดยรวมของตัวละคร

แนวความคิดจับคู่สีโดยรวมจะอ้างอิงจากสีของใบชาแห้งและน้ำชาของชาแดงและชาเขียว และสีของเสื้อผ้าอ้างอิงจากการจับคู่สีของวัสดุของอุปกรณ์ดื่มชา

9. รูปแบบการแสดงออกทางศิลปะของตัวละคร

ลักษณะของกระบวนการพัฒนาภาพเสมือนมีสามจุด: จากหนึ่งเป็นเคลื่อนไหว จากสองมิติ เป็นสามมิติ และสุดท้ายคือการเพิ่มการโต้ตอบ ดังนั้นในแง่ของการแสดงออกของตัวละครเรคเตอร์ ลิขสิทธิ์ตัวละครเสมือนของวัฒนธรรมชาฮูโจว นั้น ผู้วิจัยจะนำรูปแบบการแสดงออกในแบบการเคลื่อนไหว สามมิติ และประสบการณ์เชิงการโต้ตอบ รวมถึงรูปแบบอื่น ๆ มาใช้ เพื่อเสริมสร้างผลลัพธ์ของการเผยแพร่ตัวละครเสมือน ตลอดจนบรรลุวัตถุประสงค์ในการเผยแพร่วัฒนธรรมชาฮูโจว

10. รูปแบบการนำเสนอการออกแบบตัวละครเสมือน (Virtual Character Design) เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชา

10.1. การออกแบบตัวละครเสมือน

การออกแบบตัวละครเสมือน แบ่งออกเป็นสามขั้นตอน คือ

1) การออกแบบภาพลักษณ์ของตัวละคร โดยใช้โปรแกรมวาดรูป procreate ออกแบบรูปลักษณ์ของตัวละครหลากหลายแบบ และทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม เพื่อหาภาพลักษณ์ของตัวละครที่เหมาะสมตามความชอบของกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

2) การออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละคร ทำการพิจารณาตามพื้นฐานของผลการวิเคราะห์รูปแบบของการออกแบบเครื่องแต่งกายที่มีความเหมาะสมกับอุปนิสัยของตัวละครในบทความก่อนหน้านี้ ซึ่งมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมชาฮูโจวและรสนิยมทางแฟชั่นด้านเครื่องแต่งกาย

3) การออกแบบเครื่องประดับ ที่มีแรงบันดาลใจมาจากการแกะสลักฮูโจวเป็นหลัก ทำการออกแบบเครื่องประดับต่าง ๆ ที่ตัวละครสวมใส่

ทำการผสมผสานการออกแบบภาพลักษณ์ของตัวละคร เครื่องแต่งกาย และเครื่องประดับเข้าด้วยกัน และได้รับภาพลักษณ์โดยรวมของไอตอลเสมือนในท้ายที่สุด

10.2. ภาพเคลื่อนไหวแบบ 2 มิติ

ภาพเคลื่อนไหวแบบ 2 มิติจะดำเนินการด้วย Live2D ซึ่ง Live2D เป็นเทคโนโลยีการเรนเดอร์ภาพวาดที่ใช้ในวิดีโอเกม หลักการคือการใช้ชุดภาพที่ต่อเนื่องภาพสองมิติให้การเป็นโมเดลสามมิติจะถูกสร้างขึ้นโดยชุดของภาพกันและการสร้างแบบจำลองบุคคล หลักการคือ การใช้ภาพ 2 มิติที่เป็นชุดภาพและตัวละครที่ต่อเนื่องกันในการโมเดลที่คล้ายกับภาพ 3 มิติ

การสร้างตัวละครเคลื่อนไหวแบบสองมิติประกอบด้วยสองส่วน คือ แอนิเมชันการแสดงสีหน้าและแอนิเมชันที่แสดงท่าทาง

แอนิเมชันที่แสดงสีหน้าส่วนใหญ่แสดงอารมณ์ผ่านการเปลี่ยนแปลงของดวงตา คิ้ว และปาก และปรากฏเฉพาะในส่วนใบหน้าของตัวละครเสมือน การแสดงอารมณ์พื้นฐานโดยทั่วไป ได้แก่ ความสงบ ความสุข ความเจ็บปวด และความโกรธ เป็นต้น

แอนิเมชันแสดงท่าทางจะเป็นการเพิ่มภาษากายเข้ามาบนพื้นฐานของอนิเมชันแสดงสีหน้า โดยส่วนใหญ่จะแสดงอารมณ์ผ่านการเปลี่ยนแปลงของศีรษะ มือ และเท้า การออกแบบท่าทางจะต้องคำนึงถึงจังหวะ การเคลื่อนไหว รวมถึงหลักเกณฑ์อื่น ๆ เพื่อใช้อธิบายอารมณ์ความรู้สึกนั้น ๆ ซึ่งในการสร้างท่าทางของตัวละครครั้งนี้ ผู้วิจัยได้รวมปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวละครทั้งสองกับชาฮุยโจวเข้าด้วยกัน เพื่อออกแบบภาพเคลื่อนไหวแบบสองมิติ นอกจากจะเพิ่มความน่าสนใจแล้ว ยังช่วยส่งเสริมการส่งออกของวัฒนธรรมชาฮุยโจวอีกด้วย

10.3. การทำวิดีโอประชาสัมพันธ์

ผู้วิจัยจะนำภาพลักษณ์เคลื่อนไหวของตัวละครเสมือนไปประยุกต์ใช้กับการทำวิดีโอประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมชาฮุยโจว เพื่อเป็นการส่งเสริมความรู้ที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมชา โดยมีเนื้อหาเรื่องราว ที่ประกอบด้วย 1. ขนบธรรมเนียมการดื่มชาภายในภูมิภาคฮุยโจว 2. กรรมวิธีการเก็บใบชา การอบ และการลิ้มรสชาในฮุยโจว ทำการสร้างวิดีโอสองอัน โดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสองประเด็นข้างต้น และทำการอัปโหลดไฟล์รูปแบบวิดีโอลงบนแพลตฟอร์มของเว็บไซต์วิดีโอ BILIBILI เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน

สรุป

จากขั้นตอนที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้มีแบบแผนที่ชัดเจนเกี่ยวกับการออกแบบตัวละครเสมือน ในบทต่อไป ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์แบบสอบถาม และผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมชา รูปแบบศิลปะในภูมิภาคฮุยโจว และการออกแบบอวตารของตัวละครเสมือน

บทที่ 4

ขั้นตอนการสร้างสรรค์ และการวิเคราะห์ผลงาน

การสำรวจวิจัยพิพิธภัณฑสถานภายในท้องถิ่น การสัมภาษณ์นักวิชาการ วางแผนการเกี่ยวกับภูมิหลังเรื่องราวของตัวละครเสมือน วิเคราะห์กรณีศึกษาจากภาพดาราทที่เกี่ยวข้อง เพื่อยืนยันแผนการของตัวละคร ซึ่งในขั้นตอนเหล่านี้ ได้ทำให้ผู้วิจัยเกิดความคิดใหม่เกี่ยวกับการผสมผสานไอดอลเสมือนกับวัฒนธรรมชาติดั้งเดิมเข้าด้วยกัน

ซึ่งในบทนี้มีขั้นตอนการดำเนินการที่ประกอบด้วย การวิเคราะห์แบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น การออกแบบภาพลักษณ์ของตัวละครเสมือน พร้อมกับสร้างงานศิลปะแบบไดนามิก และในขั้นตอนสุดท้ายคือ การสร้างวิดีโอประชาสัมพันธ์ให้เสร็จสิ้น

วิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมมาจากแบบสอบถาม

วัตถุประสงค์ในการศึกษา “แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบตัวละครเสมือน เพื่อส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมชาสุโขทัย” ถือเป็นกรรวบรวมข้อมูลขั้นต้นเพื่อใช้เป็นแนวทางสำหรับการออกแบบ ทำการสำรวจกลุ่มผู้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑสถานชาเชียววีต้า ช่วงอายุระหว่าง 15 – 25 ปี โดยใช้แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 ท่าน

แบบสอบถามหนึ่งชุดจะประกอบด้วย 15 ข้อ โดยผลการวิจัยสามารถแบ่งได้ 3 ส่วน ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. สำรวจการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน
3. สำรวจความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน

โดยแบบสอบถามนี้ ได้รวบรวมเกี่ยวกับ ความคิดเห็น ความชื่นชอบ และสุนทรียภาพของกลุ่มเป้าหมาย ที่มีต่อการสร้างสรรค์ไอดอลเสมือน

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลแบบสอบถาม (1)

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
1	เพศ		
	ชาย	60	54.55%
	หญิง	50	45.45%
2	ทะเบียนบ้านของท่านอยู่ในมณฑลอันฮุยใช่หรือไม่		
	ใช่	60	54.55%
	ไม่ใช่ แต่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย หรือเคยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย	45	40.91%
	ไม่ใช่และไม่เคยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย	5	4.55%
3	อายุของท่าน		
	ต่ำกว่า 15 ปี	20	18.18%
	15-20 ปี	35	31.82%
	20-25 ปี	40	36.36%
	25 ปีขึ้นไป	15	13.64%
4	อาชีพการงานของท่าน		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (เช่น อาจารย์/แพทย์/ทนายความ เป็นต้น)	25	22.73%
	พนักงานบริการ	5	4.55%
	อาชีพอิสระ (เช่น นักเขียน/ศิลปิน/ช่างภาพ/มัคคุเทศก์ เป็นต้น)	5	4.55%
	กรรมกร (เช่น กรรมกรโรงงาน/กรรมกรก่อสร้าง/กรรมกรสุขาภิบาลในเมือง เป็นต้น)	0	0%
	พนักงานบริษัท	0	0%
	พนักงานราชการ	10	9.09%
	นักเรียนนักศึกษา	65	59.09%
	แม่บ้าน	0	0%
	อื่น ๆ (เช่น นักธุรกิจ) โปรดระบุ _____	0	0%

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยเฉลี่ยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย มีช่วงอายุอยู่ในกลุ่มเป้าหมาย และมีสถานะเป็นนักเรียนนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่

2. สำรวจการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน

ตารางที่ 4-2 ข้อมูลแบบสอบถาม (2)

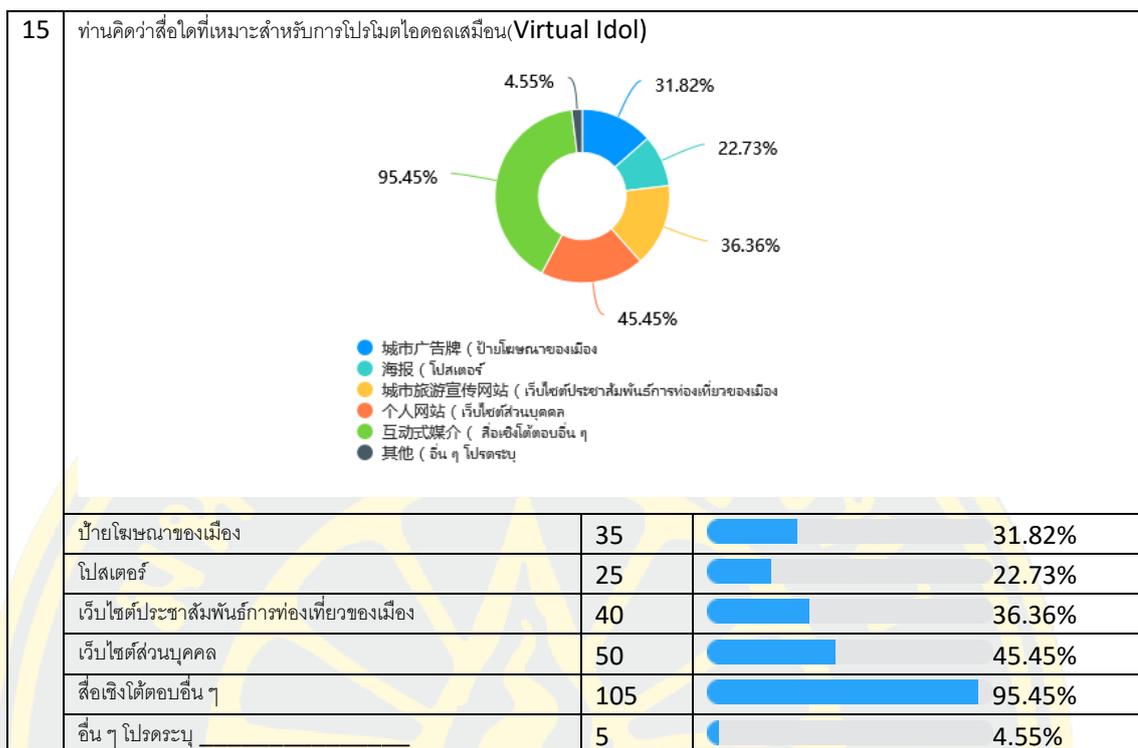
ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
5	ท่านรู้จักหรือเข้าใจเกี่ยวกับไอดอลเสมือน (Virtual Idol) หรือไม่		
	ใช่	90	81.82%
	ไม่	20	18.18%
6	ท่านเคยเห็นไอดอลเสมือน (Virtual Idol) ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นหรือไม่		
	ใช่	25	22.73%
	ไม่	85	77.27%
7	เหตุผลใดที่ทำให้ท่านสนใจในไอดอลเสมือน (Virtual Idol) ทางวัฒนธรรม		
	ต้องการเข้าใจเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น	80	72.73%
	มีความสนใจในรูปแบบทางศิลปะของพื้นที่นั้น	85	77.27%
	เพื่อการผ่อนคลาย ความบันเทิง หรืองานอดิเรกส่วนบุคคล	90	81.82%
	ความจำเป็นต่อการเรียนหรือการทำงาน	30	27.27%
	อื่น ๆ โปรดระบุ _____	5	4.55%
8	ท่านดื่มชาบ่อยแค่ไหนในแต่ละวัน		
	ดื่มเสมอ	10	9.09%
	ดื่มบ่อย	30	27.27%
	ดื่มบางครั้ง	50	45.45%
	ไม่ดื่มเลย	20	18.18%
9	ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาสุขภาพหรือไม่		
	เข้าใจเป็นอย่างมาก	25	22.73%
	เข้าใจเพียงเล็กน้อย	65	59.09%
	ไม่เข้าใจเลย	20	18.18%
10	ท่านคิดว่าจำเป็นต้องปลูกฝังแนวคิดทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชาสุขภาพในหมู่วัยรุ่นหรือไม่		
	ใช่	110	100%
	ไม่	0	0%

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ทราบถึงไอดอลเสมือน แต่ไม่เคยเห็นการนำไอดอลเสมือนมาใช้สำหรับการเผยแพร่วัฒนธรรม และมีผู้คนส่วนมากที่ให้ความสนใจกับไอดอลเสมือนทางวัฒนธรรม โดยจำนวนผู้ที่ชื่นชอบและดื่มชามีจำนวนน้อย กลุ่มคนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชา และเห็นด้วยกับการเผยแพร่ชาสุขภาพให้เป็นที่รับรู้ในกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น

3. สำรวจความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน

ตารางที่ 4-3 ข้อมูลแบบสอบถาม (3)

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
13	หากมีการออกแบบไอดอลเสมือนเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชา ท่านมีความคาดหวังให้ไอดอลเสมือน (Virtual Idol) มีลักษณะแบบใด		
	<p> ● 中国古典风 (มีลักษณะแบบจีนคลาสสิก) ● 现代的时尚感 (มีความทันสมัย) ● 其他 (อื่น ๆ โปรดระบุ) ● 徽州地区艺术特色 (มีเอกลักษณ์ของมณฑลอันฮุย) ● 文化氛围 (มีบรรยากาศของวัฒนธรรม) </p>		
	มีลักษณะแบบจีนคลาสสิก	55	50%
	มีเอกลักษณ์ของมณฑลอันฮุย	80	72.73%
	มีความทันสมัย	75	68.18%
	มีบรรยากาศของวัฒนธรรม	45	40.91%
	อื่น ๆ โปรดระบุ _____	0	0%
14	ท่านคิดว่านัยยะทางวัฒนธรรมใดบ้างที่ไอดอลเสมือน (Virtual Idol) จำเป็นต้องสื่อถึง		
	<p> ● 悠久的茶文化背景 (ประวัติศาสตร์อันยาวนานของวัฒนธรรมชา) ● 地方其他艺术类型的宣传 (เผยแพร่ศิลปะประเภทอื่น ๆ ที่มีในท้องถิ่น) ● 年轻人对文化传承的态度 (ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อการสืบทอดวัฒนธรรม) ● 其他 (อื่น ๆ โปรดระบุ) </p>		
	ประวัติศาสตร์อันยาวนานของวัฒนธรรมชา	80	72.73%
	เผยแพร่ศิลปะประเภทอื่น ๆ ที่มีในท้องถิ่น	85	77.27%
	ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อการสืบทอดวัฒนธรรม	80	72.73%
	อื่น ๆ โปรดระบุ _____	0	0%



จากข้อมูลข้างต้น พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความคาดหวัง คือ การออกแบบตัวละครต้องให้ความสำคัญกับรสนิยมทางด้านแฟชั่นและการผสมผสานกับศิลปะของภูมิภาค การหาความสมดุลในภูมิหลังทางวัฒนธรรมชาฮุยโจว รูปแบบทางศิลปะของภูมิภาคอื่น และทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อการสืบทอดวัฒนธรรม ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ล้วนเห็นด้วยกับการส่งเสริมวัฒนธรรมชาผ่านสื่อเชิงโต้ตอบ

จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้วิจัยจะเลือกรูปแบบที่เหมาะสมและคุณสมบัติเด่นให้กับไอดอลเสมือนส่งเสริมวัฒนธรรมชา เพื่อกำหนดตัวแทนอันเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาฮุยโจว

การตั้งชื่อให้กับตัวละคร

โดยผู้วิจัยได้ตั้งชื่อให้กับสองตัวละคร คือ ชาแดง และ ชาเขียว

ชาแดง – หงฝैया

ชื่อ หงฝैया เปี่ยมไปด้วยกลิ่นอายของบทกวี แสดงให้เห็นถึงเสน่ห์อันเป็นเอกลักษณ์ของชาแดง โดยคำว่า “หง” หมายถึง สีแดงของชาแดง เปรียบกับความรู้สึกที่กระตือรือร้นและเปี่ยมไปด้วยชีวิตชีวา ส่วนคำว่า “ฝैया” ได้ถ่ายทอดความหมายของความงดงาม ความเฉิดฉาย ชื่อหงฝैयाได้ถ่ายทอดถึงกลิ่นหอมรัญจวนของชาแดงและสีสันที่ดึงดูดสายตาของผู้คน และในขณะเดียวกัน ก็ได้บ่งบอกถึงความรู้สึกดี ๆ ที่ชาแดงมอบให้กับผู้คนที่ด้วย

ชาเขียว - ลวีอิ่ง

ชื่อ ลวีอิ่ง เปี่ยมไปด้วยความมีชีวิตชีวา และสดชื่น สอดคล้องกับจุดเด่นและคุณภาพของชาเขียว โดยคำว่า “ลวี” หมายถึง สีเขียวของชาเขียว เปรียบกับธรรมชาติและสุขภาพดี ส่วนคำว่า “อิ่ง” ได้ถ่ายทอดความหมายของความอุดมสมบูรณ์ ความมั่งคั่ง และในขณะเดียวกัน ก็ได้บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชาเขียวที่มีรสชาติเข้มข้น ให้ความสดชื่นกระปรี้กระเปร่า อีกทั้งยังทำให้ผู้คนนึกถึงชาที่มีสรรพคุณบำรุงร่างกายอีกด้วย

การออกแบบภาพลักษณ์ตัวละคร

1. การออกแบบขั้นต้น

จากข้อมูลที่สรุปในบทที่สาม เกี่ยวกับแผนการออกแบบภาพลักษณ์ของตัวละครเสมือนผู้วิจัยได้ออกแบบภาพลักษณ์ที่แตกต่างกันของ หงฝ่วย และ ลวีอิ่ง ออกเป็นสามแบบ ดังนี้

ทรงผมและรูปลักษณ์ของตัวละครเสมือนอ้างอิงจากภาพของนักแสดงหญิงในภาพด้านซ้าย สีผมและสีตาคือสีของน้ำชาที่ที่ระดับความเข้มข้นความอ่อนแตกต่างกัน จากการวางแผนภาพและกำหนดภาพลักษณ์ของตัวละครเสมือนในบทที่ 3 สีผมด้านบนจะเป็นสีขาวยาวและค่อย ๆ ไล่เป็นสีเข้มลงมาด้านล่าง ซึ่งแสดงถึงไออุ่นของน้ำชาในถ้วย

ชาแดง

ภาพลักษณ์แบบที่ 1 ผมสีแดงเข้มถักเปียต่ำถึงช่วงอก นัยน์ตาสีทองอ่อน

ภาพลักษณ์แบบที่ 2 ผมสีส้มแดงถักเปียสูง นัยน์ตาสีน้ำตาลแดง

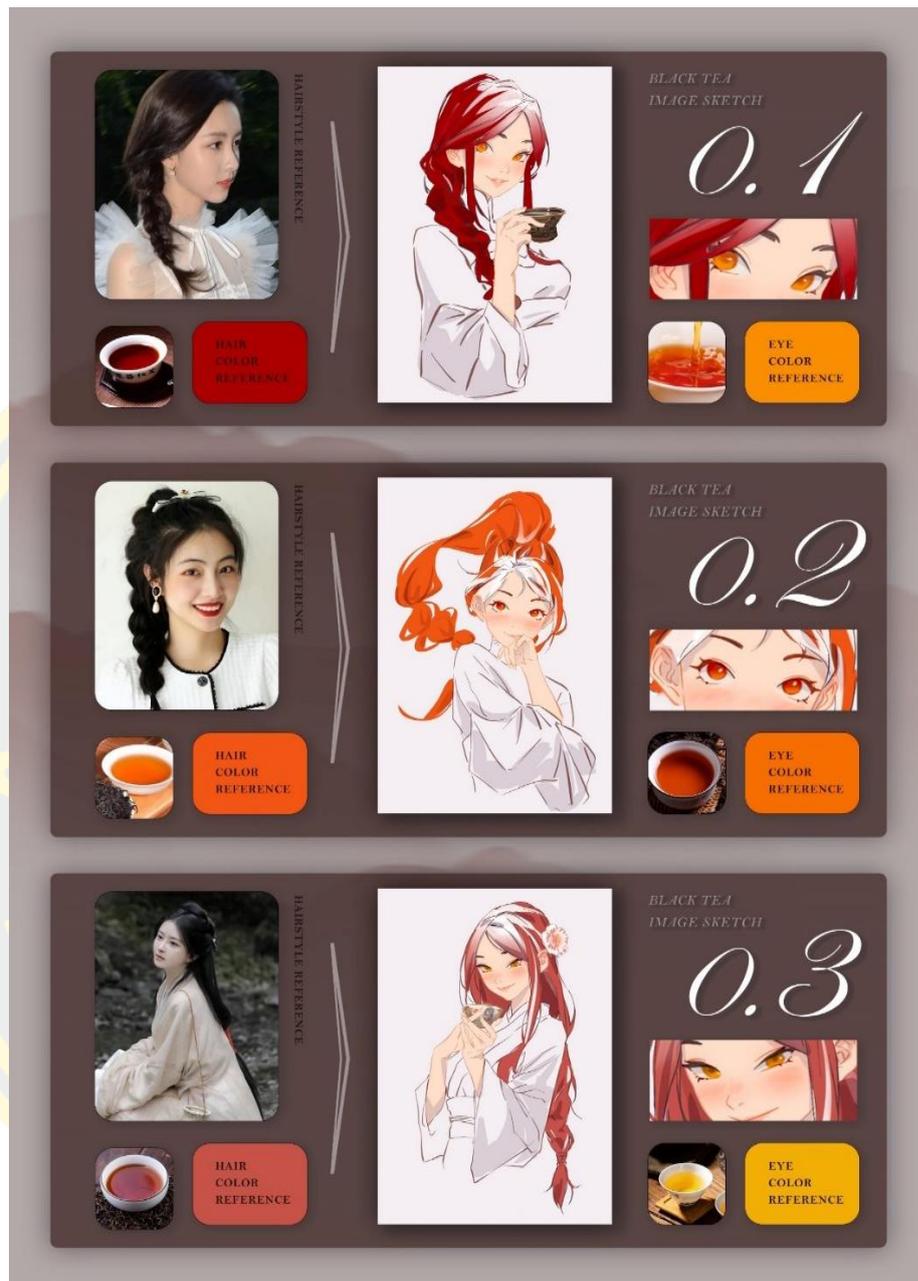
ภาพลักษณ์แบบที่ 3 ผมสีน้ำตาลแดงอ่อนถักเปียต่ำยาวลงมา นัยน์ตาสีเหลืองอ่อน

ชาเขียว

ภาพลักษณ์แบบที่ 1 ผมสีเขียวอ่อนมัดแคะสองข้าง นัยน์ตาสีเหลืองอ่อน

ภาพลักษณ์แบบที่ 2 ผมสั้นสีเหลืองเขียว นัยน์ตาสีเขียวอ่อน

ภาพลักษณ์แบบที่ 3 ผมสีเขียวเข้มมัดรวบไปด้านหลัง นัยน์ตาสีเขียวใบหญ้า



ภาพที่ 4-1 ภาพลักษณะของหงเฟย



ภาพที่ 4-2 ภาพลักษณะของลวี่อิ่ง

2. กำหนดภาพลักษณ์

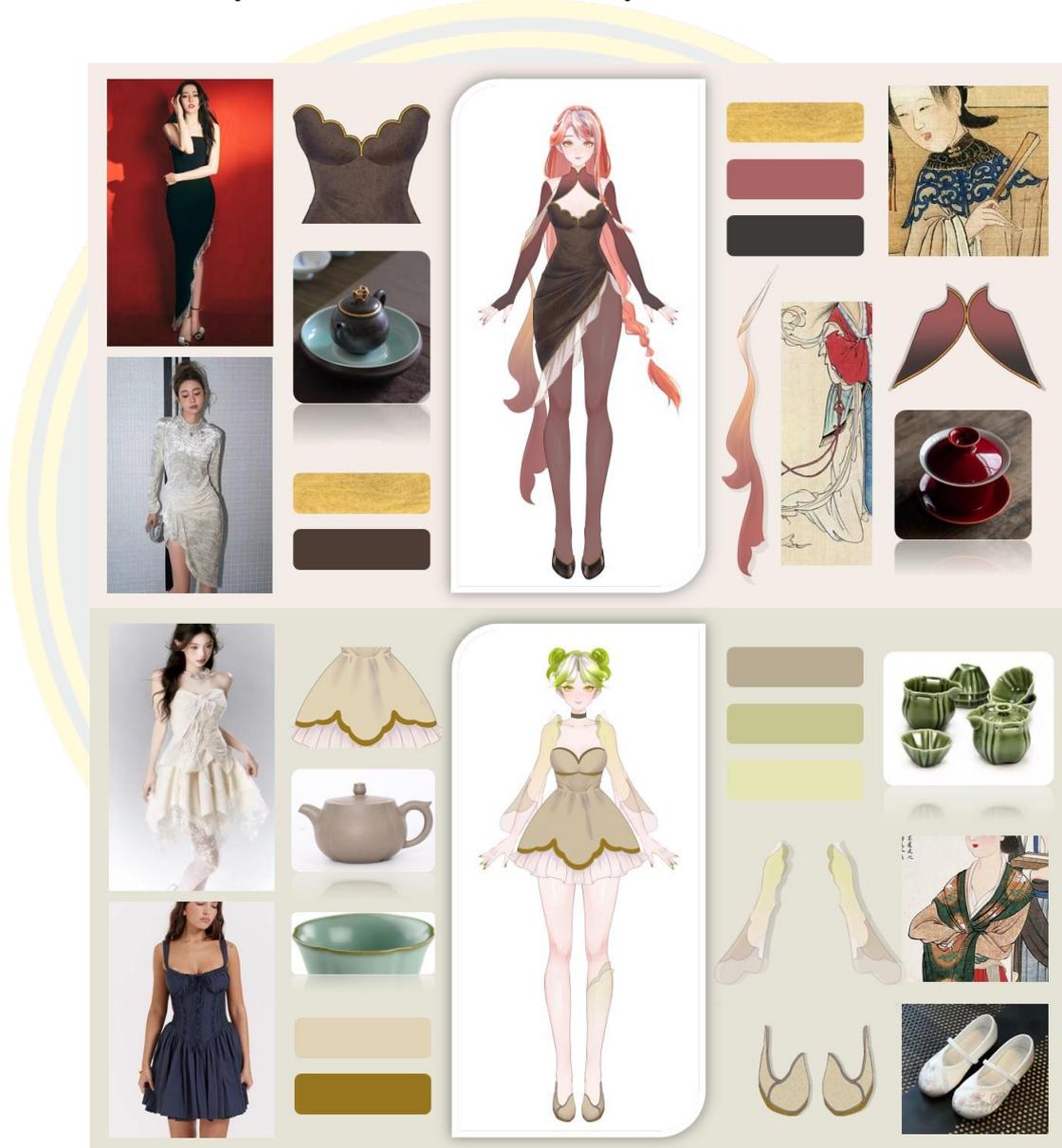
เพื่อให้เชื่อมโยงกับเรื่องราวภูมิหลังของตัวละครในบทที่ 3 จึงเลือกภาพลักษณ์ที่มีลักษณะเป็นพี่สาวผู้อ่อนโยนและน้องสาวที่มีชีวิตชีวา ผู้วิจัยได้เลือกรูปลักษณ์ทั้งสองลักษณะนี้เพื่อให้สอดคล้องกับข้อกำหนดของตัวละครเสมือน



ภาพที่ 4-3 การออกแบบภาพลักษณ์ของหงเฟย และลวี่อิง

3. ออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละคร

จากข้อมูลที่สรุปในบทที่สาม เกี่ยวกับแผนการออกแบบและผลสรุปของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ผสมผสานการออกแบบระหว่างเครื่องแต่งกายสมัยใหม่เข้ากับเครื่องแต่งกายแบบจีนโบราณ โดยการลงสี และรูปร่างท่าทางจะอ้างอิงตามสีของแก้วคู่กับสีของชา

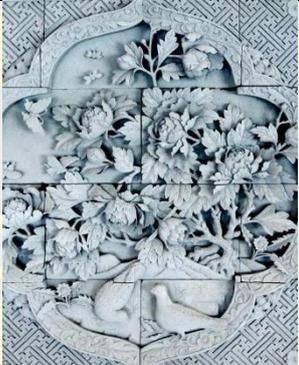


ภาพที่ 4-4 การออกแบบภาพลักษณ์เครื่องแต่งกายของหงเฟย และลูยี่อิง

4. การออกแบบลวดลาย

เนื่องจากดอกเคมีเลีย หรือดอกฉาฮวา ถือเป็นแหล่งที่มาหลักของแรงบันดาลใจ ทำให้รูปแบบของการวาดภาพ ได้นำเอาศิลปะการแกะสลักอิฐของฮุยโจวมาใช้ และนำไปใช้กับการตกแต่งเครื่องแต่งกายในที่สุด

ตารางที่ 4-4 การออกแบบลวดลาย

ดอกเคมีเลีย	แกะสลักอิฐ	รูปสำเร็จ
		
		

5. การออกแบบเครื่องประดับ

เนื่องจากดอกและใบของเคมีเลีย หรือดอกฉาฮวา ถือเป็นแหล่งที่มาหลักของแรงบันดาลใจ ทำให้รูปแบบของการวาดภาพ ได้นำเอาศิลปะการแกะสลักหินและแกะสลักไม้ของฮุยโจวมาใช้ และนำไปให้ตัวละครสวมใส่ในที่สุด

ตารางที่ 4-5 การออกแบบเครื่องประดับ

ประเภท	แกะสลักหิน/แกะสลักไม้	รูปสำเร็จ
ต่างหู		
เข็มกลัดติดหน้าอก		
เครื่องประดับเอว		
เครื่องประดับขา		

ประเภท	แกะสลักหิน/แกะสลักไม้	รูปสำเร็จ
เครื่องประดับ หัว		
สร้อยคอ		
เครื่องประดับขา		

6. การนำเสนอภาพรวมขั้นตอนการออกแบบ Model Display

การแต่งเติมเสื้อผ้า ลวดลาย เครื่องประดับ และการประกอบรวมชิ้นเป็นตัวละครขั้นสุดท้าย ด้านซ้ายคือรายละเอียดเครื่องประดับ ตรงกลางคือภาพลักษณะที่จะปรากฏในวิดีโอ และด้านขวาคือภาพเต็มตัว



ภาพที่ 4-5 การแสดงภาพตัวละครขั้นสุดท้าย

การนำเสนอโดยใช้แอปพลิเคชัน 必剪 (บีเจียน) เพื่อเชื่อมโยงตัวละครแบบ live2D

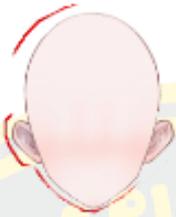
บีเจียน คือโปรแกรมสำหรับสร้างตัวละครและวิดีโอเสมือน โดยผู้วิจัยต้องอัปโหลดอุปกรณ์เสริมสำหรับตัวละครเสมือนที่ผู้วิจัยออกแบบ เพื่อประกอบองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของงานเข้าด้วยกัน และสุดท้ายคือการเพิ่มเรื่องราวบนพื้นหลังวิดีโอ ใส่เสียงพากย์และวิดีโออื่น ๆ ประกอบ

1. สร้างภาพลักษณ์

ในขั้นตอนนี้ เป็นการแยกส่วนประกอบต่าง ๆ ของตัวละครออกมาและทำการสรุปผล จากนั้นรวมภาพลักษณ์ในแอปพลิเคชัน

ตารางที่ 4-6 ขั้นตอนการสร้างภาพลักษณ์ด้วยแอปพลิเคชัน

ส่วนประกอบ		หงผ่าย	ลวี่อิ่ง
ทรงผม	ก่อน		
	หลัง		

ส่วนประกอบ		หงเฝย	ลวี่อิ่ง
ใบหน้า	โครงหน้า		
	ตา		
	คิ้ว		
มือ	ยกมือ		
	มือแนบลำตัว		

ส่วนประกอบ		หงเฝย	ลวี่อิ่ง
โบก มือ	 18-胳膊-动作2(女)		
เท้า เอว	 3-腿脚-动作3(女)		
ลำตัว	 10-身体(女)		

ส่วนประกอบ	หงเฟย	ลวี่อิ่ง
เสื้อผ้า		
ขั้นสุดท้าย		

2. การแสดงออกทางอารมณ์ผ่านสีหน้าของตัวละคร

ตารางที่ 4-7 การใช้แอปพลิเคชันออกแบบการแสดงออกทางสีหน้า

	หัวเราะ	เขินอาย	สับสน	โกรธ
หญิง				
สาวอึ้ง				

3. ท่าทางของตัวละคร

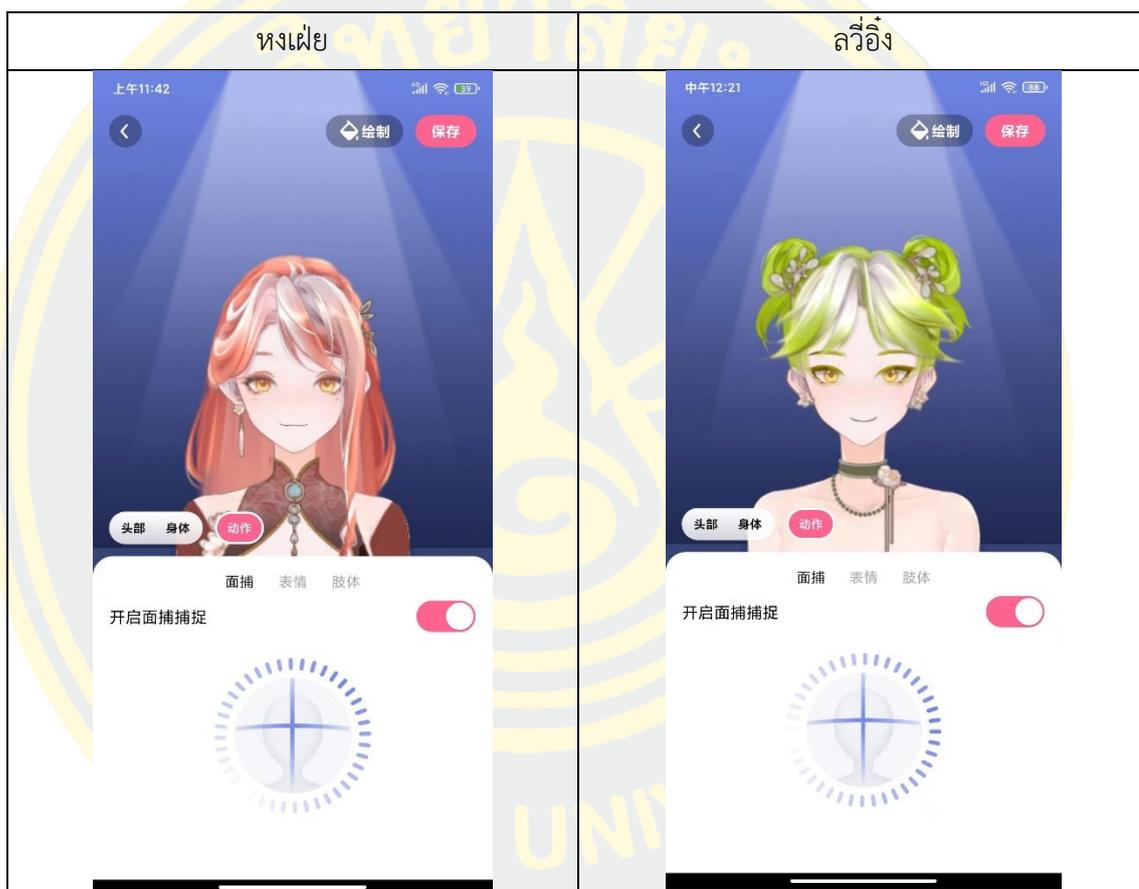
ตารางที่ 4-8 การใช้แอปพลิเคชันออกแบบการแสดงผลของท่าทาง

	เท้าเอว	โบกมือ	ยกมือ	ขยับตัว
หญิง เผ็ญ				
สาว อึ้ง				

4. จับภาพใบหน้า

เชื่อมโยงตัวละครเสมือนและผู้วิจัยเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างเอฟเฟกต์ให้สามารถโต้ตอบได้แบบเรียลไทม์

ตารางที่ 4-9 ขั้นตอนการสร้างเอฟเฟกต์เชิงโต้ตอบ



จากขั้นตอนที่กล่าวมาในข้างต้น ทำทางทั้งหมดของผู้วิจัยจะแสดงให้เห็นผ่านภาพลักษณะของตัวละครเสมือน ในขั้นตอนต่อไป จะเริ่มทำวิดีโอเพื่อการประชาสัมพันธ์

การออกแบบเนื้อหาของวิดีโอ

ทำวิดีโอสองรายการ แบ่งออกเป็น วิดีโอแนะนำวัฒนธรรมชาแดงและชาเขียวในสุยโจว โดยมีหงฝ่วยและลวีอิ่งแนะนำตามลำดับ

วิดีโอพื้นหลังมาจากไร่ชาเขียววีและสำนักงานการท่องเที่ยวสุยโจว โดยได้มีการติดต่อใหม่เพื่อให้ตรงกับเนื้อหาที่ประชาสัมพันธ์

1. บทพูด (Script)

วิดีโอที่ 1 (หงฝ่ายแนะนำชาแดงที่เป็นตัวแทนของฮุยโจว - ชาแดงฉีเหมิน)

สวัสดีค่ะทุกคน ฉันทชื่อหงฝ่าย วันนี้ฉันจะมาแนะนำชาแดงฉีเหมิน ที่เป็นหนึ่งในตัวแทนของชาแดงในเขตฮุยโจว ให้ทุกคนรู้จักกันนะคะ (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอศิลปะชงชา)

ชาแดงฉีเหมินเป็นหนึ่งในชาที่มีชื่อเสียงในประวัติศาสตร์จีน ผลิตในอำเภอฉีเหมิน อำเภอตงจื่อ อำเภอเก๋ยฉือ อำเภอซือเถอ อำเภออี ฯลฯ ในเขตฮุยโจว มณฑลอันฮุย ชาแดงฉีเหมินถือเป็นชาแดงชั้นหนึ่งและมีชื่อเสียงมาก (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอไร่ชา ต้นชา และทิวทัศน์ธรรมชาติของชา)

ขั้นตอนการเก็บและกรรมวิธีผลิตมีความพิถีพิถันเป็นพิเศษ คนเก็บใบชาจะเลือกเก็บใบชาโดยนับจากยอดชาลงมาที่ใบที่สองหรือสาม หลังจากผ่านการบ่ม ใบชาจะเปลี่ยนจากสีเขียวเป็นสีแดงทองแดง และส่งกลิ่นหอมกระจายไปทั่ว หลังจากนั้นจะนำมาอบต่อด้วยไฟอ่อนจนใบชาแห้ง (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอการเก็บใบชา การคั่วใบชา และผลิตภัณฑ์ชาขั้นสุดท้าย)

ชาแดงฉีเหมินหลังผ่านกรรมวิธีแปรรูปอย่างพิถีพิถันจะมีลักษณะบดอโศกเข้าหากัน มีขนาดเล็ก และเป็นสีแดงเข้ม ก่อนดื่มชาจะต้องดมกลิ่นก่อนแล้วจึงค่อยดื่ม ชาแดงฉีเหมินมีกลิ่นหอมสะอาดยาวนาน มีกลิ่นหอมเหมือนผลไม้และดอกกล้วยไม้ ในตลาดชาสากลจะเรียกกลิ่นหอมชนิดนี้ว่า "กลิ่นหอมฉีเหมิน" สีของน้ำชาและใบชาที่จุ่มอยู่กันถ้วยจะมีสีแดงสดเป็นประกาย สชาติเข้มข้นถึงแก่น เมื่อผสมนมและน้ำตาลเพิ่มเข้าไป กลิ่นหอมจะยิ่งเข้มข้นขึ้น (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอการชงและการเติมนมลงในน้ำชา)

ชาแดงฉีเหมินแบกรับความรู้สึกหลงใหลในชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน เขตฮุยโจว มาลองชิมชาแดงฉีเหมินไปด้วยกันเถอะ (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอการจิบชา)

วิดีโอที่ 2 (ลู่อิ่งแนะนำชาเขียวที่เป็นตัวแทนของฮุยโจว - ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซาน)

สวัสดีค่ะทุกคน ฉันทชื่อลู่อิ่ง วันนี้ฉันจะมาแนะนำชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซาน ที่เป็นหนึ่งในตัวแทนของชาเขียวในเขตฮุยโจว ให้ทุกคนรู้จักกันนะคะ (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอทิวทัศน์ธรรมชาติของภูเขาหวงซาน)

ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซาน เป็นหนึ่งในชาประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงในประเทศจีน ผลิตในเขตฮุยโจว เมืองหวงซาน มณฑลอันฮุย กำเนิดขึ้นโดยโรงน้ำชาเซี่ยอวี่ไท่ ในรัชสมัยของจักรพรรดิฉางชวีแห่งราชวงศ์ซิง (อธิบายพร้อมคลิปไร่ชา)

ในประเทศจีน เมื่อถึงเทศกาลเซ่งเม้งและเทศกาลฤดูใบไม้ร่วงของทุกปี คนเก็บใบชาจะเลือกเก็บยอดอ่อนที่ขึ้นใหม่จากต้นชา หลังจากนั้นจะนำใบชาที่เก็บมาใส่ลงไปในหม้อเหล็กขนาดใหญ่เพื่อคั่วใบชา ชาที่ผ่านการคั่วจะมีลักษณะมีวุ้นอเล็กน้อยคล้ายลิ้นของนก สีของใบชาจะเปลี่ยนเป็นสีเขียว

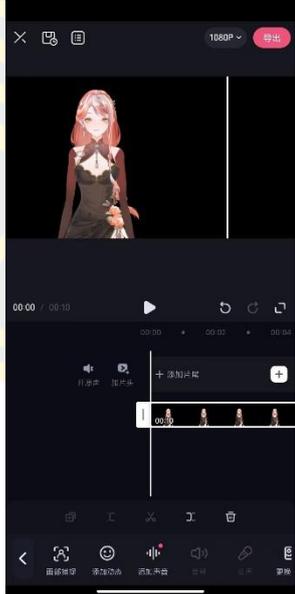
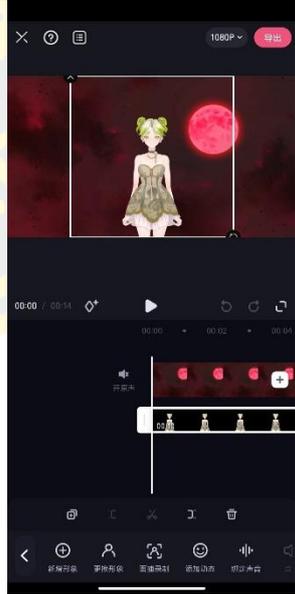
อมเหลียง และผิวของใบชาที่มีปุ๋ยสีขาวเงิน และเพื่อให้ได้ใบชาที่มีคุณภาพและความสดใหม่ พ่อค้าชาจะต้องเก็บใบชาในตอนเช้าและนำไปคั่วในตอนบ่าย (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอการเก็บใบชา การคั่วใบชา และผลิตภัณฑ์ชาชั้นสุดท้าย)

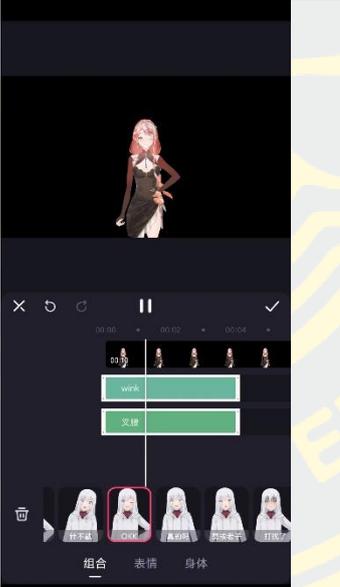
ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซานที่คุณภาพดี เมื่อหยิบใบชาแห่งมาหนึ่งกำมือแล้วนำไปใกล้จมูกจะได้กลิ่นความสดใหม่และสดชื่น นอกจากนี้ยังมีกลิ่นหอมคล้ายดอกกล้วยไม้และเกาลัดผสมอยู่ด้วย หลังจากต้มใบชาเป็นเวลา 3-5 นาที น้ำชาจะใสสว่าง มีสีเขียวอ่อนหรือเขียวเหลือง และมีกลิ่นหอมยาวนาน เมื่อดื่มจะรู้สึกสดชื่นและไม่มึนศีรษะ และรสที่ค้างอยู่ในปากก็จะหวานและชุ่มคอ (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอการชาชงและการนำเสนอชา)

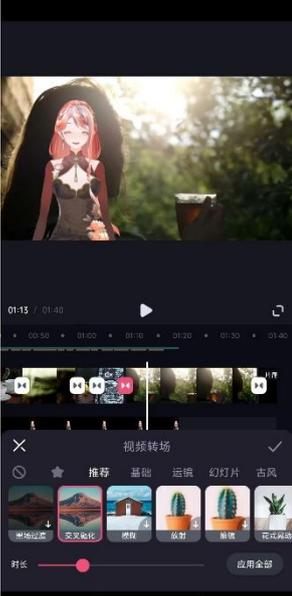
การจิบชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวงซานในแต่ละครั้ง รับรู้ได้ถึงภูมิปัญญาและความรู้สึกของชาวฮุยโจว ทำให้ผู้คนดื่มด่ำไปกับภาพทิวทัศน์ของฮุยโจว (อธิบายพร้อมคลิปวิดีโอการจิบชา)

2. ตัดต่อวิดีโอ

ตารางที่ 4-10 ขั้นตอนการตัดต่อวิดีโอ

	ขั้นตอน	วิดีโอที่ 1	วิดีโอที่ 2
1	ปรับแต่งขนาดของตัวละคร จัดวางตำแหน่งที่เหมาะสมในภาพ		

	ขั้นตอน	วิดีโอที่ 1	วิดีโอที่ 2
2	<p>ผู้วิจัยอ่านบทพูด และใช้แอปพลิเคชันเสียงปรับเปลี่ยนโทนเสียงให้เป็นสองรูปแบบ พร้อมกับแต่งบทพูด</p>		
3	<p>เพิ่มท่าทางของตัวละครในตำแหน่งที่เกี่ยวข้อง</p>		

	ขั้นตอน	วิดีโอที่ 1	วิดีโอที่ 2
4	ใส่ฉากพื้นหลังที่เหมาะสมกับบทพูดในคลิปวิดีโอ		
5	ใส่เพลงพื้นหลังลงในวิดีโอเพื่อให้เนื้อหาสมบูรณ์มากขึ้น		

	ขั้นตอน	วิดีโอที่ 1	วิดีโอที่ 2
6	บันทึกวิดีโอ เตรียมโพสต์คลิป		

3. อัปโหลดวิดีโอ

อัปโหลดวิดีโอลงแพลตฟอร์ม bilibili

Link:

【【茶叶知识】祁门红茶】

https://www.bilibili.com/video/BV1jE421u7zN/?share_source=copy_web&vd_source=4dfa9f62e1e0e4ac20e0c77c47cb1f02

【【茶叶知识】黄山毛峰】

https://www.bilibili.com/video/BV1Cr421x7rd/?share_source=copy_web&vd_source=4dfa9f62e1e0e4ac20e0c77c47cb1f02

สรุป

จากวัตถุประสงค์การวิจัย การออกแบบโดยรวมของผู้วิจัยสามารถตอบโจทย์วัตถุประสงค์การวิจัยได้ โดยในการออกแบบได้เน้นลักษณะเด่นและรูปแบบเฉพาะของวัฒนธรรมชา สามารถถ่ายทอดข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการออกแบบเครื่องประดับของตัวละครเสมือน ได้คำนึงถึงความกลมกลืนโดยรวมและประสานกันของแต่ละองค์ประกอบ อีกทั้งยังหลีกเลี่ยงองค์ประกอบที่ซับซ้อนและไม่เข้ากันด้วย การออกแบบเสื้อผ้าของตัวละครเสมือน ผู้วิจัยมุ่งเน้นไปที่ความสร้างสรรค์ ด้วยการใส่องค์ประกอบเสื้อผ้าและรูปแบบการแสดงออกแบบใหม่ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ด้านสุนทรียศาสตร์ให้แก่ผู้ชม นอกจากนี้ยังเพิ่มท่าทางที่มีการโต้ตอบ (เช่น การ

พักท่ายและการยิ้ม) ให้งับการออกแบบตัวละครเสมือนแบบ live2d ซึ่งเป็นการเพิ่มประสบการณ์
และลักษณะพิเศษทางสุนทรียภาพโดยรวมให้แก่ผู้ชม



บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยโครงการ การออกแบบตัวละครเสมือน เพื่อส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมชาฮุยโจว นี้มีกระบวนการศึกษา ค้นคว้าข้อมูลภาคเอกสารในส่วนที่เป็นเนื้อหาทางวิชาการ และข้อมูลประกอบการออกแบบรูปแบบตัวละครเสมือนเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชาฮุยโจว โดยนำเสนอเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมสมัยสำหรับกลุ่มวัยรุ่น โดยมีผลสรุปตามที่คาดหวังและได้รับประโยชน์ดังนี้

จากการศึกษา ค้นคว้าและวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้รับความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และขนบประเพณีของชาฮุยโจว ทั้งยังได้เรียนรู้สุนทรียศาสตร์ทางศิลปะประติมากรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของฮุยโจว ซึ่งสามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบและสร้างตัวละครเสมือน และจากการวิเคราะห์กรณีศึกษา ได้องค์ความรู้เรื่องแนวทางในการออกแบบตัวละครเสมือนสมัยใหม่ของวัฒนธรรมชาดั้งเดิมของฮุยโจว ที่นำไปสู่การออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชาฮุยโจวแก่ชนรุ่นใหม่ ด้วยสื่อร่วมสมัยตามขั้นตอนวิธีการที่ได้กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์

โดยในขณะดำเนินการสร้างสรรค์ผลงานนี้ ผู้วิจัยได้รับความรู้จากกระบวนการคิด การทดลอง และประสบการณ์ โดยสามารถแบ่งได้ 3 ประการ คือ

1. การพัฒนาที่หลากหลายของสุนทรียศาสตร์สมัยใหม่ในตลาดบันเทิงของจีนในปัจจุบัน ภาพลักษณ์ของผู้หญิงที่ได้รับความนิยมจากสาธารณชนจึงไม่ได้มีแค่ลักษณะเดียวอีกต่อไป ซึ่งในขณะที่ยังออกแบมนั้น ได้ศึกษาถึงศิลปินผู้มีภาพลักษณ์สาวเท่สดใส ซึ่งทำให้ตัวละครเสมือนเปี่ยมไปด้วยคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ที่แท้จริง
2. การออกแบบเครื่องแต่งกาย แนวคิดการจับคู่สีโดยรวมจะอ้างอิงจากสีของใบชาแห้ง และน้ำชาของชาเขียวและชาแดง และสีของเสื้อผ้าอ้างอิงจากการจับคู่สีของวัสดุของอุปกรณ์ดื่มชา โดยจะผสมผสานวัฒนธรรมเข้ากับองค์ประกอบการออกแบบตามวิถีฮุยโจว เพื่อชูความหมายแฝงทางวัฒนธรรมของฮุยโจวที่ผสมผสานเข้ามาในการออกแบบเครื่องแต่งกายของตัวละครเสมือน
3. การออกแบบเครื่องประดับ ผู้วิจัยมีแนวคิดในการออกแบบคือ การใช้แนวคิด "ขงจื้อใหม่" และ "ระบบมารยาท" ที่อยู่ในเครื่องแต่งกายของตัวละครที่ปรากฏในงานประติมากรรมทั้งสามของฮุยโจวมารวมผสมผสานในการออกแบบ

การออกแบบตัวละครเสมือนที่ใช้ในการส่งเสริมวัฒนธรรม ต้องมีสไตล์ มีสเก็ปรภาพ และเข้าถึงคนได้มากกว่าไอคอนตัวจริง ตัวละครเสมือนไม่เพียงแต่สามารถบ่งบอกบุคลิกภาพทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมผ่านภาษาภาพได้เท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างภาพลักษณ์วัฒนธรรม ที่ซับซ้อนได้ด้วย

วิธีการสร้างแบบจำลองขั้นสูงหรือก็คือการสร้างตัวละครเสมือน ซึ่งทำลายข้อจำกัดของแอนิเมชันแบบดั้งเดิม และเพิ่มการรับรู้ทางวัฒนธรรมด้วยรูปลักษณ์ที่มีความเป็นปัจเจกสูง โดยจะเน้นไปที่ประสบการณ์ทางสุนทรียภาพสมัยใหม่แบบใหม่ของวัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิมที่มาจากตัวละครเสมือน

ผลสรุปจากแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น เพื่อประเมินผลงานหลังการสร้างสรรค์ โดยเป็นการสอบถามความคิดเห็นจากสาธารณชนว่าไอดอลเสมือน (Virtual Idol) ที่ออกแบบขึ้นมาสามารถสะท้อนถึงวัฒนธรรมของชาฮุยโจวได้หรือไม่

แบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 ท่าน กลุ่มเป้าหมายอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 15–25 ปี โดยแบบสอบถามนี้ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 การสำรวจความรู้สึกของผู้ชมที่มีต่อการออกแบบตัวละครเสมือน ส่วนที่ 3 ประสบการณ์ของผู้ชมเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาฮุยโจวที่ถ่ายทอดในรูปแบบความเป็นจริงเสมือน (Virtual)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยเฉลี่ยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย มีช่วงอายุอยู่ในกลุ่มเป้าหมายช่วงอายุระหว่าง 15–25 ปี และมีสถานะเป็นนักเรียนนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่ จากข้อมูลพบว่ารูปลักษณ์ภายนอกของตัวละครตอบสนองต่อสุนทรียภาพของกลุ่มเป้าหมาย และผู้คนล้วนเลือกที่จะแนะนำให้กับบุคคลท่านอื่น ซึ่งมีกลุ่มผู้รับสัมภาษณ์เกินกว่า 50% ที่คิดว่า ตัวละครและวัฒนธรรมมีความสอดคล้องกัน ส่วนผลสำรวจความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน พบว่ามีผู้คนเกินกว่า 50% คิดว่า ตัวละครมีการผสมผสานระหว่างสไตล์ของประเทศจีน และวัฒนธรรมมณฑลอันฮุยเข้าด้วยกัน โดยสามารถทำความเข้าใจวัฒนธรรมชาในมณฑลอันฮุย และทัศนคติของคนหนุ่มสาวที่มีต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งคนส่วนใหญ่คิดว่าตัวละครนี้มีความเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมชาฮุยโจวเป็นอย่างมาก

สรุปผลการประเมินการรับชมวิดีโอ

1. ชื่อผลงาน: "ความรู้เรื่องชา - ชาแดงฉีเหมิน" และ "ความรู้เรื่องชา - ชาเหมาเฟิงแห่งเขาหวางชาน "
2. วันเผยแพร่: 6 เมษายน 2024
3. วิธีการประเมิน: สถิติอัตราการคลิกชมวิดีโอ
4. ผลการประเมิน:
 - การแสดงผลทั้งหมด: วิดีโอนี้ได้ถูกแสดงผลทั้งหมด 16,380 ครั้งภายในระยะเวลาหนึ่งเดือนหลังจากเผยแพร่

- ยอดรับชมทั้งหมด: วิดีโอนี้ได้ถูกรับชมทั้งหมด 1,500 ครั้งภายในระยะเวลาหนึ่งเดือนหลังจากเผยแพร่
- อัตราการคลิกชม: ประมาณ 10% (กล่าวคือ ในการแสดงผล 100 ครั้งมีการคลิกชม 10 ครั้ง)

5. การวิเคราะห์ผลการประเมิน:

อัตราการคลิกอยู่ในเกณฑ์ดี ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ชมสนใจเนื้อหาวิดีโอ อัตราการคลิกในระดับสูงอาจสะท้อนถึงความน่าดึงดูดของวิดีโอต่อผู้ชมที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเป็นการเพิ่มอิทธิพลและความน่าดึงดูดของวิดีโอ เราสามารถปรับปรุงเนื้อหาของวิดีโอและกลยุทธ์การเผยแพร่ซึ่งจะทำให้ดึงดูดผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

ในยุคโลกาภิวัตน์และยุคดิจิทัลในปัจจุบัน การศึกษาและทำความเข้าใจประวัติศาสตร์และภูมิหลังของวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงการสืบทอดและการพัฒนาในสังคมยุคใหม่มีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ

งานวิจัยได้เน้นถึงการสร้างคาร์แรกเตอร์ลิขสิทธิ์ (Character licensing) ของตัวละครเสมือนที่มีความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตกับแวดวงวัฒนธรรมสมัยนิยมหรือป๊อปคัลเจอร์ (Pop Culture) การเผยแพร่และส่งเสริมภาพลักษณ์ตัวละครจะค่อยๆ แพร่กระจายไปยังแวดวงอื่น ด้วยอิทธิพลของระบบนิเวศทางวัฒนธรรมของป๊อปคัลเจอร์ ดังนั้นในการสร้างภาพลักษณ์และการจัดวางเรื่องราวของตัวละครจึงจำเป็นต้องตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงของประเพณีและกระแสนิยม เพื่อให้การออกแบบและการสร้างคาแรกเตอร์ของตัวละครนั้นสอดคล้องกับสุนทรียะของวัยรุ่นหนุ่มสาวในปัจจุบัน

ประการแรก ผู้วิจัยได้วิเคราะห์วัฒนธรรมชาในเขตพื้นที่สุโขทัย โดยศึกษาอิทธิพลและความสำคัญของวัฒนธรรมชาในแง่ของภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และมานุษยศาสตร์ ผลการวิจัยได้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและคุณค่าของการสืบทอดและการพัฒนาทางวัฒนธรรมในพื้นที่สุโขทัย

ในขณะเดียวกัน จากการเรียบเรียงและเปรียบเทียบข้อมูลทางเอกสารและกรณีศึกษาต่างๆ ที่มีอยู่ จึงได้สรุปรูปแบบและวิธีการสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งวิธีการเหล่านี้สามารถนำไปใช้ได้จริงสำหรับผู้ทำงานด้านการออกแบบภาพและนิเทศศิลป์

ประการสุดท้าย ตัวละครเสมือนได้ถูกการออกแบบและสร้างสรรค์ขึ้นมา การสร้างสรรค์นี้มีส่วนช่วยในการพัฒนากระแสวัฒนธรรมแบบผสม เสนอแนวคิดใหม่และความเป็นไปได้สำหรับการสร้างสื่อประชาสัมพันธ์บนแพลตฟอร์มวิดีโอ และมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการเผยแพร่

กล่าวโดยสรุป งานวิจัยนี้ได้ให้แนวคิดใหม่ ๆ สำหรับการสืบทอดและสร้างสรรค์ซึ่งช่วยให้ผู้คนสามารถเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างลึกซึ้ง โดยได้ศึกษาอย่างครอบคลุมเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และทฤษฎีการออกแบบสื่อของเขตพื้นที่สุโขทัย ในขณะเดียวกัน ยังมี การศึกษาค้นคว้าการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมและสื่อสมัยใหม่ผ่านการออกแบบและการสร้างสรรค์ตัวละครเสมือนขึ้นมา ซึ่งถือเป็นข้อมูลและผลการวิจัยที่เป็นประโยชน์สำหรับการวิจัยทางวิชาการและการประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ ผลการวิจัยและการออกแบบที่สร้างสรรค์เหล่านี้มีส่วนช่วย ในการพัฒนาสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังเป็นแนวทางใหม่และข้อมูลอ้างอิงสำหรับการวิจัยและ ภาคปฏิบัติในอนาคต

แนวคิดการออกแบบตัวละครเสมือนจริงนี้ไม่เพียงแต่ส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิมอย่างเดียว ยังตอบสนองความต้องการทางสุนทรียภาพสมัยใหม่ นักออกแบบสามารถสร้างตัวละครที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และสอดคล้องกับสุนทรียภาพสมัยใหม่ ซึ่งมีส่วนช่วยในการสืบทอดและการพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิม นอกจากนี้ นักออกแบบยังสามารถทำการประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ที่ได้รับนิยม เช่น YouTube สร้างสื่อภาพเคลื่อนไหวโดยใช้ตัวละครเสมือนมานำเสนอเพื่อส่งเสริม วัฒนธรรมชาสุโขทัยให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Banniang. (2021, October 22). *A survey of contemporary youth beverage consumption*. <https://www.cbndata.com/information/211132>
- Chen, H., & Li, J. (2022). Huizhou Tea Art: A Study on Its Aesthetic Value and Social Significance. *International Journal of Tea Science*, 15(3), 112-125.
- Dong, D. (1996). The essence of Chinese tea ceremony and the development of tea culture. *Tea Industry Bulletin*(2).
- Guo, M., & Yang, Q. (2020). The Economic Impact of Huizhou Tea Industry on Local Development. *Journal of Economic Geography*, 25(1), 33-46.
- Han, X. (2022, August 10). *Research on the operation of the relationship between fans and communities in the virtual community*. <https://www.doc88.com/p-3582862020864.html?s=rel&id=5>
- Hebdige. (2009). *Subculture: The Meaning of Style*. Peking University Press.
- Hu, J. (2014). *Huizhou Arts and Crafts (Xuning County Vol.)*. Hefei University of Technology Press.
- Huicha Online. (2023a). Development History of Huizhou Tea Culture. <https://www.huichazx.com/culture/history>
- Huicha online. (2023b, April 3). *A Survey of Contemporary Youth Beverage Consumption*. Huichazx. <https://www.huichazx.com/culture/history>
- Li, G., & Chen, Y. (2018). Research on the Internet Interaction of Internet Virtual Idols and Their Fan Groups: A Case Study of the Virtual Diva "Luo Tianyi". *Chinese Youth Studies*(6).
- Liu, Y., & Wu, X. (2021). Exploring the Unique Characteristics of Huizhou Tea Ceremony. *Journal of East Asian Studies*, 12(4), 78-91.
- Lu, Y. (2007). *Introduction to Cultural Studies* (Vol. 7(3)). Fudan University Press.
- Niu, M., & Chen, G. (2021). Brand image design and communication based on virtual idol symbols. *Packaging Engineering*, 42(18), 282.
- Ouyang, Y., & Deng, Z. (2020). The Origin, Shape and Approach of Chinese Two-Dimensional Culture. *Academic Monthly*(3).

- Wang, S., & Zhang, L. (2023). The Historical Evolution of Huizhou Tea Culture. *Journal of Chinese Cultural Studies*, 8(2), 45-58.
- Xu, Z. (1960). Brief History of Tea in Anhui. *Anhui History*, 1-16.
- Yimin. (2019, June 14). *Overview of Huizhou Tea Culture*.
https://baike.baidu.com/item/%E5%BE%BD%E5%B7%9E%E8%8C%B6?fromModule=lemma_search-box
- Yimin. (2021, August 8). *History of Tea in China*.
https://baike.baidu.com/item/%E4%B8%AD%E5%9B%BD%E8%8C%B6%E5%8F%B2?fromModule=lemma_search-box
- Yu, G., & Geng, X. (2020). On the technical empowerment and simulacra deconstruction of virtual idols in the era of artificial intelligence. *Journal of Shanghai Jiaotong University*(1).
- Zhan, H. (2019). Online Virtual Idol and Fan Group Identity Construction. *Young Reporter*((11)).
- Zhu, X., & Wang, Y. (2019). Preservation and Innovation: A Study on the Development of Huizhou Tea Culture in the Digital Age. *Journal of Cultural Heritage Management*, 6(2), 155-168.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
เครื่องมือวิจัย

แบบสอบถามก่อนการออกแบบตัวละครเสมือน เพื่อส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมชา ฮุยโจว

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง: การออกแบบตัวละครเสมือน: ประสพการณ์ทางสุนทรียะของวัฒนธรรมชาสมัยใหม่

ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต: สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัย: Miss Mengxin Wei

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ. ดร.ผกามาศ สุวรรณนิภา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
1	เพศ		
	ชาย	60	54.55%
	หญิง	50	45.45%
2	ทะเบียนบ้านของท่านอยู่ในมณฑลอันฮุยใช่หรือไม่		
	ใช่	60	54.55%
	ไม่ใช่ แต่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย หรือเคยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย	45	40.91%
	ไม่ใช่และไม่เคยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย	5	4.55%
3	อายุของท่าน		
	ต่ำกว่า 15 ปี	20	18.18%
	15-20 ปี	35	31.82%
	20-25 ปี	40	36.36%
	25 ปีขึ้นไป	15	13.64%
4	อาชีพการงานของท่าน		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (เช่น อาจารย์/แพทย์/ทนายความ เป็นต้น)	25	22.73%
	พนักงานบริการ	5	4.55%
	อาชีพอิสระ (เช่น นักเขียน/ศิลปิน/ช่างภาพ/มัคคุเทศก์ เป็นต้น)	5	4.55%
	กรรมกร (เช่น กรรมกรโรงงาน/กรรมกรก่อสร้าง/กรรมกรสุขาภิบาลในเมือง เป็นต้น)	0	0%
	พนักงานบริษัท	0	0%
	พนักงานราชการ	10	9.09%
	นักเรียนนักศึกษา	65	59.09%
	แม่บ้าน	0	0%
อื่น ๆ (เช่น นักธุรกิจ) โปรดระบุ _____	0	0%	

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยเฉลี่ยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย มีช่วงอายุอยู่ในกลุ่มเป้าหมาย และมีสถานะเป็นนักเรียนนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่

1.2 สสำรวจการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
5	ท่านรู้จักหรือเข้าใจเกี่ยวกับไอดอลเสมือน (Virtual Idol) หรือไม่		
	ใช่	90	81.82%
	ไม่	20	18.18%
6	ท่านเคยเห็นไอดอลเสมือน (Virtual Idol) ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นหรือไม่		
	ใช่	25	22.73%
	ไม่	85	77.27%
7	เหตุผลใดที่ทำให้ท่านสนใจในไอดอลเสมือน (Virtual Idol) ทางวัฒนธรรม		
	ต้องการเข้าใจเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น	80	72.73%
	มีความสนใจในรูปแบบทางศิลปะของพื้นที่นั้น	85	77.27%
	เพื่อการผ่อนคลาย ความบันเทิง หรืองานอดิเรกส่วนบุคคล	90	81.82%
	ความจำเป็นต่อการเรียนหรือการทำงาน	30	27.27%
	อื่น ๆ โปรดระบุ _____	5	4.55%
8	ท่านดื่มชาบ่อยแค่ไหนในแต่ละวัน		
	ดื่มเสมอ	10	9.09%
	ดื่มบ่อย	30	27.27%
	ดื่มบางครั้ง	50	45.45%
	ไม่ดื่มเลย	20	18.18%
9	ท่านมีความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาฮุยโจวหรือไม่		
	เข้าใจเป็นอย่างมาก	25	22.73%
	เข้าใจเพียงเล็กน้อย	65	59.09%
	ไม่เข้าใจเลย	20	18.18%
10	ท่านคิดว่าจำเป็นต้องปลูกฝังแนวคิดทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของชาฮุยโจวในหมู่วัยรุ่นหรือไม่		
	ใช่	110	100%
	ไม่	0	0%

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่ทราบถึงไอดอลเสมือน แต่ไม่เคยเห็นการนำไอดอลเสมือนมาใช้สำหรับการเผยแพร่วัฒนธรรม และมีผู้คนส่วนมากที่ให้ความสนใจกับไอดอลเสมือนทางวัฒนธรรม โดยจำนวนผู้ที่ชื่นชอบและดื่มชามีจำนวนน้อย กลุ่มคนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชา และเห็นด้วยกับการเผยแพร่ชาฮุยโจวให้เป็นที่รับรู้ในกลุ่มวัยรุ่นมากขึ้น

1.3 สสำรวจความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
13	หากมีการออกแบบไอดอลเสมือนเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชา ท่านมีความคาดหวังให้ไอดอลเสมือน (Virtual Idol) มีลักษณะแบบใด		
	มีลักษณะแบบจีนคลาสสิก	55	50%
	มีเอกลักษณ์ของมณฑลอันฮุย	80	72.73%
	มีความทันสมัย	75	68.18%

	มีบรรยากาศของวัฒนธรรม	45		40.91%
	อื่น ๆ โปรดระบุ _____	0		0%
14	ท่านคิดว่านัยยะทางวัฒนธรรมใดบ้างที่ไอดอลเสมือน(Virtual Idol) จำเป็นต้องสื่อถึง			
	ประวัติศาสตร์อันยาวนานของวัฒนธรรมชา	80		72.73%
	เผยแพร่ศิลปะประเภทอื่น ๆ ที่มีในท้องถิ่น	85		77.27%
	ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อการสืบทอดวัฒนธรรม	80		72.73%
	อื่น ๆ โปรดระบุ _____	0		0%
15	ท่านคิดว่าสื่อใดที่เหมาะสมสำหรับการโปรโมตไอดอลเสมือน(Virtual Idol)			
	ป้ายโฆษณาของเมือง	35		31.82%
	โปสเตอร์	25		22.73%
	เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของเมือง	40		36.36%
	เว็บไซต์ส่วนบุคคล	50		45.45%
	สื่อเชิงโต้ตอบอื่น ๆ	105		95.45%
	อื่น ๆ โปรดระบุ _____	5		4.55%

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความคาดหวัง คือ การออกแบบตัวละครต้องให้ความสำคัญกับรสนิยมทางด้านแฟชั่นและการผสมผสานกับศิลปะของภูมิภาค การหาความสมดุลในภูมิหลังทางวัฒนธรรมชาฮุยโจว รูปแบบทางศิลปะของภูมิภาคอื่น และทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อการสืบทอดวัฒนธรรม ซึ่งผู้คนส่วนใหญ่ล้วนเห็นด้วยกับการส่งเสริมวัฒนธรรมชาผ่านสื่อเชิงโต้ตอบ

จากการวิเคราะห์ข้างต้น ผู้วิจัยจะเลือกรูปแบบที่เหมาะสมและคุณสมบัติเด่นให้กับไอดอลเสมือนส่งเสริมวัฒนธรรมชา เพื่อกำหนดตัวแทนอันเป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาฮุยโจว

แบบสอบถามหลังการออกแบบตัวละครเสมือนเพื่อส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรมชา ฮุยโจว

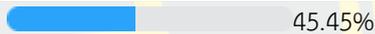
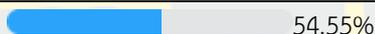
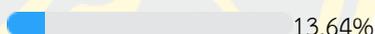
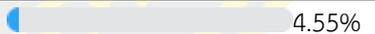
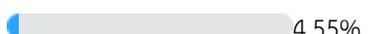
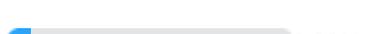
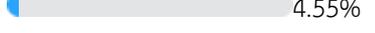
หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง: การออกแบบตัวละครเสมือน: ประสิทธิภาพทางสุนทรียะของวัฒนธรรมชาสมัยใหม่

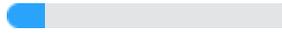
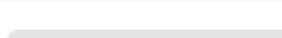
ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต: สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัย: Miss Mengxin Wei

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ. ดร.ผกามาศ สุวรรณนิภา

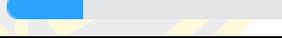
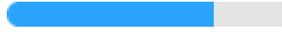
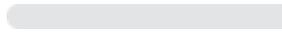
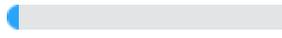
1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
1	เพศ		
	ชาย	50	 45.45%
	หญิง	60	 54.55%
2	ทะเบียนบ้านของท่านอยู่ในมณฑลอันฮุยใช่หรือไม่		
	ใช่	85	 77.27%
	ไม่ใช่ แต่ปัจจุบันอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุยหรือเคยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย	15	 13.64%
	ไม่ใช่และไม่เคยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย	10	 9.09%
3	อายุของท่าน		
	ต่ำกว่า 15 ปี	5	 4.55%
	15-20 ปี	50	 45.45%
	20-25 ปี	50	 45.45%
	25 ปีขึ้นไป	5	 4.55%
4	อาชีพการงานของท่าน		
	ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (เช่น อาจารย์/แพทย์/ทนายความ เป็นต้น)	5	 4.55%
	พนักงานบริการ	10	 9.09%
	อาชีพอิสระ (เช่น นักเขียน/ศิลปิน/ช่างภาพ/มัคคุเทศก์ เป็นต้น)	10	 9.09%
	กรรมกร (เช่น กรรมกรโรงงาน/กรรมกรก่อสร้าง/กรรมกรสุขภาพในเมือง เป็นต้น)	5	 4.55%
	พนักงานบริษัท	15	 13.64%

พนักงานราชการ	15		13.64%
นักเรียนนักศึกษา	50		45.45%
แม่บ้าน	0		0%
อื่น ๆ (เช่น นักธุรกิจ) โปรตระกูล	0		0%

จากข้อมูลข้างต้น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงโดยเฉลี่ยอาศัยอยู่ในมณฑลอันฮุย มีช่วงอายุอยู่ในกลุ่มเป้าหมาย และมีสถานะเป็นนักเรียนนักศึกษาเป็นส่วนใหญ่

1.2 สํารวจการยอมรับของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
5	ท่านคิดว่าไอดอลเสมือน (Virtual Idol) นี้สวยหรือไม่		
	สวยมาก	85	 77.27%
	สวย	20	 18.18%
	ปานกลาง	5	 4.55%
	ไม่สวย	0	 0%
	ไม่สวยอย่างยิ่ง	0	 0%
6	ท่านจะแนะนำไอดอลเสมือน (Virtual Idol) นี้ให้กับคนที่รู้จักหรือไม่		
	แนะนำ	110	 100%
	ไม่แนะนำ	0	 0%
7	เคยรู้จักไอดอลเสมือน (Virtual Idol) ประเภทไหนมาก่อนหรือไม่		
	เคย	30	 27.27%
	ไม่เคย	80	 72.73%
8	ท่านคิดว่าอะไรคือจุดเด่นของไอดอลเสมือน (Virtual Idol) นี้เมื่อเทียบกับไอดอลเสมือน (Virtual Idol) อื่น ๆ		
	รูปลักษณ์ของตัวละครสวยงาม	80	 72.73%
	แนวคิดเรื่องราวภูมิหลังของตัวละคร	75	 68.18%
	การกำหนดลักษณะบุคลิกของตัวละคร	40	 36.36%
	ระดับความสมดุลระหว่างตัวละครกับตัววัฒนธรรม	60	 54.55%
	ไม่มีจุดเด่นอะไรเลย	0	 0%
	อื่น ๆ	0	 0%
9	ท่านคิดว่าภาพลักษณ์ด้านใดที่ต้องปรับปรุงแก้ไข		
	หน้าตา	5	 4.55%

ทรงผม	0	0%
การจับคู่สีของตัวละคร	5	4.55%
การกำหนดเรื่องราวภูมิหลังของตัวละคร	15	13.64%
การกำหนดลักษณะบุคลิกของตัวละคร	10	9.09%
อื่น ๆ	80	72.73%

จากข้อมูลจะเห็นว่า รูปลักษณ์ภายนอกของตัวละคร ตอบสนองต่อสุนทรียภาพ ของกลุ่มเป้าหมาย และผู้คนล้วนเลือกที่จะแนะนำให้กับบุคคลท่านอื่น ซึ่งมีกลุ่มผู้รับสัมภาษณ์ เกินกว่าครึ่งที่คิดว่า ตัวละครและวัฒนธรรมมีความสอดคล้องกัน

1.3 สสำรวจความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อภาพลักษณ์เสมือน

ข้อ	รายการประเมิน	จำนวน (ท่าน)	อัตราส่วน
10	ท่านคิดว่าไอ돌เสมือน (Virtual Idol) นี้สอดคล้องกับสไตล์หรือกลิ่นอายใด		
	A.รูปแบบจินตคลาสสิก	60	54.55%
	B.เอกลักษณ์ของมณฑลอันฮุย	75	68.18%
	C.ความทันสมัย	40	36.36%
	D.บรรยากาศของวัฒนธรรม	60	54.55%
	E. อื่น ๆ โปรดระบุ	0	0%
11	ความหมายแฝงทางวัฒนธรรมใดที่ท่านได้เข้าใจผ่านไอ돌เสมือน (Virtual Idol) นี้		
	A.ภูมิหลังอันยาวนานของวัฒนธรรมชา	100	90.91%
	B.ศิลปะประเภทอื่น ๆ ที่มีในท้องถิ่น	50	45.45%
	C.ทัศนคติของวัยรุ่นที่มีต่อการสืบทอดวัฒนธรรม	65	59.09%
	D.อื่น ๆ โปรดระบุ	0	0%
12	ท่านคิดว่าการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านไอ돌เสมือน (Virtual Idol) ควรให้ความสำคัญในด้านใด		
	A.การสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรมของพื้นที่	85	77.27%
	B.การเพิ่มชื่อเสียงของพื้นที่	75	68.18%
	C.การส่งเสริมเศรษฐกิจและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในพื้นที่	70	63.64%
	D.การเผยแพร่วัฒนธรรมของคนกลุ่มน้อยในพื้นที่	25	22.73%
	E.อื่น ๆ โปรดระบุ	0	0%
13	ท่านคิดว่าไอ돌เสมือน (Virtual Idol) นี้สามารถสื่อความหมายแทนภาพลักษณ์ของวัฒนธรรมชาฮุยได้หรือไม่		
	A.ได้เป็นอย่างมาก	100	90.91%

B.ได้ปานกลาง	10	9.09%
C.ไม่ได้	0	0%

จากข้อมูลจะเห็นว่า มีผู้คนเกินกว่าครึ่งคิดว่า ตัวละครมีการผสมผสานระหว่างสไตล์ ของประเทศจีน และวัฒนธรรมมณฑลอันฮุย เข้าด้วยกัน โดยสามารถทำความเข้าใจวัฒนธรรมชา มณฑลอันฮุย และทัศนคติของคนหนุ่มสาว ที่มีต่อวัฒนธรรมดั้งเดิม ซึ่งคน ส่วนใหญ่คิดว่าตัวละครนี้ มีความเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมชาฮุยใจเป็นอย่างมาก



แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาฮุยโจว

หัวข้อวิทยานิพนธ์เรื่อง: การออกแบบตัวละครเสมือน: ประสบการณ์ทางสุนทรียะของวัฒนธรรมชาฮุยโจวสมัยใหม่

ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต: สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้วิจัย: Miss Mengxin Wei

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ผศ. ดร.ผกา มาศ สุวรรณนิภา

ลำดับ	ข้อความถาม
1	<p>ความเป็นมาที่ทำให้ท่านสนใจในวัฒนธรรมชาฮุยโจว และเริ่มทำงานเกี่ยวกับการเผยแพร่วัฒนธรรมชาฮุยโจว</p> <p>ในฐานะผู้ที่ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรม Huizhou เมื่อตอนเป็นเด็ก ฉันมีความสนใจอย่างมากในวัฒนธรรมชา Huizhou ภูมิภาค Huizhou มีประวัติศาสตร์อันยาวนานในด้านการเพาะปลูกและการผลิตชา ประเพณีศิลปะชาอันเป็นเอกลักษณ์และเทคโนโลยีการชงชาอันประณีตดึงดูดใจฉันอย่างมาก ดังนั้นฉันจึงตัดสินใจมีส่วนร่วมในการเผยแพร่วัฒนธรรมชา Huizhou โดยหวังว่าจะส่งต่อและส่งเสริมวัฒนธรรมอันล้ำค่านี้ให้กับผู้คนจำนวนมากขึ้น</p>
2	<p>ประเทศจีนมีประวัติศาสตร์อันยาวนานในด้านการปลูกชา ขนบธรรมเนียมและแนวความคิดเกี่ยวกับชาในฮุยโจวล้วนเป็นการตกผลึกของภูมิปัญญาที่ได้รับการสั่งสมมาอย่างยาวนาน วัฒนธรรมประเพณีใดของฮุยโจวที่ท่านรู้สึกประทับใจมากที่สุด</p> <p>ใน Huizhou มีประเพณีการเลี้ยงชาที่น่าประทับใจมากมาย ในหมู่พวกเขาฉันได้รับอิทธิพลอย่างลึกซึ้งจากพิธีชาซึ่งเป็นประเพณีที่ผสมผสานศิลปะชากับวิถีชีวิต ผู้คน Huizhou ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีคุณภาพและการผลิตของชา นอกจากนี้คน Huizhou ยังมีมารยาทและศุลกากรมากมายที่เกี่ยวข้องกับชาเช่นพิธีชา "กฎหมายพิธีกรรม" ที่ไม่เหมือนใครและรูปแบบโต๊ะชาแบบดั้งเดิมและชุดชา</p>
3	<p>จากประเพณีที่ท่านได้กล่าวในข้างต้น คุณลักษณะพิเศษใดบ้างของวัฒนธรรมชาดั้งเดิมที่สะท้อนอยู่ในประเพณีเหล่านี้</p> <p>ลักษณะสำคัญหลายประการของวัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิมสามารถสะท้อนให้เห็นได้จากประเพณีเหล่านี้:</p>

	<p>1. เคารพประเพณี: ชาวฮุ่ยโจวให้ความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสืบทอดพิธีชงชาและวัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิม พวกเขาใส่ใจในการปฏิบัติตามเทคโนโลยีการชงชาแบบดั้งเดิมและมารยาทในพิธีชงชา และถือว่าสิ่งเหล่านี้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า</p> <p>2. ใส่ใจกับคุณภาพ: วัฒนธรรมชา Huizhou เน้นคุณภาพและกระบวนการผลิตชา พวกเขาเชื่อว่าชาที่ผลิตด้วยความเอาใจใส่เท่านั้นที่สามารถรักษารสชาติและคุณภาพที่เป็นเอกลักษณ์ได้</p> <p>3. ไลฟ์สไตล์: ชามีบทบาทสำคัญในชีวิตของชาวฮุ่ยโจว พวกเขาใช้ชาเพื่อสื่อสารและให้ความบันเทิงแก่แขก และผสมผสานศิลปะชาเข้ากับชีวิตประจำวันของพวกเขา</p> <p>4. ใส่ใจกับมารยาท: วัฒนธรรมชา Huizhou ให้ความสำคัญกับมารยาท มีกฎระเบียบที่เข้มงวดเกี่ยวกับการจัดงานเลี้ยงน้ำชา การจัดชุดน้ำชา การแสดงพิธีชงชา ฯลฯ ซึ่งสะท้อนถึงความเคารพและความเคารพในพิธีชงชา ลักษณะเหล่านี้รวมกันเป็นค่านิยมหลักของวัฒนธรรมชา Huizhou และยังคงสะท้อนถึงลักษณะทั่วไปของวัฒนธรรมชาจีนโบราณอีกด้วย</p>
4	<p>สถานะการณ์การพัฒนาวัฒนธรรมชาฮุ่ยโจวในปัจจุบันเป็นอย่างไร</p> <p>วัฒนธรรมชา Huizhou ยังคงมีอิทธิพลบางอย่างในสังคมปัจจุบัน แต่เมื่อการแข่งขันในตลาดชาเริ่มรุนแรงขึ้น ชา Huizhou 1. จำเป็นต้องแข่งขันกับชาพันธุ์อื่น ๆ</p> <p>ดังนั้นจึงจำเป็นต้องปรับปรุงคุณภาพและความพยายามในการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง 2. จำเป็นต้องให้คนหนุ่มสาวเข้าใจและมีส่วนร่วมในวัฒนธรรมชาฮุ่ยโจวมากขึ้น ผ่านทางการให้ความรู้ การประชาสัมพันธ์ และวิธีการอื่นๆ 3. แนะนำพันธุ์ใหม่และกระบวนการใหม่</p> <p>และขยายสาขาการประยุกต์ใช้ชาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและความน่าดึงดูด 4. ส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านการสนับสนุนนโยบาย การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ฯลฯ</p> <p>ในขณะที่ยังคงรักษาประเพณี</p>

	เราสร้างสรรค์นวัตกรรมเพื่อให้แน่ใจว่ามีความเจริญรุ่งเรืองและการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
5	<p>ในปัจจุบัน วัฒนธรรมการดื่มชาในหมู่วัยรุ่นน้อย ๆ หายไป ท่านมีประสบการณ์เกี่ยวกับประเด็นนี้หรือไม่ อย่างไร</p> <p>นับเป็นปรากฏการณ์ที่วัฒนธรรมชากำลังค่อยๆ จางหายไปในกลุ่มคนหนุ่มสาว ด้วยการเร่งตัวของการขยายตัวของเมืองและความทันสมัย</p> <p>คนหนุ่มสาวอาจมีแนวโน้มที่จะใช้ชีวิตที่สะดวกสบายและรวดเร็วมากขึ้น</p> <p>คนหนุ่มสาวมีแนวโน้มที่จะเลือกเครื่องดื่ม เช่น กาแฟ และชานมที่สอดคล้องกับรสนิยมและพฤติกรรมการใช้ชีวิตของตนเองมากกว่า</p> <p>ด้วยความนิยมของอินเทอร์เน็ตและโซเชียลมีเดีย</p> <p>คนหนุ่มสาวจึงได้รับข้อมูลที่สมบูรณ์และหลากหลายมากขึ้น</p> <p>และเสน่ห์ดั้งเดิมของวัฒนธรรมชาที่อาจจะค่อนข้างอ่อนแอ</p> <p>ในบางครอบครัวและการศึกษาในโรงเรียน</p> <p>อาจไม่ให้ความสำคัญกับการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมมากนัก</p> <p>ส่งผลให้เยาวชนมีความเข้าใจและสนใจวัฒนธรรมชาต่ำ</p>
6	<p>มีบางคนให้ข้อคิดเห็นว่า สาเหตุสำคัญที่วัฒนธรรมการดื่มชาในหมู่วัยรุ่นลดลงนั้นเนื่องมาจากเป็นวัฒนธรรมที่ล้าสมัย ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรกับประเด็นนี้</p> <p>ฉันคิดว่าสาเหตุที่วัฒนธรรมชาจางหายไปในกลุ่มวัยรุ่นไม่ได้เกิดจากการไม่ตามกาลเวลาทั้งหมด แต่เป็นผลมาจากปัจจัยหลายอย่างรวมกัน</p> <p>แม้ว่าวัฒนธรรมชาอาจไม่เข้ากับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน แต่วัฒนธรรมชาเองก็ไม่ได้ล้าสมัย</p> <p>และมีความหมายแฝงและคุณค่าทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย</p> <p>ในความเป็นจริงแล้ว</p> <p>วัฒนธรรมชามีความก้าวหน้าไปตามกาลเวลาและปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของสังคมยุคใหม่อยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น ในแง่ของการส่งเสริมวัฒนธรรมชา</p> <p>สวนวัฒนธรรมชา การแสดงศิลปะชา เทศกาลวัฒนธรรมชา และกิจกรรมอื่น ๆ</p> <p>ดึงดูดคนหนุ่มสาวจำนวนมากให้เข้าร่วม นอกจากนี้</p> <p>แบรนด์ชาชื่อดังผู้บริโภคผ่านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมและการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับรสนิยม ของคนหนุ่มสาว</p>

7	<p>วัฒนธรรมชาดั้งเดิมมีบทบาทอย่างไรในการสืบทอดวัฒนธรรมจีน</p> <p>วัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิมมีบทบาทสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมจีน ภูมิปัญญาจีนโบราณและประเพณีทางวัฒนธรรมสามารถสืบทอดและส่งต่อผ่านการสืบทอดวัฒนธรรมชา ทำให้ผู้คนเข้าใจและเคารพประวัติศาสตร์ได้ดีขึ้น</p> <p>วัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิม เช่น พิธีชงชาและศิลปะการชงชา มุ่งเน้นไปที่มารยาทและการเพาะปลูก ซึ่งช่วยในการสืบทอดคุณธรรมและแนวความคิดทางศีลธรรมแบบดั้งเดิมของประเทศจีน</p> <p>เนื่องจากเป็นรูปแบบวัฒนธรรมที่เปิดกว้างและครอบคลุม วัฒนธรรมชาจึงส่งเสริมความเข้าใจและการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน</p> <p>วัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิมมุ่งเน้นไปที่สุนทรียศาสตร์และรสชาติ ตั้งแต่การเลือกใบชา เทคนิคการชงชา ไปจนถึงการผลิตชุดน้ำชา ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นถึงการแสวงหาความงามและรสนิยมอันงดงามของชาวจีน</p>
8	<p>วัฒนธรรมจำเป็นต้องก้าวให้ทันกับยุคสมัย ทว่าแนวคิดนี้ยังนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิงในบางส่วนของวัฒนธรรมดั้งเดิม ท่านคิดว่าเราจะสามารถเพิ่มส่วนผสมที่ทันสมัยให้กับวัฒนธรรมชาดั้งเดิมอันเก่าแก่นี้ เพื่อสร้างนวัตกรรมโดยไม่สูญเสียวัฒนธรรมดั้งเดิมได้อย่างไร</p> <p>กุญแจสำคัญในการสร้างสรรค์นวัตกรรมโดยการเพิ่มองค์ประกอบที่ทันสมัยให้กับวัฒนธรรมชาแบบดั้งเดิมคือการปฏิรูปและนวัตกรรมที่สมเหตุสมผลบนพื้นฐานของการเคารพ ประเพณีและการรักษาค่านิยมหลัก</p> <p>เพื่อให้วัฒนธรรมดั้งเดิมสามารถก้าวทันยุคสมัยโดยไม่สูญเสียแก่นแท้และเสน่ห์ของมัน เราสามารถบูรณาการเทคโนโลยีและประเพณี สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชา จัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ และปกป้องทักษะดั้งเดิม ด้วยวิธีการข้างต้น</p> <p>วัฒนธรรมชาสามารถปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของสังคมสมัยใหม่และภูมิหลังของยุคสมัยได้ดีขึ้น โดยไม่สูญเสียเสน่ห์และคุณค่าทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์</p>
9	<p>เมื่อไม่กี่ปีมานี้ ผู้คนได้ใช้รูปแบบวิธีการใหม่ ๆ ในการส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิม ท่าน</p>

	<p>คิดว่า การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เป็นสิ่งที่ยอมรับได้หรือไม่</p> <p>การส่งเสริมวัฒนธรรมดั้งเดิมในรูปแบบใหม่อาจเป็นความพยายามที่มีประโยชน์ แต่ต้องทำบนสมมติฐานของการเคารพคุณค่าหลักของวัฒนธรรมดั้งเดิมและสร้างสมดุลระหว่างความสัมพันธ์ระหว่างนวัตกรรมและประเพณีเพื่อส่งเสริมมรดกและการพัฒนาวัฒนธรรมดั้งเดิม</p>
10	<p>ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรการสร้างสื่อร่วมสมัยด้วยการใช้ Character Design เป็นสื่อแทนวัฒนธรรมชาของฮุยโจว</p> <p>การใช้การออกแบบตัวละครเป็นการสร้างสรรค์สื่อร่วมสมัยเพื่อนำเสนอวัฒนธรรมชา Huizhou ถือเป็นความพยายามที่มีประโยชน์ นี่คือนสิ่งที่ฉันคิดว่า:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ด้วยการออกแบบตัวละคร วัฒนธรรมชาฮุยโจวสามารถรวบรวมและมอบภาพลักษณ์ที่สดใสและคุณลักษณะที่โดดเด่นได้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงแก่นแท้ ต้นกำเนิดทางประวัติศาสตร์ และเสน่ห์อันเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมชาฮุยโจวได้ดียิ่งขึ้น 2. กระตุ้นเสียงสะท้อนจากผู้ชม: การออกแบบตัวละครสามารถสร้างตัวละครที่เต็มไปด้วยบุคลิกภาพและอารมณ์ ทำให้ผู้ชมสะท้อนและเชื่อมโยงทางอารมณ์ได้ง่ายขึ้น ผ่านตัวละครเหล่านี้ ผู้ชมสามารถมีความเข้าใจและประสบการณ์ที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับวัฒนธรรมชาฮุยโจว และเพิ่มความรู้สึกถึงอัตลักษณ์และความสนใจในวัฒนธรรมนั้น 3. วิธีการสื่อสารที่เป็นนวัตกรรม: รูปแบบสื่อแบบดั้งเดิมอาจไม่สามารถแสดงความหลากหลายและเสน่ห์ของวัฒนธรรมชา Huizhou ได้อย่างเต็มที่ ในขณะที่การออกแบบตัวละครสามารถแสดงผ่านวิธีการสร้างสรรค์และรูปแบบสื่อใหม่ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจและการมีส่วนร่วมของผู้ชมมากขึ้น 4. ให้ความสนใจเท่าเทียมกันกับการสืบทอดและนวัตกรรม: ในการสร้างการออกแบบตัวละคร เราไม่เพียงแต่สามารถสืบทอดองค์ประกอบดั้งเดิมของวัฒนธรรมชา Huizhou เช่น

<p>เทคโนโลยีการผลิตชา Huizhou มารยาทวัฒนธรรมชา ฯลฯ แต่ยังสอดแทรกองค์ประกอบที่เป็นนวัตกรรมเข้าไป ตรงกับความต้องการของสังคมร่วมสมัยและผู้ฟัง การผสมผสานดังกล่าวช่วยให้วัฒนธรรมชา Huizhou ได้รับการสืบทอดและพัฒนาให้ดีขึ้นในยุคปัจจุบัน</p> <p>5. ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม: ด้วยการออกแบบและสร้างสรรค์ตัวละคร สามารถให้แนวคิดและช่องทางใหม่ ๆ สำหรับการเผยแพร่และส่งเสริมวัฒนธรรมชาฮู่โจว นอกจากนี้ยังสามารถช่วยส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมความเจริญรุ่งเรืองของเศรษฐกิจท้องถิ่น และวัฒนธรรม</p> <p>โดยทั่วไปแล้ว การสร้างสื่อร่วมสมัยโดยใช้การออกแบบตัวละครถือเป็นความพยายามที่มีประโยชน์ ซึ่งสามารถแสดงเสน่ห์และความหมายแฝงของวัฒนธรรมชา Huizhou ได้อย่างชัดเจน และส่งเสริมมรดกและการพัฒนาวัฒนธรรมชา Huizhou</p>



ภาคผนวก ข
เอกสารราชการ



เลขที่ IRB4-271/2566

เอกสารรับรองผลการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาโครงการวิจัย

รหัสโครงการวิจัย: G-HU 284/2566

โครงการวิจัยเรื่อง: การออกแบบตัวละครเสมือน: ประสบการณ์ทางสุนทรีย์ของวัฒนธรรมชาสมัยใหม่

หัวหน้าโครงการวิจัย: Ms.MENGXIN WEI

หน่วยงานที่สังกัด: คณะศิลปกรรมศาสตร์

อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการหลัก (งานนิพนธ์/ วิทยานิพนธ์/ คุุชฎีนิพนธ์):

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผกา มาศ สุวรรณนิภา หน่วยงานที่สังกัด คณะศิลปกรรมศาสตร์

วิธีทบทวน: Exemption Expedited Full board

คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า โครงการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการของจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยที่ผู้วิจัยเคารพสิทธิและศักดิ์ศรีในความเป็นมนุษย์ ไม่มีการล่วงละเมิดสิทธิ สวัสดิภาพ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายแก่ตัวอย่างการวิจัยและผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

จึงเห็นสมควรให้ดำเนินการวิจัยในขอบข่ายของโครงการวิจัยที่เสนอได้ (ดูตามเอกสารตรวจสอบ)

- | | |
|---|---|
| 1. แบบเสนอเพื่อขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ | ฉบับที่ 1 วันที่ 19 เดือน กันยายน พ.ศ. 2566 |
| 2. โครงการวิจัยฉบับภาษาไทย | ฉบับที่ 1 วันที่ 19 เดือน กันยายน พ.ศ. 2566 |
| 3. เอกสารชี้แจงผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 1 วันที่ 14 เดือน กันยายน พ.ศ. 2566 |
| 4. เอกสารแสดงความยินยอมของผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย | ฉบับที่ 1 วันที่ 15 เดือน กันยายน พ.ศ. 2566 |
| 5. แบบเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น แบบบันทึกข้อมูล (Data Collection Form)
แบบสอบถาม หรือสัมภาษณ์ หรืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง | ฉบับที่ 1 วันที่ 19 เดือน กันยายน พ.ศ. 2566 |
| 6. เอกสารอื่น ๆ (ถ้ามี) | ฉบับที่ - วันที่ - เดือน - พ.ศ. - |

วันที่รับรอง : วันที่ 10 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2566

วันที่หมดอายุ : วันที่ 10 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2567

(ดร.พิมลพรรณ เลิศล้ำ)

ประธานคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยบูรพา
สำหรับโครงการวิจัย ระดับบัณฑิตศึกษา และระดับปริญญาตรี
ชุดที่ 4 (กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

** หมายเหตุ การรับรองนี้มีรายละเอียดตามที่ระบุไว้ด้านหลังเอกสารรับรอง **



หนังสือตอบรับงานประชุมวิชาการ

วันที่ 8 กุมภาพันธ์ 2567

เรียน คุณ เมิ่งซิน เว่ย
มหาวิทยาลัยบูรพา
Email: mercy828@163.com

ตามที่ท่านได้ส่งผลงานเข้าร่วมนำเสนอผลงานทางวิชาการ ประชุมวิชาการระดับชาติ The National Conference on Science Technology and Innovation 2024 (NCSTI 2024) Hybrid Conference ภายใต้หัวข้อ “วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม สู่การพัฒนาที่ยั่งยืน” นั้น ทางคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิการจัดประชุมวิชาการ NCSTI 2024 ได้ตรวจสอบบทความเรื่อง “แนวทางการออกแบบตัวละครเสมือนเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมชาติดั้งเดิมของฮุยโจว” (Paper ID: G5_O05) ของ เมิ่งซิน เว่ย, ผกามาศ สุวรรณนิภา และ ศุภรา อรุณศรีมรกต

คณะกรรมการฯ ขอแสดงความยินดีและขอเรียนให้ท่านทราบว่าผลงานวิชาการของท่าน **ผ่านการพิจารณา** ให้นำเสนอผลงานวิชาการในการจัดประชุมวิชาการ NCSTI 2024 ซึ่งกำหนดให้มีขึ้นในวันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2567 โรงแรมรอยัลริเวอร์ เขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร

ขอแสดงความนับถือ

รศ.ดร.ณรงค์ สัจวารณที

ประธานงานประชุมวิชาการ NCSTI 2024



ภาคผนวก ค

ภาพผลงานที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์ม Bilibili

【茶叶知识】祁门红茶

https://www.bilibili.com/video/BV1jE42lu7zN/?share_source=copy_web&vd_source=4dfa9f62e1e0e4ac20e0c77c47cb1f02

【茶叶知识】祁门红茶

890 20 2024-04-06 22:00:57



【茶叶知识】黄山毛峰

https://www.bilibili.com/video/BV1Cr421x7rd/?share_source=copy_web&vd_source=4dfa9f62e1e0e4ac20e0c77c47cb1f02

【茶叶知识】黄山毛峰

610 24 2024-04-06 21:57:42



徽州茶小百科 LVD 大会员 粉丝勋章
编辑个性签名

🏠 主页 📌 动态 📁 投稿 2 📺 合集和列表 0 ⭐ 收藏 1 ❤️ 追番追剧 ⚙️ 设置 🔍 搜索视频、动态

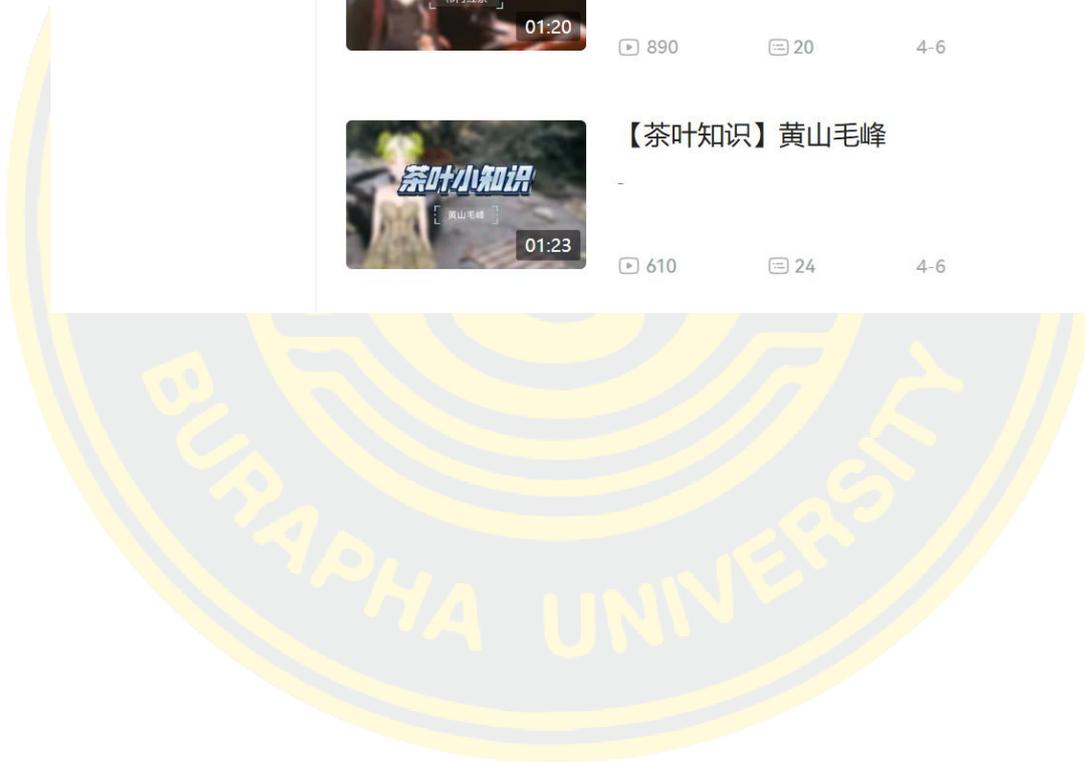
- 视频 2
- 音频 0
- 图文 0

我的视频 最新发布 最多播放 最多收藏

全部 2 知识 2

【茶叶知识】祁门红茶
-
 01:20
▶ 890 🗒️ 20 4-6

【茶叶知识】黄山毛峰
-
 01:23
▶ 610 🗒️ 24 4-6



ประวัติย่อของผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	Miss Mengxin Wei
วัน เดือน ปี เกิด	28 August 1998
สถานที่เกิด	Hefei City, Anhui Province, China
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	Hefei City, Anhui Province, China
ประวัติการศึกษา	September 2016 - 2020 July: Jingdezhen Ceramic University Visual Communication Design undergraduate, bachelor's degree in Fine Arts
รางวัลหรือทุนการศึกษา	H. C. Andersen Art Awards Youth Group gold award 2021

