



D

J



**JOURNAL of ASIA
ARTS and DESIGN**

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย

ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

Vol. 6 No.1 January - June 2025

ISSN : 2730-213X (Print)

ISSN : 2730-3381 (Online)



JOURNAL of ASIA
ARTS and DESIGN

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย



ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

ISSN : 2730-213X (Print)

ISSN : 2730-3381 (Online)



JOURNAL of ASIA
ARTS and DESIGN

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD)

ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN

Vol. 6 NO. 1 January - June 2025

ISSN : 2730-213X (Print)

ISSN : 2730-3381 (Online)

เจ้าของ : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

หน้าปก : ธีระยุทธ์ เฟื่องชัย

จัดรูปเล่ม : มาริญา ทรงปัญญา

จำนวนการจัดพิมพ์ : จำนวน 200 เล่ม

สถานที่พิมพ์ : โรงพิมพ์บ้านเหล่า 333 ถ.บ้านเหล่า ต.หมากแข้ง

อ.เมือง จ.อุดรธานี 41000 โทร. 042-325938

เว็บไซต์วารสาร : <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/jaad/index>

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD)

JOURNAL of ASIA ARTS and DESIGN

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

ประธานศูนย์ออกแบบสร้างสรรค์ผ้าและสิ่งทอ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระยุทธ เฟิงชัย

กองบรรณาธิการภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.สุกิจ พลประดม

รองศาสตราจารย์นาวา วงษ์พรม

รองศาสตราจารย์พงษ์มงคล จุลพูล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิทธิพล สิงห์คำ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐภรณ์ เสารยะวิเศษ

ดร.ศิลปชัย เจริญ

ดร.สุภัทรา วันเพ็ญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิงขร ภัคดี

ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ Assistant Editor

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ราชวิทย์ ทิพย์เสนา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์เรืองศักดิ์ บัดถาวะโร

ดร.มาริญา ทรงปัญญา

อาจารย์จรัสรัตน์ โยระคง

อาจารย์ศักดิ์สิทธิ์ บัวคำ

อาจารย์อโณทัย สิงห์คำ

อาจารย์นิติ นิเมลา

อาจารย์พรรษา แสนวัง

อาจารย์เอกพันธ์ พิมพาที

อาจารย์อัมรินทร์ บุพศิริ

กองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ

พิจารณาบทความจากภายนอก

ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสริมศักดิ์ นาคบัว

ศาสตราจารย์ ดร.สามารถ จับโจร

รองศาสตราจารย์ ดร.นิยม วงศ์พงษ์คำ

รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์บุศย์

รองศาสตราจารย์ ดร.นิรัช สุดสังข์

รองศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ อินทรชูโต

รองศาสตราจารย์ ดร.สันต์ สุวัจนราภินันท์

รองศาสตราจารย์ ดร.ปานฉัตร อินทร์คง

รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา

รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร

ศิลปินแห่งชาติ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

มหาวิทยาลัยนเรศวร

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร

ลาดกระบัง

รองศาสตราจารย์ ปรีชา บั่นกล้า
รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เขียวมั่ง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤทธิ วัฒนภู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุรินทร์ เปล่งดีสกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนสิทธิ์ จันทะรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรค
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา สาคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.แห มังกรวงษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชมพัทธ์ พัชรวิชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สาธิต เหล่าวัฒนพงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา พิจักขณา
ดร.กิงกาญจน์ พิจักขณา
ดร.กนิษฐา พวงศรี

มหาวิทยาลัยศิลปากร
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยบูรพา
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความ

ประจำปี 6 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

รองศาสตราจารย์ ดร.ศาสตรา เหล่าอรรค
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Assoc. Prof. Dr. Sastra Laoakka,
Mahasarakham University, Thailand.

รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงวุฒิ เอกวุฒิวงศา
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง

Assoc. Prof. Dr. Songwut Eqwutvongsa
Burapha University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติสันต์ ศรีรักษา
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Asst. Prof. Dr. Kittisan Sriruksa
Khon Kaen University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. หอมหวล บัวระภา
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Asst. Prof. Dr.Homhuan Buarabha
Khon Kaen University, Thailand.

อาจารย์ ดร. อรุณี ศรีรักษามหาวิทยาลัย
ขอนแก่น

Dr. Arunee Sriruksa
Khon Kaen University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม อมันตกุล
มหาวิทยาลัยขอนแก่น

Asst. Prof. Dr. Kasama Amantakul
Khon Kaen University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คชาภักษ์ เหลี่ยมไธสง
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Assoc. Prof. Dr. Khachakrit Liamthaisong
Mahasarakham University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวิช ธีระโคตร
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Assoc. Prof. Dr. Suwich Tirakoat
Mahasarakham University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติรัตน์ต์ ญาณพิสิษฐ์
มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
Asst. Prof. Dr. Kittanut Yanpisit
Kalasin University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Asst. Prof. Dr. Kanittha Rungwannasak
Udon Thani Rajabhat University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สุริยูท
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Asst. Prof. Dr. Supachai Suriyut
Udon Thani Rajabhat University, Thailand.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อิสริยาภรณ์ ชัยกุลลาบ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
Asst. Prof. Dr. Itsariyaphon Chaikulap
Loei Rajabhat University, Thailand.

อาจารย์ ดร. ภัทร์ คชภักดี
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Dr. Pat Kotchapakdee
Khon Kaen University, Thailand.

อาจารย์ ดร.มียอง ซอ
มหาวิทยาลัยบูรพา
Dr. Miyoung Seo
Burapha University, Thailand.

อาจารย์ ดร. กฤษณ์ วิลโลโฬาร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
Dr. Krid Wilaiolarn
Rajamangala University of Technology Isan,
Thailand.

อาจารย์ ดร.มาริญา ทรงปัญญา
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Dr. Mariya Songpanya
Udon Thani Rajabhat University, Thailand.

อาจารย์ ดร.ศิลปชัย เจริญ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
Dr. Silapachai Charoen
Udon Thani Rajabhat University, Thailand



เกี่ยวกับวารสาร และข้อแนะนำการตีพิมพ์

1. นโยบายและขอบเขตการตีพิมพ์ (Focus and Scope)

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย : Journal of Asia Arts and Design (JAAD) เป็นวารสารวิชาการที่เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและงานวิจัยทางด้านศิลปกรรมและการออกแบบ เพื่อให้เป็นสื่อกลางในการตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานศิลปกรรมและการออกแบบของนักศึกษาคณาจารย์ นักวิชาการและส่วนเกี่ยวข้อง เป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ การวิจัยและผลงานสร้างสรรค์ด้านศิลปะและด้านนวัตกรรมการออกแบบที่มีมาตรฐานและได้รับการยอมรับในวงกว้างทั้งในระดับชาติและนานาชาติ และเป็นพื้นที่สำหรับนักศึกษา อาจารย์ นักวิชาการอิสระ ได้นำเสนอผลงานการศึกษาค้นคว้าและการสร้างสรรค์ทางศิลปกรรมและผลงานการประดิษฐ์สร้างสรรค์สู่สาธารณชน เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ในวงกว้าง โดยวารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) รับผิดชอบตีพิมพ์รายงานการวิจัย (original research paper) การวิจัยเชิงอธิบาย (expository research) บทความวิชาการ (Academic article) การวิจัยเชิงสำรวจ (survey article) บันทึกการวิจัย (research note) ในสาขาวิชาต่างๆ ดังนี้

1) ด้านศิลปกรรม

1.1) กลุ่มสาขาวิชาทัศนศิลป์ ได้แก่ สาขาวิชาทัศนศิลป์, สาขาวิชาจิตรกรรม, สาขาวิชาประติมากรรม, สาขาวิชาภาพพิมพ์, สาขาวิชาศิลปะไทย, สาขาวิชาศิลปะสื่อผสม และสาขาวิชาทัศนศิลป์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.2) กลุ่มสาขาวิชาศิลปะการแสดง ได้แก่ สาขาวิชาศิลปะการแสดง, สาขาวิชาการละคร, สาขาวิชานาฏศิลป์, สาขาวิชานาฏกรรมไทย และสาขาวิชาศิลปะการแสดงอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1.3) กลุ่มวิชาดุริยางคศิลป์ ได้แก่ สาขาวิชาดุริยางคศิลป์, สาขาวิชาคีตศิลป์, สาขาวิชาดนตรีไทย, สาขาวิชาดนตรี, และสาขาวิชาดุริยางคศิลป์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2) ด้านการออกแบบ

กลุ่มสาขาวิชาออกแบบ ได้แก่ สาขาวิชาออกแบบอุตสาหกรรม, สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์, สาขาวิชาออกแบบกราฟิก, สาขาวิชาออกแบบมัลติมีเดีย, สาขาวิชาออกแบบเครื่องปั้นดินเผา, สาขาวิชาออกแบบสิ่งทอและแฟชั่น, สาขาวิชาออกแบบเครื่องเรือน, สาขาวิชาออกแบบเครื่องประดับ, สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์ และสาขาวิชาออกแบบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. เกณฑ์และกระบวนการเผยแพร่บทความ (Peer Review Process)

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) ต้องเป็นบทความที่ยังไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อนทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ และจะต้องผ่านกระบวนการพิจารณาคุณภาพจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อย 3 ท่าน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (Double-blind review)

3. ภาษาที่รับตีพิมพ์ (Language)

ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

4. กำหนดการเผยแพร่ (Publication Frequency)

กำหนดตีพิมพ์ 2 ฉบับต่อปี ในช่วงระยะเวลาดังนี้ ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม

5. การส่งบทความพิจารณาตีพิมพ์ (Publisher)

1. การส่งบทความเพื่อพิจารณาผู้เขียนบทความวิจัยหรือบทความวิชาการได้ตลอดเวลา โดยต้องส่งบทความต้นฉบับ (Manuscript) ในระบบลงทะเบียนวารสารออนไลน์ที่ <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/jaad/index>

2. ผู้เขียนต้องใช้รูปแบบฟอร์ม (Format) ตามที่วารสารกำหนดในการจัดทำต้นฉบับของบทความรวมถึงรูปแบบการอ้างอิงเนื้อหา ภาพและตาราง

3. การพิจารณาบทความโดยกองบรรณาธิการเมื่อได้รับบทความแล้ว โดยพิจารณาเบื้องต้นในกรอบขอบข่ายของบทความอยู่ในกลุ่มของศิลปกรรมและการออกแบบหรือไม่ โดยถ้าอยู่ในขอบข่ายของวารสารจะเข้ากระบวนการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จำนวน 3 ท่าน และมีผลการประเมินผ่านอย่างน้อย 2 ใน 3 ท่าน แล้วจึงจะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบผลการพิจารณา ภายในระยะเวลา 1 - 10 สัปดาห์และแจ้งให้ผู้เขียนปรับปรุง (ในกรณีที่มีการปรับแก้) ระยะเวลา 1-2 สัปดาห์

ข้อความทุกข้อความที่ปรากฏในเนื้อหาบทความซึ่งตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเล่มนี้ เป็นความคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความแต่ละท่าน ไม่ใช่ข้อคิดเห็นและความรับผิดชอบของบรรณาธิการ กองบรรณาธิการและคณะผู้จัดทำ

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) ฉบับนี้ถือเป็นปีที่ 6 ฉบับที่ 1 หรือฉบับที่ 11 ของการเผยแพร่ผลงานที่เกี่ยวข้องด้านศิลปกรรมและการออกแบบ ในฉบับนี้มีบทความวิชาการจำนวนรวม 7 เรื่อง แบ่งเป็นบทความภาษาไทย จำนวน 2 เรื่อง บทความภาษาอังกฤษ จำนวน 5 เรื่อง

วารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) ยังคงมุ่งมั่นในการเป็นสื่อกลางของศิลปิน นักออกแบบ นักวิชาการ นักศึกษาด้านศิลปกรรมทุกแขนงในการเผยแพร่ผลงานด้วยความที่เป็นกลาง ซึ่งจากการให้ความสำคัญกับคุณภาพและมาตรฐานตามที่ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI) โดยวารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) ได้รับการประเมินให้อยู่ในฐานข้อมูล TCI-2 รอบที่ 5 ระหว่าง พ.ศ. 2568-2572 โดยวารสารยังต้องมีการปรับปรุงขั้นตอน กระบวนการและสาระที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องต่อไปเพื่อให้สามารถขยับขึ้นไปอยู่ในกลุ่มวารสาร TCI-1 ในอนาคต ดังนั้นตั้งแต่ฉบับต่อไปท่านจะเห็นการเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนขึ้นของวารสารศิลปกรรมและการออกแบบแห่งเอเชีย (JAAD) ในการยกระดับมาตรฐานของวารสารให้เป็นแหล่งเผยแพร่องค์ความรู้ด้านศิลปกรรมและการออกแบบในระดับแนวหน้าต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระยุทธ์ เพ็งชัย
บรรณาธิการ

บทความวิจัย

- กระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์
ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ 13
THE PROCESS OF CREATING CONCEPTS FROM THE IDENTITY PATTERNS
OF THE TAI KHERN COMMUNITY IN THE SOUVENIR PRODUCTS OF THE
CULTURAL FUND OF BAN TON HAEN NOI, CHIANG MAI PROVINCE
พรพิมล บาลี
Pornpimon Balee
- งานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์: ซิมโฟนิคสืทสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์ 36
CREATIVE MUSIC RESEARCH: SYMPHONIC SUITE FOR WIND AND
ELECTRONIC ORCHESTRA
ประหยัด ศุภจิตรา และวีระชาติ เปรมานนท์
Prayat Supajitra and Weerachat Premananda
- THE WEDDING ATTIRE CULTURE OF ETHNIC KOREANS IN CHINA : 51
CHANGE IS AN OPPORTUNITY TO GROWTH
Teng Weiming and Pensiri Chartniyom
- CHU PHOENIX TRANSFORMATION : FROM TRADITION TO INNOVATIVE 71
SOUVENIR
Cheng Tinghao and Pensiri Chartniyom
- RESEARCH ON THE APPLICATION OF CHINESE CHARACTER GRAPHIC 89
DESIGN IN CROSS-CULTURAL COMMERCIAL GRAPHIC ADVERTISING
DESIGN
Lin Zhu
- RESEARCH ON DIGITAL ART INNOVATION OF TRADITIONAL CULTURE : 119
A CASE STUDY ON 24 SOLAR TERMS
Xiao Xiao, Rasa Suntrayuth, Bunchoo Bunlikhitsiri
- CULTURAL AND CREATIVE SOUVENIR DESIGN BASED ON YUNNAN 143
WAMAO ELEMENTS
Zhou Chuan and Thanasit Chantaree



JOURNAL of ASIA
ARTS and DESIGN

กระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์
ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรม
บ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่

THE PROCESS OF CREATING CONCEPTS
FROM THE IDENTITY PATTERNS OF THE TAI KHERN
COMMUNITY IN THE SOUVENIR PRODUCTS
OF THE CULTURAL FUND OF BAN TON HAEN NOI,
CHIANG MAI PROVINCE.



พรพิมล บาลี

Pornpimon Balee

E-mail: Pornpimon_ba@rmutl.ac.th

คณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

Faculty of Arts and Architecture, Rajamangala University of Technology Lanna

วันที่รับบทความ: 3 มี.ค. 2568 วันที่แก้ไขเสร็จ: 30 มี.ค. 2568 วันที่ตอบรับ: 5 เม.ย. 2568

บทคัดย่อ

กระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาหาอัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ สามารถวิเคราะห์สรุปผลจากการทบทวนวรรณกรรม เอกสารที่เกี่ยวข้อง สังเกตและบันทึกภาพจากการลงพื้นที่ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 3 ท่าน แบบถอดข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม จำนวน 20 คน และแบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภค จำนวน 100 คน พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อยอันดับแรก ได้แก่ บ้านดั้งเดิม เสื้อไทเขิน และลวดลายเครื่องนุ่งห่ม คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมา ได้แก่ เครื่องเขิน คิดเป็นร้อยละ 22 ดังนั้นจากการวิเคราะห์สรุปผลอัตลักษณ์ไทเขินบ้านต้นแห่น้อยด้วยเครื่องมือวิจัย พบว่า ข้อมูลที่สื่อถึงตัวตนหรือลักษณะเฉพาะชาวไทเขินบ้านต้นแห่น้อย ได้แก่ 1) ผ้าทอเครื่องแต่งกายไทเขิน 2) เรือนพื้นถิ่นไทเขิน และ 3) เครื่องเขินไทเขิน ตามลำดับสร้างสรรค์ รูปทรง ลวดลาย สี และตีความหมาย โดยกระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนใหญ่ ได้แก่ 1) ขั้นตอนการวิจัย 2) ขั้นตอนการวิเคราะห์ 3) ขั้นตอนการสร้างแนวความคิด 4) ขั้นตอนการออกแบบ ด้วยทุนวัฒนธรรมทั้งจับต้องได้และไม่ได้ของอัตลักษณ์ชุมชนไทเขิน ได้แก่ ลวดลายผ้าทอไทเขิน ลวดลายรูปทรงเรือนพื้นถิ่นไทเขิน และลวดลายเครื่องเขินไทเขินนำมาสร้างสรรค์ตามการออกแบบเรขาคณิต และจัดวางตามทฤษฎีการออกแบบทั้งผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตัวอย่างรูปแบบลักษณะงาน 2 มิติ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ และลักษณะงาน 3 มิติ จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์จาก 3 ลวดลายอัตลักษณ์

คำสำคัญ: กระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิด, ลวดลายอัตลักษณ์, ชุมชนไทเขิน, ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรม

Abstract

The process of creating concepts from the identity patterns of the Tai Khern community in the souvenir products of the cultural fund of Ban Ton Haen Noi, Chiang Mai, has the following objectives: 1) to study and identify the cultural

identity of the Tai Khern community in Ban Ton Haen Noi, Chiang Mai; 2) to develop the process of creating concepts from the identity patterns of the Tai Khern community in the souvenir products of the cultural fund of Ban Ton Haen Noi, Chiang Mai. The analysis and summary of results can be derived from a review of literature, related documents, observations, and photographic records from field visits. The research tools used included in-depth interviews with 3 individuals, focus group discussions with 20 people, and a consumer needs questionnaire with 100 respondents. It was found that the identity of the Tai Khern community in Ban Ton Haen Noi is primarily represented by traditional houses, Tai Khern clothing, and patterns on garments, accounting for 30%. Following that, the use of Khen instruments accounted for 22%. Therefore, from the analysis summarizing the identity of the Tai Khern people of Ban Ton Haen Noi using research methodology tools, it was found that the information that reflects the identity or specific characteristics of the Tai Khern people of Ban Ton Haen Noi includes 1) woven fabrics for Tai Khern clothing, 2) traditional houses of the Tai Khern, and 3) Tai Khern lacquerware, in order of creativity, shape, pattern, color, and interpretation. The process of creating concepts from the identity patterns of the Tai Kher community in cultural souvenir products is divided into four main steps: 1) Research phase 2) Analysis phase 3) Concept development phase 4) Design phase with both tangible and intangible cultural capital of the Tai Kher community's identity, including the patterns of Tai Kher woven fabrics, the shapes of traditional Tai Kher houses, and the designs of Tai Kher ceramics, these elements are creatively developed according to graphic design principles. They are arranged based on design theories, resulting in three 2D souvenir product designs and three 3D product designs, each inspired by three distinct identity patterns.

Keywords: The process of creating concepts, Identity patterns, The Tai Khern community, Cultural Fund Souvenir Products.

บทนำ

ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าในแต่ละชุมชนที่สะท้อนถึงความรู้ ประสบการณ์ และทักษะที่สั่งสมจากรุ่นสู่รุ่น ในอดีตวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันและช่วยเหลือเลี้ยงชุมชนให้มีความเป็นปึกแผ่นและยั่งยืน แต่เมื่อเข้าสู่ยุคปัจจุบันที่เรียกว่า ยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาจึงได้ถูกยกระดับให้เป็นแหล่งทรัพยากรทางเศรษฐกิจที่มีศักยภาพสูง ซึ่ง ศิริวรรณ วิบูลย์มา (2556) ได้กล่าวไว้ว่า การปรับตัวในการดำเนินชีวิตของคนไทยที่จะทำให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถพึ่งตนเองได้ทางเศรษฐกิจได้ โดยให้มีอัตลักษณ์และจุดเด่นของท้องถิ่น วิถีชีวิตและประสบการณ์ของกลุ่มคนในท้องถิ่นผสมกับวัสดุและกระบวนการผลิตด้วยมือหรือหัตถกรรม ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ที่ได้จะมีรูปแบบที่ประณีต เรียบง่าย อาจเริ่มจากการผลิตเพื่อใช้เองก่อน จากนั้นจึงแบ่งปันกันในชุมชน เมื่อการผลิตเหลือเพื่อจึงจัดตั้งเป็นกลุ่มชุมชน ผลิตขายเป็นรายได้ในชุมชน มีการเพิ่มมูลค่าสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น และเพิ่มทุนทางวัฒนธรรมที่ดี

ชุมชนบ้านต้นแห่น้อย อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนที่อาศัยของชาวชาติพันธุ์ไทเขินที่อพยพจากเมืองเชียงตุงเข้ามาตั้งถิ่นฐานพำนักอาศัย ชุมชนบ้านต้นแห่น้อยมีขนบธรรมเนียมที่เหนียวแน่นเอกลักษณ์ของตนเองอย่าง ภาษาเขิน (เขิน) ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา วิถีชีวิต การทำมาหากิน ความเป็นอยู่ เครื่องนุ่งห่ม บ้านเรือนที่พักอาศัย แต่เมื่อมีการขยายตัวขึ้นทั้งเพื่อตอบสนองนโยบายของภาครัฐ ความเจริญก้าวหน้าทางสังคม เศรษฐกิจ การศึกษา เทคโนโลยี รวมถึงจำนวนประชากรเมืองที่เพิ่มขึ้น ส่งผลทำให้ชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย เกิดการเปลี่ยนแปลงภายในด้านต่างๆ ตามมา

ดังนั้นเพื่อให้คนในชุมชนสามารถดำเนินชีวิตได้สอดคล้องกับยุคสมัยที่มีความหลากหลายและการแข่งขันทางการตลาด อีกทั้งสามารถสร้างรายได้ภายในชุมชน จึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ของชุมชนไทเขิน นำมาประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ โดยทุนวัฒนธรรมของชุมชนประกอบด้วยทั้งทุนวัฒนธรรมรูปนาม (จับต้องได้) และทุนวัฒนธรรมนามธรรม (จับต้องไม่ได้) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างเอกลักษณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน อัตลักษณ์เหล่านี้ช่วยให้ของที่ระลึกมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความแตกต่างและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ นอกจากนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมยังช่วยส่งเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคม ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และรักษาวัฒนธรรมของชุมชนให้คงอยู่ในระยะยาว

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาหาอัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดเรื่อง กระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ ประกอบด้วย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดงานวิจัย (Conceptual Framework)

ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied research) ที่มุ่งเน้นแสวงหาความ
นำ โดยการนำความรู้และทฤษฎีที่มีอยู่มาปรับใช้ประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสิ่ง
ต่างๆ ตามสถานการณ์จริงในชุมชนบ้านต้นแห่น้อย โดยมีขั้นตอนวิธีการดำเนินงานเพื่อ
ได้ผลสรุป ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งจากตำรา หนังสือ
บทความ และสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมาวิเคราะห์

ขั้นตอนที่ 2 ลงพื้นที่ในชุมชนเพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบ
กึ่งโครงสร้าง จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) กลุ่มปราชญ์ จำนวน 1 ท่าน 2)
คนในชุมชนดั้งเดิม จำนวน 1 ท่าน และ 3) ผู้นำชุมชน/หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 1
ท่าน พร้อมทั้งสังเกตและบันทึกภาพจากการลงพื้นที่จริง เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทุนวัฒนธรรม
ชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย

ขั้นตอนที่ 3 สอบถามด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในชุมชนและออนไลน์
จำนวน 100 ท่าน

ขั้นตอนที่ 4 ถอดข้อมูลด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ตามแบบถอด
ข้อมูลจากคณะผู้วิจัย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชนทั่วไป จำนวน 20 ท่าน

ขั้นตอนที่ 5 วิเคราะห์หาอัตลักษณ์จากข้อมูลทุนวัฒนธรรมชุมชนไทเขินบ้านต้น
แห่น้อย

ขั้นตอนที่ 6 สังเคราะห์ผลการตีความอัตลักษณ์เพื่อสรุปผลลัพธ์ สู่กระบวนการ
สร้างสรรค์แนวความคิดจากกลดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุน
วัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 7 สรุปกระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากกลดลายอัตลักษณ์
ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย อำเภอสันป่าตอง
จังหวัดเชียงใหม่

ขั้นตอนที่ 8 สรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย พร้อมทั้งจัดทำรายงาน

1. พื้นที่วิจัย

ชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย ตำบลท่าวังพร้าว อำเภอสันป่าตอง จังหวัด
เชียงใหม่

2. ประชากรงานวิจัย

กลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน กลุ่มผู้นำชุมชน คนในชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ ประชาชนทั่วไป ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และกลุ่มนักท่องเที่ยวในชุมชนและออนไลน์

3. กลุ่มตัวอย่างงานวิจัย

โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากประชากรงานวิจัย

- 1) กลุ่มปราชญ์ชาวบ้านในชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย จำนวน 1 ท่าน
- 2) คนในชุมชนและกลุ่มผู้นำชุมชน จำนวน 2 ท่าน
- 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวในชุมชนและออนไลน์ จำนวน 100 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบตามความสะดวก (Convenience Sampling) และ(4) ประชาชนทั่วไป/ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 20 ท่าน

4. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผล ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) 2) แบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจากนักท่องเที่ยวในชุมชนและออนไลน์ และ 3) แบบถอดข้อมูลอัตลักษณ์

โดยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยก่อนเก็บข้อมูล ใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือวิจัยพร้อมปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมกับงานวิจัยด้วยการตรวจสอบจากคณะกรรมการดำเนินงานวิจัย และได้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา โดยยึดหลักเกณฑ์ตามปฏิญญาเฮลซิงกิ (Declaration of Helsinki) และแนวทางการปฏิบัติการวิจัยทางคลินิกที่ดี (ICH-GCP) เมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2566

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากข้อมูลปฐมภูมิ และข้อมูลทุติยภูมิ นำมาวิเคราะห์โดยใช้การตีความสร้างข้อสรุปแบบวิธีอุปนัย ซึ่งเป็นการนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากับผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) มาคัดเลือกเฉพาะข้อมูลสำคัญ และเกี่ยวข้องกับประเด็นหลักการวิจัยให้ได้มากที่สุด โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลหากระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากกลดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิจัย

กระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถวิเคราะห์สรุปผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายทางวัฒนธรรมชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่

ผลการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมชุมชนไทเขินจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง และการหาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปผล พบว่า เดิมถิ่นฐานอยู่ที่เชียงตุง แต่เกิดการโยกย้ายของผู้คนเข้ามาค้าขายจากหลักฐานที่สำคัญคือจะมีเครื่องเขิน และทุกบ้านจะมีกี่ทอผ้า โดยจุดเด่นของพื้นที่ดูจากรูปแบบทรงบ้านของคนไทเขิน บริบททางสังคม อาชีพ วิถีชีวิต อาชีพอดีตส่วนใหญ่ ทำสวนทำนา และทอผ้าเพื่อใช้ในประเพณี ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับชาวล้านนา ส่วนศิลปะการแสดงที่นิยมเล่นกันตามประเพณี แต่การฟ้อนโตเป็นการแสดงถึงวัฒนธรรมของชาวไทยใหญ่ร่วมกับชาวไทยเขิน ดังนี้สรุปข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างจากผู้ทรงคุณวุฒิด้วยการสุ่มแบบเจาะจงกลุ่ม และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากแบบถอดข้อมูลอัตลักษณ์ โดยคณะผู้วิจัยสามารถสรุปอัตลักษณ์ทุนวัฒนธรรมชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย ดังนี้ 1) สถาปัตยกรรมที่พักอาศัยดั้งเดิมชุมชนไทเขิน 2) เครื่องแต่งกายชาวไทยเขิน 3) หมาดำ 4) อาหารพื้นถิ่น เช่น ลูกฮ้อด (ฮั่ว) แมงปอ 5) เครื่องเขินชาวไทยเขิน และ 6) ภาษาเขิน ด้วยการวิเคราะห์สร้างสรรค์ถอดข้อมูลด้านรูปทรง สี ลวดลาย และตีความหมาย

เมื่อนำข้อมูลจากแหล่งสืบค้นต่างๆ สรุปผลทั้งทุนวัฒนธรรมในเชิงรูปธรรม (Tangible Cultural Capital) และทุนวัฒนธรรมในเชิงนามธรรม (Intangible Cultural Capital) พบว่า ข้อมูลที่สื่อถึงตัวตนหรือลักษณะเฉพาะชาวไทยเขินบ้านต้นแห่น้อยที่มีการซ้ำของข้อมูลจากแหล่งต่างๆ มากที่สุด ได้แก่ 1) ผ้าทอเครื่องแต่งกายชาวไทยเขิน 2) เรือนพื้นถิ่นไทเขิน และ 3) เครื่องเขินไทเขิน ซึ่งเมื่อนำมาสร้างสรรค์ถอดข้อมูลด้วย รูปทรง ลวดลาย สี และตีความหมาย (Interpretation) สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1.1 ผ้าทอเครื่องแต่งกายไทเขิน ตามทุนวัฒนธรรมในเชิงรูปธรรม (Tangible Cultural Capital) สามารถมองเห็นและจับต้องได้ สร้างสรรค์ลวดลายด้วยเทคนิคผูก หรือการขีดบนผ้าฝ้ายทอมือ ประกอบด้วย ลายรูปช้าง ลายไก่อยงหลังม้า ลายรูปไก่อ ลายสิงห์ ลายนกหับ ลายสะเปา (เรือสำเภา) แทนธรรมชาติหรือปราสาท ลวดลายเหล่านี้เป็น

ลวดลายมงคลตามความเชื่อตามทุนวัฒนธรรมในเชิงนามธรรม (Intangible Cultural Capital) สอดคล้องกับคติธรรมทางพระพุทธศาสนา และลายตาแหลวบินคล้ายการนำไม้มาสานขัด เพราะการสานจะมีลักษณะคล้ายที่ดักสิ่งไม่ดี โดยลวดลายที่กล่าวข้างต้นจะพบบนผ้าที่ใช้ในวิถีชีวิต อาทิ ผ้าเช็ด ผ้าโพกศรีษะ กุญย่าม ผ้าซิ่น ผ้าปูที่นอนหรือผ้าปูเสื่อ เทคนิคการทอลายจะเรียกว่า การขีดผ้า จะนิยมขีดด้วยเส้นฝ้ายทอสีแดงกับสีดำ ผลการถอดข้อมูลนำไปประยุกต์ใช้ ได้แก่ ลวดลายขีดผ้าเช็ดหรือพาดบ่า และสีฝ้ายทอลาย ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลวิเคราะห์ลวดลายขีดผ้าเช็ดหรือพาดบ่า

วิเคราะห์ผลรูปทรง / ลวดลาย / สี	
ตีความหมาย	
รูปธรรม (จับต้องได้)	นามธรรม (จับต้องไม่ได้)
<p>1. ลวดลายผ้าพาดบ่า (ลายต้นดอกกล้วยพฤกษ์ / ลายแท่นธรรมาสน์/ ลายนกหับ/ ลายสิงห์/ ลายนกหับ/ลายสะเปาค่า (เรือสำเภา)/ ลายไก่อยongหลังม้า/ ลายรูปช้าง/ลายรูปไก่อ/ ลายกุ่มย่อย ตามลำดับ)</p> <p>2. สี (สีแดงชาด/ สีดำมะเกลือ/ สีครีมผ้า)</p>	<p>ลวดลายผ้าพาดบ่า ของเครื่องแต่งกายชาวไทเขินไม่เพียงแต่เป็นส่วนหนึ่งของเครื่องแต่งกายที่สวยงาม แต่ยังสะท้อนถึงความศรัทธา พุทธบูชา มงคล และ วิถีชีวิตของผู้คนในชุมชน ลวดลายเหล่านี้ไม่เพียงแต่แค่บอกถึงอัตลักษณ์ทางศาสนาและความเชื่อในพระพุทธศาสนา แต่ยังแสดงออกถึงการเคารพและการเชื่อมโยงกับธรรมชาติ รวมทั้งการแบ่งปันความเชื่อที่มีร่วมกันในชุมชนทำให้ผ้าพาดบ่ากลายเป็นสัญลักษณ์ที่มีความหมายลึกซึ้งในทุกๆ ด้านของชีวิตประจำวัน</p>

1.2 เรือนพื้นถิ่นไทเขิน หรือ ที่พักอาศัยของชาวไทเขินบ้านต้นแห่น้อยตามทุนวัฒนธรรมในเชิงรูปธรรม (Tangible Cultural Capital) เป็นเรือนพื้นถิ่นที่สร้างด้วยไม้ทั้งหลัง รูปทรงเรือนจะมีลักษณะใต้ถุนโล่งเนื่องจากป้องกันการนำท่วมหลากจนถึงพื้นเรือน หลังคาทรงมะนิลาหรือปั้นหยาเปิดจั่วแต่ไม่ตกแต่งหน้าจั่ว โดยหลังคาทรงนี้มีลักษณะเฉพาะที่ดูคล้ายกลีบมะลิที่แยกออกไปจากกัน ซึ่งประโยชน์ของหลังคาทรงนี้ คือ การระบายน้ำฝนได้ดี น้ำฝนจะไหลลงได้อย่างรวดเร็ว และไม่สะสมที่หลังคา ลดความเสี่ยงของการรั่วซึมเข้าในตัวบ้าน ช่วยเพิ่มความทนทาน และการปกป้องจากสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ กระเบื้องมุงด้วยดินขอที่ทำจากดินเหนียว หน้าต่างบางบานมี 2 ส่วนคือ หน้าต่างด้านบน และหน้าต่างด้านล่าง โดยใช้สำหรับเปิดรับลมเย็นเวลาหน้าร้อน ตัวเรือนจะมีการแบ่งห้องเป็นสัดส่วน เนื้อประตูด้านบนอาจมี “ห้ายนต์” มีลักษณะเป็นไม้แผ่นแกะสลัก ลงอacamอยู่เหนือบานประตู ผลการถอดข้อมูลประยุกต์ใช้ ได้แก่ รูปทรงเรือนพื้นถิ่นไทเขิน รูปทรงหลังคาทรงมะนิลา และสี (ไม้และดินขอ) ตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงผลวิเคราะห์รูปทรงเรือนไทเขิน

วิเคราะห์ผลรูปทรง / ลวดลาย / สี	
ตีความหมาย	
รูปธรรม (จับต้องได้)	นามธรรม (จับต้องไม่ได้)
1. รูปทรงเรือน (เรือนยกสูง) 2. รูปทรงหลังคาทรงมะนิลา (หลังคาทรงจั่ว หรือ หลังคาทรงปีก) 3. สี (ไม้ และดินขอ)	รูปทรงเรือนไทเขิน เป็นสัญลักษณ์ที่ประยุกต์ใช้หลักการ มงคลสะท้อนถึงการมีชีวิตที่สมบูรณ์และยั่งยืนทั้งในความอุดมสมบูรณ์, การป้องกันภัย, วิถีชีวิตที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ และ การแบ่งสัดส่วนของพื้นที่ ที่จัดสรรเพื่อการดำรงชีวิตอย่างมีระเบียบ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกถ่ายทอดผ่านการออกแบบที่เข้าใจและปรับตัวให้เหมาะสมกับความต้องการในชีวิตประจำวัน พร้อมทั้งแสดงถึงความเคารพในประเพณีและการดำรงที่เต็มไปด้วยความหลากหลาย

1.3 เครื่องเงินไทเขิน ตามทุนวัฒนธรรมในเชิงรูปธรรม (Tangible Cultural Capital) เป็นอุปกรณ์เครื่องใช้สอยในชีวิตประจำวันที่โครงสร้างภายในทำจากผิวไม้ไผ่ขัดกันขึ้นรูป ภายนอกเคลือบทาด้วยยางจากต้นไม้รักที่มีลักษณะเป็นสีดำเพื่อให้เกิดความคงทน มีคุณสมบัติที่กันน้ำและความชื้นได้เป็นอย่างดี เครื่องเงินเป็นของใช้ที่อยู่ตามมุมต่างๆ ของที่พักอาศัย ลวดลายประดับจะบอกถึงรสนิยมและฐานะทางสังคมของเครื่องเงินชิ้นนั้นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เครื่องเงินบ้านต้นแห่น้อยจะเป็นเครื่องเงินที่มีลวดลายดอกไม้ ใบไม้ เครื่องเถาคดโค้ง หรือลายพรรณพฤกษา และลวดลายพื้นฐานจากการแต้มดอก และแต้มดอกขลิบทอง คือ รูปหยดน้ำหรือตัวลูกอ๊อด (Tadpole) ที่มีหางยาวๆ เมื่อนำมาเรียงติดกันสามเส้นสามารถสร้างเป็นกลีบดอกไม้ได้หนึ่งกลีบ และเมื่อนำมากลีบดอกไม้มารวมกันสามารถสร้างเป็นรูปใบไม้ได้ ผลการถอดข้อมูลประยุกต์ใช้ ได้แก่ ลวดลายดอกบนเครื่องเงิน (แต้มดอก) และ สีชาด (ยางรัก) เครื่องเงิน ตามตารางที่ 3

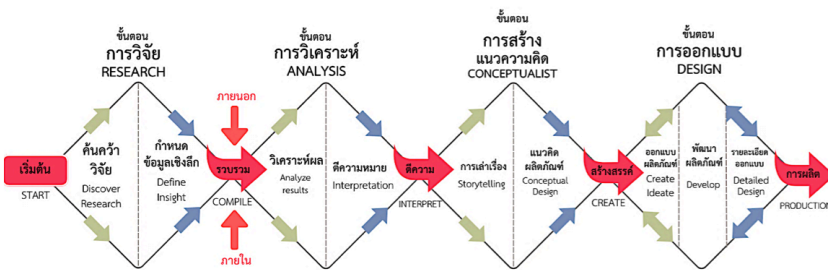
ตารางที่ 3 แสดงผลวิเคราะห์ลวดลายเครื่องเงินไทเขิน

วิเคราะห์ผลรูปทรง / ลวดลาย / สี	
ตีความหมาย	
รูปธรรม (จับต้องได้)	นามธรรม (จับต้องไม่ได้)
1. ลวดลายดอกเครื่องเงิน (แต้มดอก) 2. สีเครื่องเงิน (ถมสีชาด สีดำยางรัก)	ลวดลายเกววัลย์ ใบไม้บนเครื่องเงินไม่เพียงแต่เป็นศิลปะที่สะท้อนถึงอุดมสมบูรณ์ แต่ยังมี ความหมาย มงคล ความต่อเนื่อง และ การเจริญเติบโต ที่แฝงอยู่ในแต่ละเส้นลวดลาย ซึ่งสามารถตีความได้ว่าเป็นเครื่องหมายของความโชคดี อุดมสมบูรณ์ และความเจริญรุ่งเรือง การสร้างสรรค์ลวดลายเหล่านี้ยังเชื่อมโยงกับ วิถีชีวิต และการใช้ชีวิตอย่างประณีตและสง่างาม พร้อมทั้งสะท้อนถึงความสำคัญของการรับแขก ด้วยการต้อนรับที่แสดงออกถึงการให้เกียรติและความเป็นมิตรเชื่อมโยงกับธรรมชาติ สิ่งเหล่านี้ร่วมกันสร้างให้เครื่องเงินเป็นมากกว่างานฝีมือที่สวยงาม แต่มันยังสะท้อน คุณค่าและจิตวิญญาณของวัฒนธรรมไทยที่ยังคงมีชีวิตและมีความสำคัญในทุกวันนี้

ซึ่งการถอดลวดลายในรูปแบบเรขาคณิต (สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย, 2562) หมายถึง การออกแบบรูปภาพ สัญลักษณ์ที่มองเห็นด้วยตา โดยมีหน้าที่สื่อความหมาย จากสัญลักษณ์สู่ความหมายประยุกต์ใช้งานออกแบบลวดลายสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ ของใช้ของที่ระลึก ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการประดับตกแต่งวัสดุสิ่งของ หรือสถานที่ หรือพื้นที่ว่างให้มีความสวยงามน่าสนใจมากยิ่งขึ้น ในการสร้างแรงบันดาลใจจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Inspiration & Appreciation) เป็นการศึกษาคุณค่าเชิงรูปธรรม (Tangible) ได้แก่ เส้น ลวดลาย รูปลักษณะ รูปทรง สี สัน ผ่านการร่างภาพเพื่อศึกษาสัญลักษณ์รูปทรงจาก มุมมองต่างๆ (Study & Sketch) การตัดทอนรายละเอียดพื้นผิว ลวดลายของรูปทรง ให้เข้าสู่โครงสร้างรูปทรงที่มีความเรียบง่าย (Simplicity Form) โดยพิจารณาใช้โครงสร้าง เรขาคณิตเป็นพื้นฐานเพื่อให้น่าสนใจและเข้าใจง่ายขึ้นสู่รูปแบบนามธรรม ซึ่งข้อมูลอัตลักษณ์ ชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อยเมื่อนำมาถอดลวดลายเชิงเรขาคณิตจากการมีส่วนร่วมของ คณะผู้วิจัย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และประชาชนทั่วไปตามเครื่องมือแบบถอดข้อมูลอัตลักษณ์ เพื่อใช้ประยุกต์กับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมชุมชนต่อไป

2. วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนากระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจาก ลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่

จากการวิเคราะห์ผลสรุปอัตลักษณ์ไทเขิน บ้านต้นแห่น้อย พบว่า กระบวนการ สร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุน วัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการประยุกต์ใช้ของ กระบวนการคิดเชิง ออกแบบ อ้างอิงใน สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.). (ม.ป.ป). http://designtechology.ipst.ac.th/wp-content/uploads/sites/83/2020/01/2_02กระบวนการคิดเชิงออกแบบ.pdf. ร่วมกับ กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม เพื่อเข้าถึงรสนิยมผู้บริโภค (ปานฉัตต์ อินทร์คง, 2560, น. 116-128) สามารถแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนใหญ่ (ตามแผนภาพ)



ภาพที่ 2 แสดงขั้นตอนกระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขิน ที่มา: ผู้วิจัย (2567)

2.1 ขั้นตอนการวิจัย (Research) เริ่มจากค้นคว้าทางการวิจัยกำหนดขอบเขตปัญหาหรือความต้องการ ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การสืบค้นจากเอกสาร ตำรา วรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ลงพื้นที่สัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างโดยกลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน คนในชุมชนและกลุ่มผู้นำชุมชน การบันทึกภาพจากการลงพื้นที่และสังเกตสถานที่ชุมชนบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 3 แสดงลงพื้นที่เก็บข้อมูลบ้านต้นแห่น้อย อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่
ที่มา: คณะผู้วิจัย (2566)

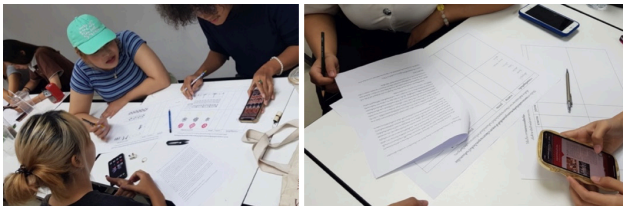
การสอบถามความต้องการของผู้บริโภคจากกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในทั้งนอกสถานที่และออนไลน์ จำนวน 100 ท่าน พบว่า เพศหญิง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56.0 เพศชาย จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 - 50 ปี จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมาอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอยู่ในช่วงต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ตามลำดับ โดยลักษณะเฉพาะชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อยที่กลุ่มตัวอย่างเลือก พบว่า

ตารางที่ 4 แสดงค่าร้อยละลักษณะเฉพาะชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อยที่กลุ่มตัวอย่างเลือก

ลักษณะเฉพาะชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
บ้านดั้งเดิม	30	30.00
วัด	9	9.00
หอไตร	5	5.00
เสื่อบ้าน	4	4.00
เครื่องเขิน	22	22.00
เสื่อไทเขิน และลวดลายเครื่องนุ่งห่ม	30	30.00
อื่นๆ	-	-
รวม	100	100.00

จากตาราง 1 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ อันดับแรก คือ ชุมชนบ้านดั้งเดิม
เสื่อไทเขิน และลวดลายเครื่องนุ่งห่ม จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา คือ
เครื่องเงิน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 ตามลำดับ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ และ
สังเคราะห์ถอดข้อมูลอัตลักษณ์นำเสนอเป็นภาพร่าง

2.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์ (Analysis) โดยเป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ด้วยการ
จัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) จากแบบถอดข้อมูลโดยคณะผู้วิจัย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
และประชาชนทั่วไปจำนวน 20 ท่าน แบ่งเป็น 5 กลุ่มย่อย เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์
สรุปผลหาอัตลักษณ์จากข้อมูลทุนวัฒนธรรมชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่



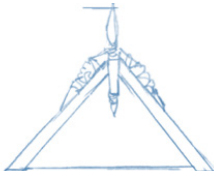

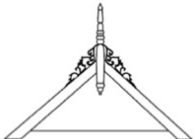
ภาพที่ 4 แสดงการจัดกลุ่มวิเคราะห์ข้อมูล
ที่มา: คณะผู้วิจัย (2566)



ภาพที่ 5 แสดงแบบร่างอัตลักษณ์ชุมชนเชิงเรขศิลป์ในแบบถอดข้อมูลอัตลักษณ์
ที่มา: คณะผู้วิจัย (2566)

เมื่อนำข้อมูลมาหาความเข้าใจของการรับรู้ และสื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชนไทเขิน พบว่า
อัตลักษณ์ชุมชนไทเขินที่มีข้อมูลซ้ำมากที่สุด ได้แก่ (1) ผ้าทอไทเขิน (2) เรือนไทเขิน และ
(3) เครื่องเงินไทเขิน โดยถอดข้อมูลลวดลายอัตลักษณ์ด้วยการร่างภาพมือเปล่า
รูปทรง ลวดลาย สี และตีความหมาย (Interpretation) และแปลงด้วยโปรแกรมพิเศษ
ทางคอมพิวเตอร์เป็นผลสรุปรูปแบบลวดลายอัตลักษณ์เรขศิลป์ (สำนักงานศิลปวัฒนธรรม
ร่วมสมัย, 2562) ชุมชนไทเขินที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของ
ที่ระลึกทุนวัฒนธรรมได้ ตามตัวอย่างลวดลายอัตลักษณ์ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 แสดงตัวอย่างลวดลายอัตลักษณ์ในรูปแบบเรขศิลป์

ตัวอย่าง ลวดลาย	ลวดลายผ้าทอพาดป่า ไทเขิน (ลายไก่อียงหลังม้า)	ลวดลายเรือนพื้นถิ่นไท เขิน (ลายหลังคาทรงมะนิลา)	ลวดลายเครื่องเขิน (ลายแต้มดอก พุดตาน)
ลวดลายจาก อัตลักษณ์			
ลวดลายเรข ศิลป์ (แบบร่างมือ)			
ลวดลายเรข ศิลป์ (โปรแกรม พิเศษทาง คอมพิวเตอร์)			


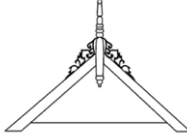





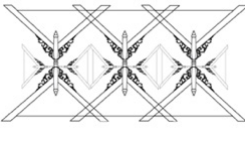

2.3 ขั้นตอนการสร้างแนวความคิด (Conceptualist) สามารถสร้างสรรค์ตาม
ขั้นตอนประกอบด้วย

2.3.1 การเล่าเรื่อง (Storytelling) (หน่วยปฏิบัติการวิจัยด้านการออกแบบเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ม.ป.ป.) เป็นการถ่ายทอดภาพลักษณ์และเรื่องราวการผูกสัมพันธ์ด้วยการร้อยเรียงเพื่อสร้างความน่าสนใจแก่ผู้ฟัง ส่งผลทำให้เกิดอารมณ์และการจดจำร่วมกับเรื่องราวนั้นมาใช้เป็นแก่น (Theme) ในการออกแบบ

2.3.2 การสร้างแนวคิดการออกแบบ (Conceptual) เป็นการสร้างแนวความคิด (concept) ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ การเล่าเรื่องราว ร่วมกับคุณค่าทางวัฒนธรรม หรือสัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ และแนวคิดการออกแบบที่สอดคล้องกันกับประเภทผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก นำมาสร้างเป็นแรงบันดาลใจ (Inspiration) ในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรม

2.4 ขั้นตอนการออกแบบ (Design) ออกแบบและพัฒนาตามหลักการออกแบบกราฟิก ประกอบด้วยองค์ประกอบศิลป์ (Visual Elements) (อรัญ วาณิชกร, 2559) ได้แก่ เส้น รูปร่าง ขนาด สี พื้นที่ว่าง น้ำหนัก และ พื้นผิว นำมาจัดวางลวดลายตามทฤษฎีการออกแบบ (Design Theory)(อรัญ วาณิชกร, 2559) ร่วมกับหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยนำเสนอรูปแบบเรขาคณิต (กราฟิก) สามารถสร้างสรรค์เป็นตัวอย่าง ได้แก่ (1) ลวดลายผ้าพาดบ่า จำนวน 9 ลวดลาย (2) ลวดลายหลังคาทรงมะนิลา และ(3) ลวดลายบนเครื่องเงิน จำนวน 9 ลวดลาย มาประยุกต์ใช้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ และเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตต่อไป

ตารางที่ 6 แสดงตัวอย่างลวดลายอัตลักษณ์จัดวางตามทฤษฎีการออกแบบ (Design Theory)

หลักการออกแบบ กราฟิก (Principle of Design)	ตัวอย่างการจัดวางลวดลายตามทฤษฎีการออกแบบ (Design Theory)		
	ลวดลายผ้าทอพาดบ่า ไทเขิน (ลายไถย่อง หลังม้า)	ลวดลายเรือนพื้นถิ่นไท เขิน (ลายหลังคาทรงมะนิลา)	ลวดลายเครื่องเงิน (ลายแต้มดอก พุดตาน)
หน่วย & เอกภาพ (Unity) ทุกส่วนของภาพ หรือหน่วยเชื่อมต่อกัน เป็นหนึ่งเดียว			
ความสมดุล (Balance) การจัดวางอย่าง สมมาตรหรือไม่ สมมาตรให้เท่า เทียมกันในน้ำหนัก			
ขนาด (Scale) ความสัมพันธ์ ระหว่างวัตถุที่เกี่ยวข้อง กับขนาด จำนวน และอื่นๆ			

หลักการออกแบบ กราฟิก (Principle of Design)	ตัวอย่างการจัดวางลวดลายตามทฤษฎีการออกแบบ (Design Theory)		
	ลวดลายผ้าทอพาดบัว ไทเขิน (ลายไก่อียง หลังม้า)	ลวดลายเรื่อนพื้นถิ่นไท เขิน (ลายหลังคาทรงมะนิลา)	ลวดลายเครื่องเขิน (ลายแต้มดอก พุดตาน)
ความแตกต่าง (Contrast) จัดวางเน้นความ แตกต่างทั้งในด้าน ของสี หรือ ขนาด			
การเน้น (Emphasis) ให้ความสำคัญเป็น พิเศษกับเนื้อหาส่วน ใดส่วนหนึ่ง			
ลวดลาย (Pattern) จัดเรียงองค์ ประกอบหรือ ลวดลายแบบสลับ หรือซ้ำกันแบบเดิม			
จังหวะและการ เคลื่อนไหว (Rhythm & Movement) เกิดซ้ำเพื่อกำกับ สายตาผ่านองค์ ประกอบต่างๆ ที่ดู เคลื่อนไหว			
ความกลมกลืน (Harmony) จัดองค์ประกอบ คล้ายคลึงเป็นอัน หนึ่งอันเดียว			
ความหลากหลาย (Variety) ใช้องค์ประกอบ ต่างๆ ในภาพเพื่อ สร้างความน่าสนใจ			

ซึ่งการสร้างสรรค์ลวดลายบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก หมายถึง ลวดลายที่อยู่บนสิ่ง ที่เก็บไว้เป็นของที่ระลึกนึกถึง ซึ่งสามารถสร้างสรรค์ในลักษณะงาน 2 มิติ คือ ภาพที่แสดง ให้เห็นความกว้าง ความยาวหรือความสูง และลักษณะ 3 มิติ คือ ภาพที่แสดงให้เห็นความ กว้าง ความยาว และความสูง โดยเหตุผลการเลือกของที่ระลึกชุมชนไทยที่บ้านต้นแห่น้อย จาก แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวในชุมชนและออนไลน์ จำนวน 100 ท่าน พบว่า

ตารางที่ 7 แสดงค่าร้อยละเหตุผลเลือกของที่ระลึกชุมชนไทยเงินของกลุ่มตัวอย่าง (เลือก ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

เหตุผลในการเลือกของที่ระลึกชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
มีสัญลักษณ์ความเป็นไทยเงินต้นแห่น้อย	79	18.81
ราคาไม่แพง เหมาะสมกับคุณภาพ	70	16.67
มีขายเฉพาะที่ชุมชนไทยเงินต้นแห่น้อย	67	15.95
มีประโยชน์ใช้สอย	58	13.81
มีขนาดเล็กพกพาสะดวก	51	12.14
สวยงาม เป็นของตกแต่ง	51	12.14
มีประวัติความเป็นมา	43	10.24
อื่นๆ	1	0.24
รวม	420	100.00

ตารางที่ 7 แสดงเหตุผลในการเลือกของที่ระลึก (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) พบว่า มีสัญลักษณ์ความเป็นไทยเงินต้นแห่น้อย จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 18.81 รองลงมา ราคาไม่แพงเหมาะสมกับคุณภาพ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และ รองลงมา มีขายเฉพาะที่ชุมชนไทยเงินต้นแห่น้อย จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 15.95 สามารถประยุกต์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย

จากการสร้างสรรค์อัตลักษณ์ผ่านการออกแบบรูปแบบเรขศิลป์ตามหลักการ ออกแบบกราฟิก (Principle of Design) ด้วยโปรแกรมพิเศษทางคอมพิวเตอร์ (ตารางที่ 6) เพื่อนำมาประยุกต์สร้างสรรค์ลวดลายลงบนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ตัวอย่าง) ตาม เกณฑ์การคัดเลือกตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก (ตัวอย่าง) จากข้อคำถามแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง (ออนไลน์) ในข้อคำถามเหตุผลการเลือกของที่ระลึกชุมชนไทยเงินบ้านต้น แห่น้อย (ตารางที่ 7) และข้อคำถามประเภทของที่ระลึกชุมชนไทยเงินบ้านต้นแห่น้อยที่กลุ่ม ตัวอย่างต้องการ พบว่า ประเภทกระเป๋าผ้า คิดเป็นร้อยละ 7.20 รองลงมา ประเภทพวง

กุญแจ คิดเป็นร้อยละ 6.61 และประเภทเสื้อยืด คิดเป็นร้อยละ 6.02 ตามลำดับ (ปิยะนุช เจริญยอด และคณะ, 2567) แสดงลักษณะผลงาน 2 มิติ และ 3 มิติ ดังตารางที่ 8 ตารางที่ 8 แสดงตัวอย่างผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมในลักษณะงาน 2 มิติ และ 3 มิติ

ลวดลายอัตลักษณ์	ตัวอย่างการประยุกต์ใช้	
	ลักษณะงาน 2 มิติ	ลักษณะงาน 3 มิติ
 <p>ลวดลายผ้าทอพาด ป่าไทเขิน (ลายไก่อยของหลังม้า)</p>	 <p>ตัวอย่างที่ 1 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า เงินจัดเรียงแบบลวดลาย (Pattern) แนวความคิด คือ ลวดลายที่สื่อ ถึงสิริมงคลต่อการใช้ในผลิตภัณฑ์</p>	 <p>ตัวอย่างที่ 1 ผลิตภัณฑ์แทนเสียบ ปากกาจัดเรียงแบบหน่วยเอกภาพ (Unity) แนวความคิด คือ ผลิตภัณฑ์สื่อถึง สิริมงคลต่อการใช้ในผลิตภัณฑ์</p>
 <p>ลวดลายเรือนพื้นถิ่น ไทเขิน (ลายหลังคาทรง มะนิลา)</p>	 <p>ตัวอย่างที่ 2 ผลิตภัณฑ์พวง กุญแจ จัดเรียงแบบหน่วยเอกภาพ (Unity) แนวความคิด คือ ลวดลายที่สื่อ ถึงความอุดมสมบูรณ์ของผู้ได้รับ หรือใช้งานติดตัว</p>	 <p>ตัวอย่างที่ 2 ผลิตภัณฑ์โคมไฟตั้ง โต๊ะ จัดเรียงแบบเอกภาพ (Unity) แนวความคิด คือ ผลิตภัณฑ์สื่อถึง ความอุดมสมบูรณ์จากเอกลักษณ์ รูปทรงเรือนใต้ถุนสูงของไทเขินมา พัฒนา</p>
 <p>ลวดลายเครื่องเขิน (ลายแต้มดอก พุดตาน)</p>	 <p>ตัวอย่างที่ 3 ผลิตภัณฑ์เสื้อยืด จัดเรียงแบบจังหวะ (Rhythm) แนวความคิด คือ ลวดลายและสี ที่สื่อถึงความมงคลต่อผู้ใช้และ ต้อนรับแขก</p>	 <p>ตัวอย่างที่ 3 ผลิตภัณฑ์ของตกแต่ง บ้าน จัดเรียงแบบเอกภาพ (Unity) แนวความคิด คือ ผลิตภัณฑ์สื่อถึง ความมงคลต่อสถานที่และใช้ ต้อนรับแขก</p>

ดังนั้นตามตัวอย่างรูปแบบการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมด้วยกระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ ยังคงคุณค่าทรัพยากรวัฒนธรรมที่เกิด (ธนิช เลิศชาญฤทธิ, 2554) ได้แก่ คุณค่าเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic value) คุณค่าเชิงสุนทรียะ (Aesthetic Value) คุณค่าทางด้านหน้าที่ใช้สอย (Utility value) คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ (Economic Value) และคุณค่าทางสังคม (Social value) อีกทั้งสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ตามผลการเก็บแบบสอบถามถึงเหตุผลในการเลือกของที่ระลึกชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อยจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 ท่าน พบว่าอันดับแรก สัญลักษณ์ความเป็นไทเขินต้นแห่น้อย รองลงมา ราคาไม่แพง เหมาะสมกับคุณภาพ และรองลงมา ขายเฉพาะที่ชุมชนไทเขินต้นแห่น้อย ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

กระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ เป็นส่วนหนึ่งในโครงการวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและบูธแสดงสินค้าด้วยทุนทางวัฒนธรรมชุมชนไทเขิน บ้านต้นแห่น้อย สามารถสรุปแบ่งขั้นตอนออกเป็น 4 ขั้นตอนใหญ่ในกระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิด ได้แก่

1. การศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มเพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนไทเขินซึ่งมีทั้งทุนวัฒนธรรมรูปนาม (จับต้องได้) และ ทุนวัฒนธรรมนามธรรม (จับต้องไม่ได้) เช่น เครื่องเขิน, ผ้าทอ, และสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น โดยสรุปอัตลักษณ์เพื่อนำมาสร้างสรรค์ด้วยเรขศิลป์ ได้แก่ ลวดลายผ้าทอเครื่องแต่งกาย ลวดลายรูปทรงเรือไทเขิน และลวดลายเครื่องเขิน เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน
2. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การจัดกลุ่มสนทนา (Focus Group) เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาวิเคราะห์ถึงความซ้ำของลวดลายและสัญลักษณ์ต่างๆ เพื่อใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก
3. การสร้างแนวความคิด ได้แก่ การใช้เทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) และการสร้างแนวคิดการออกแบบ (Conceptual) ที่นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก โดยเน้นการเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชุมชนไทเขิน
4. การออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การออกแบบกราฟิกโดยใช้หลักการศิลปะ เช่น เส้น รูปทรง ขนาด สี และพื้นผิว ร่วมกับการจัดวางลวดลายตามทฤษฎีการออกแบบ

(Design Theory) และหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามทุนวัฒนธรรมชุมชนไทเขิน ซึ่งขั้นตอนทั้งหมดนี้มุ่งหวังให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่ระลึกที่มีความหมายลึกซึ้งและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่

ซึ่งผลผลิต (Output) ของกระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิดจากลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขินในผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมบ้านต้นแห่น้อย จังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ กระบวนการสร้างสรรค์แนวความคิด จำนวน 1 กระบวนการ จำนวนลวดลายลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทเขิน จำนวนลวดลายละ 9 ลวดลายรวมทั้งหมด 27 ลวดลาย ตัวอย่างรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกลักษณะ 2 มิติ จำนวน 3 รูปแบบ และลักษณะ 3 มิติ จำนวน 3 รูปแบบ โดยผลลัพธ์ (Outcome) ที่เกิดขึ้นทำให้เกิดกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถถ่ายทอดลวดลายและอัตลักษณ์ของชุมชนไทเขินเข้าสู่ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกได้อย่างมีระบบ ชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการหรือนำทุนวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการมีส่วนร่วมกับชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมชุมชน อีกทั้งผลกระทบ (Impact) ยังทำให้เกิดการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ให้กับชุมชน โดยการพัฒนาและจำหน่ายของที่ระลึกที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม และเสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ท้องถิ่นของชาวบ้านต้นแห่น้อย และเกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมผ่านการใช้งานจริงในผลิตภัณฑ์ที่จะเกิดขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลสามารถขยายผลนำองค์ความรู้ที่ได้ศึกษาค้นคว้าไปประยุกต์ใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทุนวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดคุณค่าในด้านต่างๆ ตามสอดคล้องของทฤษฎี แนวคิด หลักการและงานวิจัยที่ได้มีการอ้างอิงถึงตามการอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับบทความวิจัยของกษิรา ภิวังศ์กูร บุญชู บุญลิขิตศิริ และภรดี พันธุมภกร (2562) พบว่า สัญลักษณ์ที่มีคุณค่าและเป็นตัวตนของชาติพันธุ์ โดยนำมาประยุกต์ใช้ตามหลักการออกแบบเรขศิลป์ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มความคิดสร้างสรรค์การออกแบบร่วมสมัยสำหรับผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกของใช้ของตกแต่งและของที่ระลึกตามแนวโน้มในปัจจุบัน

2. ผลการวิจัยครั้งนี้มีความสอดคล้องกับบทความวิจัยของจตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง และสุธาสินันท์ บุรีคำพันธุ์ (2566) ที่กล่าวถึง อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาวมอญ พระประแดงในส่วนของอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรมประเพณี ศิลปหัตถกรรม พิธีกรรม ความเชื่อ

และวิถีความเป็นอยู่ สามารถนำลวดลายมาใช้ในการออกแบบลวดลาย และใช้งานกลุ่มสีได้ แต่ต้องดูความเหมาะสมและตำแหน่งในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกและตกแต่งบ้าน สิ่งที่ต้องการให้มีในผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย คือ การอนุรักษ์สืบสาน การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการตลาด รวมไปถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์มากที่สุดคือ ด้านประโยชน์ ใช้ง่ายและด้านความสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับการนำมาใช้สร้างสรรค์แนวความคิดจาก ลวดลายอัตลักษณ์ชุมชนไทยขึ้นที่เป็นผลการวิจัยข้างต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

สามารถสรุปข้อเสนอแนะจากงานวิจัย ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในอนาคตแต่ละรูปแบบควรมีการคิดต้นทุนการผลิต และกลุ่มเป้าหมาย (Target Group) ให้ชัดเจน โดยการสำรวจตลาดเพื่อให้เห็นถึงความ ต้องการผลิตภัณฑ์ของตลาดที่แท้จริง
2. ควรมีการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานท้องถิ่นหรือกลุ่มผู้ประกอบการโดยรอบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการกระจายสินค้าสู่ชุมชนอื่นๆ
3. ควรศึกษาวัสดุในท้องถิ่น คุณภาพวัสดุเพื่อให้มีคุณสมบัติที่ดีและเหมาะสมต่อ รูปแบบผลิตภัณฑ์ต่างๆ

เอกสารอ้างอิง

- กษิรา ภิวงศ์กูร บุญชู บุญลิขิตศิริ และภรดี พันธุ์ภากร. (2562, กรกฎาคม - ธันวาคม). ศึกษาเรื่องภูมิปัญญาชนเผ่าหมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตรสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ ทางวัฒนธรรม. **มังรายสาร วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 7(2).
- จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง และสุธาสินี บุรีคำพันธุ์. (2566, กรกฎาคม-ธันวาคม). เรื่อง ศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมอญ เพื่อประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ร่วมสมัย. **วารสารศิลปปริทัศน์**, 11(2), 18 – 32.
- ธนิช เลิศชาญฤทธ์. (2554). **การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม**. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- ปานฉัตต์ อินทร์คง. (2560). **การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม แนวคิด รูปแบบ และการวิเคราะห์**. กรุงเทพฯ: อันลิมิต พรินติ้ง.

- ปิยะนุช เจตีย์ยอด และคณะ. (2567). รายงานการวิจัยเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและบูรณาการแสดงสินค้าด้วยทุนทางวัฒนธรรมชุมชนไทเขินบ้านต้นแห่น้อย. เชียงใหม่.
- ศิริวรรณ วิบูลย์มา. (2556). การติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามโครงการแผนชุมชนพึ่งตนเองตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษาชุมชนแออัดบุญเหลือ 2 เขตบางซื่อ. วารสารศรีนครินทรวิโรฒและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 5(10), 92-104.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.). (ม.ป.ป). กระบวนการคิดเชิงออกแบบ. สืบค้นจาก http://designtechnology.ipst.ac.th/wp-content/uploads/sites/83/2020/01/2_02กระบวนการคิดเชิงออกแบบ.pdf.
- สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย. (2562). 70 สุดยอดผลงาน เรขศิลป์ในรัชกาลที่ 9. กรุงเทพฯ: สโลว์โมชั่น.
- หน่วยปฏิบัติการวิจัยด้านการออกแบบเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (ม.ป.ป.). คู่มือกระบวนการถอดอัตลักษณ์เพื่อออกแบบเรื่องราวและอัตลักษณ์ของแบรนด์สินค้าชุมชน ภายใต้โครงการออกแบบอัตลักษณ์ชุมชนและพัฒนาทักษะอาชีพที่ชุมชนเป็นฐาน. สืบค้นจาก <https://community.eef.or.th/wp-content/uploads/2021/11/เป็นเรื่องเป็นเรา.pdf>.
- อรัญ วานิชกร. (2559). การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

งานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์: ซิมโฟนิคสวีท สำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์

CREATIVE MUSIC RESEARCH: SYMPHONIC SUITE FOR WIND AND ELECTRONIC ORCHESTRA

ประหยัด ศุภจิตรา¹, วีรชาติ เปรมานนท์²

Prayat Supajitra¹, Weerachat Premananda²

E-mail: prayat@tsu.ac.th, drwpremananda@yahoo.com

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาดุริยางคศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ

² ศาสตราจารย์สาขาดุริยางคศิลป์ตะวันตก คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ Asst. Dr., Lecturer in the Department of Western Music, Fine and Applied Arts, Faculty Fine and Applied Arts, Thaksin University; Thailand.

² Prof. Dr., Lecturer in the Department of Western Music, Fine and Applied Arts, Faculty Fine and Applied Arts, Chulalongkorn University; Thailand.

วันที่รับบทความ: 27 ก.พ. 2568 วันที่แก้ไขเสร็จ: 5 เม.ย. 2568 วันที่ตอบรับ: 9 เม.ย. 2568

บทคัดย่อ

งานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์ ซิมโฟนิคสวีทสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์ ประพันธ์ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลงแนวใหม่ ในรูปแบบเพลง ชุดที่เกิดจากการบูรณาการเนื้อหาดนตรีคลาสสิกและดนตรีแจ๊ส 2) เพื่อนำเสนอการแสดง ในแบบวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์โดยใช้เครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ ซินธิไซเซอร์และ อิเล็กทริกดรัมซึ่งสามารถทำเสียงอิเล็กทรอนิกส์ในหลากหลายมิติร่วมกับวง ดุริยางค์เครื่องลม บทประพันธ์เพลงนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากเพลงเชิดจีนของพระประดิษฐ์ ไพเราะ (ครูมีแขก) ซึ่งประพันธ์ขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาล ที่ 4 มาเป็นแรงบันดาลใจพัฒนาและนำมาพลิกแพลงทำนองหลักด้วยเทคนิคการอิมโพรไว เซชันและการสอดแทรกทำนอง (Counterpoint) ในยุคบาโรก (Baroque 1600-1750) แบ่งการบรรเลงทั้งหมดออกเป็น 4 ท่อน ได้แก่ I. Moderato II. Andante dolce III. Scherzo IV. Allegro con brio บทเพลงนำเสนอเป็นนวัตกรรมร่วมสมัย มีการเรียบเรียง อย่างวิจิตรพิสดารซึ่งแสดงทักษะระดับสูงของนักดนตรีในหลากหลายอารมณ์ โดยมีแขก โซโฟนเป็นเครื่องเดี่ยวเพื่อประชันกับวงดนตรี จุดเด่นของงานประพันธ์ขึ้นนี้อยู่ที่มิติของ เสียงและการประดิษฐ์พลิกแพลงทำนองในเสียงประสานหลากหลายสีสันทันจากบันไดเสียงไดอาโท นิกและแบบโครมาติก อีกทั้งมีการย้าย บันไดเสียง (Modulation) เพื่อเพิ่มสีสันให้บทเพลง มีความน่าสนใจ

คำสำคัญ: ซิมโฟนิคสวีท, วงดุริยางค์เครื่องลม, วิจัยดนตรีสร้างสรรค์

Abstract

The purpose of the creative music research Symphonic Suite for Wind and Electronic Orchestra is to create a new absolute music. 1) The composition has been employed variety of classical idioms and jazz music technique 2) Having been presented musical composing styles such as improvisation, Baroque, counterpoint for wind and electronic orchestra. Using electronic instruments such as synthesizers and electric drums, which can produce multidimensional electronic sounds together with wind orchestra. The music composition inspired by the Thai traditional namely "Choed Jin" of Phra Praditpairao (Khru Meekhaek). The music composed in the reign of his Majesty King Mongkut, King Rama IV of Chakri

Dynasty. The music was inspired to develop and modify the main melody using improvisational techniques and counterpoint of the Baroque's counterpoint. The composition consists of a total of 4 movements: I. Moderato II. Andante dolce III. Scherzo IV. Allegro con brio. It is characterized as a musical composition that shows innovative and contemporary technique with exquisite arrangements that showcase are the musicians' high level of skill across a wide range of moods. The saxophone player has played an important role as the solo instrument competed with the orchestra, the highlight of this composition is the dimension of sound and the creativity of diversity invented melodies and completion of harmonies. The highlight of the piece was using complexed and extended chords in both diatonic, chromatic scales as well as their modulations. In the meantime, the dramatic decorating color to make the composition highlighted.

Keywords: Symphonic suite, Wind symphonic, Creative music research

บทนำ

งานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์: ซิมโฟนิคสวิตสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นบทประพันธ์เพลงในรูปแบบดนตรีบริสุทธิ์ (Absolute music) โดยใช้เครื่องดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ ซินธิไซเซอร์และอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถทำเสียงอิเล็กทรอนิกส์ในหลากหลายมิติร่วมกับวงดุริยางค์เครื่องลม มุ่งเน้นไปที่ความงดงามของการบูรณาการระหว่างดนตรีคลาสสิกกับดนตรี แจ๊สในรูปแบบนวัตกรรมร่วมสมัย บทประพันธ์เพลงนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากเพลงเชิดจีนของ พระประดิษฐ์ไพเราะ (ครูมีแขก) ซึ่งประพันธ์ขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 มาเป็นแรงบันดาลใจพัฒนาและนำมาพลิกแพลงทำนองหลักด้วยเทคนิคการ อิมโพรไวเซชันและการสอดแทรกทำนอง (Counterpoint) ในยุคบาโรก (Baroque 1600-1750) โดยมีแซกโซโฟนเป็นเครื่องเดี่ยวเพื่อประชันกับวงดนตรี แบ่งการบรรเลงทั้งหมดออกเป็น 4 ท่อน ได้แก่ I. Moderato II. Andante dolce III. Scherzo IV. Allegro con brio

นอกจากนั้น ผู้ประพันธ์เพลงยังได้รับแรงบันดาลใจจากบทเพลงต่างๆ เช่น เพลง Young Person Guild to the Orchestra ของ Benjamin Britten, Rhapsody on a Theme of Paganini ของ Sergey Rachmaninov โดยใช้กลวิธีรูปแบบต่างๆ ที่ใช้ในการประพันธ์ดนตรีและดนตรีแจ๊สมาสร้างสรรค์อย่างลงตัว กล่าวได้ว่าผลงานการวิจัยครั้งนี้จะเป็นบท

ประพันธ์เพลงแนวใหม่เพื่อส่งเสริมศิลปะทางดนตรี เผยแพร่แนวความคิดในการประพันธ์เพลงและการนำมาใช้ในการแสดงเดี่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสร้างสรรค์บทประพันธ์เพลง ในรูปแบบเพลงชุดที่เกิดจากการบูรณาการเนื้อหาดนตรีคลาสสิกและดนตรีแจ๊ส
2. เพื่อนำเสนอรูปแบบการประพันธ์เพลงของวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์เป็นบทประพันธ์เพลงแบบดนตรีบริสุทธิ์ (Absolute music) ในรูปแบบซิมโฟนิคส์สำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. กำหนดรูปแบบของวงและเครื่องดนตรีของวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์ ในรูปแบบซิมโฟนิคส์ที่นำมาใช้ในการประพันธ์ ได้แก่ ซินธิไซเซอร์และอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถทำเสียงอิเล็กทรอนิกส์ในหลากหลายมิติร่วมกับวงดุริยางค์เครื่องลม
2. ออกแบบสังคีตลักษณะของบทประพันธ์ โดยประกอบด้วยลีลาการบรรเลงทั้งหมด 4 ท่อน ได้แก่ I. Moderato II. Andante dolce III. Scherzo IV. Allegro con brio
3. วางโครงวัตถุดิบที่ใช้ในการประพันธ์ทั้งสร้างสรรค์ทำนองหลัก และองค์ประกอบต่างๆ โดยการพัฒนาความคิดจากทำนองหลักให้มีความสอดคล้องกับเทคนิคที่นำมาใช้ประพันธ์ในแต่ละท่อน
4. เรียบเรียงเสียงประสานดนตรี ตามความเหมาะสมของเครื่องดนตรีแต่ละชนิด

ผลการวิจัย

งานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์: ซิมโฟนิคส์สำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย 4 ท่อนคือ

- I. Moderato

II. Andante dolce

III. Scherzo

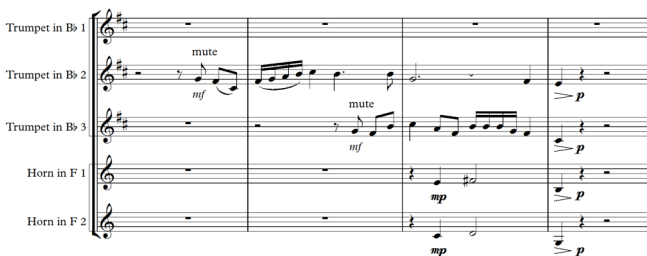
IV. Allegro con brio

แนวคิดเริ่มต้นสำหรับบทประพันธ์เพลงนี้ เกิดจากการที่ผู้ประพันธ์ต้องการที่จะผสมผสานบูรณาการระหว่างดนตรีคลาสสิกกับดนตรีแจ๊ส บทเพลงนำเสนอเป็นนวัตกรรมร่วมสมัย มีการเรียบเรียงอย่างวิจิตรพิสดารซึ่งแสดงทักษะระดับสูงของนักดนตรีในหลากหลายอารมณ์ โดยมีแซกโซโฟนเป็นเครื่องเดี่ยวเพื่อประชันกับวงดนตรี จุดเด่นของงานประพันธ์ชิ้นนี้อยู่ที่มิติของเสียงและการประดิษฐ์พลิกแพลงทำนองในเสียงประสานหลากหลายสีส่น กำหนดรูปแบบของพื้นผิวในส่วนต่าง ๆ ของบทเพลง จัดแนวการบรรเลงสำหรับเครื่องดนตรีแต่ละเครื่อง โดยพิจารณาถึงแนวทำนอง แนวสอดประสาน ตามความเหมาะสมของเครื่องดนตรีแต่ละประเภท ทั้งนี้ต้องสอดคล้องพื้นผิวเสียงที่วางไว้ บทประพันธ์นี้เริ่มต้นด้วยบรรเลงทำนองหลักด้วยเครื่องดนตรี Eb คลาริเน็ตโดยใช้โหมด B โดเรียน (B Dorian Mode) ซึ่งถือเป็นโหมดหลักโหมดหนึ่งในโหมดเพลงโบสถ์



ภาพที่ 1 ทำนองหลักที่มีทิศทางขึ้นบรรเลงโดยคลาริเน็ต

เครื่องดนตรีที่ร่วมเปิดบรรเลงแนวทำนองโดยมีเฟรินซ์ฮอร์นบรรเลงในลักษณะ Counter Melody ประกอบ



ภาพที่ 2 ทรัมเป็ตบรรเลงแนวทำนองโดยมีเฟรินซ์ฮอร์นบรรเลงในลักษณะ Counter Melody

ปรากฏทำนองแนวอัลโตแซกโซโฟนในคอร์ดทาบเจ็ดโดมินันท์ หมายถึงคอร์ดห้าที่ประกอบด้วยกลุ่มคอร์ดเมเจอร์และทาบด้วยคู่เจ็ดไมเนอร์ ซึ่งในแนวของคลาริเน็ต แซกโซโฟน ยูโฟเนียม ทูบา และดับเบิลเบสบรรเลงโน้ตลากยาว

ภาพที่ 3 แนวทำนองในคอร์ตคอร์ตทบเจ็ดโดมินันท์

ปรากฏการใช้เครื่องดนตรีปีกโคโล ฟลูต และคลาริเน็ตแสดงลักษณะเป็นโน้ตวิ่งขึ้น-ลง ไปมาในลักษณะโน้ตสามพยางค์ (Eighth note triplets) และหกพยางค์ (Sixteen note triplets) โดยมีเครื่องดนตรีแซกโซโฟน และกลุ่มเครื่องลมทองเหลืองลากเสียงคอร์ตทบเจ็ด ไมเนอร์ (Minor seventh chord)

ภาพที่ 4 ทำนองที่มีการผสมผสานหน่วยจังหวะเป็นโน้ตสามพยางค์และหกพยางค์

มีการนำหน่วยจังหวะย่อยเอก (Rhythmic motive) ซึ่งผู้ประพันธ์นำมาพัฒนาทำนองเพื่อสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ใช้จังหวะโน้ตสามพยางค์ของทำนองหลักในแนวคลาริเน็ตปรับเป็นโน้ตเซปติมหนึ่งชั้นสลับการตอบรับกับเครื่องดนตรีโอโบ บาสซูน ทรัมเป็ต เฟรินซ์ฮอร์น ทรอมโบน



ภาพที่ 5 การบรรเลงเดี่ยวสลับการตอบรับจากกลุ่มเครื่องลมไม้และเครื่องลมทองเหลือง

มีการนำจังหวะของทำนองหลักมาไล่เลียนกันของทำนองระหว่าง 2 แนวขึ้นไป (Imitation) โดยใช้กลุ่มเครื่องลมไม้ ดับเบิลเบสแสดงลักษณะเป็นประโยคถาม-ตอบ บรรเลงตอบรับกับทำนองเดี่ยวของอัลโตแซกโซโฟน

The image shows a page of a musical score for a symphonic suite, specifically focusing on the woodwind section. The score is written for Piccolo, Flute 1, Flute 2, Oboe 1, Oboe 2, Bassoon 1, Bassoon 2, Clarinet in E♭, Clarinet in B♭ 1, Clarinet in B♭ 2, Clarinet in B♭ 3, Alto Saxophone 1, and Double Bass. The key signature is one sharp (F#) and the time signature is 4/4. The music features eighth note triplets. Dynamic markings include *f* (forte), *ff* (fortissimo), *mp* (mezzo-piano), and *mf* (mezzo-forte). The score is divided into two measures, with the second measure containing the triplets.

ภาพที่ 6 การเลียนทำนอง

โอโบและคลาริเน็ต มีการบรรเลงโน้ตสามพยางค์ (Eighth note triplets) กลุ่มโน้ต 3 ตัวที่ต้องเล่นให้อยู่ในกรอบจังหวะของโน้ต 2 ตัว ใช้บันไดเสียงไมเนอร์แบบเนเชอรัล บางครั้งเรียกบันไดเสียงไมเนอร์แบบบริสุทธิ์ (Pure minor scale) นำกลุ่มโน้ตประสานมาเรียงซ้อนกันชนิดคอร์ด E ไมเนอร์ โดยใช้เครื่องหมายความเข้มเสียงที่แสดงเสียงดังเสียงเบา (Dynamic) จาก ดังมาก (*f*) ไปหาเบามาก (*pp*)

The image shows a page of a musical score for woodwind instruments, titled "Andante Dolce". The score is for Oboe 2, Clarinet in E♭, and Clarinet in B♭ 3. The key signature is one sharp (F#) and the time signature is 4/4. The music features eighth note triplets. Dynamic markings include *f* (forte), *pp* (pianissimo), and *mf* (mezzo-forte). The score is divided into three measures, with the triplets appearing in each measure.

ภาพที่ 7 ใช้บันไดเสียงไมเนอร์แบบเนเชอรัลในแนวโอโบและคลาริเน็ต

ใช้เทคนิคโน้ตตัวที่ 7 ไปหาโน้ตตัวที่ 3 ในกลุ่มเครื่องดนตรีเฟรินซ์ฮอร์นโดยใช้การดำเนินคอร์ด ii-7b5 V7b9 ii-7 ในโมเดลเคเรียนน มิกโซลิเดียน (b9) และเอโอเลียน

ภาพที่ 8 เทคนิคโน้ตตัวที่ 7 ไปหาโน้ตตัวที่ 3 ในกลุ่มเครื่องดนตรีเฟรินซ์ฮอร์น

การใช้เทคนิคสเตร็ตโต (Stretto) ซึ่งเป็นช่วงที่มีการนำเสนอทำนองเอกซ็อนกันตั้งแต่ 2 แนวขึ้นไปในบทเพลงในกลุ่มเครื่องลมไม้และเครื่องลมทองเหลือง

ภาพที่ 9 ทำนองซ็อนโดยกลุ่มเครื่องลมไม้และเครื่องลมทองเหลือง

มีการเพิ่มโน้ตเพื่อประดับประดาให้น่าสนใจขึ้น ใช้การพรมนิ้ว (Trill) เล่นโน้ต 2 ตัวสลับไปมาอย่างรวดเร็วในเครื่องดนตรีฟลูต อัลโตแซกโซโฟน ทรัมเบ็ต และเฟรินซ์ฮอร์น โดยใช้ความเข้มเสียง (Dynamics) เสียงเบา (p) และ เสียงเบาปานกลาง (mp)



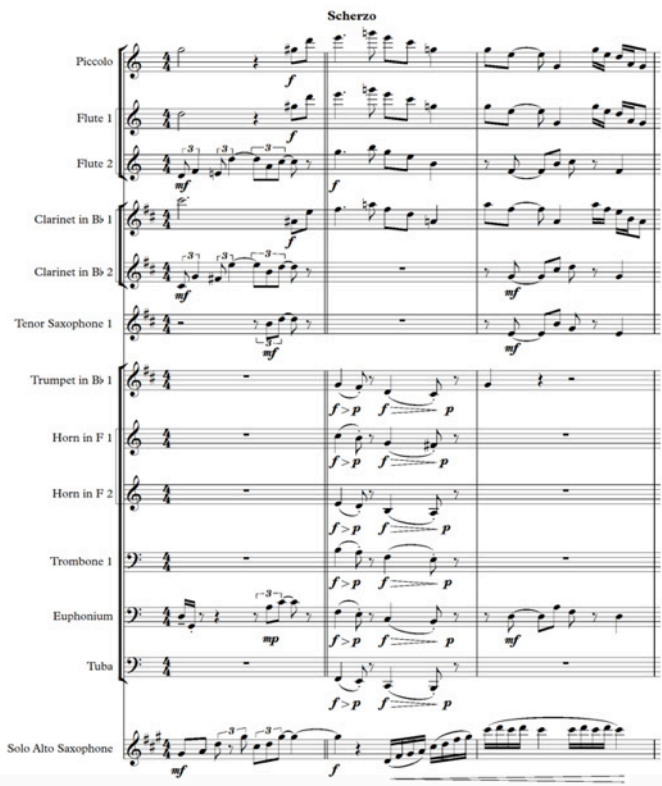
ภาพที่ 10 การพรมนิ้วด้วยโน้ตประดับ

มีการโยนแนวทำนองซึ่งเกิดขึ้นระหว่างแนวทรัมเบ็ตเริ่มต้นในจังหวะที่ 1 เฟรินซ์ฮอร์น จังหวะที่ 3 และยูโฟเนียมจังหวะที่ 4 โดยบรรเลงโน้ตจังหวะเชบิตสองชั้น (Sixteenth note) เป็นการกระจายเครื่องดนตรีเพื่อเพิ่มสีสัน โดยใช้ความเข้มเสียง (Dynamics) เสียงเบาปานกลาง (mp) เสียงเบา (p) และ เสียงเบามาก (pp)



ภาพที่ 11 การเหลื่อมเวลาในการบรรเลงของทรัมเบ็ต เฟรินซ์ฮอร์นและยูโฟเนียม

ท่อนสแกร์ตโซ (Scherzo) ในลีลาสนุกสนานร่าเริง ปรากฏแนวทำนองในกลุ่มเครื่องลมไม้ นำมาเรียบเรียงเสียงประสาน ส่วนเครื่องลมทองเหลืองบรรเลงโน้ตตัวดำและเชบิตหนึ่งชั้น ใช้ความเข้มเสียง (Dynamics) เสียงดังปานกลาง (mf) เสียงเบาปานกลาง (mp) เสียงดัง (f) สลับกับเสียงเบา (p) ประกอบกับใช้เครื่องหมายการเบาลงที่ละน้อย (Decrescendo) กับ ดั้งขึ้นที่ละน้อย (Crescendo)



ภาพที่ 12 บรรเลงเดี่ยวอัลโตแซกโซโฟนร่วมกับกลุ่มเครื่องดนตรีประกอบ

กลุ่มเครื่องลมไม่บรรเลงลักษณะโน้ตหกพยางค์โดยเน้นความเข้มเสียง (Dynamics) ใช้การดังขึ้นทีละน้อย (Crescendo) แล้วค่อยๆเบาลง (Decrescendo) เพื่อสร้างสีสันให้กับท่อนนี้



ภาพที่ 13 บรรเลงโน้ตหกพยางค์โดยใช้โน้ตที่มีระยะห่างเป็นขั้นคู่สามเป็นหลัก

กลุ่มเครื่องลมไม่มีการบรรเลงโน้ตเข้บิตหนึ่งชั้นและโน้ตเข้บิตสองชั้น ส่งไปหาแซกโซโฟนโดยบรรเลงประสานเสียงกับทำนองของเครื่องเดี่ยวอัลโตแซกโซโฟนเพื่อให้เกิดสีสนั้

The image shows a page of a musical score for a symphonic suite. It features 12 staves for various wind instruments: Piccolo, Flute 1, Flute 2, Clarinet in Eb, Clarinet in Bb 1, Clarinet in Bb 2, Clarinet in Bb 3, Alto Saxophone 1, Tenor Saxophone 1, Horn in F1, Euphonium, and Solo Alto Saxophone. The music is written in a key signature of one sharp (F#) and a 2/4 time signature. The score is divided into three measures. Dynamics are marked as *mp* (mezzo-piano) and *p* (piano). The Solo Alto Saxophone part starts with a *pp* (pianissimo) dynamic.

ภาพที่ 14 ใช้โน้ตเข้บิตหนึ่งชั้น โน้ตเข้บิตสองชั้นบรรเลงโดยกลุ่มเครื่องลมไม่และเครื่องลมทองเหลืองเพื่อส่งไปหาเครื่องเดี่ยวแซกโซโฟน

ปรากฏการใช้เทคนิคไล่เลียนกัน (Imitation) ในกลุ่มเครื่องลมไม่ กับยูโฟเนียมและแนวทูบา ดับเบิลเบสมีลักษณะโน้ตยาวเพื่อให้อัลโตแซกโซโฟนใช้เทคนิคคีตปฏิภาณโดยใช้คอร์ด โดมิแนนท์ระดับสอง (Secondary dominant chord) ซึ่งถือเป็นคอร์ดโคมาติกชนิดหนึ่ง

Musical score for Picture 15, featuring woodwind and brass instruments. The score includes parts for Flute 1, Flute 2, Oboe 1, Clarinet in Eb, Clarinet in Bb 1, Clarinet in Bb 2, Clarinet in Bb 3, Alto Saxophone 1, Tenor Saxophone 1, Euphonium, Tuba, Double Bass, and Solo Alto Saxophone. The Solo Alto Saxophone part includes chord markings: F#m7, D#7, G#7, C#7, and F#7. The score is characterized by frequent triplet markings and dynamic markings such as *mf* and *f*.

ภาพที่ 15 การไล่เสียงด้วยคอร์ดโดมินันท์ระดับสองและกลุ่มเครื่องดนตรีประกอบเครื่องเดี่ยว

ท่อน Allegro con brio ใช้โมด (Mode) ที่สำคัญได้แก่ Dorian, Mixolydian และ Ionian ในกลุ่มคอร์ด ii-7 V7 Imaj7 โดยมี คลาริเน็ต แซกโซโฟน ยูโฟเนียม ทูบา และดับเบิลเบส บรรเลงในลักษณะจังหวะซัด เพื่อให้อัลโตแซกโซโฟนบรรเลงทำนอง

Musical score for Picture 16, titled "Allegro con brio". It features woodwind and brass instruments: Clarinet in Eb, Clarinet in Bb 1, Clarinet in Bb 2, Clarinet in Bb 3, Alto Saxophone 1, Tenor Saxophone 1, Euphonium, Tuba, Double Bass, and Solo Alto Saxophone. The Solo Alto Saxophone part includes chord markings: E#m7, A7, and D#maj7. The score is marked with *mf* and *f* dynamics.

ภาพที่ 16 การใช้โมด ลักษณะจังหวะ และจังหวะซัด

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์: ซิมโฟนิคสวีทสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์ มีการรวบรวมข้อมูลทฤษฎีดนตรีต่างๆ ในการสร้างสรรค์ผลงานวิเคราะห์ข้อมูล ทดสอบวิจัยผลของข้อมูลและคิดค้นสร้างสรรค์ข้อมูลใหม่ เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในงานสร้างสรรค์วางโครงสร้างของผลงานการประพันธ์และจัดสังคีตลักษณ์ (Musical Form) ศึกษาวรรณคดีและประเภทของ Symphonic Suite for Wind and Electronic Orchestra ด้านการการทำวิจัยสร้างสรรค์ได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ผลงาน สร้าง Synthetic Sound Version สำหรับ Musical Score วง Wind Symphony ด้านประพันธ์เพลงได้นำความรู้และข้อมูลที่ได้มาใช้ประพันธ์เพลง และจัดการ Score และ Part ตามกลุ่มของเครื่องดนตรี

อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์: ซิมโฟนิคสวีทสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลมและอิเล็กทรอนิกส์ เป็นบทประพันธ์เพลงในรูปแบบดนตรีบริสุทธิ์ (Absolute music) มีทั้งหมด 4 ท่อน ได้แก่ I. Moderato II. Andante dolce III. Scherzo IV. Allegro con brio อยู่ในรูปแบบเพลงชุดที่เกิดจากการบูรณาการเนื้อหาดนตรีคลาสสิกและดนตรีแจ๊ส

บทเพลงนำเสนอเป็นนวัตกรรมร่วมสมัย มีการเรียบเรียงอย่างวิจิตรพิสดารซึ่งแสดงทักษะระดับสูงของนักดนตรีในหลากหลายอารมณ์ โดยมีแซกโซโฟนเป็นเครื่องเดี่ยวเพื่อประชันกับวงดนตรี จุดเด่นของงานประพันธ์ชิ้นนี้อยู่ที่มิติของเสียงและการประดิษฐ์พลิกแพลงทำนองในเสียงประสานหลากสีสั่นจากบันไดเสียงไดอาโทนิคและแบบโครมาติก อีกทั้งมีการย้ายบันไดเสียง (Modulation) เพื่อเพิ่มสีสันให้บทประพันธ์เพลงมีความน่าสนใจ

การนำไปใช้ประโยชน์

เกิดงานวิจัยดนตรีสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ที่เป็นดนตรีร่วมสมัยสำหรับวงดุริยางค์เครื่องลม เป็นแนวทางในการศึกษาดนตรีร่วมสมัยแก่ผู้ที่สนใจทั้งนักศึกษาและบุคคลทั่วไป อีกทั้งเผยแพร่บทประพันธ์ด้วยการนำออกแสดงให้ผู้ฟังโดยทั่วไป

เอกสารอ้างอิง

- Adler, S. (2002). **The Study of Orchestration (3rd ed.)**. W.W. Norton & Company, Inc.
- Alegant, B. (2001). **Cross-Partitions as Harmony and Voice Leading in Twelve-Tone Music**. *Music Theory Spectrum*, 23(1), 1–40.
- Apel, W. (1972). **Harvard Dictionary of Music**. Harvard University Press.
- Coker, J. (1987). **Improvising Jazz**. Simon & Schuster.
- Dhamabhuta, N. (2009). **Contemporary Music Composition**. Chulalongkorn University Press.
- Dick L & Ken P. (2003). **Arranging for Large Jazz Ensemble**. Berklee Press.
- Gridley, C. (2000). **Jazz Styles History & Analysis, (7th ed.)**. Prentice Hall.
- Levine, M. (1995). **The Jazz Theory Book**. Petaluma. Sher Music.
- Lignons, B. (2001). **Jazz Theory Resources: Vol. 1**. Houston Publishing.
- Miller, R. J. (2015). **Contemporary Orchestration: A Practical Guide to Instruments, Ensembles, and Musicians**. Routledge.
- Pancharoen, N. (2009). **Dictionary of Music (3rd ed.)**. Kedkarat Press.
- Piston, W. (1984). **Counterpoint. (11th ed.)**. W.W. Norton Company, Inc.
- Premananda, W. (1987). **Philosophy and Music Composition techniques in Thai Contemporary Music**. Chulalongkorn University.
- Premananda, W. (1989). **Research report new style of Thai music (1977-1987)**. Research Fund, Ratchadapisek Somphot Chulalongkorn University.
- Smith, G. (2007). **Score rehearsal preparation**. Meredith Music Publication.
- Sturman, P. (2005). **Harmony melody and composition (9th ed.)**. Cambridge Press.
- Sutthachit, N. (1992). **Music Appreciation**. Chulalongkorn University Press.
- Ted, P. (2003). **Jazz Composition (Theory and Practice)**. Berklee Press.
-

THE WEDDING ATTIRE CULTURE OF ETHNIC KOREANS IN CHINA: CHANGE IS AN OPPORTUNITY TO GROWTH



Teng Weiming¹, Pensiri Chartniyom²

E-mail: teng_w2@su.ac.th, chariniyom_p@su.ac.th

¹ *Ph.D Candidate in Design, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University.*

² *Asst. Prof. Dr., Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University.*

Received: February 27, 2025 Revised: March 24, 2025 Accepted: March 28, 2025

ABSTRACT

The Traditional Wedding Attire of Ethnic Koreans in China, specifically in the Yanbian Korean Autonomous Prefecture, Jilin Province, features distinctive design elements embodying profound cultural heritage and unique aesthetic value. However, accelerated globalization, evolving aesthetic preferences among younger generations, and lifestyle changes pose significant challenges to the preservation of traditional cultural heritage. Therefore, innovative design strategies for traditional wedding attire are urgently needed to adapt to contemporary societal demands. This study has two primary objectives: to analyze the artistic design elements (patterns, colors, and styles) of Traditional Wedding Attire of Ethnic Koreans in China, and to propose innovative strategies that transform change into an opportunity for growth, ensuring the preservation and development of cultural heritage. To achieve these objectives, a qualitative research approach was employed, deeply examining the traditional patterns, colors, and styles of the Traditional Wedding Attire of Ethnic Koreans in China, while also summarizing historical and contemporary changes in people's choices regarding this attire. Case studies were analyzed to summarize innovative approaches for integrating traditional artistic design elements into contemporary wedding attire. The findings indicate that the Traditional Wedding Attire of Ethnic Koreans in China possesses unique artistic design elements. Furthermore, contemporary design methods effectively transform these elements into modern designs aligned with current aesthetic standards, thus promoting the preservation and innovation of Ethnic Korean attire culture. This research establishes a theoretical foundation for innovating Traditional Wedding Attire of Ethnic Koreans in China and provides new methods for preserving traditional culture.

Keywords: Ethnic Koreans in China, Traditional Wedding Attire, Design Elements, Innovative Design Strategies, Cultural Transformation

Introduction

The Ethnic Koreans in China are officially recognized as one of the country's minority groups. From the late 19th to early 20th centuries, due to wars, famines, and political instability on the Korean Peninsula, large numbers of Koreans migrated to Northeast China, where they gradually developed a unique culture integrated with Chinese characteristics (Choi, 2001; Zhuo et al., 2024). In 2008, the Chinese government officially included the "Traditional Wedding of Ethnic Koreans in China" in the National Intangible Cultural Heritage list, highlighting the profound historical, cultural, and aesthetic values of their traditional wedding attire (Figure 1).



Figure 1 The traditional wedding attire of ethnic Koreans in China

Source: The Researcher, 2024

However, with the acceleration of globalization, evolving fashion trends, and shifting aesthetic preferences among younger generations, the preservation of Traditional Wedding Attire of Ethnic Koreans in China faces significant challenges. This issue is particularly evident in Yanbian Korean Autonomous Prefecture, Jilin Province, home to the largest population of Ethnic Koreans in China, where traditional wedding attire is increasingly influenced by contemporary fashion, reflecting trends toward diversity and modernization (Kuhn-Osius, 2013).

Although previous studies have explored innovative designs for Ethnic Korean attire, such as the fashion design graduation exhibition at Northeast Electric Power University (Figure 2), which creatively reinterpreted traditional clothing elements through modern perspectives and diverse approaches—effectively resonating with younger audiences by simplifying patterns and employing modern color schemes—systematic research specifically addressing strategies for the cultural preservation and innovative design of Traditional Wedding Attire of Ethnic Koreans in China remains limited. These highlight the need for focused research on culturally protective design strategies.



Figure 2 2021 Ethnic Koreans in China Attire Modern Design Fashion Show
Source: Graduation Design Exhibition of Northeast Normal University, 2021

Therefore, this study first analyzes the artistic design elements; patterns, colors and style of traditional wedding attire of Ethnic Koreans in China, exploring their embedded ethnic sentiments and aesthetic values. Secondly, by examining innovative contemporary wedding attire design cases, this research proposes design strategies suitable for contemporary aesthetic preferences and practical applications, thus providing new opportunities for the preservation and development of this cultural heritage.

Research objectives

1. To analyze the Artistic design elements of the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.
2. To propose innovative strategies that transform change into an opportunity for growth, ensuring the preservation and development of cultural heritage.

Methodology

This study adopts a qualitative research approach, using methods including Literature Review, Fieldwork, and Case Study to deeply explore the artistic design elements and innovative strategies for the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China. Specific details of the methodology are as following:

1. Target Group

The target group of this research is the Ethnic Koreans in China, specifically those residing in Yanbian Korean Autonomous Prefecture, Jilin Province. Particular attention is given to the younger generation (aged 18–35), focusing on their aesthetic attitudes, acceptance, and changing demands towards traditional wedding attire. Yanbian was selected due to its highest concentration of Ethnic Koreans in China, providing an ideal cultural context to accurately reflect the inheritance and evolution of traditional attire in contemporary society.

2. Scope of Study

This study focuses on the artistic design elements of Traditional Wedding Attire of Ethnic Koreans in China, specifically examining patterns, colors, and styles. and explores innovative design strategies for contemporary wedding attire. The study primarily examines relevant design cases and literature from the past decade (2014–2024).

3. Literature Review

Utilizing databases such as China National Knowledge Infrastructure (CNKI) and Google Scholar, the study systematically reviews academic sources, including journal articles, conference proceedings, books, and theses. Literature reviewed encompasses studies related to Traditional Wedding Attire, cultural heritage preservation, and innovative designs, providing a comprehensive theoretical foundation for this research.

4. Fieldwork

From June to August 2023, fieldwork was conducted, including attending traditional Ethnic Korean weddings in Yanbian and visiting the Yanbian Korean Museum. Field visit observation, photography, note-taking, and interviews were employed to collect the firsthand data about traditional wedding attire design elements.

5. Case Study

Representative innovative designs of contemporary wedding attire were selected from international fashion shows and brands. For example, Valentino's 2016 Haute Couture show and Vivienne Tam's Fall/Winter 2024 collection were analyzed to identify innovative strategies integrating traditional and modern design elements.

6. Data Analysis

Qualitative data collected through literature review, fieldwork, and case studies were systematically analyzed using Content Analysis and Thematic Analysis methods. Initially, traditional design elements such as patterns, colors, and styles identified from the literature and fieldwork were categorized. Subsequently, comparative analysis of contemporary design cases was conducted to formulate innovative strategies applicable to the traditional wedding attire of Ethnic Koreans in China, addressing both cultural preservation and contemporary aesthetic needs.

Research Results

1. The Artistic Design Elements of the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.



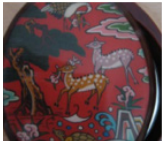





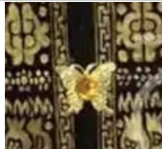

To gain a deeper understanding of the cultural connotation and artistic value of traditional wedding attire of ethnic Koreans in China. This study explores the patterns, colors and style used in the attire. These elements reflect the unique aesthetics and profound cultural heritage of the wedding attire of Ethnic Koreans in China. Analyzing these design elements enhances our understanding of the significant role that the wedding attire of Ethnic Koreans in China plays in both historical inheritance and modern innovation, providing theoretical support for future design improvements.

1.2 Patterns of the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.

The patterns on the wedding attire of ethnic Koreans in China reflect the unique aesthetics of the Korean ethnic group and the holistic perspective of their traditional culture, encompassing aspects such as traditional customs, religious beliefs, philosophical thoughts, and ethnic traditions. In the design of traditional Korean wedding attire in China, these patterns are not only decorative but also imbued with deep cultural significance. Common patterns include animal patterns, plant patterns, landscape patterns, and calligraphy patterns.

Animal Patterns: In the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China, using animal patterns in wedding attire reflects the idea of harmony between humans and nature. This cultural belief has been preserved and passed down through generations via wedding attire (Park & Rhee, 2022). Certain animals hold totemic significance in Korean culture, representing tribal protectors and spiritual symbols. Incorporating these animal patterns into wedding attire seeks the protection and blessings of the spirits, enhancing the sacredness and ceremonial atmosphere of the wedding. Famous animal patterns include cranes, deer, turtles, butterflies, and phoenixes. Cranes, turtles, and deer are commonly used in the groom's attire, while butterflies and phoenixes are frequently featured in the bride's attire. They are used to convey auspicious expectations and meanings in the traditional wedding attire of ethnic Koreans (Table 1).



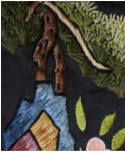



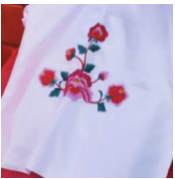



Table 1 Animal Patterns the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.

Name	Picture	Drawings	Meanings
Crane			longevity and wisdom
Deer			happiness and prosperity.
Turtle			Stable and lasting marriage.
Phoenix			Auspicious, Harmony, Nobility, Blissful Marriage.
Butterfly			Symbol of eternal love and lifelong companionship.

Source: The Researcher, 2024

Plant Patterns: In these weddings, plant patterns are indispensable decorative elements. They not only enhance the festive atmosphere of the wedding but also carry profound cultural connotations and beautiful meanings (Park & Rhee, 2022). Famous plant patterns include Lingzhi, pines, lotus, peony, and pomegranate (Table 2). Lingzhi, pine trees, and deer are commonly used in the groom's attire, while lotus, peony, and pomegranate are more frequently seen in the bride's attire. They are not only aesthetically pleasing but also embody people's good wishes for the newlyweds' future life

Table 2 Plant Patterns in the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.







Name	Picture	Drawings	Meanings
Lingzhi (mushroom)			Lingzhi means longevity and fortune. Its patterns bless the couple with health and love.
Pine			Pine means resilience and longevity, blessing newlyweds with a lasting marriage in wedding attire.
Lotus			The lotus pattern means pure love, beauty, and a harmonious future.
Peony			The peony pattern means wealth and happiness, blessing newlyweds with love and a bright future (Pan et
Pomegranate			pomegranate patterns means fertility and prosperity, blessing the couple with many offspring.

Source: The Researcher, 2024

Landscape Patterns : Famous natural landscape patterns in the traditional wedding attire of Ethnic Koreans in China include Cloud Patterns, Mountain Patterns, and River Patterns (Table 3). These patterns, crafted with delicate lines and colors, convey reverence for nature and aspirations for a good life (Park & Rhee, 2022). They symbolize the beauty and harmony of nature, reflecting the Ethnic Koreans in China people's admiration and love for the natural world. For example, cloud patterns mean purity and good fortune. The patterns of river and

mountain represent the vastness and eternity of love, symbolizing the enduring beauty of marriage. These patterns are often used as detailed decorations in wedding attire, rather than as the main visual elements.

Table 3 Landscape Patterns in the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.

Name	Picture	Drawings	Meanings
Cloud			The Cloud mean good fortune and blessings for the newlyweds' happy future.
Mountain			The Mountain mean solidity, stability, and eternity, representing the enduring strength of the marriage and a lasting life journey for the newlyweds.
River			The River mean purity and harmony, representing pure love and a smooth, harmonious life for the newlyweds.

Source: The Researcher, 2024

Calligraphy Patterns: In the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China, the calligraphy patterns primarily use Chinese Calligraphy. These calligraphy patterns are not only decorative but also carry profound cultural connotations and positive meanings. Common Calligraphy such as the characters “福” (good fortune) and “囍” (Double Happiness) means good fortune, happiness, and auspicious wishes(Figure 3). These calligraphy patterns are not only used as decoration in traditional Korean wedding attire but also widely applied in wedding ceremonies and wedding items.

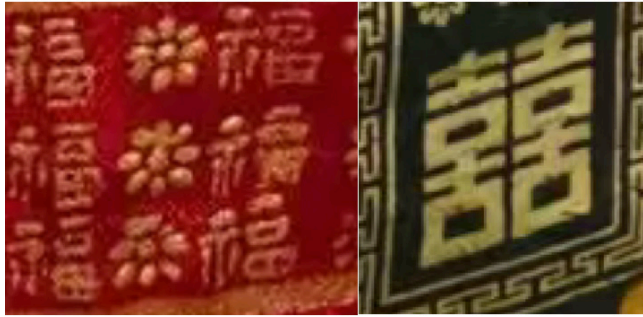


Figure 3 “福” (Happiness) and “囍” (Double Happiness) Calligraphy Patterns
Source: The Researcher, 2024

1.3 Colors of the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.

In the cultural context of the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China, the colors are diverse, each carrying a special meaning (Figure4). Red and blue are particularly significant, carrying important symbolic and auspicious connotations (Park & Rhee, 2022).

Red is one of the most prominent auspicious colors in the culture of Ethnic Koreans in China. It conveys excitement, warmth, and festivity, enhancing the celebratory atmosphere. In the traditional wedding attire, the bride typically wears a red wedding dress to symbolize good wishes and blessings for a happy marriage. Red is often used in the bride's upper garment and skirt, symbolizing hopes for a blissful married life and a bright future (Kim et al., 2019). Additionally, red is believed to ward off evil spirits and ensure the smooth progression of the wedding and a successful married life.

Blue is commonly used in the groom's attire, meaning nobility, dignity, and strength. The use of blue highlights the groom's important role in the wedding, showcasing the ceremony's solemnity and formality. The shades of blue, ranging from deep to light, reflect the groom's authority and stability.

Other colors such as yellow, green, white and pink are frequently used for decorative purposes.



Figure 4 Colors of the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.

Source: The Researcher, 2024

1.4 Style of the traditional wedding attire of ethnic Koreans in China.

The wedding attire of ethnic Koreans in China embodies traditional aesthetics, ethnic characteristics, and cultural symbolism. Its style is primarily reflected in two key aspects: shape and materials (Kuhn-Osius, 2013).

Shape : The shape of ethnic Korean wedding attire is loose and flowing, with rich layering, a high-waisted design, and a buttonless closure, presenting an elegant and dignified appearance (Figure 5).



Figure 5 Traditional Korean Wedding Attire for Groom and Bride in China

Source: The Researcher, 2024

Women's Wedding Attire: Consists of a short jacket paired with a high-waisted long skirt, secured below the chest with a tie, creating a slender and graceful silhouette (Kuhn-Osius, J. 2013). An outer robe is layered over the attire, adding depth and dimension, often adorned with embroidery symbolizing prosperity and good fortune.

Men's Wedding Attire: Typically consists of a long robe with a vest, featuring a loose fit that is cinched at the waist with a belt, creating a dignified and elegant look (Kuhn-Osius, 2013). A blue silk outer garment is worn over the robe, symbolizing nobility and respect, while also enhancing the formality of the ensemble.

Materials : The choice of materials for ethnic Korean wedding attire is highly refined, emphasizing lightweight, luxurious, and textured fabrics to enhance the solemn and festive atmosphere of the wedding. Silk is the most commonly used fabric in traditional wedding attire, known for its soft sheen and smooth texture, symbolizing nobility and elegance (Kuhn-Osius, 2013). It is often used in the bride's long robe or the groom's outer garment, enhancing the luxurious and refined appearance of the attire.

2. Innovative Strategies that Transform Change into an Opportunity for Growth

This chapter explores the evolution of traditional wedding attire of ethnic Koreans in China in modern society, analyzing the reasons behind the declining acceptance among younger generations, primarily due to the lack of modern appeal in patterns, colors, and styles. As market demands and aesthetic preferences shift, traditional wedding attire is gradually facing challenges. To address this, the chapter draws on innovative cases from other cultural wedding attire, examining modernization approaches through pattern simplification, color optimization, and style refinement. By integrating these insights with the cultural characteristics of ethnic Koreans in China, this study proposes design strategies that align with contemporary needs, fostering both the preservation and development of this cultural heritage (Bala, S., & Gupta, 2011).

2.1 Changes in the Selection of Ethnic Koreans Wedding Attire

The traditional wedding attire of ethnic Koreans continues to hold deep cultural significance among the elderly population in the Yanbian Korean Autonomous Prefecture. However, market research and interview findings indicate that younger generations are becoming less receptive to traditional designs, primarily due to their limitations in modern aesthetics, personal expression, and practicality (Audita et al., 2023). As a result, an increasing number of newlyweds prefer Western-style wedding attire, such as suits and wedding gowns, leading to a noticeable shift in wedding clothing choices.

Pattern Changes : The traditional wedding attire of ethnic Koreans is often adorned with symbols of prosperity and good fortune, such as animals, plants, natural landscapes, and calligraphic motifs. However, contemporary design trends favor a minimalist aesthetic, causing traditional patterns to become more abstract or simplified to align with modern tastes.

Color Changes : The traditional wedding attire of ethnic Koreans predominantly features highly saturated red and blue tones, symbolizing celebration and prosperity. In contrast, modern couples tend to favor softer hues, such as pink, light blue, and beige, to create a more romantic and elegant wedding atmosphere.

Style Changes : The traditional wedding attire of ethnic Koreans emphasizes layered structures and intricate embroidery, which, while visually stunning, may lack comfort for prolonged wear. In response, modern adaptations of wedding attire focus more on simplified tailoring and comfortable fabrics to better suit contemporary wedding ceremonies.

These changes do not signify a decline in cultural traditions but rather represent the natural evolution of wedding attire among ethnic Koreans in China within modern society, aligning with contemporary needs while preserving cultural value. Through innovative designs of traditional clothing, cultural heritage is transmitted and disseminated, enhancing national cohesion and a sense of identity (Ermilova, D. Y. 2020). It is essential to adopt innovative design strategies to

actively respond to these changes, ensuring the effective protection and transmission of the wedding attire culture of ethnic Koreans in China.

2.2 Innovations in Contemporary Wedding Attire

Innovation of Traditional Patterns in Wedding Attire : In the Valentino 2016 Paris Haute Couture Show (Figure 7), the designer skillfully integrated traditional Chinese embroidery with Western wedding gown design, reinterpreting traditional patterns through a modern approach. By deconstructing and simplifying motifs such as dragons, auspicious clouds, and peonies, the designs retained cultural heritage while aligning with contemporary aesthetics. Unlike the symmetrical layouts of traditional Chinese garments, this collection adopted irregular arrangements, gradient embroidery, and subtle embellishments, creating a sense of fluidity that harmonized with the light and ethereal nature of Western wedding gowns. This case demonstrates that traditional patterns can be revitalized through modern design language, seamlessly integrating into the contemporary wedding attire fashion system.



Figure 7 Valentino Haute Couture Bridal Fashion Show

Source: <http://fashion.ladymax.cn/201601/28-29808.html>, 2016

Innovation of Traditional color in Wedding Attire The Chinese “Xiuhe” Dress is a traditional wedding attire, worn by both men and women with variations in style. It originated in the late 19th to early 20th century and remains a popular choice for modern Chinese couples due to its unique cultural significance

and design. Traditionally, Xiuhe dresses feature red and gold as their primary colors. To cater to contemporary aesthetics, the Chinese brand Yiluan has innovatively fused the Pantone trending color Cerulean Blue 15-4020 with the traditional golden hue. This modern adaptation has gained widespread popularity among young consumers.



Figure 8 Yiluan brand Xiuhe dress Cerulean Blue design.

Source: https://jianghu.taobao.com/guanglocal/47835_1ccdd7b21911845c8438e79d0c5c715d

Innovation of Traditional style in Wedding Attire : At the 2024 Paris Fashion Week, Vivienne Tam's Fall/Winter Collection (Figure 9) introduced innovative changes in the style design of modern wedding attire, focusing on both silhouette and materials. Designer Vivienne Tam skillfully merged the shape of the Chinese qipao with Western bridal gown design, endowing the dress with both Eastern refinement and Western ethereal elegance. In terms of materials, she moved away from heavier silks and satins, opting instead for breathable fabrics like tulle and mesh, layered to create a lighter, more dynamic effect. This approach not only meets modern brides' demands for fashion and comfort, but also offers a new form of expression for the traditional Chinese qipao in contemporary wedding settings.



Figure 9 Vivienne Tam Fall/Winter 2024 Collection

Source: <https://nowfashion.com/acne-studios-ready-to-wear-fall-winter-2024-paris-2/>, 2024

2.3 Innovative Strategies for the Wedding Attire of Ethnic Koreans in China

Pattern Innovation Strategy : Based on traditional patterns such as animals, plants, landscapes, and calligraphy modern visual appeal can be achieved by simplifying and rearranging these elements. Using digital design tools improves both the accuracy and the modern style of the patterns, making them better suited to current aesthetic preferences.

Color Innovation Strategy : While keeping the traditional red and blue tones, designers can adjust the brightness and saturation or introduce related colors and trend tones (such as magenta or Klein blue). Adding gradient or mixed-color designs can make the outfits more colorful and attractive, especially for younger people.

Style Innovation Strategy : The basic features of ethnic Korean wedding attire can be kept, while combining them with Western-style suits or bridal gowns to create a lighter and more modern form. Fabrics such as silk, lace, and velvet can offer comfort and elegance, helping the design meet today's needs for both beauty and wearability.

Conclusion

This study begins by analyzing the artistic design elements of traditional wedding attire among ethnic Koreans in China. The findings reveal that motifs featuring animals, plants, natural landscapes, and calligraphy embody profound cultural sentiment and aesthetic value. A color palette dominated by red and blue symbolizes auspiciousness and festivity, while the distinctive combination of silhouette and fabric highlights the elegance of traditional wedding attire.

However, as aesthetic preferences and market demands evolve, younger generations have shown diminishing acceptance of these traditional designs, creating challenges in both practicality and fashion appeal within contemporary wedding contexts. To address these issues, this study draws on innovative cases of modern wedding attire to propose strategies for patterns, colors, and overall style—for instance, digitally reconstructing traditional motifs, incorporating softer or trend-oriented hues, and merging Western tailoring with lightweight materials, thereby reinvigorating traditional attire. These strategies not only preserve its cultural essence, but also open new avenues for the ongoing vitality and promotion of Chinese-Korean wedding attire in modern society.

Discussion

This study critically analyzes the traditional design elements of ethnic Korean wedding attire in China and evaluates contemporary innovation strategies in response to modern demands. The findings reveal that its patterns, colors, and styles convey cultural symbolism and reflect the ethnic Korean community's visual identity. However, shifting aesthetic preferences among younger generations have led to declining interest in traditional styles, with a growing preference for more contemporary and comfortable attire. This poses challenges to the preservation and cultural continuity of traditional wedding customs.

Drawing from international examples such as Valentino and Vivienne Tam, the study illustrates how modern design approaches can abstract and recontextualize traditional motifs, enhancing cultural relevance among younger audiences. This supports Ermilova's (2020) view that traditional dress, when adapted creatively, retains communicative and symbolic power. Unlike prior studies such as the 2021 "Ethnic Koreans in China Attire Modern Design Fashion Show," this research offers clearly defined strategies in three areas—patterns, color application, and garment construction—thus contributing to a framework for sustaining cultural identity through adaptive design.

However, the effectiveness of these strategies in practical contexts remains unverified. Future studies should include empirical evaluation through user feedback, market testing, or interdisciplinary collaboration. Moreover, expanding the research to include other ethnic groups could help assess the cross-cultural applicability of such strategies, fostering ongoing innovation in traditional attire design within the globalized context.

References

- Choi, W. G. (2001). The Korean minority in China: The change of its identity. **Development and Society**, 30(1), 119-141.
- Zhuo, C., bin Hassan, A., & Ghazali, S. S. (2024). A Study on the Traditional Culture of the Korean Ethnic Group in Yanji, China. **International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development**, 13(1), 191-208.
- Park, E., & Rhee, Y. (2022). A study on the design elements expressed in Korean costumes in the 2010s. **Research Journal of the Costume Culture**, 30(2), 208-223. <https://doi.org/10.29049/rjcc.2022.30.2.208>
- Kuhn-Osius, J. (2013). **Songok Ryu: Traditional Korean Clothing in China**. In *Women Entrepreneurs* (pp. 239-248). Routledge.

- Bala, S., & Gupta, T. (2011). **Stagnation in Innovations in Wedding Wear: Designers Riding on Heritage**. Institut Français de la Mode (IFM) 36 quai d'Austerlitz 75013 Paris France.
- Audita, H., Figueiredo, B., & Gurrieri, L. (2023). The fashion development process for traditional costumes in the contemporary global fashion market. **Journal of Global Fashion Marketing**, 14(1).
- Ermilova, D. Y. (2020). Costume as a form of visualization of ethnicity: From tradition to modernity. **Rupkatha Journal on Interdisciplinary Studies in Humanities**, 12(6), 1-14.
-

CHU PHOENIX TRANSFORMATION : FROM TRADITION TO INNOVATIVE SOUVENIR



Cheng Tinghao¹, Pensiri Chartniyom²

E-mail: oliver000213@gmail.com, chariniyom_p@su.ac.th

¹ *Ph.D. Candidated in Design, Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University*

² *Asst. Prof. Dr., Faculty of Decorative Arts, Silpakorn University*

Received: February 27, 2025 Revised: March 21, 2025 Accepted: March 26, 2025

ABSTRACT

This study investigates the transformation of traditional Chu phoenix motifs into modern souvenir design, with a focus on appealing to younger consumers and promoting cultural innovation. The research analyzes the symbolic meaning, spiritual connotations, and visual characteristics of the Chu phoenix artifacts in history, exploring how these elements can be integrated into contemporary design. The study employed a mixed-methods approach, combining a literature review, field research at museums and souvenir shops, and consumer surveys to gather comprehensive insights. Firstly, the analysis revealed that the Chu phoenix carries profound symbolic meanings and spiritual connotations, embodying themes of auspiciousness, ancestral reverence, and cultural identity. Second, eight key factors were identified as essential for effectively integrating traditional Chu phoenix elements into modern souvenir designs through the survey. The simplification and abstraction of patterns, modernization of colors, and diversity of materials are identified as the most critical factors in innovative souvenirs through 97 questionnaires. This research offers valuable insights for future cultural product development.

Keywords: Chu Phoenix, Innovation Souvenir, Cultural Transformation, Young Market

Introduction

The State of Chu was established in approximately the 11th century B.C. and lasted for over 800 years until its demise in 223 BC. It was one of the most significant vassal states during China's Spring and Autumn and the Warring States periods, as Hubei, Hunan, and Henan provinces in today (Zuo, 2012). Due to its unique geographical location, Chu culture combined characteristics of the Central Plains culture with those of various southern ethnic groups, resulting in a distinctive regional identity (Liu, 2023).

Artifacts unearthed from the Chu state reveal the ubiquity of the

phoenix motif across various art forms. The phoenix emerged as the ancestral symbol of the Chu people, revered as the totem of them. It was believed to communicate with heaven and earth, serving as a divine messenger embodying the Chu people's deep reverence for nature. Therefore, the Chu phoenix is regarded as a representative element of Chu culture. Symbolizing auspiciousness and light (Gao, 2022).

With globalization and the rapid growth of the internet, traditional Chinese cultural elements like Chu culture face challenges in preservation and evolution. To ensure their relevance, it's essential to extract cultural elements and apply them in contemporary design to cater to modern consumer demands. Integrating these elements into everyday life also helps convey a unique cultural perspective (Fu, 2018). The younger demographic, particularly those aged 20 to 35, represents the primary driving force within China's consumer market. This group possesses a strong desire to fulfill their personalized emotional values, fundamentally shaping their consumption patterns (Bai, 2021). This study analyzes the significance, spiritual connotations, and forms of expression of the traditional Chu phoenix found in cultural relics. It further examines how Chu phoenix elements can be effectively incorporated into modern souvenirs to appeal to the young market while promoting cultural innovation. The scope of this research includes historical artifacts, literature, and existing designs related to the Chu phoenix, as well as an investigation into the preferences of young consumers.

Research Objectives

- 1) To analysis the significance of the traditional Chu phoenix, focusing on its meaning, connotation, spiritual aspects, elements, posture and gesture.
- 2) To analysis the key factors of integrating traditional Chu phoenix elements into modern souvenir design effectively appeal to the young market and reflect cultural innovation.

Methodology

This study employs mixed-methods research approach, integrating literature review, field research, surveys and qualitative analysis.

1. Literature Review: An extensive review of resources, including libraries, websites, books, and journals, is conducted to gather insights into Chu culture, the phoenix motif, and modern souvenir design. This review serves as the theoretical foundation for understanding the cultural significance of the Chu phoenix.

2. Field Research: The study focuses on key site visits to the Hubei Provincial Museum, the Jingzhou Museum, and the Chu Intangible Cultural Heritage Skills Inheritance Institute and their museum shops. This is to observe artifacts and modern souvenirs featuring traditional Chu phoenix elements.

3. Surveys: The researcher conducted interviews with three experts (Pu Meihe, Professor at Hubei Institute of Fine Arts; Tian Tao, Modern Product Designer; and Ding Xiao, Chairman of a Cultural Development Company) on key themes influencing the innovation of traditional Chu phoenix cultural souvenirs, identifying eight critical factors. Based on the results of expert interviews, the researchers designed a survey questionnaire and collected responses from 97 young participants aged 20 to 35. (32 from visitors and consumers at the Hubei Provincial Museum and souvenir shops, 44 from undergraduate students at Hubei Institute of Fine Arts and 21 responses from individuals in various professions who familiar with Chu culture.) In addition, the five-point Likert scale was used to evaluate the questionnaire.

4. Qualitative analysis: This study employs qualitative analysis to explore consumer and expert perspectives on integrating Chu phoenix elements into modern souvenir design. Using thematic analysis, responses from 97 questionnaires and three expert interviews are examined to identify the simplification and abstraction of patterns as a one of key factors.

Literature Review

Chu Culture and the phoenix

The state of Chu was established in the 11th century BC and ceased to exist in 223 BC. Originating from a remote location in the Central Plains and initially regarded as barbarians by other Chinese states, Chu expanded its territory to become the largest state during the Warring States period. During the reigns of King Xuan of Chu (reign: 369-340 BC) and King Wei of Chu (reign: 339-329 BC), the state of Chu reached its zenith. The territory of the State of Chu is estimated to have covered approximately 1.5 million square kilometers with a population of over 5 million. The core regions of ancient Chu, now represented by the provinces of Hubei and Hunan, have a combined population exceeding 124 million. Chu integrated numerous ethnic groups in southern China, facilitated cultural exchanges and ethnic integration, and absorbed substantial cultural elements from the Central Plains, forming a large and distinctive cultural system in ancient China (Wei, 2022).

Geographical environments shape production methods and social structures, influencing regional customs and practices. The Chu inhabited a region characterized by significant topographical variation and complex terrain. The harsh living conditions and relative isolation from the Central Plains led to a societal structure that attributed supernatural powers to all things, thus developing a primordial religion ideology centered on ancestor and spirit worship (Blakeley, 1999). The Chu people held the phoenix in deep reverence, regarding it as a divine bird closely linked to their ancestral worship. They believed the phoenix to be the incarnation of their ancestor Zhu Rong, the god of fire and the sun. In Chu culture, honoring the phoenix was to honor their ancestors, and by extension, to express devotion to their nation. The phoenix was viewed as the most virtuous and benevolent of divine birds, possessing the mystical ability to guide souls to the afterlife. It was through the phoenix's guidance that souls could attain eternal bliss (Guo & Deng, 2018).

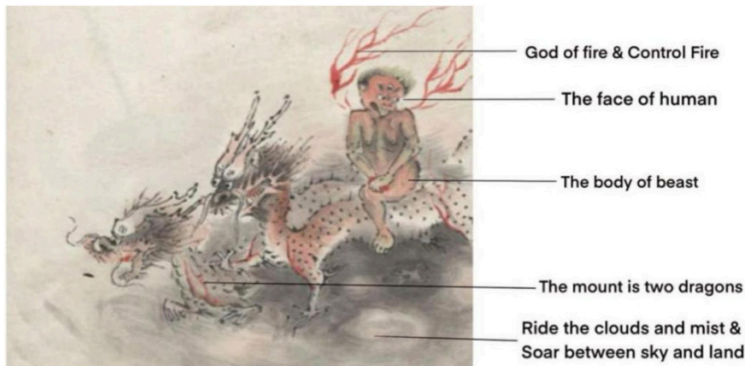


Figure 1 Zhu rong, the ancestor of the Chu people

Source: https://baike.baidu.com/item/%E7%A5%9D%E8%9E%8D/17358?fr=ge_ala

Additionally, Chu customs were shaped by a reverence for fire and the sun, alongside the worship of the phoenix. In their belief system, Zhu Rong was not only their acknowledged ancestor but also the embodiment of the sun god and fire god who brought light to the world. In their minds, the phoenix was the immortal spirit of their ancestor, serving as a spiritual symbol of their culture. Therefore, the worship of ancestors was intrinsically linked with the veneration of the sun and phoenix.



Figure 2 Double Phoenix Pattern Lacquer Ear Cup and its Composition

Source: Cheng Tinghao, 2024

Phoenix elements Usage in the Chu Period

2.1 Artifacts Featuring Chu Phoenix Motifs

Phoenix motifs were a significant feature in Chu period artifacts, these motifs conveyed a sense of dynamism, freedom, and delicacy, reflecting

the Chu people's rich imagination and artistic expression. One of the most iconic artifacts from this period is the Tiger-Base Phoenix-Stand Drum, a masterpiece of Chu lacquerware, and a symbol of the romantic and mystical aspects of Chu culture. This artifact is among the "Top Ten Treasures" of the Hubei Provincial Museum and is renowned for its cultural and artistic importance. The Tiger-Base Phoenix-Stand Drum, standing at 136 cm tall and 134 cm wide, is a lacquered piece featuring two tigers sitting back-to-back, with two long-legged phoenixes standing atop them, supporting a large, suspended drum. The entire composition, adorned with black lacquer and decorated in red, yellow, and silver, white, represents the Chu people's reverence for the phoenix and the symbolic contrast between the earthly tiger and the soaring phoenix. In 2019, the Chu lacquer techniques used in such works were recognized as a National Intangible Cultural Heritage by the Chinese government, further cementing this artifact's historical significance. Moreover, many modern innovative souvenirs draw direct inspiration from this famous artifact, bringing traditional Chu culture into contemporary design.

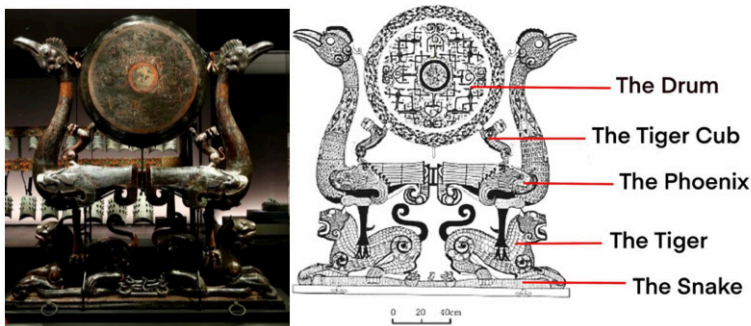


Figure 3 Tiger-Base Phoenix-Stand Drum

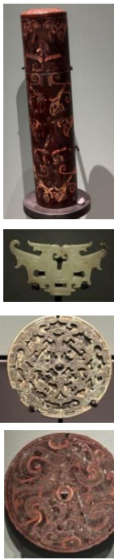



Source: Cheng Tinghao, 2024





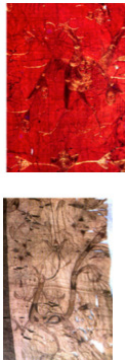

2.2 Types of Phoenix Patterns During the Chu Period

The phoenix patterns of the Chu state can be roughly divided into five styles. The first type is the complete phoenix pattern. The second type is the simplified phoenix pattern, where parts of the form are deformed or

exaggerated. The third type features elements of both the phoenix and dragon patterns, referred to as the dragon-shaped phoenix pattern. The fourth type is the three-headed phoenix pattern. The fifth type is the “phoenix and Fu-sang tree pattern (Zhang, 2024).

Table 1 Types of Phoenix Patterns

Category	Artifacts	Drawings	Description of Characteristics
Complete phoenix pattern			<p>The complete phoenix pattern exhibits a wide variety of styles. Most of the phoenixes are depicted with crowns on their heads. There are tranquil and serene standing phoenixes, as well as dynamic, flight-ready ones, with almost no two identical designs. The majority of phoenix motifs are rendered in profile, with others shown in frontal view. Their bodies are generally elongated, with hooked beaks, long legs, and sharp claws.</p>
Simplified phoenix pattern (S-shaped, C-shaped, X-shaped)			<p>The simplified phoenix patterns are based on realistic phoenix motifs, which can be classified into four subcategories. Most simplified phoenix patterns still retain some key characteristics of the original, such as the bird-like beak, the fish like tail, and the elongated legs. However, some simplified versions preserve only the basic outline of the phoenix. In these cases, the patterns undergo deformation.</p>

Category	Artifacts	Drawings	Description of Characteristics
Dragon-shaped phoenix pattern			<p>The dragon-phoenix pattern retains the bird's beak, while the body is elongated like a dragon. This pattern can be divided into two main types: the first type has a phoenix head and a dragon body, with the elongated body covered in scales, and the phoenix's legs and claws replaced by dragon feet, with a snake-like tail. The second type features a phoenix head at one end and a dragon head at the tail, connected by a snake-like body.</p>
Three headed phoenix pattern			<p>The three-headed phoenix has a round body, slender neck, long legs, and outstretched wings form two additional phoenix heads at the wing tips. One head extends into a vine-like plant that divides into three branches, echoing the three phoenix heads.</p>
Phoenix and Fu-sang tree pattern			<p>The Fu-sang tree, described in ancient Chinese mythology as a celestial tree closely associated with the sun, frequently appears in Chu silk designs intertwined with prominent motifs such as the phoenix symbolizing a unified, symbiotic relationship.</p>

For the posture and gesture of the Chu phoenix, first, they are highly versatile. The motif not only appears in its complete form but also in various simplified and transformed versions, often integrated with other elements, reflecting its adaptability in different artistic contexts.

Second, the design of the Chu phoenix is predominantly composed of curved lines. These lines are smooth and light, often with elongated features, giving the phoenix a sense of dynamism and freedom in its posture.



Third, the color scheme of the Chu phoenix primarily uses red and black as dominant colors, with a few other colors. This distinctive color palette adds symbolic depth and makes the design both unique and culturally significant.







In modern design as nowadays, many souvenirs integrate Chu phoenix motifs with other elements. The phoenix theme is reinterpreted through techniques like appropriation, deconstruction, and reconstruction.


The Innovative Application of the Chu Phoenix Motif in Souvenir

Through field investigations, it was found that museum shops offer a wide variety of souvenirs incorporating Chu phoenix motifs, including ice cream, clothing, refrigerator magnets, tea trays, and coasters. According to the Hubei Provincial Museum’s official visitor statistics report, the majority of museum visitors and souvenir consumers are young people aged 20-35. Notably, individuals under the age of 30 accounted for over 60% of total visitors, with those aged 18 to 24 making up 39.96%, significantly surpassing other age groups (Yu & Xu, 2023).

Table 2 Types of Souvenirs with Chu Phoenix

Souvenir	Photograph	Description
Magnet		The modern souvenirs—magnet, ice cream, makeup mirror, and bookmark—are all inspired by the Tiger-Base Phoenix-Stand Drum. Each item creatively reinterprets the core elements of the phoenix’s design, featuring phoenix standing atop tiger, a symbolic structure that reflects the cultural essence of the Chu State. In these souvenirs, the phoenix’s posture appears in simplified forms derived from the original, showcasing its adaptability in modern design.
Ice cream		The design features curved lines, creating a sense of dynamism, echoing the features of the traditional line of phoenix. The ice cream creatively combines traditional

Souvenir	Photograph	Description
Makeup mirror		<p>phoenix with a playful approach, blending food with cultural elements, making it a popular product.</p>
Bookmark		
Clothing & bags		<p>The clothing and bags feature traditional simplified phoenix patterns (S-shaped, C-shaped, X-shaped), continuing the red and black original color scheme, and preserving the aesthetic of the Chu phoenix.</p>
Hair clip		<p>The hair clip combines abstract cloud and simplified phoenix shapes. Its smooth curves and warm colors evoke tradition while being functional and decorative.</p>
Chinese red-tea		<p>The packaging displays original images of phoenix artifacts, emphasizing their cultural and spiritual significance, reflecting the premium quality of the tea.</p>
Lighting fixture		<p>The lamp's phoenix pattern uses a cut-out design to reflect the versatility of traditional Chu motifs, blending with other elements to create a modern yet adaptive version of the phoenix pattern.</p>

Souvenir	Photograph	Description
Scarves		<p>The scarves replicate the Chu phoenix and Fu sang tree patterns, featuring flowing and elegant designs that are both eye-catching and refined. These patterns reflect the beliefs and vivid imagination of Chu people.</p>

It shows that many souvenirs creatively adapt Chu phoenix motifs through simplified designs and modern reinterpretations, such as magnets, ice cream, makeup mirrors, bookmarks. In the analysis of literature and historical artifacts revealed that the Chu phoenix holds profound cultural significance, embodying rich symbolic meanings and spiritual connotations central to Chu culture. Historically, the Chu phoenix represented ancestral reverence and spiritual communication, reflecting the Chu people’s primordial belief system that revered nature, ancestors, and divine beings. Specifically, the phoenix was viewed as the incarnation of Zhu Rong, the ancestral deity associated with fire and the sun, symbolizing auspiciousness, virtue, and immortality. Visually, the Chu phoenix motifs are characterized by versatility in posture, smooth and dynamic curved lines, and a distinctive color palette dominated by red and black, adding both aesthetic appeal and symbolic depth. The diversity of phoenix patterns, including complete, simplified, dragon-shaped, three-headed, and phoenix combined with the Fu-sang tree, further illustrates its adaptability and significance in various cultural expressions and artifacts of the Chu state. Inspired by the Tiger-Base Phoenix-Stand Drum, these items retain core elements like the phoenix atop a tiger to express the cultural essence of the Chu State. From clothing and bags to lighting fixtures, each product reflects the Chu phoenix’s adaptability. The simplified motifs and modernized color schemes in these souvenirs mirror traditional styles while aligning with contemporary aesthetics, capturing the interest of younger consumers.

Research findings

1. The significance of the traditional Chu phoenix

The traditional Chu phoenix holds profound cultural significance, embodying rich symbolic meanings and spiritual connotations central to Chu culture. Chu phoenix represented ancestral reverence and spiritual communication, reflecting the Chu people's primordial belief system that revered nature, ancestors, and divine beings. Specifically, the phoenix was viewed as the incarnation of Zhu Rong, the ancestral deity associated with fire and the sun, symbolizing auspiciousness, virtue, and immortality. Visually, the Chu phoenix motifs are characterized by versatility in posture, smooth and dynamic curved lines, and a distinctive color palette dominated by red and black, adding both aesthetic appeal and symbolic depth. The diversity of phoenix patterns, such as complete, simplified, dragon-shaped, three-headed, and combined with the Fu-sang tree, highlights its adaptability in Chu cultural artifacts.

2. The key factors in modern souvenirs featuring the Chu phoenix

Through the survey of modern Chu phoenix-inspired souvenirs, combined with interviews with experts, key factors were identified for examining the transformation of Chu phoenix elements from their original form to modern designs.

1. Practicality of the product: Traditional Chu phoenix motifs were often used in ceremonial contexts. However, in modern designs, traditional Chu phoenix motifs now appear in functional products, integrating cultural elements into daily life.

2. Innovation in patterns: The versatility of the Chu phoenix lies in its ability to be depicted in both complete and simplified forms, making it easily adaptable to modern products while preserving its cultural depth. At the same time, it continues to maintain its cultural significance while adapting to modern trends.

3. Diversity of materials: The use of various modern materials enhances the versatility of the phoenix, making it adaptable for different products that appeal to a wider consumer.

4. Modernization of colors: The traditional red and black color scheme of the Chu phoenix carries deep cultural meaning. However, expanding this traditional palette to include vibrant hues allows the motif to balance tradition with contemporary aesthetics, making it more appealing to younger generations.

5. Simplification and abstraction of patterns: The intricate patterns of the traditional Chu phoenix may be overwhelming for modern minimalistic design preferences. Therefore, simplification and abstraction play a key role in making the motifs more adaptable to contemporary products.

6. Attractiveness of product pricing: Pricing is key to making Chu phoenix-inspired products accessible. Affordable pricing helps expand their reach.

7. Cultural symbolism of the Chu phoenix pattern: The phoenix's representation of ancestry, spirituality, and national dignity ensures that it continues to resonate with modern consumers who value heritage and identity.

8. Combination of the Chu phoenix with other traditional cultural elements: In both original and modern designs, the phoenix is often merged with other traditional symbols to create designs that are both more layered and visually dynamic.

To explore how traditional Chu phoenix elements can be effectively integrated into modern souvenir design, a survey was conducted to identify the most critical factors influencing the appeal of these products. The table below presents the results of the survey, which evaluated eight key factors related to the design and attractiveness of modern souvenirs inspired by the Chu phoenix. The data highlights how these factors are perceived by young consumers. This statistical data shows average (\bar{x}), standard deviation (S.D.) and variance.

Table 3 Analysis of the Attractiveness of Different Key Factors in Souvenirs (N=97)

Number	Key Factor	\bar{x}	S.D.	Variance
1	Practicality of the product	3.28	1.76	3.10
2	Innovation in patterns	3.75	1.28	1.64
3	Diversity of materials	4.02	0.99	0.98
4	Modernization of colors	4.09	0.93	0.87
5	Simplification and abstraction of patterns	4.13	1.41	1.99
6	Attractiveness of product pricing	3.91	1.80	3.24
7	Cultural symbolism of the Chu phoenix pattern	3.88	1.52	2.31
8	Combination of the Chu phoenix with other traditional cultural elements	3.46	1.65	2.72

According to the survey data, among the key factors, “Simplification and abstraction of patterns” ($\bar{x}=4.13$) and “Modernization of colors” ($\bar{x}=4.09$) received the highest average scores, indicating that these factors are perceived as the most attractive. In contrast, “Attractiveness of product pricing” (S.D.=1.80) and “Practicality of the product” (S.D.=1.76) had higher standard deviations, suggesting significant differences in how respondents from different groups value these factors, particularly in terms of price sensitivity and functionality.

Conclusion

This study explored the transformation of traditional Chu phoenix elements into modern souvenir designs, addressing two objectives.

First, the analysis of the symbolism, posture, and spiritual meaning of the Chu phoenix emphasized its cultural importance as a symbol of ancestry, spirituality, and national dignity. The phoenix represents ideals of truth, beauty, and prosperity, making it a significant cultural and spiritual emblem in Chu culture.

Additionally, the study found that the posture and gesture of the Chu phoenix are highly versatile, appearing in both complete and simplified forms. This versatility allows the motif to adapt to various artistic contexts, often being integrated with other elements. Its design, characterized by smooth, curved lines and elongated features, gives the phoenix a sense of dynamism and freedom. The red and black color scheme further adds symbolic depth, making the phoenix culturally significant.

Second, key factors were identified for integrating these elements into modern designs that appeal to younger consumers. Artifact analysis, field research, and surveys revealed that simplification of patterns, modernization of colors, and material diversity are essential for maintaining the cultural depth of the Chu phoenix while adapting to contemporary design trends. Young consumers prefer designs that blend traditional symbolism with modern innovation, enabling the phoenix to remain relevant in modern, functional products.

In conclusion, modern Chu phoenix-inspired souvenirs can effectively combine traditional symbolism with contemporary design, addressing the cultural expectations of today's consumers. These products not only preserve the cultural depth of the Chu phoenix and promote traditional Chu culture but also attract young consumers who value both innovation and heritage.

Discussion

In today's Chinese consumer market, young people are the primary driving force. With their growing purchasing power and cultural awareness, they increasingly favor products that blend personalization with cultural significance. Art toys featuring character design are especially popular among younger consumers, as they effectively combine distinctive character concepts with traditional cultural elements.

While Chu phoenix elements are common in many souvenir shops, products with complete character design concepts are still rare. Most focus on

traditional patterns, like tea sets and decorative items, without modern character integration. To address this gap, future designs could incorporate Chu phoenix elements into character design, promoting Chu culture while catering to the demand for innovative, personalized products. Key factors could guide this approach, making it more appealing to young consumers.

The author suggests that integrating Chu phoenix elements with character design could fill a market gap and create innovative, culturally rich products that appeal to young consumers. This blend of tradition and modern design offers a promising direction for future souvenir development.

In a backward way, these young consumers help preserve Chu culture through the souvenir market, keeping traditional Chu elements relevant in modern life. By choosing products that blend traditional cultural motifs with modernized designs, they integrate cultural heritage into everyday aesthetics, fostering innovation and cultural continuity.

References

- Bai, X. (2021). **The youth-oriented positioning of the tea π brand design.** *Western Leather*, 43(24), 130-131.
- Blakeley, B. (1999). 1. The Geography of Chu. In C. Cook & J. Major (Ed.), **Defining Chu: Image and Reality in Ancient China** (pp. 9-20). Honolulu: University of Hawaii Press. <https://doi.org/10.1515/9780824862169-003>
- Chaffin, S. (2021). Strange creatures of Chu: A regional approach to antlered tomb beasts. **Journal of Chinese Archaeology**, 8(2), 97-105.
- Dang, X. (2020). Research on consumer cognition and traditional cultural symbols. **Cultural Product Design Review**, 9(3), 54-65.
- Fu, J. (2018). A study on the application of Chu culture in architectural design. **Beauty and Times**, (04), 39-40. <https://doi.org/10.16129/j.cnki.mysds.2018.04.013>

- Gao, M. (2022). Gu Zheng pattern design — Chu Phoenix. **Media**, (15), 103.
- Guo, C., & Deng, L. (2018). The deification of the human ancestor: Yan Di, Zhu Rong, and the sun god worship. **Journal of Xinyang Normal University (Philosophy and Social Sciences Edition)**, 38(03), 78-83.
- He, N., Li, J., Wang, K., & Guo, L. (2021). **A study on the expression of Jingchu cultural heritage**. In 2021 International Conference on Culture-oriented Science & Technology (ICCST) (pp. 409-412). IEEE.
- Liu, Y. (2023). The position of Jingchu culture in the history of Yangtze civilization and even Chinese civilization. **Yangtze Literature and Art Review**, (01), 21-24.
- Pines, Y. (2018). Chu identity as seen from its manuscripts: A reevaluation. **Journal of Chinese History**, 2(1), 1–26. doi:10.1017/jch.2017.17
- Wang, Z. (2010). The evolution of artistic characteristics of phoenix patterns in Chu culture. **Journal of Chinese Cultural Studies**, 17(5), 89-101.
- Wei, X. (2022). **A study on the mythological thinking of the State of Chu** [Doctoral dissertation, Central South University].
- Xu, D., & Wang, C. (2022). The application of Chu culture elements in the cultural and creative product design of Shouzhou ancient city. **Frontiers in Art Research**, 4(13), 49-52.
- Yu, P., & Xu, P. (2023, May 15). Many young people came to the museum. **Liaowang**, 2023(20).http://lw.news.cn/2023-05/15/c_1310718777.htm
- Zhang, Q. (2024). **Patterns in the State of Chu**. Royal Collins Publishing. ISBN: 9781487811617(Royal Collins Publishing).
- Zhou, M. (2015). Phoenix patterns in the Chu State: A study of their aesthetic and cultural significance. **Journal of Traditional Chinese Art**, 29(4), 78-92.
- Zuo, P. (2012). **The historical geography of the State of Chu**. ISBN: 9787535170743(Hubei Education Press).
-

RESEARCH ON THE APPLICATION OF CHINESE CHARACTER GRAPHIC DESIGN IN CROSS-CULTURAL COMMERCIAL GRAPHIC ADVERTISING DESIGN



Lin Zhu

E-mail: Lin.Zhu@dpu.ac.th

Lecturer, International College, Dhurakij Pundit University

Received: February 27, 2025 Revised: March 18, 2025 Accepted: April 20, 2025

Abstract

This research explores the application of Chinese character-based graphic design in cross-cultural commercial graphic advertisements, focusing on how to foster cultural understanding and emotional resonance through visual representation. As Chinese characters are unique cultural symbols with deep connotations, their integration into commercial advertising can enhance both visual appeal and cultural communication. The research examines how the form and meaning of Chinese characters can be harmoniously applied in advertising to achieve cross-cultural communication via using “hotpot” as a representative element of Chinese culinary culture. The study selects four regional varieties of hotpot from across China and designs four commercial graphic advertisements that incorporate graphical elements of Chinese characters. Through literature analysis, case studies, and design practice, the study identifies effective design strategies for applying Chinese character graphic design in a globalized advertising context and interviewed the audiences from different cultural backgrounds to assess their impact on visual effectiveness, emotional resonance, and cultural recognition. The findings show that Chinese character graphic design can significantly enhance advertisement impact while effectively conveying cultural symbols, promoting understanding across cultures. The research provides valuable insights for cross-cultural advertising, encouraging the innovative use of Chinese characters in the global advertising market and offering theoretical support for design practitioners aiming to merge cultural symbols with commercial goals.

Keywords: Chinese character graphics, Commercial advertising design, Cross-cultural communication

Introduction

Since ancient times, Chinese characters as one of the most representative visual symbols of Chinese civilization, have always conveyed the

spiritual essence of the nation. Along with the hieroglyphs of ancient Egypt and the cuneiform script of Mesopotamia, Chinese characters are among the oldest writing systems in the world. However, it is unique in that it still retains the characteristics of pictographic writing and is widely used in modern society (Stavrianos, 2005). As a product of time and culture, Chinese characters are not only writing symbols but also a rich resource for graphic design (Bamford, 2009). The origins of Chinese characters can be traced back to pictographs and ideographs, meaning that their written form incorporates features of drawing, which lends them flexibility and creativity. Early applications of Chinese characters as graphics can be observed in Shang Dynasty bronze inscriptions and Taoist talismans. Over thousands of years, the form of Chinese characters has continuously evolved, yet they still demonstrate profound cultural and aesthetic value in today's technologically advanced society (Liu & Lu, 2019). From a theoretical perspective, the combination of semiotics and visual communication theories provides a foundation for understanding how Chinese characters function as culturally embedded symbols. According to Barthes (1977), visual signs can convey layered meanings beyond literal representations, while Kress and van Leeuwen (2006) highlight the importance of cultural codes in shaping viewers' interpretation of visual language. These theories support the notion that Chinese character graphics are not merely decorative but serve as meaningful signifiers within specific cultural contexts. By combining Chinese characters with graphic design, not only is the expressiveness of the characters expanded, but it also provides new possibilities for the application of Chinese cultural symbols. Due to their ease of memorability, intuitive communication, and rapid dissemination, graphics can effectively capture viewers' attention in design. The characteristics of Chinese character graphic presents such as readability, aesthetics, and evocativeness, not only provide designers with creative ease but also play an important role in enriching people's daily experiences (Arnheim,2008). This study focuses on the application of graphic design based on Chinese characters in cross-cultural commercial graphic advertisements. It aims to explore how graphical representations of

Chinese characters can enhance cultural expression in commercial advertising and promote understanding and emotional resonance with consumers from different cultural backgrounds. To be specific, the research will use “hotpot,” a quintessential symbol of Chinese food culture, as the entry point. It will select representative types of hotpot from the four major regions in China, Chaozhou beef hotpot of the east, Sichuan spicy hotpot of the south, Yunnan mushroom hotpot of the west, and northern copper pot mutton hotpot, to conduct advertising design experiments, and incorporate the Chinese characters of these hot pot names into the graphic design.

Research Objectives

1. This research analyzes the principles and methods of graphical representation of Chinese characters by integrating the relationship between the form and meaning of Chinese characters into graphic design. Also providing a basis for modern visual design. This approach breaks down language and cultural barriers, facilitating cross-cultural communication, especially by enhancing the global recognition and appeal of commercial graphic advertisements.

2. The research provides practical insights to help designers better apply Chinese character elements in cross-cultural advertising design through the innovative design of four commercial graphic advertisements with a focus on the graphical representation of Chinese characters.

3. This research aims to evaluate how audiences from different cultural backgrounds perceive, interpret, and emotionally resonate to Chinese character-based graphic advertisements, thus assessing their effectiveness in achieving cross-cultural communication and cultural resonance.

Literature Review

1. Characteristics of graphical representation of Chinese characters

The graphical representation of Chinese characters refers to a design

approach that uses the meaning of the characters as the foundation, adopting a pictographic style while maintaining the original meaning of the characters. This method provides a strong visual impact, evoking emotional resonance in human (Xu & Batra, 2021). It enhances both the expressiveness of the characters and the visual effect of the design. In short, the graphical representation involves altering the form of the Chinese characters while preserving their original meaning, employing techniques such as substitution or embellishment. For example, in the design of the 2008 Beijing Olympic emblem, the character “京” was stylized to resemble a running figure, seamlessly blending graphical character design into commercial graphic advertising, yielding positive results. Therefore, graphical representation can offer audiences more information while improving design effectiveness. According to Kress and van Leeuwen’s (2006) theory of visual grammar, the semiotic potential of visual elements lies in their ability to convey meaning through form, composition, and modality, which supports the value of using Chinese characters as graphic symbols in cross-cultural communication.



Figure 1 2008 Beijing Olympic Games Commercial Advertising Design

Source:<https://olympics.com/zh/olympic-games/beijing-2008/logo-design>

2. The advantages of using graphical representation of Chinese characters in cross-cultural commercial graphic advertising

There are several advantages while using graphical representation of Chinese characters in cross-cultural commercial graphic advertising: First, as a pictographic writing system, Chinese characters naturally possess a strong visual impact compare with alphabetic writing (Mitchell, 1994). By adopting graphical design, the uniqueness and recognizability of the graphic advertisement can be enhanced. Secondly, graphical design of Chinese characters can creatively integrate cultural connotations into advertisements, and it will be endowing brands with a rich cultural background and thereby attracting consumers from different cultural contexts. Additionally, the diversity and flexibility of graphical representation can assist designers in conveying more information within the limited space of a graphic ad, enriching the visual layers. Lastly, the graphical representation of Chinese characters can effectively break down language barriers, promoting the global dissemination of advertisement messages and giving brands a more competitive edge in international markets.

3. The methods of applying graphical representation of Chinese characters in cross-cultural commercial graphic advertising

3.1 Deconstruction method

The concept of deconstruction originated in France and was proposed by Jacques Derrida. Dissatisfied with Western philosophical thought, Derrida challenged traditional ideas, introducing the philosophy of “deconstructionism.” In Western countries, advertising often uses letters as primary elements and adopts graphical representation for letters. The characteristics of letter strokes, such as size, direction, and assembly, are designed to create corresponding graphics, which enhances the visual artistic effect of commercial graphic advertisements (Yu & Kim, 2020). According to Davis and Hunt, the deconstructive approach in design promotes non-linear, interpretative aesthetics that disrupt conventional communication, allowing for greater engagement through ambiguity and visual surprise (Davis & Hunt, 2017).

3.2 Overlapping method

The method involves overlapping strokes of Chinese characters or

combining characters with other characters or images. The result creates a three-dimensional sense of space, significantly improving the design's visual effect. By overlapping Chinese characters with images, the design becomes more dynamic and enriched. This technique can be associated with the Gestalt principle of figure-ground perception, where the interaction of overlapping forms can stimulate viewers' perceptual interest and maintain attention (Arnheim, 2008).

3.3 Variations in font solidity and transparency

Designers can alter the contrast between solid and transparent images or outlines to achieve specific design goals. By manipulating these contrasts, designers can evoke visual effects such as blur, illusion, and motion, creating an emotional resonance with the audience (Craig & Scala, 2012). Additionally, other elements like color and positioning can be adjusted to enhance the visual impact of commercial graphic advertisements. For instance, in Figure 2, the advertisement "Chongqing Impressions," a cross-cultural city promotional ad, uses traditional Chinese ink gradients and variations in transparency to convey the characters "Chongqing." The graphical representation allows the audience to quickly grasp the design's intent and message.



Figure 2 "Chongqing Impression" city commercial advertising design

Source: <http://xhslink.com/a/MGjdlto0ZmQW>

3.4 Pictographic representation of Chinese characters

Chinese characters are traditionally created through pictographs,

ideograms, associative compounds, and phonetic compounds etc (Wang, 2015). Among these, associative compounds and phonetic compounds combine two or more characters to form a new character. In graphical design, the “form + form” approach is often used to create associative characters, such as “口+耳” (mouth + ear) to form “听” (listen). Designers may replace part of a Chinese character with a representative image or stroke, enhancing the artistic value while ensuring readability. An example can be seen in Figure 3, where the characters for “粤” (representing Guangzhou cuisine) and “京” (representing Beijing cuisine) are transformed using graphical food elements, allowing viewers to quickly understand the design’s content and purpose. As Liu and Lu (2019) argue, integrating cultural visuals into brand identity not only strengthens cultural communication but also increases cross-cultural recognition and appeal in global markets.



Figure 3 Commercial advertising design for Chinese New Year purchases in Guangzhou and Beijing

Source: https://fashion.sohu.com/a/540234413_120076109

3.5 Digital Technology in Design

The designers not only be proficient in various image-processing software but also ensure that the style and form of the characters align with the theme of the commercial graphic advertisement when employing digital

technology to graphically represent Chinese characters. The design must prioritize the effectiveness of advertising while ensuring harmony between form, style, and the design's theme. Furthermore, the legibility of the Chinese characters should be maintained during the graphical representation process to avoid compromising the advertisement's effectiveness. This aligns with Bamford's (2009) discussion on the importance of visual hierarchy and clarity in digital design, emphasizing that successful visual communication depends on the balance between creative aesthetics and functional readability.



Figure 4 Hong Kong city commercial advertising design

Source: https://fashion.sohu.com/a/540234413_120076109

Methodology

This research employs a blend of qualitative and descriptive analysis. The specific procedures are as follows:

1. Literature review method: The research analyzes the existing studies and design practices by reviewing relevant literature and case studies in the fields of graphical design of Chinese characters, cross-cultural advertising, and commercial graphic design. The objective is to investigate the visual representation and application of graphical Chinese characters in cross-cultural contexts. The literature review will establish the theoretical framework for this research and provide foundational background information.

2. Case study method: Representative cross-cultural commercial graphic advertisements will be selected for in-depth analysis which focusing on

the use of graphical Chinese characters, the effectiveness of cultural symbols, and the reception of these designs across different cultures.

3. Design experiment method: The practical design experiments will be conducted based on the findings from the literature review and case analysis. The graphical representation of Chinese characters will be applied in specific cross-cultural commercial graphic advertisements. The experiments will focus on “hotpot” as the thematic element and selecting representative hotpot types from four regions in China: Chaoshan beef hotpot (East), Sichuan spicy hotpot (South), Yunnan mushroom hotpot (West), and traditional mutton hotpot (North). The Chinese character graphic designs of the four hot pot names were incorporated into four commercial graphic advertisements.

4. Audience interview feedback methodology: To assess the effectiveness and cross-cultural reception of the hotpot-themed Chinese character graphic design in advertising, an interview study was conducted with audiences from different countries. Participants were selected based on diverse cultural backgrounds, including but not limited to the United States, France and countries in Asia and Europe, ensuring a representative sample for cross-cultural analysis. The interview focused on key aspects such as visual appeal, cultural comprehension, symbolic interpretation, and emotional resonance. Interviews were used to collect more nuanced insights into individual perceptions and cultural associations triggered by the design.

Research Results

Through literature research, case study, design experiment method and random audience interview feedback. The research had focuses on three research objectives closely and output the results as below:

1. Analysis of the Principles and Results of Chinese Character Graphic Expression

Chinese characters and advertisement have the most significant similarity is all of them are pictographic representation of meaning. There are at least three ways to visualize Chinese characters and author has explain as below.

1.1 Pictographic Reconstruction: The core logic lies in extracting the original pictographic features of Chinese characters (such as the concrete forms found in oracle bone script and bronze inscriptions), and reinterpreting them through modern design language. This approach retains the “form-meaning connection” while enhancing visual impact. It can be illustrated by the picture below. It shows clearly that how Chinese character “Mountain” and “Water” come from and how to use it in the visual design.

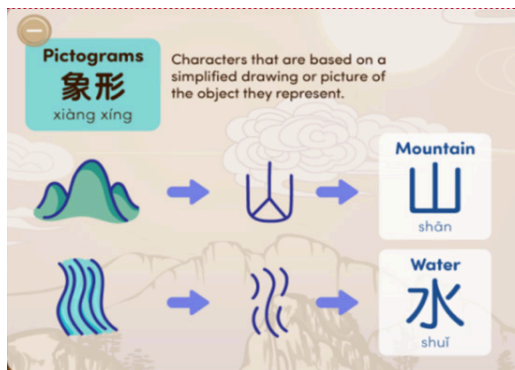


Figure 5 Chinese characters pictographic reconstruction sample

Source: Author design

1.2 Decorative and filling design of Chinese characters: It is a sophisticated technique in graphic design. The decorative and filling design of Chinese characters refers to the creative integration of character strokes, structural forms, and graphic elements, enhancing the visual expressiveness and cultural connotation of the text. When applied to Chinese character design, it strengthens cultural symbolism and enriches visual appeal. It can be illustrated by the picture below. The original meaning of this character is means “lucky” in Chinese. The design is applying the right part as the concrete image of a snake cause year 2025 is Chinese snake year. The left part displays thriving crops and ancient copper coins, symbolizing prosperity and a bountiful year.



Figure 6 Chinese characters decorative and filling sample
Source: Author design

1.3 Replacing Character Strokes: It is one of the core methods in the graphic design of Chinese characters. By substituting specific strokes with relevant images or symbols, this approach preserves the legibility of the character while enhancing its visual metaphor. It can be illustrated by the picture below. The original meaning of this character is means “tea” in Chinese. The design uses a teapot to replace the lower half of the character which imply tea needs a teapot to brew. And it vividly conveys the original meaning of the character “tea”.

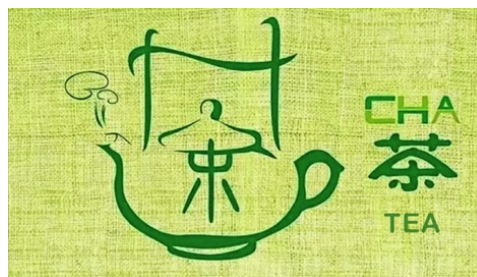



Figure 7 Chinese characters strokes replacement sample
Source: Author design






2. Practical Application of Hotpot-Themed Chinese Character Graphic Design in Cross-Cultural Advertising

The research takes “hotpot,” a representative symbol of Chinese culinary culture, as the experiment result. Advertising design experiments incorporating graphical design of Chinese characters are conducted, with the final design effects analyzed as follows. The specific graphical design of Chinese characters and the commercial graphic advertisement content analysis are detailed below.

2.1 Chaoshan Beef Hotpot (Eastern Guangdong Region): This is a traditional hotpot with nearly a century of history. The main characteristic is the emphasis on the freshness of the ingredients, particularly showcasing the different flavors from various parts of the cow. In the graphic ad design for this hotpot, the character “牛” (beef) is prominently highlighted. The Chinese characters “潮” (Chaozhou), “牛” (beef), and “锅” (pot) are graphically reinforced by incorporating imagery of cows into their forms. Additionally, the characters for “meat” and “hotpot” are expressed through visual elements to further convey the essence of Chaoshan beef hotpot. The design allows the viewer to intuitively grasp the unique features and deliciousness of the dish. The commercial poster integrates vector illustrations, showcasing realistic elements of the Chaoshan beef hotpot, including fresh beef, beef balls, braised tofu, and other ingredients. This visual presentation quickly informs consumers about the ingredients and enhances their appetite, making them eager to enjoy the dishes.

Table 1 Analysis of the specific contents of Chinese character graphic design

Original Chinese characters	Graphical Chinese characters	Explanation and Implication
潮 chao		The three dots on the far left of this character represent the sound of “Umm” which from a cow. The rest of the part uses exaggerated graphics to show the key parts of the cow, such as horns, head, nose, body, front legs, and hind legs.

Original Chinese characters	Graphical Chinese characters	Explanation and Implication
汕 shan		This character highlights the regional characteristics of the Chaoshan area, namely the three drops of water on the left and the character “山” on the right, which has the prominent feature of being close to the mountains and the sea.
牛 niu		The whole image of a bull's head expresses the meaning of the character “cow”. It shows clearly about Bull's head, horns, ears, and nose etc.
肉 Rou		This character "肉" is graphically processed to show the effect of stacking pieces of meat, which echoes the picture in the graphic design of the font.
火 huo		This character is the most typical example of the graphical representation of Chinese characters. The viewer can tell immediately that it represents fire.
锅 guo		This character once again shows the image of a cow on both sides of the graphic. In addition, the right half of the graphic vividly shows an image of a pot on fire, making it easy for everyone to understand at immediately.




Commercial graphic design works are as follows Figure 8




Figure 8 Chaoshan Beef Hotpot Commercial Graphic Advertising Design

2.2 Sichuan Spicy Hotpot (Southern Region): Sichuan hotpot perhaps is the most well-known representation of Chinese hotpot worldwide, with a history that spans over 400 years. Its key characteristics are its numbing spiciness and rich aroma, making it globally famous. The term “MALA” (meaning numbing and spicy) has even become synonymous with Chinese hotpot abroad. Different with other types of hotpot, Sichuan hotpot’s distinctiveness largely lies in its broth, which derives its unique flavor from an abundance of ingredients such as chili peppers, Sichuan peppercorns, star anise, ginger, and cinnamon. This design focuses on these elements, visually highlighting various spices used in Sichuan hotpot preparation. In this graphic ads, the graphical representation of the characters “四川” (Sichuan) features cultural symbols such as Sichuan opera’s “face-changing” and chili peppers. The commercial poster design uses vector illustrations to showcase a Sichuan hotpot full of ingredients like chili peppers, peppercorns, and other spices, effectively conveying the essence of this spicy and flavorful dishes.

Table 2 Analysis of the specific contents of Chinese character graphic design

Original Chinese characters	Graphical Chinese characters	Explanation and Implication
<p>四 si</p>		<p>The graph not only highlight key symbol of Sichuan Opera face-changing, but also tribute to the bronze statues at Sanxingdui. It allows viewers who familiar with Sichuan culture to quick understand the source of the food.</p>
<p>川 chuan</p>		<p>The graph uses chili to highlight the key feature of Sichuan hot pot. Also, the image of a chili is used to divide the word "chuan" into two parts, which also reflects the specific differences between eastern and western of Sichuan.</p>
<p>火 huo</p>		<p>This character uses a graphic method to show the flames in the flames, which vividly reflects the important elements of hot pot.</p>

Original Chinese characters	Graphical Chinese characters	Explanation and Implication
锅 guo		This character “pot” further highlights the difference between Sichuan spicy hot pot and others. Sichuan hot pot usually uses a flat pot or a double-flavored pot, rather than a Beijing copper pot (the kind of vertical pot). The upper right part of the word “pot” is replaced with a flat pot, and the large number of chili and seasonings in the pot are clearly visible.

Commercial graphic design works are as follows Figure 9









Figure 9 Sichuan Spicy Hot Pot Commercial Graphic Advertising Design

2.3 Yunnan Mushroom Hotpot (Western Region): Compared to the other hotpot. Yunnan mushroom hotpot is unique in its dependence on Yunnan’s specific geographical location. Yunnan’s tropical/subtropical climate and vast forested areas produce a wide variety of wild edible mushrooms, making this hotpot one-of-a-kind, not only in China but globally. Yunnan is home to about half of the world’s species of wild mushrooms. Rich in proteins and various vitamins, these mushrooms also contain polysaccharides that have health

benefits such as radiation protection, immune system regulation, and antioxidant properties. This aligns with the traditional Chinese medicine principle of “food as medicine” and contemporary health-conscious trends, making Yunnan mushroom hotpot a popular healthy choice. The graphical design for this hotpot innovatively depicts the characters “云南” (Yunnan) by incorporating cultural symbols like peacocks and Yunnan architecture, while “菌菇” (mushroom) is graphically represented using imagery of various wild mushrooms. The commercial poster features vector illustrations showcasing the mushrooms used in the hotpot as well as the diverse range of wild mushrooms from Yunnan. In this design, the artist captures the region’s cultural and natural resources through visuals, allowing viewers to quickly grasp the intended meaning.

Table 3 Analysis of the specific contents of Chinese character graphic design

Original Chinese characters	Graphical Chinese characters	Explanation and Implication
<p>云 yun</p>		<p>The upper part of the character vividly displays the shape of auspicious clouds in traditional Chinese culture to symbolize the theme word “cloud”. The overall text is an image of a peacock with its wings spread high, which further emphasizes the rich animal and plant resources of Yunnan Province.</p>
<p>南 nan</p>		<p>At the top of the character is the traditional stilt bamboo house of the Dai ethnic group in Yunnan, which further highlights the multi-ethnic characteristics of Yunnan.</p>
<p>菌 jun</p>		<p>The lower part of the graph uses a figurative mushroom graphic to show the basic meaning of the character. In addition, the top of the character also uses bamboo shoots, bean curd and other mushroom ingredients to emphasize it.</p>

Original Chinese characters	Graphical Chinese characters	Explanation and Implication
菇 gu		The composition of character is entirely derived from the graphic design of seven kinds of wild mushrooms, allowing the viewer to understand its meaning immediately.
火 huo		The lower left part of this character uses a wild vegetation commonly used for making fire in Yunnan to reflect the special nature of this hot pot.
锅 guo		This character first uses mushrooms again in the right half to emphasize the main ingredient, and at the same time uses a fish in the left half to emphasize the deliciousness of Yunnan mushroom hotpot, because the soup base of Yunnan mushroom hotpot is often made from fish soup.

Commercial graphic design works are as follows Figure 10









Figure 10 Yunnan Mushroom Hot Pot Commercial Graphic Advertising Design

2.4 Beijing Copper Pot Lamb Hotpot (Northern Region): It is said this hotpot became famous after being named by Kublai Khan, the founder of the Yuan Dynasty from Mongolia, and has a history of over a thousand years. If

the key feature of Chaoshan beef hotpot is the “beef,” then the essential element of this hotpot is the “lamb.” A notable distinction of Beijing copper pot lamb hotpot from other types of hotpot is the requirement to use a charcoal-heated copper pot for it to be truly authentic. Additionally, Beijing copper pot lamb hotpot is the only one among various hotpots that places particular emphasis on its dipping sauce, which must be the traditional old Beijing sesame sauce. In the design of the commercial poster, the copper pot, lamb, and old Beijing sesame sauce are illustrated through vector graphics. In this design work, the author has placed special emphasis on the graphic representation of Chinese characters, aiming to highlight features such as the lamb and copper pot.

Table 4 Analysis of the specific contents of Chinese character graphic design

Original Chinese characters	Graphical Chinese characters	Explanation and Implication
北京 Bei jing		The two characters "Beijing" are overlapped to vividly display the image of the Temple of Heaven, a famous landmark in Beijing, so that viewers can tell immediately where this delicacy comes from.
铜 tong		By visualizing the charcoal copper pot that is key for Beijing shabushabu mutton, the indispensable kitchenware for this delicacy is directly expressed. In addition, careful viewers also found that there is a "lamb" character on the surface of the pot, which increases the appeal of the copper pot.
锅 guo		The character "pot" is fully graphically represented, especially the right half which shows the meaning of fire in the pot and the pot on the fire.

Original Chinese characters	Graphical Chinese characters	Explanation and Implication
<p>涮 shuan</p>		<p>This character reflects another characteristic of Beijing mutton hot pot: Sauce. Traditional Bei-jing hot pot must be served with a dipping sauce mixed with sesame paste, chives, fer-mented tofu, chopped green onions and minced garlic to be considered authentic.</p>
<p>羊 yang</p>		<p>The character "羊" fully expresses the horns of sheep, and this graphic design fully illustrates the theme of Beijing shabushabu mutton hot pot, allowing viewers to quickly understand that mutton is the protagonist of this hot pot.</p>
<p>肉 rou</p>		<p>To further emphasize the theme of "mutton", the character "meat" is embedded with the im-age of a goat.</p>

Commercial graphic design works are as follows Figure 11



Figure 11 Beijing copper pot mutton hot pot Commercial Graphic Advertising Design

3. Audience Feedback on Chinese Character Graphic Design in Advertising Across Different Cultural Backgrounds

As is widely acknowledged, audience feedback serves as one of the most effective means to evaluate a design work. Since I teach at an international college, I randomly interviewed teachers from Italy, Japan, South Korea, Thailand, and India. At the same time, I randomly interviewed teachers and parents from the United States, France, Germany, Australia, and Singapore at my daughter's international school. Based on this rationale, the author conducted interviews with cross-cultural participants from different countries. The aim was to assess how advertisements incorporating Chinese character visualization differ from traditional advertisements in terms of visual appeal, ease of understanding, and emotional resonance. Additionally, valuable suggestions for improvement were collected, providing useful insights and guidance for future design optimization.

3.1 Explanation of the Interview Design and Its Purpose

To assess the effectiveness of Chinese character graphic design in cross-cultural commercial advertising, this study conducted interviews with 30 participants from different cultural backgrounds. The interview outline was carefully designed to align with the research objectives, particularly in evaluating the audience's visual perception, cultural resonance, and interpretative responses to the graphic representations of Chinese characters used in the advertisements. The questions were structured to achieve three objectives:

- (1) To explore how audiences from diverse cultural backgrounds interpret graphic Chinese characters,
- (2) To assess the effectiveness of these designs in communicating cultural and commercial messages, and
- (3) To gather feedback for improving cross-cultural visual communication strategies.

Questions 1 and 2 aim to understand the participants' cultural backgrounds and their basic recognition of the Chinese characters used in the advertisements. This helps analyze how cultural familiarity influences interpretation.

Questions 3 and 4 focus on the clarity of message delivery and the extent to which Chinese cultural elements are perceived through the design. These address the effectiveness of visual communication in conveying meaning.

Questions 5 and 6 gather subjective impressions regarding the visual appeal and emotional resonance of the design, especially its ability to stimulate interest in Chinese culture or products.

Questions 7 and 8 assess the perceived suitability of such design approaches for cross-cultural advertising and invite constructive feedback for future design improvement.

By systematically asking these questions, the study aims to validate the hypothesis that Chinese character graphic design can function not only as a visual tool but also as a cultural bridge in global advertising. The collected responses provide critical insights into the ways in which audiences interpret, engage with, and respond to culturally embedded visual elements in commercial contexts. The following is a list of explanations of the content and purpose of the interview questions, as shown in Table 5.

Table 5 Interview Outline

No.	Interview Questions	Purpose and Description
1	Nationality / Cultural Background	Collect information about cultural background to assess how cultural differences affect understanding.
2	Are you able to recognize the meaning of the Chinese character in the image?	Assessing Non-Chinese audience initial recognition of pictographic Chinese characters
3	The message of the advertisement clear to you?	Effectiveness of Pictographic Chinese Characters in Advertising Communication
4	Are you able to identify the Chinese cultural aspects presented in the advertisement? Please elaborate.	Assess whether the design is capable of expressing cultural meaning

No.	Interview Questions	Purpose and Description
5	How do you rate the overall visual quality of the Chinese character graphic design?	Obtain subjective evaluations from audience regarding the visual effects
6	Did the use of graphic Chinese characters make you more interested in Chinese culture or products?	Investigate the relationship between emotional resonance and cultural identity
7	Do you think this kind of Chinese character graphic design is suitable for cross-cultural advertising communication? Why?	Assess the communicative effectiveness of the design in a cross-cultural context
8	What suggestions do you have for improving this advertisement?	Gather suggestions for improvement and potential directions for optimization

Source: Author design

3.2 Summary of results and Recommendations Based on Participant Feedback

An analysis of feedback from 30 participants across 10 different countries reveals an overall positive response to the visual communication effectiveness of Chinese character graphic design in cross-cultural commercial advertising. The following is a tabular explanation of the results obtained from the interviews, as shown in Table 6.

Table 6 Summary of Participants Feedback

Facet	Index	Feedback content overview (30 Audience)	Percent %
Cultural Back-ground	Country origin	The United States (4), France (2), Germany (2), Italy (2), Australia (3), Singapore (4), Japan(4), South Korea(3), Thailand(3), In-dia(3)	NA

Facet	Index	Feedback content overview (30 Audience)	Percent %
Information recognition	Able to recognize Character's meaning	20 people almost recognize it, while 10 people find it difficult to understand but can roughly guess its meaning through the graphics.	68% Recognized
Information clarity	Is the advertising message clear?	21 people think the message is relatively clear, while 9 people find it somewhat vague.	70% think it is clear
Cultural identity	Feel Chinese culture?	27 people clearly stated that they can feel elements such as hot pot culture, character style, and traditional aesthetics.	90% feel the cultural elements
Visual appeal	Impression of the graphic design.	26 people rated it as interesting, innovative, and aesthetically pleasing, while 4 people found it somewhat complex or unfamiliar.	86% give positive feedback
Emotional resonance	Does it spark interest?	22 people expressed interest, particularly in food or culture, while 8 people gave a neutral response	70% feel a resonance
Cross-cultural applicability	Is it applicable for cross-cultural communication?"	25 people believe it can enhance cultural communication, while 5 people think it requires additional English explanations	83.3% recognize its applicability
Improvement Suggestions	Specific feedback	It is suggested to add more explanatory elements (e.g., pinyin/icons), improve the contrast between text and images, and enhance interactivity	NA

An analysis of feedback from 30 participants across 10 different countries reveals an overall positive response to the visual communication effectiveness of Chinese character graphic design in cross-cultural commercial advertising. Approximately 68% of respondents were able to partially recognize the basic meaning of the Chinese characters. Even without understanding the

language, most participants could guess the intended message through the graphic form, indicating that Chinese characters possess a certain level of visual universality due to their pictographic features. Additionally, 70% of participants considered the conveyed advertising message to be relatively clear, further validating the effectiveness of combining text and imagery in delivering intended meaning.

In terms of cultural recognition, 90% of participants explicitly stated that they could sense the presence of Chinese cultural elements in the advertisement—particularly the hotpot food culture and the traditional aesthetic features embedded in the Chinese characters. Regarding visual appeal, 86% of respondents gave positive feedback such as “interesting,” “innovative,” and “aesthetically pleasing,” suggesting that Chinese character graphic design demonstrates both strong cultural expression and visual attractiveness.

From the perspective of emotional resonance, 70% of participants said the design sparked their interest in Chinese culture or products. This indicates that beyond conveying information, Chinese character design can also evoke cultural identity and emotional engagement. In terms of cross-cultural applicability, 83.3% of participants believed this type of design is suitable for cross-cultural advertising, highlighting its potential in facilitating cultural communication and brand internationalization. However, some participants recommended the inclusion of English annotations or explanatory elements to assist with comprehension. Based on the collective feedback, the following recommendations are proposed to optimize future designs involving Chinese character graphics:

Incorporate multilingual elements (e.g., pinyin, English explanations, or visual annotations) to improve the clarity and accessibility of advertising content.

Integrate interactive features (e.g., QR code interpretation, animated formats) to increase audience engagement and depth of understanding. These suggestions not only help strengthen the communicative effectiveness of Chinese character graphics in cross-cultural contexts but also offer practical guidance for future design practices aimed at global audiences.

Discussion

This study investigates the application of Chinese character-based graphic design in cross-cultural commercial advertising, with a focus on both visual effectiveness and the ability to evoke cultural resonance. Drawing from literature review, case analysis, practical design experiments, and qualitative interviews with 30 participants from 10 countries, the research highlights key findings that contribute to both theoretical understanding and practical design strategies.

Firstly, the study confirms that Chinese characters—rooted in pictographic origins—possess unique visual symbolism capable of transcending linguistic barriers. Even among participants unfamiliar with the Chinese language, 68% were able to partially infer the meaning of the characters through their visual form. This supports the theories proposed by Arnheim, who emphasized that visual perception plays a central role in how humans interpret form and meaning, especially in symbolic communication (Arnheim, 2008). Furthermore, this aligns with Barthes' semiotic theory, which argues that visual signs can carry multiple layers of meaning, allowing audiences to interpret symbols even in unfamiliar linguistic contexts (Barthes, 1977).

Secondly, the four hotpot-themed advertisements—designed with typographic variations of Chinese characters—proved effective in evoking cultural identity and emotional resonance. According to participant feedback, 90% could identify distinct cultural elements such as Chinese culinary traditions, calligraphy, and aesthetic symbolism. This reinforces the assertion made by Cheng and Wong that Chinese characters can function as powerful visual storytellers when situated in culturally meaningful contexts (Cheng & Wong, 1999). It also parallels Mitchell's view that verbal and visual signs must work in tandem to generate effective cross-cultural communication (Mitchell, 1994). The emotional resonance of the designs further underscores their communicative power. Approximately 70% of interviewees reported a heightened interest in Chinese food culture or the brand itself after viewing the advertisements. This

supports previous work by Xu and Batra, who found that culturally embedded visuals in advertising can foster emotional identification and enhance brand engagement in cross-cultural contexts (Xu & Batra, 2021).

In terms of cross-cultural adaptability, 83.3% of participants considered the Chinese character designs suitable for international audiences. However, as Craig and Scala suggest in their guide to typographic clarity, cultural legibility must be balanced with visual innovation (Craig & Scala, 2012). Some interviewees indicated that without explanatory elements (e.g., pinyin, English captions, or illustrative icons), the graphics were occasionally difficult to comprehend (Wang, 2015). This echoes Wang Ning's observation that while Chinese character morphology offers rich visual potential, its complexity may present challenges in cross-cultural design unless supplemented with contextual aids (Wang, 2015).

Additionally, the findings highlight the importance of multimodal communication strategies. As Kress and van Leeuwen advocate, combining text, image, and cultural coding enhances viewer interpretation and facilitates meaningful global dialogue (Kress & van Leeuwen, 2006).

In summary, the research demonstrates that Chinese character graphic design can serve as a culturally expressive and visually compelling tool in global advertising. By integrating culturally significant typography with visual storytelling, designers can bridge cultural divides, enhance communication, and generate emotional resonance. The findings not only affirm the aesthetic and semiotic power of Chinese characters but also provide a practical framework for cross-cultural visual communication in the commercial field.

Conclusions

The research investigated how Chinese character-based graphic design can be effectively applied in cross-cultural commercial advertising to promote cultural recognition and emotional resonance. Drawing on Qualitative Research methodology and audience feedback, the research concludes that Chinese

character graphics serve as powerful visual tools that can bridge linguistic and cultural gaps in global advertising contexts. This research applies graphic design of Chinese characters to commercial graphic advertisements using the element of “hotpot,” which is a highly representative part of Chinese culture. The research focuses on four different types of hotpot from the East, South, West, and North regions of China (Guangdong Chaoshan beef hotpot, Sichuan spicy hotpot, Yunnan mushroom hotpot, and Northern copper pot lamb hotpot), exploring the effects of Chinese character graphic design in cross-cultural advertisements. The experimental results indicate that such designs significantly enhance the cultural characteristics and visual appeal of the advertisement. Various forms of Chinese character graphic design can convey the regional features and cultural connotations of hotpot through a unique visual language. The experimental designs, centered on Chinese hotpot culture, proved successful in eliciting both aesthetic appreciation and cultural awareness among international viewers. The research highlights that while Chinese characters may appear unfamiliar to global audiences, their symbolic, pictorial nature enables intuitive recognition when properly contextualized. Furthermore, the interviews revealed that audiences are open to and even enthusiastic about advertisements that incorporate culturally distinct elements, provided they are visually engaging and supplemented with accessible cues. This reinforces the importance of cross-cultural sensitivity in visual communication, where designers must consider both cultural expression and audience comprehension.

In conclusion, Chinese character graphic design holds great potential for application in cross-cultural commercial graphic advertising. However, during the design process, it is crucial to fully consider the cultural backgrounds and aesthetic preferences of the target audience, ensuring that the effects of cultural communication and visual representation align to achieve more effective cross-cultural communication. Chinese character graphic design is not only a vessel of cultural identity but also a versatile medium for global branding and communication. Future studies may extend this research by examining authentic market advertising campaigns or exploring additional cultural symbols within Chinese visual culture.

References

- Arnheim, R. (2008). **Art and visual perception: A psychology of the creative eye**. Renmin University of China Press. (Original work published 1954).
- Bamford, A. (2009). **The visual language of graphic design: An illustrated handbook for understanding fundamental design principles**. Rockport.
- Bamossoy, G. J., & Solomon, M. R. (2016). **Consumer behavior: Buying, having, and being**. Pearson Education.
- Barthes, R. (1977). **Image, music, text (S. Heath, Trans.)**. Hill and Wang.
- Chang, H. J., & Lee, S. K. (2020). A comparative analysis of visual communication strategies in global advertising: The integration of cultural and graphic design elements. **Journal of Advertising**, 49(3), 287-305.
- Cheng, Y. C., & Wong, W. S. (1999). Chinese characters and their encoded meanings in design. **Design Issues**, 15(2), 35-47.
- Craig, J., & Scala, I. K. (2012). **Designing with type: The essential guide to typography (5th ed.)**. Allworth Press.
- Davis, M., & Hunt, M. (2017). **Graphic design theory: Readings from the field**. Princeton Architectural Press.
- Fashion.sohu.com. (n.d.). **Graphic text design makes text posters more attractive**. Sohu Fashion. Retrieved April 27, 2022, from https://fashion.sohu.com/a/540234413_120076109.
- Kress, G., & van Leeuwen, T. (2006). **Reading images: The grammar of visual design (2nd ed.)**. Routledge.
- Li, J., & Zhuang, Y. (2017). Chinese character design in modern advertisements: Case studies and implications. **Journal of Asian Pacific Communication**, 27(2), 254-270.
- Lin, C. Y., & Hsu, C. Y. (2019). Exploring the role of cultural symbols in cross-cultural advertising: A study of Chinese character design. **Journal of International Consumer Marketing**, 31(2), 123-140.

- Liu, J., & Lu, X. (2019). Designing for cultural diversity: Integrating Chinese visual culture in global advertising campaigns. **Design Studies**, 35(4), 311-324.
- Mitchell, W. J. T. (1994). **Picture theory: Essays on verbal and visual representation**. University of Chicago Press.
- Olympics.com. (n.d.). **Beijing 2008 logo design**. Retrieved from <https://www.olympics.com/zh/olympic-games/beijing-2008/logo-design>.
- Stavrianos, L. S. (2005). **A global history: From prehistory to the 21st century (Wu, X., et al., Trans.)**. Peking University Press. (Original work published in English).
- Wang, D. (2015). Cultural identity and graphic design: A cross-cultural comparative study of design in China and the West. **Journal of Design History**, 28(3), 237-251.
- Wang, N. (2015). **An introduction to Chinese character morphology**. The Commercial Press.
- Xiaohongshu. (n.d.). **Chinese characters and freehand**. Retrieved from <http://xhslink.com/a/MGjdlto0ZmQW>.
- Xu, J., & Batra, R. (2021). Cultural symbolism in brand communication: A comparison of Chinese and Western advertising strategies. **Journal of Marketing Communications**, 27(1), 42-60.
- Yu, M., & Kim, K. H. (2020). The role of typography in cross-cultural communication: A study of Chinese and English character designs in advertising. **International Journal of Design**, 14(3), 97-112.
-

RESEARCH ON DIGITAL ART INNOVATION OF TRADITIONAL CULTURE : A CASE STUDY ON 24 SOLAR TERMS



Xiao Xiao¹, Rasa Suntrayuth², Bunchoo Bunlikhitsiri³

*E-mail: Peero.graduate@gmail.com, raasa@go.buu.ac.th,
bunchoo@buu.ac.th*

¹ Student, Doctor of Philosophy Program in Visual Arts, Art of Design and Cultural Management, Faculty of Fine and Applied Arts, Burapha University

² Assist. Prof., Ph.D., Department of Visual Arts, Art of Design and Cultural Management, Faculty of Fine and Applied Arts, Burapha University

³ AsAssist. Prof., Ph.D., Department of Visual Arts, Art of Design and Cultural Management, Faculty of Fine and Applied Arts, Burapha University

Received: February 7, 2025 Revised: April 19, 2025 Accepted: March 26, 2025

Abstract

This study examines digital art innovation strategies for China's 24 Solar Terms, a cultural system reflecting natural cycles, agrarian practices, and philosophical traditions. By analyzing artworks (digital paintings, animations, interactive installations) sourced from academic databases, public repositories, and case studies, the research maps current creative practices and identifies gaps in cultural digitization. Data on artwork themes, mediums, and regional variations were systematically categorized using Excel, enabling cross-dimensional analysis of technical, cultural, and audience engagement metrics.

Results indicate that digital reinterpretations of the Solar Terms prioritize immersive storytelling (e.g., VR folk rituals), regional adaptability (e.g., coastal vs. inland motifs), and participatory design (e.g., gamified agricultural simulations). However, challenges persist in technological integration and global outreach. To address these, the study proposes: 1) leveraging VR/AR/MR for multisensory cultural experiences; 2) embedding Solar Term education within digital literacy initiatives; 3) fostering crowdsourced platforms for collaborative art creation; and 4) optimizing algorithm-driven marketing to expand audience reach.

Theoretical contributions include a framework for reconciling intangible heritage with digital modernity, while practical implications highlight scalable models for cultural-tech synergies. By bridging aesthetic traditions with emerging technologies, this research advances strategies to sustain cultural relevance in a globalized digital economy

Keyword: digital art, traditional culture, 24 Solar Terms

Introduction

With the policy support of promoting excellent traditional culture, the digital innovation of traditional culture has been increasingly valued by the industry and academia. With the improvement of the Internet and digital technology environment, as well as the rapid development of cultural industries

and the cultural creative economy, the application of digital media has become one of the important ways to inherit traditional culture in the digital age. Currently, the Chinese government has issued the “Law of the People’s Republic of China on the Protection of Intangible Cultural Heritage” (Government of China Website, 2011), which provides legal protection for the development of traditional culture and lays the foundation for documentation and dissemination. The “Opinions on Implementing the Inheritance and Development Project of Fine Traditional Chinese Culture” (Xinhua News Agency, 2017) explicitly proposes to promote the creative transformation and innovative development of traditional culture, as well as digital construction. This includes using modern technological means to reinterpret traditional culture, build digital resource libraries, and expand online dissemination channels. The “14th Five-Year Plan for Cultural Industry Development” (Ministry of Culture and Tourism, 2021) also emphasizes the creative transformation and innovative development of traditional culture, increasing the digital development and dissemination of traditional cultural resources. For example, it supports traditional cultural enterprises in using new technologies, models, and ideas to upgrade and transform traditional cultural products, enhance their cultural connotations and added value, and improve their international influence. These policies provide a macro-level guiding framework for the digitalization of traditional culture.

Digital art is a highly innovative and expressive form in the field of digitalization. It combines technology and art to show a unique charm. Traditional culture, on the one hand, can provide new forms of expression and dissemination channels. With the help of digital technologies, such as virtual reality and animation, ancient culture can be presented in a more vivid and lively way, attracting the attention of the younger generation, breaking the limitations of time and space, and expanding the scope of dissemination. On the other hand, digital art innovation has stimulated the vitality of traditional culture. By integrating modern elements, we can give traditional culture new connotations and creativity, make it more vibrant in contemporary society, and promote the sustainable inheritance and development of traditional culture. Therefore, digital

art innovation has far-reaching significance and value for the further inheritance of traditional culture.

As one of China's outstanding traditional cultures, the 24 Solar Terms have been actively promoted and publicized by the media since they were listed as world-class intangible cultural heritage in 2016 (China Government Network, 2016). At the same time, they have also become a hot topic in academic research. How to use digital art to empower the cultural innovation of the 24 Solar Terms is a question discussed by many scholars and creators. While the current research covers a multidimensional analysis of digital art related to the Twenty-Four Solar Terms, it still falls short in comparative studies of digital art innovation practices across different regions, particularly lacking in-depth exploration based on the integration of regional cultural characteristics and digital technology. This study categorizes digital innovation works in detail, classifying them from multiple dimensions such as content themes, forms of expression, artistic styles, and application scenarios. By combining the cultural characteristics of the Twenty-Four Solar Terms with digital art techniques, this research provides clear positioning for different types of digital innovation works, thereby supplementing and perfecting the deficiencies in the study of digital art innovation methods.

Research objectives

1. To study the cultural characteristics of the 24 Solar Terms.
2. To analyze the current status of digital artworks with the theme of "24 Solar Terms".
3. To study the digital art innovation methods of Chinese traditional culture and discuss the trend of digital innovation in traditional culture.

Research methods

1. Literature research method: Through various channels, we widely collect books, papers and case materials related to traditional culture and digital

art and classify and analyze them. To obtain research information such as application cases, innovative ideas, successful experiences and existing problems of traditional culture in digital art, combined with the background of the times and technological development trends, provide a theoretical basis and reference basis for the research.

2. Case analysis method: The case analysis method is to conduct in-depth research on specific examples to obtain knowledge and insights. In this study, we collected successful cases of digital art innovation of traditional culture with the focus on “24 Solar Terms”, analyzed these cases in detail, summarized experiences and rules, provided practical references for digital art innovation of traditional culture, clarified feasible paths and potential problems, helped to carry out in-depth research and provided guidance for practical innovation.

3. Interdisciplinary research method: The interdisciplinary research method is to integrate multidisciplinary knowledge to analyze problems comprehensively and in-depth. This study explores the aesthetic value and innovation direction of traditional culture from the perspective of art; analyzes the application of digital technology with the help of computer science theory; and uses communication to analyze the communication strategy of innovative results. By integrating different disciplinary perspectives and methods, a more comprehensive research path is provided for the digital art innovation of traditional culture to promote the development of innovative practice.

The research process is divided into 4 steps: 1) Review the relevant literature on “24 Solar Terms”, “Digitalization of Traditional Culture” and “Digital Art Innovation”; 2) Collect and organize the digital art innovation cases of traditional culture with “Digital Art with 24 Solar Terms Theme” and classify them; 3) Combine literature and theory to analyze various cases and the current status of digital artworks in detail; 4) Summarize the research results, explore how to empower the cultural innovation of the 24 Solar Terms with digital art, and give discussions and suggestions. Based on the above, the conceptual framework of this study is shown in Figure 1

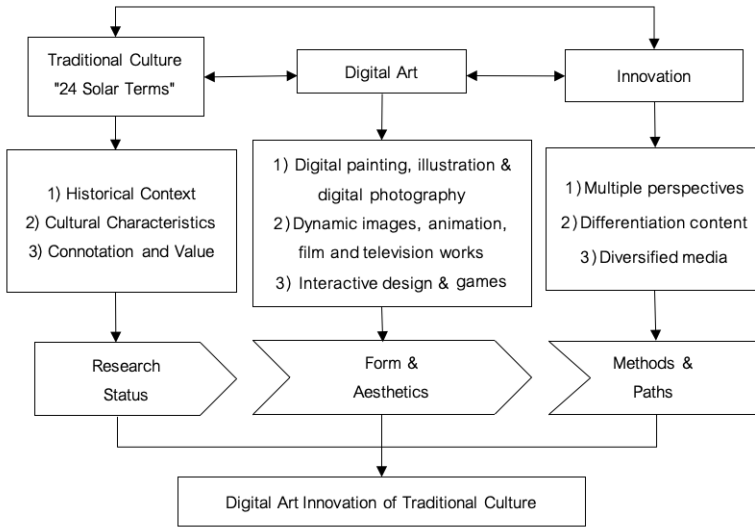


Figure 1 Schematic diagram of the research process

Research results

1. The history, characteristics and current status of the 24 Solar Terms
 - 1.1 The historical development of the 24 Solar Terms

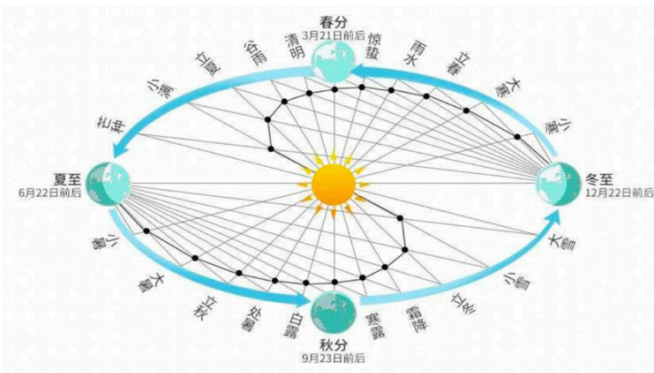


Figure 2 The division of the 24 Solar Terms

According to the research of the 24 Solar Terms Research Center of the China Agricultural Museum, the 24 Solar Terms sprouted in the middle

Neolithic period and went through three stages (Sui, 2022): First, the discovery of the “two equinoxes and two solstices” (Chen, 2021). During the Five Emperors period, the year was determined to be 12 months by observing the Big Dipper, the “Zhuanyu Calendar” was customized and the method of two equinoxes and two solstices was indicated, dividing the orbit of celestial bodies into 24 parts; second, the construction of the “four seasons and eight festivals”. The “Xia Xiaozheng” of the Shang Dynasty recorded meteorological and phenological phenomena. During the Warring States Period, the “Lüshi Chunqiu” and “the Book of Rites” connected the date with the farming season, and the “four seasons and eight festivals” were widely respected; third, the formation of the 24 Solar Terms. The pre-Qin “Yi Zhou Shu · Shi Xun Jie” formed 72 solar terms, and the Western Han Dynasty “Huainanzi · Tianwen Xun” fully recorded the 24 Solar Terms. The “Taichu Calendar” during the Han Wudi period formally determined the complete 24 Solar Terms and corrected the errors of the “Zhuanyu Calendar” (Nanchong Local Chronicles Studio, 2013). Since then, the research on the 24 Solar Terms has continued to deepen and has been used to this day.

1.2 Cultural Characteristics of the 24 Solar Terms

The cultural characteristics of the Twenty-Four Solar Terms are reflected in their naturalness and scientific nature, cultural and philosophical aspects, practicality and guidance, regional and diverse features, heritage and innovation, as well as their ecological and sustainable nature.

Based on natural phenomena, the solar terms reflect changes in seasons, precipitation, and temperature, and have a scientific foundation in astronomy. The terms are rich in cultural connotations; for example, the names “Beginning of Spring” and “Rain Water” poetically express reverence for nature. They are closely linked with folk customs and agricultural activities, embodying the philosophical idea of “unity of heaven and humanity”. The solar terms guide agricultural production, such as “spring sowing, summer growing, autumn harvesting, and winter storing” and influence lifestyles and social activities. The culture of the solar terms varies by region; for instance, the customs of the

Beginning of Spring differ between the south and the north. The culture continues to innovate through inheritance, gaining new vitality with the help of modern technology. Moreover, the culture of the solar terms emphasizes harmonious coexistence between humans and nature, providing wisdom for the construction of ecological civilization (Zhang, 2024). These characteristics make the Twenty-Four Solar Terms an important part of China's excellent traditional culture and hold significant value for modern society.

1.3 Connotation and Value of the 24 Solar Terms

The Twenty-Four Solar Terms are the crystallization of wisdom from ancient Chinese agricultural civilization and a unique temporal knowledge system and social practice of the Chinese nation, encompassing natural, cultural, and social dimensions. They hold significant historical and contemporary value. Not only are they an important carrier of national culture, but they also play a practical role in guiding agricultural activities and traditional Chinese medicine for health preservation. Moreover, they shape people's attitudes towards nature on a moral level and awaken ethical awareness for environmental protection. From an international perspective, the Twenty-Four Solar Terms have had a profound influence on the East Asian cultural sphere. Based on the absorption of China's solar terms culture, Japan has developed its unique system of seventy-two phenological phases (Fan, 2020). Against the backdrop of globalization, the Twenty-Four Solar Terms are not only a symbol of Chinese traditional culture but also an important part of the world's cultural heritage.

1.4 Current Research Status of the Twenty-Four Solar Terms Culture

According to CNKI (China Knowledge Network Document Library), the number of studies on the 24 Solar Terms has increased rapidly since 2016, and the attention has continued to increase (Figure 3), covering history, culture, folklore, agriculture, education and other fields.

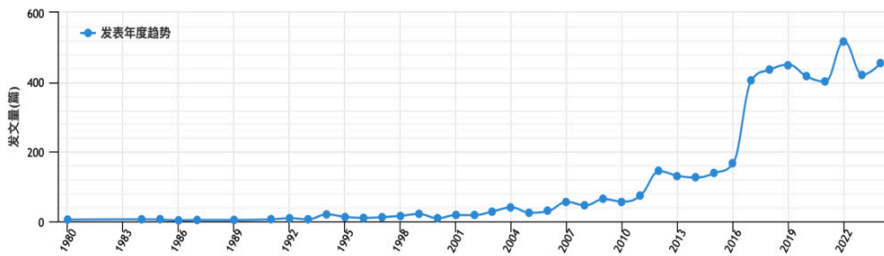


Figure 3 Publication trends of the topic “24 Solar Terms” in the literature collected by CNKI (as of September 2024)

The research from the perspective of the cultural inheritance of the 24 solar terms mainly has three forms: the first is written records, including historical books, origin history, proverbs and ballads, etc. (Ji, 2018), using written records as a carrier to lay a material foundation for cultural interpretation and research; the second is cultural performances and artistic activities, such as academic lectures, performances, paintings, photography, installations, etc. (Luo, 2023), using artistic means to expand the form of inheritance and dissemination; the third is online digitization, including short videos (Jia, 2021), mobile phone wallpapers (Wu, 2023), animated short films, application software APP (Zhang, 2022), etc., using communication media to provide impetus for cultural inheritance and development.

Regarding the innovative communication of the 24 Solar Terms, some researchers have proposed content innovation communication, vigorously developing product communication, industrial development, innovative cultural entertainment and life consumption communication, firmly using new technologies, and giving full play to new media communication from the perspective of communication and economics (Chen, 2025); some scholars have also proposed from the perspective of cultural inheritance that it can be carried out through quality education and ideological and political education, such as conducting intangible cultural heritage research and study activities for community youth to expand the influence of the 24 Solar Terms (Zhang, 2020).






2. Current status of digital art research and creation of the 24 Solar Terms

2.1 Digital painting, illustration, and digital photography

Digital painting and illustration are the creation of static images using digital painting tools. Creators can use digital art brushes with delicate brushstrokes, rich colors and special effects, stylized processing and other functions to give the picture a delicate and dreamy effect. As a common creative tool in the digital media era, digital photography can quickly convert the images captured by the lens into creative materials. Compared with painting, photographic works are more realistic and direct. After secondary creation by image processing software, photographic works can also create more imaginative and dreamy pictures. Digital paintings and digital photography works can be easily disseminated and shared and using them for traditional cultural themes can attract more people to pay attention to traditional culture.

There are a large number of digital paintings, illustrations, and digital photography works on the theme of the 24 Solar Terms. The content of the pictures is mainly natural elements such as plants, animals, and mountains that express the characteristics of climate and phenology, and humanistic scene elements of solar term customs. They tend to be decorative, and the style shows the aesthetic tendency of harmony between man and nature (Liu, 2023). This article selects five representative cases for comparison. These five cases illustrate that in the category of digital images, the 24 Solar Terms can express and convey cultural connotations and aesthetic values from different angles. (Table 1)

Table 1 Comparison of digital paintings, illustrations and digital photography of the 24 Solar Terms

Comparison of works	"Solar Terms in Xinjiang" (Luo, 2023)	"Bilingual Hand- painted 24 solar terms" (Henan Daily, 2023)	Re-creation of the 24 Solar Terms in "The Picture of Farming and Weaving" (Yuan, 2023)	National Museum of Traditional Chinese Medicine 24 Solar Terms Poster (Zhang, 2023)	24 Solar Terms Poster (Chinese Government Website, 2024)
Thumbnail					
content	Folk patterns in Xinjiang and plants and animals of different solar terms	Solar terms customs and scenery in Henan	Elements and scenes corresponding to the solar terms in "The Picture of Farming and Weaving" (1696)	Chinese herbal medicines and land-scapes corresponding to the solar terms	Landscapes and still life corresponding to the solar terms
form	Digital Illustration	Digital Illustration	Digital Illustration	Digital Illustration	Digital Photography
vision style	Pop	Interesting, fresh and natural	Cute, childlike	Fresh and natural	Real and natural
application scenarios	Cultural promotion, brand image	Cultural promotion, social sharing	Book illustrations, art exhibition	Cultural promotion, social sharing, brand image	Cultural promotion, social sharing, brand image

2.2 Dynamic images, animation, and film and television works






Compared with static digital paintings and photography, dynamic images and images have an additional time dimension. Works presented in the form of videos often also contain music elements. The works are larger in size

and richer in content. The audience can receive visual and auditory information at the same time when watching, leaving a deeper impression of the works.

This article selects 5 works with obvious style characteristics for the case comparison: animation videos can be produced in a variety of styles. For example, the “Curiosity Knows the Seasons” (Sui, 2022) series of digital animation works and the representative of popular science animation “Chinese Solar Terms” (Henan Satellite TV, 2023) in the case, the former connects the cultural and tourism landmarks of Xicheng, Beijing with a strong visual style and scattered distribution, and also adds traditional fine brushwork characters and mythological stories, with a unique style; the latter creates a dreamy effect with excellent copywriting and 3D animation special effects, magnificent perspectives and changing lens movements, giving people a strong sense of substitution. As well as the representative works of the live-action documentary variety show “24 Solar Terms Life” (Zhejiang Satellite TV, 2020) and the representative animation work “Solar Terms Elf” (Shandong Solar Terms Family Animation Co., Ltd., 2023), the 24 Solar Terms culture is told in the form of film and television works, filled with rich stories and details, making the audience more intimate with traditional culture. More unique is that Wang Zhiwei (2024) designed a set of 24 Solar Terms dynamic patterns, which used hierarchical analysis and semiotics theory to extract relevant cultural factors and design elements such as phenology, farming, and folk customs, and used AI and image software such as Midjourney to perform secondary creation of patterns, particle production, and music adaptation, and finally created new dynamic patterns, exploring the new possibilities of digital art innovation for the 24 Solar Terms.

It can be seen that in the categories of dynamic images, animations, and film and television works, the 24 Solar Terms culture can be presented in a variety of forms and styles, and artists have a lot of room to play to create unique and novel works. (Table 2)

Table 2 Comparison of dynamic images of the 24 Solar Terms with animations and film and television works

Comparison of works	“Be curious and know the season” (Sui, 2023)	24 Solar Terms Dynamic patterns (Wang, 2024)	season elves (Shandong Solar Terms Family Animation Co., Ltd., 2023)	24 Solar Terms Life (Zhejiang Satellite TV, 2020)	Chinese Solar Terms (Henan TV, 2023)
Thumbnail					
content	Aesthetic presentation of phenological elements corresponding to solar terms	The dynamic effect of particle emission is made of plant-based phenological elements	Telling the story of the 24 Solar Terms culture	Cultural exploration based on the 24 solar terms	Popular science narration of solar terms culture
form	Animation Video	Dynamic Image	TV Animation	documentary variety show	Animation Video
vision style	Fine brushwork collage	Algorithmic Aesthetics	Fairy tales, animation	Real and natural	3D Animation
application scenarios	cultural promotion, art exhibition	cultural promotion, art exhibition	family entertainment, education	Family entertainment, education	family entertainment, education






2.3 Interactive design and games

Compared with the first two categories, in the interactive design and game category, interactivity becomes the core feature of this type of work. Interactive works can interact with the experiencer. When experiencing the work, it not only mobilizes the audience’s visual and auditory organs but also mobilizes the limbs, brain and other organs, so that the work brings the

audience a pleasant or novel experience in the process of interaction, allowing the audience to have a deeper understanding and cognition of the work.

This category of works includes HTML5, mobile apps, games, art installations, VR virtual reality, AR augmented reality, MR mixed reality and other forms. This article selects 5 works of different forms for comparison. It can be seen that the presentation method and effect of the 24 Solar Terms culture on different carriers, different forms correspond to different volumes, different technologies and tools, different experiences and gameplay, so there are different implementation paths in the early preparation stage of creation, the mid-term production stage, and then to the later dissemination and display stage. (Table 3)

Table 3 Comparison of 24 Solar Terms Interactive and Game Works

Comparison of works	"The 24 Solar Terms of Clothing and Food" (Zhang, 2022)	"Strolling along the Central Ax-is" (BLACKBOW× Beijing News, 2023)	Popular Science of the 24 Solar Terms (Bole Technology, 2023)	"24 Solar Terms" (FREE MEN FREE TIME, 2023)	Su Se Lifestyle Hall 24 Solar Terms Exhibition Hall (Suzhou Mu-seum, 2024)
Thumbnail					
content	Learn about the solar terms by matching characters with clothes and food corresponding to the solar terms	Explore the landmarks and cultural stories of Beijing's central axis from the perspective of solar terms digital IP	Place the virtual space of the 24 solar terms into the real space to experience the changing seasons	Gain knowledge and fun of solar terms in game levels	Digital color space created with solar terms dynamic videos and installations.

Comparison of works	"The24 Solar Terms of Clothing and Food" (Zhang, 2022)	"Strolling along the Central Ax-is" (BLACKBOW× Beijing News, 2023)	Popular Science of the 24 Solar Terms (Bole Technology, 2023)	"24 Solar Terms" (FREE MEN FREE TIME, 2023)	Su Se Lifestyle Hall 24 Solar Terms Exhibition Hall (Suzhou Mu-seum, 2024)
form	Interactive Html5	AR interactive works	MR interactive works	game	Art Space
vision style	Cartoon	Fun, natural	Realistic, 3D animation	Interesting, fresh and natural	Algorithmic Aesthetics
application scenarios	Cultural promotion, social shar-ing	cultural promotion, social sharing art exhibition, brand image	science popularization	gaming, education	art exhibition

In general, the number of digital art studies and creations of the 24 Solar Terms is on the rise, and the content is rich and diverse. The three types of digital art exhibit trends in temporal variation, evolving from static to dynamic, from singular to diverse, and from one-way communication to in-depth interactivity. Meanwhile, audience perception has shifted from mere visual appreciation to multi-sensory experiences and emotional resonance. Digital painting, illustration, and digital photography use static images to express natural and humanistic elements, tend to be decorative and embody the harmonious aesthetics of man and nature; dynamic images, animation, and film and television works add time dimensions and music elements, such as animated short videos, film and television animation works, and unique dynamic pattern designs, showing the various forms and styles of the 24 Solar Terms. The interactive design and game development category is focus on interactivity and has many forms. The effects of multi-dimensional fusion can bring richer experiences and immersion to the audience. It can be seen that different carriers have different presentation methods, effects, and implementation paths.

3. Exploring Chinese Traditional Digital Art Innovation Methods and Trends in Traditional Digital Innovation through the Case of the 24 Solar Terms

3.1 Multiple Theoretical Perspectives

Cultural interpretation is closely related to theoretical perspectives. Different theoretical perspectives provide diverse frameworks and methods for cultural interpretation, helping people understand cultural connotations, meanings and values from different dimensions and levels, and are conducive to discovering new phenomena and problems, and promoting cultural innovation and development. In the theoretical research on the 24 Solar Terms, scholar Zhang Bo (2021) found that the 24 solar terms can not only guide agricultural production, but also provide the possibility of getting close to nature and living poetically through the ecological aesthetics they contain; Wang Runzhuo (2020) emphasized the relationship between man and nature, integrating ecological concepts into all aspects of life, pursuing balanced aesthetics, making life orderly and beautiful, and inspiring contemporary life. In addition, the view of the correspondence between heaven and man in traditional Chinese medicine also attaches great importance to the relationship between man and the natural environment. The Yellow Emperor's Classic of Internal Medicine expounds the natural laws of health and the culture of the 24 Solar Terms. The 24 meridians of the human body correspond to the 24 Solar Terms, and the physiological and psychological activities of heaven and earth and man are closely related. The concept of correspondence between heaven and man is the embodiment of the holistic view of the universe in traditional Chinese medicine. It is a bridge between man and the universe, conforming to the unity of heaven and man, thus realizing the organic unity of man and the universe and the internal and external balance. (Huang, 2024)

In the practice of specific projects, images and videos present numerous scenes of natural landscapes, including different forms such as long shots and close-ups. Taking the melting of ice and snow, the sprouting of new shoots on plants, rain scenes and the sound of rain as examples, they can

respectively arouse the audience's perception of the warming weather, vitality and hope, and inner peace. Based on the unity of humans and nature, the creators of digital artworks of the 24 Solar Terms intentionally or unintentionally convey emotions through natural landscapes, thereby highlighting the ecological aesthetic concept of the harmonious coexistence of humans and nature, injecting profound cultural and aesthetic values into the works. This has implications and research significance for the dissemination and development of contemporary ecological culture and also provides typical examples and theoretical entry points for further exploring the relationship between humans and nature in the context of digital art.

3.2 Regional Differentiation Content

With the intensification of urbanization and lifestyle changes, the traditional lifestyle of the 24 Solar Terms has gradually disappeared, resulting in the loss of solar term culture and the lack of audience (Lai, 2017; Zhang, 2016). Regarding the existing problems, many scholars have put forward their views: Although the 24 Solar Terms are a culture shared by the whole country, due to China's vast territory and complex geographical environment, there are also some differences in different regions, forming a unique regional solar term culture (Liu, 2020). Taking the Yangtze River Basin as the boundary, there is a sharp contrast between the north and the south. The climate conditions are quite different, and the temperature differences are obvious, which results in completely different natural and humanistic scenes in the north and south regions during the same solar term. For example, at the Beginning of Winter, the temperature in most parts of the north drops sharply, with biting cold winds, frozen rivers and a vast expanse of white snow, fully demonstrating the scene of a harsh winter. In the south, however, the temperature is mild, the vegetation is lush, the rivers flow smoothly, and people wear light clothes, forming a sharp contrast to the severe cold in the north.

The close connection between the solar terms and regions deeply reflects the diversity of China's climate and natural environment. Therefore, in the process of protecting and inheriting the 24 Solar Terms, we can fully

combine the advantages of regional cultures, so that the solar term culture can better enrich local cultures and be more favored, inherited and innovated by local people. For example, Wu Yuhong (2021) took Zhubei Town, Qingyang, Anhui Province as an example to study the creative design scheme of the 24 Solar Terms culture, put forward the view of combining the local rural landscape with the 24 Solar Terms health culture, and suggested adding VR virtual technology in relevant science museums, increasing dynamic communication in urban public spaces, designing new media products such as APP, etc., so that cultural and creative development can help Zhubei Characteristic Town achieve brand image upgrade and promote the economic development of the town.

3.3 Diversified media

The diversified media of interactive digital art presents rich and diverse forms. Among them, VR and AR technology can create an immersive experience environment, allowing the audience to truly integrate into the context constructed by the artwork; multimedia equipment, including digital display screens, speakers, etc., can effectively present rich and diverse audio-visual content; the application of the Internet realizes the online dissemination of artworks, and the audience can participate in the interaction remotely, breaking through the limitations of time and space; sensors and interactive devices can accurately capture the audience's actions and reactions, thereby realizing real-time interaction; in addition, the combination of interactive digital art and traditional media such as painting and sculpture can further expand the boundaries of artistic expression.

However, the use of diversified media in interactive digital art also faces numerous challenges. Technically, VR and AR devices are costly and may cause dizziness, sensors are prone to interference, and multimedia devices have compatibility issues. All these factors limit the popularization of the technology and its application effects. In terms of audience accessibility, the poor network infrastructure in remote areas affects online dissemination, making it impossible for some audiences to interact remotely. Moreover, complex interactive technologies require audiences to possess certain digital literacy and operational

skills, which creates a participation barrier for the elderly and those with a low level of education, restricting the audience range and hindering its wide dissemination and in-depth development. Therefore, efforts should be made in aspects such as technology optimization and audience popularization education to break through these obstacles and promote the better development of interactive digital art with the help of diversified media.

Conclusion

Based on the above research results and discussions, the researchers came to the following conclusions:

1. The 24 Solar Terms have the following cultural characteristics: reflecting the natural rhythm and reflecting the ancient people's observation and understanding of nature; guiding agricultural production and providing a basis for agricultural activities; containing philosophical ideas such as yin-yang balance and the unity of man and nature; deriving rich folk culture and inheriting traditional culture; it is also a source of inspiration for poetry and art, leaving behind many works of high artistic value and enriching its cultural connotation.
2. The current status of the creation and research of digital artworks of the 24 Solar Terms is: that since 2016, the number of works and research has increased rapidly, and the content is diverse. There are mainly three types: digital painting and illustration, photography; dynamic images and film and television works; interactive design and game development. Different types of works have different presentation methods, effects and implementation technologies, which bring rich experiences to the audience.
3. The innovation methods of digital art of the 24 Solar Terms are: different theoretical perspectives provide diverse frameworks to help cultural interpretation and innovation; regional differentiation can combine local cultural advantages to inherit and innovate; diversified media such as VR, AR, multimedia, etc. present rich forms and expand the boundaries of artistic expression.

Discussion

The culture of the 24 Solar Terms encompasses multidimensional characteristics such as natural philosophy, agricultural practice, and folk art. Its digital art innovations have shown a triple evolution of “medium-narrative-interaction” from static painting to dynamic generative art, from singular cultural symbols to transmedia storytelling, and from one-way communication to immersive interactivity. In terms of audience perception, enhancing cultural identification through multisensory design is a trend (Wang, 2024).

Compared to previous research, this study expands in several ways. While prior studies focused on the historical and cultural value and traditional inheritance of the Twenty-Four Solar Terms, this research further explores the application of digital art innovation in cultural heritage protection, especially through VR and AR technologies, aligning with Chen Hua (2025).

From both theoretical and practical perspectives, this study provides specific strategies and suggestions for using digital art to protect and inherit cultural heritage by comparing the content, form, style, and application scenarios of different types of digital art works.

However, applying digital innovation to cultural heritage protection also faces many challenges and limitations. Technologically, VR and AR devices are expensive and have compatibility issues and limitations in user experience (Wei, 2025). In terms of audience accessibility, poor network infrastructure in remote areas restricts the dissemination of digital art works. Additionally, the complex technical requirements also set high demands for the digital literacy of creators and audiences, which to some extent limits the popularization and application of digital art works

suggestions

1. Technology Application: Actively integrate technologies such as VR, AR, and MR into the digital art creation of the 24 Solar Terms. For example,

precisely restore ancient scenes and utilize interactive projections to enhance users' sense of participation. Develop platforms that are compatible with multiple mobile devices. Through image compression and cache technologies, ensure their smooth operation and rapid loading, bringing users a convenient and immersive cultural experience of the solar terms, laying a solid technological foundation for the development of digital art and facilitating cultural dissemination.

2. Education: Invite experts in culture, history, education and other fields to conduct a comprehensive interpretation of the solar term culture and develop multi-level digital education resources to integrate into the works. Meanwhile, popularize digital literacy and cultural aesthetic education in both school and social education, deepen the public's recognition and understanding of the solar term culture, promote the coordinated development of digital art and education, and achieve cultural inheritance and innovation.

3. Community: Build a digital art community platform for the solar terms, which covers functions such as sharing, communication and activities, strengthen social interaction, and regularly hold online and offline activities to create an active atmosphere. Set up an incentive mechanism to reward active participants, encourage the public to jointly create, gather collective wisdom, enhance cultural influence, and promote the inheritance and development of community culture.

4. Inheritance: Digitally collect, classify and sort out the cultural materials related to the solar terms, construct a database and standardize copyright management. Vigorously advocate the creative concept that combines inheritance and innovation. With the help of academic seminars, creative forums and other activities, guide creators to use modern technologies to display the essence of traditional culture, stimulate new vitality of the solar term culture, and ensure its inheritance and innovation in the digital age.

5. Market Promotion: For the digital art of the 24 Solar Terms, it is necessary to segment the needs according to the differences among the audience and develop diverse derivatives such as cultural and creative products to broaden the profit channels. Comprehensively utilize marketing means such as social media, cultural exhibitions, and online advertisements to make the solar term culture thrive in the market and create cultural and economic values.

References

- Chen, W. (2021). Solar terms in the ancient world. **Chinese Science and Technology Education** (02), 76-77.
- Chen, H. (2025). Empowering the Dissemination of Fine Traditional Chinese Culture with Digital Technology. **China Cyberspace** (02), 81-82. doi:CNKI:SUN:WLCB.0.2025-02-020
- China Government Network. (2011). **Order of the President of the People's Republic of China No.42**. Retrieved from https://www.gov.cn/flfg/2011-02/25/content_1857449.htm.
- China Government Network. (2016). **The 24 Solar Terms were selected into the World Intangible Cultural Heritage List**. Retrieved from https://www.gov.cn/xinwen/2016-12/01/content_5140793.htm.
- China Intangible Cultural Heritage Network. (2016). **"24 Solar Terms" is officially included in the UNESCO Representative List of Intangible Cultural Heritage of Humanity**. Retrieved from <https://www.ihchina.cn/art/detail/id/8992.html>.
- Fan, W. (2020). **A Study on Japan's Twenty-Four Solar Terms and Its "Zaseki" Culture**. In Chinese Agricultural Museum (eds.), Proceedings of the International Academic Symposium on the Twenty-Four Solar Terms. (pp.418-430). China Agriculture Press.
- Huang, X. (2024). A brief analysis of the possibility of visual innovation in the 24 solar terms based on the concept of correspondence between heaven and man. **Popular Literature and Art** (09), 51-53. doi:10.20112/j.cnki.ISSN1007-5828.2024.09.017.
- Ji, Z. (2018). Looking at the living inheritance of the 24 Solar Terms from solar terms songs and proverbs. **Journal of Nanjing Normal University (Social Science Edition)** (02), 54-59.
- Jia, H. (2021). Strengthening connection rituals and guiding multiple combinations - Discussion of communication methods brought about by the Douyin topic "Singing the 24 Solar Terms". **Northern Media Research** (03), 54-59.

- Lai, G. (2018). **Romance of the 24 Solar Terms**. Guangxi: Guangxi Normal University Press
- Liu, M. (2023). A comparative study of illustrations and their cultural and creative products: A case study of the 24 Solar Terms. **Art Literature** (03), 108-110. doi: 10.16585/j.cnki.mswx.2023.03.021.
- Liu, J. (2020). **Research on thematic narrative product visual design based on the 24 Solar Terms and regional cultural symbols**. (eds.) Proceedings of the 24 Solar Terms. International Academic Symposium, 566-577.
- Local Chronicle of Nanchong City office (20213). **Nanchong City Local Chronicles**. Local Chronicle Press.
- Luo, Y. (2023). **Illustration design and creation research on “Solar Terms in Xinjiang” from the perspective of culturally nourishing Xinjiang**, Xinjiang: Xinjiang University of the Arts.
- Ministry of Culture and Tourism of the People’s Republic of China. (2021). **“The 14th Five-Year Plan for Cultural Industry Development”**. Retrieved from https://zwgk.mct.gov.cn/zfxxgkml/zcfg/zcjd/202106/t20210607_925031.html
- Sui, B. (2022). The historical context of the 24 Solar Terms. **Ancient and Modern Agriculture** (01), 1-9.
- Wang, R. (2020). **Research on the 24 Solar Terms from the Perspective of Ecological Aesthetics**. (eds.) Proceedings of the International Academic Symposium on the 24 Solar Terms, 389-401.
- Wang, Z., Long, J. & Wu, Q. (2024). Design research based on hierarchical analysis and cultural genes of dynamic patterns of the 24 Solar Terms. **Packaging Engineering** (12), 414-424. doi:10. 19554/j.cnki.1001-3563.2024.12.041.
- Wu, M. (2023). **“Alternative” regional expression of the beauty of solar terms**. China Press, Publication, Radio and Television, 007.

- Wu Y. (2021). Research on the design of cultural and creative products of the 24 Solar Terms under the background of rural revitalization - Taking Zhubei Town, Qingyang, Anhui as an example. **Journal of Wanxi University** (02), 107-112. doi: CNKI:SUN:WXXB.0.2021-02-022.
- Xinhua News Agency. (2017). **The General Office of the CPC Central Committee and the General Office of the State Council issued the “Opinions on Implementing the Project of Inheriting and Developing China ’s Excellent Traditional Culture”** https://www.gov.cn/zhengce/2017-01/25/content_5163472.htm
- Zhang, B. (2016). **The cultural implications of the 24 Solar Terms**. Guangming Daily, 02
- Zhang, B. (2021). **Researcher Zhang Bo talks about the contemporary value and protection and inheritance of the 24 Solar Terms culture**. Retrieved from https://www.cas.buu.edu.cn/art/2021/12/15/art_20708_660484.html
- Zhang, J., Qi, P. & Hu, Q. (2024). The Temporal View and Ecological Civilization Wisdom Contained in China's Twenty-Four Solar Terms. **Yuejiang Academic Journal** (01),163-170.doi:10.13878/j.cnki.yjxk.20231208.001.
- Zhang, Q. (2022). **Visual design application of the 24 Solar Terms**. Qingdao: Qingdao University.
- Zhang, W. (2020). **Research on innovative methods of inheritance and dissemination of the 24 Solar Terms - Taking the intangible cultural heritage research of community teenagers as an example**. (eds.) Proceedings of the International Academic Symposium on the 24 Solar Terms, 599-606.
-

CULTURAL AND CREATIVE SOUVENIR DESIGN BASED ON YUNNAN WAMAO ELEMENTS



Zhou Chuan¹, Thanasit Chantaree²

E-mail: cheryl.chuhanz@gmail.com, thacha1@kku.ac.th

¹ *Master of Design, Faculty of Architecture, Khon Kaen University.*

² *Asst. Prof. Dr., Division of Design, Faculty of Architecture, Khon Kaen University.*

Received: March 3, 2025 Revised: April 2, 2025 Accepted: April 20, 2025

Abstract

This article mainly focuses on Wamao, one of the characteristic cultural symbols in Yunnan Province, China. With its exaggerated shape and highly expressive artistic style, it is not only a carrier of the local environmental culture, but also embodies the unique thoughts and ideas of the local people. This research aims to investigate: 1) Study the history and structure development of Yunnan Wamao culture. 2) Study the visual characteristics of Wamao in seven regions of Yunnan, China. 3) Study design souvenir based on Yunnan Wamao elements. The research methods used in this research include: 1) Literature analysis method, to understand the history and culture of Wamao, Yunnan. 2) Comparative form analysis method, comparative analysis of shape features of Wamao in seven regions of Yunnan. 3) Design Practice Methods, extract and transform the Wamao image, and design tourist souvenirs that conform to modern aesthetics. With the development of Yunnan folk culture and art design in recent years, Wamao elements have gradually appeared on different design carriers. The research results show that the design of Wamao souvenirs needs to highlight symbolism, emotion and regionality. The design method can be summarized into three key elements: symbolic and simple expression, emotional communication, and combining with other ethnic minority cultural symbols. The final design case is a souvenir series design that combines Wamao image and Yunnan Ethnic Minority motifs from seven regions. The products include postcards, scarves, Chinese round fans and Wamao pattern puzzle souvenirs. Which demonstrate innovative design methods of symbolic modeling, emotional affinity and cultural integration to meet the diverse needs of modern consumers for cultural souvenirs.

Keywords: Traditional Culture, Yunnan Wamao, Souvenir Design, Cultural Elements

Introduction

Wamao is a unique architectural decoration culture in Yunnan, as well as a traditional art culture. Wamao originated from the religious and folk beliefs of local ethnic minorities. With its unique shape and symbolic connotation, it has become an important part of Yunnan local culture. Wamao is a traditional folk craft used to protect homes, ward off evil, and prevent disasters, typically placed on the rooftops of houses. Across different regions and ethnic groups in Yunnan, it has developed into a variety of distinct forms. Wamao originated as an architectural ornament in ancient times, serving as a talisman to ward off evil and protect against misfortune. It is not only an artistic decoration but also a cultural symbol (Li, 1993).

The preservation of intangible cultural heritage is fundamentally based on its development, as the evolution of society influences the transmission of traditional craftsmanship. Therefore, innovation becomes the optimal approach to safeguarding intangible cultural heritage (Ji, 2022). With the development of China's cultural and creative industries and the expansion of the cultural tourism market, Wamao elements are gradually being incorporated into local cultural and creative product designs, promoting Yunnan's ethnic culture through souvenir forms. Secondly, incorporating Wamao design elements into cultural and creative souvenirs through modern design methods can help sustain and pass on Wamao culture.

This study aims to deeply explore the cultural connotation and visual characteristics of Wamao elements, and explore the application methods of Wamao elements in souvenir design through the innovation of cultural and creative design methods. This study hopes to effectively inherit and innovatively apply Wamao, a unique cultural element of Yunnan, in modern society through creative design methods.

Research Objectives

1. Study the history and structure development of Yunnan Wamao culture.
2. Study the visual characteristics of Wamao in seven regions of Yunnan, China.
3. Study design souvenir based on Yunnan Wamao elements.

Research Methodology

This study adopts three research methods: literature analysis method, comparative form analysis method, secondary data analysis method to ensure a deep understanding of Yunnan Wamao culture, and combines it with design practice to modernize it and adapt it to the needs of the tourist souvenir market.

1. Literature analysis method: by collecting relevant books, papers and other literature materials, Investigate the history, culture and modeling characteristics of Wamao. Analyze and summarize the materials, craftsmanship, modeling and other aspects of traditional Wamao.

2. Comparative form analysis method: using the comparative study method of forms, expression characteristics, decorative elements, and body shape of the Wamao in seven regions of Yunnan was conducted.

3. Design practice method: In the design practice, the traditional Wamao shape is transformed into symbolic design. By extracting and transforming Yunnan Ethnic Minority motifs, tourist souvenirs that conform to modern aesthetics are designed.

Research Results

1. Results of a Study on the History and Development of Yunnan Wamao Culture

1.1 The History and Culture of Yunnan Wamao

Yunnan Wamao has a long history and is one of the important folk arts in southwest China, with rich local ethnic minority characteristics in Yunnan. Wamao is a tile decorative item placed in the middle of the roof of local residents in Yunnan, China. It is named after its appearance, which looks like a cat squatting on the roof. The most ferocious and representative parts of tiger and cat are selected for the shape of Wamao. The name, shape and craftsmanship of Wamao vary from region to region in Yunnan (Ma, 2012). Wamao are considered to be “mythological animals” that can look after homes and homes, ward off evil spirits and bring good fortune. Therefore, people in Yunnan expect to achieve the purpose of warding off evil spirits, praying for good fortune and attracting wealth through the worship of Wamao. Beyond its traditional role of devouring evil spirits, the Wamao has evolved over time as people continuously endowed it with additional powers and functions to meet their needs. In addition to its original purpose of protecting homes, it was also attributed with the ability to attract wealth and prosperity, ultimately transforming it into an all-powerful mythical guardian (Qian, 2012).

The earliest Wamao culture in Yunnan can be traced back to the Qin and Han Dynasties 2,000 years ago. The people of Kunming would carve Wamao on their doors. By the Sui and Tang dynasties Wamao were placed on the roof ridge, traditional Wamao is mostly carved with clay sculpture. The custom of placing them is mainly combined with traditional architecture or feng shui. Most of them are located on the roof and ridge of traditional folk buildings, and are usually placed in the center of the ridge. The origin of Wamao has a deep relationship with architectural components, folk customs, and religion. In short, it can be concluded that the Wamao is an external manifestation of the collective cultural consciousness of the local people to pray for auspiciousness and a happy life (Gong, 2018).

1.2 The Production Process of Yunnan Wamao

Due to the differences in regions and production techniques, the materials used to make Wamao are also different. There are many types of

Wamao, and their shapes are different. Most Wamao are made of clay, and a few areas use stone carving. The ceramic Wamao is more delicately made, with more vivid and concrete shapes, richer details on the facial features and limbs, and various shapes and styles. This is also the Wamao production method that is still used today.

The ceramic Wamao is hand-shaped by Artisans with minimal tools. Although the shaping techniques of the artisans may be different, whether it is the earliest bricklayers or the later Wamao artists, there is a “tiger-shaped” outline in the production shapes of various styles of Wamao. The following are the process steps of making Yunnan Wamao that the author has learned:



Figure 1 The author’s process of making Wamao

Source: Author

1.3 The Structure and Evolution Process of Yunnan Wamao

The new generation of Wamao in Yunnan is a product of the new era. The inheritors of Wamao craftsmanship created it in response to the needs of the times under the combined influence of various subjective and objective conditions (Ji, 2022). Therefore, it is significantly different from the traditional Wamao, and has undergone major changes in function and shape, showing the following main characteristics.

Table 1 Wamao development changes in the context of the times

Wamao structure development changes	Last century Wamao	Existing Wamao
Changes of modeling	The overall shape is rough and fierce, with simple lines outlining the exaggerated mouth and eyes.	The pursuit of local characteristics, exaggerated and diverse modeling.
Wamao structure development changes		
Changes of structure	Bottom tube tile structure, convenient to stand on the roof, the body is half crouching or sitting.	The bottom becomes a square plate or removed, convenient for visitors to place, with the same long limbs and upright body.
Changes of volume	Standardized, depending on the size of the kiln. Volume is usually larger.	Smaller Wamao, easier for visitors to carry.
Changes of decorative	The decoration is made by simple tools such as knives and penholders, such as scratching and carving.	Incorporate contemporary pottery techniques, patterns are carved on the surface of the Wamao, making both the shape and decoration more diverse and modern.

Source: Author

The main function of traditional Wamao lies in religious and folk beliefs, representing functions such as exorcism and blessing, so the shape is relatively simple, emphasizing majesty and practicality. However, with the changes in modern architectural forms, high-rise buildings have replaced traditional bungalows, so Wamao has gradually weakened its functional positioning as a building component and faded out of people's daily lives. In recent years, the rise of cultural and creative industries in the tourist souvenir


market has provided new opportunities for the modern application of traditional culture. Therefore, the emerging Wamao pays more attention to ornamental and decorative aspects, becoming a creative product with cultural symbolic significance. As souvenirs or decorative ornaments, it dilutes the functionality of Wamao's traditional beliefs but enhances its appeal to modern tourists and consumers.






2. Aim to Study the Visual Characteristics of Wamao in Seven Regions of Yunnan, China


2.1 The Shape Features of Wamao in Seven Regions of Yunnan

There is a custom of placing Wamao in many areas of Yunnan, such as Kunming and Chenggong, Heqing, Jianchuan, Fengyi, Chuxiong, Yuxi, etc. The types of Wamao in different regions have different characteristics in appearance. Yunnan is a multi-ethnic region, and each ethnic group has different folk customs. Therefore, each ethnic group has different demands for the functions of Wamao, resulting in the various forms of Wamao in reality. However, the spiritual need of Yunnan people to exorcise evil spirits in Wamao has made the exaggerated and ferocious facial features of Wamao a common feature of Wamao in all regions. However, due to the differences in regions, craftsmen in different regions have different creative characteristics for Wamao.

Table 2 Characteristics of Wamao in different regions

Area	Structure	Material and Shape Feature
Kunming Wamao		Material: Yellow pottery clay, glaze. Wamao from the Kunming region is made from locally sourced yellow clay and is usually glazed. The head is a spherical pottery jar, and the body is made of a cylindrical pottery jar.

Area	Structure	Material and Shape Feature
Chenggong Wamao		<p>Material: Yellow pottery clay, un-glazed.</p> <p>The Chenggong Wamao is made by throwing and is usually not glazed, and there is usually a diamond-shaped Bagua diagram on the chest. Wamao consists of two pottery jars, the smaller is the head and the larger is the body. The mouth is slightly open, revealing four teeth.</p>
Heqing Wamao		<p>Material: Pottery Clay, unglazed.</p> <p>The Heqing Wamao is made of clay and not glazed. After firing, it is gray or black color. The biggest feature of the Wamao in Heqing is that the head is big and the body is small. The mouth is so big that it occupies 2/3 of the head, with 4 teeth, and the two ears stand upright above the eyes.</p>
Jianchuan Wamao		<p>Material: Black pottery, unglazed.</p> <p>Black pottery has the characteristics of fine texture and strong plasticity, and the embryo body is not glazed and colored. Jianchuan Wamao is handcrafted using local black pottery materials. There are six whiskers on either side of the cheeks, pointed teeth and ears, pointed horns on the top of the head.</p>
Fengyi Wamao		<p>Material: Pottery Clay, glaze.</p> <p>The Fengyi places emphasis on stylistic decoration. Compared to Wamao from other regions, each part of the Fengyi Wamao features more intricate and detailed designs. The overall style of wamao is more refined, belonging to the new generation of wamao in Yunnan.</p>
Chuxiong Wamao		<p>Material: Pottery Clay, unglazed.</p> <p>In terms of craftsmanship, employ the most primitive techniques. The first impression is simple and honest. The overall style of wamao is cuter, the Chuxiong wamao is solid and leans towards a more realistic depiction. Body the limbs are erect or lying, and the overall shape is like a domestic cat.</p>

Area	Structure	Material and Shape Feature
Yuxi Wamao		<p>Material: Pottery Clay, glaze. Using the outlining technique of Yuxi blue and white porcelain, various patterns are carved on the surface of the Wamao, which is then coated with a transparent glaze, making both the shape and decoration more diverse and modern. The Wamao from the Yuxi region is a new generation of Wamao, resulting from the fusion of designs from various regions.</p>

Source: Author

The rise of tourism has impacted Yunnan's ethnic crafts with exotic cultures and introduced diversified aesthetic concepts. These changes are also reflected in the changes in Wamao's shape. Judging from the historical development of Yunnan, the purpose of its aesthetic taste and artistic expression is to narrate the realization process of a certain activity that people are experiencing. These are the distinctive characteristics of art and culture in primitive society (Wang, 1999).

2.2 Analysis of Elemental Characteristics of Wamao

Wamao's symbolic and iconic design language is evident in its appearance, shape, color and decoration, and is identified and communicated through the following aspects:

1) Exaggerated shape and unique facial expressions

Wamao usually has a big mouth, protruding eyes and a wide head. These exaggerated designs make its image have a strong visual impact. The wide mouth is regarded as a symbol of warding off evil, while the protruding eyes convey the meaning of alertness and protection. This exaggeration not only improves the recognition of Wamao, but also makes it carry a strong symbolic meaning.

2) Symbolic modeling elements

Wamao's production takes the image of a tiger, combines the concept of "dispersed composition" with elements of domestic cats and

exaggerated modeling techniques (Dong, & Tian, 2015). Every detail of Wamao has been symbolized, such as pointed ears, round eyes, sharp teeth, etc., which symbolize protection and exorcism. This symbolic expression enriches the visual language of Wamao. The structure of Wamao is simplified but representative. The symbolic features make its image easy to remember and recognize, while giving it cultural symbolism, further strengthening the function of Wamao as exorcism and protection.

3) Cultural Communication of Totems and Folk Symbols

As a symbol of protection from evil, Wamao has a totemic character and is sacred. Totem worship exists in the ethnic minority areas of Yunnan, so the dots, lines, and surface decorations on Wamao also reflect the local religious culture and folk art. These geometric shapes also express religious beliefs and regional culture. For example, the Wamao have patterns of circles and arcs on their bodies. The circle represents the sun and the arc represents the moon. These are all manifestations of nature worship.

3. Design Practice of Cultural and Creative Souvenirs with Wamao Elements

3.1 Design Guidelines

When designing souvenirs of Wamao culture, it is necessary to preserve the cultural connotation of Wamao while giving it a modern feel and diversity to meet the needs of the contemporary market.

1) Extract the core visual elements and symbols of Wamao

From the perspective of semiotics, the core elements of Wamao are extracted, such as facial features, postures, and traditional patterns. These elements are the basis for the visual recognition of Wamao and are also important symbols that carry its cultural connotations. The method of morphological design is used to make the product shape symbolic (Hong, 2019). The symbols are simplified and abstracted based on the extraction of core elements, transforming the traditional image of Wamao into simple symbols to adapt them to modern design.

2) Innovative use of traditional colors

While retaining Wamao's traditional colors, we added brighter and softer color options to the product line to increase visual appeal and make the products more in line with the aesthetics of young consumers.

3) Add more emotional expressions

By adjusting the shape and expression in the design, Wamao is made more friendly or mysterious. By adding a smile and a gentle gesture, the emotional distance between Wamao and consumers is shortened, making it a more acceptable cultural souvenir.

4) Combined with other ethnic minority elements in Yunnan

In the design of Wamao souvenirs, cultural elements of other ethnic groups in Yunnan are incorporated, such as the floral patterns of the Bai nationality and the geometric figures of the Yi nationality. Through cross-cultural integration, the regionality of the souvenirs is increased to attract more tourists' interest.

3.2 Design Sketch

1) Traditional Wamao element extraction and analysis

Head shape: The head of a Wamao is usually larger than the body, and may have unique patterns or unicorn horns on the top of the head, with upright ears and exaggerated beard.

Facial features: Wamao's facial expressions are often exaggerated, especially with a large mouth and sharp teeth, and protruding eyes. The eyes can be round, oval, linear, or decorated around the eyes. The craftsmen focused on the eyes and mouth of Wamao because this can show its divine appearance. The open mouth is seen as a symbol of warding off evil, while the protruding eyes convey the meaning of vigilance and protection.



Figure 2 Wamao's visual elements

Source: Author

2) Wamao element symbol reorganization

In the design, Wamao elements are simplified and symbolized, and complex patterns are transformed into simple lines or geometric shapes to adapt to the minimalist style of modern design. In the traditional Wamao image, the prominent big mouth, round eyes and slightly majestic expression are the most recognizable elements, symbolizing the traditional cultural significance of protection and exorcism. When designing, these elements are abstracted into geometric shapes, such as the arc of the big mouth and the dots of the eyes, and simplified into easily recognizable symbolic forms. In the symbolization process, some Wamao elements can be selectively highlighted as the visual focus of the design. For example, the “big mouth” of Wamao can be highlighted to express the meaning of protection.

The traditional Wamao has a more majestic image, while the modern design tends to convey a more friendly and friendly emotion. Therefore, the Wamao's expression can be softened, such as making the eyes rounder and the corners of the mouth smiling, thus presenting a protective and warm image. This symbolized Wamao image is more likely to impress modern consumers and enhance the emotional appeal of the image. By symbolizing and extracting Wamao's elements for pattern evolution, the final Wamao image sketch is as follows:

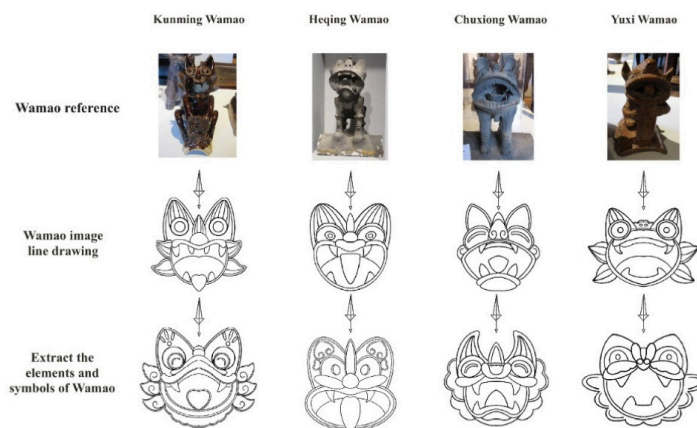


Figure 3 The extraction and evolution of Wamao's image elements-1

Source: Author

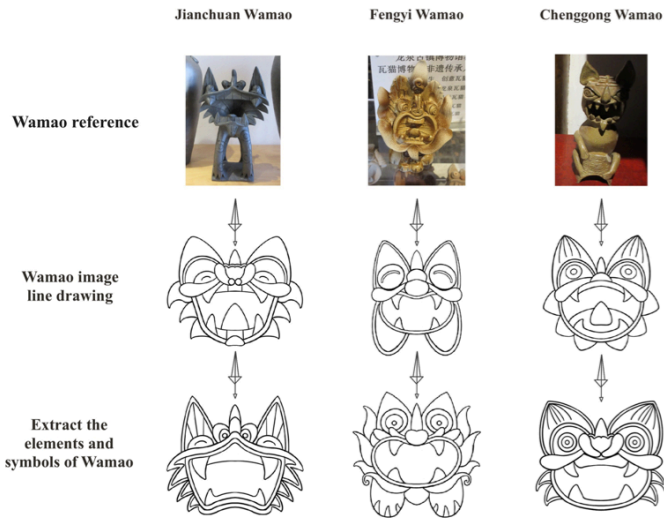


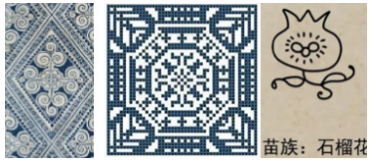

Figure 4 The extraction and evolution of Wamao's image elements-2






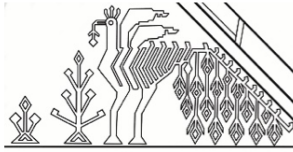






Source: Author

3) Combined with Yunnan Ethnic Minority motifs elements

On the basis of the symbolization of the Wamao image, motif elements of other ethnic minorities are added, and evolved and reorganized the motifs. The final image is not only a guardian symbol of the Wamao, but also a symbol of the diverse ethnic cultures of Yunnan. This fusion can be reflected in the facial, body patterns or surrounding patterns of the Wamao, giving it a richer cultural ductility. Below is the extraction and reconstruction of local ethnic minority patterns selected by Wamao in seven regions of Yunnan:

Table 3 The extraction and reconstruction of Yunnan ethnic minority motifs

Area	Yunnan Ethnic Minority Motif	Extract and Refactor
Kunming		

Area	Yunnan Ethnic Minority Motif	Extract and Refactor
Heqing		
Chuxiong		
Yuxi	 <p>傣族：孔雀纹 傣族：孔雀纹</p>	
Jianchuan		
Fengyi		
Chenggong		

Source: Author

3.3 Wamao Image and Motifs Design Showcase

The symbolized Wamao image is used in multiple image designs to form a series of designs. By designing Wamao images with different shapes and expressions, a rich combination series is formed, allowing consumers to combine and collect in a variety of ways, while strengthening the recognition of Wamao elements. The author combined the basic shape of Wamao with the traditional patterns of ethnic minorities in Yunnan. In terms of color, the bright colors of the embroidery of Yunnan ethnic minority costumes were used, so

that the product not only retains the traditional auspicious meaning, but also increases the visual appeal.

By refining the geometric characteristics and color system of ethnic minority motifs and organically combining them with the Wamao image, the beauty of the integration of Wamao culture and ethnic minority culture is conveyed. When combining ethnic minority motifs, simplified, deformed and abstract design techniques are used to make traditional totems and patterns more in line with modern design language, while maintaining the recognition and artistic appeal of their cultural symbols. The final design prototype combining the Wamao image with Yunnan ethnic minority motifs is as follows:

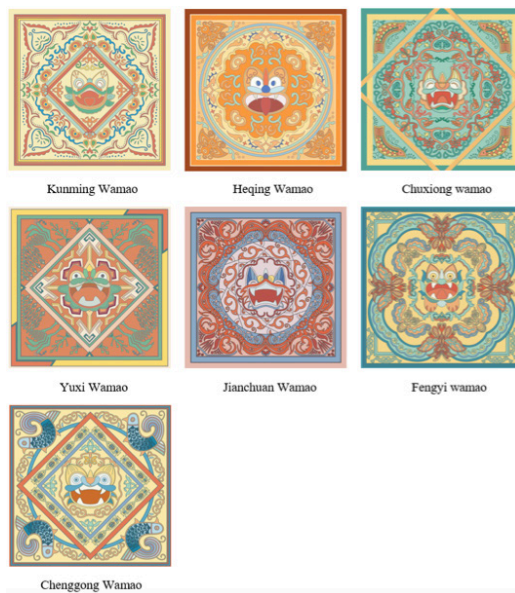


Figure 5 Wamao Image and Motifs Design

Source: Author

3.4 Wamao Souvenir Design Showcase

In the design of Wamao souvenirs, in order to further enrich the cultural connotation and visual language of the products, the Wamao image designs of seven regions in Yunnan are combined with the most representative local ethnic totems and embroidery patterns, and modern patterns that conform

to the seven Wamao image styles are designed. This design method not only inherits the traditional artistic composition of Wamao, but also injects the essence of Yunnan's multi-ethnic culture, strengthening the regionality and cultural characteristics of Wamao souvenirs. The prototype of the cultural and creative souvenir design based on Wamao elements is as follows:

(1) Wamao postcard designs for seven regions

Design concept: With the artistic Wamao image as the theme, characteristic elements are selected according to the different regions where Wamao are located. For example, the background is the traditional pattern or motifs of the most representative ethnic minority in Yunnan, combined with the Wamao image to design the motifs.

Target group: Tourists who like to collect or send postcards.

Design features: Focus on showing the connection between Wamao culture and the unique ethnic minority culture of Yunnan, and enhance cultural communication.



Figure 6 Wamao postcard designs for seven regions

Source: Author



Figure 7 Wamao postcard designs for seven regions (the back)

Source: Author



Figure 8 Wamao postcard designs for seven regions (two-sided)

Source: Author

(2) Wamao scarves designs

Design concept: Beautifully designed scarves that combine the Wamao image with the motifs of Yunnan ethnic minority embroidery.

Target group: mid-to high-end consumers who pursue fashion and cultural connotations.

Design features: Use bright ethnic colors and complex embroidery motifs as additional elements to enhance the decorativeness and cultural value of the silk neckband.

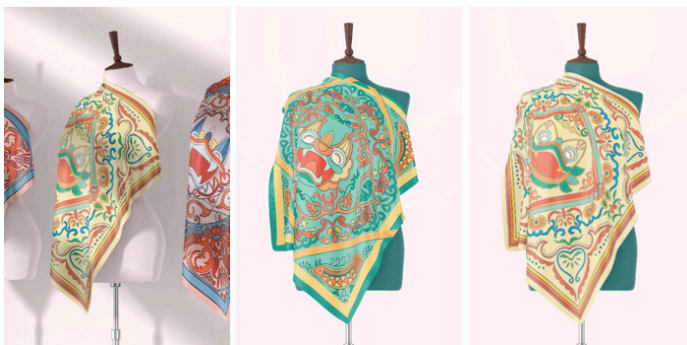


Figure 9 Wamao scarves designs

Source: Author

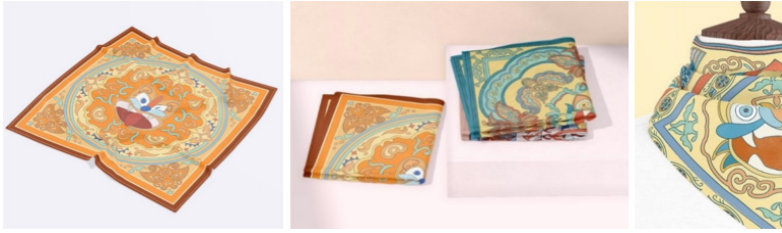


Figure 10 Wamao scarves designs

Source: Author

(3) Chinese round fan designs

Design concept: Round or fan-shaped round fans, with Wamao decorative patterns as the theme of the fan design.

Target group: tourists who prefer cultural souvenirs, especially female consumers.

Design features: using traditional ethnic color matching and modern design language, with hand-woven bamboo fan handles, emphasizing local handicraft characteristics. Cultural transmission: Each round fan comes with a brief description of Wamao culture, which helps tourists understand the cultural background and symbolic meaning of Wamao.

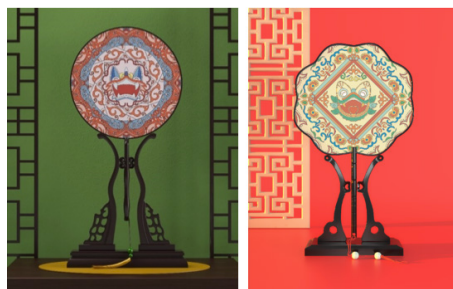


Figure 11 Wamao Chinese round fan designs

Source: Author

(4) Pattern puzzle designs

Design concept: The color matching and patterns of Yunnan ethnic minority embroidery are combined with the Wamao image, allowing

consumers to understand the Wamao culture and local artistic characteristics during the puzzle process.

Target group: Suitable for family tourists, children and cultural enthusiasts.

Design features: The puzzle souvenir has interactive value, enhances fun, and spreads the story behind the Wamao culture.



Figure 12 Wamao Pattern puzzle designs

Source: Author

Conclusions

This study aims to explore the application and innovation of Wamao elements in the design of cultural and creative souvenirs in Yunnan, focusing on the historical culture, modeling development and modeling characteristics of different regions of Wamao, and conducting symbolic analysis based on Wamao modeling elements and applying them in the design of modern cultural and creative souvenirs. Through systematic modeling research and design practice, this study draws the following main conclusions:

1) Through the study of the history and modeling development of Wamao, a foundation is laid for the comparative analysis of Wamao morphology in different regions, and it is convenient for the subsequent symbolic transformation of Wamao's visual characteristic elements.

2) The symbolic design method successfully enhances the recognition

of the Wamao pattern, allowing it to retain its traditional cultural symbolic meaning in a simple form. Through emotional design, Wamao has gained a friendly and friendly character while maintaining the traditional “guardian” meaning. This transformation meets the needs of modern consumers for emotional connection and enhances the emotional value of souvenirs.

3) Incorporating cultural symbols of other ethnic minorities into Wamao elements enriches the cultural level of the design, making Wamao souvenirs not only represent a single symbol, but also a symbol of the integration of multiple cultures. This integration strategy helps to deepen the cultural connotation of the product and attract consumers with different cultural backgrounds.

In summary, the innovative design methods of symbolic design, emotional expression and integration of cross-ethnic elements enable Wamao symbols to maintain their traditional meaning while being more in line with the aesthetic trends and emotional needs of the modern consumer market, providing an effective practical path for the promotion of Wamao souvenirs in the field of cultural creativity.

Discussion

The new method of combining symbolization and emotionalization in this paper provides an innovative design framework for the modern application of Wamao cultural elements, which has high applicability. In addition, the study explores the feasibility of cross-cultural integration. On the basis of Wamao symbolization, more elements of Yunnan ethnic minorities are integrated to study the visual coordination between different ethnic cultural symbols, providing more references for the diversified design of souvenirs.

This study explores the effectiveness of symbolic, emotional expression and cultural integration in the design of Wamao souvenirs. The proposed design method has practical application value in solving the problem of modern expression of Wamao traditional culture. This study provides a feasible design idea for the inheritance and promotion of Wamao culture.

Reference

- Dong, J.H., & Tian, J. (2015). The auspiciousness on the rooftop: Research on the art of Heqing Wamao. **Journal of Jishou University Social Sciences**, 36(S2), 91-94.
- Gong, Z.C. (2018). Innovative Reflections on Tourism Souvenirs Shaped by Yunnan Wamao. **Youth Era**, (5), 39-42.
- Hong, X. (2019). **Cultural and Creative Product Design Based on the Shape of Heqing Wamao**. Master thesis in Product Design, Kunming University of Science and Technology.
- Ji, C.Y. (2022). **Yunnan's New Generation Wamao Artistic Features and Contemporary Value - Taking Wang Ziqiang's "Blue-and-White Wamao" as an Example**. Master thesis in Art Theory, School of National Art Studies, Yunnan Arts University.
- Li, W.Q. (1993). Folk art of various ethnic groups in Yunnan and its characteristics. **National Art Research**, (02), 51-58.
- Ma, J. (2012). Continuity and Innovation-The Changes of Wamao Craft in Beibanbong Village. **Southwest Border Ethnic Studies**, (10), 143-144.
- Qian, F. (2012). **Research on the Art of Modeling Yunnan Wamao**. Master thesis in Arts in Design, Kunming University of Science and Technology.
- Wang, J. (1999). **The Development of Primitive Aesthetic Culture**. Kunming: Yunnan Education Press.
-

