

Oriental Empire

ฉัตรพงศ์ ตันติมณีวัฒน์ (kulachatakul@gmail.com)

Chief Marketing Officer บริษัท มาร์เก็ตติ้งได้อ็อกไซด์ จำกัด

จากการได้ชมภาพยนตร์ฮอลลีวูดบ่อยครั้ง จึงตั้งข้อสังเกตว่าทำไมแนวโน้มของการแต่งกายก็ดี ดีกรามบ้านช่อง ฉากต่างๆก็ดี ล้วนแล้วแต่มีกลิ่นอายของชาวตะวันออกมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นกระแสนของเครื่องแต่งกายชาวจีน ญี่ปุ่น หรือแม้แต่สามล้อตุ๊กๆ ไทยยังได้รางวัลเครื่องแต่งกายประจำชาติในเวทีมิสเวิลด์ 2016 ภาพยนตร์ที่ขายความเป็นตะวันออก โดยสื่อผ่านวัฒนธรรมการแต่งกาย ได้แก่ Starwar , Matrix หรือ Aeon Flux ที่ชุดนักแสดงเป็นเสื้อผ้าร่มรุ่ม คล้ายๆ กระโปรง(ผู้อ่านลองนึกภาพตาม) หรือบางเรื่องสื่อผ่านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เป็นไป เช่น ฉากการเล่นพนันและบ้านเรือนชาวจีนในภาพยนตร์เรื่อง James Bond 007 ตอน Sky Fall หรือ Total Recall ซึ่งอิทธิพลการชมภาพยนตร์ มันทำให้สามารถคาดเดากระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกได้เหมือนมี “นอสตราดามุส” ในโลกฮอลลีวูดมาทำนายซึ่งก็คือ Steven Spielberg นั่นเอง

ปัจจุบันเกิดภาวะจักรวรรดิโลกตะวันออก (Oriental Empire) มากขึ้น อิทธิพลของโลกตะวันออกได้เข้าครอบคลุม ทั้งแนวความคิด การออกแบบ การใช้ชีวิตและจิตวิญญาณ โดยดูจากแฟชั่นการแต่งกายที่ปรากฏในภาพยนตร์ต่างประเทศ ซึ่งเป็นแนวความคิดที่ Designer ทั่วโลกโดยเฉพาะฝั่งตะวันตก ในแถบอเมริกาและยุโรป ที่ไม่รู้จะสรรหาอะไรมาออกแบบแล้ว ต่างก็เดินทางข้ามวัฒนธรรม มาเอาศิลปะตะวันออกไปบรรจงขีดเขียนออกแบบตกแต่งในแฟชั่นเครื่องแต่งกายซึ่งมักได้รับอิทธิพลโดยตรงจากสื่อภาพยนตร์ ตลอดจนการใช้สีสันทันที่แปลกแหวกแนว ฉีกความเป็นตะวันตกทิ้งไป และยิ่งไปกว่านั้นการอิมพอร์ตเอาดีไซน์เนอร์คนตะวันออกไปโลดแล่นอยู่บนแคทวอล์กที่หน้าตาเป็นเอเชียกันอย่างดาษดื่นทำให้เกิดการผสมผสานของวัฒนธรรมของตะวันออกสู่ตะวันตก (East meet West)

ด้วยแนวคิดการออกแบบแบบโลกตะวันออกที่เรียบหรูแต่ดูมีคุณค่ามาก ตามแนวคิดของลัทธิกายเซน (Zen Design) เช่น การออกแบบของนวัตกรรมระดับโลก สตีฟ จ๊อบส์ก็เป็นแนวคิดแบบ Zen เช่นกัน ออกแบบให้ใช้งานที่ง่ายที่สุดแต่เต็มเปี่ยมไปด้วยประสิทธิภาพ อย่างเช่น Ipad , iTunes , Iphone และ Ipad ตลอดจนแนวคิดการออกแบบที่ประหยัดพื้นที่แต่ใช้ประโยชน์ได้สูงสุดตามแบบอย่างคนญี่ปุ่น โดยออกแบบเครื่องใช้ไม่สอยให้มีลักษณะเก็บพับได้เพื่อการประหยัดพื้นที่ เช่น บ้านรถ บ้านระบบน็อคดาว์น หรือ ของใช้ที่ออกแบบให้พับเก็บได้เมื่อใช้งานเสร็จแล้ว

ส่วนในด้านกระแสอาหารสุขภาพ อาจเป็นแนวคิดที่ไม่แปลกมากนักเพราะอาหารของคนเอเชียนั้นหาทานได้ง่ายทั่วโลก ประกอบกับพ่อครัวเอเชียก็พาเหรดกันไปทำมาหากินกันในแถบตะวันตกนานแล้ว จากนั้นวัตถุดิบก็เริ่มเอ็กซ์พอร์ตตามไป แต่กระแสปัจจุบันที่นิยมมากในหมู่ชาวตะวันตกและแม้แต่ชาวเอเชียที่แสวงหากันก็คือ การกินคลีน (Clean Food) หรือการกินอาหารที่ตัดแปลงน้อย คงความเป็นธรรมชาติได้มากที่สุด นับว่ากระแสอาหารเพื่อสุขภาพเป็นสิ่งที่ทำเงินอย่างมากในชั่วโม่งนี้ เพราะชาวตะวันตกมีภาวะเสี่ยงกับการกินอาหารขยะ (Junk Food) จึงจำเป็นต้องแสวงหา โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นอาหารไทยแล้ว ชาวตะวันตกเชื่อมั่นเป็นอย่างยิ่งเนื่องจากไทยเป็นครัวของโลก เพราะฉะนั้นธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพจึงกระแสไม่ตกต่ำเลย หน้าซ้ำจะเพิ่มมูลค่ามากขึ้นด้วย สังเกตได้จากที่เรามีโรงเรียนสอนการทำอาหารเกิดขึ้นอย่างมากมายในช่วงเวลาที่ผ่านมา กระแสการกิน ต้มเพื่อสุขภาพนอกจากจะเกิดขึ้นในโลกตะวันออกแล้ว ปัจจุบันกระแสดังกล่าวยังได้ก่อให้เกิดการพัฒนาธุรกิจต่อยอดไปอีกมาก เพราะอิทธิพลของชาวจีนและญี่ปุ่นที่อายุยืนเป็นผลมาจากวัฒนธรรมการกิน ต้ม เช่น การบริโภคชาเขียวเป็นประจำ ทำให้การต้มชาเป็นวิถีที่กำลังจะกลับมานิยมกันในเวลาที่ทุกคนห่วงใยสุขภาพเช่นนี้

คุณธรรมและกระแสการตื่นตัวเรื่องการทำสมาธิในโลกตะวันออกกำลังเป็นที่โด่งดังมากในโลกตะวันตก ผู้บริหารที่ประสบความสำเร็จสูงสุดบางคนในตลาดหุ้นวอลล์สตรีท ซึ่งครอบครองทรัพย์สินระดับพันล้านดอลลาร์สหรัฐ เริ่มต้นวันใหม่

ด้วยการนั่งสมาธิทุกวัน สมาธิทำให้เกิดการผ่อนคลาย อันเป็นการปฏิบัติเพื่อให้เกิดความสงบ สุขภาพดี และสามารถต่อสู้กับ
เหตุการณ์ต่างๆ ที่เข้ามากระทบในชีวิตได้ จึงก่อเกิดกิจการในเอเชียที่เกี่ยวกับสมาธิ วิปัสสนาและการเผยแพร่เรื่องบาป
บุญคุณโทษทำให้คนต่างชาติที่ไม่เคยเข้าใจในเรื่องทำนองนี้ สามารถเข้าใจและนำไปปฏิบัติได้ จึงนับว่าเป็นเรื่องใหม่ที่ว่า
ทุกธุรกิจสามารถนำ เรื่องราวของสมาธิ วิปัสสนา กรรมฐาน ไปปรับใช้ในธุรกิจและเผยแพร่ออกไปในทางที่ถูกต้อง ก็จะนำมา
ซึ่งความเจริญรุ่งเรืองสู่กิจการได้ในที่สุด
