บทความวิจัย

เรื่อง วิถีชา : ความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป (ค.ศ. 1990-ปัจจุบัน)

โดย

นางสาวสิรินดา หล้าปาวงศ์

รหัสนักศึกษา 05590722

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

หัวข้อวิจัย วิถีชา : ความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป (ค.ศ. 1990-ปัจจุบัน)

ชื่อนักศึกษา นางสาวสิรินดา หล้าปาวงศ์

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพร ภู่พงศ์พันธุ์

สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง “วิถีชา : ความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป (ค.ศ. 1990-ปัจจุบัน)” มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรกเพื่อศึกษาภูมิหลังและที่มาของวิถีชา หรือการบริโภคชาของชาวญี่ปุ่น และ ประการที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชาจากศิลปะวัฒนธรรมดั้งเดิมสู่การบริโภคในระดับมวลชน ในช่วง ค.ศ 1990 - ปัจจุบัน

ผลการศึกษาพบว่า ในช่วงศตวรรษที่ 8 ชาได้เริ่มเดินทางสู่ประเทศญี่ปุ่นด้วยการรับเอาวัฒนธรรมชามาจากประเทศจีน หลังจากนั้นได้ผสมกลมกลืนเข้ากับแนวคิด รูปแบบการดำเนินชีวิตของคนญี่ปุ่นจนทำให้ ชา หรือพิธีชงชา กลายเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาติญี่ปุ่นในปัจจุบัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของวิถีชา ในช่วง ค.ศ. 1990-ปัจจุบัน มี 3 ประการ คือ ประการที่ 1 สภาพอากาศในแต่ละฤดูกาล เนื่องจากอากาศเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถกำหนดวิถีชีวิตและพฤติกรรมการอุปโภคบริโภคของผู้คน ประการที่ 2 ความตระหนักในเรื่องสุขภาพและพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค เดิมชาเป็นที่รู้จักในฐานะยาและสมุนไพรเพื่อบำรุงสุขภาพ ความเชื่อดังกล่าวยังคงส่งผลมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จึงทำให้ผู้บริโภคในกลุ่มผู้รักสุขภาพหันมาบริโภคชาแทนเครื่องดื่มจำพวกน้ำอัดลมหรือกาแฟ ประการที่ 3 ความสะดวกในการบริโภค เดิมชาเป็นวัตถุดิบหลักในการประกอบพิธีชงชาซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่สำคัญของชาวญี่ปุ่นซึ่งพิธีดังกล่าวมีขั้นตอนซับซ้อนและใช้ความประณีตอย่างสูง ต่อมาเมื่อชาเข้าถึงผู้คนมากขึ้นในฐานะเครื่องดื่ม จึงมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เผื่อตอบให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกมากขึ้น ซึ่งปัจจัยทั้งหมดที่ได้กล่าวไปในข้างต้นล้วนส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของวิถีชา ในช่วง ค.ศ. 1990-ปัจจุบัน

คำสำคัญ : พิธีชงชา, ชาญี่ปุ่น, วิถีชา, วัฒนธรรมการดื่มชา

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่อง“วิถีชา : ความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป (ค.ศ. 1990-ปัจจุบัน)” เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพร ภู่พงศ์พันธุ์ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษาตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อนๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

สิรินดา หล้าปาวงศ์

วิถีชา : ความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป (ค.ศ. 1990 - ปัจจุบัน)

หากน้ำคือเครื่องดื่มชนิดแรกของโลก น้ำชาก็อาจถือได้ว่าเป็นเครื่องดื่มผสมชนิดแรกที่มนุษย์ค้นพบด้วยความบังเอิญ จากวันที่ใบไม้ตกลงไปในหม้อต้มน้ำดื่มของจักรพรรดิจีนเมื่อ 4,000 ปีก่อน ปัจจุบันชาเป็นเครื่องดื่มที่ผู้คนกว่าครึ่งโลกชื่นชอบและรู้จักกันมานานนับพันปี เป็นผลผลิตจากใบของต้น camellia sinensis พืชต้นเตี้ยที่มีใบสีเขียวสด แต่เดิมพบมากในแถบเทือกเขาทางตอนใต้ของจีน วิวัฒนาการของการเพาะปลูกได้นำชาไปสู่พื้นที่เพาะปลูกที่กว้างขวางในนานาประเทศ ญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในประเทศแรก ๆ ที่เพาะปลูกชา ราวศตวรรษที่ 8 นักบวชนิกายเซนรูปหนึ่งนามว่า “เอไซ” ได้นำต้นชาจากประเทศจีนกลับมาปลูกที่วัดในเมืองเกียวโต อีกทั้งยังเขียนตำรา “คิซซา โยจิกิ ” หรือตำราการดื่มชาเพื่อให้ร่างกายแข็งแรง ซึ่งในตำราได้บอกเล่าผลประโยชน์ทางการแพทย์จากการดื่มชา ผลลัพธ์คือมีไร่ชาเกิดขึ้นมากมายที่เกียวโตเพื่อผลิตชาสำหรับใช้เป็นยาและใช้ในพิธีกรรม ต่อมาเริ่มพัฒนาศาสตร์การชงชาเพื่อการทำสมาธิ โดยการนำใบชามาบดเป็นผงและชงดื่มแทนที่จะใช้วิธีสกัดแบบใช้น้ำร้อนผ่านใบชาเหมือนชาจีนทั่วไป จนเกิดเป็นความนิยมในบรรดากลุ่มพระสงฆ์และขุนนางชนชั้นสูง ในขณะนั้น แต่ภายหลัง “เซน โนะ ริคิว” ผู้ที่เปรียบเสมือนบิดาของพิธีชงชา ได้สร้างแบบแผนการชงชาให้เข้ากับบริบทและวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่น โดยเชื่อมโยงกับหลักแนวคิดของพุทธศาสนานิกายเซนที่ให้ความสำคัญกับความเรียบง่าย และการเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติ จนเกิดเป็นพิธีชงชา (ซาโด) ที่ได้รับการขนานนามว่าเป็น “The way of tea” หรือ “วิถีแห่งชา” ซึ่งแพร่ขยายไปถึงประชาชนทั่วไปและก่อให้เกิดเป็นวัฒนธรรมการดื่มชาที่แท้จริงในประเทศญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นรับเอาวัฒนธรรมการดื่มชามาจากประเทศจีนและนำไปประยุกต์หลอมรวมกับปรัชญาความเชื่อของศาสนาพุทธนิกายเซนรวมทั้งผสมกลมกลืนกับประเพณีวัฒนธรรมความเชื่อดั้งเดิมของญี่ปุ่นจนเกิดเป็นวิถีชา “The Way of Tea” หรือที่เรียกในภาษาญี่ปุ่นว่า Sa-dou หรือ Cha-dou ซึ่งเป็นต้นแบบของวัฒนธรรมการต้อนรับของญี่ปุ่นที่เน้นการปฏิบัติต่อผู้อื่นด้วยความเสมอภาค และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้ที่เป็นแขก ด้วยความเชื่อที่ว่าคนเราอาจมีโอกาสพบกันเพียงครั้งเดียวในชีวิต หรือในการพบกันแต่ละครั้งอาจเป็นครั้งสุดท้ายที่จะได้พบกัน ดังนั้นจึงควรให้การต้อนรับอย่างดีที่สุด สร้างความประทับใจที่สุดเพื่อเป็นการให้เกียรติกันและกัน แนวคิดดังกล่าวนี้ทำให้วัฒนธรรมการต้อนรับของสังคมญี่ปุ่นมีความโดดเด่น เนื่องจากเกิดบนพื้นฐานหลักปรัชญาซึ่งไม่เหมือนสังคมใดในโลก

ในขณะที่พิธีชงชาเปลี่ยนแปลงไปฉันใด ชาเองก็ได้เปลี่ยนสถานะและบทบาทไปฉันนั้น กล่าวคือ ชาได้เปลี่ยนแปลงสถานะกลายเป็นเครื่องดื่มระดับมวลชน ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์พร้อมดื่ม

ทั้งในรูปแบบกระป๋องหรือขวดก็สามารถพบเห็นได้ทั่วไปในร้านสะดวกซื้อในประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งยังพบว่าในด้านธุรกิจเครื่องดื่มของญี่ปุ่น ได้มีการแข่งขันเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งในตลาดตลอดทั้งปี โดยผู้ประกอบการแต่ละรายจะนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ หรือ re-launch สินค้าเดิมอยู่เป็นระยะ ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบการบริโภคของสังคมที่ให้ความสนใจกับสินค้าพร้อมดื่มมากขึ้น การนำชาเขียวมาบรรจุไว้ในภาชนะพร้อมดื่มนั้นถือเป็นการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการดื่มชาเพื่อให้มีความหลากหลายและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น แต่กลับสวนทางกับบริบทดั้งเดิมของการดื่มชาในสังคมญี่ปุ่นที่มีมาแต่โบราณ อีกทั้งยังได้รับการประเมินว่าชาเขียวพร้อมดื่มนั้นมีคุณค่าด้อยกว่าชาเขียวที่ผ่านการปรุงและชงอย่างสดใหม่

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยใคร่ศึกษา “วิถีชา : ความหมายที่เปลี่ยนแปลงไป (ค.ศ. 1990 - ปัจจุบัน)” โดยวัตถุประสงค์ของการศึกษา 2 ประการ คือ ประการแรกเพื่อศึกษาภูมิหลังและที่มาของวิถีชา หรือการบริโภคชาของชาวญี่ปุ่น และประการที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชา ในช่วง ค.ศ 1990 - ปัจจุบัน

ภูมิหลังและที่มาของวิถีชา หรือการบริโภคชาของชาวญี่ปุ่น

ชาเป็นไม้พุ่มขนาดใหญ่มีชื่อทางพฤกษศาสตร์ว่า Camellia sinensis คำว่า “ชา” เป็นคำทับศัพท์มา จากภาษาจีน 茶 (Cha) ภาษาญี่ปุ่นเขียน คำว่า “ชา” โดยใช้ตัวอักษรเดี่ยวกับที่มีใช้ในภาษาจีน ส่วนภาษาอังกฤษเรียกชาว่า tea ซึ่งมาจากสำเนียงคนจีนในเซี้ยเหม็นที่ออกเสียงเรียกชาว่า tay ชา เป็นต้นไม้ที่มีขนาดสูงประมาณ 9-30 ฟุต ใบรูปไข่หนาและเหนียว ขอบใบหยักเล็ก ๆ คล้ายฟันเลื่อย ใบเขียวตลอดปี ดอกมีสีขาวคล้ายดอกส้มเขียวหวาน มีกลิ่นหอมอ่อนๆ มักขึ้นอยู่ในเขตร้อนที่ระดับความสูงเหนือระดับน้ำทะเลประมาณ 600-900 เมตร ถิ่นกำเนิดดั้งเดิมของชาอยู่บริเวณภาคใต้ของจีน การเจริญเติบโตของชาขึ้นอยู่กับสภาพอากาศและอุณหภูมิที่แตกต่างกันระหว่างกลางวันและกลางคืน ซึ่งจะมีผลต่อคุณภาพของชาด้วย

ประวัติศาสตร์จุดกำเนิดของใบชา จากการค้นพบอย่างบังเอิญของจักรพรรดิจีน ทำให้เครื่องดื่มผสมชนิดแรกได้ถือกำเนิดขึ้น ถึงแม้จะไม่มีหลักฐานชี้ชัดถึงข้อสรุปของตำนานการเกิดใบชาก็ตาม แต่ทว่ามีการค้นพบหลักฐานที่แสดงให้เห็นถึงการเพาะปลูกชาอย่างเป็นทางการเมื่อประมาณ 6,000 ปีก่อนคริสต์ราช ณ เขาเทียนหลา ประเทศจีน หลังจากนั้นชาได้มีบทบาทสำคัญในฐานะยาสมุนไพรจนกระทั่งยุคราชวงศ์ถัง (ศตวรรษที่ 6-9) เมื่อหนังสือเกี่ยวกับชาเล่มแรก “The classic of tea” ถือกำเนิดขึ้น ซึ่งเขียนโดย ลูอวี้ (Lu Yu) นักเขียนจากเทียนเหมิน เขาได้อธิบายถึงตำนานที่มาและวิธีปลูก เก็บเกี่ยว แปรรูป รวมไปถึงการชงและดื่มชา (Krisi, 2560 : 61)

แต่เดิมปัญญาชนชาวจีนมักดื่มชาในขณะที่พูดคุยเกี่ยวกับเรื่องวรรณกรรม การวาดภาพ หรือแม้กระทั่งเรื่องการเมือง ดังนั้น ชามักจะเกี่ยวข้องกับวรรณคดี ศิลปะ และปรัชญาสำหรับชาวจีน ไม่ว่าจะเป็นในสวน หรือแม้แต่เรือนชงชาเองก็สามารถพบเห็นการดื่มชาได้อย่างทั่วไป จะสังเกตว่าวัฒนธรรมการดื่มชาสำหรับชาวจีนนั้นมักจะอยู่ในรูปแบบของพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเฉลิมฉลองทั้งแบบทางการและไม่เป็นทางการ สามารถกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมการดื่มชาของจีนมีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดตามหลักปรัชญาต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ปรัชญาเต๋า ลัทธิขงจื้อ หรือแม้กระทั่งศาสนาพุทธ จนเกิดความเชื่อที่ว่าการดื่มชาเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับผู้ที่ต้องการพัฒนาตนเองไปสู่ความเป็นปราชญ์ สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างพิธีดื่มชากับหลักศาสนาและหลักปรัชญาต่างๆที่หล่อหลอมความคิดของชาวจีนในสมัยนั้น

ในเวลาต่อมา ชาได้แพร่หลายจากประเทศจีนไปยังประเทศต่าง ๆ ตามเส้นทางการค้าและแนวทางการทูตของจีนที่จะมอบชาให้เป็นของขวัญแก่แขกที่มาเยือนประเทศจีน ชาได้เข้าสู่รัสเซียตามเส้นทางสายไหมและเข้าสู่นานาประเทศ แม้กระทั่งฝั่งยุโรปเองก็ได้รับชาเข้าไปจนเกิดการผสมผสานและดัดแปลงเป็นชาในรูปแบบของตนเอง เช่น อเมริกา ได้คิดค้นวิธีการดื่มชาแบบเย็น และ tea bag ขึ้นอีกด้วย กล่าวได้ว่านี่คือจุดเปลี่ยนที่ทำให้ชาสามารถสร้างวัฒนธรรมการดื่มในรูปแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ แน่นอนว่าชาได้แพร่หลายเข้ามายังแถบเอเชีย ไม่ว่าจะเป็นเอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเอเชียตะวันออก

การเดินทางของชาจากประเทศจีนมาสู่ประเทศญี่ปุ่น ในช่วงศตวรรษที่ 8 ซึ่งเป็นช่วงที่จีนและญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ที่ดีและมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นักบวชชาวญี่ปุ่นได้เดินทางมาศึกษาพระธรรมวินัยที่ประเทศจีนและได้นำเมล็ดชาเดินทางกลับไปเพาะปลูกที่ญี่ปุ่น ทำให้เกิดความนิยมแพร่ขยายออกไปอย่างรวดเร็ว เมื่อชาวญี่ปุ่นได้รู้ถึงสรรพคุณทางการแพทย์ของใบชา ทำให้ชาเริ่มมีบทบาทในสังคมญี่ปุ่นไม่ต่างกับจีน มีการศึกษาและทดลองจนเกิดความชำนาญและความเข้าใจในการชงชาจนกระทั่งเกิดการจดบันทึกเกี่ยวกับการเตรียมชา ขั้นตอนการชงชา หรืออุปกรณ์ที่ใช้ในการชงชา ซึ่งทั้งหมดล้วนมีอิทธิพลต่อพิธีชงชาในสมัยปัจจุบัน จากการเดินทางของชาจากจีนมาสู่ญี่ปุ่นยังแสดงให้เห็นถึงสัมพันธ์ไมตรีอันดีระหว่างจีนและญี่ปุ่นในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน แม้จะมีจุดกำเนิดเดียวกันแต่พิธีชงชาของญี่ปุ่นนั้นได้ผ่านการประยุกต์ให้เข้ากับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวญี่ปุ่นจนกลายเป็นวัฒนธรรมการดื่มชาที่แตกต่างไปจากของจีน ซึ่งในสมัยปลายราชวงศ์ถัง การดื่มชาได้ถูกเปลี่ยนแปลงวัตถุประสงค์ จากเดิมดื่มเพื่อเป็นยาสมุนไพร ภายหลังได้รับความนิยมในฐานะอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากผู้คนต่างหันมาดื่มดำและให้ความสำคัญกับรสชาติของชามากขึ้น อีกทั้งชายังถูกนำไปใช้ในพิธีกรรมทางประเพณีแก่ชนชั้นสูงเท่านั้น การเสิร์ฟชาและ

สะสมชากลายเป็นการแสดงออกถึงชนชั้นทางสังคมเพื่อแสดงถึงความร่ำรวยในหมู่ขุนนางชาวจีน และใช้เพื่อต้อนรับแขกบ้านแขกเมืองหรือชาวต่างชาติอีกด้วย

ในสมัยนาระ (ค.ศ.710-294) ความสัมพันธ์ทางการทูตของจีนและญี่ปุ่นถดถอยลง ในขณะที่ชาวจีนนิยมดื่มชาในฐานะเครื่องดื่มหรืออาหาร แต่ชาวญี่ปุ่นกลับพยายามสร้างรูปแบบที่แตกต่างให้กับชาในบทบาทที่มากกว่าเครื่องดื่มหรืออาหาร ในศตวรรษที่ 14 ชาได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของศิลปะชั้นสูงหรือที่เรียกว่า วิถีชา “The Way of Tea” หรือ Sa-dou หรือ Cha-dou ที่ได้รับความนิยมมากในกลุ่มคนชั้นสูงและพ่อค้า กระบวนการที่ทำให้ชากลายมาเป็นพิธีการที่มีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมญี่ปุ่นชัดเจน คือ การพัฒนาพิธีชาแบบใหม่ขึ้นมาในช่วงศตวรรษที่ 16 ซึ่งต่างจากพิธีชาแบบเดิมที่ถูกสร้างขึ้นในช่วงกลางศตวรรษที่ 15 ที่เน้นความหรูหราโอ่โถงของห้องพิธีด้วยการใช้ศิลปะวัตถุจากจีนเป็นเครื่องใช้และประดับตกแต่ง พิธีชาแบบใหม่นี้เน้นความเรียบง่ายของห้องพิธีและเอาศิลปะวัตถุของญี่ปุ่นโดยเฉพาะการนำเครื่องกระเบื้องเข้ามาใช้ ผสมผสานกับศิลปะวัตถุจากจีน ซึ่งพิธีชาแบบนี้สืบทอดมาจนปัจจุบันและถือกันว่าเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่น จนทำให้ในเวลาต่อมาพิธีชงชาสามารถพบเห็นได้ทั่วไปในสังคมญี่ปุ่น ชาได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของการบริการ การต้อนรับและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตจิตใจชาวญี่ปุ่นไปเสียแล้ว จะเห็นได้ว่าเมื่อเวลาผ่านไป บทบาทของชาตั้งแต่อดีตได้เปลี่ยนผ่านจากยาบรรเทาอาการเจ็บป่วยจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและประเพณีในหมู่ขุนนางชั้นสูงทำให้นับตั้งแต่สมัยนาระจนถึงสมัยเฮอัน ชาจึงเป็นสิ่งที่หายากและมีคุณค่า แต่เนื่องจากปัญหาความขัดแย้งทางการทูตทำให้ความสัมพันธ์ของจีนและญี่ปุ่นเริ่มสั่นคลอน ดังนั้นบทบาทของชาที่เปลี่ยนแปลงไปในจีนเพื่อเป็นอาหารหรือเครื่องดื่มจึงไม่ได้รับความนิยมในญี่ปุ่น (ทิพวรรณ, 2560 : 292)

ในปัจจุบันพิธีชามีความสำคัญในสังคมญี่ปุ่นสองด้าน ด้านที่หนึ่งคือพิธีชาเป็นศูนย์รวมของศิลปะญี่ปุ่น หลายแขนง เช่น เครื่องปั้นดินเผา จัดสวน สถาปัตยกรรม จัดดอกไม้ ทำอาหาร ลายมือ ภาพวาด ฯลฯ และ ที่สำคัญคือในพิธีชงชาแต่ละครั้ง เจ้าพิธีจะผสมผสานศิลปะเหล่านี้เข้าด้วยกันโดยที่คำนึงถึงฤดูกาลและลักษณะเฉพาะของแขกที่จะเข้าร่วมพิธี ซึ่งทำให้พิธีชาดีๆมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความหมายที่เจ้าพิธี ต้องการจะสื่อสารกับแขกสอดแทรกอยู่ในตัวพิธี และด้วยความปราณีตและซับซ้อนของพิธีชา คนญี่ปุ่นจำนวนมากเลยถือว่าพิธีชาหรือ “ชาโนยุ" หรือ "ชาโด" เป็นจุดสูงสุดของศิลปวัฒนธรรมญี่ปุ่น ความสำคัญในด้านที่สองก็สืบเนื่องจากด้านแรก เนื่องจากพิธีชาถูกถือว่าเป็นศูนย์รวมและจุดสูงสุดของ ศิลปะญี่ปุ่นอย่างที่กล่าวไปดังข้างต้นแล้ว กิริยามายาทและท่าทางต่างๆในพิธีชาก็ถือว่าเป็นกิริยามารยาทที่ดีและละเอียดอ่อนในความคิดของคนญี่ปุ่น แบบแผนของพิธีชาจึงกลายเป็นแบบแผนของรูปแบบของการปฏิสัมพันธ์ของคนญี่ปุ่นไปด้วย พิธีชาในปัจจุบันจึงมี

ความหมายเท่ากับ “ความเป็นญี่ปุ่น” ไปโดยปริยาย ดังนั้นจึงมีพ่อแม่จำนวนมากที่ส่งลูกไปเรียนพิธีชาเพื่อให้ลูกได้ซึมซับและฝึกฝนความเป็นญี่ปุ่น โดยเฉพาะ คนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่นอกประเทศญี่ปุ่นมักจะให้ความสำคัญกับเรื่องนี้เป็นพิเศษเพราะไม่ต้องการให้ลูกตนเองกลายเป็นฝรั่งไป นอกจากนั้นการไปร่วมพิธีชาและการจัดพิธีชายังถือว่าเป็นเรื่องมีเกียรติ มีรสนิยม และ แสดงถึงฐานะทางสังคมของบุคคลนั้นด้วย (Parkpume, 2015 : 1)

ในปัจจุบันพิธีชงชากลายเป็นงานอดิเรกและถือเป็นกิจกรรมสำคัญที่ขาดไม่ได้ของนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสเดินทางมาเยือนประเทศญี่ปุ่น มีสถานที่ท่องเที่ยวและองค์กรหลายแห่งทั่วประเทศญี่ปุ่นเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์ชงชาที่มีรูปแบบและความหลากหลายที่แตกต่างกันไป ทั้งในสวนตามแบบดั้งเดิม ศูนย์วัฒนธรรมและโรงแรม เกียวโตและอุจิเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดในประเทศเพื่อเรียนรู้อย่างเพลิดเพลินเกี่ยวกับวัฒนธรรมการดื่มชาของญี่ปุ่น

ความเกี่ยวข้องระหว่างพิธีชงชากับหลักปรัชญา

ในช่วงตลอดศตวรรษจาก ค.ศ. 1500 ญี่ปุ่นได้พัฒนามารยาทในการดื่มชาที่เรียกว่า วิถีชา (Cha-dou :The Way of Tea) ขึ้น โดยแฝงปรัชญา จรรยามารยาท ไม่ใช่เพียงการดื่มชาในชีวิตประจำวันเท่านั้น แต่ยังเป็นกุศโลบายของการฝึกสมาธิในศาสนาพุทธนิกายเซนที่รับเอามาจากประเทศจีนด้วย ศาสนาพุทธนิกายเซนมีอิทธิพลต่อวรรณกรรมและสถาปัตยกรรมของญี่ปุ่นอย่างยิ่ง เช่นห้องชา (Chashitsu : 茶室) การจัดอาหารที่เรียกว่า Kaiseki Ryouri (懐石料理) มารยาทบนโต๊ะอาหาร การจัดดอกไม้ (Ikebana : 生け花) ถ้วยชามเซรามิก การเขียนภาพวาดพู่กัน (ขาว-ดำ) ของญี่ปุ่น วิถีชานี้เกี่ยวข้องกับเรื่องทั้งทางการทูตและการเมือง แนวคิดแห่งวิถีชาในระยะเริ่มแรกประกอบไปด้วยความงามอันละเอียดอ่อนล้ำลึกในความเรียบง่าย (Wabi : 侘び) ความงามในความสงบ (Sabi : 寂び) แต่แนวคิดดังกล่าวยังไม่แพร่หลายนัก วิถีชายังถูกจำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มชนชั้นสูง ซามูไร และราชสำนักเท่านั้น หลังจากนั้นมีบุคคลสำคัญของญี่ปุ่นผู้หนึ่งคือเซน ริคิว (千利休) ค.ศ. 1522 - ค.ศ. 1591 ได้วางแนวทางในวิถีชาโดยได้นำหลักการพื้นฐานทั้งหลายมารวมกันพร้อมทั้งพยายามค้นคว้าสิ่งที่เป็นลักษณะพิเศษโดยเฉพาะรูปแบบที่เรียกว่า “การคืบคลานเข้าไปในห้องชาอย่างช้าๆ” ซึ่งเป็นนัยของการแสดงออกถึงความเท่าเทียมกันของทุกคน หลักการพื้นฐานของเซน ริคิว กำหนดโดยสรุปด้วยตัวอักษร 4 ตัว คือ Wa (和) Kei (敬) Sei (清) Jaku (寂) ซึ่ง คือ ปรัชญาแนวคิดศาสนาพุทธ (ทิพวรรณ, 2560 : 293)

นิกายเซนที่แฝงไว้ในวิถีชาสิ่งที่ชาวญี่ปุ่นพยายามพัฒนาหรือสร้างบทบาทที่สำคัญให้กับการดื่มชาคือการพัฒนามารยาทในการดื่มชา หรือที่เรียกว่า วิถีชา (Cha-dou : The way of tea) การแฝงปรัชญาและมารยาทในการดื่มเป็นแนวทางในการฝึกสมาธิของศาสนาพุทธนิกายเซน ที่ทำให้ชาเป็นมากกว่าการดื่มชาในชีวิตประจำวัน แต่วิถีชาดังกล่าวยังมีอิทธิพลต่อวรรณกรรม สถาปัตยกรรมของญี่ปุ่นเป็นอย่างมากเนื่องจากวิถีชาได้รับการพัฒนาในช่วงสมัยสงครามรวมประเทศของญี่ปุ่น จึงเป็นที่มาของการดื่มชาที่เกี่ยวข้องกับทั้งเรื่องการทูตและการเมือง ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้รับการยอมรับกันในหมู่ซามูไรหรือขุนนางชั้นสูงเท่านั้น ต่อมาบุคคลสำคัญของญี่ปุ่นท่านหนึ่ง เซน ริคิว ผู้กำหนดแนวทางวิถีชาโดยนำหลักแนวคิดพุทธนิกายเซนซึ่งสอนให้มนุษย์กลมกลืนและใกล้ชิดกับธรรมชาติมาประยุกต์และคิดค้นสิ่งที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะซึ่งแสดงออกถึงความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ การดูแลเอาใจใส่ ความเคารพและการให้เกียรติซึ่งกันและกัน แนวคิดทั้งหมดถูกรวบรวมขึ้นและนำไปใช้ในพิธีชงชาที่ถือว่าเป็นการบริการและการต้อนรับของญี่ปุ่นที่เต็มไปด้วยความพิถีพิถัน การเอาใจใส่ และการปฏิบัติอย่างเสมอภาคต่อแขกที่มาเยือน ไม่มีการแบ่งชนชั้น ความเงียบที่เกิดขึ้นในระหว่างพิธีชงชาถือเป็นการสื่อสารที่ดีที่สุดระหว่างแขกและเจ้าภาพ แนวคิดดังกล่าวยังส่งอิทธิพลไปถึงอุปกรณ์ชงชาหรือองค์ประกอบในพิธีดื่มชา ไม่ว่าจะเป็น อาหารหรือของหวาน ของประดับตกแต่งและรูปแบบสถาปัตยกรรมเรือนชาก็เป็นสิ่งที่กลมกลืนไปกับธรรมชาติมากที่สุด รูปแบบและวิธีปฏิบัติทั้งหมดที่เกิดขึ้นในพิธีชงชากลายเป็นวัฒนธรรมการต้อนรับของชาวญี่ปุ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและยังเป็นต้นแบบในการปลูกฝังสำนึกคิดพื้นฐานของชาวญี่ปุ่นให้เป็นผู้ที่คิดถึงผู้อื่นก่อนตนเองเสมออีกด้วย จึงสรุปได้ว่าพิธีชงชากลายมาเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของญี่ปุ่นจากการสร้างพิธีชาแบบใหม่ขึ้นมาบนพื้นฐานของแนวคิดทางสุนทรียศาสตร์ของญี่ปุ่นเอง ซึ่งต่างจากพิธีชาแบบเดิมที่อิงอยู่กับความงามแบบอลังการและยกย่องความยิ่งใหญ่ทางวัฒนธรรมของจีน อีกทั้งวัฒนธรรมการดื่มชาที่ญี่ปุ่นได้รับมาจากประเทศจีนนั้นได้อาศัยปัจจัยทางหลักแนวคิดทางศาสนาและวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นเองเป็นตัวแปรสำคัญในการหลอมรวมตัวขึ้นมาเป็นวัฒนธรรมการดื่มชาที่มีเอกลักษณ์และแฝงแนวคิดตามหลักพุทธศาสนานิกายเซนไว้อย่างชัดเจน การเปลี่ยนผ่านบทบาทของชาในช่วงเวลาดังกล่าวมีปัจจัยมาจากการดำเนินชีวิตที่ผสมผสานแนวคิดตามหลักศาสนาเซนที่ให้ความสำคัญกับการเป็นหนึ่งเดียวกับธรรมชาติดังจะเห็นได้ในขั้นตอนหนึ่งที่สำคัญของพิธีชงชา คือ ทั้งแขกและเจ้าภาพต้องถอดรองเท้าออกก่อนที่จะเริ่มเข้าห้องชงชา เพื่อแสดงถึงความเป็นหนึ่งเดียวกันกับธรรมชาติ ความเรียบง่ายของธรรมชาติและความเคารพต่อพิธีกรรม ที่ทำให้ชากลายเป็นมากกว่าเครื่องดื่มสำหรับชาวญี่ปุ่น รายละเอียดในแต่ละขั้นตอนรวมไปถึงมารยาทในพิธีชงชานั้น ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้พิธีชงชากลายเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญและบ่งบอกความเป็นตัวตนของชาติญี่ปุ่นได้ดีที่สุด

ปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิถีชาในช่วง ค.ศ 1990 – ปัจจุบัน

จากที่กล่าวมาข้างต้นเห็นได้ว่าชามีการเดินทางและเปลี่ยนแปลงความหมายไป ตามบริบทของพื้นที่และเวลาที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและเข้ามากำหนดวัฒนธรรมการดื่มชาในแต่ละช่วงเวลา ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงมีดังนี้

1. สภาพอากาศในแต่ละฤดูกาล

ปฏิเสธไม่ได้ว่าสภาพอากาศเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถกำหนดวิถีชีวิตและพฤติกรรมการอุปโภคบริโภคของผู้คนได้ในระดับหนึ่ง แม้กระทั่งในประเทศญี่ปุ่นเอง ถึงแม้ว่าอากาศในฤดูร้อนจะไม่ได้สาหัสเท่ากับประเทศไทย แต่ยังไงก็ตามสภาพอากาศร้อนเป็นหนึ่งในตัวแปรที่ทำให้ผู้คนหันมาบริโภคเครื่องดื่มที่ไม่มีส่วนผสมแอลกอฮอล์ (non alcoholic drink) เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเครื่องดื่มประเภทชา ถูกจัดเป็นสินค้ากลุ่มใหญ่ในเครื่องดื่มประเภทนี้ เช่นเดียวกับ กาแฟ และน้ำผลไม้ หรือน้ำอัดลม ในทางตรงกันข้าม ในปีที่สภาพอากาศในฤดูร้อนเย็นผิดปกติ มีผลทำให้ตลาดเครื่องดื่มของญี่ปุ่นโดยองค์รวมขยายตัวในอัตราลดลงประมาณ 1% จากเดิมในช่วงฤดูร้อน เครื่องดื่มประเภทชาจะสามารถทำยอดขายได้ดีมากกว่าสภาพอากาศในฤดูอื่น ๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการแบรนด์เครื่องดื่มต่างๆ พยายามสร้างยอดจำหน่ายรวมด้วยการออกสินค้าในกลุ่มกาแฟเพื่อตีตลาดในช่วงฤดูใบไม้ร่วงและฤดูหนาว ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มอย่างรุนแรงแบบที่ไม่เคยปรากฏมาก่อนในประเทศญี่ปุ่น ดังนั้น จะเห็นว่าปัจจัยที่สำคัญต่อการเลือกบริโภคเครื่องดื่มพร้อมดื่มประเภทต่าง ๆ รวมไปถึงชาพร้อมดื่ม ส่วนหนึ่งมีสภาพอากาศเป็นปัจจัยที่สำคัญ

2. ความตระหนักในเรื่องสุขภาพและพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค

ความตื่นตัวในเรื่องสุขภาพทำให้เครื่องดื่มในกลุ่มเครื่องดื่มอัดลมนั้นมีอัตราการขายลดลงอย่างต่อเนื่องทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาเพิ่มยอดขายในกลุ่มเครื่องดื่มชนิดอื่นแทน โดยเครื่องดื่มประเภทชาและ functional drink ถูกผลักดันให้เป็นสินค้าหลักในการทำตลาดในสภาวะที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป เครื่องดื่มหลากหลายแบรนด์ที่พยายามสร้างบทบาทในตลาดเครื่องดื่มประเภทชา หนึ่งในนั้นคือแบรนด์ Coca-Cola ถึงแม้ว่า Coca-Cola จะมีส่วนแบ่งตลาดขนาดใหญ่ในฐานะเครื่องดื่มอัดลม แต่ทว่าด้วยสภาวะและบริบททางธุรกิจที่บีบบังคับให้ Coca-Cola ขยายตัวไปสู่เครื่องดื่มประเภทชามากขึ้น ในความพยายามช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดชาเพื่อการสร้างยอดขายและความอยู่รอดของแบรนด์นั้น Coca-Cola พยายามจะผนวกชาและเครื่องดื่ม functional drink เข้าไว้ด้วยกัน ภายใต้ชื่อ Love Body Tea (April 2001) ซึ่งเป้าหมายสำคัญคือหญิงสาวที่ให้

ความสนใจในเรื่องการดูแลสุขภาพร่างกาย ถึงแม้ว่า Coca-Cola จะพยายามตีตลาดชา แต่ทว่ากลับพบข้อจำกัดเรื่องความไม่ชำนาญและปัจจัยด้านพฤติกรรม และแนวคิดของผู้บริโภคที่มีต่อชา เนื่องจากชามีข้อเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมที่ยาวนาน ถึงแม้จะมีรูปแบบการบริโภคที่แปรเปลี่ยนไปตามยุคสมัยก็ตาม สำหรับแวดวงตลาดชาในประเทศญี่ปุ่น แบรนด์ ITO EN ถือเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีความชำนาญในเรื่องชา ที่ไม่มีใครกล้าปฏิเสธหรือมองข้าม ITO EN พยายามรักษาพื้นที่และส่วนแบ่งทางการตลาดเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มเอาไว้ด้วยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายทางรสชาติ โดยมีจุดขายในการเป็นชาเขียว 100% เป็นปัจจัยหลักในการสร้างตลาด ความได้เปรียบของ ITO EN นอกจากจะอยู่ที่การเป็นผู้ประกอบการที่สามารถผลิตชาเขียวพร้อมดื่มได้เป็นรายแรกของญี่ปุ่นแล้ว ยังอยู่ในฐานะของผู้ประกอบการที่มีแหล่งเพาะปลูกชาเขียวที่สามารถสนับสนุนการต่อยอดทางธุรกิจชาเขียวได้อย่างต่อเนื่อง บริบททางธุรกิจของ ITO EN ในยุคแรกเริ่มอยู่ในฐานะผู้ผลิตและจำหน่ายใบชาเขียวอบแห้งเป็นหลัก ซึ่งทำให้ ITO EN มุ่งพัฒนาเทคโนโลยีในการบรรจุใบชาเขียวเพื่อรักษาความสดใหม่ของใบชาซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการวัดคุณภาพชาแต่ละชนิด แบรนด์ ITO EN ตระหนักว่าในฐานะผู้ผลิตและจัดจำหน่ายใบชาเช่นนี้ไม่ส่งผลให้บริษัทสามารถขยายตัวทางธุรกิจได้มากนัก ในปี 1977 ITO EN เริ่มวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์ให้ใกล้ชิดกับตลาดผู้บริโภคชามากขึ้น โดยการเปิดเครือข่ายร้าน Chajuttoku (the ten virtues of tea) เพื่อสื่อความเกี่ยวกับคุณประโยชน์และลักษณะสำคัญของใบชา 10 ประการ ในด้านหนึ่งเป็นการย้อนกลับไปสู่ประเด็นทางวัฒนธรรมของการดื่มชา ความเป็นญี่ปุ่น และวิถีแห่ง ZEN ที่เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตชาวญี่ปุ่น อีกทั้งเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายใบชาของบริษัทมากขึ้น ในปี 1981 พัฒนาการของการผลิตเครื่องดื่มชาพร้อมดื่มในรูปแบบชากระป๋องเริ่มพัฒนาขึ้นเพื่อรองรับรูปแบบการบริโภคของสังคมที่ให้ความสนใจกับสินค้าพร้อมดื่มมากขึ้น ในขณะที่อาหารและเครื่องดื่มนานาชนิดถูกพัฒนาให้มีความหลากหลายและเป็นสากลมากยิ่งขึ้น แต่ในทางตรงกันข้าม การพัฒนาชาเขียวเพื่อเป็นเครื่องดื่มพร้อมดื่มกลับดำเนินไปอย่างเฉื่อยช้า หนึ่งในสาเหตุที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาชาให้กลายเป็นเครื่องดื่มพร้อมดื่มนั้น คือ ผู้ประกอบการขาดความชำนาญเกี่ยวกับรูปแบบและแหล่งทรัพยากรชา ในขณะที่สังคมญี่ปุ่นการบริโภคชาเขียวในรูปแบบดั้งเดิมหรือที่รู้จักกันในพิธีชงชา ถือเป็นวัฒนธรรมที่ทุกครัวเรือนได้สัมผัสมาเป็นระยะเวลานาน ดังนั้น การนำชาเขียวมาบรรจุไว้ในภาชนะพร้อมดื่มย่อมไม่เกิดความแปลกใหม่ที่น่าพึงพอใจต่อผู้บริโภค ถึงแม้ ITO EN จะพยายามชูประเด็นเรื่องประโยชน์ต่อสุขภาพก็ตาม แต่ชาเขียวพร้อมดื่มกลับถูกประเมินถึงคุณค่าทางโภชนาการที่ด้อยกว่าชาเขียวที่ชงอย่างสดใหม่ อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางกระแสตื่นตัวด้านสุขภาพและรูปแบบการดำเนินชีวิตของสังคมเมืองที่เน้นความสะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น เป็นปัจจัยที่ทำให้ ITO EN สามารพัฒนาชาเขียวให้เป็นเครื่องดื่มสำเร็จรูป

พร้อมดื่มในรูปแบบกระป๋องได้สำเร็จเป็นรายแรกในประเทศญี่ปุ่น และเริ่มวางจำหน่ายในปี 1986 ความสำเร็จของ ITO EN ถือเป็นจุดพลิกผันของวงการอุตสาหกรรมเครื่องดื่มของญี่ปุ่น และส่งผลให้ผู้ประกอบการรายอื่น ทยอยนำชาเขียวพร้อมดื่มออกสู่ตลาด และทำให้เครื่องดื่มประเภทชากลายเป็นส่วนแบ่งตลาดที่ใหญ่ที่สุดในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มในญี่ปุ่น

3. ความสะดวกในการบริโภค

การเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบวัฒนธรรมการดื่มชาของชาวญี่ปุ่นซึ่งครั้งหนึ่งเคยเป็นเครื่องดื่มที่ดีที่สุดในญี่ปุ่นที่เสิร์ฟให้กับแขกเมื่อมาเยือนที่พัก ในปัจจุบันชายังคงสถานะเป็นเครื่องดื่มประจำชาติของญี่ปุ่นแต่ทว่ากลับอยู่ในรูปแบบของชาพร้อมดื่มในบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวดพลาสติก หรือกระป๋องที่มีวางจำหน่ายตามร้านค้าปลีก หรือห้างสรรพสินค้า หรือแม้แต่ตู้กดเครื่องดื่ม ชาเขียวในขวดพลาสติกปรากฏตัวครั้งแรกในตลาดญี่ปุ่นในปี 1990 มีการปรับปรุงปริมาณที่เหมาะสมต่อการดื่มในแต่ละครั้ง ซึ่งบรรจุภัณฑ์ปริมาณ 500 มล. สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคชาวญี่ปุ่นจนทำให้ชาเขียวพร้อมดื่มได้รับความนิยมมากขึ้น

จากการสำรวจครัวเรือนญี่ปุ่น พบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อปีสำหรับใบชาเขียวและเครื่องดื่มชา รวมถึงชาเขียวและชาข้าวบาร์เลย์ในขวดพลาสติกและบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ยังคงทรงตัวตั้งแต่ปี 2000 ที่ระดับ 10,000 เยน เห็นได้ชัดว่าชายังคงเป็นเครื่องดื่มที่ขาดไม่ได้สำหรับคนญี่ปุ่น อีกทั้งพบว่าในปี 2007 ชาเขียวพร้อมดื่มในรูปแบบบรรจุกล่องสามารถทำรายได้มากกว่าใบชาเขียวที่ใช้ในการชงดื่ม ทำให้สามารถสรุปได้ว่าผู้คนจำนวนมากโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่นที่อายุน้อยเลือกที่จะดื่มชาพร้อมดื่มบรรจุขวดเนื่องจากมีปัญหาในการใช้อุปกรณ์ในการต้มใบชา ในสังคมปัจจุบันของญี่ปุ่น การดื่มชาพร้อมดื่มจากขวดกลายเป็นเรื่องปกติถึงแม้จะอยู่ที่บ้านก็ตาม การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของชาที่ยังไม่เลือนหายจากสังคมญี่ปุ่น แต่กลับเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดื่มเพื่อให้สะดวกต่อวิถีชีวิตที่ดำเนินอย่างเร่งรีบในชีวิตเมืองใหญ่อย่างประเทศญี่ปุ่น

การดื่มชาผูกพันกับวิถีชีวิตของชาวญี่ปุ่นมาเป็นเวลานานจนกลายเป็นวัฒนธรรมการต้อนรับแขกที่งดงามของชาวญี่ปุ่น จนเกิดการเชื่อมโยงไปยังผู้คนทุกชนชั้นและทั่วทั้งโลก ทำให้เกิดค่านิยมในการอุปโภค และบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับชาอย่างหลากหลาย ซึ่งการศึกษาเรื่องชาไม่ใช่เพียงเพื่อสะท้อนความสำคัญหรือบทบาทของชาในประเทศญี่ปุ่นเท่านั้น แต่ยังสะท้อนไปถึงภูมิหลังและความเป็นมาจากการเดินทางจากประเทศจีนสู่ประเทศญี่ปุ่นในปัจจุบัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าชาได้เดินทางและเปลี่ยนแปลงบทบาทไปตามเวลาและปัจจัยต่างๆที่ได้กล่าวไปในข้างต้น

บรรณานุกรม

ทิพวรรณ อภิวัณท์วรรัตน์. (2560). **วิถีชา : ต้นแบบวัฒนธรรมการต้อนรับของญี่ปุ่น The way of tea : Origin of Japanese hospitality culture**. Panyapiwat Journal, 9 (3), 289-298.

สมศักดิ์ ดำรงสุนทรชัย. (2549). **Japanatomy ยุทธศาสตร์ความคิด วิถีชีวิตญี่ปุ่น**. กรุงเทพฯ: Manager Classic.

สุรีย์ ภูมิภมร. (2545). **ชา : เครื่องดื่มที่มีชื่อเสียงมากที่สุดในโลก.**" ศิลปวัฒนธรรม, 15 (11) , 77-88.

Elizabeth Dobos. (14 พฤษภาคม 2018). **Wolrd Tea Expo Country Tour : Matcha Demand Marks Japanese Tea Market**. Retrieved from https://worldteanews.com/world-teaexpo-news/

Matcha. (30 สิงหาคม 2017). **Popular Japanese Tea Varieties - Enjoy Natural Sweetness** Retrieved from https://matcha-jp.com/en/741

Nippon.com. (18 กุมภาพันธ์ 2019). **Bottled Green Tea Overtaking Home-Brewed as Japan's Favored Drink**. Retrieved from https://www.nippon.com/en/japan-data/h00390/bottled-green-tea-overtaking-home-brewed-as-japan%E2%80%99s-favored-drink.html

Parkpume Vanichaka. (24 พฤศจิกายน 2015). **ชาในประวัติศาสตร์ญี่ปุ่น**. เข้าถึงเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2019. เข้าถึงจาก https://www.academia.edu/19547113

Smith. (2559). **The world atlas of tea สมุดแผนที่โลกของชา.** กรุงเทพฯ: บลู สกาย บุ๊คส์

ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล นางสาวสิรินดา หล้าปาวงศ์

วัน เดือน ปี เกิด 8 พฤศจิกายน 2540

สถานที่เกิด ประจวบคีรีขันธ์

สถานที่อยู่ปัจจุบัน 99/15 หมู่ 5 หมู่บ้านสุขสมบูรณ์ ถนน พลายงาม ต.เขาน้อย อ.ปราณบุรี จ. ประจวบคีรีขันธ์ 77120

ประวัติการศึกษา

2559 – ปัจจุบัน ระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ คณะอักษรศาสตร์ สาขาเอเชียศึกษา ภาษาเลือกญี่ปุ่น

2553 – 2558 ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนหัวหินวิทยาลัย จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สายวิทย์-คณิต