

กลยุทธ์การสร้างและการพัฒนางานนิเวศน์ทางศิลปะของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง Strategy for creating and developing artistic ecology of Lijiang Painting School

อู๋ หยานหยุน

พิชัย สดภิบาล

หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Wu Yanyun

Pichai Sodhiban

Doctor of Fine and Applied Arts Bangkokthonburi University, Thailand

Email: vivan898@hotmail.com

วันที่รับบทความ: 13 มีนาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 22 เมษายน 2567; วันที่ตอบรับบทความ: 23 เมษายน 2567

Received: March 13, 2024; Revised: April 22, 2024; Accepted: April 23, 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาแบรนด์และกลยุทธ์การเติบโตของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง ในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศในเขตกว้างซี โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างแนวทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน ผ่านการตรวจสอบกลยุทธ์และสำรวจวิธีการ รวมทั้งระบุข้อบกพร่องในกระบวนการพัฒนา และเสนอมาตรการแก้ไข จึงมีการแนะนำกลยุทธ์ที่เป็นไปได้สำหรับการพัฒนาโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง บทความนี้ได้สำรวจวิธีการบรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืนและระบุประเด็นที่ต้องให้ความสนใจในการพัฒนาโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง โดยการทบทวนวรรณกรรมศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างชนบทธรรมเนียมและวัฒนธรรมชาติพันธุ์ของภูมิภาค การสังเกต สัมภาษณ์ สอบถาม ระดมแนวคิด แนวทางในการก่อตั้ง และการพัฒนาเพื่อให้ครอบคลุมกับกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์เพื่อการพัฒนาโรงเรียนศิลปะอย่างยั่งยืน การศึกษาสรุปได้ว่าเพื่อให้โรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง บรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืนในระบบนิเวศของศิลปะร่วมสมัย จำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่การวางตำแหน่งที่สมเหตุสมผล เสริมสร้างความแข็งแกร่งภายใน และตอบสนองต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและความท้าทายอย่างแข็งขัน ข้อสรุปนี้ไม่เพียงแต่ให้ทิศทางเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจนสำหรับการพัฒนาโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียงเท่านั้น แต่ยังเสนอข้อมูลเชิงลึกที่มีคุณค่าสำหรับประเภทศิลปะในภูมิภาคอื่น ๆ ที่เผชิญกับความท้าทายที่คล้ายกัน

คำสำคัญ : การจัดการเชิงกลยุทธ์; การสร้างแบรนด์; นิเวศวิทยาทางศิลปะ; โรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง

Abstract

This article focuses on the brand development and growth strategy of Lijiang Painting School. in the cultural and ecological environment in Guangxi area the goal is to create a

path towards sustainable development. Go through the strategy review and explore the methods. combined with identifying flaws in the development process and propose corrective measures A possible strategy for the development of the Lijiang School of Painting is thus suggested. This article has explored ways to achieve sustainable development and identified issues that need attention in the development of the Lijiang School of Painting. By reviewing the literature, studying the relationship between customs and ethnic cultures of the region, observing, interviewing, asking questions, brainstorming ideas, and guidelines for establishment. and development to cover branding strategies for sustainable art school development. The study concluded that in order for the Lijiang School of Painting Achieving sustainable development in the contemporary art ecosystem It is necessary to focus on reasonable positioning. Strengthen inner strength and responds actively to social interactions and challenges. This conclusion not only provides a clear strategic direction for the development of the Lijiang School of Painting. But it also offers valuable insights for art genres in other regions that face similar challenges.

Keywords: Strategic Management; Branding, Art Ecology; Lijiang Painting School

บทนำ

โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงถือกำเนิดขึ้นในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 โดยเป็นประเพณีศิลปะที่เน้นใช้งานในเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงทางตอนใต้ของจีนเป็นหลัก แสดงถึงสไตล์การวาดภาพร่วมสมัยที่มีลักษณะศิลปะท้องถิ่นภายในระบบนิเวศทางศิลปะของกว่างซี ประกอบด้วยศิลปินส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่ในกว่างซี มุ่งเน้นไปที่ธีมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีท้องถิ่นและภูมิทัศน์ของกว่างซี ครอบคลุมรูปแบบการวาดภาพที่หลากหลาย เช่น ภาพวาดจีน ภาพวาดสีน้ำมัน สีน้ำ และภาพพิมพ์ เป็นทั้งแนวศิลปะและแนวคิดทางวัฒนธรรม แตกต่างจากรูปแบบการวาดภาพแบบดั้งเดิม

โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง ริเริ่มและสนับสนุนโดยคณะกรรมการพรรคเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นแนวศิลปะที่ได้รับการสนับสนุนและปลูกฝัง ทำให้เป็นมากกว่าสไตล์การวาดภาพ ด้วยการแนะนำแนวคิดของ “โรงเรียนจิตรกรรมหลี่” จึงมีการก่อตั้งสมาคมส่งเสริมโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงขึ้น พร้อมกัน ภารกิจคือการอำนวยความสะดวกในการพัฒนาที่ยั่งยืนของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง และบรรลุผลกระทบทางสังคมที่สำคัญ

กว่างซีเป็นภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยมีกลุ่มชาติพันธุ์อาศัยอยู่ 12 กลุ่ม แต่ละกลุ่มมีภาษาและวัฒนธรรมเป็นของตัวเอง กลุ่มชาติพันธุ์จ้วงซึ่งเป็นกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดในกว่างซี มีภาษาและวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด ก่อให้เกิดลักษณะทางศิลปะชาติพันธุ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ลุ่มน้ำฝ่งซ่ายในกว่างซีมีชื่อเสียงจากภาพวาดหินหัวซานที่มีชื่อเสียงระดับโลก ซึ่งเป็นตัวแทนของศิลปะกลองสำริดของภูมิภาคตะวันตกเฉียงใต้ของจีน และเรื่องราวในตำนานที่เกี่ยวข้องกับภูมิทัศน์ของก๊วยหลิน ความหลากหลายทางวัฒนธรรมอันอุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศทางศิลปะของกว่างซี ซึ่งผสมผสานภาษา ดนตรี และภาพวาดในรูปแบบต่าง ๆ จากกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ทำให้เกิดผืนผ้าทางวัฒนธรรมที่มีชีวิตชีวาและหลากหลาย โดยสรุประบบนิเวศทางศิลปะของกว่างซีมีความหลากหลายและลึกซึ้ง โดยผสมผสานภาษา ดนตรี และรูปแบบการวาดภาพจากกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ความหลากหลายนี้ทำให้นิเวศทางวัฒนธรรมของภูมิภาคสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และเปิดโอกาสให้ศิลปินมีพื้นที่สร้างสรรค์ที่กว้างขวาง ทำให้กว่างซีเป็นจุดหมายปลายทางศิลปะที่มีเสน่ห์มีเอกลักษณ์วิชาและวัสดุที่ปรากฏในโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียงเป็นมากกว่าภูมิทัศน์ของแม่น้ำหลีและบริเวณโดยรอบ

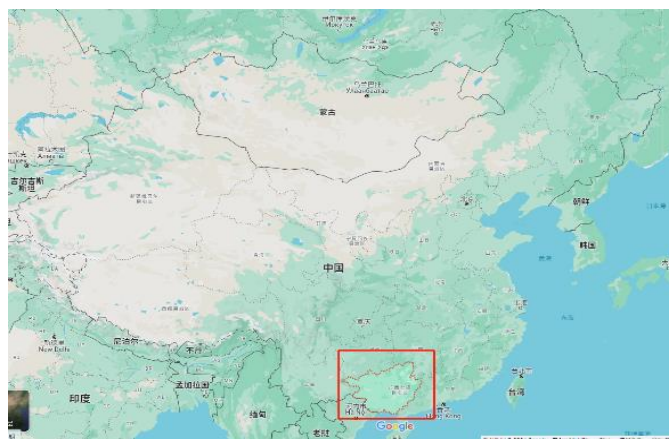
การพัฒนาและการสร้างแบรนด์ของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง (Lijiang Painting School) จึงมีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับระบบนิเวศระดับภูมิภาคที่มีอยู่ แม้ว่าการพัฒนาและการก่อสร้างโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียงทางตอนใต้ของจีน จะไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมทางศิลปะระดับภูมิภาคอีกต่อไป แต่กลายเป็นปรากฏการณ์ในกระบวนการพัฒนาศิลปะจีนร่วมสมัย ดังนั้น การวิจัยเชิงกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียงจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในบริบทที่ใหญ่กว่านี้ โดยทำหน้าที่เป็นหลักประกันสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนและการก่อตัวของลักษณะทางศิลปะในด้านการก่อตัวของประเภทศิลปะ โรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง (Lijiang Painting School) ได้เข้าร่วมในวงการศิลปะจีนในลักษณะที่ไม่เคยมีมาก่อน ภายใต้สโลแกน “การสร้างสรรค์” แนวศิลปะ และด้วยการสนับสนุนจากคณะกรรมการพรรคกว่างซีและรัฐบาล

โรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง (Lijiang Painting School) จึงก่อตั้งขึ้นโดยอิสระโดยศิลปินกว่างซีในท้องถิ่นและศิลปินที่ไม่ใช่กว่างซีที่อาศัยอยู่ในกว่างซี การก่อตั้งโรงเรียนจิตรกรรมหลีโดยอิสระ โดยมีสโลแกน “การสร้างสรรค์” เป็นแนวทาง คงยึดมั่นในสโลแกน “สร้างสรรค์” และนับตั้งแต่มุ่งตั้งในปีค.ศ. 2003 จนถึงปีค.ศ. 2023 ได้สรุปประสบการณ์และสำรวจความก้าวหน้าบนเส้นทางศิลปะอย่างต่อเนื่อง ได้เน้นย้ำความจำเป็นในการเสริมสร้างและเพิ่มอิทธิพลของแบรนด์วัฒนธรรมที่โดดเด่นของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง (Lijiang Painting School) กลยุทธ์ที่ครอบคลุมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง มีความสำคัญไม่เพียงแต่สำหรับโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียงเท่านั้น แต่ยังเป็นการให้ข้อมูลอ้างอิงและแรงบันดาลใจสำหรับประเภทศิลปะอื่น ๆ ในภูมิภาคที่เผชิญกับความท้าทายที่คล้ายคลึงกันในภูมิทัศน์ที่กำลังพัฒนาของศิลปะจีนร่วมสมัย

โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง (Lijiang Painting School) มีบทบาทต่อแวดวงจิตรกรรมจีนได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม การสร้างและพัฒนาแบรนด์วัฒนธรรมจิตรกรรมหลี่เจียง (Lijiang Painting School) ในระบบนิเวศทางศิลปะให้ดีขึ้นเป็นแนวทางที่วิทยานิพนธ์นี้จำเป็นต้องศึกษาและวิเคราะห์ เพื่อหากลยุทธ์การพัฒนาต่อไป



ภาพที่ 1 สัมมนาเชิงทฤษฎี “Lijiang Painting School” ที่กุ้ยหลิน
ที่มา : researcher



ภาพที่ 2 ที่ตั้งของกว่างซีบนแผนที่ของจีน 2023
ที่มา : <https://th.wikipedia.org/wiki/Guangxi>



ภาพที่ 3 ภูมิทัศน์แม่น้ำหลีเจียง กว่างซี สิบคันเมื่อ 2023

ที่มา : <https://thai.cri.cn/221/2016/08/02/228s244642.htm>

วัตถุประสงค์

1. วิเคราะห์การพัฒนาแบรนด์และกลยุทธ์การเติบโตของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง ในสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศของกว่างซี ประเทศจีน ในช่วงห้าปีที่ผ่านมา
2. ตรวจสอบกลยุทธ์การพัฒนาของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง และสำรวจวิธีการเพื่อให้บรรลุความยั่งยืนที่ดีขึ้น
3. ระบุข้อบกพร่องในกระบวนการพัฒนาของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง และเสนอมาตรการแก้ไข

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยทำการศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง คือทบทวนคำสำคัญของการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การสร้างและการพัฒนางานนิเวศทางศิลปะของโรงเรียนจิตรกรรมหลีเจียง ซึ่งผู้วิจัยวิเคราะห์งานวรรณกรรม โดยมีความสำคัญดังนี้

การจัดการเชิงกลยุทธ์ : คือการกำหนดทิศทางระยะยาว การกำหนดเป้าหมาย การจัดสรรทรัพยากร ฯลฯ ในบริบทของวิทยานิพนธ์นี้จะมุ่งเน้นไปที่ “กลยุทธ์การพัฒนา” ของ “แบรนด์วัฒนธรรม” สำหรับการวิจัยและการจัดการ ในการทบทวนวรรณกรรมเรื่อง “การจัดการเชิงกลยุทธ์” เน้นไปที่กลยุทธ์การพัฒนาของ “แบรนด์ทางวัฒนธรรม” และ “อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม” ผลงานของ (Yan Xuefeng, 2023). เรื่อง “Development Strategy of Yun Gang Culture Brand IP in Regional Cultural Reshaping” การเผยแพร่วัฒนธรรมถือเป็นรูปแบบสำคัญของการพัฒนาแบรนด์วัฒนธรรมร่วมสมัย มีการเสนอกลยุทธ์ในการสร้างภาพ IP เพื่อเสริมสร้างอิทธิพลทางสังคมของแบรนด์ทางวัฒนธรรม กลยุทธ์ ได้แก่ การค้นหาความหมาย

แผนของแบรนด์วัฒนธรรมและการวางตำแหน่งภาพที่สวยงาม การสร้างบริบททางวัฒนธรรมร่วมสมัยและวิธีการเล่าเรื่อง การใช้รูปแบบต่าง ๆ เช่น นิทรรศการศิลปะและประสบการณ์ศิลปะดิจิทัล และการพัฒนารูปแบบการสื่อสารทางวัฒนธรรมใหม่ ๆ และความร่วมมือข้ามพรมแดน (Wu Zhiming, 2023). “หลักการและกลยุทธ์การพัฒนาของการออกแบบงานศิลปะเซรามิก เพื่อสิ่งแวดล้อมในเมืองร่วมสมัย” เน้นย้ำว่า แบรินด์ทางวัฒนธรรมไม่สามารถแยกออกจากสภาพแวดล้อมทางสังคมได้ในระหว่างการก่อสร้าง เขาแนะนำว่ามีเพียงแบรนด์วัฒนธรรมที่สืบทอดและส่งเสริมวัฒนธรรมเมืองเท่านั้นที่สามารถก้าวหน้าบนเส้นทางการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ (Bi, M. L., 2023). เสนอกลยุทธ์ใน “ยุทธศาสตร์บูรณาการคุณลักษณะทางวัฒนธรรมของภูมิภาคและภาพลักษณ์ของแบรนด์เกษตรกรรมในภูมิภาค” เพื่อเพิ่มการสะท้อนทางวัฒนธรรม ข้อเสนอแนะ ได้แก่ การบูรณาการลักษณะเฉพาะของภูมิภาคเข้ากับแบรนด์ทางวัฒนธรรม (Zhuang, L., 2019). ใน “กลยุทธ์การพัฒนาสมัยใหม่ของการวาดภาพสีน้ำมณฑลเจียงซู” เน้นย้ำถึงความสำคัญของนวัตกรรมและการสืบทอดในการพัฒนาศิลปะ กลยุทธ์ต่าง ๆ ได้แก่ การส่งเสริมการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านนิทรรศการ การเสริมสร้างความพยายามในการประชาสัมพันธ์ และการยกระดับการศึกษาด้านศิลปะเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Xu Min, 2021). เรื่อง “กลยุทธ์การสืบทอดและการปกป้องศิลปะการวาดภาพด้วยนิ้วมือเสฉวนในมุมมองของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้” เสนอแนะกลยุทธ์ทั้งภายในและภายนอกเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน กลยุทธ์ภายในมุ่งเน้นไปที่การปลูกฝังผู้สืบทอดและเสริมสร้างทักษะทางศิลปะ ในขณะที่กลยุทธ์ภายนอกเกี่ยวข้องกับมาตรการคุ้มครองของรัฐบาล การขยายช่องทางการส่งเสริมการขาย การใช้เทคโนโลยีเพื่อการคุ้มครองมรดก และการขยายตลาดสำหรับงานศิลปะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

การสร้างแบรนด์ : เป็นกระบวนการที่ครอบคลุมซึ่งเกี่ยวข้องกับปัจจัยและกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยครอบคลุมการระบุและการกำหนดองค์ประกอบหลักของแบรนด์ โดยเน้นความสำคัญของการวางตำแหน่งการจัดการ และการปรับปรุงร่างของแบรนด์ นอกจากนี้ยังเน้นการประยุกต์ใช้ปัจจัยทางวัฒนธรรม ปัจจัยทางสังคม และเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรม มิใช่เป็นเพียงกิจกรรมภายในองค์กร แต่เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ครอบคลุม (K. Kovalchuk, M. Podorozhna, 2021). “หลักการทางแนวคิดของการสร้างแบรนด์” เสนอกรอบการทำงานที่เน้นความเป็นผู้นำ อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ คุณค่าและความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ พวกเขาเน้นย้ำถึงความสำคัญของการวางตำแหน่งแบรนด์ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยตอบสนองความต้องการด้านการใช้งาน สังคม เศรษฐกิจ และจิตวิทยา (Kononenko, O., 2021). “ลักษณะทางทฤษฎีของการจัดการแบรนด์ขององค์กร” วิเคราะห์วิธีการวิจัยสมัยใหม่สำหรับองค์ประกอบของแบรนด์ โดยการวิเคราะห์คำจำกัดความแนวคิดของ แบรนด์ที่มีอยู่ (Chao L, Hafiza N, 2023). ใน “การวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและการสร้างแบรนด์” ให้เหตุผลว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์และการสร้างแบรนด์สามารถเผยแพร่และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เอาชนะความท้าทายในยุคโลกาภิวัตน์ และเพิ่มพลังอันนุ่มนวล พวกเขาเสนอกลยุทธ์สำหรับการ

สร้างแบรนด์ เช่น การบูรณาการองค์ประกอบในท้องถิ่นในการสร้างแบรนด์ ผสานเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ในปัจจุบัน การใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระหว่างการผลิต และการใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนเพื่อให้ผู้บริโภคดื่มด่ำกับการรับรู้ถึงแบรนด์ สอดคล้อง (Sharma, D., Sharma, P., Lala, A., Yadav, A. 2023). ในหัวข้อ “Understand the Cultural and Societal Factors Influencing Brand Renaissance” มุ่งเน้นไปที่การฟื้นฟูแบรนด์ โดยหารือเกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคมที่มีต่อการฟื้นฟูแบรนด์ ตลอดจนวิเคราะห์กลยุทธ์และกลไกของแบรนด์ ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยา พวกเขาเสนอแนะกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การปรับตัวทางวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่เน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง และกลยุทธ์ประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ พร้อมด้วยคำแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคต

นิเวศวิทยาทางศิลปะ : เป็นแนวคิดที่ครอบคลุมซึ่งโดดเด่นด้วยความหลากหลาย พลวัตและความซับซ้อน สะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่พึ่งพาซึ่งกันและกันระหว่างศิลปะกับสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมจากมุมมองทางนิเวศวิทยา (Zhang, R., Zhang, H, 2023). ในบทความเรื่อง “ความสมดุลและความไม่สมดุล : ตลาดศิลปะและนิเวศวิทยาศิลปะจีนร่วมสมัย” ศึกษาผลกระทบแบบสองด้านของตลาดศิลปะต่อระบบนิเวศศิลปะตลอดทศวรรษ ตั้งแต่การเกิดขึ้นไปจนถึงการพัฒนา พวกเขาแย้งว่าถึงแม้จะขับเคลื่อนจังหวะการบริโภคงานศิลปะ แต่ก็ยังทำให้ราคาพุ่งสูงขึ้นในระยะสั้น โดยดึงดูด “ผู้ซื้อ” ที่แสวงหาผลตอบแทนในระยะสั้นสูง ซึ่งทำให้เกิดความไม่สมดุลทางอ้อมในระบบนิเวศทางศิลปะที่สมดุลแต่เดิม พวกเขาแนะนำว่าเฉพาะเมื่อมีปัจจัยที่แข็งแกร่งเท่านั้นที่ตลาดศิลปะสามารถกลับคืนสู่การทำงานดั้งเดิมภายในระบบนิเวศของศิลปะได้ (Wang Xiaoyue, Liu Hexiang, 2023). ใน “การสร้างใหม่นิเวศวิทยาศิลปะท้องถิ่นในแม่น้ำ Xiangbei Li” อภิปรายเกี่ยวกับลัทธิภูมิภาคนิยมทางศิลปะที่มีศูนย์กลางอยู่ที่แม่น้ำจากมุมมองของนิเวศวิทยาทางศิลปะและมานุษยวิทยาลุ่มน้ำ โดยกล่าวถึงประเด็นริมน้ำ การพัฒนาอารยธรรมในเมือง และความไม่สมดุลและ คืนสู่ความสมดุลของระบบนิเวศทางศิลปะ (Peng Feng, 2022). ใน “Ecological Art and Appreciation of Art Ecology” ให้คำจำกัดความของระบบนิเวศศิลปะตามแนวคิด “โลกศิลปะ” ของ Arthur Danto ในเรียงความของเขาเมื่อปี ค.ศ. 1964 ซึ่งสนับสนุนให้ปลดปล่อยความคิดทางศิลปะจากการมุ่งเน้นไปที่ศิลปินและงานศิลปะและพิจารณางานศิลปะในวงกว้าง บริบททางสังคม. เขาเชื่อว่าเพื่อให้บรรลุการพัฒนาที่ยิ่งใหญ่และความเจริญรุ่งเรืองของศิลปะ เราต้องไม่เพียงมุ่งเน้นไปที่ศิลปินและงานศิลปะเท่านั้น แต่ยังรวมถึงระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับศิลปะด้วย (Zhao Yue, 2020). “การดูการเติบโตของการวาดภาพด้วยหมึกจากมุมมองของ ‘นิเวศวิทยาทางศิลปะ’ และ ‘บริบทร่วมสมัย’” ให้เหตุผลว่าการพัฒนาและความก้าวหน้าของการวาดภาพด้วยหมึกสมัยใหม่และร่วมสมัยไม่สามารถแยกออกจากอิทธิพลของแ่งมู่ทางวัตถุและจิตวิญญาณ ของนิเวศวิทยาทางศิลปะ รวมถึงแนวคิดทางวัฒนธรรมและจิตสำนึกทางสังคมที่ฝังอยู่ภายใน (Geng Can, 2020). เรื่อง “Study of Chinese Mongolian Calligraphy from the Perspective of Cultural Ecology” ให้เหตุผลว่าศิลปะของชนกลุ่มน้อยทางชาติพันธุ์ทั้งหมดแยกออกจาก “นิเวศวิทยา” ในท้องถิ่นไม่ได้ เขาแบ่ง

“นิเวศวิทยา” ออกเป็นสองชั้นของความเข้าใจ ชั้นหนึ่งคือ “นิเวศวิทยาธรรมชาติ” ที่เป็นพื้นฐานทางวัตถุสำหรับการผลิตงานศิลปะ ซึ่งมีอิทธิพลต่อสุนทรียศาสตร์และองค์ประกอบโวหารในการสร้างสรรค์งานศิลปะ และอีกชั้นหนึ่งเป็นตัวแทนของ “นิเวศวิทยาทางวัฒนธรรม” ของตัวศิลปินเอง เขาแนะนำว่าศิลปะซึ่งได้รับอิทธิพลจากนิเวศน์ศิลปะในท้องถิ่น จัดแสดงรูปแบบศิลปะที่แตกต่างกันในช่วงเวลาต่าง ๆ และนิเวศน์ของศิลปะก็จำกัดศิลปะ ในขณะที่ศิลปะก็มีอิทธิพลต่อนิเวศของศิลปะด้วย

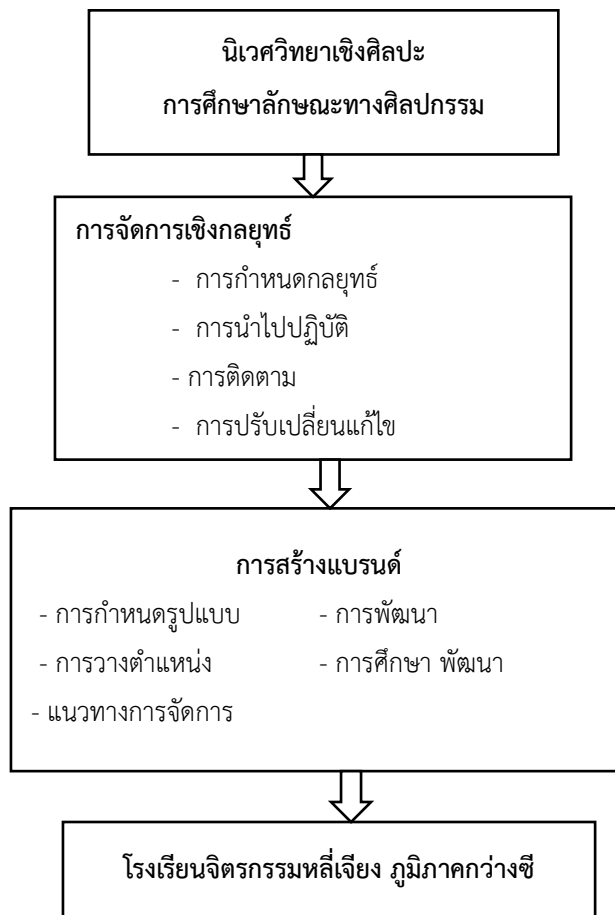
โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง : เป็นแบรนด์ทางวัฒนธรรมและศิลปะที่ได้รับการเสนอและส่งเสริมอย่างมากโดยรัฐบาลกว่างซีในปีค.ศ. 2003 โดยมีศิลปินในมณฑลกว่างซีเป็นแกนหลัก มีถ่ายทอดภูมิทัศน์ที่มีเสน่ห์และประเพณีท้องถิ่นของกว่างซี จึงมีลักษณะเฉพาะของภูมิภาคกว่างซีที่โดดเด่น” (Pan, Q. 2002). รองเลขาธิการคณะกรรมการพรรคเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วง และรัฐมนตรีกระทรวงโฆษณาชวนเชื่อ เน้นย้ำถึงความจำเป็นและหลีกเลี่ยงไม่ได้ของการก่อตั้ง 'โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง' เขาสรุปคุณลักษณะของมันคือ 'ยุคสมัย โดดเด่น ภูมิภาค ผู้ใหญ่ ชาติพันธุ์ และความเป็นกลุ่มก้อน' และเสนอข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนา เช่น การมุ่งเน้นไปที่ทฤษฎี การสร้างทีม การสร้าง การประสานงาน และการลงทุน” “ใน 'Legal Thinking on the Construction of the Lijiang Painting School Cultural Brand' (Yang, L, 2020).ชี้ให้เห็นประเด็นต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและการพัฒนาแบรนด์ของ Lijiang Painting School เช่น การขาดสัญญาณภายนอกที่ชัดเจนของแบรนด์ทางวัฒนธรรม สิทธิของแบรนด์ที่ไม่ชัดเจน ผู้ถือครองและกฎหมายกำกับดูแลตลาดที่ค่อนข้างล่าช้าหลังจากเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะทางกฎหมายเช่นการจัดตั้งการจัดการของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงผ่านกฎหมายและข้อบังคับของรัฐบาล ““ใน 'The Aesthetic Pursuit of the Lijiang Painting School Art Brand' (Huang Gesheng, 2004). กล่าวถึงความเป็นไปได้และความจำเป็นของการสร้างโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ทิวทัศน์ที่สวยงามของกุ้ยหลิน ซึ่งดึงดูดจิตรกรชื่อดังมากมายให้พรรณนาถึงทิวทัศน์ที่สวยงามของแม่น้ำหลี่เจียง และพันธุ์พืชที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลายสี รวมถึงชนกลุ่มน้อยจำนวนมากในภูมิภาคกึ่งเขตร้อนของกว่างซี” (Pan Lina, 2018). บรรยายถึง Lijiang Painting School ว่าเป็นกลุ่มจิตรกรรมที่ประกอบด้วยภาพวาดประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวแทนของสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกว่างซี ซึ่งชี้แจงว่าการพัฒนา ของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงสะท้อนให้เห็นถึงสถานะของระบบนิเวศทางวัฒนธรรมของกว่างซี เศรษฐกิจสังคม ฯลฯ สอดคล้อง (Feng, F. J. 2021). ได้กล่าวถึงอิทธิพลของภูมิประเทศ ภูมิประเทศ และภูมิทัศน์ที่หลากหลายของกว่างซีต่อการสร้างสรรค์ผลงานจิตรกรรมของกว่างซี เขาเชื่อว่าทิวทัศน์ธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ของกว่างซีไม่เพียงแต่มีอิทธิพลโดยตรงต่อการวาดภาพเท่านั้น การสร้างสรรค์ในกว่างซี แต่ยังทำหน้าที่เป็นสถานที่สำคัญสำหรับแรงบันดาลใจของศิลปินกว่างซีและการพัฒนาโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง”

วรรณกรรมส่วนใหญ่เป็นเรื่องที่ศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้าง การพัฒนางานนิเวศทางศิลปะของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง กล่าวถึงการพัฒนาแบรนด์ กลยุทธ์ การเติบโตของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง ใน

สภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม ระบบนิเวศของกว้างซี รวมทั้งกลยุทธ์การพัฒนา การสำรวจวิธีการเพื่อให้บรรลุถึงความยั่งยืน และระบุข้อบกพร่องในกระบวนการพัฒนา เพื่อเสนอมาตรการแก้ไขในสิ่งที่เป็นจุดด้อยของการดำเนินการ ให้สู่ความยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรมในอนาคตสืบไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยครั้งนี้ คือ โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง ภูมิภาคกว้างซี ซึ่งมีแนวนขั้นตอนแนวคิด ดังนี้ การศึกษาลักษณะทางศิลปกรรม มีการจัดการเชิงกลยุทธ์ การกำหนดกลยุทธ์ นำไปปฏิบัติ และการติดตามปรับเปลี่ยนแก้ไข โดยการสร้างแบรนด์ด้วยวิธีการกำหนดรูปแบบ พัฒนา จัดวางตำแหน่ง การศึกษาสู่แนวทางการจัดการ ให้สอดคล้องกับบริบทของอิทธิพลจากภายนอก ซึ่งจะส่งผลให้เห็นสภาพความเป็นจริงของสังคมและสอดคล้องกับแนวทางใหม่ ที่จะส่งเสริมให้เกิดประโยชน์กับพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 4 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการศึกษา กลยุทธ์การสร้างและการพัฒนางานนิเวศน์ทางศิลปะของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง โดยกำหนดขอบเขตการวิจัยจากสามด้าน ดังนี้

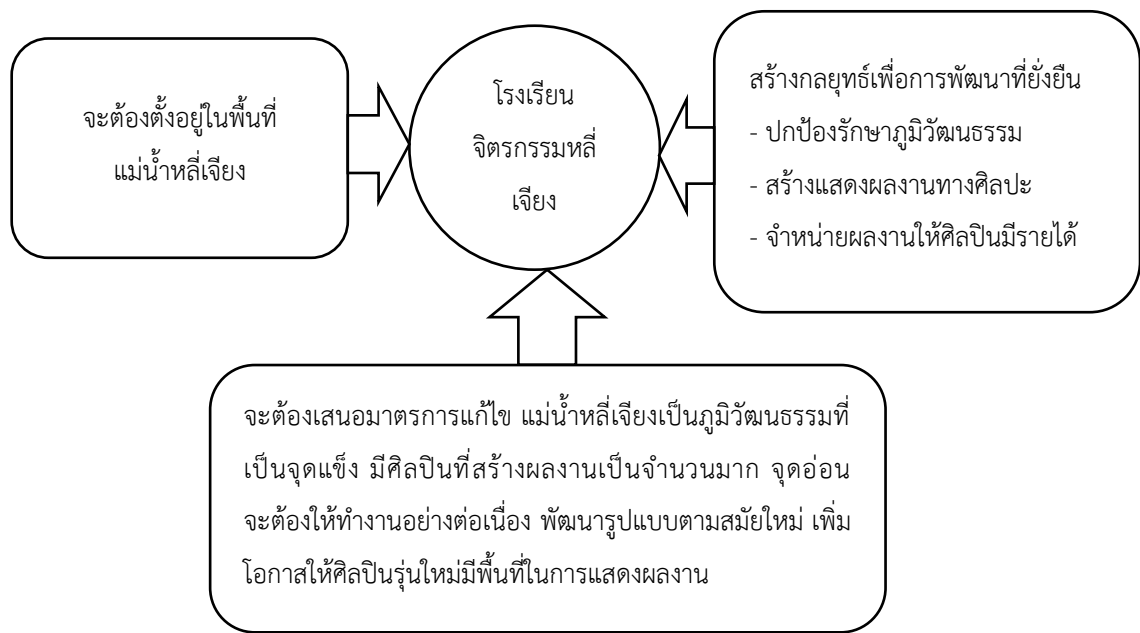
1. ศึกษานิเวศวิทยาทางศิลปะของมณฑลกว่างซี ประเทศจีน มุ่งเน้นไปที่กิจกรรมหลักของ “โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง” รวมถึงความสัมพันธ์ระหว่างขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมชาติพันธุ์ของภูมิภาค การก่อตัวของรูปแบบศิลปะของ “โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง” และแบรนด์ การก่อสร้าง. (ขอบเขตระดับภูมิภาคของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือเขตปกครองตนเองกว่างซีจ้วงในประเทศจีน โดยอาศัยระบบนิเวศทางศิลปะของภูมิภาคกว่างซี รวมถึงขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมชาติพันธุ์ในภูมิภาค ความสัมพันธ์ระหว่างการก่อตัวของรูปแบบศิลปะ ของ “โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง” และ จะได้ศึกษาการสร้างแบรนด์)

2. ศึกษาอิทธิพลของศิลปินโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงที่อาศัยอยู่ในกว่างซีและนิเวศวิทยาทางศิลปะของกว่างซีต่อทิศทางการศิลปะของศิลปิน

3. การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มุ่งเน้นไปที่ช่วงเวลาตั้งแต่การก่อตั้งพันธมิตรโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงจนถึงปัจจุบัน ช่วงเวลาระหว่างปีค.ศ. 2003 ถึงปีค.ศ. 2023 ซึ่งเป็นช่วงเวลาของการก่อตั้งและการพัฒนา จะได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบและครอบคลุมสำหรับกิจกรรมและกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องในการสร้างแบรนด์และการพัฒนาที่ยั่งยืนของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง

ผลการวิจัย

ในฐานะแบรนด์วัฒนธรรมหลักในกว่างซี โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงเผชิญกับความท้าทายในการสร้างและรักษาแบรนด์วัฒนธรรมให้ดีขึ้นในบริบทปัจจุบัน จากการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงเชิงพลวัตในระบบนิเวศทางศิลปะของกว่างซี กระบวนการก่อตัวและการพัฒนาของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงสามปีที่ผ่านมา ข้อมูลเชิงลึกต่อไปนี้ได้มาเพื่อตอบคำถามสำคัญสามข้อ 1) ตำแหน่งแบรนด์ของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงคืออะไร? 2) ในฐานะแบรนด์ศิลปะ โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงมีกลยุทธ์เฉพาะอะไรบ้างเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนหลังจากการพัฒนามาเป็นเวลา 20 ปี 3) ภายในภูมิทัศน์การวาดภาพของจีนและภายใต้ระบบนิเวศทางศิลปะของกว่างซี อะไรคือจุดแข็ง (S) จุดอ่อน (W) โอกาส (O) และภัยคุกคาม (T) การสรุปคำถามสามข้อข้างต้นและการพิจารณากลยุทธ์การพัฒนาแบรนด์ ลักษณะทางวัฒนธรรมของโรงเรียนจิตรกรรม หลี่เจียง และสถานะปัจจุบันของระบบนิเวศทางศิลปะของกว่างซี



ภาพที่ 5 สรุปผลการวิจัย

อภิปรายผลการวิจัย

ในระบบนิเวศทางวัฒนธรรมของกว้างซี วิธีที่โรงเรียนจิตรกรรมหลักเจียงกำหนดตำแหน่งแบรนด์ทางวัฒนธรรมถือเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน จำเป็นต้องกำหนดบทบาทของตนในวัฒนธรรมภูมิภาคอย่างชัดเจน โดยบูรณาการอย่างใกล้ชิดกับทรัพยากรทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของกว้างซี เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของแบรนด์ที่โดดเด่น

นอกจากนี้ การรวบรวมข้อมูลภายในยังเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืน รวมถึงการมีทักษะ มีความสามารถ ในการสร้างสรรค์คุณภาพของผลงานศิลปะ และระดับการศึกษาด้านศิลปะ ซึ่งสามารถให้การสนับสนุนที่แข็งแกร่งสำหรับการสร้างแบรนด์ การมีส่วนร่วมในปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มศิลปะอื่น ๆ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมให้เกิดการยอมรับโรงเรียนจิตรกรรมหลักเจียงเป็นการวางตำแหน่งแบรนด์และกลยุทธ์การตลาดที่แม่นยำสามารถช่วยให้โรงเรียนจิตรกรรมหลักเจียงตอบสนองความต้องการของผู้ชมได้มากยิ่งขึ้น และเพิ่มขีดความสามารถของการแข่งขันในตลาดแน่นอนว่าเพื่อให้บรรลุการพัฒนาที่ยั่งยืน โรงเรียนจิตรกรรมหลักเจียงจำเป็นต้องมุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างความแข็งแกร่งภายในบนพื้นฐานของจุดยืนที่สมเหตุสมผล ตอบสนองต่อปฏิสัมพันธ์และความท้าทายทางสังคมอย่างกระตือรือร้น และปรับปรุงการบูรณาการกับวัฒนธรรมท้องถิ่น สอดคล้องกับ (Zhuang, L, 2019). “กลยุทธ์การพัฒนาสมัยใหม่ของการวาดภาพสีน้ำมันฉางเจียงซู” เน้นย้ำถึงความสำคัญของนวัตกรรมและการสืบทอดในการพัฒนาศิลปะ กลยุทธ์ต่าง ๆ ได้แก่ การส่งเสริมการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านนิทรรศการ การเสริมสร้างความพยายามในการประชาสัมพันธ์ และการยกระดับการศึกษาด้านศิลปะเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (K. Kovalchuk, M. Podorozhna, 2021). “หลักการทางแนวคิดของการสร้างแบรนด์” เสนอกรอบการทำงานที่

เน้นความเป็นผู้นำ อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ คุณค่าและความได้เปรียบในการสร้างแบรนด์ พวกเขาเน้นย้ำถึงความสำคัญของการวางตำแหน่งแบรนด์ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคโดยตอบสนองความต้องการด้านการใช้งาน สังคม เศรษฐกิจ และจิตวิทยา (Chao L, Hafiza N, 2023). ใน “การวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์ของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นและการสร้างแบรนด์” ให้เหตุผลว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์และการสร้างแบรนด์สามารถเผยแพร่และส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพเอาชนะความท้าทายในยุคโลกาภิวัตน์ และเพิ่มพลังอันนุ่มนวล พวกเขาเสนอกลยุทธ์สำหรับการสร้างแบรนด์ เช่น การบูรณาการองค์ประกอบในท้องถิ่นในการสร้างแบรนด์ ผสานเข้ากับเทคโนโลยีใหม่ในปัจจุบัน การใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนเพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระหว่างการผลิต และ การใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนเพื่อให้ผู้บริโภคดื่มด่ำกับการรับรู้ถึงแบรนด์ (Sharma, D., Sharma, P., Lala, A., Yadav, A. 2023). ในหัวข้อ “Understand the Cultural and Societal Factors Influencing Brand Renaissance” มุ่งเน้นไปที่การฟื้นฟูแบรนด์ โดยหารือเกี่ยวกับผลกระทบของปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคมที่มีต่อการฟื้นฟูแบรนด์ ตลอดจนวิเคราะห์กลยุทธ์และกลไกของแบรนด์ ยุคฟื้นฟูศิลปวิทยา พวกเขาเสนอแนะกลยุทธ์ต่าง ๆ เช่น การปรับตัวทางวัฒนธรรม กลยุทธ์ที่เน้นผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง และกลยุทธ์ประสบการณ์ที่ดื่มด่ำ พร้อมด้วยคำแนะนำสำหรับการวิจัยในอนาคต (Wang Xiaoyue, Liu Hexiang, 2023). “การสร้างใหม่นิเวศวิทยาศิลปะท้องถิ่นในแม่น้ำ Xiangbei Li” อภิปรายเกี่ยวกับลัทธิภูมิภาคนิยมทางศิลปะที่มีศูนย์กลางอยู่ที่แม่น้ำจากมุมมองของนิเวศวิทยาทางศิลปะและมานุษยวิทยาลุ่มน้ำ โดยกล่าวถึงประเด็นริมน้ำ การพัฒนาอารยธรรมในเมือง และความไม่สมดุลและ คืบคลานสู่ความสมดุลของระบบนิเวศทางศิลปะ (Huang Gesheng, 2004). กล่าวถึงความเป็นไปได้และความจำเป็นของการสร้างโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ทิวทัศน์ที่สวยงามของกุ้ยหลิน ซึ่งดึงดูดจิตรกรชื่อดังมากมายให้พรรณนาถึงทิวทัศน์ที่สวยงามของแม่น้ำหลี่เจียง และพันธุ์พืชที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลาย สัน รวมถึงชนกลุ่มน้อยจำนวนมากในภูมิภาคกึ่งเขตร้อนของกว่างซี” สอดคล้อง (Pan Lina, 2018). บรรยายถึง Lijiang Painting School ว่าเป็นกลุ่มจิตรกรรมที่ประกอบด้วยภาพวาดประเภทต่าง ๆ ซึ่งเป็นตัวแทนของสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกว่างซี ซึ่งชี้แจงว่าการพัฒนา ของโรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียงสะท้อนให้เห็นถึงสถานะของระบบนิเวศทางวัฒนธรรมของกว่างซี เศรษฐกิจสังคม ฯลฯ

นอกจากนี้ ควรมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความร่วมมือระหว่างประเทศมากขึ้น เพื่อขยายขอบเขตของแบรนด์โรงเรียนจิตรกรรมหลี่เจียง ให้สามารถนำเสนอรูปแบบที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่นเป็นที่ยอมรับมากขึ้นบนเวทีศิลปะร่วมสมัย ซึ่งมีส่วนช่วยในการสนับสนุนส่งเสริมเชิงบวกต่อการพัฒนาผลงานทางศิลปะของกว่างซีและต่อเนื่องไปในระดับนานาชาติ

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดในโรงเรียนจิตรกรรมหล่เจียง ภายใต้ระบบนิเวศทางศิลปะของกว่างซี เกิดจากปัจจัยหลายประการที่เข้ามาสู่สังคม ทั้งวิถีวัฒนธรรม ค่านิยมความเชื่อ รูปแบบ กระบวนการทางสังคม ปัจจัยดังกล่าวก่อให้เกิดกระบวนการทางสังคมใหม่ จึงเป็นเรื่องสำคัญที่โรงเรียนจิตรกรรมหล่เจียง ในกว่างซี ประเทศจีนควรให้ความสนใจและตระหนักเป็นอย่างยิ่ง ในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ โดยอาศัยความรู้ที่มีอยู่ในการพัฒนาจากสิ่งเดิมสู่สิ่งใหม่อย่างสร้างสรรค์ จะทำให้รากฐานดั้งเดิมสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรพัฒนาความรู้ภูมิวัฒนธรรมที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมรอบข้าง โดยต่อยอดให้เป็นนวัตกรรมหรือผลผลิตใหม่ ที่มีประโยชน์ คุณค่า ต่อผู้คนและสังคมเพื่อจะได้เกิดประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตและศึกษาในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Bi, M. L., (2023). Integration strategy of regional cultural characteristics and visual image of agricultural regional brands. **Art Education Research**, (15), 120-122.
- Chao, L., Hafiza, N., (2023). Research on the Strategy of Local Cultural Creative Products and Brand Building. **Academic Journal of Humanities & Social Sciences**. <https://doi.org/10.25236/ajhss.2023.06 2, 110>.
- Feng, F. J., (2021). The impact of regional landscape resources on landscape painting in Guangxi. **Art World**, (07), 92-93.
- Geng, Can. (2020). **Research on Chinese Mongolian calligraphy from the perspective of cultural ecology** (Doctoral dissertation, Inner Mongolia University). <https://kns.cnki.net/KCMS/CDFDLAST2021&filename=CDFDLAST2021&filename=1020653265.nh>
- Huang, Gesheng. (2004). The necessity and feasibility of building the “Lijiang Painting School.” **Art Exploration**, (03), 5-6.
- Kononenko O., (2021). **THEORETICAL ASPECTS OF THE ORGANIZATION BRAND MANAGEMENT**. 76-82. <https://doi.org/10.30837/ITSSI.2021.15.076>.
- K. Kovalchuk, M. Podorozhna. (2021). **Conceptual Principles of Brand Formation**. Business Inform. <https://doi.org/10.32983/2222-4459-2021-5-396-401>.

- Pan Lina. (2018). On the temporality and individuality of the Lijiang Painting School in the past decade. **Culture and Communication**, (05), 53-58.
- Pan, Q. (2002). The era calls for the “Lijiang Painting School” - Speech at the Seminar on Building the “Lijiang Painting School” in the Guangxi Art Circle. **Art World**, (12), 3-5.
- Peng, Feng. (2022). Ecological art and artistic ecology: Appreciation varies with differences. **Art Observation**, (01), 6-8.
- Sharma, D., Sharma, P., Lala, A., Yadav A., (2023). Understanding the Cultural and Societal Factors Influencing Brand Renaissance. **International Journal of Scientific Research and Management**. <https://doi.org/10.55041/ijrsrem>
- Wang Xiaoyue, Liu Hexiang. (2023). Reconstruction of local artistic ecology of the Lishui River in northern Hunan. **China Nationalities Expo**, (04), 72-74
- Wu Zhiming. (2023). Principles and development strategies of contemporary urban public environment ceramic art design. **Ceramics Science and Art**, (12), 22-23.
- Xu Min. (2021). **Research on the inheritance and protection strategies of Sichuan's finger-painting art from the perspective of intangible cultural heritage (Master's thesis, Chengdu University)**.
<https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202102&filename=1021578915.nh>
- Yang L. (2020). Legal considerations in the process of building the cultural brand of the Lijiang Painting School. **Culture and Education Materials**, (36), 84-86.
- Yan, Xuefeng. (2023). Development Strategy of Yun Gang Culture Brand IP in Regional Culture Reshaping. **Journal of Shanxi Datong University (Social Science Edition)**, (06), 105-112.
- Zhang, R., Zhang H., (2023). Balance and imbalance: Art market and contemporary Chinese artistic ecology. **Art** (04), 54-57.
- Zhao Yue. (2020). **Understanding the “growth” of ink painting from the perspectives of “artistic ecology” and “contemporary context” (Master's thesis, China Central Academy of Fine Arts)**.
<https://kns.cnki.net/KCMS/detail/detail.aspx?dbname=CMFD202101&filename=1020368622.nh>

Zhuang L. (2019). Modern development strategy of Jiangsu watercolor painting. **Journal of Hubei Open Vocational College**, (12), 193-194.