



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๑๔ สุขุมวิท ๒๓ แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ ๐-๒๖๕๙-๕๐๐๐ ภายใน
๕๖๖๖ โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๒๕๘-๐๓๑๑

ข่าวจากหนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ฉบับประจำวันที ๑๖ เดือนมีนาคม พ.ศ.๒๕๓๓ หน้า

ศูนย์สารสนเทศและการประชาสัมพันธ์ ได้จัดระบบข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ สนใจดูที่ได้ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ยังก์ ดีไซเนอร์ โชว์แฟชั่นผลงานวัฒนธรรมไทย

สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ของยังก์ดีไซเนอร์อย่างต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ติดต่อกัน ในงาน "สยามพารากอน บางกอก อินเตอร์เนชั่นแนล แฟชั่น วีค 2010" (บีไอเอฟดับเบิลยู 2010) ระหว่างวันที่ 18-21 มี.ค. ที่สยามพารากอน ซึ่ง สิงห์ คอร์เปอเรชั่น เป็นผู้สนับสนุนหลักของงาน พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้นักศึกษาจาก ม.ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตรนำเสนอไอเดียสุดบรรเจิดกับโชว์ "สิงห์ พรีเมเซนต์ แฟช บาย ศรีนครินทรวิโรฒ" รวมถึงสนับสนุนแบรนด์ไทยที่กำลังร้อนแรงกับ "อาชาว่าฟอว์ สิงห์" ให้ได้โชว์ผลงานรับคอลเลกชันสปริง/ซัมเมอร์

วรุณี ภิรมย์ภักดี ผจก.ฝ่ายพันธมิตรและกิจกรรม บริษัท สิงห์ คอร์เปอเรชั่น จำกัด ในฐานะผู้สนับสนุนหลักของงาน กล่าวว่า การสนับสนุน วงการแฟชั่นและงานครั้งนี้เป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่สิงห์ให้ความสำคัญ เพราะเชื่อมั่นในศักยภาพวงการแฟชั่นและดีไซเนอร์ไทย โดยปีนี้คอนเซ็ปต์งานคือ "รีไวทลไลซ์ ดี อะควา มารีน คีนชีวิตกลับสู่แหล่งน้ำ ด้วยการร่วมมือกันลดภาวะโลกร้อน" สิงห์จึงจัดแฟชั่นโชว์ชุดพิเศษเพื่อกระตุ้นให้ทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของน้ำ และสร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์งานศิลปะสะท้อนปัญหาของโลก

สำหรับแฟชั่น สิงห์ พรีเมเซนต์ แฟช บาย ศรีนครินทรวิโรฒ ครั้งนี้มาในแนวคิด แฟช-โอโลจี เพื่อบอกว่าแฟชั่นไม่ใช่แค่การตัดเย็บเสื้อผ้าสำหรับสวมใส่แต่หมายถึงการประดิษฐ์คิดค้นและสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่โดยใช้ความงามทางศิลปะมาเป็นตัวช่วย แบ่งเป็น 2 โชว์ย่อย ประเดิมโชว์แรกของ สวรรยา จอมเทพมาลารุ่นพี่นักเรียนแฟชั่นจาก มศว ที่กำลังไปศึกษาต่อด้านแฟชั่น ดีไซน์ที่นิวยอร์กและเคยแสดงผลงานที่ นิวยอร์ก แฟชั่น วีค สปริง/ซัมเมอร์ 2010 มาแล้ว โดยสิ่งที่ดึงดูดสื่อต่างชาติให้สนใจในคอลเลกชันนี้อยู่ที่เทคนิคการพับกระทรงรูปแบบต่าง ๆ ในงาน ลอยกระทงที่นำมาปรับใช้กับเสื้อผ้า

โชว์ที่สองคือ แฟช-โอโลจี ผลงานแฟชั่นนิพนธ์ของนิสิต ปี 4 ภายใต้แนวคิด "คอนเซ็ปต์ชวลอาร์ต" นำลัทธิทางศาสนามาปรุงแต่งเป็นเครื่องแต่งกาย เทรดดิชั่นแนลไทย "ซึ่งหยิบภูมิปัญญาและประเพณีไทยมาประยุกต์ รวมถึง "นิว เอ็กซ์เพอริเมนต์" กับการทดลองออกแบบเสื้อผ้าด้วยมุมมองและ

วิธีการใหม่ ๆ ส่วนหนึ่งของ อาซาว่า ฟอรั่ สิงห์ มาในแนวคิด ดิ อาเธอร์ อัพเพอร์ เวสต์ ไซต์ กับ
ภาพลักษณ์ของสาวแมนฮัตตันที่เปี่ยมด้วยอารมณ์หรือหวนรำลึกสนุกสนาน ขณะเดียวกันก็มีบุคลิก
และไลฟ์สไตล์ที่ชัดเจนในแบบสาวอาซาว่า เน้นโทนเหลืองเจดเดียวกับโลโก้สิงห์ เพื่อนำมาเติมสีสันเสื้อผ้า
ให้รู้สึกสนุกสนานและผ่อนคลาย.