



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

๑๑๔ สุขุมวิท ๒๓ แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ ๑๐๑๑๐ โทรศัพท์ ๐-๒๖๔๕-๕๐๐๐
ภายใน ๑-๕๖๖๖ โทรศัพท์/โทรสาร ๐-๒๒๕๕-๖๑๓๒

ข่าวจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับประจำวันที ๓๐ เดือนพฤษภาคม พ.ศ.๒๕๕๘ หน้า ๑๔-๑๕ มูลค่าข่าว ๘๖๔,๘๑๐.-

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

Hot&Cool

เรื่อง... พงศ์ พริบไหว
ภาพ... ภัทรชัย ปรินาพานิช

นกฮูก จิ้งจอก เหี้ยยว มา คนรุ่นใหม่...สื่อ...สังคม



อาจไม่ใช่เรื่องแปลกแต่น้อยต่อน้อยจะได้เห็นนิทรรศการที่ไร้รูปวาดหรือภาพถ่าย แต่กลับเต็มไปด้วยคอมพิวเตอร์กว่า 50 เครื่องเรียงแถวตรง โซฟูปลังงานเก่าๆ สุดเพี้ยวฟ้าวของเหล่าหนุ่มสาวรุ่นใหม่ในนิทรรศการ “SUDSUNGKOM” (สัตว์สังคม) ผลงานนวัตกรรมสื่อสารนิพนธ์ของเอกรการออกแบบสื่อปฏิสัมพันธ์และมัลติมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ชื่อมายาวขนาดนี้งานนี้ขอเรียกสั้นๆ ตามคำบอกของน้องๆ แล้วกันว่าคณะมัลติมีเดีย

ในงานนิทรรศการของพวกเขาที่ศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ได้รวบรวมผลงานการออกแบบยุคใหม่ไว้ครบรส อาทิ แอนิเมชัน อินเตอร์แอ็กทีฟ เว็บไซต์ เกม คอมพิวเตอร์กราฟฟิก ฯลฯ ซึ่งล้วนแล้วแต่สร้างสรรค์ อีกทั้งยังส่งเสริมและเอาใจใส่สังคมอย่างจริงจัง ซึ่งงานนี้พวกเขาได้โชว์แนวคิดการออกแบบสิ่งต่างๆ ออกมาอย่างสุดตั้ง ทรงพลังและทันสมัย สื่อสารออกมาแบบตรงไปตรงมาเหมือนชื่องานที่นำเสนอความเป็นสัตว์สังคม อันเกิดมาจากสัตว์ 4 ประเภทที่มีความก่นดในแต่ละด้าน แต่ทว่าเมื่อมาอยู่ร่วมกันทั้งหมดเป็นสังคมที่เป็นตัวแทนของคนทำสื่อในยุคดิจิทัล

เริ่มจากสัตว์ชนิดแรก “นกฮูก” ซึ่งทางน้องๆ จากคณะมัลติมีเดีย ได้อธิบายไว้ว่าเป็นตัวแทนของ อินฟอร์เมชัน ดีไซน์ (Information Design) เพราะนกฮูกสามารถมองเห็นได้ในที่มืด สามารถรู้ได้ในสิ่งที่คนอื่นไม่เคยรู้ เป็นตัวแทนของงานที่นำเอาข้อมูลหลายๆ มานำเสนอในแง่มุมที่เข้าใจได้ง่ายด้วยภาพกราฟฟิกในรูปแบบของเว็บไซต์และอินโฟกราฟฟิกส์ สัตว์ตัวต่อมาคือ “สุนัขจิ้งจอก” เป็นตัวแทนของ อินเตอร์แอ็กทีฟ ดีไซน์ (Interactive Design) เพราะจิ้งจอกมีความเฉลียวฉลาดและเจ้าเล่ห์ ในการเอาตัวรอด เช่นเดียวกับการทำงานประเภทสื่อปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม ซึ่งต้องคิดหาวิธีที่จะทำอย่างไรให้คนเข้าใจในการปฏิสัมพันธ์กับชิ้นงาน

สัตว์ตัวที่สาม คือ “เหยี่ยว” ตัวแทนของคอร์ปอเรต ไอเดนติตี้ ดีไซน์และการสร้างแบรนด์ (Corporate Identity & Branding) โดยลักษณะของเหยี่ยวเป็นสัตว์ที่มีความเป็นผู้นำ เป็นเจ้าแห่งสัตว์ปีก ดวงตาอันแหลมคมของเหยี่ยว เปรียบได้กับงานสร้างสรรค์สินค้าที่ต้องมีวิสัยทัศน์ชัดเจน สามารถพาแบรนด์ไปถึงจุดสูงสุด สัตว์ตัวสุดท้าย คือ “ม้า” เป็นตัวแทนของการเคลื่อนไหว โมชันและแอนิเมชัน (Motion & Animation) ซึ่งเป็นภาพเคลื่อนไหวที่เปี่ยมไปด้วยเนื้อหา ทั้งยังเป็นเรื่องราวที่มีการให้ข้อคิดแก่ผู้ที่ได้รับชม เพื่อเป็นการปลุกต้นสังคมให้ก้าวไปข้างหน้า และเมื่อสัตว์ทุกตัวมารวมตัวกันจึงเกิดเป็นสุดยอดผลงาน 50 ชิ้น ที่แปลกแยกแต่ไม่แตกต่าง ในวิสัยคิดสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นงานเพื่อสังคม

เดิร์ก-วชิรวิทย์ เทพประทุม นักศึกษาหนุ่มวัย 22 ปี เจ้าของผลงานสื่ออินเตอร์แอ็กทีฟที่ตั้งใจทำขึ้น เพื่อสะท้อนปัญหาความรุนแรงในครอบครัวและสังคมปัจจุบัน ผ่านรูปแบบสื่ออินเตอร์แอ็กทีฟ มุก สะท้อนปัญหาความรุนแรงในครอบครัวและสังคมปัจจุบัน โดยเจ้าตัวคิดเก๋ๆ ด้วยการเล่าผ่านนิทาน “กริมม์” ที่เป็นตัวแทนเรื่องราวความรุนแรงได้เป็นอย่างดี โดยคาดหวังให้สะท้อนปัญหาสังคมในเรื่องปัญหาครอบครัว

“ผมตั้งใจทำหัวข้อเรื่องความรุนแรงในครอบครัวผ่านนิทานกริมม์ เพราะในแต่ละเรื่องจะเล่าถึงความรุนแรงอยู่แล้ว เราก็ถามมองว่าเราน่าจะเอาประเด็นตรงนั้นมาใช้กับงานเพื่อสังคมได้ ผมก็เลยค้นข้อมูลและพบว่านิทานที่หลายๆ คนรู้จักจะเกี่ยวข้องกับความรุนแรงในครอบครัว อย่างเช่น ซินเดอเรลล่า ฮันเซล แอนด์เกรเทล สโนว์ไวท์ จากนั้นผมก็นำเสนอในรูปแบบคิวอาร์โค้ด ที่สามารถเอามือถือเข้าไปสแกนแล้วจะเห็นเป็นโมชันที่เล่าเรื่องแทนตัวหนังสือเพื่อเพิ่มความเข้าใจมากขึ้นในปัญหาความรุนแรงในครอบครัว เหมือนเป็นบทสรุปของนิทานว่าตัวละครแต่ละตัวมีปัญหาอย่างไร และสะท้อนให้เห็นปลายทางของการแก้ปัญหา

“คืองานของผมจะเริ่มจากการมองอะไรที่ตัวเองชอบก่อน แล้วพอทำงานมันจะไม่ได้กดดันหรือทำไปไม่มีความสุขกับมัน ก็พยายามเอาสิ่งที่เราชอบแตกแขนงออกไปทำประโยชน์ ซึ่งในงานครั้งนี้ผมอยากให้คนที่ได้เห็นตระหนักถึงปัญหาความรุนแรงในครอบครัวและพิษภัยของมัน ซึ่งจริงๆ เราอยากขยายให้เห็นแก่นแท้ที่แฝงอยู่ในนิทาน ไม่ใช่แค่ดูแล้วจบไป แต่มันสามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้ ซึ่งผมก็ดีใจนะที่มีคน



เข้ามาดูนิทรรศการเยอะ แล้วเวลาใครมาได้เห็นได้ฟังสิ่งที่เราพยายามสื่อสารออกไป แล้วเขารู้สึกดีเราก็อิ่มได้แล้ว”

เต็รกี ขววิทย์ พูดถึงงานของเขาไว้เช่นนั้น ก่อนจะโยนต่อมาถึงผลงานของเพื่อนในชั้นอย่าง **อาร์ต-อัศวชัย เตชะวารกุล** ที่มาพร้อมสื่อแอนิเมชันสามมิติที่สร้างเพื่อเสริมสร้างกำลังใจให้เด็กกำพร้าและกระตุ้นความคิดในมุมมองที่ดีขึ้นต่อเด็กๆ ที่กำพร้าพ่อและแม่ให้มีกำลังใจในการดำเนินชีวิต ซึ่งเมื่อได้ฟังเรื่องราวและไอเดียของเจ้าตัวก็อยากจะยื่นมือมียาวๆ ให้กับแนวคิดของหนุ่มคนนี้ ซึ่งเขาเล่าถึงงานออกแบบครั้งนี้ว่า

“มันเริ่มมาจากว่าผมรู้สึกว่าเด็กกำพร้าในบ้านเรามันเยอะ แล้วเพื่อนผมส่วนใหญ่เขาก็อยู่ในกลุ่มนั้น เราก็เคยคุยเล่นกันว่า รู้สึกแตกต่างไหม เพื่อนก็บอกว่ามันก็มีบางที่รู้สึก คือเหมือนขาดหายสิ่งสำคัญที่สุดในชีวิตไปอะไรแบบนั้น ผมก็เลยพยายามคิดสร้างสรรค์ผลงานเพื่อเพื่อนและคนที่กำพร้าให้เขามีมุมมองดีๆ ต่อตัวเขาเอง อยากให้เขาได้รู้จักคุณค่าชีวิต ให้เขารู้ว่าถึงไม่มีพ่อแม่เขาก็ไม่ได้ด้อยค่าไปกว่าคนอื่นเลย ผมก็เลยเลือกที่จะเล่าเรื่องทั้งหมดผ่านการตูนสามมิติ

“ที่ผมเลือกเล่าด้วยภาพสามมิติ เพราะผมคิดว่ามันสื่ออารมณ์ของภาพได้มากกว่าแบบ 2 มิติ ด้วยผมอยากสื่อสารให้คนได้เห็นไปในยุคสมัยหลังสงครามโลกที่มีเด็กสูญเสียพ่อแม่ ผมก็เล่าเรื่องราวให้ออกมาเหมือน



หนังสือสามมิติยาว 4 นาที ซึ่งผมก็ใช้เวลาทำนานเป็นปีนะกับเวลาที่คนเห็นแค่ไม่กี่นาที แต่พอเมื่อมันเสร็จออกมา ผมก็รู้สึกดีกับมันนะคือหายเหนื่อย (หัวเราะ) อย่างน้อยถ้าเด็กๆ กำพร้าได้ดูมันน่าจะมีความหมายต่อเขาหน่อยก็ยังดี อาจจะช่วยให้พวกเขามีมุมมองต่อตัวเองมากขึ้นจากมือนิดกับเรื่องนี้มาก เมื่อได้ดูเขาจะได้เห็นคุณค่าตัวเอง”

อาร์ต-อัศวชัย เตชะวารกุล



มาต่อกันที่ผลงานสุดท้ายที่อยากหยิบยกมาพูดถึง ซึ่งมีความแตกต่างจาก 2 งานแรกอยู่มาก แต่กลับเป็นผลงานที่น่าสนใจไม่แพ้กัน เพราะสามารถตอบโจทย์ในเรื่องของการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ได้อย่างชัดเจน ซึ่งเป็นผลงานของ **นัท-ณัฐวุฒิ เทพปทุม** เป็นการออกแบบเว็บไซต์ให้แบรนด์ “ซิลล่า” ซึ่งหนุ่มนัทได้พูดถึงแนวคิดของเขาที่มีต่องานให้ฟังว่า

“ผลงานที่ทำการจะเป็นการทำเว็บไซต์ ซึ่งเราเองด้วยความอยากช่วยเพื่อนที่เรียนเกี่ยวกับแฟชั่นดีไซน์ ซึ่งเราเห็นคอลเลกชันเสื้อผ้าที่เขาออกแบบแล้วเราชอบการตัดเย็บของเขามาก เราก็เลยอยากช่วยเขาสร้างแบรนด์ ก็เข้าไปเริ่มตั้งแต่การสร้างคอนเซ็ปต์เว็บไซต์ การคิดโลโก้แบรนด์ แล้วก็มีการทำวิดีโอเป็นเหมือนภาพยนตร์โฆษณาใส่เข้าไปมีโฟโต้บู๊กอีกด้วย เราก็ตั้งใจให้แบรนด์ของเพื่อนมีความหรูหรา เรียบง่าย ซึ่งเมื่อทำเสร็จออกมาคนก็



สนใจเข้ามาดูเยอะ หลายคนชอบกัน แล้วอีกอย่าง
เจ้าของแบรนด์ “ซิลล่า” ก็สามารถเอาไปทำต่อได้
เลย ซึ่งตรงนี้เหมือนเป็นงานที่ช่วยเป็นส่วนในความ
สำเร็จให้คนอื่น ซึ่งมันอาจไม่ได้ให้อะไรกับสังคม
แต่มันสามารถทำให้คนอื่นประสบความสำเร็จด้วย
การทำงานของเรา”

เรียกได้ว่างานของแต่ละคนก็มีคุณค่าในตัว
งานไม่น้อยไปกว่ากัน ซึ่งในผลงานทั้งหมดยังมี
งานที่น่าสนใจอยู่อีกมากมาย อาทิ เกม 2 มิติ
ที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับการเอาชีวิตรอดเมื่อหลงป่า
เว็บไซต์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการขับขี้อักรยานยนต์
แอนิเมชันสองมิติเพื่อการรณรงค์การใช้โทรศัพท์
มือถืออย่างพอดี แอนิเมชันสามมิติเพื่อให้ข้อคิด
เรื่องการรู้จักพอเพียง และเว็บไซต์แผนที่เส้นทาง
รถไฟฟรี ที่จะแนะนำเส้นทางจากกรุงเทพมหานคร
ไปสู่จังหวัดต่างๆ

ทั้งหมดทั้งมวลล้วนเกิดมาจากการผลิตสื่อของ
คนรุ่นใหม่ในยุคสมัยที่อะไรๆ ก็ทำความเข้าใจได้แค่
เพียงเปิดคอมพิวเตอร์ 