CREATIVE BUSINESS CONNEXT

2023 CREATIVITIES UNFOLD

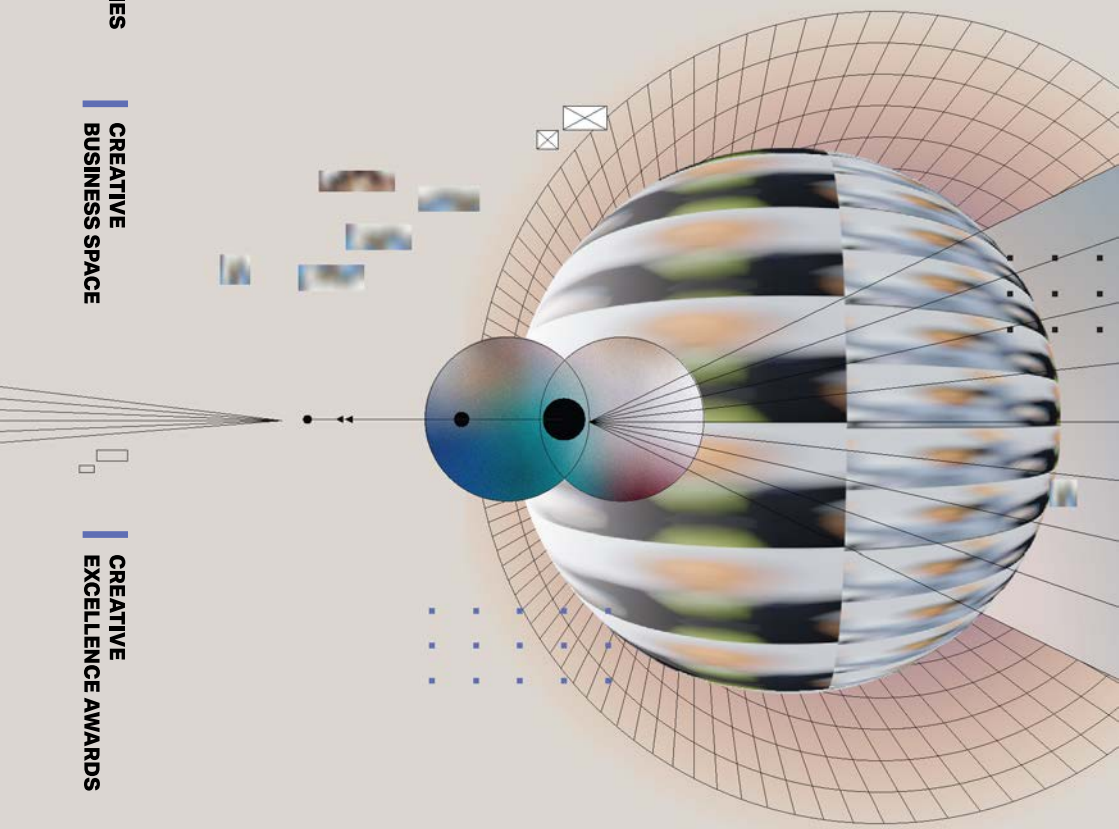
CREATIVE BUSINESS SPACE

CEA AWARDS CREATIVE EXCELLENCE AWARDS

CREATIVITIES UNFOLD

CREATIVE BUSINESS SPACE

CREATIVE EXCELLENCE AWARDS



VISIONAIRE

REMINISCE——THE WAY FORWARD

สำนักนายกรัฐมนตรี

CEA CREATIVE ECONOMY AGENCY

TCDC

INTRODUCTION

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA ในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ เปิดปฐมบทใหม่ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการนำเสนอโปรแกรมล่าสุด CREATIVE BUSINESS CONNEXT เปิดวิสัยทัศน์อนาคต จุดประกายไอเดียสร้างสรรค์ เชื่อมต่อโอกาสใหม่ทางธุรกิจ ที่จะเปิดโอกาสและความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ให้ธุรกิจสร้างสรรค์ในระดับประเทศและนานาชาติ ผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษประจำปีใน 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ Creativities Unfold, Creative Business Space และ Creative Excellence Awards

โดยงานจัดขึ้นเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2566 เวลา 10.00 - 20.00 น. ณ สามย่าน มิตรทาวน์ ฮอลล์ ชั้น 5 สามย่าน มิตรทาวน์ กรุงเทพฯ

The Creative Economy Agency (Public Organization), or CEA, as the key government organization inaugurated to drive Thailand's creative economy, unveils a new chapter of the creative economy with the latest program, CREATIVE BUSINESS CONNEXT, an inspiring event that sets to unfold future visions, ignite your creative spark, and expand business opportunities." CREATIVE BUSINESS CONNEXT provides opportunities and possibilities to cultivate new creative business connections at both domestic and international levels through three major programs: Creativities Unfold, Creative Business Space, and Creative Excellence Awards,

a one-day activity-packed program took place on 24 August 2023, during 10.00 - 20.00 hrs, at Samyan Mitrtown Hall, Fl. 5, Samyan Mitrtown, Bangkok.

http://creativebusiness.cea.or.th/

TABLE OF CONTENTS

PAGE

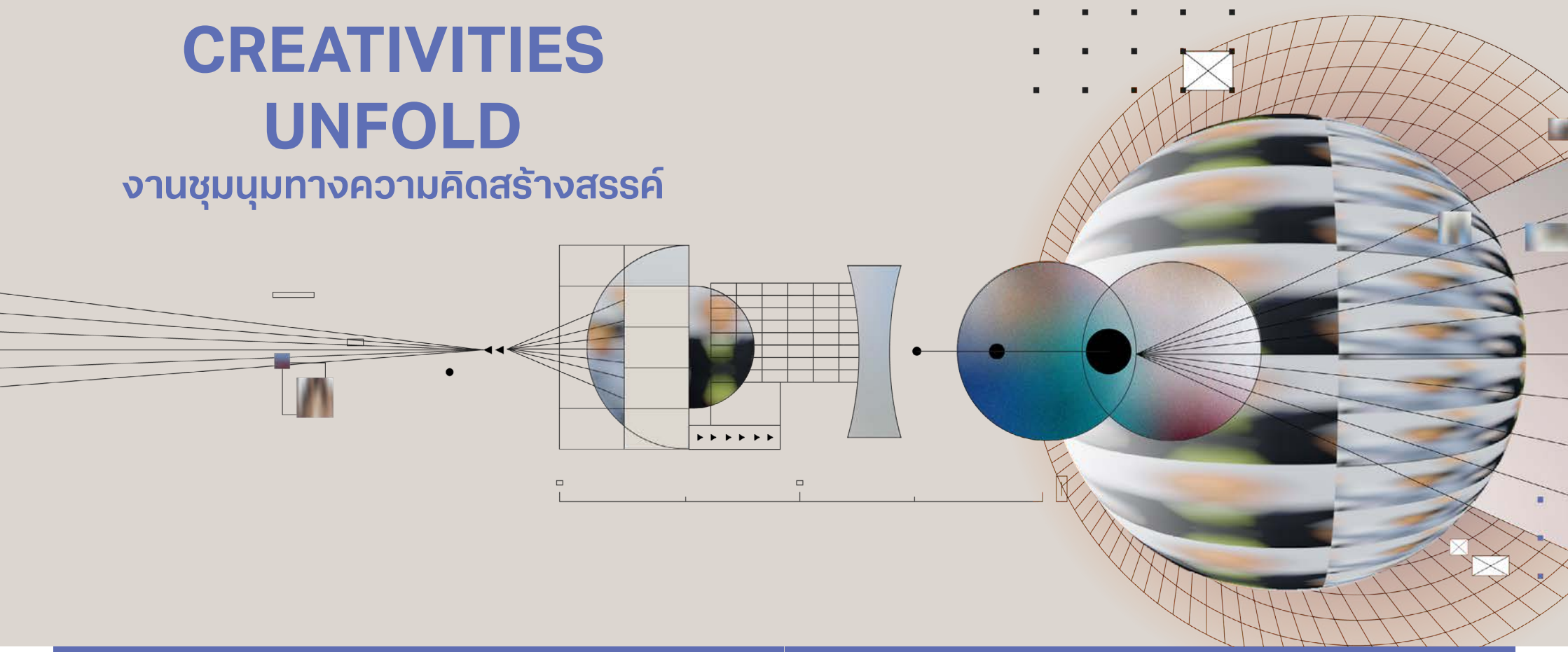
CREATIVITIES UNFOLD 6 - 177
งานชุมนุมทางความคิดสร้างสรรค์

CREATIVE BUSINESS SPACE 178 - 191
พื้นที่ธุรกิจสร้างสรรค์ เชื่อมโยงโอกาส
และความเป็นไปได้ใหม่ ๆ

CREATIVE EXCELLENCE AWARDS 192 - 229
เวทีประกาศรางวัลความเป็นเลิศ
ทางความคิดสร้างสรรค์

CREATIVITIES UNFOLD

งานชุมนุมทางความคิดสร้างสรรค์



CREATIVITIES UNFOLD

เมื่อโลกและมนุษย์ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ นำมาสู่ปรากฏการณ์หลากหลายทั้งเชิงบวกและลบ ส่งผลให้โลกของเราเปลี่ยนแปลงไปในมิติที่แตกต่างจากเดิม ไม่ว่าจากโรคระบาด สภาวะสงคราม ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ และสังคมโลก อีกทั้งการดำเนินชีวิตของมนุษย์ก็เกิดปรับเปลี่ยนไปด้วยปัจจัยเชิงความจำเป็นเพื่อให้ได้อยู่รอด

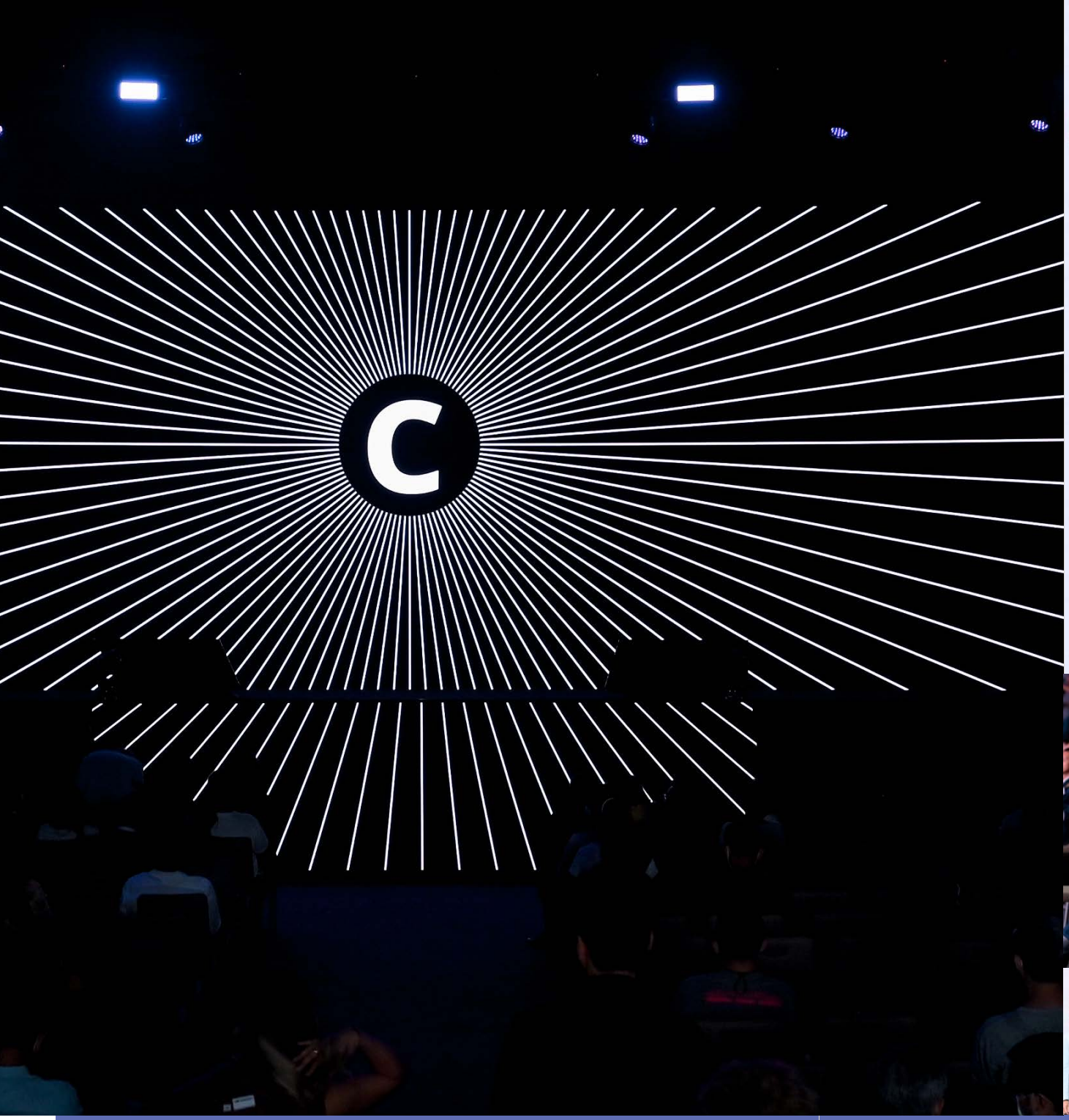
"เมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) เข้ามาเป็นหนึ่งในตัวแปรสำคัญที่มีส่วนต่อการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งความคิด การทำงาน การใช้ชีวิต และความเป็นไปที่เกิดขึ้นของผู้คน ธุรกิจ และสังคม" อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงได้แค่ไหนสำหรับโลกใบนี้

Creativities Unfold 2023 (CU2023) งานชุมนุมทางความคิดสร้างสรรค์ที่ทุกคนรอคอยกลับมาอีกครั้ง โดยเป็นเวทีแห่งการนำเสนอมุมมองความคิดและวิสัยทัศน์โดดเด่นของผู้นำทางความคิดทั้งจากประเทศไทยและทั่วโลก สำหรับ Creativities Unfold 2023 พบกับ 5 ผู้นำทางความคิดระดับนานาชาติที่พร้อมนำเสนอมุมมองสร้างสรรค์วิถีใหม่ ภายใต้แนวคิด "VISIONAIRE: Reminisce/The Way Forward แปลงอดีต เปิดวิสัยทัศน์อนาคต"

The world and humans are faced with new challenges from unprecedented phenomena, positive or negative alike. From pandemic to war, economic and social uncertainty, these events and scenarios have an unprecedented impact on the world, subsequently prompting an unavoidable change in the way humans live their life in order to survive.

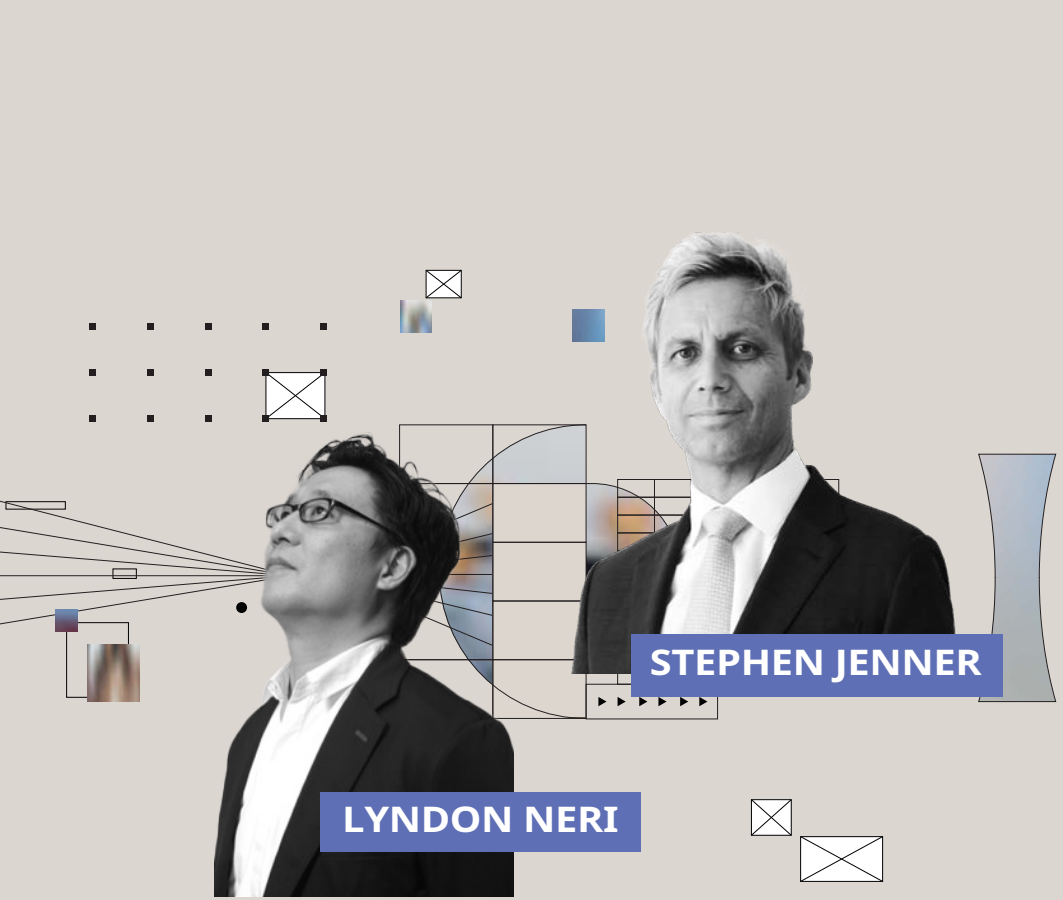
In recent years, Artificial Intelligence (AI) has become an instrumental factor that drives transformations in the way we think, work and live while opening new opportunities for people, business and the society. The question now is, to what extent can creative industries make a difference in this whole new world?

Creativities Unfold 2023 (CU2023), the highly-anticipated creative get-together, has returned to serve as a platform to showcase ideas and visions by contemporary thought leaders from Thailand and all over the world. This year, five Thai and international creative visionaries took part in the stage to share their new perspectives on creativity under the concept "VISIONAIRE: Reminisce/The Way Forward."



SPEAKERS & TOPICS

วิทยากร 5 ท่านและหัวข้อการบรรยาย



คำถามท้าทายตรงจุดพลิกผัน

การมาถึงของ "ปัญญาประดิษฐ์" (artificial intelligence) ได้พาเราไปสู่โลกแบบไหนกัน ท่ามกลางข้อมูลข่าวสารจำนวนมากเกี่ยวกับเรื่องนี้ แท้ที่จริงแล้ว เรารู้จักมันแค่ไหน และที่สำคัญเราพร้อมรับมือกับมันแล้วหรือยัง

วิทยากรรับเชิญทั้ง 5 จากต่างสาขาธุรกิจอุตสาหกรรม แต่ละคนต่างตั้งคำถามกับวิธีมองปรากฏการณ์ในสังคมแบบเดิม ด้วยมุมมองที่แตกต่างกันออกไป และเสนอแนวทางในการคิดพร้อมตัวอย่างจากงานวิจัยและโครงการจริงที่จะมาช่วยให้เราเห็นภาพตามได้ชัดเจนมากขึ้น

เริ่มจากคนแรก ไฮเม่ ฮายอน (Jaime Hayon) นักออกแบบชาวสเปน ที่มีมุมมองตั้งคำถามแบบติดตลกชวนหัวกับสิ่งรอบตัว จนเกิดเป็นโปรเจ็กต์การร่วมงานมากมายกับแบรนด์เฟอร์นิเจอร์และดีไซน์ต่างๆ ทั่วโลก ซึ่งจะพาทั้งผู้ใช้และคนเสพงานของเขาให้ได้สนุกโลดแล่นไปกับมุมมองชีวิตรอบตัว ตามมาด้วย พัทน์ ภัทรนุราพร (Pat Pataranutaporn) นักวิจัยรุ่นใหม่ไฟแรงที่มีผลงานวิจัยด้าน AI จากแล็ปวิจัยระดับแนวหน้าของโลกอย่าง MIT Media Lab มากับความเป็นไปได้ใหม่ ๆ จากสุดขอบของโลกปัญญาประดิษฐ์ในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นมุมกว้าง มุมลึก รวมถึงคำถามและข้อกังวลต่างๆ เกี่ยวกับศักยภาพของเทคโนโลยี AI ในปัจจุบันที่จะเข้ามาช่วยให้มนุษย์เราก้าวไปข้างหน้าพร้อมกับมันในอนาคตได้อย่างไรบ้าง ตามด้วยคนที่สาม เคนทาโร่ คิมูระ (Kentaro Kimura) นักวางกลยุทธ์ของเอเจนซีโฆษณาระดับโลกที่มีประวัติมาอย่างยาวนานอย่าง Hakuhodo ที่สร้างผลงานที่น่าสนใจมากมายในระดับนานาชาติ ผลงานที่นำมาเสนอคือตัวอย่างของการฉวยใช้ศักยภาพของท้องถิ่นขนาดเล็กเป็นฐาน เพื่อต่อยอดและสื่อสารประเด็นที่มีคุณค่าทางสังคมไปสู่ผู้คนทั้งโลกด้วยความคิดที่มีความเป็นสากล

สตีเฟน เจนเนอร์ (Stephen Jenner) ที่ปรึกษาด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ให้กับองค์กรในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมาอย่างยาวนาน มาแบ่งปันความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับการให้ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลกับนักลงทุนอุตสาหกรรมด้านภาพยนตร์ที่จะสร้างพลังเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมนี้ สามารถก้าวตามทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิตอลที่ล้ำหน้าที่สุด (cutting edge technology) และคนสุดท้าย ลินดอน เนรี่ (Lyndon Neri) สถาปนิกและหนึ่งในผู้ก่อตั้ง Neri & Hu Design and Research Office ร่วมกับพาร์ตเนอร์ รอสซานา ฮู (Rossana Hu) ในเมืองเซี่ยงไฮ้ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีจากงานออกแบบที่อาศัยการใช้ศักยภาพของที่ตั้งในแบบที่ต่างออกไปจากขนบเดิมที่คนท้องถิ่นคุ้นเคยกัน ที่สำคัญทั้งสองทุ่มเทใส่ใจค้นหามุมมองที่จะสร้างความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ ในเมืองร่วมสมัยที่มีความต่างไปจากรูปแบบเดิม ๆ พวกเขาท้าทายและไม่จำยอมต่อความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในเมืองใหญ่ทั่วโลก และหาวิธีการทำงานออกแบบ ที่จะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ผูกโยงงานสถาปัตยกรรมร่วมสมัยกับความทรงจำของผู้คนในย่านเข้าด้วยกัน เกิดเป็นสถานที่ที่หล่อเลี้ยงความทรงจำที่มีชีวิตชีวาอยู่ร่วมไปกับผู้คนในเมืองเกิดเป็นทางเลือกแบบสวนกระแสการพัฒนาเมืองที่พาชีวิตคนกลับมาผูกพันกับเมืองอีกครั้ง

ทั้งห้าคนต่างเปิดรับความเปลี่ยนแปลงของโลก ชอบค้นหาศักยภาพที่เรามีอยู่แล้วตรงหน้า ไม่หยุดกับการคิดตั้งคำถามท้าทายกรอบคิดเดิมในสังคมที่ไม่พร้อมรับความเปลี่ยนแปลงใหม่ ๆ อีกต่อไปแล้ว และทดลองเชื่อมโยงประเด็น เพื่อสร้างกลยุทธ์หรือวิธีการทำงานที่จะสร้างความแตกต่างที่มีศักยภาพและความยืดหยุ่นในการรับมือกับความผันผวนของโลกมากขึ้น

CHALLENGING QUESTIONS AT A TIPPING POINT?

Amidst massive news and information, we arrive at a question about the phenomenal rise of “artificial intelligence” that has taken us into what kind of world? How much do we know about it, and are we ready to face it?

Five speakers from various business and industrial sectors each approached this phenomenon from different perspectives. They offered insights into how they think about the phenomenon by demonstrating intriguing research and projects that help us see the picture more clearly.

First, we have Jaime Hayon, a Spanish designer who hilariously looks at and questions the world around him. How he looks at things has led to numerous collaborations with well-established global furniture and design brands, bringing enjoyment and a fresh perspective to his users and audience. Next is Pat Pataranutaporn, a young and dynamic AI researcher from MIT Media Lab, who explores the current frontiers between biology (including the human body) and digital technology from broad and deep angles. He raises questions and concerns about the potential of AI technology in helping humanity progress into the future. The third speaker is Kentaro Kimura, a global-level strategist, and Co-CCO Hakuhodo Asia Pacific, a long-established agency in the advertising industry. He presents examples of harnessing the potential of local small-scale initiatives to communicate valuable societal issues to people worldwide with a global perspective.

Stephen Jenner, a communications consultant for the film industry in the Asia-Pacific region, comes to share insights. He discusses the value of collaboration between the government and the industry’s investors to empower people who work in the industry to keep up with the rapid changes from digital transformation. Lastly, Lyndon Neri, an architect and co-founder of Neri & Hu Design and Research Office in Shanghai, which he founded together with his partner Rossana Hu, challenges the conventional approach to design architecture and proposes their own way of collecting and reshaping relationships between urban elements and memory in a contemporary city. They strive to connect and nurture people’s memories within the rapidly changing urban landscape, offering an alternative to the development of cities that brings life back to people.

All of the five speakers embrace the changes in the world, seek the potential in front of us, and relentlessly question established norms or beliefs in a society that was unprepared for new changes. They experiment with various approaches to create strategies or ways of working that can be either meaningful or flexible in adapting playfully to the ever-changing world.

JAIME HAYON

(JAIME HAYON STUDIO)

DESIGN FOLLOWS FUNCTION, AND THEN WHAT?

สเต็ปถัดไปหลังแนวคิด “ประโยชน์ใช้สอยมาก่อนดีไซน์”

JAIME HAYON

“... งานดีไซน์ของผมสร้างขึ้นเพื่อมนุษย์ สำหรับให้มนุษย์ใช้งาน ผมเชื่อว่าดีไซน์ควรกระตุ้นอารมณ์ความรู้สึกและทำให้คุณรู้สึกดี”

ไฮเม่ ฮายอน นักออกแบบแห่งยุคสมัยคนสำคัญของโลกสัญชาติสเปน ที่เริ่มต้นรังสรรค์ชิ้นงานด้วยการแปลงแนวคิดเล็ก ๆ น้อย ๆ จากกิจกรรมการดำเนินชีวิตในหนึ่งวัน โดยเปลี่ยนแนวคิดนามธรรมให้กลายเป็นผลงานที่สร้างปรากฏการณ์ให้แก่โลกของการออกแบบ

เรื่องราว ความรู้สึก และความมีชีวิตชีวา คือจิตวิญญาณของผลงานออกแบบโดย Jaime Hayon ผู้ที่รับการยกย่องให้เป็นหนึ่งในบุคคลสร้างสรรค์ร่วมสมัยที่ทรงอิทธิพลที่สุดของยุค ด้วยผลงานหลากหลายที่ก้าวข้ามเส้นแบ่งของวิจิตรศิลป์และพาณิชย์ศิลป์ ครอบคลุมตั้งแต่เฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่ง งานออกแบบตกแต่งภายใน ไปจนถึงศิลปะจัดวาง

Jaime Hayon เกิดในปี 1974 ที่กรุงมาดริด ประเทศสเปน หลังจากเรียนจบทางด้านการออกแบบอุตสาหกรรมจากประเทศบ้านเกิด และกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส Hayon เริ่มต้นทำงานที่ Fabrica สถาบันออกแบบและสื่อสารที่ได้รับการสนับสนุนจาก Benetton ในปี 1997 โดยก้าวขึ้นมาเป็นหัวหน้าแผนกออกแบบอย่างรวดเร็ว เขาก่อตั้ง Hayon Studio ในปี 2001 ก่อนจะออกจาก Fabrica มาทุ่มเทให้กับงานออกแบบของตัวเองอย่างเต็มตัวในปี 2003 โดยเริ่มจากงานดีไซน์ของเล่น เซรามิก เฟอร์นิเจอร์ ก่อนจะครอบคลุมไปถึงงานออกแบบตกแต่งภายในและศิลปะจัดวาง

Hayon เริ่มเป็นที่จับตาจากงาน “Mediterranean Digital Baroque” ที่ David Gill Gallery กรุงลอนดอน ที่สะท้อนตัวตน มุมมอง และชั้นเชิงงานออกแบบของเขา ผ่านการผสมผสานระหว่างพืชอวบน้ำแบบเมดิเตอร์เรเนียนกับวัฒนธรรมดิจิทัล รูปสัญลักษณ์ และพลังงานสดใหม่แบบเอเชีย ที่ถ่ายทอดลงบนงานฝีมือเซรามิกดั้งเดิมของอิตาลี งานของ Hayon อบอวลไปด้วยมุมมองแปลกใหม่ ความหลงใหลในงานฝีมือ กลิ่นอายวัฒนธรรมร่วมสมัย ไปจนถึงเส้นสายลวดลายที่ดูเพ้อฝันและรายละเอียดจัดจ้าน อันเป็นอิทธิพลจากวัฒนธรรมสเก็ตบอร์ดและศิลปะกราฟฟิตี้ที่เป็นส่วนสำคัญในชีวิตวัยรุ่นของเขา

Hayon ฝากผลงานออกแบบไว้กับแบรนด์ระดับโลกมากมาย ไม่ว่าจะเป็น B.D. Barcelona, Cassina, Fritz Hansen, Magis, Parachilna, Metalarte, Swarovski, Bisazza, Lladró และ Baccarat รวมไปถึงผลงานออกแบบตกแต่งภายในให้กับร้านอาหารอย่าง Le Sergeant Recruteur ที่กรุงปารีส การออกแบบพื้นที่รีเทล เช่น ร้าน Camper ที่กรุงโตเกียว การออกแบบตกแต่งภายในโรงแรม เช่น Barcelo Torre ที่กรุงมาดริด โดย Hayon Studio มีสำนักงานทั้งในสเปน อิตาลี และญี่ปุ่น ผลงานออกแบบของเขายังเป็นส่วนหนึ่งของคอลเล็กชันถาวรในแกลเลอรีและพิพิธภัณฑ์ระดับโลก ไม่ว่าจะเป็น The MAK ที่กรุงเวียนนา, The Design Museum London ที่กรุงลอนดอน และ Centre Pompidou ที่กรุงปารีส ทั้งยังได้รับรางวัลมากมาย ตั้งแต่ Elle Decor International Design Awards หลายต่อหลายครั้ง รวมไปถึงได้รับการยกย่องให้ติดอันดับในลิสต์ Top 100 และเป็นหนึ่งในไอคอนแห่งวงการสร้างสรรค์ โดยนิตยสาร Wallpaper และ TIME ตามลำดับ

ตลอดระยะเวลากว่า 25 ปีในวงการออกแบบ Hayon พิสูจน์ให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในพลังของการออกแบบที่มีอะไรมากกว่าฟังก์ชั่นและความสวยงามของเขา นำไปสู่ผลงานที่ไร้กาลเวลา งานออกแบบที่ดีสำหรับ Hayon คือดีไซน์ที่ “มีอะไรมาบอกเล่า ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นและเปี่ยมไปด้วยความหมาย เป็นเรื่องของความรู้สึก กระตุกให้คิด และท้าทายวิถีชีวิตของเรา”

Jaime Hayon needs no introduction. One of the contemporary world's creative visionaries, the Spanish designer is known for transforming abstract ideas from everyday life activities into phenomenal projects.

"It's important to remember that my design is made for humans to be used by humans. I believe that design should provoke emotions and make you feel good."

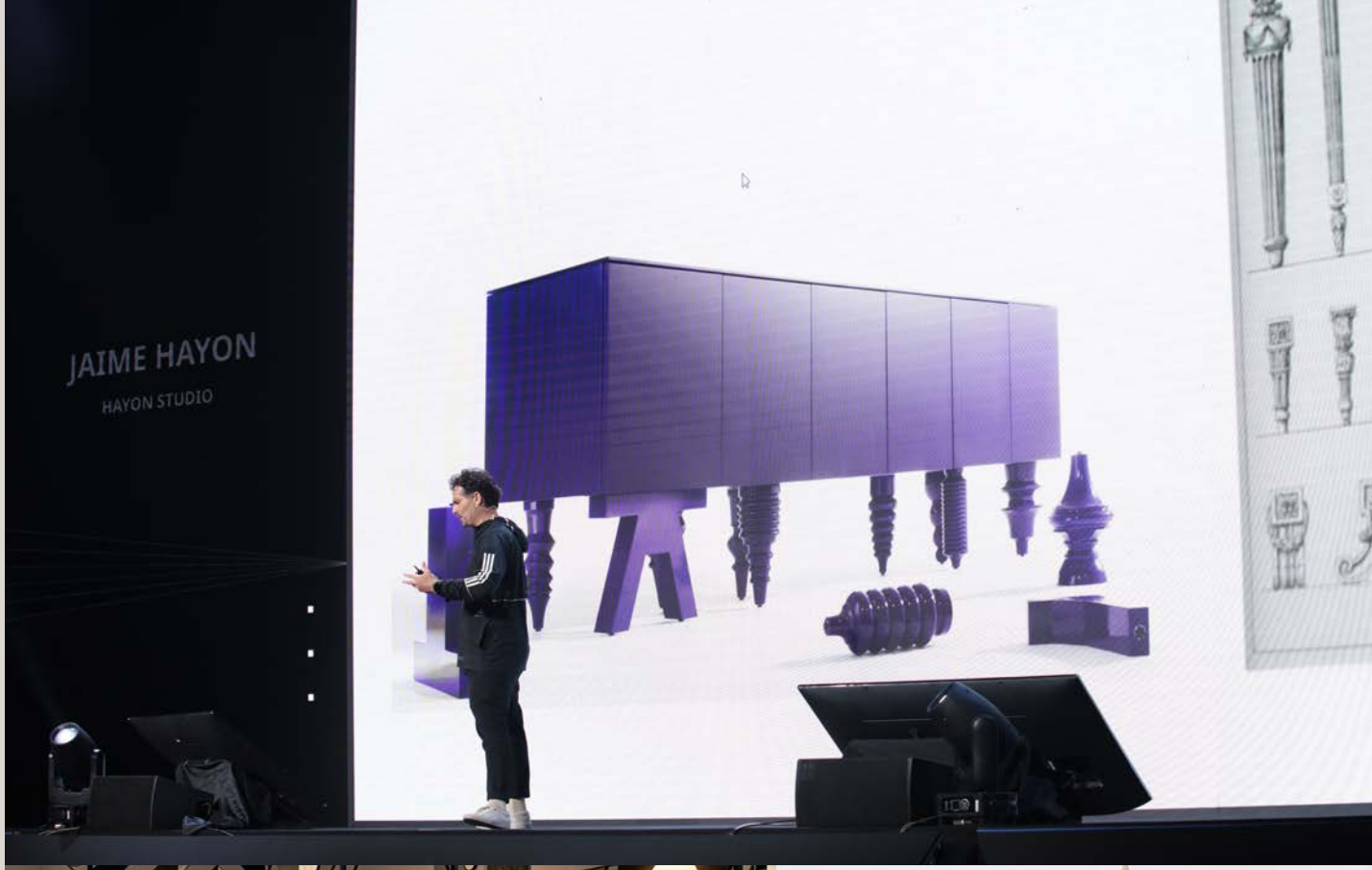
Jaime Hayon's work is characterized by feelings, stories and the way it provokes and challenges our everyday life. Hailed as one of the most influential figures in the contemporary creative world, the Spanish designer is revered for his bold visions, blurring the lines between art, decoration, and design.

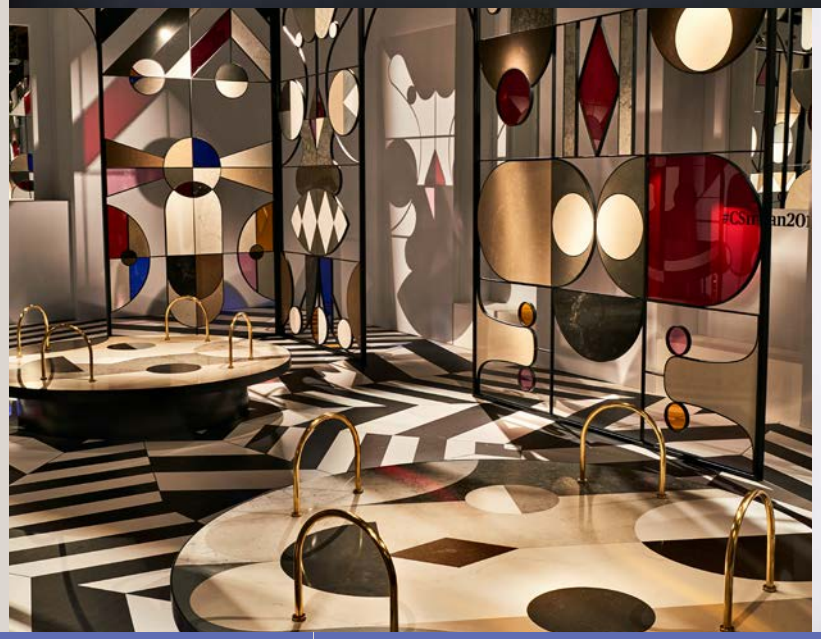
Born in Madrid, Spain, in 1974, Hayon completed his industrial design degree in both his hometown and in Paris, France. He embarked on his career at the Benetton-funded academy, Fabrica, in 1997 where he quickly worked his way to be the head of Design Department. In 2001, he founded Hayon Studio before leaving Fabrica in 2003 to dedicate himself to his personal projects which range from designer toys, ceramics and furniture, interior design and installations.

Hayon's breakthrough work 'Mediterranean Digital Baroque' at London's David Gill Gallery reflects his lifelong commitment in blurring the lines between art, decoration and design while celebrating refined craftsmanshiptradition through contemporary objects featuring warm Mediterranean succulents combined with Asian digital culture, and the iconography of Japanese collectible toys. His visions are materialized with traditional Italian ceramics with bold and imaginative details influenced by skateboard culture and graffiti – his way of life during teenage years.

Hayon has worked with the world's most coveted brands such as B.D. Barcelona, Cassina, Fritz Hansen, Magis, Parachilna, Metalarte, Swarovski, Bisazza, Lladró and Baccarat, while doing interiors for Paris's Le Sergeant Recruteur, retail space for Camper boutique in Tokyo, and hotels such as Barcelo Torre in Madrid. Hayon Studio has offices in Spain, Italy and Japan and his designs are part of the permanent collection at The MAK in Vienna, The Design Museum London and Centre Pompidou in Paris. He's also a multiple-time recipient of prestigious awards such as Elle Decor International Design Awards and recognised on The Wallpaper* 100 and TIME Magazine's 100 most important artists of all time.

Hayon's 25-year career is a testament of his vision in the power of timeless design that goes beyond function and beauty. For Hayon, good designs are "primarily design that lasts. Design must have something to say. It must be able to improve our quality of life, and it must be meaningful. But for me, design is not just about function. It is also about feelings, and I like it if it provokes a little and can challenge our way of life."





DESIGN FOLLOWS FUNCTION, AND THEN WHAT?

สเต็ปถัดไปหลังแนวคิด "ประโยชน์ใช้สอยมาก่อนดีไซน์"

Jaime Hayon (Jaime Hayon Studio)

งานดีไซน์ไม่ได้มีแค่เรื่องประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามเท่านั้น ทว่าความงามนั้นไม่ใช่งามด้วยรูปลักษณ์อย่างเดียว แต่เป็นความงามจากการเปิดมุมมองคนเสพงาน ทำให้พวกเขาฉุกคิด ตั้งคำถามสงสัย และเปลี่ยนมุมมองที่มีกับชีวิตผู้คนและสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวไป

ไฮเม่ ฮายอน (Jaime Hayon) เล่าถึงวิธีการทำงานที่เต็มไปด้วยคำถามของเขา เรียกได้ว่า กระบวนการออกแบบของเขา เป็นเหมือนวงจรของการท้าทายตั้งคำถามกับสิ่งเดิม หามุมมองที่แตกต่างออกไป สร้างความหมายใหม่ที่จะทำให้คนที่เห็นผลงานของเขาเกิดมุมมองความคิดที่ต่างไปจากเดิม เกิดเป็นการโต้ตอบระหว่างชิ้นงานกับคน ที่มีอารมณ์ตลกขี้เล่นผสมอยู่

ทั้งหมดนี้คือ วิชาชีพออกแบบในมุมมองของเขา ฮายอนเชื่อว่างานออกแบบ เป็นวิชาชีพที่เรียนรู้จากการลงมือทำ โดยเริ่มจากการมองสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจให้คุณ จากนั้นก็ปรับหรือประยุกต์ให้เข้ากับสิ่งที่อยู่ตรงหน้าเราในแบบของเราเอง

การไม่จริงจังกับตัวเองจนเกินไปในการทำงาน กับการไม่ยี่หระกับนิยามว่า อะไรคือศิลปะ และอะไรคืองานออกแบบ คือสิ่งที่ปลดปล่อยให้กระบวนการทำงานของเขา เป็นอิสระจากข้อจำกัดของนิยามของดีไซน์หรือศิลปะ ทั้งยังไหลลื่น ยืดหยุ่นไปตามสภาพแวดล้อมของมันและปัจจัยรอบข้าง

เขาชอบที่จะ "ทำให้ผู้คนนึกฝัน ด้วยการบิดมุมมองเดิม ๆ ที่พวกเขามี" ด้วยการเข้าไปเล่นกับสิ่งที่ดูน่าเบื่อ และทำให้มันดูขี้เล่นมากขึ้นสำหรับคนที่อยู่รอบ ๆ มัน อย่างในงาน Green Chicken ม้าโยกเป็นรูปไก่สีเขียวสดใส ที่ทำขึ้นมาเพื่อให้คนนึกฝันถึงความทรงจำ หรือจินตนาการถึงสิ่งที่ไม่เคยมี

การท้าทายบริบทของที่ตั้งก็เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดมุมมองใหม่ได้ โดยการทำให้เฟอร์นิเจอร์ที่เขาออกแบบและนำมาจัดแสดงทั้งหมดเป็นสีขาวโพลน แต่ทั้งหมดที่ทำไปก็เพื่อให้คนหันไปจดจ่อมองในสิ่งที่เขาต้องการนำเสนอ ไม่ไปใส่ใจมองรายละเอียดหรือเนื้อผ้าของเฟอร์นิเจอร์ สิ่งเดียวที่เขาต้องการให้คนได้สังเกตจริง ๆ ในพิพิธภัณฑ์ที่เกาหลีก็คือ รูปร่างและรูปทรงของเก้าอี้ และคิดถึงที่มาของรูปทรงว่ามันมาจากไหนกัน

ในงานนี้ วิทยากรคนอื่นต่างก็มาพูดถึงเทคโนโลยี AI - Artificial Intelligence ส่วนตัวฮายอนกลับขอพูดถึง Art Intelligence แทน “การแกะรอยมรดกงานฝีมือ และนำมันกลับมาสู่ปัจจุบัน” พร้อมกับความขี้เล่น คือสิ่งที่เขาชอบและเราก็สังเกตเห็นได้ไม่ยากในงานของเขา ตัวอย่างเช่น งานฟาวน่าคริสโตโพลิส (Faunacrytopolis) ของบาคคารา (Baccarat)

ในฐานะคนออกแบบ เขาแกะรอยงานช่างฝีมือของบาคคารา เรียนรู้ไปกับช่างที่ทำงานด้วย สเก็ตช์ไอเดียออกมาตลอดเวลา และผลักความคิดไปข้างหน้าเสมอ พร้อมกับตั้งคำถามกับคนที่ทำงานด้วยกันตรงหน้าว่า มีอะไรที่คุณพอจะไม่ทำได้บ้าง หรือ มีอะไรที่คุณไม่สามารถทำได้ในอดีตที่ผ่านมาบ้างหรือเปล่า เขาค่อย ๆ ค้นหาจนได้ไอเดียที่สดใหม่ว่า เรามาทำรูปสัตว์กันเถอะ จริง ๆ แล้วในอดีตก็มีการสะสมงานคริสตัลรูปสัตว์กันมากมาย แต่คราวนี้สิ่งที่ต่างออกไปคือ เราจะทำให้งานดูสนุก หน้าตาสัตว์พวกนี้เรียกรอยยิ้มคนได้ การทำมันขึ้นมาจากคริสตัล มีความซับซ้อนมากในหลายระดับ ที่สำคัญมันก็คืองานมาสเตอร์พีซดี ๆ หนึ่งชิ้นนี่เอง

เพราะเบื้องหลังงานหนึ่งชิ้นนั้นประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ระหว่างตัวงาน งานช่างฝีมือ และคนที่อยู่เบื้องหลังการทำงานแต่ละชิ้น ในการสร้างงานแต่ละชิ้น นอกจากคุณจะได้เข้าไปค้นหาทั้งอารมณ์ของผู้คนที่ได้สัมผัสมัน ทั้งตัวไอเดีย แนวความคิดแล้ว คุณจะยังได้สำรวจแต่ละสาขาความรู้ที่เกี่ยวข้อง เพราะต่อให้คุณชำนาญกับวัสดุอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น เซรามิค (ซึ่งเป็นวัสดุที่ฮายอนมีความชำนาญจากประสบการณ์ทำงานกับมันมายาวนาน) แต่ทุกครั้งที่เริ่มทำงาน มันมีความแตกต่างให้เราได้พบเสมอ

แม้กระทั่งการจัดดอกไม้แบบอิเคบาน่า ที่ทุกคนยอมรับกัน ถ้าเรามองดี ๆ เราก็จะเห็นจุดที่แปลกประหลาดของมัน ก็คือ มันเป็นศิลปะการจัดดอกไม้ที่ฆ่าดอกไม้ ที่มาของการคิดแจกันอิเคบาน่าให้กับ ฟริทซ์ แฮนเซน (Fritz Hansen) มีอยู่ว่า “เมื่อผมจะเสนอการจัดดอกไม้ในแบบของผม มันจึงไม่ใช่การใส่งานศิลปะหรือการแสดงออกของผมลงไปในงาน แต่เป็นเรื่องของการคิดทบทวนว่า เราสามารถทำสิ่งที่เราเห็นตรงหน้านี้ให้ดีขึ้นสำหรับการใช้งานในอนาคตได้อีกหรือเปล่า”

“รักษาแนวเรื่องและมุมมองที่ชัดเจน” จุดที่มีลักษณะดูไม่เข้าท่าอย่างเหลือเชื่อ (absurd) ก็เป็นที่มาของแรงบันดาลใจในการทำงานออกแบบได้เช่นกัน เพราะรูปทรงไม่ได้เป็นไปตามฟังก์ชั่นหน้าที่ใช้สอยเท่านั้น แต่มันยังเป็นไปตามไอเดียที่เรามีในหัวด้วย และที่สำคัญ การเล่าเรื่องโดยเล่าผ่านลักษณะที่น่าสนใจบางอย่างในงานเพื่อบอกเรื่องราวที่สวยงามกับเรา

“ใส่ใจกับรายละเอียดและรูปทรง” เวลาที่เราจะสร้างอะไรขึ้นมาสักอย่าง ฟอร์มหรือรูปทรงเป็นเรื่องสำคัญมาก โดยเฉพาะความน่าดูของรูปทรงที่ได้เห็นหรือสัมผัส “ผมเชื่อว่า รูปทรงมนกลม มีทั้งความถ่อมตัวอยู่ในรูปทรงและให้ความรู้สึกที่ดีเวลาจับ” การถ่ายทอดลักษณะจากสิ่งที่สร้างแรงบันดาลใจ มาเป็นตัวชิ้นงาน จึงไม่ใช่การล้อเลียนกันของรูปร่างทางกายภาพแบบตรงไปตรงมา แต่เป็นเรื่องของการค้นหาและสร้างรูปทรงที่ให้ความรู้สึกและสัมผัสที่สอดคล้องกันกับความรู้สึกที่เรามีต่อแรงบันดาลใจที่เป็นที่มาของการออกแบบ เหมือนกับที่เรียวขาที่เรียบร้อยบอบบางของนักบัลเล่ต์ เป็นที่มาของงาน Favn sofa ที่ทำให้กับ ฟริทซ์ แฮนเซน (Fritz Hansen)

วิธีคิดที่ว่า ดีไซน์ คือ การหาโซลูชั่นให้กับสิ่งที่ที่ลูกค้าบอกมานั้น เป็นมุมมองเก่าของโลกดีไซน์ ที่เชื่อว่า “คุณต้องให้บริการกับลูกค้า” ทว่าในมุมของฮายอนนั้น เขาต้องการให้บริการ ด้วยการให้สิ่งที่จะทำให้คนต้องคิดกับมัน เหมือนในการแสดงออกของรูปทรงของ Arpa Armchair ที่เขาออกแบบให้กับ โรสซาน่า ออร์ลานดิ (Rossana Orlandi) งานนี้เป็นการใช้วิธีการทำงานเดียว

วัสดุชนิดเดียว เปลี่ยนแค่ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางของหน้าตัดวัสดุ และเลือกเบาะรองนั่งที่รองด้วยเลเยอร์ของขนห่าน เมื่อนำทุกอย่างมาประกอบกัน ความรู้สึกและสัมผัสที่เราได้จาก Arpa Armchair ก็แทบจะไม่ต่างอะไรจากความรู้สึกของเครื่องดนตรีฮาร์ป ไอเดียของความรู้สึกที่ได้จากการหย่อนตัวลงนั่งไปเบา ๆ บนเบาะนุ่ม ๆ ที่อยู่ในเก้าอี้ นั้นแหละทำให้มันเป็นงานดีไซน์

เมืองไทยมีช่างฝีมือมากมาย ทั้งยังมีเทคนิคงานช่างที่น่าเข้าไปค้นหาอีกเต็มไปหมด บทบาทของดีไซน์นอกเหนือจากที่เล่าไปแล้ว มันยังสามารถสร้างอนาคตให้กับวัสดุที่หมดสภาพหรือดูไม่มีอนาคต ด้วยการสร้างรูปร่างใหม่ให้กับมัน ดีไซน์จึงเป็นเรื่องของการเข้าไปลองสังเกตอะไรก็ได้ที่อยู่รอบตัวคุณ ใกล้ตัวคุณ การพัฒนาให้ตัวเองมีตาที่สามขึ้นเป็นเรื่องสำคัญ มันเป็นตาของคนที่มองหาบางอย่างตลอดเวลา

งานออกแบบ The Standard Bangkok ในตึกมหานคร คือผลลัพธ์ของการใช้ชีวิตอยู่ที่กรุงเทพ 5 เดือน ได้ตระเวนดูตลาดต่าง ๆ ทั่วเมือง จนเกิดเป็นงานที่ใช้สิ่งที่ทำในไทยเป็นสัดส่วนถึง 80% ทุกอย่างสั่งทำเฉพาะ เพื่อให้ได้ทั้งความสบายและสะท้อนลักษณะพิเศษของเมืองนี้

รูปทรงขี้เล่นในงานฮายอน หลายครั้งเกิดขึ้นในช่วงเวลาที่เขาแบ่งไปทำงานวาดภาพ แล้วก็เหมือนเช่นเคย เขาไม่ใส่ใจที่จะตอบคำถามว่าตกลงเขาเป็นศิลปิน หรือดีไซเนอร์ เพราะสิ่งที่เขาสนใจ คือการได้มีเวลาที่ดีในการทำสิ่งที่เขาชอบ ไม่ว่ามันจะเป็นภาพวาด หรืองานออกแบบ หลายครั้งรูปทรงของงานดีไซน์ผุดขึ้นมาตอนเขาทำงานภาพวาด ช่วงเวลาวาดภาพสอนเขาเรื่องสี รูปทรง ที่ออกมาจากจิตใต้สำนึก เป็นการเปิดตัวเองให้มองโลกได้กว้างขึ้น ถ้าอย่างนั้นแล้วขอบเขตของการทำงานดีไซน์อยู่ที่ไหน แล้วขอบเขตของการวาดภาพล่ะ

Takeaways

- ส่วนผสมสำคัญของการทำงานให้มันสะท้อนถึงวิธีคิดที่เน้นการเล่นสนุกเป็นจริงเป็นจัง (แบบใน Serious Fun ที่เป็นชื่องานหนึ่งของเขา) คือ การสังเกตทุกอย่างรอบตัวด้วยความผ่อนคลายผสมความขี้เล่น ไม่จริงจังกับตัวเองหรือชีวิตจนเกินไป ดึงความรู้สึกที่อยู่ในสัมผัสของสิ่งที่เป็นแรงบันดาลใจมาสร้างวิธีการตอบโจทย์ที่ท้าทาย หลายต่อหลายครั้งกระบวนการคิดนั้นเกิดมาจากทัศนคติที่ว่า คำตอบที่เรามองหานั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นการเลือกหนึ่งทางจากสองเสมอไป อย่างเช่นในงาน Green Chicken

- ทุกวันนี้ เราต่างคร่ำเคร่งกับตนเองจนลืมไปว่า คำตอบที่น่าสนุกมากกว่า กลับเป็นการหาส่วนผสมแปลกใหม่ที่จะทำให้สองสิ่งสามสิ่งนั้นอยู่ด้วยกันได้ แทนที่จะมานั่งปวดหัวกับการคัดออกให้เหลือหนึ่ง เพื่อให้ได้สิ่งที่ไม่ได้ต่างออกไปจากเดิมมากมายนัก ฉะนั้นมันจึงไม่ใช่เรื่องน่าแปลกใจอะไรว่า หลายครั้งการตัดสินใจของฮายอน มันสะท้อนให้เห็นมุมมองที่เรานึกไปไม่ถึง หรือถ้านึกได้ เราก็อาจไม่กล้าลงมือ นั่นก็เป็นเพราะเราต่างรู้สึกไปเองว่าทางเลือกที่แว่บเข้ามาในความคิด ดูชวนหัวไปหน่อย จนทำให้เราเองก็กล้าๆ กลัวๆ กับมัน จนในท้ายที่สุดเราก็ตัดสินใจสลัดมันไปให้พ้นทางเสียแต่แรก ทั้งที่ยังไม่ได้เริ่มคิดหรือทดลองอะไรกับไอเดียทางเลือกพวกนี้เลยเสียด้วยซ้ำ

Design Follows Function, And Then What?

Jaime Hayon

Design means more than just utility and aesthetics. However, the aesthetic aspect is not solely about beautiful appearance but rather the value of the moment when design can make people question or open up their perspectives about life. It makes them think, ask questions, and change their views on life, people, and the things around them.

Jaime Hayon develops his working process with thought-provoking questions. His design process is like a creative loop of challenging questions about existing things, finding different perspectives, and creating new meanings that give viewers fresh air. It's about interaction between the artwork and the people, combined with a sense of humor and playfulness.

For his approach to the design profession, he believes that design is mainly based on learning by doing, starting with finding inspiration from what surrounds you. Then, adapt it to make it yours.

Not taking oneself too seriously in work, not adhering strictly to definitions of art and design, and being playful–these three aspects liberate his work from the constraints of design or art definitions. That's how his work adapts to its environment and circumstances.

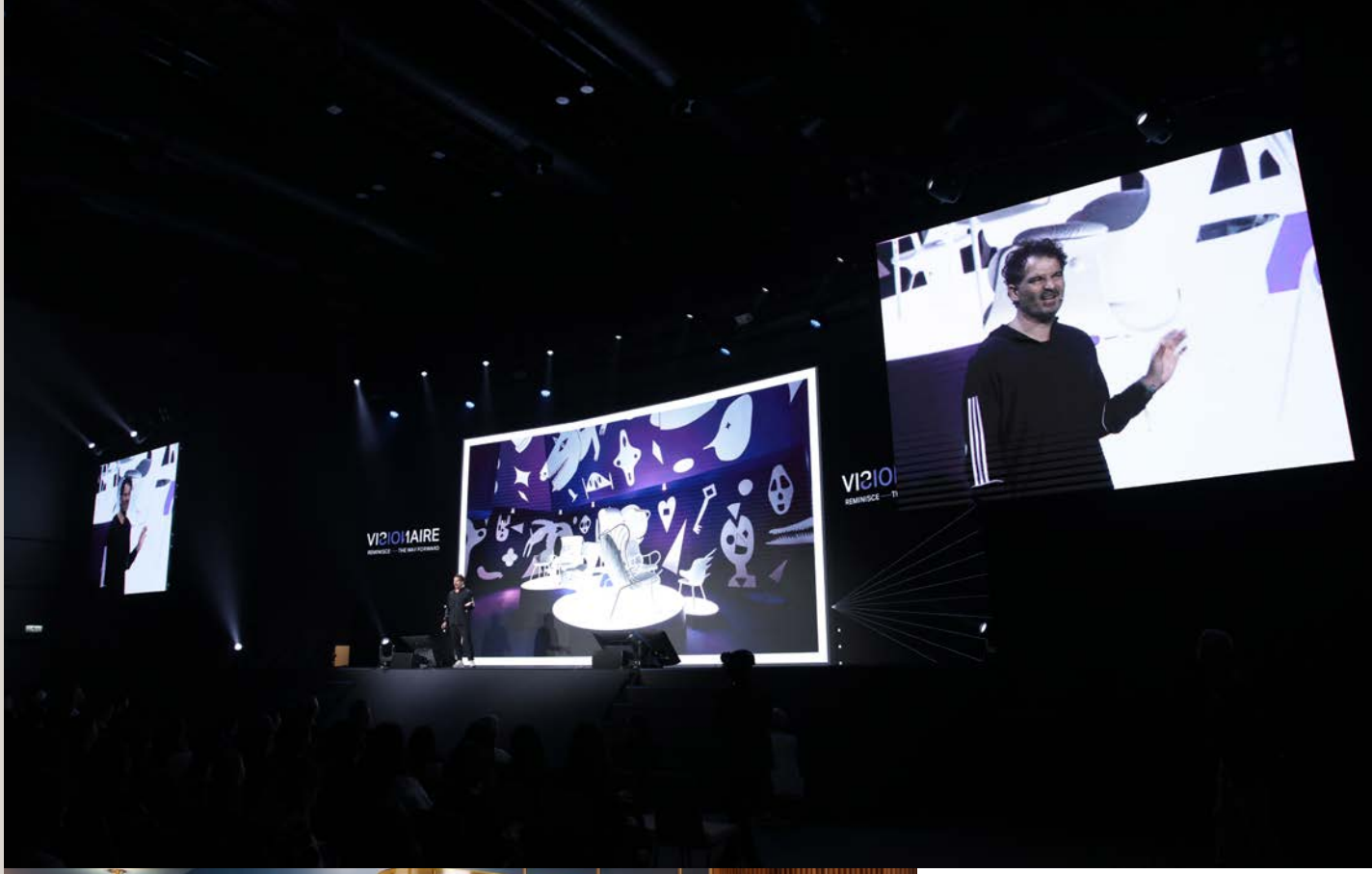
He likes to "make people dream by twisting the perception of something." Playing with what seems mundane makes it more fun for those around it. For example, in "Green Chicken," a rocking chair is transformed into a lively green chicken to make people imagine things they have never seen.

While the other speakers of the program talk about Artificial Intelligence, Hayon prefers to talk about Art Intelligence instead. “Investigating craft heritage and bringing it into the present” comes with playfulness in his works. For example, the Faunacrytopolis iconic collection by Baccarat.

Challenging the context is one of the strategies to make people think. In the ‘Serious Fun Exhibition’ in Korea, he visualizes the making of the show that lets people focus solely on what he wants to present rather than caring too much about the furniture’s details or textiles. The only thing he wants people to observe here is the shape and form of the chair and to think about where these forms come from.

As a designer, he traces the craftsmanship of ‘Baccarat,’ learns from the artisans, always sketches ideas, and continuously pushes his thoughts forward, sometimes against the boundary of the design discipline. He also questions the people working alongside him, asking what they cannot do in the work process. Or what they have not been able to do in the past? Finally, he came up with fresh ideas. While there have been many crystal animal sculptures in the past, what’s different now is that he makes it more fun to people. It’s funny because these animals, if you make them in crystal, they are like a total masterpiece.

Because behind each piece is a relationship between the work, the artisans, and the people behind the scenes. Creating each project allows you to understand people’s emotions, ideas, and concepts. You will also explore each related field of knowledge. Even if you are masterful in one material, such as ceramics (with which Hayon has been working for many years and has become his specialty), it’s different every time you start working.



"Even in the art of Ikebana flower arrangement, which everyone acknowledges its art and value, if we look closely, we can see its peculiar aspect. It's the art of arranging flowers that kill flowers. The origin of the idea of the iconic Fritz Hansen vase is an "Ikebana twist." When I wanted to present Ikebana in my way, it wasn't about putting my art or expression into the work. Instead, it was about reflection—can we make something we see in front of us better for future use?"

"Maintaining a strong theme and point of view" is also the source of inspiration in design work. Because shapes aren't merely functional, they also follow the ideas we have in our thoughts. Moreover, the storytelling is crucial as the intriguing aspects of the work play a part in telling beautiful stories.

"Paying attention to details and forms" is crucial when creating something. The form and aesthetics are essential, especially the visual appeal of the shapes we see or touch. "I believe that round shapes are humble and evoke a good feeling when held." The transformation from the inspiration into the design piece doesn't mean replicating physical shapes directly. Still, it involves exploration and the creation of forms that resonate with the inspiration, much like the elegant sensation we perceive when we see a ballet dancer's legs, which inspired the 'Favn sofa' designed for Fritz Hansen.

The design philosophy that aims to offer customer solutions is the old-fashioned view of design that believes "you have to serve the customer." But from Hayon's perspective, service means giving something that makes people think. It is evident in the expression of the Arpa Armchair's form, designed for the Rossana Orlandi gallery. The work uses one technique and one material with different diameters, while an upholstered seat filled with layers of feathers is precisely selected.

When everything is put together, the feeling and touch of the Arpa Armchair are almost no different from the harp sensation. The feeling of sitting down softly on the upholstered seat makes it a design.

Design is about observing what's around you, near you. By doing so, this way will constantly open up your horizons. Thailand has many skilled craftsmen, and many craftsmanship techniques are worth exploring. By giving them new forms, design can also create a future for obsolete or outmoded materials. The design for the Standard Bangkokin the Mahanakhon Building results from 5 months he lived in Bangkok, surveying various markets throughout the city. About 80% of the project was made in Thailand and unique to Bangkok city at the same time

Playfulness in Hayon's work often arises during periods when he spends time with his paintings. He doesn't care about answering questions like whether he's an artist or a designer. He only cares about having a good time doing what he loves, whether painting or design. Painting teaches him about color and shape that emerges from the subconscious. It's a way of opening oneself to see the world more widely. Sometimes, the forms of the furniture design appear when he's painting. In that case, where are the limits of design work, and where are the boundaries of painting?" Do we need this categorization? Why do we can't have two distinct qualities altogether?

Takeaways

- The vital ingredient in making playful ‘design’ (as in “Serious Fun,” one of his works) is observing everything around oneself with a relaxed and playful attitude. It’s about not taking oneself or one’s life too seriously. It also extends to tapping into the feelings inspired by the sensation of things that are the source of ideas or inspiration. All of these matter to the way you can create challenging solutions. This thinking process often arises from the perspective that the answer we seek does not necessarily have to be an either/or choice. We can have both, as seen in the work of Green Chicken.

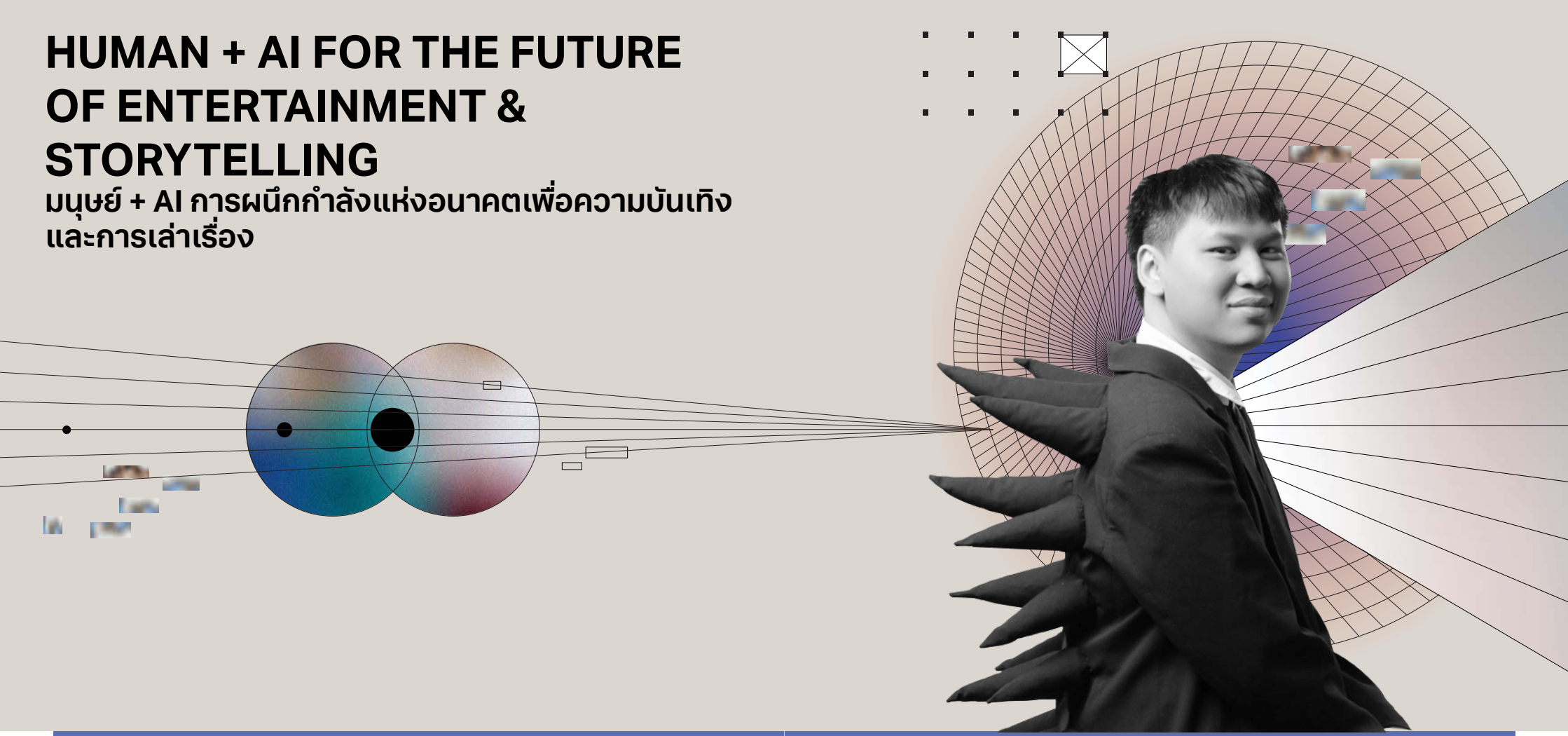
- Today, we are often too strict with ourselves to the point of forgetting that the more enjoyable answers often come from finding new and unusual combinations that allow two or even three things to coexist. Instead of scratching one’s head over a question about which one to choose, we should explore possibilities different from the norm or convention. So, it’s unsurprising that Hayon’s decision-making often reflects a perspective we may have yet to consider. Or, we might not dare to engage with it if we find it. This is because we feel, on our own, that the alternative options that flash into our thoughts can be too challenging or too hilarious, to the point where we might be hesitant and afraid of them. It is a pity that we might discard them right from the start, even before we started thinking or experimenting with these alternative ideas.

PAT PATARANUTAPORN

(MIT MEDIA LAB)

HUMAN + AI FOR THE FUTURE OF ENTERTAINMENT & STORYTELLING

มนุษย์ + AI การผนึกกำลังแห่งอนาคตเพื่อความบันเทิงและการเล่าเรื่อง



PAT PATARANUTAPORN

พัทน์ ภัทรนุธาพร (Pat Pataranutaporn) คือนักวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีผู้สนใจการผนึกกำลังของมนุษยชาติและ AI อย่างสร้างสรรค์ เด็กหนุ่มปัตตานีผู้หลงใหลในวิทยาศาสตร์ และไดโนเสาร์ เริ่มต้นเส้นทางของเขาด้วยเข้าร่วมโครงการพัฒนาอัจฉริยภาพทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีสำหรับเด็กและเยาวชน (Junior Science Talent Project: JSTP) ตั้งแต่ชั้นมัธยมต้น และร่วมก่อตั้ง Futuristic Research Group (Freak Lab) กลุ่มคนไทยที่สร้างนวัตกรรมเพื่อโลกอนาคต สร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เช่น เครื่องพรินต์อาหารที่ผลิตตามความต้องการของคนโดยอ่านจากคลื่นสมอง และงาน Art Installation ชื่อ Emoti-Khon โปรเจ็กต์ผลิต AI เพื่ออ่านคนจากสีหน้า แล้วแสดงอารมณ์ออกมาด้วยใบหน้าโขน เป็นต้น

พัทน์เป็นคนไทยคนแรกในรอบ 20 ปี ที่ได้รับเลือกให้เป็น Graduate Research Assistant ของ MIT Media Lab หนึ่งในห้องแล็บที่ทันสมัยที่สุดในโลกของสถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ ซึ่งอยู่เบื้องหลังสิ่งประดิษฐ์และแนวคิดต่างๆ ที่ขับเคลื่อนโลกมากมาย ชีวิตของพัทน์คลุกคลีอยู่กับการค้นคว้า วิจัย ทดลอง ด้วยความมุ่งหมายสร้างอนาคตผ่านความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ในการหลอมรวมเทคโนโลยีเพื่อปลดล็อกศักยภาพใหม่ ๆ ของมนุษย์ หรือที่เรียกว่า Cybernetic Organism

ผลงานวิจัยของพัทน์ครอบคลุมหลากหลายสาขาวิชาและสำรวจหัวข้อต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการใช้ตัวละครที่สร้างโดย AI เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ (AI-generated characters for learning and well-being), การศึกษากระบวนการใช้เหตุผลและตัดสินใจร่วมกันของมนุษย์และ AI (Human-AI co-reasoning), การเสริมสุขภาพในอวกาศด้วยการใช้อุปกรณ์สวมใส่ Lab on Body เพื่อตรวจสอบสภาพร่างกาย ที่ใช้งานร่วมกับ BioFab หรืออวัยวะชีวดิจิทัล

ที่สามารถจัดโปรแกรมการรักษาเยียวยาในอวกาศได้ ไปจนถึง Machine Learning ที่สามารถจับตัวบ่งชี้ทางภาษาถึงปัญหาสุขภาพจิต และการใช้ความสามารถของ AI ในการค้นหาแพตเทิร์นของชุดข้อมูล นำมาใส่อุปกรณ์ในรูปแบบของแว่นตา เพื่อตรวจจับว่าข้อมูลมีเหตุผลรองรับหรือไม่ และจะส่งคำเตือนว่าอาจถูกชักจูงด้วยข้อมูลผิด ๆ

ในยุคสมัยที่ AI กลายมาเป็นข้อถกเถียงด้านจริยธรรมและมานุษยวิทยา พัทน์มองว่า AI ไม่ต่างจากเครื่องมือต่าง ๆ ที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นมาตลอดวิวัฒนาการ เพื่อทดแทนลักษณะทางกายภาพที่ไม่ได้แข็งแกร่งเช่นสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ไม่มีความรวดเร็วของขา ความแหลมคมของคมเขี้ยวและกรงเล็บ หรือประสาทสัมผัสที่ว่องไว แต่มนุษย์มีมันสมองและแขนขาเพื่อสร้างเครื่องมือใหม่ ๆ ขึ้นใช้แก้ปัญหาการดำรงชีวิตในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปในอนาคต เช่นที่เขาเคยให้สัมภาษณ์ไว้ว่า

“ที่ Media Lab เราจะคุยกันตลอดว่า อนาคตไม่ใช่สิ่งที่เรารอให้เกิด แต่เป็นสิ่งที่เราจะต้องทำให้มันเกิดขึ้น คือเราต้องเป็นคนบุกเบิก สร้างงานต้นแบบเพื่อให้มันเกิดขึ้นมาจริง ๆ”

ปัจจุบันพัทน์เป็นนักวิจัยของ MIT Media Lab โดยเขามีส่วนร่วมในโปรเจ็กต์สำคัญมากมายกับ NASA, NTT DATA, IBM, KBTG, UCSB, Stanford Harvard และ Netflix มีผลงานวิจัยตีพิมพ์ในสายงานวิชาการชั้นนำมากมาย เช่น Nature Machine Intelligence, Nature Biotechnology, IEEE, ACM CHI, ACM SIGGRAPH, ACM ISWC, ACM Augmented Humans, Royal Society of Chemistry ทั้งยังเป็นผู้รีวิวผลงานวิจัยและบรรณาธิการให้กับ IEEE และ ACM อีกด้วย

Pat Pataranutaporn a technologist and a researcher whose interest involves the intersection of synthetic virtual humans and synthetic biology. The Pattani-born researcher, whose lifelong fascinations include science and dinosaurs, started his scientific journey by participating in the Junior Science Talent Project (JSTP) in his secondary years before co-founding the Futuristic Research Group (Freak Lab), an anti-disciplinary research cluster that converges arts, science, and technology for thinking beyond and exploring the symbiotic relationship between humans and emerging technologies. Freak Lab's notable initiatives include a controlled 3D printer that translates EEG signals from the user into 3D printed food and media installations visualising human's emotional expression using Khon masks.

Pat is the first Thai national to be offered a Graduate Research Assistant post at MIT Media Lab in 20 years. At this state-of-the-art facility behind the world's latest innovations and concepts, Pat enjoys researching and experimenting new possibilities, exploring the potentials of cybernetic organisms to unlock new human capacities. His interdisciplinary research ranges from investigating AI-generated characters for learning and well-being, human-AI co-reasoning, a wearable lab on the body with programmable bio-digital organs for space exploration, a machine learning model to detect linguistic markers related to mental health issues, and a wearable device with an explainable AI assistant to enhance human rationality.

As the use of AI has become a controversial topic in terms of ethics and humanities, Pat believes that, in essence, AI is no different from mad-made tools created all through our course of evolution to replace our physical inadequacies compared to other species. We substitute our lack of overpowering speed, sharp claws and fangs, or superior senses with intellect and hands and legs that are suitable for making and using new tools to solve our living challenges in the changing environment.

"At Media Lab, we always say the future isn't something we wait for its arrival. Instead, the future is something we create. We have to innovate and pioneer the future we want to happen."

As a graduate research assistant at MIT Media Lab, Pat is part of several projects with NASA, NTT DATA, IBM, KBTG, UCSB, Stanford , Harvard, and Netflix. His research has been published in several respectable journals, such as Nature Machine Intelligence, Nature Biotechnology, IEEE, ACM CHI, ACM SIGGRAPH, ACM ISWC, ACM Augmented Humans and Royal Society of Chemistry. He's also a reviewer and editor for IEEE and ACM.

Human + AI for the Future of Entertainment & Storytelling

มนุษย์ + AI การผนึกกำลังแห่งอนาคต เพื่อความบันเทิงและการเล่าเรื่อง

Pat Pataranutaporn (MIT Media Lab)

พัฒนาการของ AI กำลังจะพาสังคมไปเจอกับจุดพลิกผันที่จะสร้างวิกฤตความแตกแยกจากการที่ AI เข้ามาแทนที่มนุษย์หรือไม่? แล้วเราจะสร้างความสัมพันธ์แบบอยู่ร่วมกันระหว่างระบบชีวภาพของสิ่งมีชีวิต และระบบดิจิตอล จากความก้าวหน้าทางความรู้และเทคโนโลยี AI ที่มีในปัจจุบัน เพื่อเสริมให้มนุษย์มีความสามารถที่สูงขึ้นในด้านใดได้บ้าง?

พัทน์ ภัทรนุธาพร เปิดการบรรยายของตนเองด้วยท่อนหนึ่งจากงานเขียนยุคหลังของ ดอนนา ฮาราเวย์ (Donna Haraway) นักปรัชญาร่วมสมัยคนสำคัญแห่งยุค เจ้าของผลงานที่เป็นหมุดหมายของการตั้งคำถามที่นำไปสู่การทลายกรอบคิดเดิมเรื่องการแบ่งแยกอัตลักษณ์ในสังคมมนุษย์เรา ที่วางเส้นแบ่งที่ชัดเจนเอาไว้ระหว่าง คน สัตว์ และเครื่องจักรหุ่นยนต์ ซึ่งปรากฏในงานเขียนจากปี ค.ศ.1985 ที่เป็นที่รู้จักกันดีชื่อ คำประกาศไซบอร์ก (A Cyborg Manifesto)

[“ It matters what matters we use to think other matters with; it matters what stories we tell to tell other stories with; it matters what knots knot knots, what thoughts think thoughts, what descriptions describe descriptions, what ties tie ties. It matters what stories make worlds, what worlds make stories.” – Donna Haraway, Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene, 2016, p.12. –]

“สิ่งสำคัญคือว่า เราคิดประเด็นต่าง ๆ จากประเด็นอะไร ความสำคัญมันอยู่ที่ว่า เราเล่าเรื่องเพื่อบอกเล่าเรื่องอื่น ๆ จากเรื่องอะไร ปมเรื่องแบบไหนผูกปมต่าง ๆ ขึ้นมา ความนึกคิดแบบไหนที่คิดความนึกคิดอื่นๆ ออกมา แล้วคำบรรยายแบบไหนกันจะมาอธิบายคำบรรยายอื่น ๆ ได้ การผูกเงื่อนแบบไหนที่สร้างเงื่อนต่าง ๆ ได้ มันสำคัญว่าเรื่องแบบไหนกันที่จะมาสร้างโลกอื่น ๆ ได้ โลกแบบไหนกันที่จะสร้างเรื่องราวอื่น ๆ ขึ้นมาได้ ” ดอนนา ฮาราเวย์ (Donna Haraway) จากหนังสือ Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene, 2016

จากอดีตจนถึงปัจจุบัน พลังของทฤษฎีที่ดอนนา ฮาราเวย์ (Donna Haraway) เสนอนั้น ทางหนึ่งมันทำให้เกิดการถกเถียงในแวดวงวิทยาศาสตร์ ถึงความชอบธรรมในการกำหนดว่าสิ่งใดถูกต้องเป็นจริงนั้น ต้องสอดคล้องไปตามหลักวิทยาศาสตร์เท่านั้นหรือไม่ ในขณะที่เมื่อมองจากอีกมุม มันกลับเปิดโอกาสให้เราได้คิดจินตนาการแตกแขนงมุมมองความสัมพันธ์ต่าง ๆ บนโลกนี้ให้กับโลกศิลปะร่วมสมัย เป็นการมองว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และสรรพสิ่งบนโลกนี้ ไม่จำเป็นต้องจำกัดอยู่ในกรอบคิดที่มีความเป็นคู่ตรงข้ามกันอย่าง ธรรมชาติ-วัฒนธรรม ความเป็นสากล-ความเฉพาะเจาะจงเสมอไป ความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ สามารถเกิดขึ้นแบบโครงข่ายที่เป็นพหุ ที่ไม่จำกัดความสัมพันธ์ไว้ที่สองสิ่ง แต่เป็นการเชื่อมต่อสามสิ่งสี่สิ่ง หรือหลายสิ่งไปพร้อมๆ กัน (everything everywhere all-at-once) ฉะนั้นสิ่งที่เราจะได้จากการตั้งคำถามกับกรอบคิดเดิมเช่นนี้ ก็คือ มุมมองของเราจะมีลักษณะที่พลิกแพลงยืดหยุ่นได้มากขึ้น เพื่อตอบรับไปกับความเปลี่ยนแปลงรอบตัวเรา

เมื่อย้อนมองไปในอดีต หนึ่งในสิ่งที่ทำให้ MIT Media Lab มีชื่อเสียงโด่งดังขึ้นมาในระดับสากล ก็มาจากการออกแบบระบบจอสัมผัส (touchscreen) ยุคแรกของโลก หรือก็คือ การออกแบบอินเตอร์เฟสหรือระบบสื่อสารระหว่างคนกับระบบอิเล็กทรอนิกส์ในคอมพิวเตอร์ ฉะนั้นแนวคิดของการผสานจับคู่ หรือโยงเครือข่ายแบบใหม่ จึงอยู่ในวิธีคิดของ MIT Media Lab

ตัวอย่างเช่น งาน Cyborg Botany ก็เริ่มจากแนวคิดที่เรียบง่ายในการออกแบบปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนและสิ่งต่าง ๆ (interaction design) โดยใช้การผสานเอากลไกอิเล็กทรอนิกส์เข้าไปในสิ่งมีชีวิตอย่างพืช ว่า ในเมื่อพืชต้องการการสังเคราะห์แสง แทนที่จะปล่อยให้พืชก็อยู่เฉย ๆ ในแบบเดิมของมัน ทำไมเราไม่ช่วยให้มันสามารถเดินหาแสงให้ตัวมันเองเลยล่ะ หรือในงานจากแล็ปใน MIT Media Lab ของ เนรี่ อ็อกซ์แมน (Neri Oxman) ที่มองหาวิธีที่จะทำให้อาคารเติบโตขึ้นมาแบบต้นไม้ ด้วยการโปรแกรมหุ่นยนต์ให้ช่วยเลี้ยงอาคารขึ้นมาเป็นสถาปัตยกรรม หรือวัสดุที่ประกอบตัวมันได้เอง (self-assemble) และสามารถแพคแบบแบนเพื่อเดินทางไปในอวกาศได้

เมื่อไม่นานมานี้จากในกลุ่มวิจัยของพัทน์เอง ในชื่อ Fluid Interfaces ที่มีการนำเอาเทคโนโลยี AI มาช่วยลดการนอนฝันร้ายของผู้คน เป็นวิศวกรรมด้านความฝัน (dream engineering) หรืองานชิ้นที่เพิ่งออกมาในเดือนกันยายนนี้เอง เป็นงานออกแบบบรายกทรงสตรี สำหรับตรวจหามะเร็งในทรวงอก แน่นอนว่า ความละเอียดที่ได้ย่อมไม่เท่ากับการเข้ารับการตรวจในโรงพยาบาล แต่มันทำให้เราได้เห็นมิติใหม่ของการคิดทางออกใหม่ในการดูแลสุขภาพให้กับผู้คนในสังคม

ไอเดียหลักของการทำงานกันใน MIT Media Lab ก็คือการตั้งคำถามว่า “เราจะสร้างอนาคตที่ต่างออกไป โดยที่มันยังเป็นอนาคตในแบบที่เราอยากใช้ชีวิตในนั้นได้อย่างไร?” แก่นแท้ของแนวคิดที่เป็นเหมือน DNA ขับเคลื่อน MIT Media Lab ก็คือ “การเข้ามาเสริมมนุษย์เราให้มีศักยภาพและพลังมากขึ้น เพื่อมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในอนาคต ที่แล็ปแห่งนี้ เราไม่ได้มุ่งคิดสร้างเทคโนโลยีที่ดีขึ้น เทคโนโลยีไม่ควรเข้ามาแทนที่มนุษย์ เราคิดกันว่า เราจะทำอย่างไรให้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยเสริมพลังให้กับมนุษย์เรา ทำให้พวกเขาทำงานดีขึ้น เล่นเก่งขึ้น ออกแบบดีขึ้น และคิดเก่งขึ้น”

งานของพัทน์โฟกัสไปที่การผนวกรวมเอาโลกชีวภาพกับโลกดิจิตอลเข้าไว้ด้วยกัน เพื่อทำให้มนุษย์เรามีศักยภาพที่ดีขึ้น หัวข้อของงานวิจัยของเขาคือ Cyber Biome การสร้างอวัยวะที่ผสานระหว่างโลกชีวภาพและดิจิตอลที่สามารถตรวจสอบสภาพและให้การรักษาแก่นักบินอวกาศ เพื่อให้พวกเขาสามารถสำรวจอวกาศโดยมี

ความสามารถทางการแพทย์ฝังเข้าไปในร่างกายของพวกเขา “เราสร้างไซบอร์กขึ้นมาจริง ๆ” มันเป็นอวัยวะเสริมที่เราสามารถสวมใส่ไปบนร่างกายได้ อย่างในงานนี้คุณก็ได้เห็นแล้วว่า เมื่อเอาสาขาวิชาสองสาขาอย่าง การดูแลสุขภาพ และการสำรวจอวกาศมาเจอกัน คุณก็จะได้สาขาใหม่ขึ้นมา ก็คือ สุขภาพในอวกาศ

คำว่า ปัญญาประดิษฐ์ หรือ เอไอ (Artificial Intelligence AI) จะว่าไปแล้วก็เกิดขึ้นที่ MIT นี่เอง เวลาเราคิดถึง AI เรามักมองเห็นสองส่วนแยกจากกัน คือ คน กับ เครื่องจักรคอมพิวเตอร์ ทว่าในตอนนี้สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือ มนุษย์เรากำลังโต้ตอบสื่อสารกับAI เราไม่ควรมองสองสิ่งนี้แยกออกจากกัน แต่ควรมองเป็นระบบของการใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันแบบพึ่งพากัน (symbiotic system) พวกเรากำลังเปลี่ยนความสนใจจาก AI ไปสู่ Intelligent Amplification หรือ Intelligent Augmentation ซึ่งสนใจในเรื่องการขยายขอบเขตกำลังความสามารถของมนุษย์เราออกไปให้กว้างขึ้น

กลุ่มวิจัย Fluid Interfaces ก็โฟกัสในเรื่องนี้ ใช้เวลาไปกับการนำเอาเทคโนโลยีมาเพิ่มขีดความสามารถให้กับคน เราเพิ่มความสามารถในการสร้างสรรค์ให้คนจาก AI และความฝัน เราเพิ่มความสามารถในการตัดสินใจ เสริมเรื่องพฤติกรรมการเรียนรู้และยกระดับคุณภาพชีวิตกับความเป็นอยู่ สิ่งที่เราค้นหาก็คือ เราจะทำอย่างไรให้ทั้งสองส่วนนี้ทำงานด้วยกันและส่งเสริมซึ่งกันและกันในแบบที่แตกต่างออกไปจากวิถีเดิม ๆ ได้

หลายคนคงยังมีคำถามคาใจเรื่อง AI จะเข้ามาแทนที่แรงงานมนุษย์ หลังจากได้เห็นความสามารถของ AI ที่อยู่ในระบบโปรแกรมของ Midjourney หรือ ChatGPT และอื่นๆ AI จะมาแย่งงานจากมนุษย์ไป เราลองหันไปดูสิ่งที่เกิดขึ้นในอดีตเมื่อมีเทคโนโลยีใหม่กันสักนิด มีการคิดค้นกล้องถ่ายภาพขึ้นมาในราวต้นศตวรรษที่ 19 (ค.ศ.1816) มันทำให้ทิศทางทัศนคติในเรื่องสุนทรียะความงามของผู้คนในแวดวงศิลปะเปลี่ยนจากภาพเหมือนที่ดูเหมือนจริงแบบโมนาลิซา (Mona Lisa) และหันหน้าไปสู่แนวคิดที่เป็นนามธรรมมากขึ้น หรือหันไปทำงานศิลปะที่มีลักษณะเหนือจริงมากขึ้น เทคโนโลยีใหม่ที่เกิดขึ้นมานั้น มันไม่ได้แทนที่การสร้างภาพแบบเดิมโดยสิ้นเชิง

เสียทีเดียว เพราะการวาดภาพแบบเดิมยังคงอยู่ เป็นหนึ่งในทางเลือกเพื่อแสดงออกเรื่องความงาม ทว่าไม่ใช่เส้นทางบังคับเส้นทางเดียวที่ทำได้อีกต่อไป มันเปิดโอกาสให้เราให้พบกับความเป็นไปได้ใหม่ๆ ในการคิดสร้างสรรค์งานอย่างเปิดกว้างมากขึ้น ฉะนั้นเทคโนโลยีใหม่สามารถเข้ามาช่วยขยายขีดจำกัดความสามารถของเราในการสร้างสรรค์ให้มีความแตกต่างหลากหลายออกไปได้มากขึ้นอีก

ในความเป็นจริงคนส่วนใหญ่ไม่ได้นึกท้อถอดใจที่จะพัฒนาตนเองเวลาเห็นความสามารถของเทคโนโลยีใหม่ จากงานวิจัยเราจึงได้รู้ว่าที่จริงมีแค่คนส่วนน้อยที่รู้สึกถอดใจและไม่คิดจะไปแข่งในสิ่งที่ AI มีความสามารถ ศาตราจารย์ Erik Brynjolfsson จาก Stanford University ได้ทำการศึกษาเรื่องมนุษย์กับระบบการทำงานอัตโนมัติ (Automation) มาระยะหนึ่งตั้งแต่ช่วงก่อนการมาถึงของยุคแห่ง Disruption ให้ความเห็นว่า การแปลงให้งานเป็นการทำงานแบบอัตโนมัติ มีคุณค่าน้อยกว่าการเพิ่มขีดความสามารถให้กับแรงงาน อย่างไรก็ดี เรายังจะได้เจอความเปลี่ยนแปลงอีกมากมาย คำถามนี้ยังคงเป็นคำถามปลายเปิดที่เรายังต้องจับตาดูกันต่อไป

สิ่งสำคัญคือ พลังของการเล่าเรื่อง AI สามารถช่วยให้เราปรับเรื่องราวที่จะเล่าให้เหมาะกับปลายทางคนดู การนำเอา AI เขามาใช้ในกระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างการเรียนรู้ที่เหมาะกับความชอบส่วนตัวของคนแต่ละคน (personalized learning) นอกจากนี้แล้วเราก็ยังสามารถนำมันไปใช้กับการดูแลสุขภาพและคุณภาพชีวิตของคน (personalized medicine) คู่ความสัมพันธ์ระหว่างคนกับหุ่นยนต์นั้น ไม่จำเป็นต้องเป็นไปในแบบมีเธอไม่มีฉัน ทำไมเราไม่ลองมองมันเป็นเหมือนความสัมพันธ์ระหว่างโดราเอมอน กับ โนบิตะ ดูบ้างล่ะ

เราสามารถผสมผสานโลกหลายใบเข้าด้วยกัน ไม่ว่ามันจะเป็นโลกนิยายวิทยาศาสตร์ โลกการ์ตูน โลกวิทยาศาสตร์ ทำไมเราไม่ลองทำให้ไอน์สไตน์มาเป็นอาจารย์สอนวิชาฟิสิกส์ให้กับเราดูล่ะ นี่คือหนึ่งในโปรเจ็กต์ที่เราทำกัน ในงานนี้คุณสามารถปรับเปลี่ยนตัวคนสอนให้ตรงกับจริตความชอบของคุณได้ ถ้าคุณชอบแฮร์รี่ พอตเตอร์ (Harry Potter) คุณก็สามารถเปลี่ยนให้แฮร์รี่เป็นอาจารย์สอนคุณแทน ไม่ว่าคุณจะปรับหน้าตาคนสอนไปอย่างไร เนื้อหาก็คือชุดเดียวกัน สิ่งที่เราสนใจในงานศึกษาชิ้นนี้

ก็คือ ผลกระทบจากการเลือกผู้สอนให้ตรงความชอบส่วนตัว ซึ่งให้ผลออกมาว่า กลุ่มตัวอย่างได้เรียนกับคนสอนที่เขามีความชื่นชอบอยู่เป็นทุนเดิมนั้น ทำให้คนเรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียนมากขึ้น ถึงแม้ว่าเขาจะรู้ว่ามันเป็นการทำขึ้นมา ไม่ใช่ตัวจริง แต่ผลลัพธ์การเรียนรู้ของพวกเขาก็ดีขึ้นจริง ๆ

ผลจากงานวิจัยได้บอกเราว่า โดยทั่วไปแล้ว การตัดสินใจของคนเรานั้น มีระดับความแม่นยำถูกต้องอยู่ที่ 60-70% เท่านั้น แต่ถ้าเราใช้ AI เข้ามาช่วยคิดและให้คำอธิบายที่ตรงไปตรงมาแล้ว ระดับความถูกต้องในการตัดสินใจของคนเราจะเพิ่มขึ้นไปได้ถึง 80% บทบาทของ AI จึงเป็นการเข้ามาช่วยทำให้กระบวนการเรียนรู้มีแรงเสียดทานน้อยลง ไหลลื่นมากขึ้น ส่งเสริมให้ความอยากรู้อยากเห็น ประสิทธิภาพในการเรียนรู้ และความตั้งใจที่จะเรียนรู้เพิ่มมากขึ้น

อีกหนึ่งตัวอย่างที่จะแสดงให้เห็นว่า AI จำเป็นต้องมาแทนที่มนุษย์เราเสมอไป แต่เข้ามาช่วยให้ศิลปินได้คิดไตร่ตรองอยู่กับตัวเองด้วยวิธีที่แตกต่างออกไป อย่างเช่นในงานของศิลปินและผู้กำกับภาพยนตร์อย่าง อภิชาติพงศ์ วีระเศรษฐกุล ในบทสนทนากับพระอาทิตย์ (Conversation with the Sun) ที่นำไปสู่การสร้างเรื่องเล่าหรือไอเดียที่เป็นไปไม่ได้ มันจึงเป็นการขยายขอบเขตในการคิดของศิลปินให้แผ่กว้างออกไปมากขึ้น

ขอบเขตของการเรียนรู้ของคนเรานั้น ไม่ได้จำกัดอยู่กับการเรียนรู้โลกภายนอกเท่านั้น โปรเจ็กต์ Machinoia ที่เป็นการสร้างตัวเราในหลากหลายเวอร์ชั่นขึ้นมา AI ยังสามารถเข้ามาเพิ่มขอบเขตความสามารถในการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวเราเอง เพื่อช่วยให้เราหล่อเลี้ยงการเติบโตภายในของเราและทำความเข้าใจตัวเองได้ดีขึ้น โปรเจ็กต์นี้จึงมี ตัวพัทน์หลากหลายเวอร์ชั่น เป็นพัทน์ที่เป็นคนแก่ พัทน์ที่เป็นวัยรุ่น พัทน์ที่เป็นคนหัวอนุรักษ์นิยม พัทน์ที่เป็นคนหัวก้าวหน้า พัทน์ที่มีความเป็นชายพัทน์ ที่มีความเป็นหญิง ฯลฯ ตัวตนที่หลากหลายมากมายของพัทน์ในเวอร์ชั่นต่าง ๆ กันนี้สร้างขึ้นมาจากข้อความมากกว่า 90,000 ข้อความของพัทน์บนโซเชียลมีเดีย ฉะนั้นท่ามกลางสถานการณ์สังคมการเมืองที่มีความผันผวน คุณก็สามารถคุยกับตัวคุณในอนาคตได้ว่า คุณมีความคิดเห็นอย่างไรในเรื่องเทคโนโลยี และลองถามกับตัวคุณในแต่ละเวอร์ชั่นที่แตกต่างกันไป คุณสามารถใช้อุปกรณ์แบบสวมใส่ได้

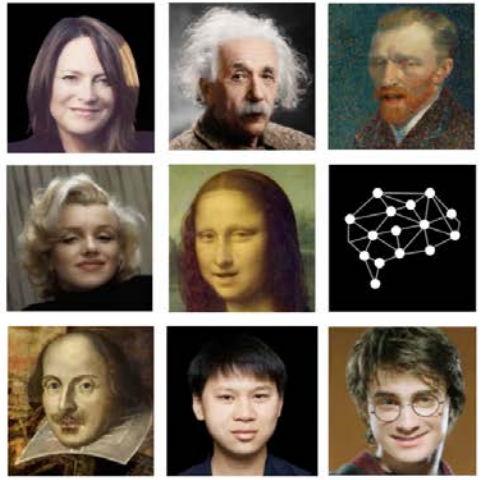
พกพาตัวคุณในเวอร์ชั่นต่าง ๆ ไปทุกที่ของตัวคุณ ที่สำคัญการที่คุณมองเห็นความเป็นไปได้จากวิธีคิดของตัวคุณในแต่ละแบบความสามารถและความแม่นยำในการตัดสินใจก็ย่อมมีมากขึ้นไปตามลำดับ

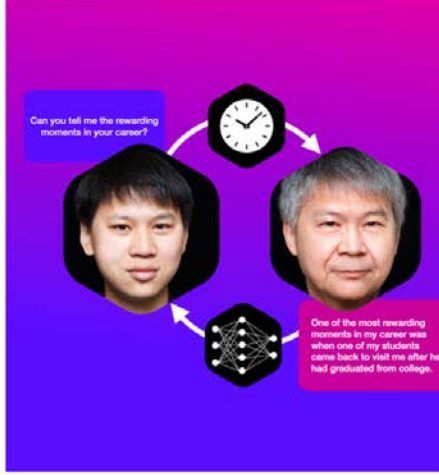
อย่างไรก็ดี เมื่อเดือนมีนาคมที่ผ่านมา มีการเรียกร้องส่งเสียงเตือนเรื่องขอให้ยับยั้งการพัฒนาและหยุดตรวจสอบความเสี่ยงที่จะมากับความสามารถในการประมวลผลใกล้เคียงมนุษย์ของ AI ซึ่งจะพาให้กับสังคมและมนุษยชาติพบกับความเสี่ยงอันยิ่งใหญ่ ประเด็นที่ผู้คนในสังคมทั่วโลกวิตกกังวลก็คือ เทคโนโลยีเองก็มีขีดจำกัด

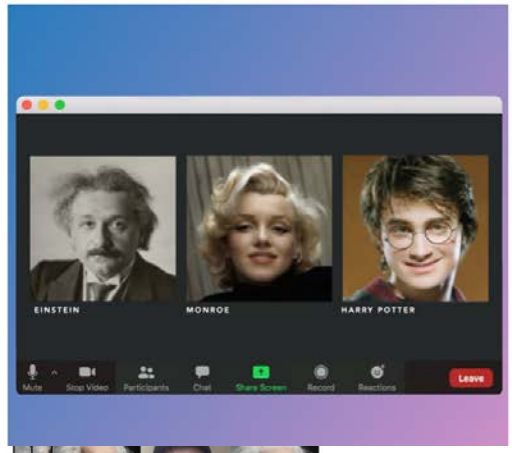
เทคโนโลยีไม่สามารถตรวจสอบคำตอบหรือข้อเสนอของมันกับความเป็นจริงได้ (lack of reality check) มันจึงไม่สามารถตรวจสอบเพื่อยืนยันกับเราได้ว่า ผลลัพธ์ที่ได้มานั้น เป็นทางเลือกที่ดีที่สุดที่สามารถทำได้จริง หรือเป็นแค่เพียงทางตันของการพัฒนา ฉะนั้น AI ไม่ใช่เครื่องมือที่ปลอดการแทรกแซง เพราะคนสามารถเข้าไปดัดแปลง ควบคุม บิดเบือนการทำงานของมันได้เช่นกัน โดยเฉพาะในเรื่องของการให้ข้อมูลผิดพลาดหรือบิดเบือน

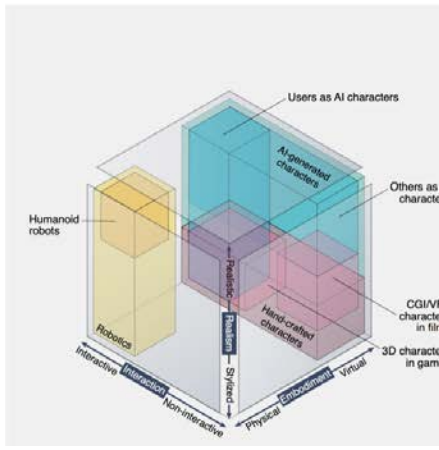
สิ่งที่ไม่ควรลืมก็คือ ไอเดียมากมายที่ AI สร้างขึ้นนั้น ไม่ได้เกิดมาจากการวิเคราะห์ปัญหาด้วยความฉลาดทางปัญญา แต่เกิดขึ้นจากหลักการเรียนรู้จากการลองผิดลองถูกของเครื่องจักร จากตรงนี้เรารู้แล้วว่า รูปแบบการสร้างสรรค์ของคนเราอาศัยปัญญาของมนุษย์ แต่รูปแบบการสร้างสรรค์ของAI อยู่บนพื้นฐานของหลักการลองผิดลองถูกแล้วความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วครั้งนี้จะพาเราไปสู่รอยแยกที่แยกขาดหยั่งลึก จนแบ่งสังคมออกเป็นสองกลุ่มใหญ่หรือไม่?

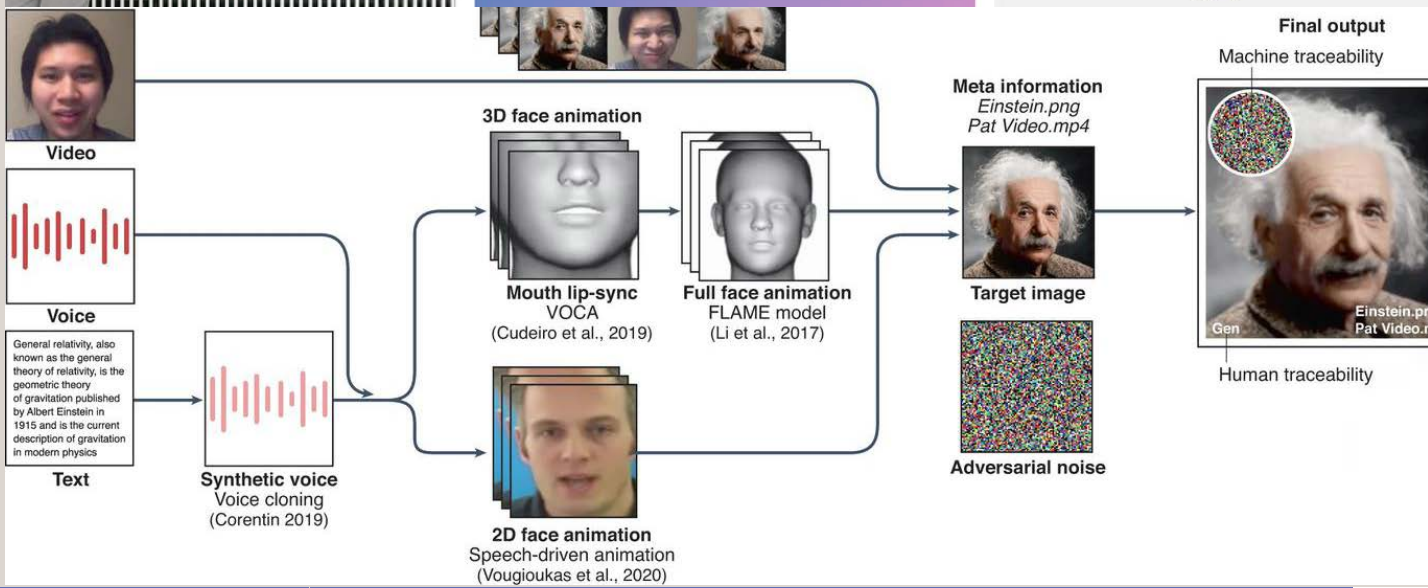
ถ้าการแบ่งทำให้เกิดเป็น หนึ่ง คนกลุ่มแรกเป็นกลุ่มคนจำนวนหยิบมือที่ปรับตัวได้และได้ประโยชน์จากเทคโนโลยีนี้ กับ สอง อีกกลุ่มที่เป็นคนส่วนใหญ่ในสังคมที่ไม่สามารถปรับตัวได้ทันเวลา จึงเข้าไม่ถึงโอกาสจากแหล่งงานใหม่ เสียผลประโยชน์ที่มีเกือบทั้งหมดไป และถูกทิ้งไว้เบื้องหลังจากความก้าวหน้าที่เต็มไปด้วยความผกผันของโลก เราจะวางแผนการจัดการเพื่อรับมือกับเรื่องนี้อย่างไร เราจะมีทางออกอย่างไรที่จะช่วยให้คนส่วนใหญ่ตามทันความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นนี้ได้ทันเวลา











Takeaways

- ในช่วงของระยะเปลี่ยนผ่าน (transition phase) เราจะทำให้มนุษย์มีความสามารถในการปรับตัวเข้ากับความเปลี่ยนแปลงในจุดพลิกผัน (tipping point) ได้อย่างไร?

- ปัจจุบันมีงานวิจัยมากมายที่พัทน์ค้นคว้าวิจัยที่ MIT Media Lab และกับ Freak Lab ในไทย ที่สามารถนำมาเป็นแรงบันดาลใจในการคิดรับมือกับบททดสอบครั้งนี้ เช่น การเริ่มต้นที่การรื้อทัศนคติเกี่ยวกับระบบการเรียนรู้แบบเก่า และอำนวยความสะดวกให้ผู้คนทุกระดับจากทั่วทุกมุมโลก สามารถเข้าถึงการศึกษาที่เหมาะกับจริตของตนเองได้อย่างสะดวกมากขึ้นเรื่อยๆ ลดทุกอย่างที่อาจเป็นกำแพงอุปสรรคในการเรียนรู้ลงไปให้ได้มากที่สุด เพื่อให้กระบวนการเรียนเกิดขึ้นได้ง่ายและต่อเนื่อง ส่งเสริมให้ปัจเจกบุคคลในสังคมมีความยืดหยุ่นและเข้มแข็งมากพอที่จะรับแรงกระแทกจากความผกผันและความเปลี่ยนแปลงใหม่ๆ ในสังคมที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

- ฉะนั้น การให้ความสำคัญกับการตั้งคำถามเพื่อท้าทายกรอบคิดเรื่องการศึกษาแบบเดิม และผลักดันให้เกิด frictionless learning ด้วยการเสนอโมเดลความคิด personalized learning ทำให้การเรียนรู้เป็นสิ่งที่คนทุกคนสามารถเข้าถึงได้สะดวกและมีความเท่าเทียมกัน ก็ถือเป็นหนึ่งในท่าทีการหาทางออกที่มาได้พอดีเวลา ทั้งยังมีความเป็นไปได้และน่าสนใจในเวลาเดียวกัน แต่ทั้งหมดนี้ยังเป็นคำถามปลายเปิดที่รอการค้นหาเพื่อแตกแขนงความเป็นไปได้ออกไปอีกมากมายในอนาคตอันใกล้

Human + AI for the Future of Entertainment & Storytelling

Pat Pataranutaporn (MIT Media Lab)

Is the development of AI leading society towards a tipping point that will create a crisis of a great divide caused by the idea that AI will be replacing humans or not? And how can we create a symbiotic relationship between the biological systems of living beings and the digital systems? How can we enhance human capabilities with current AI knowledge and technology advancements?

Pataranutaporn begins his presentation with a passage from Donna Haraway's early work, Staying with the Trouble: Making Kin in the Chthulucene (2016:12). She is the author of the article "A Cyborg Manifesto" in 1985, which is well-known for rejecting the traditional separation human, animal, and machine from each other in our society. Since then, the precedent boundaries that draw a clear division line between humans, animals, and robotic machines have been questioned.

"It matters what matters we use to think other matters with; it matters what stories we tell to tell other stories with; it matters what knots knot knots, what thoughts think thoughts, what descriptions describe descriptions, what ties tie ties. It matters what stories make worlds, what worlds make stories."
– Donna Haraway –

From the past to the present, the power of the theory proposed by Haraway has, on the one hand, sparked debates within the philosophers' community that only the truth that follows the scientific thinking framework can be accepted? How about the rest? On the other hand,

it opens up opportunities to imagine diverging perspectives on various relationships in the contemporary art world. It suggests that the relationships between humans and entities in this world do not necessarily have to be constrained within duality like nature-culture and universality-particularity. Relationships between things can occur in a multiple network that does not limit relations to two things. Still, it's about connecting three, four, or many things together (everything everywhere, all at once). By adopting this mode of thinking, what we can gain from questioning such traditional frameworks is a perspective of the world that becomes more flexible and adaptable to changes around us.

Looking back in history, one of the reasons why the MIT Media Lab became globally renowned comes from the design of one of the world's first touchscreen systems, or, in other words, the design of interfaces or communication systems between humans and electronic systems in computers. Therefore, the concept of integrating, pairing, or networking in new ways is in the thinking of the MIT Media Lab.

For example, the Cyborg Botany project starts with a simple idea in interaction design, using electronics integrated with living things like plants. The notion is: since plants need photosynthesis, instead of letting them stay still in an inert form, why don't we help them move towards the light by themselves? Or, in the work from Neri Oxman's lab at MIT Media Lab, looking for ways to allow buildings to grow like trees, programming robots to nurture buildings into architectures, or materials that can self-assemble and be packed flat for space travel.

Recently, from his own research group named Fluid Interfaces, which used AI technology to help reduce people's nightmares, it became a kind of dream engineering. Or a recent project released just this September: it is a design of a bra for breast cancer detection. Certainly, the resolution is not as high as having an examination in the hospital. Still, it gives us a new dimension of thinking about new solutions in healthcare for people in society.

The main idea of working together in the MIT Media Lab is to ask the question, "How do we create a different future while it is still a future in which we want to live?" The core of the concept, which is like the DNA that drives the MIT Media Lab, is "enhancing our humanity to be more capable and powerful, to have a better quality of life in the future. In this lab, we do not aim to create better technology. Technology should not replace humans. We think about how to bring technology to empower people, make us work better, play better, design better, and think better."

Patt's work focuses on integrating the biological world with the digital one, aiming to enhance human potential. His research topic is "Cyber Biome," creating organs that blend the biological and digital worlds, capable of monitoring and treating astronauts, enabling them to explore space with embedded medical capabilities in their bodies. "We're really creating cyborgs," he says. It's a wearable augmentation for our bodies. In this work, when you bring together two disciplines – health care and space exploration – you create a new field: space health.

The term "Artificial Intelligence" or AI, for all intents and purposes, originated at MIT. When we think about AI, we often see two separate parts: humans and computer machinery. But now, humans are interacting

and communicating with AI. We shouldn't view these two elements separately but as a symbiotic system. Our focus is shifting from AI to Intelligent Amplification or Intelligent Augmentation, which is concerned with expanding the capabilities of humans.

The Fluid Interfaces research group focuses on utilizing technology to enhance people's capabilities. We augment human creativity through AI and dreams, improve decision-making capabilities, reinforce learning behavior, and elevate the quality of life and existence. What we are looking for is: how can both parts work together and mutually enhance each other in a way that diverges from the traditional path?

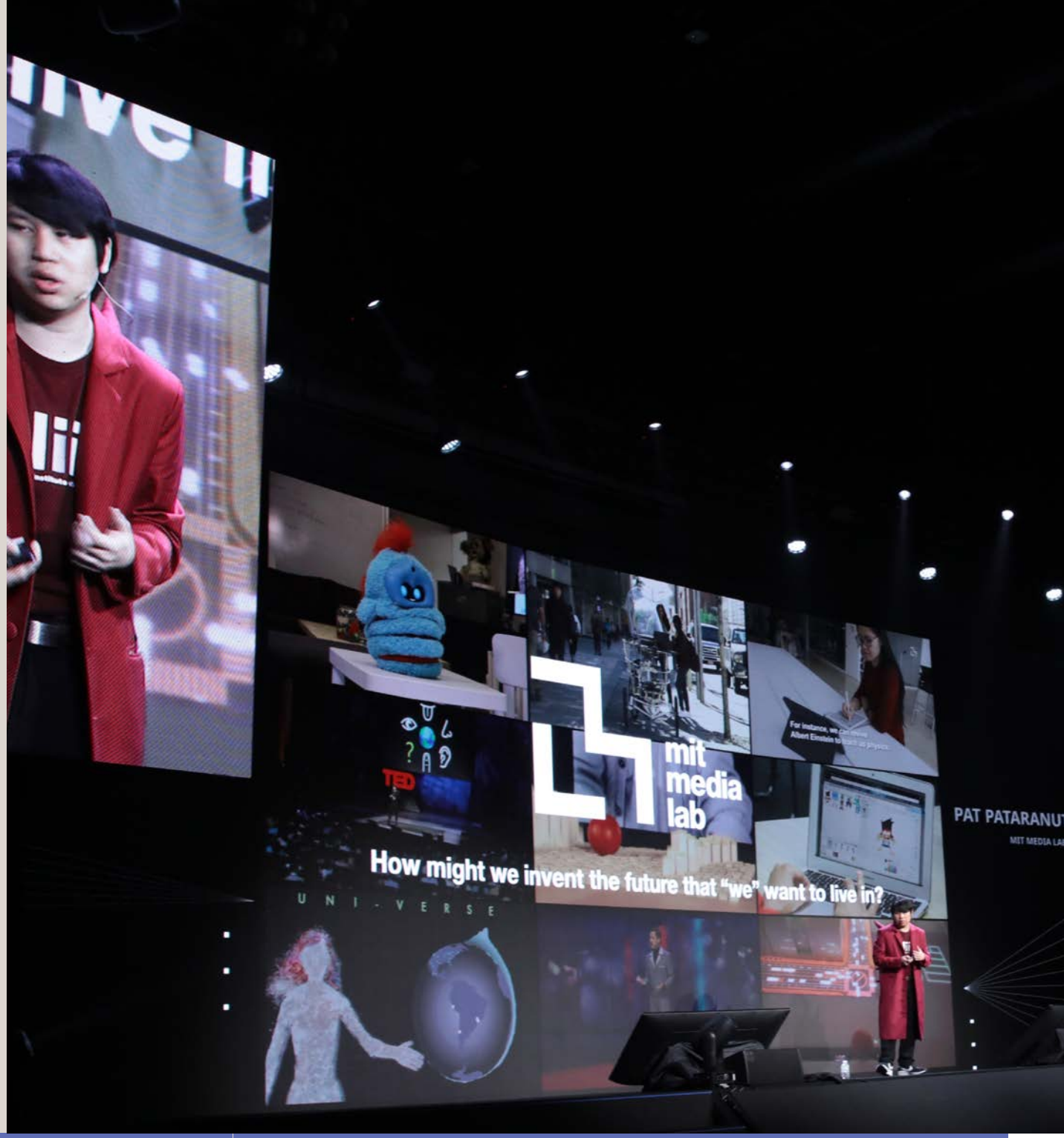
Many still have a burning question about AI replacing human labor. After seeing the capabilities of AI in programs like Midjourney, ChatGPT, etc. Will AI take jobs from humans? Let's look back at what happened in the past with new technologies for a moment. The invention of the camera in the early 19th century shifted artistic perspectives on visual aesthetics from hyperrealistic images like the "Mona Lisa" to more abstract concepts or to creating more surreal artworks. The new technology often doesn't completely replace the old way of image creation; traditional painting remained one option to express beauty, but it was no longer the only path. It provided opportunities to explore new possibilities in more open-ended creative works. Therefore, new technology can help us broaden our creative abilities' horizons more diversely and dynamically.

In reality, most people don't become disheartened and abandon personal development upon seeing the capabilities of new technology. Research shows that only a small group of samples feel disheartened

and opt to avoid competing in areas where AI excels. Professor Erik Brynjolfsson from Stanford University, who has studied humans and automation systems, even before the rise of the Disruption era, said that automation labor opens up less value than augmenting labor. However, we will still encounter many more changes. This remains an open-ended question that we will continue to observe.

The important thing is the power of storytelling through AI can help us tailor stories to be suitable for different audiences. Utilizing AI in the learning process to create personalized learning that suits individual preferences is possible. Moreover, we can also apply it to healthcare and improve people's quality of life through personalized medicine. The relationship between humans and robots doesn't have to be mutually exclusive. Why don't we try to have a relationship like Doraemon and Nobita?

We can blend various worlds together, whether it be the world of science fiction, cartoons, or science. Let's try having Einstein as our physics teacher. This is one of the projects we're working on. In this work, you can modify the teacher to suit your preferences. You can have Harry as your teacher if you like Harry Potter. No matter how you alter the teacher's appearance, the content remains the same. In this study, we are interested in the impact of choosing a teacher who aligns with personal preferences, which results in a sample group learning from a favored figure, increasing enthusiasm even though they know it's simulated, and genuinely improving their learning outcomes.



Research findings tell us that, in general, our decision-making accuracy is only around 60-70%. But if we use AI to help us think and provide straightforward explanations, our decision-making accuracy can increase to 80%. The role of AI is to help make the learning process smoother, reduce friction, encourage curiosity, enhance learning efficiency, and increase the intention to learn.

Another example to demonstrate that AI doesn't necessarily have to replace humans but can help artists think and explore in new ways, like in the work of artist and film director Apichatpong Weerasethakul in "Conversation with the Sun." This leads to the creation of stories or ideas that were previously impossible, thus expanding the boundaries of an artist's thought.

The scope of our learning is not limited to understanding the external world. The Machinoia project, which involves creating various versions of ourselves, also allows AI to expand our capacity to learn about ourselves. This helps nurture our inner growth and understand ourselves better. This project introduces various versions of 'avatars,' including older avatars, teenage avatars, conservative avatars, progressive avatars, masculine avatars, feminine avatars, etc. Numerous diverse selves of the avatars in different versions are created from more than 90,000 of their messages on social media. Amidst the volatile socio-political situation, you can talk to your future self about your views on technology and ask different versions of yourself. You can also wear wearable devices and take your various versions anywhere. Significantly, as you see possibilities from your various thinking patterns, your decision-making capability and accuracy inevitably increase.

APICHATPONG WEERASETHAKUL
A Conversation With the Sun
in collaboration with DuckUnit and Pat Pataranutaporn
BANGKOK CITYCITY GALLERY 28.05 -10.07.2022

Nevertheless, last March, calls and warnings were asking to curb development and examine the risks that come with the near-human processing capabilities of AI, which could expose society and humanity to irreversible massive risks. The concern people worldwide have is that technology also has its limits.

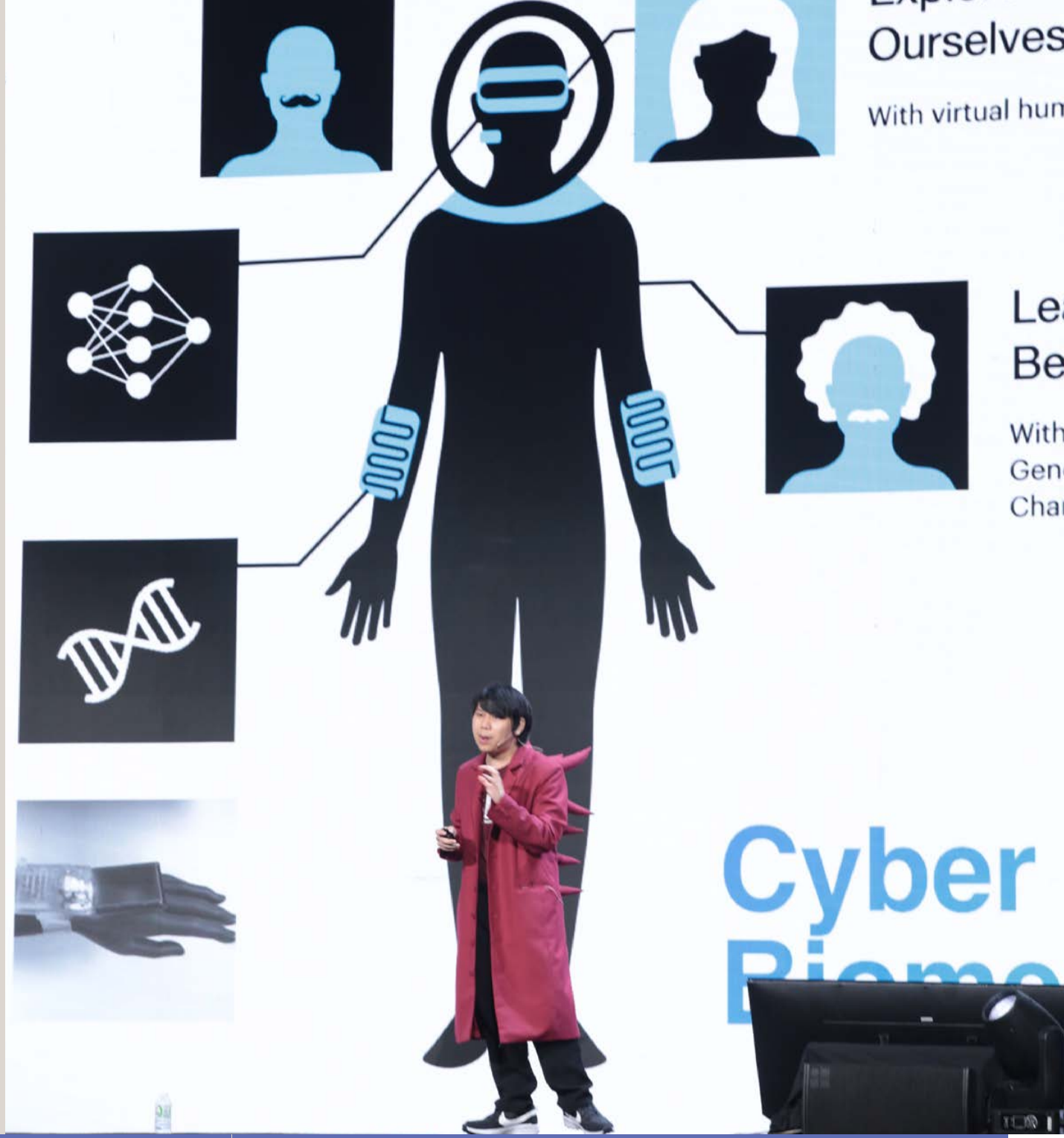
Technology cannot check its answers or proposals against reality (lack of reality check). The technology can't confirm that the obtained results are the best possible solutions or merely an evolutionary dead-end. It is essential to remember that many ideas generated by AI do not come from intelligent problem analysis but from a machine's trial-and-error learning principle. While our creative pattern relies on human intelligence, AI's creativity is based on the principle of trial and error. Thus, AI is not an interference-free tool as humans can manipulate, control, and distort its operations, especially regarding providing incorrect or biased information.

Takeaways

- During the transition phase, how can we enable humans to adapt to changes at the tipping point?

- Currently, numerous research projects at MIT Media Lab and Freak Lab in Thailand can serve as inspiration for dealing with this challenge. Initiatives like disrupting outdated perceptions about learning systems and facilitating access to education suitable for individuals' preferences for everyone at all levels worldwide are progressively making it more convenient. Reducing all possible barriers to learning to the maximum extent to make the educational process more effortless and more accessible. It encourages individuals to be flexible and resilient enough to handle the impacts of upcoming disruptions and ongoing societal changes.

- Therefore, emphasizing the importance of posing questions to challenge the traditional educational framework and promoting frictionless learning by proposing a personalized learning model makes education something everyone can access conveniently and equitably. This is considered one of the viable and timely solutions at the moment. However, these are still open-ended questions, awaiting exploration to emerge into various possibilities and potentials soon.

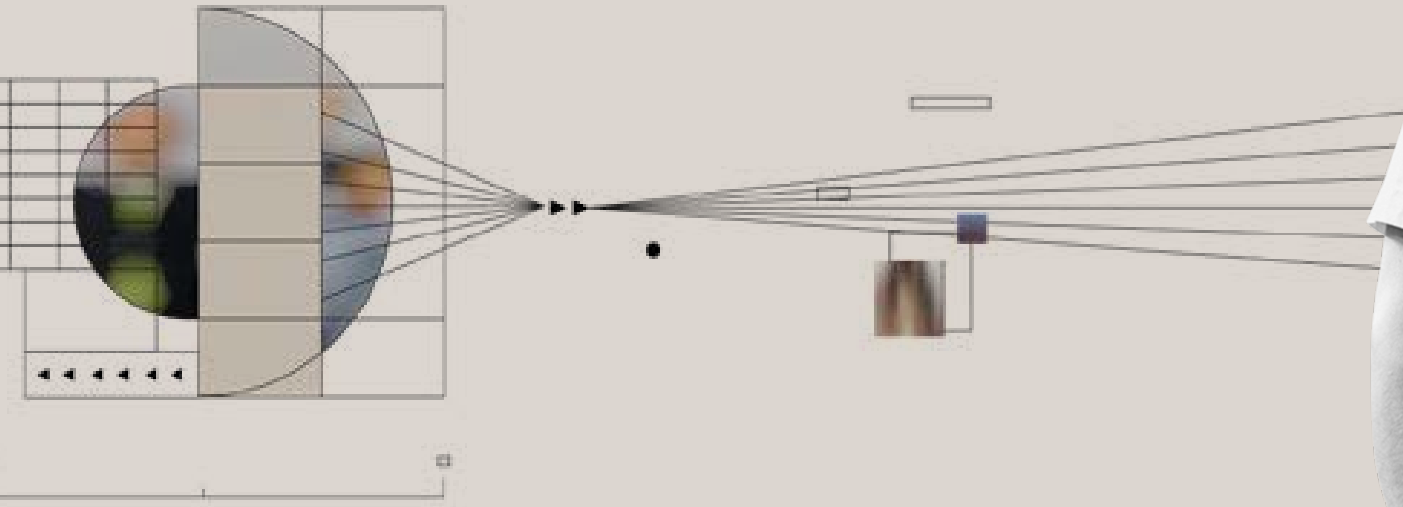


KENTARO KIMURA

(HAKUHODO)

UNIMAGINED CULTURAL SOLUTIONS:A GLOBAL JOURNEY INTO THE FUTURE OF CREATIVITY

โซลูชั่นทางวัฒนธรรมเกินจินตนาการ:
เปิดเส้นทางสู่ความคิดสร้างสรรค์วิถีใหม่ในระดับโลก



KENTARO KIMURA

“การก้าวข้ามขอบเขต” น่าจะเป็นนิยามความเป็น Kentaro Kimura ที่ชัดเจนที่สุด ทั้งในความหมายตรงตัวคือการท่องเที่ยว ซึ่งเขาได้เดินทางไปมาแล้วกว่า 40 ประเทศทั่วโลก และในความหมายมุมมองการทำงานโฆษณาที่เขาไม่เคยหยุดสร้างสรรค์วิธีคิดใหม่ ๆ ด้วยการก้าวข้ามและหลอมรวมเส้นแบ่งระหว่างการวางแผนกลยุทธ์ ครีเอทีฟ ดิจิทัล และประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงพรมแดนระหว่างวิธีการดั้งเดิมและแนวทางที่ฉีกขนบ เพื่อสร้างการสื่อสารกับผู้คนอย่างแหลมคมและเป็นที่จดจำ การันตีผ่านรางวัลอันทรงคุณค่ากว่า 100 รางวัล รวมถึง 8 รางวัลอันทรงเกียรติที่ตอกย้ำวิสัยทัศน์ล้ำจินตนาการจากเวทีประกวดหรือแพลตฟอร์มระดับโลก เช่น Cannes Lions, D&AD, One Show, Clio, ADFEST, AD STARS และ Spikes Asia

Kimura เข้าร่วมงานกันเอเจนซีระดับโลกอย่าง Hakuhodo ในปี 1992 ในตำแหน่งนักวางแผนกลยุทธ์ จุดเปลี่ยนของเขาเกิดขึ้นในปี 2006 เมื่อ Kimura และเพื่อนร่วมงานอีก 6 คน คิดว่าวงการโฆษณาจำเป็นต้องมีแนวทางนอกกรอบเพื่อจัดการกับปัญหาและความต้องการใหม่ ๆ Hakuhodo Kettle จึงถือกำเนิดขึ้นด้วยสโลแกนว่า “As the world becomes cooler, it’s time for someone to heat things up.” ความสำเร็จในฐานะ CCO และ ECD ของ Hakuhodo Kettle ผ่านผลงานสื่อสารอันเป็นที่จดจำให้กับลูกค้าระดับท็อป ทั้ง Toyota, Sony, Google และ Suntory ทำให้ Kimura กลายมาเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ขับเคลื่อนความสำเร็จของเอเจนซีเก่าแก่แห่งนี้ในระดับโลก ในตำแหน่ง Co-CCO สำหรับโซนเอเชียแปซิฟิก ร่วมกับ Yang Yeo รวมไปถึงเป็นเจ้าหน้าที่บริหารระดับสูงของ Hakuhodo Inc.

ในฐานะ CCO ของ Hakuhodo International หน้าที่ของ Kimura ไม่เพียงแค่นำทีมครีเอทีฟใน 14 ประเทศ แต่ยังต้องสร้าง Hakuhodo ให้เป็นเครือข่ายที่เข้มแข็งเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น บนพื้นฐานการทำแคมเปญแบบบูรณาการที่เขาริเริ่มตั้งแต่ก่อตั้ง Hakuhodo Kettle โดยไม่ยึดติดกับการเริ่มต้นสื่อสารผ่านวิชวล (visual) และการเขียนคำโฆษณา (copywriting) แบบการคิดโฆษณาดั้งเดิม แต่สามารถขับเคลื่อนด้วยทุกความเป็นไปได้ ไม่ว่าจะเป็นความเคลื่อนไหวทางสังคม คอนเทนต์บันเทิง บริการดิจิทัล หรืออีเวนต์กลางแจ้ง เขาเชื่อมั่นว่าการมองออกไปนอกกรอบเดิม ๆ จะนำไปสู่โอกาสใหม่ ๆ และการเดินทาง พูดคุยกับผู้คนที่แตกต่างได้เห็นสถานที่ใหม่ ๆ จะช่วยเปิดมุมมองใหม่ ๆ ได้ดีที่สุด

No other phrase could better describe Kentaro Kimura than “breaking boundaries.” In a literal sense, the Japanese creative visionary is an avid traveller who has visited over 40 countries all over the world. In a professional sense, Kimura never stops innovating - breaking boundaries between strategic planning, creative, digital, and PR, as well as boundaries between traditional and unconventional approaches in order to communicate with the public in ways that are innovative and unforgettable. The achievement of his extraordinary visions is proven with over 100 awards he’s received, including the eight most prestigious awards like Cannes Lions, D&AD, One Show, Clio, ADFEST, AD STARS, and Spikes Asia.

Kimura joined the world-class agency Hakuhodo in 1992 in a strategic planner position. His turning point came in 2006 when, together with six more colleagues, he co-founded Hakuhodo Kettle in order to tackle new challenges and demands in advertising that require non-traditional approaches. With the slogan “as the world becomes cooler, it’s time for someone to heat things up,” Kettle has become a huge success with memorable communications campaigns for big-name clients including Toyota, Sony, Google, and Suntory. As its CCO and ECD, Kimura would soon be appointed to regional and global roles, subsequently driving the success of this marketing and advertising establishment.

As CCO of Hakuhodo International, Kimura not only leads the creative team in 14 countries but also strengthens the Hakuhodo network to better respond to clients' new challenging needs through the integrated campaigns he has pioneered since founding Kettle. Kimura innovates a new approach to advertising by ditching the conventional idea of visuals and copywriting, and instead seeking for any possibility to drive the message, be it social movements, entertainment content, digital services, or outdoor events. He believes that new opportunities only come when you start looking outside the box while traveling and talking with different people in different places will help open your perspectives.

Unimagined Cultural Solution – A Global Journey into The Future of Creativity

โซลูชั่นทางวัฒนธรรมเกินจินตนาการ: เปิดเส้นทางสู่ความคิดสร้างสรรค์วิถีใหม่ในระดับโลก

Kentaro Kimura (Hakuhodo)

บนโลกที่ทุกอย่างเชื่อมโยงถึงกัน เราจะสร้างแคมเปญที่มีพลังขับเคลื่อนความคิดของผู้คน พร้อมกับโซลูชั่นที่มีความหมายต่อผู้คนมากมายที่ได้พบเห็นมันได้อย่างไร?

คำถามเปิดของเคนทาโร่ คิมูระ ได้พาเราไปพบกับตัวอย่างมากมายและกลวิธีที่จะช่วยให้เรากะเทาะเปลือกของวัฒนธรรมที่อยู่ตรงหน้าเพื่อดึงเอาประเด็นที่น่าสนใจออกมาจากความรุ่มรวยของวัฒนธรรมท้องถิ่น และชุมชนเล็กๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว มาสร้างเป็นโซลูชั่นที่ดีขึ้นกว่าสิ่งที่มีอยู่เดิม

ทำไมของประจำถิ่นอย่างไวน์จากฝรั่งเศส แฮมเบอร์เกอร์จากสหรัฐอเมริกา และซูชิจากญี่ปุ่น ถึงกลายเป็นสิ่งที่มีความเป็นสากลที่คนทั่วไปรู้จักมักคุ้นกันดี?

ของประจำถิ่นทั้งสามอย่างนี้ เกิดมาพร้อมกับบริบทและการเชื่อมโยงกับแก่นของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่สามารถดึงดูดความสนใจได้ในระดับโลก ทำไมนะ ทั้งที่ไวน์มีต้นกำเนิดที่จอร์เจีย แต่รุ่งเรืองจนเลื่องชื่อจากไวน์ที่ผลิตในฝรั่งเศส ส่วนซูชิที่มาจากประเทศญี่ปุ่นนั้น กลับได้รับการต่อยอด แตกหน่อเกิดเป็นซูชิรูปแบบใหม่อย่างไม่รู้จบในหลายประเทศนอกญี่ปุ่น ในขณะที่เมืองเล็ก ๆ ในสหรัฐอเมริกาเองก็สร้างสรรค์เมนูแฮมเบอร์เกอร์รูปแบบใหม่ ๆ ที่ตอบรับกับความต้องการของคนในชุมชน และกลายเป็นหมุดหมายปลายทางให้คนต่างถิ่นได้เข้าไปลองชิมรสชาติที่แตกต่างออกไป

คิมูระเสนอให้เราลองมองเรื่องราวทั้งหมดนี้เป็นปรากฏการณ์อย่างหนึ่ง คำถามคือ หลักการที่อยู่เบื้องหลังปรากฏการณ์ทั้งหมดนี้คืออะไรกัน แต่ก่อนจะมองกันให้ทะลุทะลวงไปไกลกว่านี้ สองคำถามหลักที่เราไม่ควรลืมคือ โซลูชั่นที่เหมาะเจาะที่จะนำไปใช้ร่วมกันในระดับสากลโลกคืออะไร และโซลูชั่นทางวัฒนธรรมที่คนเรายังคิดไปไม่ถึงนั้นมันขึ้นอยู่กับปัจจัยอะไรได้บ้าง

เขาแยกแยะประเด็นหลักๆ ออกมาได้เป็นสามเรื่อง คือ ความภาคภูมิใจในระดับภูมิภาค ข้อห้ามตามวัฒนธรรม และ วาระสากลเรื่องสังคมที่มีความยั่งยืน

ประเด็นแรก ความภาคภูมิใจในระดับภูมิภาค เป็นเรื่องของเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่นหนึ่งที่สามารถสื่อความหมายไปได้กว้างไกลกว่าขอบเขตของท้องถิ่นที่สร้างมันขึ้นมา เช่น โลโก้ I Love NY หรือ เด็กสาวผู้ไร้ความกลัวแห่งวอลล์สตรีท หรือ การดึงเอาข้อมูลดิบที่ว่า 80% ของโมเดลพลาสติกที่เด็ก ๆ ใช้เล่นกันในญี่ปุ่นนั้น ผลิตขึ้นในเมืองชิซุโอกะ จากข้อมูล ขยายความเชื่อมโยงเป็นปรากฏการณ์ เกิดเป็นความเข้าใจเรื่องประสบการณ์ร่วมที่ผู้คนมีร่วมกันในวัยเด็กผ่านของเล่น จนเกิดเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างเมืองโมเดลพลาสติกที่จะพาเราไปสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่คนยังคิดไปไม่ถึงมาก่อน

การค้นพบเหล่านี้ ไม่ใช่สิ่งที่จะเกิดขึ้นได้จากการนั่งทำงานบนโต๊ะและใช้ CHAT GPT ช่วยเราคิด AI เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ทั้งยังสามารถเป็นคู่คิดในการสร้างงานของเราได้ แต่มันสามารถให้เราได้แค่ข้อมูลค่าเฉลี่ยทั่วไป ที่รวบรวมมาจากโลกไซเบอร์ แท้ที่จริงแล้ว จุดที่เราจะมองหาไอเดียใหม่ ๆ ได้ น่าจะมาจากการเข้าใจมุมมองในชีวิตจริงและสิ่งที่ซ่อนอยู่ภายในจิตใจของผู้คนในชุมชนนั้น ๆ

ประเด็นที่สอง ข้อห้ามตามวัฒนธรรม สามารถพบเห็นได้ทั้งในประเพณี ศาสนา และโครงสร้างทางสังคม เมื่อข้อห้ามมาเกี่ยวข้องกับร่างกายของเรา มันก็มักจะมีลักษณะของความสุดโต่งตามมา เมื่อเกิดการห้ามก็มีสิ่งที่ถูกซ่อน เมื่อเราต้องซ่อนเอาไว้ ก็เกิดเป็นความลับ ก็สิ่งที่ตามมาอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ก็คือ การตีกรอบจำกัดผู้คนที่ใช้ชีวิตในวัฒนธรรมนั้น อย่างเช่นในแคมเปญ Blood Normal ที่รณรงค์ให้เรื่องประจำเดือนเป็นเรื่องที่เราพูดถึงได้

ความคิดสร้างสรรค์สามารถเป็นได้ทั้งแรงสนับสนุนหรือเร่งสลายข้อห้ามทางวัฒนธรรม หัวใจหลักในการจัดการเรื่องนี้ มันยังเกี่ยวพันแนบแน่นกับชุมชนท้องถิ่นที่เป็นต้นกำเนิดของมัน ฉะนั้น ถ้าเราสามารถปลดปล่อยสิ่งที่ข้อห้ามพยายามกำกับเอาไว้ได้ เลิกที่จะหลีกเลี่ยงมัน และเลือกที่จะเผชิญหน้ากับมัน และปลดปล่อยผู้คนออกมาจากกรอบนั้นได้เมื่อไหร่ พลังของข้อห้ามพวกนี้ก็จะสลายหายไปเอง

ประเด็นสุดท้าย สังคมที่มีความยั่งยืน เป็นเรื่องของตัวอย่างที่เสนอการสร้างโซลูชั่นจากการเลือกกลวิธีในการแปลงปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจในแง่เนื้อหาความคิด และมีรูปทรงที่น่าดึงดูดใจคน เช่น แคมเปญแปรรูปขยะจากเปลือกหอยเชลล์เป็นหมวดนิรภัยที่มีทั้งความแข็งแรงและรูปลักษณ์ที่ดูน่าใช้งานของ SHELLMET หรือ คอลเลคชั่น Space Hippies ของ Nike ที่นำเอาขยะจากการผลิตมาสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่

Takeaways

- คิมูระทิ้งท้ายด้วยกลวิธีสามข้อในการเข้าไปให้ถึงโซลูชั่นที่มีความเฉพาะตัวตอบโจทย์ชุมชนได้ ก็คือ หนึ่ง การเอาตัวเราเข้าไปมีประสบการณ์กับมัน และพูดคุยกับผู้คนในท้องถิ่น เพื่อเข้าใจให้ได้ว่า เอกลักษณ์ของท้องถิ่นเกิดขึ้นมาจากอะไร สอง การมองหาความคิดริเริ่มที่ไม่เหมือนใคร ที่จะนำไปสู่การสร้างบางสิ่งบางอย่างที่เหมาะเจาะลงตัวโดยเฉพาะกับชุมชน สาม การจับความรู้สึกตัวเองให้ทัน โดยเฉพาะเวลาที่เราเห็นว่า มีบางสิ่งในชุมชนหรือวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แตกต่าง ประหลาด หรือไม่สะดวกสบาย เพราะนั่นอาจเป็นกุญแจที่จะทำให้เราสร้างแคมเปญที่มีพลังขึ้นมาได้

- ยิ่งเราลงลึกเข้าไปในชุมชนท้องถิ่นได้มากเท่าไหร่ เราก็จะยิ่งมีความอยากรู้อยากเห็นมากขึ้นเท่านั้น และความอยากรู้อยากเห็นนี้เองจะทำให้เราเข้าใจได้ดีขึ้นว่า เราใช้ชีวิตในโลกที่ซับซ้อนและหลากหลายและเราก็สามารถผลักดันเอาความคิดสร้างสรรค์ของเราไปส่งเสริมความภาคภูมิใจในภูมิภาคของคนท้องถิ่นไปสลายข้อห้ามและแบบที่แผนตายตัวจนถึงไปสร้างชุมชนที่มีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

Unimagined Cultural Solution – A Global Journey into The Future of Creativity

Kentaro Kimura

In a world where everything is interconnected, how can we create campaigns that powerfully drive how people think and develop meaningful global solutions for people who encounter them?

Kentaro Kimura's opening question takes us to numerous examples and methodologies that help us peel back the visible layer of culture, pulling exciting points from the richness of local cultures and small, unique communities to form better solutions than what already exists.

How can local products like wine from France, Hamburgers from the United States, and sushi from Japan become global culinary icons?

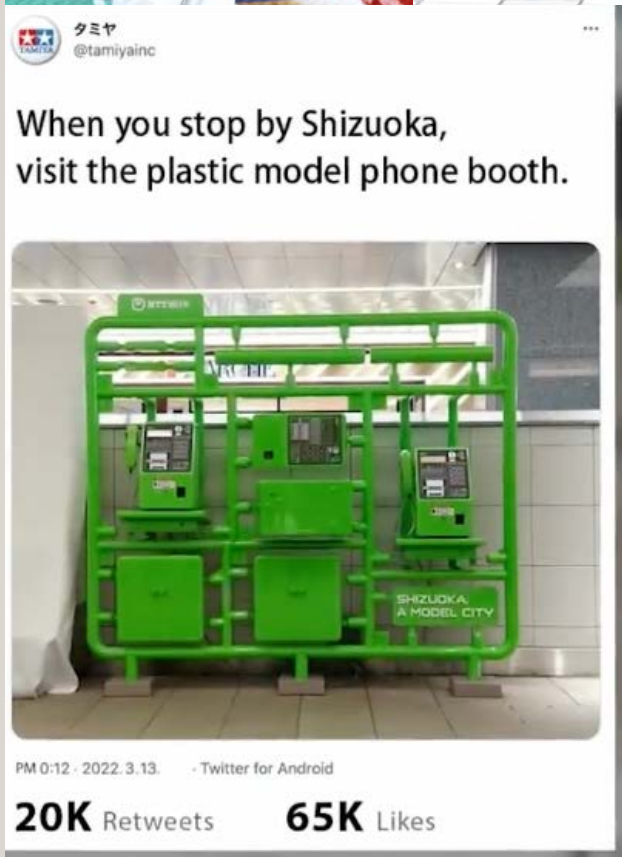
These three culinary icons born with a local context and linked to the essence of their culture can be appealing on a global scale. Even though wine historically originated in Georgia, French wine has become famous. While sushi from Japan, it has evolved and branched into new types of sushi in various countries outside Japan. While the global hamburger brands occupy the streets in big cities worldwide, small towns in the USA have innovatively crafted new hamburger menus that cater to the local community's needs and surprisingly become destinations for foreign people from other regions to experience such spectacular tastes.

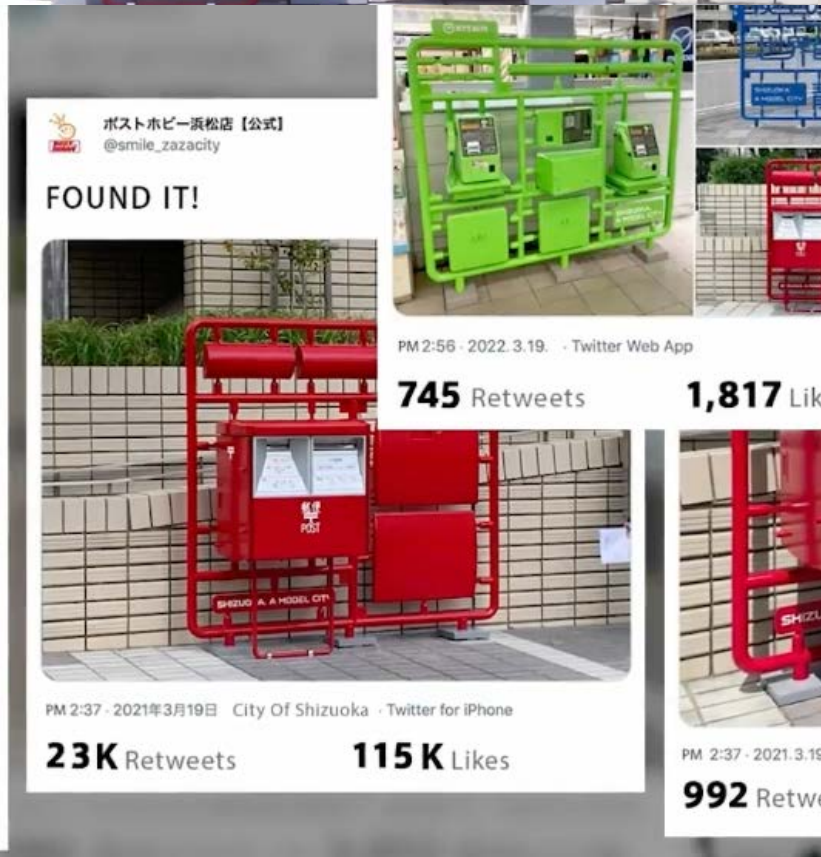
Kimura suggests that we look at all of this as a phenomenon. The question is, what is the principle behind all of this? But before that, we should remember two main questions: What is a proper “conventional global solution”? And what is an “unimagined cultural solution“ based on local insights on three key topics of this talk?

He pinpoints three main issues: regional pride, taboos, and global, sustainable society.

The first point is regional pride. It is about the uniqueness of a local community that can convey meaning beyond its community boundaries. For example, the “I Love NY” logo, the Fearless Girl of Wall Street, and the Shizuoka City campaign. In the last case, it’s about interpreting the data that reveals 80 % of plastic model toys in Japan are produced in Shizuoka City, from the quantitative data to a qualitative interpretation of a cultural phenomenon. This result comes from understanding people’s shared experiences with toys in their childhood. That’s how inspiration can be transformed into a vision to create a plastic model city that would take us to have a cultural experience that we had never thought of before.

These discoveries are not derived from working at a desk and using tools like CHAT GPT to assist our thinking. Indeed, AI is a helpful tool, potentially acting as a brainstorming partner or a creative partner. Still, it can only provide us with an average idea. Since it collects only existing information in the cyber world. In reality, excellent and new ideas are always hidden in people’s minds and are only discovered by understanding people’s live in the local community.





The second point concerns cultural taboos. They can be found in traditions, religions, and social structures. When these taboos touch our bodies, they tend to be extreme. When a taboo happens, it conceals a secret. What is an inevitable consequence is that it limits people's lives in that culture—for example, the Blood Normal campaign, a campaign to normalize menstruation.

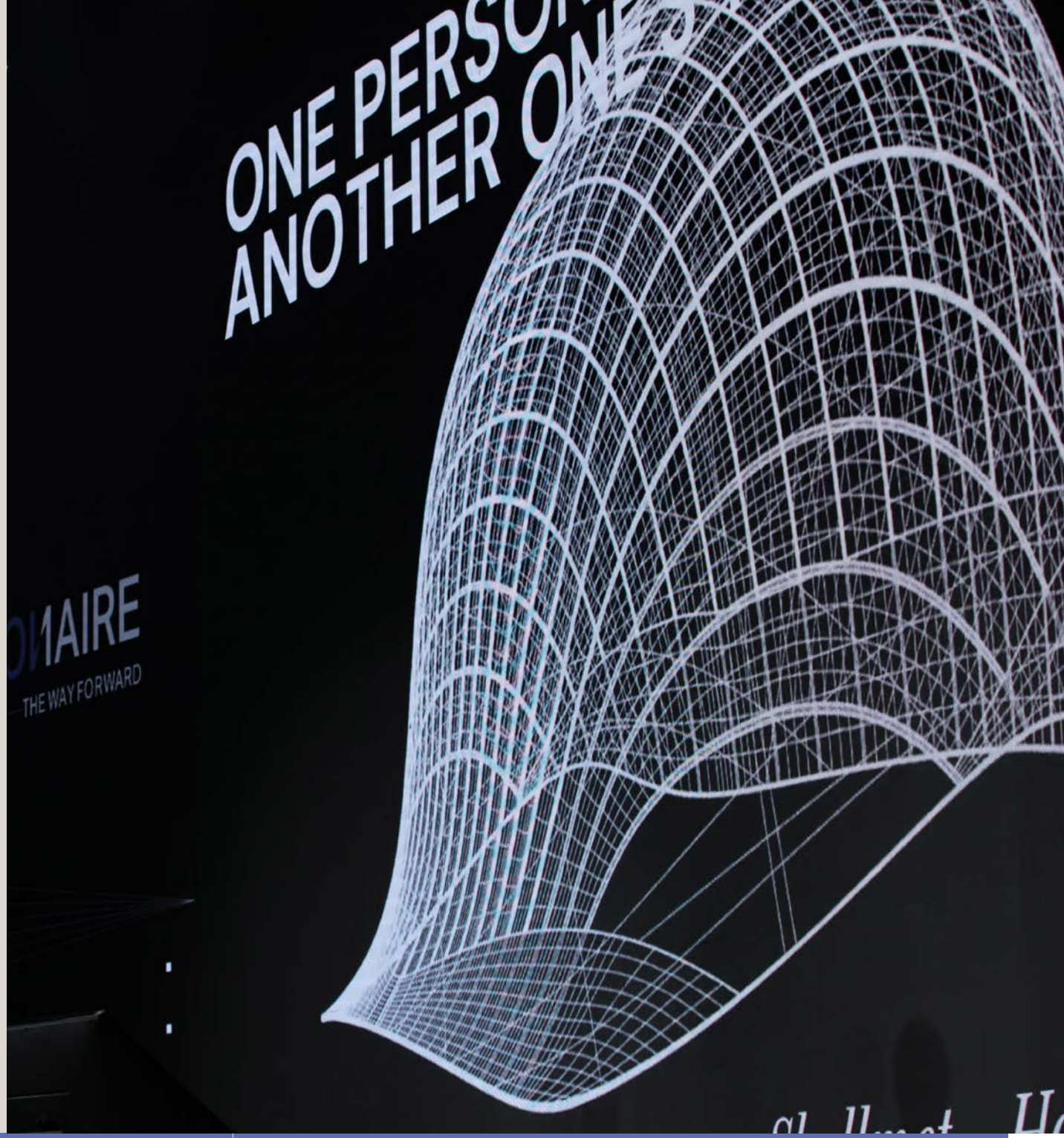
Creativity can be a force to promote or dissolve cultural taboos. The key to adequately handling this matter is deeply understanding the local culture. So, if we can liberate what the taboos are trying to control, stop avoiding it, face it, and eliminate the unnecessary taboos. Then, their power would disappear.

The last point is Sustainable society. It is about an example that proposes creating a creative solution that transforms environmental issues into a new product that is fascinating in terms of the content of the idea while appealing to people. For example, SHELLMET's campaign shows how we can transform discarded scallop shell waste into a safety helmet with functional strength and an attractive look. Nike's Space Hippies collection takes waste from its own shoe production to create new products.

Takeaways

- Kimura concludes with three methods to reach specific solutions for communities: First, embed yourself in the culture of a place. Go there, talk to the people, and experience the culture to understand where the local unique identity comes from, especially when we see something different, strange, or uncomfortable in the local communities or cultures since it can be the key to creating a powerful campaign. By doing so, we can delve into understanding what shapes its identity. Second, to create something bespoke specifically for that community and the originality. Look for unique initiatives that will precisely cater to that community. Third, observe your feelings while experiencing them. Always stay self-aware, especially when noticing something different, strange, or uncomfortable in a society or its culture, as that might be the key to crafting a powerful campaign.

- The deeper we delve into local communities, the more our curiosity grows. This curiosity helps us realize that we live in a complex and diverse world. With our creativity, we can foster local pride, dissolve taboos and stereotypes, and even build more sustainable communities.

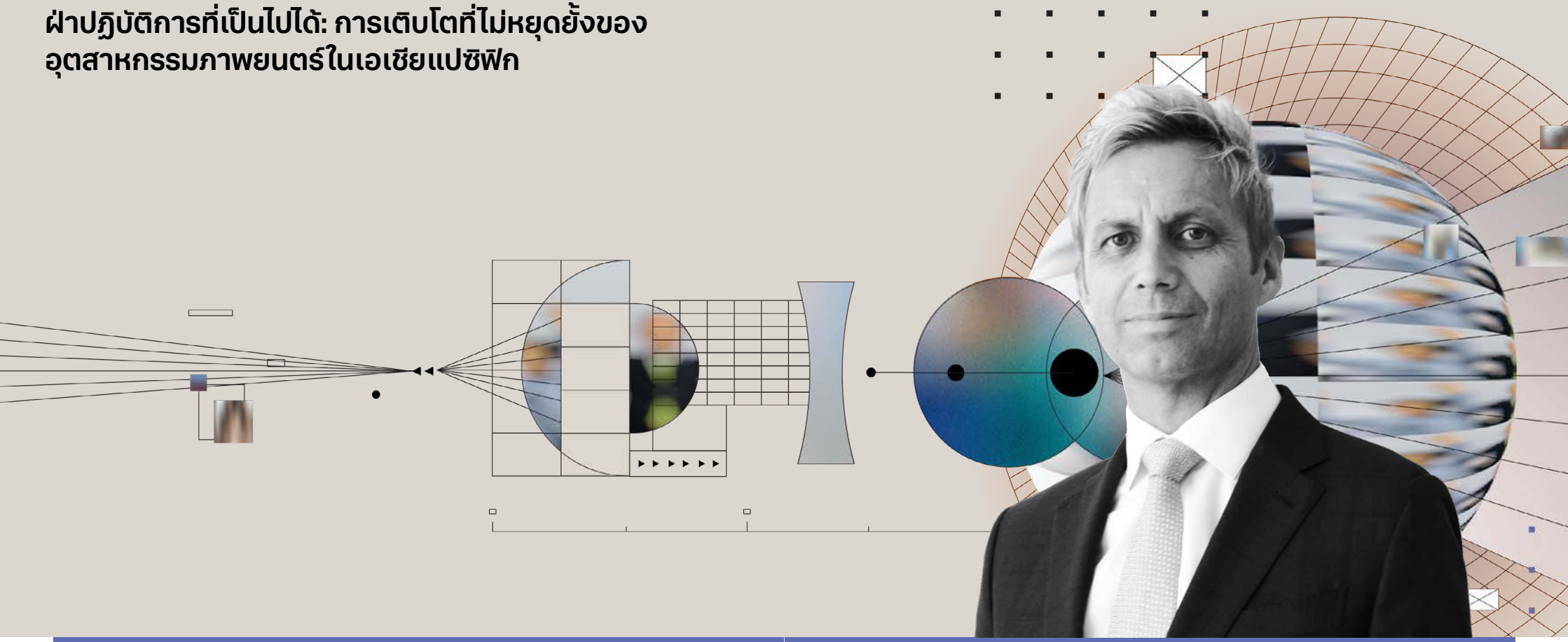


STEPHEN JENNER

(MOTION PICTURES ASSOCIATION)

MISSION POSSIBLE: THE RISE & RISE OF THE ASIA PACIFIC SCREEN INDUSTRY

ฝ่าปฏิบัติการที่เป็นไปได้: การเติบโตที่ไม่หยุดยั้งของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในเอเชียแปซิฟิก



STEPHEN JENNER

Stephen Jenner คร่ำหวอดอยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศบ้านเกิดของเขาคือออสเตรเลีย และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมาเป็นระยะเวลานาน และได้รับการยอมรับในฐานะผู้ก่อตั้งนิตยสารภาพยนตร์ Inside Film และรางวัล Inside Film Awards ที่ทำให้เขาได้รับรางวัล Byron Kennedy จากสถาบันภาพยนตร์ออสเตรเลีย (Australian Film Institute: AFI) ในปี 2000 ก่อนจะผันตัวมาทำงานด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และการศึกษาอย่างจริงจังในองค์กรระดับโลกอย่าง Getty Images และ Image Net Ltd. ซึ่งเป็นผู้ให้บริการจัดการสื่อประชาสัมพันธ์และคอนเทนต์ให้กับสตูดิโอภาพยนตร์ยักษ์ใหญ่ของอเมริกาและดิสทริบิวเตอร์ทั่วโลก

สำหรับประสบการณ์การทำงานสื่อสารประชาสัมพันธ์ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ Jenner เป็นที่ปรึกษาให้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในหลากหลายบทบาท ตั้งแต่ Special Projects Consultant ให้กับสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งสหรัฐอเมริกา (Motion Picture Association:MPA) ในภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก, ที่ปรึกษาด้านสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้กับ Australian Screen Association (ASA) และที่ปรึกษาด้านประชาสัมพันธ์ของ MPA-APAC และ Intellectual Property Awareness Foundation (IPAF) เขายังได้รับรางวัลนักสื่อสารประชาสัมพันธ์ดีเด่นจาก MPA-APAC ในปี 2010 และเข้ามาร่วมงานกับองค์กรอย่างเต็มตัวในตำแหน่งรองประธาน โดยดูแลด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการขยายงานด้านการศึกษา เพื่อสนับสนุนศักยภาพในการผลิต จัดจำหน่าย และคุ้มครองลิขสิทธิ์คอนเทนต์สร้างสรรค์ของสมาชิก อันประกอบไปด้วยองค์กรที่ทรงอิทธิพลที่สุดในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โทรทัศน์ และการผลิตคอนเทนต์บันเทิงอย่าง Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc., Universal City Studios LLC, Walt Disney Studios Motion Pictures, Warner Bros. Entertainment Inc. และ Netflix, Inc.

Stephen Jenner is a household name in the film industry, both in his homeland Australia and in the Asia Pacific region. Highly respected as the founder of Inside Film and Inside Film Awards, which earned him the Byron Kennedy Award from the Australian Film Institute (AFI) in 2000, Jenner embarked on PR and communications as well as education with world-renowned establishments such as Getty Images and image.net Ltd., the latter being an international PR and media content management firm for leading American movie studios and worldwide distributors.

In terms of PR and communications, Jenner has an extensive experience working as an advisor for the Asia Pacific movie industry, with roles ranging from Special Projects Consultant for the Motion Picture Association (MPA-APAC), PR and communications advisor for the Australian Screen Association (ASA), and PR consultant for the MPA-APAC and Intellectual Property Awareness Foundation (IPAF). He also won the PR of the Year award in 2010 from MPA-APAC, the organization he would later join as Vice President, Communications, overseeing communications, PR, and educational outreach to support and promote the production, distribution, and copyright protection of MPA members, which include leaders in the film, television and streaming business, namely Paramount Pictures Corporation, Sony Pictures Entertainment Inc., Universal City Studios LLC, Walt Disney Studios Motion Pictures, Warner Bros. Entertainment Inc., and Netflix, Inc.

Mission Possible: The Rise & Rise of the Asia Pacific Screen Industry

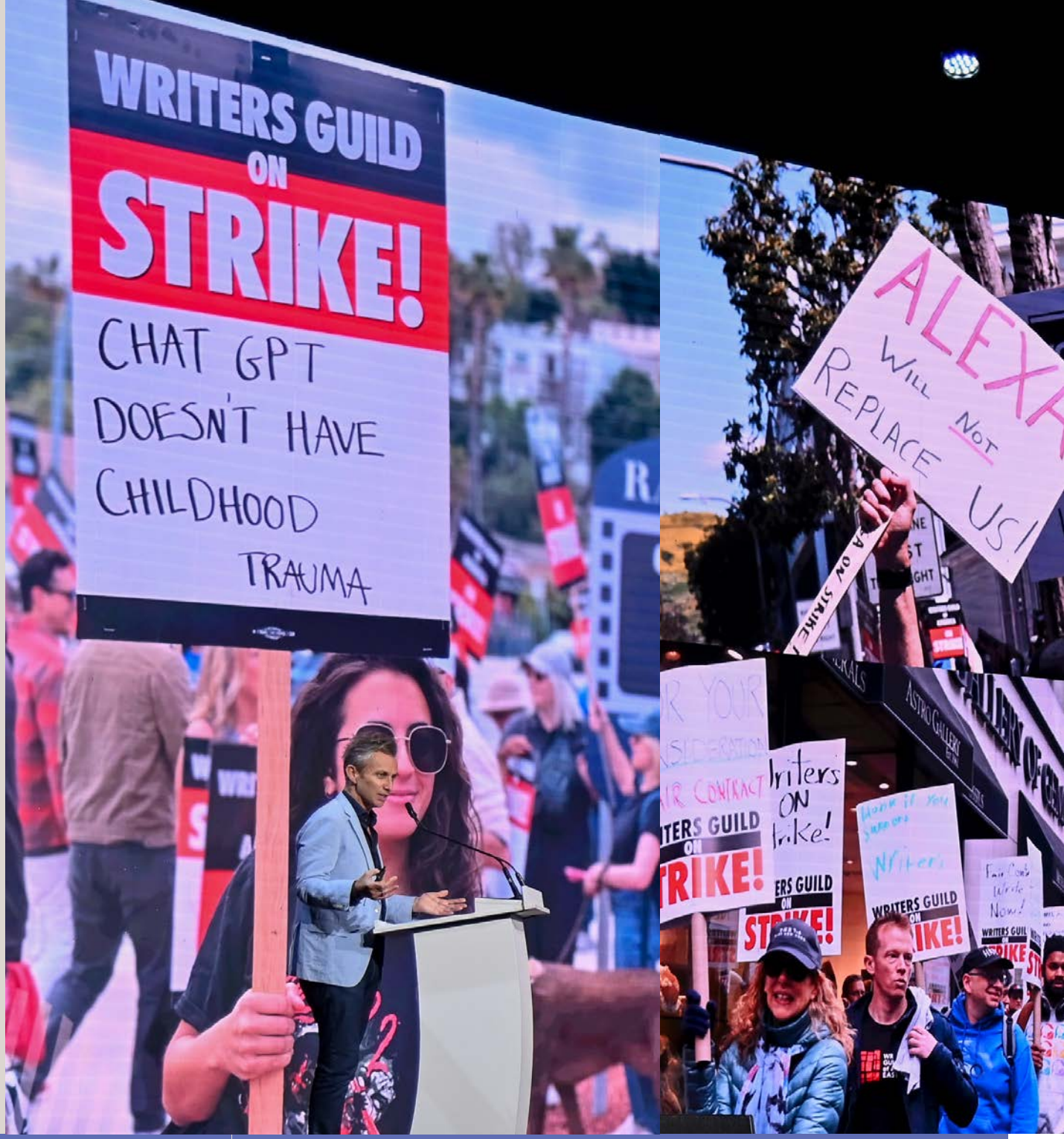
ฝ่าปฏิบัติการที่เป็นไปได้: การเติบโตที่ไม่หยุดยั้งของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในเอเชียแปซิฟิก

Stephen Jenner
(Motion Pictures Association)

ในสภาพการณ์ปัจจุบันที่มีการประท้วงเรื่องเงื่อนไขการทำงานของสมาคมนักเขียน (Writer Guild) ในสหรัฐอเมริกาหลังการมาถึงของสตรีมมิ่ง แพลตฟอร์ม ที่เข้ามาเปลี่ยนกระบวนการทำงานเบื้องหลังการผลิตรายการโทรทัศน์ไปแบบไม่มีวันหวนกลับ สิ่งนี้ถือเป็นตัวชี้วัดให้เห็นว่า ระดับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอุตสาหกรรมผลิตรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและรุนแรงมากแค่ไหน ที่สำคัญ ใครบ้างที่ได้รับผลกระทบ

ย้อนไปเมื่อสามปีที่ผ่านมา โรคระบาดอย่างโควิด-19 ส่งผลให้มีการยกเลิกหรือชะลอการผลิตงานไปเป็นจำนวนมาก เมื่อเหล่านักเขียนบท นักแสดง กลับมาทำงานหลังการปลดล็อกดาวน์ สิ่งที่ได้พบคือ การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง ที่ทำให้ความยาวของซีรี่ย์สั้นลง เมื่อกระบวนการผลิตสั้นลง ค่าตอบแทนก็ย่อมลดลง พอมาเจอกับแรงปะทะจากอีกด้าน คือการเปิดให้คนทั่วไปทั้งโลกได้ใช้งาน AI อย่าง ChatGPT ซึ่งเหล่านักเขียนทั่วโลกก็ตั้งคำถามกับความสามารถในการเขียนของ AI เพราะผลของการฝึก AI ที่เราเห็นกันนั้น ส่วนหนึ่งก็เป็นผลมาจากการฝึกฝน AI ให้เรียนรู้รูปแบบการใช้ภาษาเพื่อสื่อความหมายจากผลงานเขียนที่มีลิขสิทธิ์จำนวนมากมายมหาศาลในอินเทอร์เน็ตนั่นเอง

ปัญหาคือ เมื่อเจ้าของผลงานไม่ได้ค่าตอบแทนที่ควรได้ เมื่อ AI สามารถสร้างผลงานที่มีสไตล์การเขียนคล้ายหรือเหมือนต้นฉบับในต้นทุนราคาที่ถูกแสนถูกเท่าค่าใช้บริการรายเดือนแชทบอท แต่กลับไม่มีการแชร์เครดิตและทั้งยังไม่มีการแบ่งค่าตอบแทนให้กับเจ้าของลิขสิทธิ์ผลงานที่ถูกนำไปใช้ในการฝึก AI เลยแม้แต่น้อย ปัญหาของต้นทุนแฝงที่อยู่ในเทคโนโลยี AI ลักษณะนี้ จึงเป็นคำถามใหญ่ที่รอหาทางออก



ฉะนั้นเหล่านักเขียนและนักเขียนบทจึงรวมตัวกัน และเดินออกมาเรียกร้อง ตั้งข้อเสนอ เพื่อรักษาสิทธิและผลประโยชน์ของพวกเขา การประท้วงนาน 148 วันครั้งนี้กินเวลามากพอที่จะทำให้การผลิตรายการทอร์คโชว์ภาคค่ำที่มีคนดูจำนวนมากทั้งในและนอกสหรัฐอเมริกา จำต้องหยุดการออกอากาศและขึ้นจอดำ และนั่นก็ย่อมหมายถึง คนทำงานด้านอื่นๆ และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องต้องหยุดการทำงานไปด้วย (การประท้วงจบลงในวันที่ 27 กันยายนปีนี้ โดยข้อเสนอส่วนใหญ่ถูกบรรลุในข้อตกลง)

ปรากฏการณ์นี้สะท้อนให้เราได้เห็นว่า ถึงแม้อุตสาหกรรมผลิตรายการโทรทัศน์และภาพยนตร์จะมีความเป็นมาอย่างยาวนาน และมีระบบการทำงานชัดเจน แต่เมื่อต้องมาเจอกับความเปลี่ยนแปลงที่มากับ AI แล้ว วิธีการรับมืออย่างรอบด้านกับความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและแผ่วงกว้างลักษณะนี้ ก็ยังเป็นคำถามปลายเปิดที่จำเป็นต้องหยิบยกมาพูดคุย เพื่อหาทางออกให้ทุกฝ่ายสามารถทำงานร่วมกันและเดินหน้าต่อไปได้

เจนเนอร์แชร์ประสบการณ์ของตนเองที่คร่ำหวอดอยู่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมาตั้งแต่ตอนปลายทศวรรษ 1980 ในขณะนั้น เขาเพิ่งจบการศึกษาในสาขาภาษาอังกฤษและปรัชญาจาก University of Leicester ในสหราชอาณาจักรได้ไม่นาน ก่อนจะตัดสินใจย้ายกลับออสเตรเลีย และเข้าเรียนที่ Ensemble Theatre โรงเรียนการแสดงที่ก่อตั้งโดย Hayes Gordon นักแสดง ผู้กำกับ และผู้อำนวยการสร้างคนสำคัญของวงการละครเวทีแนวทดลอง ทั้งในสหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย

ในปลายทศวรรษ 1990 การเปลี่ยนถ่ายจากยุคฟิล์มไปสู่ยุคดิจิตอลก็เริ่มขึ้น เกิดเป็นปรากฏการณ์ใหม่ที่คนรุ่นใหม่ในยุคนั้นสนใจทำหนังสั้นขึ้นมามากมายทั่วทุกมุมโลก คนหนุ่มสาวเหล่านี้ได้แรงส่งจากโอกาสในการทำหนังสั้น ที่ไม่จำเป็นต้องมีงบสร้างเป็น 100,000 ดอลลาร์ เพื่อเอาไปซื้อฟิล์ม 16 หรือ 35 มม. ไม่ต้องจ่ายค่าซอฟต์แวร์ในการตัดต่อที่ราคาแพงมหาโหด และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ สำหรับกระบวนการทำงานหลังถ่ายทำเสร็จ

เมื่อมีคนทำหนัง ไม่นานเทศกาลหนังสั้นก็ผุดขึ้นเป็นดอกเห็ดไปทุกที่ Tropfest งานเทศกาลภาพยนตร์สั้นที่ใหญ่ที่สุดในโลก ก็เริ่มจัดขึ้นใน Tropicana Caffe ในเมืองซิดนีย์ เทศกาลนี้ได้รับความสนใจจากผู้คนมากมายและเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ที่นี่เองที่ที่คนรุ่นใหม่สนุกไปกับการได้มารวมตัวเพื่อพบปะ พูดคุยกับคนคอเดียวกัน บรรยากาศและพลังที่น่าดึงดูดใจจากการได้ยืนดูผลงานตัวเองฉายขึ้นบนจอขนาดใหญ่ มีคนนับพันมาชมงานของคุณ

หลายปีต่อมา Tropfest ต่อยอดขยายเครือข่ายความร่วมมือกับ Network 10 สถานีโทรทัศน์ชั้นนำของออสเตรเลีย เพื่อทำโปรแกรมรายการออกอากาศของ Tropfest กับทางสถานี และร่วมมือเป็นเครือข่ายพันธมิตรกับทาง Motion Picture Association

โลกในปัจจุบันคุ้นเคยกับการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์หรือแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เราอาจนึกเทียบเทศกาลภาพยนตร์กับแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทว่า สิ่งที่เทศกาลภาพยนตร์ให้เราได้ก็คือการพบปะกันของผู้คนในแวดวง

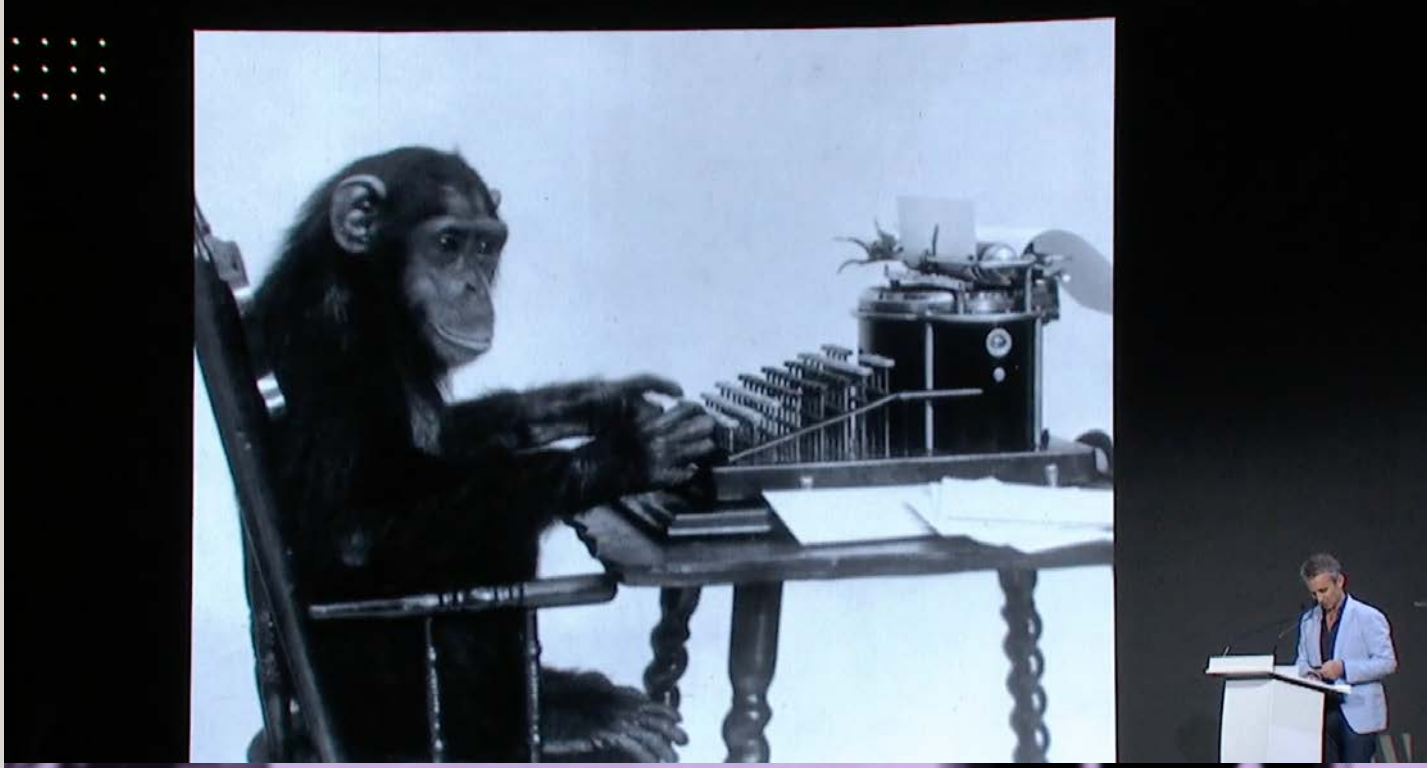
จากนั้นเจนเนอร์กับเพื่อน ๆ ก็รวมตัวกันทำนิตยสาร Inside Film Magazine ที่ทั้งสะท้อนมุมมองและเป็นตัวแทนให้กับคลื่นลูกใหม่ของคนทำหนังเหล่านี้ ในเวลานั้น พวกเขาไม่มีงบ แต่มีเครือข่ายเพื่อนฝูง มีเวลา ที่สำคัญ พวกเขายังไม่มีความกลัวที่จะผิดพลาดมากนัก ระหว่างทางในการปั้นนิตยสารขึ้นมา พวกเขาสนับสนุนกันและค่อยๆ เรียนรู้เอาจากการลงมือทำหน้างาน บทเรียนหนึ่งที่เจนเนอร์ได้จากช่วงเวลานั้น ก็คือ ข้อดีของความที่เราไม่ค่อยรู้จักอุตสาหกรรมนี้ดีนัก มันทำให้พวกเขากังวลน้อยกว่าคนที่รู้ถึงอันตรายที่อาจเกิดขึ้น ช่วงเวลานี้เองที่เจนเนอร์ได้เก็บเกี่ยวประสบการณ์และรู้จักผู้คนมากมายจากการออกไปสัมภาษณ์คนมากมายในแวดวงอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ในตอนที่เขาตั้งกลุ่มนักเขียนชื่อ 100 Monkey ขึ้นมา เขากับเพื่อนรวมสี่คน ได้ไอเดียการทดลองที่ได้มาจากทฤษฎีความน่าจะเป็นที่บอกว่า “ถ้าเราจับลิงหนึ่งล้านตัวมานั่งพิมพ์ดีดบนเครื่องพิมพ์ดีดหนึ่งร้องเครื่อง เมื่อรอระยะเวลาที่นานเพียงพอ เราอาจจะได้ผลงานระดับเชกสเปียร์ หรือดิกคินส์ทั้งเล่มมาจากความบังเอิญล้วน ๆ เลยก็ได้ เขาใช้เวลาตลอดช่วงบ่ายไปกับการทำเวิร์คช็อปด้วยกัน เพื่อหาไอเดียมาทำรายการโชว์ ในที่สุด พวกเขาก็ทำได้ มีบริษัทผลิตรายการโทรทัศน์ขนาดใหญ่ตกลงตัดสินใจทำรายการนี้ขึ้นมา และพวกเราก็ได้ค่าตอบแทนจากงานนี้จริง ๆ”

“สิ่งที่ผมได้จากการใช้เวลาอยู่ในห้องนักเขียนยาวนานหลายชั่วโมงขนาดนั้น ก็คือ มันเป็นเรื่องที่ดีเลยที่เราได้สะท้อนไอเดียกับคนอื่น ส่วนเรื่องค่าตอบแทนจากการขายงานนั้น ก็เป็นเรื่องที่ต้องอาศัยโชคชะตาอีกนิดหน่อย สิ่งสำคัญก็คือ คุณต้องเป็นคนแรกเลยที่เห็นคุณค่าของงานตัวเองก่อน และไม่ปล่อยมันออกไปแบบฟรีๆ รู้จักคุณค่าของมัน และปกป้องทรัพย์สินทางปัญญาของคุณอย่างเป็นเรื่องเป็นราวจริงจัง ทั้งหมดนี้คือ แรงพลังสำคัญที่จะช่วยให้คุณสร้างและรักษาเส้นทางวิชาชีพของพวกคุณเอาไว้ได้”

“จากตัวอย่างที่เล่าไปแล้ว เราจะเห็นการรวมตัวกันของเครือข่ายผู้คนที่เข้ามาช่วยกันสร้างให้ Tropfest เกิดขึ้นมา หรือการรวมตัวกันเป็นกลุ่มนักเขียนกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อหาทางทำงานแบบใหม่ ๆ แต่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ ถ้าเราสนใจเรื่องการสร้าง Soft Power ที่ทุกคนกำลังพูดถึงกันอยู่นี้ล่ะก็ เราเองก็จำเป็นต้องได้แรงผลักดันจากนโยบายรัฐบาลด้วยเช่นกัน”

ยกตัวอย่างเช่น ประเทศออสเตรเลีย ถือเป็นตัวอย่างที่ดี ที่พยายามทำให้ตัวเองมีข้อได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อทำให้ประเทศเป็นที่ที่คนจะต้องนึกถึงเมื่อต้องการสร้างหนัง ในส่วนนี้รัฐบาลของออสเตรเลียเอง ก็เข้ามามีส่วนในการสร้างเงื่อนไขผลประโยชน์ การส่งเสริมคนทำงานที่มีทักษะ โครงสร้างพื้นฐานที่จะมารองรับ และที่สำคัญการมีโลเคชั่นดีๆ สำหรับการถ่ายทำ

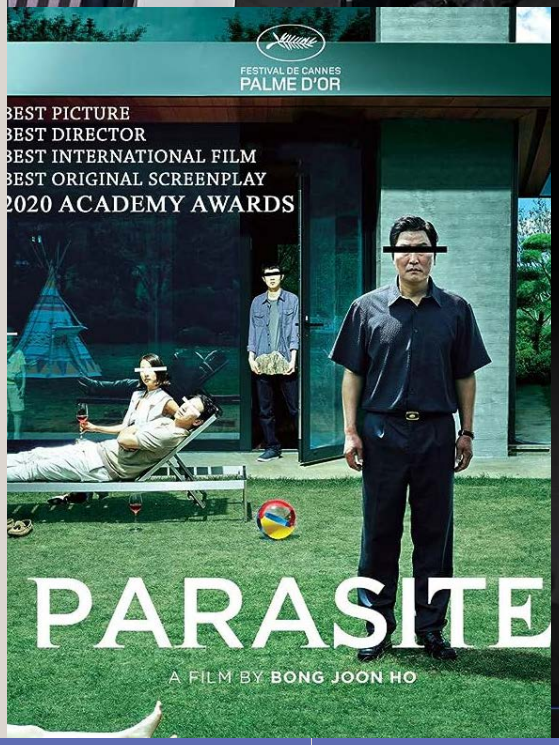


ทุกหนึ่งดอลลาร์ที่ลงทุนจะได้รับผลตอบแทนกลับ 5.89 ดอลลาร์ ตลอดโปรเจ็กต์การผลิตภาพยนตร์ ปัจจัยทั้งหมดนี้ทำให้ตัวเลขประเมินรายจ่ายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตภาพยนตร์ทั้งหมดเท่ากับมูลค่าทางเศษฐกิจราว 16.5 พันล้านดอลลาร์

ในกลุ่มประเทศที่มีการแข่งขันเพื่อเป็นสุดยอดศูนย์กลาง (Superhub) สำหรับอุตสาหกรรมนี้ อัตราค่าจูงใจตอบแทนเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขัน (competitive incentive) อยู่ที่ 30% ในออสเตรเลีย 25% ในสหราชอาณาจักร 32% ในไอร์แลนด์ และเมื่อไม่นานมานี้ทางรัฐบาลไทยก็ได้อนุมัตินโยบายที่จะทำให้อัตราค่าจูงใจตอบแทนเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันอยู่ที่ 30%

หลายคนย่อมมีคำถามว่า ทำไมภาพยนตร์เกาหลีถึงได้รับความนิยมอย่างมากมาย เจนเนอร์เคยถามคำถามนี้กับ Huh Moon-young ผู้อำนวยการเทศกาลภาพยนตร์แห่งเมืองปูซานในปี 2022 คำตอบที่ได้คือ คุณอย่าไปเซนเซอร์คนทำหนัง เราเปิดให้พวกเขาได้เล่าเรื่องที่พวกเขาอยากเล่า เราอนุญาตให้เขาใส่อะไรก็ได้ที่เขาต้องการไปบนหน้าจอ และนั้นอาจทำให้พวกเขามีข้อจำกัดน้อยกว่าคนทำหนังในที่อื่น ๆ ในโลก

จากตัวอย่างของเกาหลีใต้ เราก็จะเห็นได้ว่า รัฐและอุตสาหกรรมจับมือทำงานร่วมกัน นอกจากนี้ โครงสร้างนโยบายยังสร้างความจูงใจให้กับการทำงาน มากกว่าที่จะมาสร้างกฎต่าง ๆ ที่จะเป็นภาระให้คนทำงาน



Takeaways

- เรื่องราวจากประสบการณ์จริงที่ได้จากการคลุกคลีทำงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในออสเตรเลียของเจนเนอร์นั้น ไม่ได้ทำให้เราเห็นแต่เพียงการลงทุนและผลตอบแทนเชิงบวกที่เกิดขึ้น แต่เรื่องราวของเขายังทำให้เราได้เห็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การเกิดขึ้นของเครือข่ายที่คนทำงานสร้างสรรค์รุ่นใหม่ๆ สร้างขึ้นมาจากทั้งนักแสดง นักเขียน คนเขียนบท นักวิจารณ์ แวดวงของผู้คนเหล่านี้เกิดขึ้นและเติบโตขึ้นเองและไม่ว่าจะตั้งใจหรือไม่ก็ตาม สิ่งที่พวกเขาทำได้กลายเป็นรากฐานสำคัญที่แข็งแกร่งให้กับคนรุ่นหลัง

- ภูมิหลังที่คร่ำหวอดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมาอย่างยาวนาน ก็ช่วยทำให้เราเห็นภาพว่า ความสำเร็จนั้นจะเกิดขึ้นไม่ได้หากไม่ได้การเบนเข้ามาบรรจบกันของปัจจัยหลักสามเรื่อง คือ หนึ่ง เครือข่ายจากฐานคนรุ่นใหม่ที่เข้ามาทำงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อย่างเช่น เครือข่ายของกลุ่มคนทำหนังสั้นหน้าใหม่ที่เกิดขึ้นจาก Tropfest และ เครือข่ายของนักเขียน นักแสดง บรรณาธิการ และนักวิจารณ์ที่เข้ามาร่วมงานกับนิตยสาร Inside Film Magazine สอง นโยบายการส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีความชัดเจน และได้รับการสนับสนุนอย่างแข็งขันต่อเนื่องจากรัฐบาลออสเตรเลีย ผ่าน Screen Australia เอเจนซีของรัฐบาลออสเตรเลีย ซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับของกระทรวงศิลปะ มีหน้าที่เฉพาะในการให้การสนับสนุนด้านการพัฒนาการผลิตและการประชาสัมพันธ์อุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์ ยกตัวอย่างเช่น โปรแกรมร่วมผลิตภาพยนตร์ระหว่างประเทศ โปรแกรมชดเชยภาษี (tax offset) ให้กับการผลิตภาพยนตร์และโทรทัศน์ (ซึ่งรวมโปรแกรมส่วนลดภาษีของผู้ผลิตที่มาทำงานในประเทศออสเตรเลีย การเลือกใช้สถานที่ถ่ายทำ และการเลือกทำงานส่วนหลังการถ่ายทำและการทำวิชวลเอฟเฟกต์ในประเทศออสเตรเลีย) สาม การมอบอิสรภาพในการคิดและทำงานให้กับคนทำงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อเปิดโอกาสให้ลักษณะพิเศษในความสามารถของเขาปรากฏออกมาได้อย่างงดงามแจ่มชัด แบบที่เกิดขึ้นในกรณีของซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศเกาหลี เมื่อทั้งสามปัจจัยเปิดกว้างพร้อมทั้งโอบรับศักยภาพที่มีในตัวคนของประเทศเอาไว้ ก็จะเกิดเป็นแรงผลักดันสนับสนุนที่สร้างพลังให้ผู้คนได้เติบโตในแบบฉบับของตนเองที่ดีขึ้น หรือก็ไม่แน่เราอาจเห็นเวอร์ชั่นที่ดีที่สุดก็เป็นได้

- ภาพยนตร์ที่ดีจะเกิดขึ้นได้ เมื่อคนทำหนังมีเสรีภาพในการทำมันและสามารถทำมันออกมาได้ในแบบฉบับของตนเองที่ดีที่สุด ทำให้งานมันออกมาสร้างสรรค์

Mission Possible: The Rise & Rise of the Asia Pacific Screen Industry

Stephen Jenner (Motion Pictures Association)

Recently, there have been protests about the working conditions of the Writers Guild in the United States after the rise of streaming service. It has irreversibly altered the behind-the-scenes workings of TV production. This indicates the rapid and drastic changes in the TV and film production industry. Who is affected? And How?

Over the past three years, the COVID-19 pandemic has led to numerous cancellations and delays in production. When writers and actors returned to work post-lockdown, they were met with the burgeoning growth of streaming platforms, slashing series lengths by nearly 40% and reducing compensation.

With the emergence of an AI-powered chatbot, ChatGPT, questions about AI writing capabilities have been thrust into the spotlight. The impressive performance of this chatbot partially stems from AI training processes that utilize a colossal amount of copyrighted written works available online. This allows the machine to learn and mimic patterns in human communication and expression through languages.

The issue concerns the unpaid authors. It arises when AI, able to create works in styles resembling the originals at a meager cost (equivalent to a monthly chatbot service fee), neither shares credit nor distributes compensation to the copyright owners of works used in AI training, even minimally. Thus, the hidden cost problem in utilizing AI technology poses a substantial question that still awaits a solution.

In response, writers and screenwriters have united, standing up to demand and propose solutions to safeguard their rights and benefits. The 148-day-long protest successfully brought the production of popular late-night talk shows – watched by extensive audiences both in and outside the United States – to a halt, forcing the shows to stop broadcasting and running all activities, and, by extension, other related workers and businesses to cease operations. (The protest concluded on September 27th, 2023, with most proposals being realized in the agreement.)

This phenomenon underscores the fact that even an industry like television and film production, with a long history and comprehensive working systems, is subject to the challenges presented by AI-induced changes. The means of dealing comprehensively with such rapid and expansive shifts remains an open-ended question that needs to be discussed to discover a new solution that enables all parties to collaborate and go through upcoming challenges together.

Jenner shares his own experiences of being immersed in the film industry in the Asia-Pacific region since the late 1990s. At that time, he had just graduated in English and Philosophy from the University of Leicester in the United Kingdom before deciding to return to Australia and study at the Ensemble Theatre, an acting school founded by Hayes Gordon, a prominent actor, director, and producer in experimental theatre, both in the United States and Australia.

In the 1990s, the transition from film to the digital medium began, emerging as a new phenomenon that interested many young people of that generation in making short films from all around the world. These young men and women were inspired by the opportunity to make short films without spending a budget of 100,000 dollars on 16 or 35-mm films or paying for expensive editing software and other costs for post-production processes.

Once people started making short films, it was soon that short film festivals mushroomed everywhere. Tropfest, the largest short film festival in the world, began in Tropicana Caffe in Sydney. The festival has garnered attention from many and has grown quickly into a phenomenon, attracting a vast crowd of more than 1000 people. Here, the younger generation enjoys meeting and talking with like-minded people. When young people see their own work projected on a large screen, watched by thousands of people, such an enthusiastic atmosphere and compelling energy are indeed contagious and addictive.

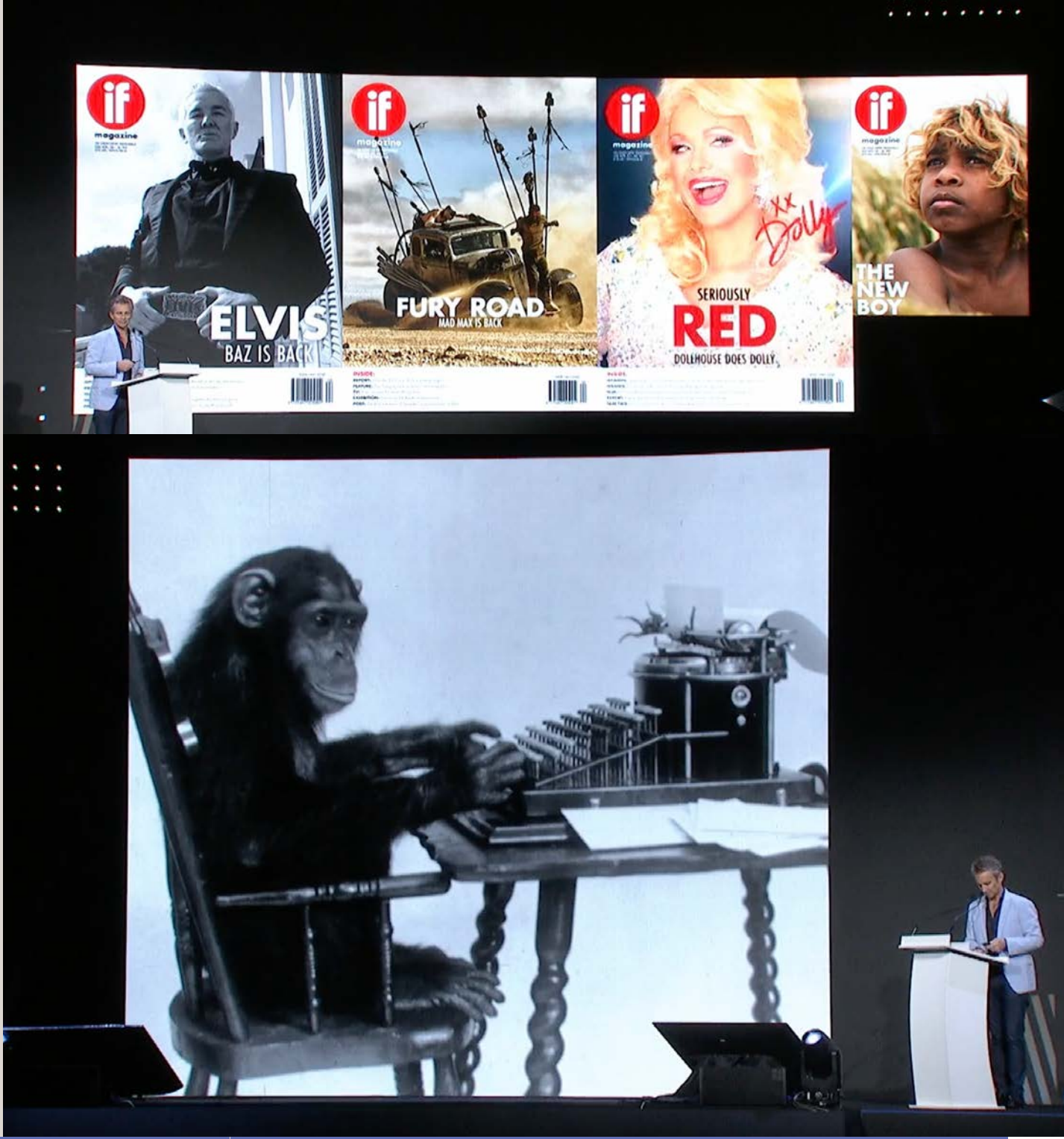
Years later, Tropfest extended its collaborative network with Network 10, a leading Australian television station, to broadcast Tropfest programs on the station and collaborated as a network partner with the Motion Picture Association.

Today, we are familiar with communicating via online channels or social media platforms. We might compare film festivals with various platforms, such as YouTube. However, what a short film festival notably offers is a communal encounter. It gives us the coming together of people in the circle.

Then, Jenner and friends created the “Inside Film Magazine,” reflecting perspectives and representing this new wave of filmmakers. At that time, they had no budget but had time and a network of friends. Importantly, they had less fear of making mistakes and were still naive. Along the way to developing the magazine, they supported each other and gradually learned from doing so. One lesson Jenner took from that time is the advantage of not knowing the industry too well. It made them less worried than those who knew the potential hazards that might occur. During this time, Jenner gained experience and met many people by going out and interviewing numerous people in the film industry.

When he formed a writing group named 100 Monkey, he and three friends came up with an experimental idea inspired by the probability theory that says if we let a million monkeys type on a million typewriters for long enough, they might eventually bang out an entire work of Shakespeare or Dickens by complete accident. “We spent our afternoons workshopping together, trying to generate ideas for a television show. Ultimately, we succeeded. A major TV production company decided to truly create this show, and we were genuinely compensated for our work.”

“What I gained from spending long hours in the writers’ room is that it’s great to resonate with others. And with some luck, it will be rewarded commercially. It is important to be the first to value your own work appropriately and not to give it away, recognizing and effectively protecting your intellectual property rights. It is vital to help you build and sustain your industry career.”



"From the examples, we see the collaboration of a network of people who came together to make Tropfest happen or writers forming small groups to find new ways to work. But the film industry is vast. If we're interested in creating the widely discussed Soft Power, we also need support from government policies."

For example, Australia is doing a great job in creating competitive incentives to make the country a go-to place for film production. The Australian government plays a role in creating financial incentives, promoting skilled crews, providing substantial infrastructure, and, importantly, providing great locations for shooting.

Every dollar invested returns $5.89 throughout the film production project. All these factors mean that the total estimated amount of the production expenditure associated with these production offsets contributes to approximately 16.5 billion dollars in economic output.

Among the countries competing to become the top superhub for this industry, the incentive rate to maintain competitiveness is 30% in Australia, 25% in the United Kingdom, and 32% in Ireland. Recently, the Thai government has approved a policy that promotes a competitive incentive rate of 30%.

People wonder about the rise of the Korean soft power. Why Korean films are so popular? Jenner once asked this question to Huh Moon-young, the director of the Busan International Film Festival in 2022. The answer was here, in paraphrasing: We don't censor our filmmakers. We allow them to tell the stories they want to tell in a way they want. We license them to put whatever they want on the screen, and they may have fewer restraints than any filmmakers around the world.

From the example of South Korea, we can see that the state and industry work hand in hand. Moreover, the policy structure also motivates the work more than creating various rules that become a burden to workers.

Takeaways

- Jenner's hands-on experience in the achievement of the Australian film industry not only tells us about the economic investment and return of the industry but also sheds light on a crucial factor for the development, that is, the bottom-up networking of the young creative minds, amongst actors, writers, critics, etc. This circle of people was born and grew naturally and, intentionally or not, laid a rich and solid foundation for the years to come.

- His lively and rich experience in the Asia Pacific region shows that such achievement can only be possible with the convergence of three major factors. They seem simple, but it's challenging to obtain it. First, the diverse and intense bottom-up networking of the young creative minds. For example, the Tropfest network of young filmmakers and the network of Inside Film Magazine's writers, actors, editors, and critics. Second, a robust long-term program for creative industries competitiveness with support from the Australian government through 'Screen Australia,' a Federal Government agency charged with supporting Australian screen development, production and promotion, Ministry for the Arts. For example, Australian International Co-Production Program, Australian Screen Production Incentive (including rebate rate for Producer Offset, Location Offset, Post Digital & Visual Effect Offset). Third, the freedom to think and operate for people in creative industries so that the talents' ideas and initiatives can shine brilliantly, like the rise of Korean soft power's popularity. When all three factors keep themselves open to embrace the potential of people, they foster their people to flourish in their better version, if not the best one.

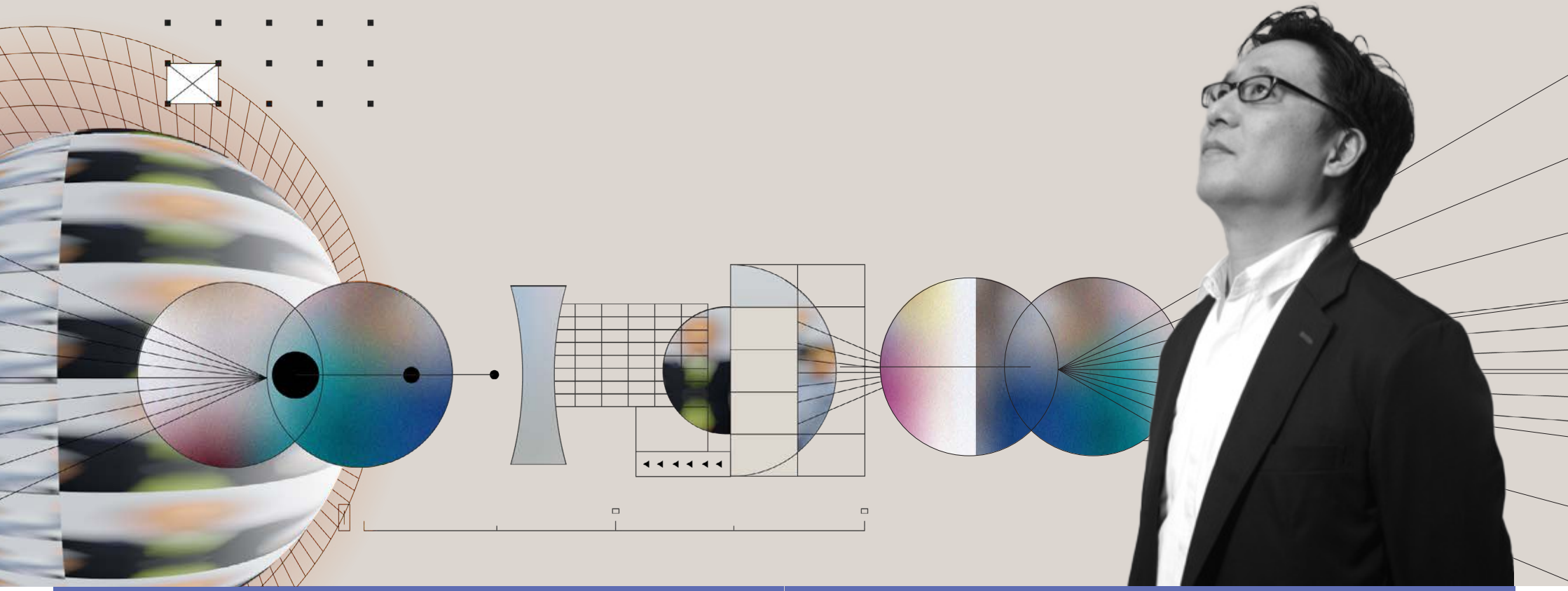
- "The great story gets made when it gets the freedom to do so and do what they do best. Get creative!"

LYNDON NERI

(NERI & HU)

LIMINALITY

การก้าวข้ามพรมแดนทางการคิดเชิงสถาปัตยกรรม



LYNDON NERI

แม้เป็นเวลาเกือบ 20 ปีแล้ว ที่ Lyndon Neri และ Rossana Hu พาร์ตเนอร์และคู่ชีวิตของเขา ให้กำเนิด Neri&Hu Design and Research Office ที่นครเซี่ยงไฮ้ แต่คู่หูทรงพลังแห่งวงการสถาปัตยกรรมและออกแบบ ไม่เคยหยุดสร้างความตื่นเต้นผ่านผลงานที่ผสมผสานการหลอมรวมรูปแบบงานสถาปัตยกรรมที่หลากหลาย กลั่นกรองจากกลวิธีการทำงานที่เน้นการค้นคว้าแบบเจาะลึก ทั้งประวัติศาสตร์ บริบทสภาพแวดล้อม และเรื่องราว ไปจนถึงความทรงจำ เพื่อสร้างผลงานที่ไม่ได้เป็นเพียงสถาปัตยกรรม แต่ยังเป็นการปฏิสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ รูปทรง รายละเอียด สีสัน และวัสดุ

Neri จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีทางด้านสถาปัตยกรรม จาก University of California, Berkeley และปริญญาโท จาก Harvard University Graduate School of Design สตูดิโอ Neri&Hu เริ่มมีชื่อเสียงจากผลงานออกแบบโรงแรม The Waterhouse ในเซี่ยงไฮ้ ที่ทำให้พวกเขากลายมาเป็นสถาปนิกที่งานชุกและครอบคลุมหลากหลายรูปแบบมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบอาคารเพื่อใช้สำหรับงานศิลปวัฒนธรรม งานบริการพื้นที่รีเทล ศูนย์สุขภาพ และนิทรรศการ ผลงานของ Neri&Hu โดดเด่นด้านการสร้างสภาพแวดล้อมที่น่าตื่นตาตื่นใจในทุกมิติ ทั้งงานสถาปัตยกรรมและการวางแผนพื้นที่ การออกแบบตกแต่งภายใน กราฟิก และบริการโปรดักต์ดีไซน์ งานออกแบบที่ได้รับรางวัลของเขาอย่างโรงกลั่นวิสกี้ Chuan Malt Whisky Distillery, Aranya Art Center, Fuzhou Teahouse, The Walled – Tsingpu Yangzhou Retreat, Suzhou Chapel และ โรงแรม The Shanghai Edition ล้วนสะท้อนรูปแบบดังกล่าวได้อย่างชัดเจน

นอกจากความสนใจเรื่องเวลา ความโหยหาอดีต และประวัติศาสตร์แล้ว Neri ยังได้รับแรงบันดาลใจจากความเป็นไปในทุก ๆ วันที่แสนเรียบง่ายและธรรมดา โดยเฉพาะวิถีชีวิตของผู้คนในเมืองอย่างเซี่ยงไฮ้ สำหรับเขา งานออกแบบคือจุดแรกเริ่มในการสร้างประสบการณ์ของมนุษย์ และเป็นเครื่องมือในการสร้างความเปลี่ยนแปลงในสังคมและการแสดงออกทางวัฒนธรรม

Neri&Hu กวาดรางวัลมากมายทั้งในประเทศจีนและระดับนานาชาติ เช่น Elle Decoration, Wallpaper*, Architectural Review, Maison&Objet, German Design Council และได้รับเลือกให้อยู่ใน U.S. Interior Design Hall of Fame นอกจากนี้ ทั้งคู่ยังเป็นอาจารย์พิเศษและนักวิจัยในสถาบันการศึกษาแนวหน้า เช่น University of Hong Kong Graduate School Department of Architecture, Princeton University, Harvard University Graduate School of Design, University of California, Berkeley และ Syracuse University

It's been almost 20 years since Lyndon Neri and his Rossana Hu, his partner both in life and work, founded Neri&Hu Design and Research Office in Shanghai, yet this architectural and design power duo doesn't seem to run out of ways to excite and delight the world with their work, each characterized by their signature approach - fusing different architectural practices and doing extensive research on both history, contexts, and stories as well as memories to create work that isn't simply an architecture, but instead an interaction of experiences, forms, details, colours, and materials.

Neri received a bachelor's degree in architecture from the University of California, Berkeley, and a master's degree from Harvard University Graduate School of Design. Neri&Hu first received worldwide attention with the design of The Waterhouse Hotel in Shanghai, which turned a newly-established studio into one of the most sought-after design offices. Their diverse range of services includes buildings for arts and culture, services, retail, wellness, and exhibitions. The acclaimed international firm is known for creating captivating total environments, including architecture and master planning, interiors, graphic, and product design services, as exemplified in their award-winning works such as Chuan Malt Whisky Distillery, Aranya Art Center, Fuzhou Teahouse, The Walled – Tsingpu Yangzhou Retreat, Suzhou Chapel, and The Shanghai Edition.

Aside from his interest in time, nostalgia, and history, Neri is also inspired by simple everyday happenings – the fabrics that make up the urban way of life in cities like Shanghai. Design, to him, is the beginning of human experience, and a tool for both social change and cultural expression.

Neri&Hu has won innumerable awards, namely Elle Decoration, Wallpaper*, Architectural Review, Maison&Objet, and the German Design Council, and is listed in the U.S. Interior Design Hall of Fame. Both Neri and Hu lecture at different schools, such as the University of Hong Kong Graduate School Department of Architecture, Princeton University, Harvard University Graduate School of Design, the University of California at Berkeley, and Syracuse University.

Liminality
ความสัมพันธ์ในพื้นที่ระหว่างของสิ่งต่างๆ ในเมืองยุคปัจจุบัน

Lyndon Neri
(Neri & Hu Design and Research Office)

ท่ามกลางเมืองที่เต็มไปด้วยความเปลี่ยนแปลงที่ทำการรื้อถอนอดีตตัวเองอยู่ทุกวันในนามของการพัฒนา เราอยากจะให้ชีวิตผู้คนในเมืองของเราเป็นอย่างไร?

เทเรนซ์ ฮอว์กส (Terence Hawkes) นักวิจารณ์วรรณกรรม และนักวิชาการวรรณคดีเชคสเปียร์เคยกล่าวไว้ว่า “เราอาจพูดได้ว่าธรรมชาติที่แท้จริงของสรรพสิ่งไม่ได้อยู่ในตัวมัน แต่อยู่ในความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งต่าง ๆ ที่เราสร้างขึ้นมา จากนั้นเราถึงได้รับรู้มัน”

ลินดอน เนรี่ นำเราไปมองดูสิ่งที่เกิดขึ้นในเซี่ยงไฮ้ เล่าถึงการเปลี่ยนแปลงที่หมุนเร็ว เร็วเสียจนแม้แต่ลูกของเขาก็ยังตามไม่ทันกับการหายไปของร้านค้าที่ตนเองชอบ คำถามของเนรี่ก็คือเมื่อเราปฏิเสธความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไม่ได้ แต่เราก็ยังไม่อยากจำนนไปกับสถานการณ์ตรงหน้า ท้ายที่สุดแล้วเรามีคำตอบแล้วหรือยัง เมื่อเราต้องเผชิญหน้ากับปรากฏการณ์ตรงหน้าแบบในภาพนิ่งของซากอาคารที่ถูกรื้อถอนไป ที่ปรากฏในภาพยนตร์ I wish I know (2010) ของเจี่ย จางเค่อ (Jia Zhangke)

เขาใช้แนวคิดเรื่อง การมองซากปรักหักพัง (ruin gaze) เป็นเครื่องมือที่จะช่วยดึงพวกเรา ตัวคนสังเกตการณ์เข้าไปเกี่ยวพันกับความทรงจำร่วมของเมือง (ที่ฝังอยู่ในสถานที่หรือวัตถุต่างๆ ของเมือง) การโยกย้ายไร้ทิศทาง (displacement) และการฟื้นฟูเมือง (urban renewal) เราจะปล่อยเลยตามเลยกับสิ่งที่เกิดขึ้นหรือเราจะหาทางท้าทายการรื้อถอนความทรงจำตัวเองแบบไม่มีหยุดหย่อนเช่นนี้ นี่คือหนึ่งในคำถามที่อยู่เบื้องหลังการทำงานกว่า 20 ปีของ Neri & Hu Design and Research Office

นับตั้งแต่เริ่มต้นการทำงานออกแบบทั้ง ลินดอน เนรี่ (Lyndon Neri) และ รอสซานา ฮู (Rossana Hu) ต่างก็ให้ความสนใจ สังเกตและศึกษาพื้นที่ที่เราเรียกกันว่า พื้นที่ระหว่างกลาง (in-between space) ซึ่งเป็นคำที่มักใช้กันในแวดวงสถาปัตยกรรม เพื่ออธิบายพื้นที่ที่อยู่ตรงกลางระหว่างสองสิ่งที่มีความต่างกันอย่างสุดขั้วก็ได้ หรือคู่ตรงข้าม หรือ คู่ความขัดแย้งก็ได้ หรืออีกชื่อก็คือ พื้นที่ที่สาม (third space) ที่ โฮมี่ เค บับบา (Homi K. Bhabha) นักทฤษฎีวิพากษ์ชาวอินเดีย หนึ่งในนักวิชาการคนสำคัญของงานศึกษาสังคมร่วมสมัยด้วยแนวคิดหลังอาณานิคมเป็นคนตั้งขึ้นมา พื้นที่ที่สาม จึงเป็นคำที่ใช้กันในความหมายที่สื่อถึง พื้นที่ในการสร้างสรรค์ที่อยู่ระหว่างตำแหน่งของคนที่มีอำนาจในการควบคุมและตำแหน่งของคนกลุ่มน้อยที่โดนผลักเบียดออกจากศูนย์กลางอำนาจออกไป

คำต่าง ๆ เหล่านี้ ช่วยให้เราสังเกตและคิดกับปรากฏการณ์ตรงหน้าได้ชัดเจนมากขึ้น ที่สำคัญพื้นที่ลักษณะนี้อยู่ใกล้กับชีวิตประจำวันของพวกเราทุกคนมาก พวกเราหลายคนใช้ชีวิตอยู่ในพื้นที่ที่มีลักษณะเฉพาะเหล่านี้ การใช้ชีวิตอยู่ระหว่างการหวนนึกถึงประสบการณ์ที่ผ่านมาในอดีต กับ การมองไปยังอนาคตที่ยังมาไม่ถึง

เนรี่เล่าถึงแนวทางการทำงานของพวกเขาที่ใช้สองแนวคิด คือ แนวคิดเรื่องความทรงจำร่วม (collective memory) ของ อัลโด รอสซี่ (Aldo Rossi) กับ รูย์โนฟีเลีย: การเข้าใจในคุณค่าของซากปรักหักพัง (Ruinophilia: Appreciation of Ruins) ซึ่งเป็นแนวคิดของ สเวทลาน่า โบม (Svetlana Boym) นักทฤษฎีวัฒนธรรมชาวรัสเซียนอเมริกัน

แนวคิดแรกเรื่องความทรงจำร่วมของรอสซี่ เป็นแนวคิดที่อธิบายเรื่องการมองเมืองเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีประวัติศาสตร์ของมัน ฉะนั้นสถานที่ อาคาร สิ่งของที่ผู้คนกลุ่มหนึ่งในเมืองมีความทรงจำกับมัน ก็คือแหล่งที่เราจะเข้าไปมองหาร่องรอยของความทรงจำร่วมของเมืองได้ ที่สำคัญ ร่องรอยบางอย่างที่เป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์เมืองและสามารถเดินทางข้ามเวลาได้นั้นจะมีความทรงจำของเมืองอยู่กับมัน

ส่วนแนวคิดของโบม (Boym) มองว่า ซากปรักหักพังนั้นทำให้เราคิดทบทวนกับความก้ำกึ่งกำกวมของสิ่งที่เหลืออยู่ (remainder) และข้อย้ำเตือนความทรงจำ (reminder) ที่อยู่กับซากปรักหักพังจากการพัฒนาเมืองในขณะเดียวกันแนวคิดนี้ก็ยังหมายถึงการเข้าไปมีประสบการณ์กับความรู้สึกที่อยู่ในสัมผัสที่เราได้จากซากนั้น พร้อมกับความรู้สึกตกใจระคนเสียใจกับการหายไปของสถานที่ที่เราคุ้นเคย

สิ่งที่เราเห็นได้ในกระบวนการทำงานของพวกเขาสองคนสะท้อนเรื่องราวและเผยบางส่วนออกมาในรูปทรงของอาคาร พวกเขาใช้ความสัมพันธ์ระหว่าง สิ่งปลูกสร้าง กับความทรงจำที่เขาไปสังเกตมาได้จากการมองเมือง มองหาภาพฝันของศักยภาพที่จะเป็นไปได้ในอนาคต และนำกลับมาปั้นรูปร่างให้กับความทรงจำร่วมของคนที่อยู่ในเมืองยุคปัจจุบัน

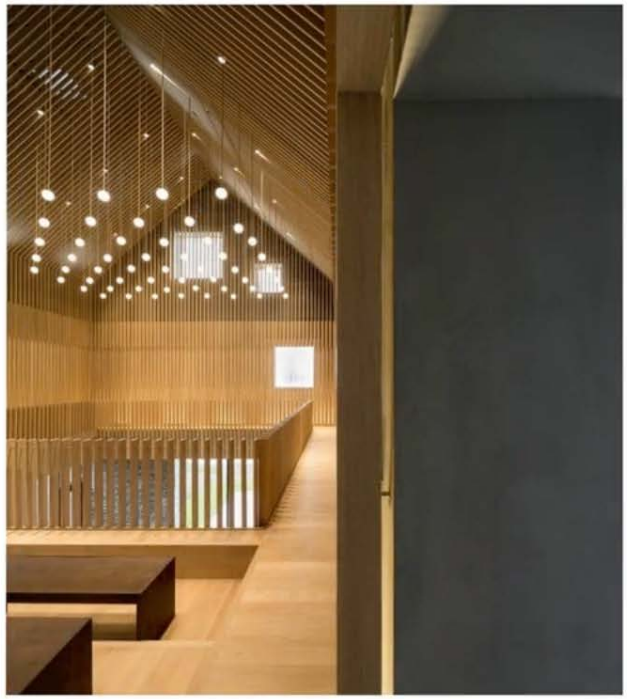
วิธีคิดแบบ Liminality ให้อะไรกับเรา การคิดกับสภาวะที่อยู่ตรงกึ่งกลาง หรือรอยต่อ มันทำให้เรามองรอยแยกที่เกิดขึ้นด้วยมุมมองที่ต่างออกไป ทำให้เราใส่ใจกับสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่อาจดูไม่สำคัญในมุมมองของหน่วยงานที่สั่งการในการพัฒนาเมืองให้เกิดการเปลี่ยนแปลง แต่ทว่า มันคือสิ่งเล็กน้อยที่คนทั่วไปในท้องที่รู้สึกผูกพันกับมัน เช่น ร้านอาหารที่คุ้นเคย หรือรูปหล่อบรอนซ์สิงโตในภาพนิ่ง จากภาพยนตร์ของเจี่ย จางเค่อ รูปหล่อสิงโตแบบนี้ อาจดูไม่ได้มีอะไรเป็นพิเศษ แต่เมื่อมันอยู่ในตำแหน่งที่เป็นเส้นแบ่งระหว่างพื้นที่ที่จะต้องมีการรื้อทิ้งเพื่อพัฒนาโครงการใหม่ กับพื้นที่ที่ยังคงสภาพเดิมอยู่ต่อไป รูปสิงโตตัวนี้จึงกลายร่างเป็นร่องรอยที่เก็บความทรงจำอีกชิ้นหนึ่งของเมืองเอาไว้ และเตือนใจถึงการมีอยู่ของเส้นแบ่งนี้ทุกครั้งที่มีคนที่รู้เรื่องราวของมันผ่านมามองเห็นมัน

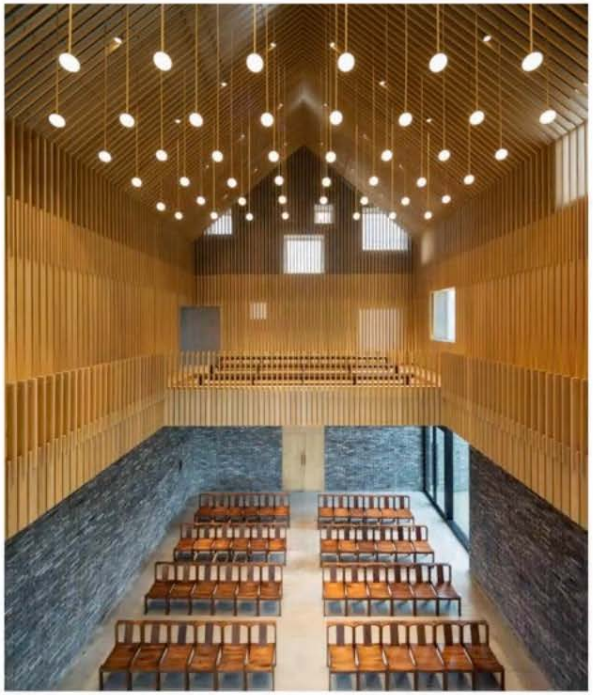
ผลงานที่เนรี่นำมาเล่านั้น ต่างเป็นงานที่สะท้อนให้เห็นว่า กระบวนการเรียนรู้จากความเปลี่ยนแปลงของเมืองที่เขาสังเกตเห็น เมื่อนำมาคลี่คลายในงานออกแบบ พวกเขาใช้วิธีการแบบใดเพื่อสร้างความสัมพันธ์ของความทรงจำเก่าเข้าไปในอาคารใหม่ และความสัมพันธ์แบบใหม่ที่เกิดขึ้นนั้น ผลิตความหมายแบบไหนให้กับสังคมรอบตัวมัน

งานของพวกเขาจึงเป็นงานที่แสดงถึงการปล่อยให้เห็นความไม่เข้าร่องเข้ารอย เพื่อให้ความไม่เข้าร่องเข้ารอยนี้ เป็นเครื่องเตือนความทรงจำของคนที่มาพบเห็นมัน ให้นึกถึงอดีตหรือประวัติศาสตร์ของเมือง ด้วยการเข้าไปอยู่ร่วมกับซากปรักหักพังของยุคสมัยใหม่ หวนนึกถึงสิ่งที่เคยมีอยู่ (nostalgia) และสร้างคำจำกัดความให้มันใหม่ ทั้งในแง่ประโยชน์ใช้สอยและความงามที่เกิดจากการฉุกคิดตั้งคำถามกับความหมายของสิ่งที่ดูธรรมดาใกล้ตัวเรา อย่างเช่นในงาน The Waterhouse at South Bund ที่พวกเขาเลือกที่จะรักษาโครงอาคารเดิม แทนที่จะทุบทิ้งเพื่อสร้างใหม่ และใช้ความคอนทราสต์ระหว่างตัวอาคารกับย่านโดยรอบ เป็นการตั้งคำถามใส่คนที่เดินผ่านไปมา นอกจากนี้ เขายังนิยามว่า ผู้ใช้อาคารของเขาเป็นนักเดินทาง (traveler) ไม่ใช่นักท่องเที่ยว (tourist) การแสดงออกผ่านการเลือกใช้วัสดุและการสร้างบรรยากาศภายในอาคารต่างก็มีนัยยะอ้างอิงกลับไปที่บริบทที่ตั้งและสภาพเมืองในเวลานั้น

แน่นอนว่า การทำโครงการในลักษณะนี้ ไม่ใช่เรื่องที่คนส่วนใหญ่ให้การตอบรับเป็นอย่างดีในตอนแรก เพราะแม้แต่หน่วยงานท้องถิ่นเองก็ยังคิดว่า โครงการนี้เป็นการหยอกล้อท้าทายแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของเมืองหรือเปล่า ผลก็คือ พวกเขาพลาดโอกาสในการทำโครงการใหญ่ไปถึงสองโครงการจากการที่หน่วยงานท้องถิ่นเข้าใจผิดในท่าทีของพวกเขาในการทำงานออกแบบครั้งนี้ ทว่า หลายปีถัดมาหลังจากอาคารได้รับความสนใจจากคนมีชื่อเสียงมากมายที่เจาะจงเลือกที่จะมาพักและเป็นนักเดินทางของที่นี่ หน่วยงานท้องถิ่นต่าง ๆ ถึงเริ่มหันมาสนใจและให้การยอมรับแนวทางการทำงานของพวกเขา

ถ้างานแรกคือการทำให้อาคารสะท้อนให้คนตั้งคำถามกับความเปลี่ยนแปลง งาน Suzhou Chapel ทำให้เรานึกถึงการเติบโตของเมืองใหญ่ที่บีบบังคับให้แรงงานหนุ่มสาวในชนบททิ้งบ้านเกิดของตน มันก็คือการออกไปเก็บเกี่ยวก้อนอิฐจากบริเวณโดยรอบกลับมาใช้ใหม่ในอาคาร และทำให้ความทรงจำของผู้คนที่อยู่กับสถานที่ที่ก้อนอิฐนี้เคยเป็นส่วนหนึ่งอยู่ กลายมาเป็นส่วนหนึ่งของความหมายของสถานที่แห่งใหม่นี้ ในขณะที่คนในท้องที่จากบริเวณโดย





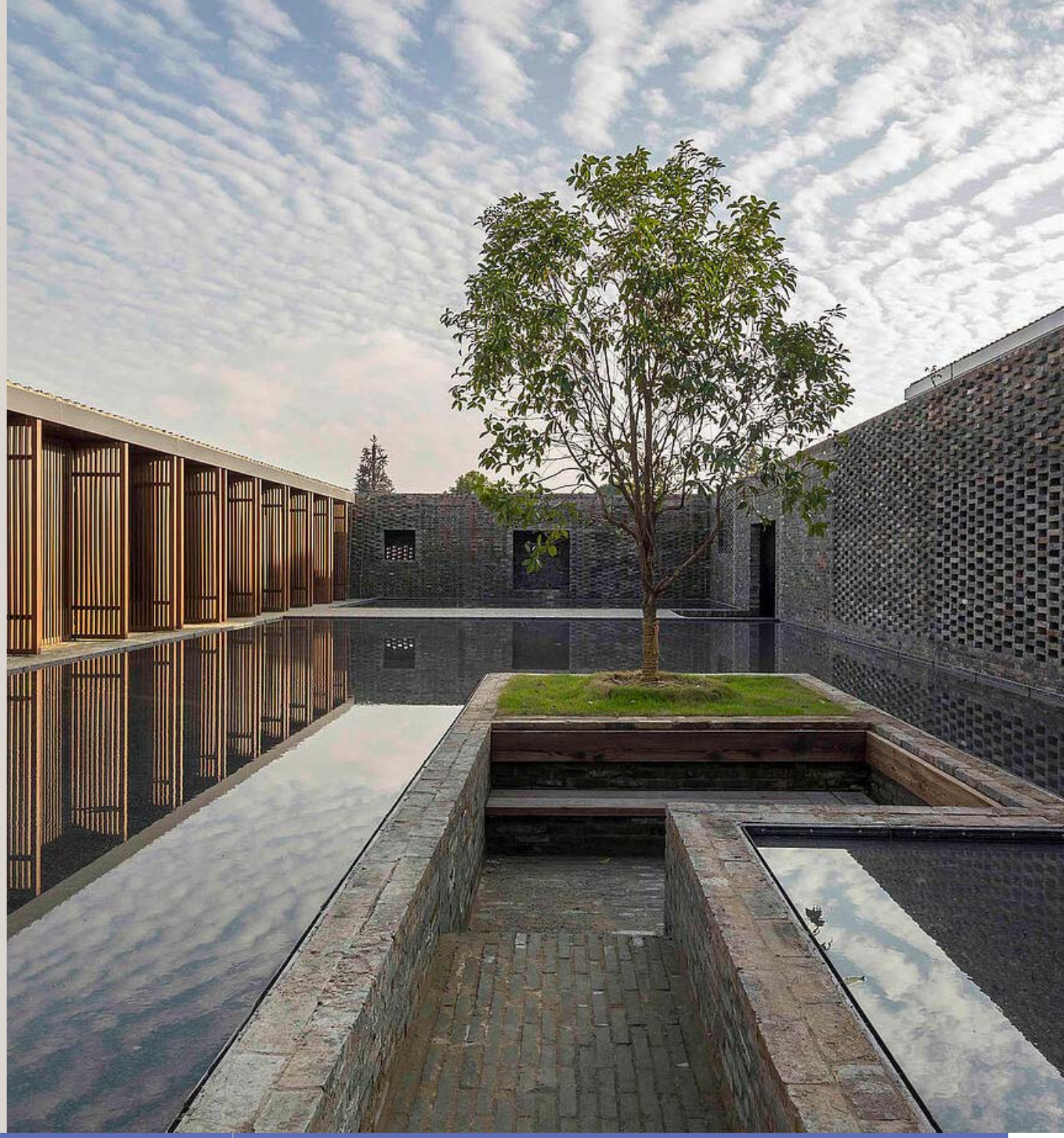
รอบเข้ามาใช้อาคาร เขาจะได้เดินผ่านเฉดสี สัมผัสก้อนอิฐจำนวนมากที่ยกย้ายมาจากหมู่บ้านโดยรอบ การจัดเรียงตำแหน่งแห่งที่ของอิฐแต่ละก้อนในแนวผนังก่อทำให้เกิดความสัมพันธ์ของความทรงจำเก่าที่ถูกโยกย้ายสลับที่และผูกโยงเข้าในหากันในสถานที่ใหม่ในรูปแบบที่แตกต่างออกไป ผู้คนที่มายังคงจำสีดินของอิฐในเขตหมู่บ้านตนเองได้ แต่ละคนที่มาถึงที่นี่ย่อมมีประสบการณ์กับสถานที่นี้แตกต่างกันออกไป

Tsingpu Yangzhou Retreat อยู่ในเมืองหยางโจว ซึ่งขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองแห่งกำแพง งานชิ้นนี้พวกเขาได้แรงบันดาลใจมาจากลักษณะของตรอกทางเดินแบบดั้งเดิมที่พบเห็นได้ในเมือง พวกเขาต้องทำงานกับฐานเดิมของอาคารที่หน่วยงานท้องถิ่นไม่อนุญาตให้รื้อถอนออกไป เขาทำฐานอาคารเก่าขึ้นมา และใช้แนวกำแพงที่ตีเป็นตารางครอบลงไปเพื่อเชื่องโยงอาคารทั้งหมดเข้าด้วยกัน และในงานนี้พวกเขาก็ยังคงใช้อิฐที่รีไซเคิลมาจากบริเวณโดยรอบ พวกเขารื้อถอนอิฐจากอาคารอื่นที่ถูกทิ้งร้าง จากการอพยพของแรงงานหนุ่มสาวเข้าไปหางานทำในเขตเมือง อิฐที่ถูกโยกย้ายที่ทางมาเป็นส่วนหนึ่งของการก่อร่างสร้างเป็นอาคารหลังใหม่ ทำให้เส้นแบ่งระหว่างเก่ากับใหม่บางและจางลงไป

Takeaways

- Neri & Hu Design and Research Office ใช้การแทรกสายสัมพันธ์ของความทรงจำเก่าเข้าไปในงานสถาปัตยกรรมใหม่ โดยใช้องค์ประกอบของสิ่งเก่าเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างโครงสร้างภาษาใหม่ที่เปิดให้ความทรงจำร่วมของสิ่งที่มีอยู่เดิมในที่ตั้งได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของอาคารหลังใหม่

- การเสาะหาร่องรอยของความทรงจำในงานของพวกเขาเป็นการทำงานกับปลูกถ่ายโครงข่ายความสัมพันธ์จากที่เดิมที่ถูกทิ้งร้างเพื่อย้ายถิ่นของแรงงานชนบทบ้าง หรือถูกรื้อถอนเพื่อพัฒนาโครงการในเมืองบ้าง ไปสู่โครงข่ายความสัมพันธ์ใหม่ในอาคารที่จะมารองรับการใช้งานในปัจจุบัน และในขณะเดียวกันก็ยังคงตอบโจทย์ตั้งต้นเรื่องความงามที่เกิดจากการทำให้คนฉุกคิด และตั้งคำถามกับการเปลี่ยนผ่านจากเก่าไปใหม่



Liminality

Lyndon Neri
(Neri & Hu Design and Research Office)

Amidst a city that keeps developing a continuous wave of new projects while its pasts are gradually vanishing, how do we want the lives of our city dwellers to be?

Terence Hawkes, a literary critic and Shakespearean scholar, once said, “The true nature of things may be said to lie not in things themselves, but in the relationships which we construct, and then perceive, between them.”

Lyndon Neri takes us to see what’s happening in Shanghai and talks about rapid cycles of change, so fast that even his children just realize the disappearance of shops they like when it’s already gone. When we cannot deny the changes happening but also do not want to accept the situation as it is. Neri’s question is: Do we have any answer for the phenomenon we face similar to the still images of demolished buildings shown in Jia Zhangke’s movie “I Wish I Know (2010)”?

He uses the concept of “ruin gaze” as a tool to involve us, the observers, with the collective memories of the city (embedded in various urban locations or objects), displacement, and urban renewal. Will we let things go or find ways to challenge this relentless memory loss? This is one of the questions underlying over 20 years of work by the Neri & Hu Design and Research Office.

From the start of their design careers, both Lyndon Neri and Rossana Hu have paid attention, observed, and studied an "in-between space," a term often used in the architectural sphere to describe space that exists between two contrasting things or duality, etc. It can be called "a third space" in Homi K. Bhabha's terms, which means a creative space between the position of the ruling power and the marginalized group.

These various terms help us observe and think more clearly about the phenomena in front of us. This space is so close to our everyday life. Many of us live in this particular space, between reminiscing about experience and looking towards the future.

Neri talked about their working approach, which utilizes two concepts: "collective memory" by Aldo Rossi and "Ruinophilia: Appreciation of Ruins" – a conceptual term coined by Svetlana Boym, a Russian-American cultural theorist.

The first concept, Rossi's collective memory, describes viewing the city as an artifact with its history. Hence, the places, buildings, and objects that a group of people in a city engages with people's memory become a source for collecting traces of the collective memory. Notably, some traces, which are part of the city's history and can survive through time, carry the city's memory with them.

On the other hand, Boym's concept considers ruins to make us reflect upon the ambivalence of remainders and reminders that come with the dilapidated ruins

from urban development. Simultaneously, this concept implies experiencing the emotions we encounter from these remains and the feelings of surprise and loss from looking at the vanishing places.

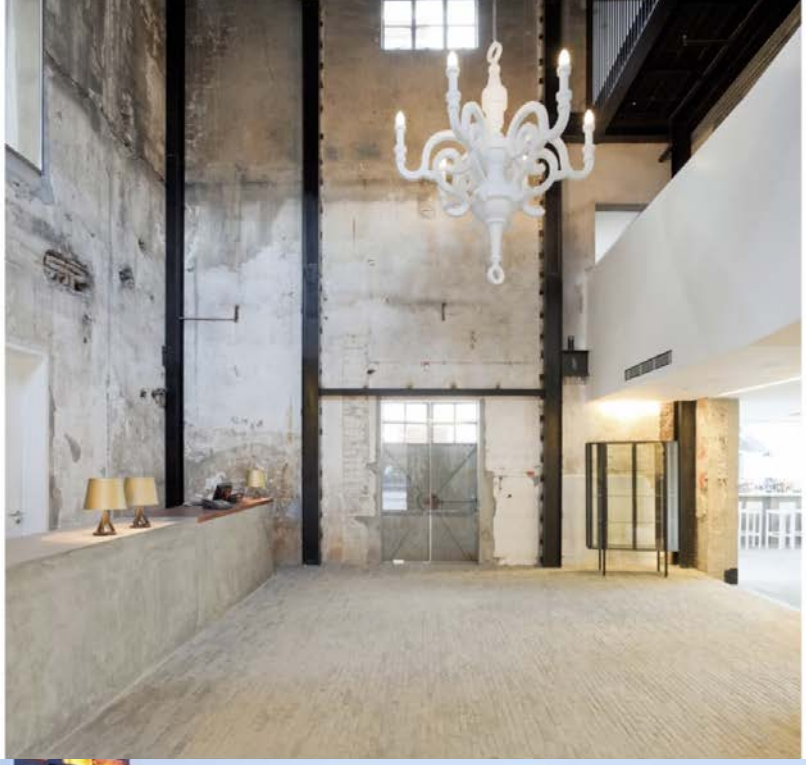
What we observe in the working process of Neri & Hu is what the building form reveals to us. They use the relationship between the building and the memory they extracted from gazing at the city, seeking "dreams of the potential futures," and shaping the collective memory of the current urban dwellers.

Why does Liminality matter? Thinking about a state between things allows us to view the urban phenomenon differently. By doing so, we start to pay attention to seemingly insignificant things from authority for urban development's viewpoint. However, these minor elements are what local people connect with, such as a familiar restaurant or a bronze lion statue from Jia Zhangke's movie. Such a statue might not seem remarkable, but when it stands at a divide between an area destined for demolition for new development and an area that remains in its original state, this lion transforms into a keeper of the city's memory and a reminder of this divide every time someone who knows its story sees it.

The works that Neri presented reveal that the learning process from observing a city can transform into a design process that embraces vanishing memories and relocates them into a different setting of new buildings, embedding old memories into new structures. Consequently, we arrive at another question. What kinds of meanings does the new arising relationship produce for the society?

Their work, therefore, unveils a tolerance of disharmony. Hence, the disharmony serves as a reminder to those who encounter it, prompting people to recall the city's history or past. By mingling with the ruins of modern times, it evokes a sense of nostalgia while redefining it. Both in terms of utility and the poetics that arise from the moment a building interacts with people, whether they be provoking thought or questioning the meaning of things that seem ordinary and close to us. For example, in The Waterhouse at South Bund, they chose to preserve the original structure instead of demolishing it to build anew. They used the contrast between the building and its surroundings to question those passing by. Additionally, they defined his building users as travelers, not tourists. They expressed this through spatial articulation, material selection, and the atmosphere created within the buildings. All simply refer recurringly to the local context and the city's condition.

Certainly, executing a project of this nature was not widely well-received initially and took a lot of work to pursue. Even local authorities wondered whether this project was a mockery or a challenge to the city tourist authority's development plan. Unfortunately, the architects missed the opportunity to engage in two major projects due to local agencies doubts on their intentions in this design endeavor. However, years later, the building gained attentionfrom a wave of international celebrities who specifically chose to stay and become the traveler of this hotel. Then, various local agencies began to show interest and accept their approach.



If the first project was about making buildings reflect and trigger people to question about urban changes, the Suzhou Chapel project recalls how the city cause young labor from rural areas to leave their hometown abandoned. It was about old bricks from the abandoned structures surrounding the site and reusing them in the building. This method lets memories of those who lived with these bricks play a part in the meaning of this new place. While local people from the surrounding area visit the building, they pass through shades and touch numerous bricks relocated from surrounding villages. The arrangement of each brick in the wall creates relationships of displaced old memories and binds them together in a new place into a different form. People here may still recognize the earthen color of bricks from their own village. Each visitor has a distinct experience with this place.

Tsingpu Yangzhou Retreat is located in Yangzhou, a city known as a walled city. Inspired by the traditional alleyways in the courtyard found in its vernacular past, the architects had to work with the existing building base that local authorities did not allow demolition. They marked the old buildings' footprints and used a grid-patterned wall to connect all the buildings. In this project, they still used repurposed bricks from the surrounding area. They removed bricks from other abandoned buildings after young laborers migrated to find work in the city. Bricks that have been moved along the way become part of the new building structure, blurring the boundary between old and new.

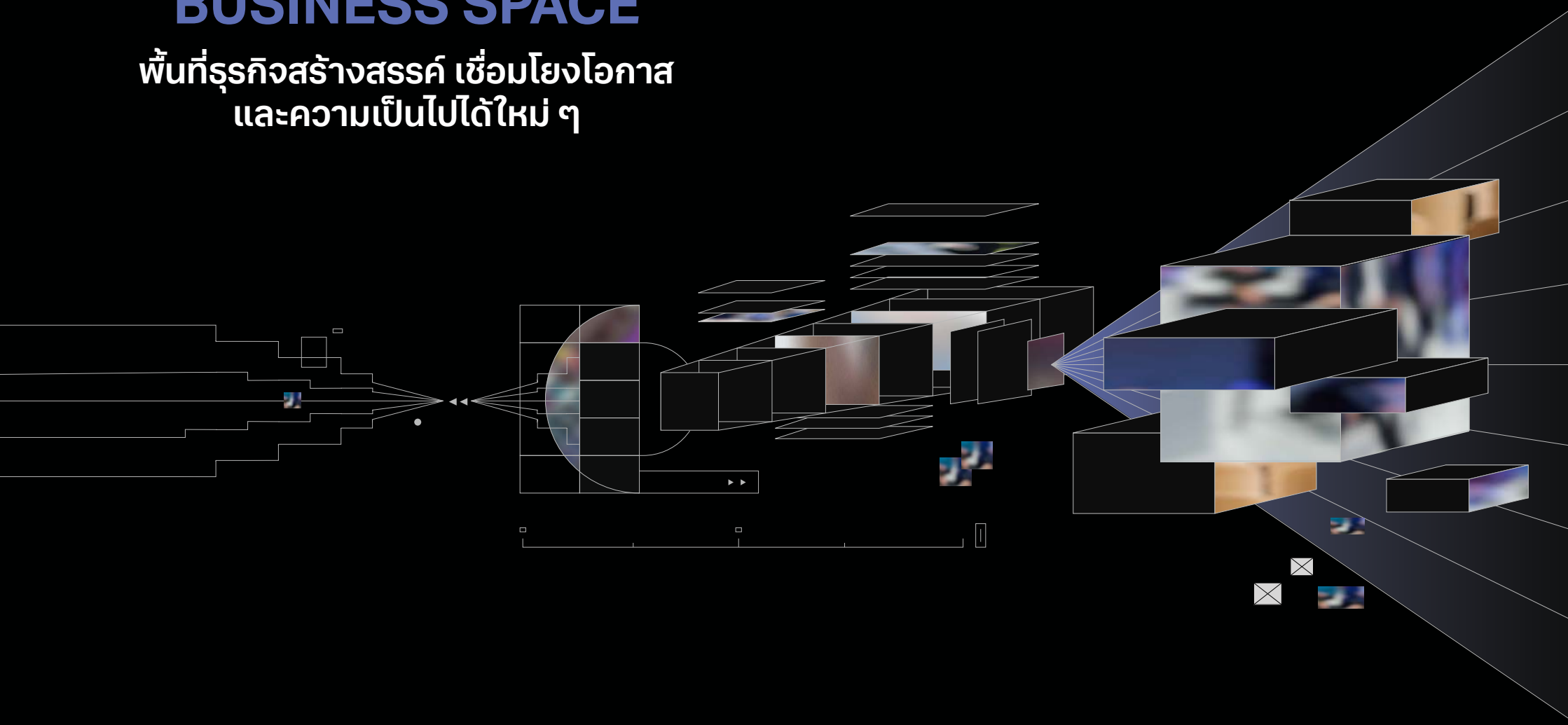
Takeaways

- Neri & Hu Design and Research Office integrates the relationships of old memories into their architectural works. They utilize elements of original structure to create a different composition of architectural language, allowing collective memories of the city or the rural to be part of the new buildings.

- Their exploration of memories and traces in their working process involves transplanting an existing network of relationships from the original locations that were sometimes abandoned in rural areas or demolished in urban settings. The first is associated with labor migration from rural areas to the city simply to earn a living. The latter relates to real estate development that keeps pushing new projects with little time to reflect on which part should be held and which should be demolished and built anew. The unique weaving relationship of new and old in their works also aims to strike a balance between contemporary uses and the production of poetic meaning by making people think and question while experiencing the transition from old to new.

CREATIVE BUSINESS SPACE

พื้นที่ธุรกิจสร้างสรรค์ เชื่อมโยงโอกาส
และความเป็นไปได้ใหม่ ๆ



เดินหน้าต่อยอดธุรกิจ ขับเคลื่อนการเติบโตอีกระดับ ด้วยพลังสร้างสรรค์

Creative Business Space แพลตฟอร์มพื้นที่ธุรกิจใหม่ที่เปิดโอกาสและเชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจสำหรับสตูดิโอนักสร้างสรรค์กว่า 80 แห่ง กับกลุ่มธุรกิจในภาคการผลิตและบริหาร ภายในกลุ่มประเภทอาหารสร้างสรรค์ (Creative Gastronomy) เพื่อตอบสนองการเติบโตของธุรกิจอาหารเชิงสร้างสรรค์ของประเทศไทย เช่น กลุ่มร้านอาหาร คาเฟ่ โรงแรม รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจในภาคการผลิตและบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมอาหาร ที่ต่างต้องมีจุดขายและสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ เพื่อเป็นแต้มต่อในการดำเนินธุรกิจ

DRIVE YOUR BUSINESS GROWTH WITH THE POWER OF CREATIVITY!

Creative Business Space is the newly launched business matching platform to kick off collaboration and opportunities for 80 established creative studios with related businesses in the manufacturing and service sector under the Creative Gastronomy category. With the ongoing expansion of the gastronomic and creative hospitality scenes, CEA aims to boost and foster the growth of creative studios to match the budding growth of restaurants, cafes, hotels, and related businesses in the manufacturing and service sector, enabling unique selling points and the ability to create new experiences that help differentiate them in running the business.

CREATIVE BUSINESS SPACE

รายชื่อของสตูดิโอนักสร้างสรรค์กว่า 80 แห่ง ที่ได้เข้าร่วม Creative Business Space โดยแบ่งตามหมวดหมู่ 12 หมวดหมู่ มีดังนี้

Over 80 established creative studios joined Creative Business Space which will divide into 12 categories, as seen in the following list:

BRANDING & PACKAGING

Designally
Fahrun Studio
Ociio
Ihapstudio
Rixter Studio
Pegasus Brand Design
Butterfire
Design 365 days
Strong Design

BRANDING & CREATIVE CONTENT

ARN Creative studio
Wide and Narrow
TwoDoor Studio
Pumpumstudio
SMM (Studio Marketing Material)
Zlapdash Studio
บรรจงคิด
CRE 8
The Co - Creative

CREATIVE BUSINESS SPACE

ILLUSTRATION & CHARACTER DESIGN

Sundae kids
JINNY
Unaibaan Studio
29art_studio
Puifai Design and illustration

SPACE & EXPERIENCE DESIGN

Party/Space/Design
White Space
Hulppudesign
Davis design
SixSeven Studio
YAAF DESIGN
AttaStudio
Curious Design Studio

FOOD DESIGN

CHIMP TIM
befor.tart
PEAK Chocolate Passionist
JoJo Cafe
Green Deli Fresh
Bicogurt
The Bakery Castle
BioBriq

CREATIVE BUSINESS SPACE

FOODSTYLIST

Charmfooddesign
KARB STUDIO (ขาบ สตูดิโอ)
YingYing Foodstylist

SENSORIAL DESIGN

Silpin
Patchoulli.scent.design
Patziilla Band
PNR: All About Music
Scent and Sense

CREATIVE AGENCY

M Creation Agency
YELLABAN
Sphere Agency
LIKEME MEDIA AGENCY
GEAR8 (Thailand)
VitualizeLab
Play Digital
The Platform
Kingkong Bangkok

CREATIVE BUSINESS SPACE

PRODUCTION

Paap Production
Foodtography Studio
Massman Production
239 studio
Mary Studio
Banntaksin Studio
SOM BOON BAB by Toeyfoto

KOL / INFLUENCER / SOCIAL MEDIA

Lady's Routine
Remedy Co., LTD.
Dr.Oppa TikTok for Business
Sociology

BUSINESS CONSULTING SERVICE

Chef Cooking By Daiki
Bold group
DEAL!

CREATIVE BUSINESS SPACE

DESIGN TECHNOLOGY

FabCafe Bangkok
AI-Deate
Logithai-Solutech Co., LTD.
APPOINT
LookAds
Nexus Card
Kaspy
Digitalnationagency
Perfect Dreamlab

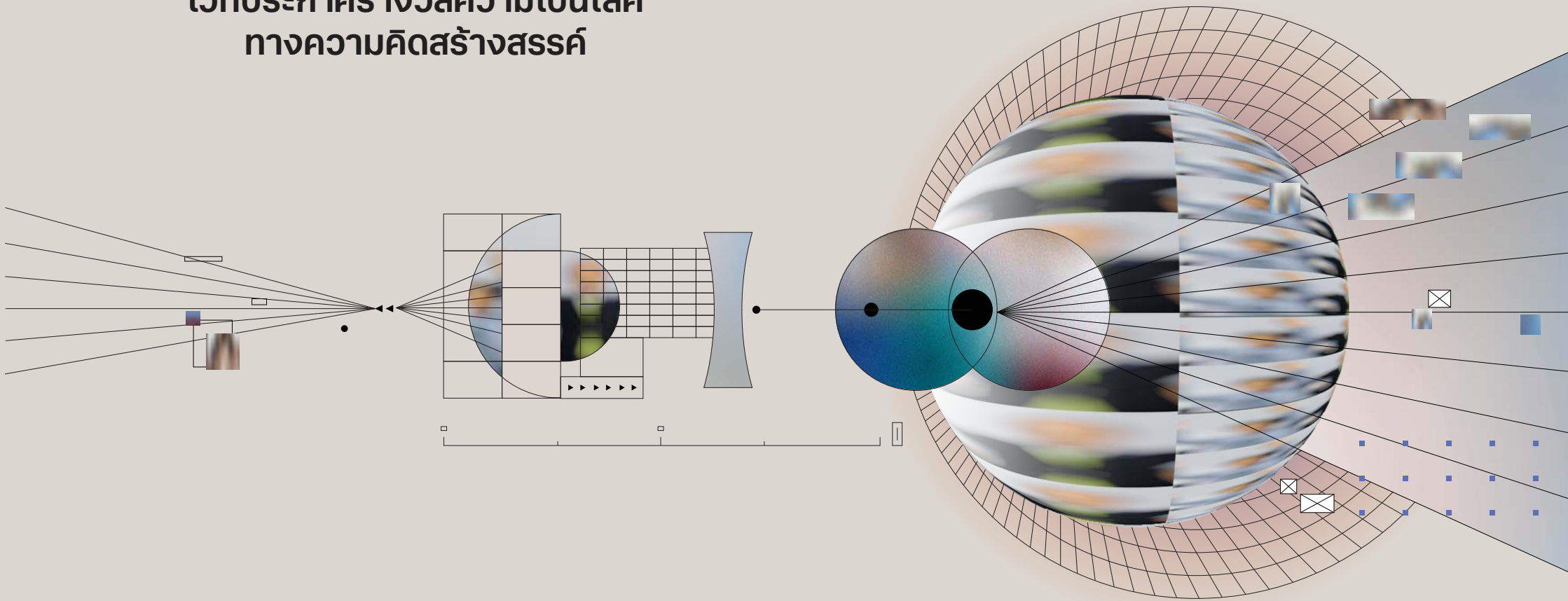
Scan QR Code for E-catalog

ภาษาไทย

English

CREATIVE EXCELLENCE AWARDS

เวทีประกาศรางวัลความเป็นเลิศ ทางความคิดสร้างสรรค์



ครั้งแรกกับการประกาศรางวัลความเป็นเลิศทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Excellence Awards หรือ CE Awards) จัดโดย CEA เพื่อเชิดชูและส่งเสริมบุคคล ชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบันต่าง ๆ ที่ริเริ่ม คิดค้น ผลักดัน หรือสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการ เครื่องมือ หรือกระบวนการ โดยนำความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างให้เกิดคุณค่า (Value Creation) ที่ก่อให้เกิดผลกระทบ (Impact) ทางด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือสิ่งแวดล้อม เพื่อต่อยอดไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนของประเทศ

Creative Excellence Awards, or CE Awards, are introduced for the first time in recognition of individuals, communities, business operators, offices, organizations, or institutions for their creativity, initiatives, or efforts to create products or services, tools, or procedures using creativity to bring about value creation, generating economic, social, and environmental impact, which in turn will ensure the country's sustainable development in the future.

CE
AWARDS
CREATIVE EXCELLENCE AWARDS

ประเภทที่ 1
CATEGORY 1
CREATIVE CITY AWARDS

จำนวน 5 รางวัล 9 ผลงาน (5 rewards 9 works)

รางวัลการพัฒนาย่าน สถานที่ชุมชน หรือเมือง รวมทั้งกิจกรรมที่ดึงเอกลักษณ์เฉพาะตัว เชื่อมโยงกับเรื่องราวของย่าน ผู้คน หรือธุรกิจดั้งเดิม ผสานกับความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและพัฒนาให้ตอบโจทย์คนในพื้นที่และผู้มาเยือนในมิติต่าง ๆ ทั้งสังคม เศรษฐกิจ และความยั่งยืน

Presented in recognition of efforts to promote greater development of areas, communities, or cities as well as activities that highlight specific identities combined with creative ideas or innovation to produce economic value and expansion that meets the needs of local people and visitors in different dimensions, including social, economic, and sustainability.

FESTIVAL AWARD

รางวัลสำหรับกิจกรรมหรืองานเทศกาลที่นำเสนอความหลากหลายของงานศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อหวังผลต่อย่าน ชุมชน หรือพื้นที่นั้น ๆ

Presented in recognition of activities or festivals that showcase the diversity of arts and culture and prove to be beneficial for a particular zone, community, and area.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

เทศกาลแสงไฟ
Awakening Bangkok
โดย Time Out Bangkok และกรุงเทพมหานคร

Awakening Bangkok
Light Festival
By Time Out Bangkok and
Bangkok Metropolitan Administration (BMA)

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

พงศ์สิริ เหตระกูล
กรรมการบริหาร Time Out Bangkok

Pongsiri Hetrakul
Managing Director of Time Out Bangkok

BRANDING AWARD

รางวัลสำหรับพื้นที่หรือเมืองที่มีการสร้างเอกลักษณ์และจุดยืน (Positioning) ให้แก่พื้นที่ ทำให้พื้นที่กลายเป็นที่รู้จักและสร้างภาพจำที่ชัดเจน

Presented to an area or city that builds its unique identity and positioning for that area, making it better known and remembered by visitors.

ผลงานที่ได้รับรางวัล Award-winning work:

แหล่งเรียนรู้ ถนนสายไม้ บางโพ
โดย ทีมถนนสายไม้ บางโพ (Bangpho Woodstreet) และนักออกแบบรุ่นใหม่

Bangpho Woodstreet Learning and Exhibition Center
By Bangpho Woodstreet Team and new generation designers

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

ผศ.ดร. ปริญญ์ เจียรมณีโชติชัย
หัวหน้าโครงการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เจนณรงค์ ทาคูมิ ซาก้า
ผู้อำนวยการโครงการ Bangpho Woodstreet-The Living Museum และสมาชิกชุมชนประชานฤมิตร

Asst.Prof. Dr. Prin Jhearmaneechotechai
Head of the project, Faculty of Architecture, Chulalongkorn University

Jannarong Takumi Saga
Project director of Bangpho Woodstreet -The Living Museum, and members of the Pracha Naruemit community

CULTURAL ASSET AWARD

รางวัลสำหรับพื้นที่หรือเมืองที่มีการนำอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของพื้นที่ มาผสานกับความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างโดดเด่น

Presented to an area or city that brings cultural identity or a main attraction combined with creative ideas to produce outstanding results.

ผลงานที่ได้รับรางวัล Award-winning work:

Phuket Peranakan Festival
โดย สมาคมเพอรานากัน แห่งประเทศไทย และจังหวัดภูเก็ต

Phuket Peranakan Festival
By The Peranakan Association of Thailand and Phuket Province

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

ณรงค์ วุ่นซ้ว
ผู้ว่าราชการจังหวัดภูเก็ต

เรวัต อารีรอบ
นายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดภูเก็ต

สุกัญญา พฤฒิพันธ์
อุปนายกที่ 1 สมาคมเพอรานากันประเทศไทย

Narong Wunsew
Governor of Phuket Province

Rawat Areerob
Mayor of Phuket Provincial Administrative Organization

Sukanya Pruttiphan
Vice President of the Thailand Peranakan Association

CULTURAL ASSET AWARD

รางวัลสำหรับพื้นที่หรือเมืองที่มีการนำอัตลักษณ์เชิงวัฒนธรรมหรือจุดเด่นของพื้นที่ มาผสานกับความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างโดดเด่น

Presented to an area or city that brings cultural identity or a main attraction combined with creative ideas to produce outstanding results.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

เยาวเล่น
โดย เครือข่ายสาธารณะ (SATARANA) ร่วมกับ เครือข่ายนักศึกษา และอาจารย์จากสถาบันการศึกษา 27 สถาบัน

Yaowalen
By SATARANA in collaboration with a network of students and professors from 27 educational institutions

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

วิภาวี กิตติเธียร
คณะกรรมการเครือข่ายสาธารณะ (SATARANA)

Wiphawee Kittithian
Committee of SATARANA

REGENERATION AWARD

รางวัลสำหรับโปรเจ็กต์หรือกิจกรรมที่พลิกฟื้นย่านชุมชน หรือพื้นที่ให้กลับมามีชีวิตชีวา นำไปสู่การเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Presented to a project or activity that helps revive and bring back a lively atmosphere to a community or area, enabling it to become an area of creative economy.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

คลองแม่ข่า เชียงใหม่
โดย เทศบาลนครเชียงใหม่

Mae Kha Canal, Chiang Mai
By Chiang Mai Municipality

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

ภัฏ ฉิมพาลี
ที่ปรึกษานายกเทศมนตรีนครเชียงใหม่ เทศบาลเมืองเชียงใหม่

Phat Chimphali
Advisor to the Mayor of Chiang Mai

REGENERATION AWARD

รางวัลสำหรับโปรเจ็กต์หรือกิจกรรมที่พลิกฟื้นย่าน ชุมชน หรือพื้นที่ให้กลับมามีชีวิตชีวา นำไปสู่การเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Presented to a project or activity that helps revive and bring back a lively atmosphere to a community or area, enabling it to become an area of creative economy.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

Pattani Decoded
โดย กลุ่ม Melayu Living

Pattani Decoded
By Melayu Living Group

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

นาดา อินทพันธ์
คณะทำงาน Pattani Decoded
และสมาชิกกลุ่ม Melayu Living

Nada Inthaphan
Pattani Decoded working group
and member of the Melayu Living

ADVOCACY AWARD

รางวัลสำหรับหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ให้การสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนหรือผลักดันให้เกิดเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Presented to an agency or organization in both the private and public sectors that provides support in terms of resources to help drive or encourage the creative economy.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

จริงใจ Farmers Market เชียงใหม่
โดย บริษัท กลุ่มเซ็นทรัล จำกัด

Jing Jai Farmers Market Chiang Mai
By Central Group Company Limited

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

อ้อมขวัญ สาณะเสน
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่
ฝ่ายพัฒนาธุรกิจและอสังหาริมทรัพย์
จังหวัดเชียงใหม่และโครงการงานศิลป์

Omkwan Sanasen
Deputy Managing Director of the Business Development and Real Estate Department of Chiang Mai Province and the Arts Project

ADVOCACY AWARD

รางวัลสำหรับหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ให้การสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนหรือผลักดันให้เกิดเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Presented to an agency or organization in both the private and public sectors that provides support in terms of resources to help drive or encourage the creative economy.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

ริเวอร์ ซิตี้ แบงค็อก
โดย บริษัท เจ้าพระยา ดีเวลอปเมนต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

River City Bangkok
By Chaophaya Development Corporation Co., Ltd.

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

ลินดา เชง
กรรมการผู้จัดการ ริเวอร์ซิตี้ แบงค็อก บริษัท เจ้าพระยา ดีเวลอปเมนต์ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

Linda Cheng
Managing Director of River City Bangkok, Chaophaya Development Corporation Co., Ltd.

ADVOCACY AWARD

รางวัลสำหรับหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน ที่ให้การสนับสนุนทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อขับเคลื่อนหรือผลักดันให้เกิดเป็นพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

Presented to an agency or organization in both the private and public sectors that provides support in terms of resources to help drive or encourage the creative economy.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

โรงสีแดง หับ โห้ หิ้น จังหวัดสงขลา
โดย ภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม

Hub Ho Hin (Red Rice Mill) Songkhla Province
By the Songkhla Heritage Trust

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

รังษี รัตนปราการ
นายกภาคีคนรักเมืองสงขลาสมาคม

Rangsee Rattanaprakarn
Mayor of the Songkhla Heritage Trust

ประเภทที่ 2
CATEGORY 2
CREATIVE BUSINESS AWARDS

แบ่งเป็น 2 กลุ่ม จำนวน 6 รางวัล 12 ผลงาน
(Comprising 2 sub-categories, 6 awards and 12 works)

กลุ่มที่ 1
SUSTAINABILITY AWARDS

รางวัลสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือโครงการที่ให้ความสำคัญกับการออกแบบหรือกระบวนการผลิต ที่เน้นความยั่งยืนและคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยนำความคิดสร้างสรรค์มาใช้เพื่อตอบโจทย์ความยั่งยืน

Presented to products, services, or projects that place special emphasis on design or production procedures that focus on sustainability and environmental impact awareness by using creativity to achieve sustainability goals.

กลุ่มที่ 2
VALUE CREATION AWARDS

รางวัลของการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างคุณค่าเพิ่มในเชิงธุรกิจ ผ่านผลิตภัณฑ์หรือบริการ หรือโครงการ โดยเป็นการผสมผสานระหว่างมิติทางเศรษฐกิจและมิติความยั่งยืนอย่างลงตัว

In recognition of the use of creativity to bring about value-added business through products, services, or projects that offer a fine balance of economic and sustainability dimensions.

CE AWARDS
CREATIVE EXCELLENCE AWARDS

SUSTAINABLE PRODUCT AWARD (FOR LARGE ORGANIZATION)

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

ดอยคำ ICE POP
โดย บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

Doi Kham ICE POP
By Doi Kham Food Products Co., Ltd.

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

พิพัฒพงศ์ อิศรเสนา ณ อยุธยา
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

Pipatpong Israsena Na Ayudhya
Deputy CEO of Doi Kham
Food Products Co., Ltd.

SUSTAINABLE PRODUCT AWARD (FOR SME & COMMUNITY)

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

Moreloop
โดย อมรพล หุวะนันทน์,
รมลวรรณ วิโรจน์ชัยยันต์ และ
คมลนาถ องค์วรรณดี

Moreloop
By Amornpol Huvanandana,
Thamonwan Virodchaiyan and
Kamolnat Ongwandee

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

อมรพล หุวะนันทน์
รมลวรรณ วิโรจน์ชัยยันต์
CEO และ Co-Founder
บริษัท มอร์ลูป จำกัด

Amornpol Huvanandana
Thamonwan Virodchaiyan
CEO and Co-Founder of
Moreloop Co., Ltd.

SUSTAINABLE PRODUCT AWARD (FOR SME & COMMUNITY)

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

Care Choice
โดย บริษัท ด.เด็กกินผัก จำกัด

Care Choice
By DOR.DEKKINPHAK Co., Ltd.

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

กิตติมา ทองเกตุ
รองกรรมการผู้จัดการ
บริษัท ด.เด็กกินผัก จำกัด

Kittima Thongket
Senior Vice President of
DOR.DEKKINPHAK Co., Ltd.

SUSTAINABILITY PROJECT AWARD (FOR LARGE ORGANIZATION)

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

โครงการ เชฟชุมชนชวนกินถิ่นระยอง (ฮิ)
โดย บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน) หรือ GC ร่วมกับ เชฟชุมพล แจ้งไพร

The "Chef Chumpon Builds Community Chefs"
By PTT Global Chemical Public Company Limited or GC in collaboration with Chef Chumpol Jangprai

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

ดร. ชญาน์ จันทวสุ
รองกรรมการผู้จัดการใหญ่
สายงานความยั่งยืนองค์กร บริษัท พีทีที โกลบอล เคมิคอล จำกัด (มหาชน)

Dr. Chaya Chandavasu
Executive Vice President
PTT Global Chemical Public Company Limited

SUSTAINABILITY PROJECT AWARD (FOR LARGE ORGANIZATION)

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

โครงการ reBOX #4
โดย บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด และ บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน)

Project reBOX #4
By Thailand Post Co., Ltd. and SCG Packaging Public Company Limited (SCGP)

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

ดร. วราภรณ์ ข้องเกี่ยวพันธุ์
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร สายงานกลยุทธ์และขับเคลื่อนองค์กร บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด

เอกราช นิโรจน์
Enterprise Marketing Director
บริษัท เอสซีจี แพคเกจจิ้ง จำกัด (มหาชน)

Dr. Waraporn Kongkiewphan
Chief Corporate Strategy Officer
Thailand Post Co., Ltd.

Ekaraj Niroj
Enterprise Marketing Director
SCG Packaging Public Company Limited (SCGP)

SUSTAINABLE PROJECT AWARD (FOR SME & COMMUNITY)

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

NAMSAI
โดย ดาธิณี ตามเพิ่ม (ครูเต้ย) และ ชาวชุมชนบ้านหนองน้ำใส อ. ภาชี จ. พระนครศรีอยุธยา

NAMSAI
By Dathinee Tamphem (Teacher Toey) and members of the Ban Nong Nam Sai community, Phachi District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

ดาธิณี ตามเพิ่ม
ครู กศน. ตำบลหนองน้ำใส ผู้คิดค้น

จิดาภา สินปรีดี
ประธานกลุ่มผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตอซังข้าว ต. หนองน้ำใส จ. พระนครศรีอยุธยา

Dathinee Tamphem
Teacher of Department of Non-Formal Education, Ban Nong Nam Sai

Jidapha Sinpridi
Chairperson of the Rice Processing Product Group, Ban Nong Nam Sai, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

SUSTAINABLE PROJECT AWARD (FOR SME & COMMUNITY)

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

ดอนพุด โมเดล
โดย ชุมชนอำเภอดอนพุด จังหวัดสระบุรี

Don Phut Model
By Don Phut Disctrict Community Saraburi Province

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

พัชรพัชร์ ศรีรัญญนนท์
นายอำเภอดอนพุด จังหวัดสระบุรี

Patcharapatch Srithanyanon
District Chief Officer, Don Phut District, Saraburi Province

VALUE CREATION AWARD

รางวัลที่พิจารณาจากกระบวนการหรือกลไก (Mechanics) ที่ก่อให้เกิดคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลงานหรือโครงการนั้น ๆ อย่างโดดเด่นและลงตัว

Taking into consideration processes or mechanics that generate value added for the works or project producing outstanding results under the right balance.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

THAI FIGHT HOTEL
โดย ดร. นพพร วาทิน

THAI FIGHT HOTEL
By Dr. Nopporn Watin

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

ดร. นพพร วาทิน
ประธานกรรมการบริหาร
บริษัท ไทยไฟท์ จำกัด

Dr. Nopporn Watin
CEO of Thai Fight Co., Ltd.

VALUE CREATION AWARD

รางวัลที่พิจารณาจากกระบวนการหรือกลไก (Mechanics) ที่ก่อให้เกิดคุณค่าเพิ่มให้แก่ผลงานหรือโครงการนั้น ๆ อย่างโดดเด่นและลงตัว

Taking into consideration processes or mechanics that generate value added for the works or project producing outstanding results under the right balance.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

Siam Diamond
โดย กิตติภูมิ ชินโสภณทรัพย์ และ
พัชรณัฏฐ์ พงษ์ประดิษฐ
ผู้บริหาร บริษัท ท็อปฟู้ดส์ซัพพลาย จำกัด

Siam Diamond
By Kittipoom Chinsoponsap and
Patcharanat Phongpradit
Executives of Top Foods Supply Co., Ltd.

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

พัชรณัฏฐ์ พงษ์ประดิษฐ
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท ท็อปฟู้ดส์ซัพพลาย จำกัด

Patcharanat Phongpradit
CEO of Top Foods Supply Co., Ltd.

CROSS-SECTOR COLLABORATION AWARD

รางวัลสำหรับบุคคล หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน ทั้งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือต่างกัน ที่สร้างความร่วมมือ ผลักดันกิจกรรม หรือโครงการที่มีคุณค่าทางธุรกิจให้เกิดขึ้น โดยเป็นการผสมผสานระหว่างหน่วยงานได้อย่างลงตัว เหนือความคาดหมาย และเกิดผลลัพธ์ที่มากกว่า 1 + 1 = 2

Presented to individuals, agencies, organizations, or institutions of similar or different industries that build cooperation and encourage activities or projects that generate business value with harmonious collaboration beyond expectation to produce results that are more than 1+1=2.

ผลงานที่ได้รับรางวัล Award-winning work:

สนามมวยลุมพินี
โดย บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)

Lumpini Boxing Stadium
By Index Creative Village Co., Ltd. (Public Company Limited)

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

พลตรี สัจจา สุขสุเมฆ
ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนากีฬากองทัพบก (มวยไทยลุมพินี)

เกรียงกานต์ กาญจนะโภคิน
Co-Chief Executive Officer
บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)

Satcha Suksumek
Director of New Lumpinee Boxing Stadium (Lumpinee Thai Boxing)

Kriengkarn Kanjanapokin
Co-Chief Executive Officer of Index Creative Village Co., Ltd. (Public Company Limited)

CROSS-SECTOR COLLABORATION AWARD

รางวัลสำหรับบุคคล หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน ทั้งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือต่างกัน ที่สร้างความร่วมมือ ผลักดันกิจกรรม หรือโครงการที่มีคุณค่าทางธุรกิจให้เกิดขึ้น โดยเป็นการผสมผสานระหว่างหน่วยงานได้อย่างลงตัว เหนือความคาดหมาย และเกิดผลลัพธ์ที่มากกว่า 1 + 1 = 2

Presented to individuals, agencies, organizations, or institutions of similar or different industries that build cooperation and encourage activities or projects that generate business value with harmonious collaboration beyond expectation to produce results that are more than 1+1=2.

ผลงานที่ได้รับรางวัล Award-winning work:

See Scape x Scrubb ไอศกรีมที่สร้างสรรค์จากบทเพลง
โดย Guss Damn Good และวง Scrubb

See Scape x Scrubb Ice cream created from a song
By Guss Damn Good and Scrubb band

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

ระรินธรรมวัฒนะ นที จรัสสุริยงค์
Co-founder บริษัท กัสส์ แดมน์ กู๊ด จำกัด

Rarin Thamwatthana Nati Charatsuriyong
Co-founder of Guss Damn Good Co., Ltd.

CROSS-SECTOR COLLABORATION AWARD

รางวัลสำหรับบุคคล หน่วยงาน องค์กร หรือสถาบัน ทั้งที่อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันหรือต่างกัน ที่สร้างความร่วมมือ ผลักดันกิจกรรม หรือโครงการที่มีคุณค่าทางธุรกิจให้เกิดขึ้น โดยเป็นการผสมผสานระหว่างหน่วยงานได้อย่างลงตัว เหนือความคาดหมาย และเกิดผลลัพธ์ที่มากกว่า 1 + 1 = 2

Presented to individuals, agencies, organizations, or institutions of similar or different industries that build cooperation and encourage activities or projects that generate business value with harmonious collaboration beyond expectation to produce results that are more than 1+1=2.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

Q-CHANG x ช้าการช่าง
โดย มูลนิธิกระจกเงา

Q-CHANG x Cha Karnchang
By The Mirror Foundation

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

ศรัณย์วิศว์ ภักดีนอก
Head of Q-CHANG Business
บริษัท เน็กซเตอร์ ดิจิตอล แอนด์ โซลูชั่น จำกัด

เบญจมาศ พางาม
เจ้าหน้าที่โครงการจ้างงานข้า
มูลนิธิกระจกเงา

Saranwit Pakdeenok
Head of Q-CHANG Business
Nexter Digital and Solution Co., Ltd.

Benjamas Phangam
Project Officer at The Mirror Foundation

ประเภทที่ 3
CATEGORY 3
CREATIVE SOCIAL IMPACT AWARDS

4 รางวัล 7 ผลงาน (4 awards 7 works)

รางวัลสำหรับการนำความคิดสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ เพื่อแก้ไขหรือคลี่คลายประเด็นต่าง ๆ ทางสังคม (Social) อีกทั้งช่วยลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นหรือคาดว่าจะเกิดขึ้นให้น้อยลง

In recognition of efforts to apply creative ideas to solving various social obstacles and reduce or minimize any possible impact that may take place.

COMMUNITY ENGAGEMENT AWARD

การนำความคิดสร้างสรรค์ไปแก้ไขปัญหาของชุมชน เช่น ความไม่เท่าเทียมกันในสังคม การสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้คนหรือหน่วยงานในชุมชน เพื่อนำไปสู่การแก้ไขประเด็นสังคมนั้น ๆ

Creative ideas are applied to help solve community problems such as inequality, build community engagement, and resolve such problems.

ผลงานที่ได้รับรางวัล Award-winning work:

Traffy Fondue
โดย ดร. วสันต์ ภัทรอธิคม และทีมวิจัยพัฒนา

Traffy Fondue
By Dr. Wasan Phattharathikom and the research and development team

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

ดร. วสันต์ ภัทรอธิคม
ผู้อำนวยการกลุ่มนวัตกรรมดิจิทัลสำหรับเมือง สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

ศนิ จิวจินดา
ผู้ช่วยเลขานุการ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร และทีมวิจัยพัฒนา

Dr. Wasan Phattharathikom
Director of Digital Innovation for Cities National Science and Technology Development Agency (NSTDA)

Sani Jiwjinda
Assistant Secretary to the Governor of Bangkok and research and development team

COMMUNITY ENGAGEMENT AWARD

การนำความคิดสร้างสรรค์ไปแก้ไขปัญหาของชุมชน เช่น ความไม่เท่าเทียมกันในสังคม การสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้คนหรือหน่วยงานในชุมชน เพื่อนำไปสู่การแก้ไขประเด็นสังคมนั้น ๆ

Creative ideas are applied to help solve community problems such as inequality, build community engagement, and resolve such problems.

ผลงานที่ได้รับรางวัล Award-winning work:

Yindii
โดย Louis-Alban Batard-Dupre

Yindii
By Louis-Alban Batard-Dupre

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

Louis-Alban Batard-Dupre
CEO Yindii Application

Louis-Alban Batard-Dupre
CEO of Yindii Application

COMMUNITY ENGAGEMENT AWARD

การนำความคิดสร้างสรรค์ไปแก้ไขปัญหาของชุมชน เช่น ความไม่เท่าเทียมกันในสังคม การสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้คนหรือหน่วยงานในชุมชน เพื่อนำไปสู่การแก้ไขประเด็นสังคมนั้น ๆ

Creative ideas are applied to help solve community problems such as inequality, build community engagement, and resolve such problems.

ผลงานที่ได้รับรางวัล Award-winning work:

Agri-Map
โดย กรมพัฒนาที่ดิน
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

Agri-Map
By Land Development Department
Ministry of Agriculture and Cooperatives

ผู้รับรางวัล:
Award Recipients:

วัฒนา มังธิสาร
รองอธิบดีกรมพัฒนาที่ดิน

Wattana Mangthisan
Deputy Director-General
Land Development Department

ดร. กัลยา อุดมวิทิต
รองผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

Dr. Kalaya Udomvitid
Deputy Director of the National Electronics and Computer Technology Center (NECTEC)

ดร. นพดล คีรีเพ็ชร
นักวิจัยอาวุโส ทีมวิจัยคลังอนุพันธ์ความรู้ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

Dr. Noppadon Khiripet
Senior Researcher at the Knowledge Repository Team, National Electronics and Computer Technology Center (NECTEC)

CREATIVE WELL-BEING AWARD

กิจกรรม โครงการ สินค้าหรือบริการ ที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริม สนับสนุน หรือพัฒนาสุขภาวะทางใจของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางที่ได้รับผลกระทบหลังการระบาดของโควิด-19

Presented to an activity, project, product, or service that is designed to help promote, support, or develop the mental happiness of people in society, especially those who may be more fragile and have been affected following the COVID-19 pandemic.

ผลงานที่ได้รับรางวัล Award-winning work:

Khee
โดย เศรษฐสิทธิ์ เศรษฐการุณย์

Khee
By Settasit Settagaroon

ผู้รับรางวัล
Award Recipient:

เศรษฐสิทธิ์ เศรษฐการุณย์
ผู้พัฒนาแอปพลิเคชัน Khee

Settasit Settagaroon
Developer of the Khee application

CREATIVE WELL-BEING AWARD

กิจกรรม โครงการ สินค้าหรือบริการ ที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริม สนับสนุน หรือพัฒนาสุขภาวะทางใจของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบางที่ได้รับผลกระทบหลังการระบาดของโควิด-19

Presented to an activity, project, product, or service that is designed to help promote, support, or develop the mental happiness of people in society, especially those who may be more fragile and have been affected following the COVID-19 pandemic.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

Vulcan Coalition
โดย เมธาวี ทัศนาเสถียรกิจ และ
นิรันดร์ ประวิทย์ธนา

Vulcan Coalition
By Methawee Thatsanasateankit and
Niran Pravithana

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

ธัญชนก จิรภากรณ์
Head of Learning and Development
บริษัท วัลแคน โคอะลิชั่น จำกัด

Thanchanok Jiraphakorn
Head of Learning and Development
Vulcan Coalition Co., Ltd.

CREATIVE FOR ELDERLY AWARD

การใช้ความคิดสร้างสรรค์มาออกแบบผลิตภัณฑ์ บริการ กิจกรรม หรือโครงการเพื่อกลุ่มผู้สูงอายุ นำไปสู่การใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ และสร้างการตระหนักในคุณค่าของตนเองเมื่อต้องเข้าสู่วัยสูงอายุ

The use of creative ideas in designing products, services, activities, or projects for the elderly that will help enhance their living quality and create greater awareness of self-value as they reach older age.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

Joy Ride
แพลตฟอร์มเพื่อผู้สูงอายุ
โดย ณัฐกาญจน์ เด่นวณิชชากร

Joy Ride,
a platform for the elderly
By Nattakan Denwanitchakorn

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

ณัฐกาญจน์ เด่นวณิชชากร
กรรมการผู้จัดการ บริษัท วีล ออฟ จอย จำกัด

Nattakan Denwanitchakorn
Managing Director of Wheel of Joy Co., Ltd.

CREATIVE EDUCATION AWARD

การคิดค้นหรือนำความคิดสร้างสรรค์เข้ามาแก้ไขการเหลื่อมล้ำทางการศึกษา เพื่อสร้างโอกาสให้แก่กลุ่มคนบางกลุ่ม ให้สามารถเข้าถึงการศึกษาและพัฒนาทักษะความรู้ได้เท่าเทียมกัน

In recognition of research or the use of creativity to solve problems of educational inequality and to help create opportunities for certain groups of people to gain access to education and develop their skills.

ผลงานที่ได้รับรางวัล
Award-winning work:

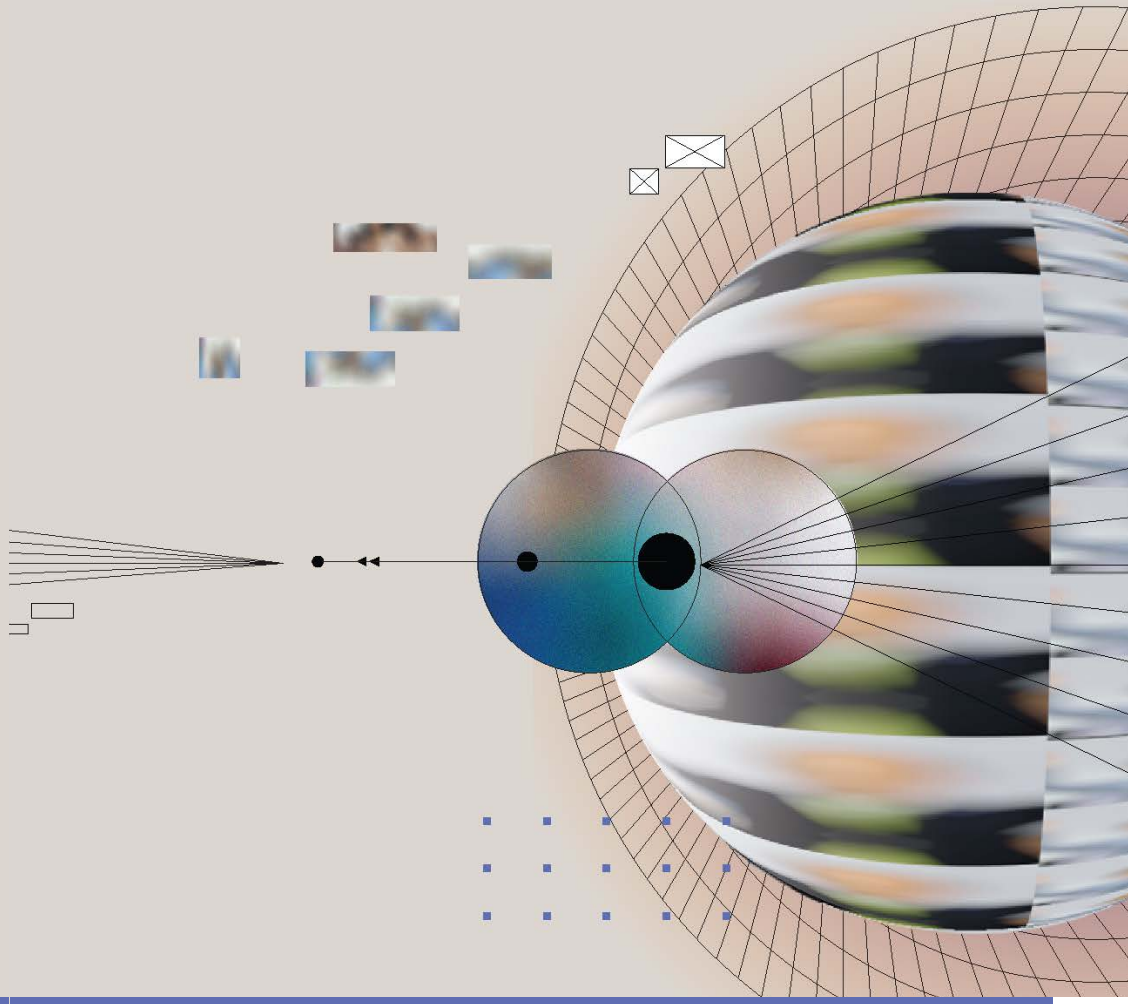
YoungHappy
โดย บริษัท ยังแฮปปี้ จำกัด

YoungHappy
By YoungHappy Co., Ltd.

ผู้รับรางวัล:
Award Recipient:

ชาคิต พรหมยศ
กรรมการผู้จัดการ
บริษัท ยังแฮปปี้ จำกัด

Chakit Phromyos
Managing Director
YoungHappy Co., Ltd.



CREATIVITIES UNFOLD 2023

2023 CREATIVITIES UNFOLD

อำนวยการโดย
Organised by

สำนักนายกรัฐมนตรี
Office of the Prime Minister

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์
Creative Economy Agency

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
Thailand Creative & Design Center

ที่ปรึกษา
Advisors

ชาคริต พิชยางกูร
Chakrit Pichayangkul

พิชิต วิรังคบุตร
Pichit Virankabutra

อาสา ผิวขำ
Asa Piwkham

ปรียนันท์ มงคลศรี
Preyanan Mongkolsri

ผู้อำนวยการโครงการ
Project Director

พิชิต วิรังคบุตร
Pichit Virankabutra

ผู้จัดการโครงการ
Project Manager

สายศรางค์ อิศรางกูร ณ อยุธยา
Saisarang Isarankura na Ayudhya

ชนะ ชาญชัยปิยะวงศ์
Chana Chanchaipiyavong

ผู้ช่วยผู้จัดการโครงการ
Assistant Project Manager

อารญา เอื้อวงศ์วัฒนา
Araya Aeorwongwattana

ทีมงาน
Working Team

วริทธิ ตีรประเสริฐ
Waritthi Teeraprasert

ภูเบศ วิทยาสุข
Pubate Vidtayasuk

ภควัต วงศ์ไทย
Pakawat Wongthai

ณัฐสินี หงษ์ทอง
Nutsinee Hongtong

เมธาวี ชุณหวุฒิยานนท์
Maytavee Chunhawutiyanon

ชนนกานต์ ไกรสีกาจ
Chonnakarn Kaisikarj

ณัชชา สิงหบุตร
Natcha Singhabut

รักนิรันดร์ อ่อนจันทร์
Rakniran Aon-jan

สืบสกุล อารีรักษ์
Suebsakul Areerak

ผู้ติดต่อประสานงาน
Liaison

ดวงกมล แก่นสาร
Duangkamon Kaensarn

เมธาวี ชุณหวุฒิยานนท์
Maytavee Chunhawutiyanon

ภูเบศ วิทยาสุข
Pubate Vidtayasuk

กัลย์ธีรา ภัทรศิลสุนทร
Kanteera Patrasinsuntorn

อิศรา เปี่ยมพงศ์สานต์
Isara Piamphongsant

สนับสนุนการดำเนินการ
Supporting Departments

สำนักพัฒนาธุรกิจและนวัตกรรม
Business and Innovation Department

สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
Creative Industry Department

สำนักสื่อสารและการตลาด
Communication and Marketing Department

สำนักบริหารและพัฒนาองค์กร
Corporate Development Department

สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์
Policy and Strategic Planning Department

สำนักพัฒนาองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์
Knowledge Development Department

สำนักพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
Creative City Development Department

ฝ่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ
Information Technology Unit

กองบรรณาธิการ
Editorial

ผศ.เรวัฒน์ ชำนาญ
Asst.Prof. Rewat Chumnarn

สมิลา วีณิน
Samila Wenin

ศันสนีย์ เล้าอรุณ
Sansanee Laoaroon

ดำเนินงาน / ออกแบบเวที / ระบบฉายภาพ ระบบแสง ระบบเสียง
Stage Design / Production

Superdots

ภาพนิ่ง
Photography

สมเกียรติ กังสดาลวิรุฬห์
Somkiat Kungsdalwiroon

ถ่ายทำและตัดต่อ
Videography

Superdots
Jinto

ล่ามแปลฉับพลัน
Simultaneous translation

อนุช ศิริกิจ
Anuje Sirikit

เขื่อนแก้ว วรากรกาญจน์
Khuankaew Varakornkarn

ตู้แปลภาษาและหูฟัง
Translation Unit and Headphones

T.G. MICE Company Limited

ภาพประกอบสื่อหลัก
Key Visuals

Wide and Narrow

ภาพเคลื่อนไหวเพื่อประชาสัมพันธ์
Motion Video

Superdots

Jinto

ดูแลและปรับปรุงเนื้อหาเว็บไซต์
Website

Superdots

อภิรัตน์ สุทันฐรัตน์
Aphirat Sutantarat

ญาธิป มอญสิน
Yathip Mornsin

ออกแบบและจัดทำรูปเล่ม
Layout Design

Superdots

ธิรดา ชนาวิโชติ
Thirada Chanawichote

พิสูจน์อักษร
Proofreader

บานเย็น ขันทอง
Banyen Khantong

Media Partners

ขอขอบคุณ Special Thanks

COPYRIGHTS ลิขสิทธิ์

CREATIVE BUSINESS CONNEXT 2023

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
CREATIVE ECONOMY AGENCY (PUBLIC ORGANIZATION)

Free download at
www.cea.or.th
www.tcdc.or.th

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของหอสมุดแห่งชาติ

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
Creative business connext. -- กรุงเทพฯ : สำนัก, 2566.
229 หน้า.

1. การสร้างสรรค์ทางธุรกิจ. 2. การจัดการทางธุรกิจ. I. ชื่อเรื่อง.

658.406

ISBN (E-Book) 978-616-7789-43-9

คำสงวนสิทธิ์:

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) หรือ CEA จัดทำหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ CREATIVE BUSINESS CONNEXT ขึ้น เพื่อให้ผู้ที่สนใจสามารถดาวน์โหลดได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เพื่อเป็นประโยชน์แก่สังคมไทย มิได้มีจุดประสงค์ในการแสวงหากำไร

© 2566 สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)
CEA สงวนลิขสิทธิ์ตามพระราชบัญญัติฯ ไม่อนุญาตให้คัดลอกหรือทำซ้ำส่วนหนึ่งส่วนใดหรือทั้งหมดของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์เล่มนี้ โดยมิได้รับอนุญาตจากสำนักงาน

Disclaimer:

Creative Economy Agency (Public Organization) or CEA, is the publisher of CREATIVE BUSINESS CONNEXT e-book, which is made available for free download to disseminate knowledge for public interest without any commercial intent.

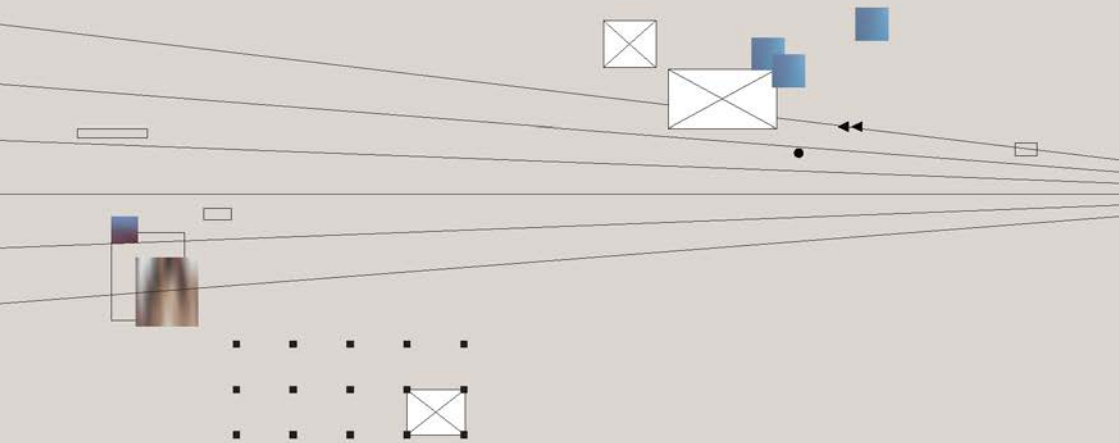
© 2566 Creative Economy Agency (Public Organization)
CEA is protected by the Copyright Act. Copying or reissuing any parts or the entire content of this e-book without prior consent from CEA is strictly prohibited.

CREATIVE BUSINESS CONNEXT

2023 CREATIVITIES UNFOLD

CREATIVE BUSINESS SPACE

CEA AWARDS CREATIVE EXCELLENCE AWARDS



สำนักนายกรัฐมนตรี

CEA CREATIVE ECONOMY AGENCY

TCDC