

บทที่ 3

แรงบันดาลใจและกระบวนการคิดเชิงศิลปะ

ในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะเพื่อใช้เป็นสื่อเพื่อการสื่อสารในงานด้านนิเทศศาสตร์นั้น นอกจากความรู้เบื้องต้นทางศิลปะและจุดมุ่งหมายที่จะนำเอางานศิลปะหรืองานออกแบบไปใช้แล้ว สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ แรงบันดาลใจและกระบวนการคิดเชิงศิลปะที่ศิลปินหรือนักออกแบบสื่อจำเป็นจะต้องมีและใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม ซึ่งแรงบันดาลใจ ถือเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนให้สามารถทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดจนสำเร็จลุล่วง ซึ่งพลังนี้อาจจะมาจากสิ่งรอบตัวที่เข้ามากระทบจิตใจไม่ว่าจะเป็น เรื่องราวที่ตีน่าประทับใจหรือแม้แต่ เรื่องราวที่ทำให้รู้สึกแค้น สงสาร รันทดใจและห่อเหี่ยว สิ่งเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นเตือนให้ศิลปินสามารถสร้างสรรค์ผลงานขึ้นมาได้ โดยอาศัยกระบวนการคิดเชิงศิลปะ และการศึกษาประวัติความเป็นมาและกระบวนการคิดของศิลปิน นักออกแบบและนักสร้างสรรค์ที่มีชื่อเสียงก็จะช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้วิธีคิด วิธีการสร้างแรงบันดาลใจ และได้รับเกร็ดความรู้จากเรื่องราวชีวิตของคนเหล่านี้เพื่อนำมาใช้เตือนตนเองในการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อขับเคลื่อนตนเองไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานในเชิงศิลปะเพื่อใช้ในงานด้านนิเทศศาสตร์ต่อไป

3.1 ความหมายและความสำคัญของแรงบันดาลใจ

แรงบันดาลใจ (Inspiration) หมายถึง พลังอำนาจในตนเองชนิดหนึ่ง ที่ใช้ในการขับเคลื่อนการคิดและการกระทำใด ๆ ที่พึงประสงค์ เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จได้ โดยไม่ต้องอาศัยสิ่งจูงใจภายนอกที่จะก่อให้เกิดแรงจูงใจขึ้นภายในจิตใจเสียก่อนเพื่อที่จะกระตุ้นให้เกิดการคิดและการกระทำในสิ่งที่พึงประสงค์เหมือนเช่นปกติวิสัยของมนุษย์ส่วนใหญ่ทั่วไป ไม่ว่าสิ่งที่ตนกระทำนั้นจะยากสักเพียงใด ตนก็พร้อมที่จะฝ่าฟันอุปสรรคทั้งหลายไปสู่ความสำเร็จที่ต้องการให้จงได้ แม้ต้องเสียสละบางสิ่งของตนเองไปบ้างก็พร้อมที่จะเสียสละได้เสมอ ถ้าจะช่วยนำมาซึ่งผลสำเร็จที่ต้องการนั้นได้จริง ๆ (น้ำทิพย์ วิภาวิน, ออนไลน์.)

แรงบันดาลใจ หมายถึง จุดเริ่มต้นของความปรารถนาพิเศษจำเพาะ ซึ่งอยู่เหนือความปรารถนาพื้นฐานโดยทั่วไป เพราะแรงบันดาลใจไม่อาจจะเกิดขึ้นได้บ่อย ๆ แต่มันจะต้องมีจังหวะและสิ่งที่คุณคิดว่าพิเศษจนก่อให้เกิดเจตจำนงอันแน่วแน่ว่าจะคิด หรือ การกระทำบางสิ่งบางอย่างขึ้นมา ซึ่งแอบแฝงไว้ด้วยนัยพิเศษ มิใช่โดยทั่วไป ความปรารถนาพื้นฐานทั่วไปนั้นเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ในชีวิตประจำวันตลอดเวลา หรืออาจจะเรียกว่าเกิดขึ้นได้ง่าย แต่สำหรับความปรารถนาพิเศษจำเพาะหรือแรงบันดาลใจแล้วมันเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นได้ยากกว่า เพราะต้องใช้ศักยภาพและความพยายามอันมหาศาลกว่าที่จะก้าวไปสู่ความสำเร็จดังกล่าวได้ (เอส.เอส. อนาคตามี, 2555)

แรงบันดาลใจ เป็นองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ หรือเรียกว่า "4I" ตามโมเดลภาวะผู้นำแบบเต็มรูปแบบ ซึ่งแรงบันดาลใจ หมายถึง การที่ผู้นำแสดงออกในทางที่จูงใจและดลใจให้ผู้ตามด้วยการเสริมสร้างแรงจูงใจภายในให้กับผู้ตามด้วยการให้ความหมายและให้ความท้าทายในเรื่องงานของผู้ตามในที่ม ผู้ตามแสดงออกถึงความกระตือรือร้น ความรู้สึกบวกและมองโลกในแง่ดี ผู้นำจะสร้างและสื่อความหวังและวิสัยทัศน์ร่วมกันกับผู้ตามตามต้องการอย่างชัดเจน และช่วยให้ผู้ตามมองข้ามผลประโยชน์แห่งตน เพื่อพัฒนาเป็นความผูกพันต่อเป้าหมายระยะยาว ผู้นำแบบนี้จะมีลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ดึงดูดใจ ให้สามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ (Bass & Avolio, 1994, pp. 3-4)

3.2 รูปแบบของแรงบันดาลใจ

แรงบันดาลใจ มีลักษณะเป็นนามธรรมที่อาจไม่มีตัวตน แต่สัมผัสและรู้สึกได้ Thrash and Elliot (2004, p. 957-973) ได้ศึกษา กระบวนการของแรงบันดาลใจ ซึ่งสามารถสรุปกระบวนการเกิดแรงบันดาลใจ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 2 สิ่ง คือ

- 1) สิ่งที่จะกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจ
- 2) สิ่งที่แรงบันดาลใจกระตุ้นให้เกิดขึ้น

จากองค์ประกอบทั้งสองสิ่งนี้ สิ่งที่สามารถควบคุมได้โดยบุคคลรอบข้าง คือ สิ่งที่จะกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจ เช่น ครูประพฤติตนเพื่อเป็นตัวอย่างที่ดีเป็นแรงบันดาลใจให้นักเรียนไม่ว่าจะด้วยการกระทำ ของครูเอง หรือกรณีศึกษาที่ครูหยิบยกขึ้นมาเพื่อเสนอแนวคิดใหม่ ๆ ให้นักเรียน เช่นเดียวกับกับในงานพิพิธภัณฑสถาน การสร้างแรงบันดาลใจถือเป็นหัวใจสำคัญและเป็นคุณค่าหลักที่เจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑสถานจะต้องช่วยกันสร้างให้เกิดแก่ผู้ที่เข้ามาเยี่ยมชม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับเยาวชน โดย Gerrard, Sykora and Jackson (2017, pp. 232-250) ได้กล่าวถึง การแบ่งรูปแบบและที่มาของแรงบันดาลใจไว้โดยสรุป ดังนี้

3.2.1 แรงบันดาลใจจากเป้าหมาย

แรงบันดาลใจจากเป้าหมาย (Inspiration by Goal) เป็นแรงบันดาลใจที่มาจากความต้องการก้าวไปสู่เป้าหมาย ซึ่งแต่ละคนจะมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน ทั้งยังตั้งเป้าหมายไว้สูงเสมอเพื่อความท้าทายและต้องการไปถึงซึ่งจุดหมายนั้นให้ได้ ในขณะที่บางคนอาจตั้งเป้าหมายไว้ในระดับกลาง ๆ คู่มือความเป็นไปได้ไม่สูงเกินไปไม่ต่ำเกินไป เพื่อสำหรับความไม่สมหวังที่อาจเกิดขึ้น แต่อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะตั้งเป้าหมายไว้สูงหรือต่ำเพียงใดหาก สามารถหาแรงบันดาลใจให้กับตัวเองได้ก็จะเกิดการตามหาจุดมุ่งหมายของตัวเอง คนที่ตั้งไว้สูงอาจต้องใช้ความพยายามทุ่มเทมากกว่าแต่ความสำเร็จที่รออยู่ก็นับเป็นความคุ้มค่าแห่งการรอคอยโดยมีแรงบันดาลใจคอยกระตุ้นไม่ให้เกิดความท้อแท้

3.2.2 แรงบันดาลใจจากต้นแบบ

แรงบันดาลใจจากต้นแบบ (Inspiration by Role Model) เป็นแนวคิดของการเรียนรู้ที่จะสร้างแรงบันดาลใจจากผลงานของผู้อื่นที่ประสบความสำเร็จ โดยไม่คิดที่จะลอกเลียนแบบ ถือเป็นการใช้แรงบันดาลใจที่ดีที่สุด แรงบันดาลใจส่วนใหญ่เกิดมาจากมีต้นแบบเป็นบุคคลผู้

เหล่านั้น มักเป็นบุคคลที่มีลักษณะพิเศษแตกต่างจากบุคคลทั่ว ๆ ไป เป็นต้นว่าเป็นคนที่มีจินตนาการกว้างไกล เป็นคนมีความคิดฝัน ไม่ใช่เพื่อฝัน เป็นคนชอบประดิษฐ์คิดค้น เป็นคนชอบอ่านหนังสือ ชอบศึกษาค้นคว้า อาจจะมีความคิดเห็นที่ไม่อาจสื่อให้คนทั่ว ๆ ไปเข้าใจได้ง่าย ในบางโอกาส บุคคลเหล่านี้ก่อให้เกิดความศรัทธาเชื่อถือ ความรู้สึกดังกล่าวย่อมพัฒนาออกมาเป็นความรู้สึกที่ต้องการยึดถือไว้เป็นแบบอย่างซึ่งอาจเกิดขึ้นได้จากความรู้สึกที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับ แล้วแต่ว่าจะเกิดขึ้นจากการรับรู้ข่าวสารการเข้าไปมีส่วนร่วมการปฏิสัมพันธ์ ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือ ทางอ้อมก็ตามแรงบันดาลใจจากต้นแบบย่อมมีผลต่อการใช้ชีวิตการเลือกทางเดินให้กับชีวิตทัศนคติ มุมมองความคิดรวมถึงการตัดสินใจจากเรื่องต่าง ๆ ในทิศทางที่สอดคล้องกับต้นแบบ สำหรับต้นแบบทางการศึกษา การนำตัวอย่างของรุ่นพี่ที่ประสบความสำเร็จมาเป็นต้นแบบ เพื่อให้ นักศึกษาสามารถกำหนดเป้าหมายความสำเร็จของตนเอง และพยายามไปให้ถึงเป้าหมายให้จงได้ เรียนรู้ว่าถ้าต้องการจะประสบความสำเร็จในชีวิตต้องปฏิบัติตนอย่างไร

3.2.3 แรงบันดาลใจจากแรงกระตุ้น

แรงบันดาลใจที่มาจากแรงกระตุ้น (Inspiration by Motivation) เป็นพลังที่เกิดขึ้นจากสิ่งจูงใจภายนอก Bass & Avolio (1994, pp. 3-4) ได้กล่าวถึง ไว้ว่า แรงบันดาลใจว่าเป็นองค์ประกอบพฤติกรรมเฉพาะ 4 ประการ หรือเรียกว่า “4I” (Four I's) ซึ่งแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation: IM) หมายถึง การที่ผู้นำแสดงออกในทางที่จูงใจและดลใจให้ผู้ตามด้วยการเสริมสร้างแรงจูงใจภายในให้กับผู้ตามด้วยการให้ความท้าทายในเรื่องงาน แสดงออกถึงการกระตือรือร้น ความรู้สึกทางบวกและมองโลกในแง่ดี ผู้นำจะสร้างและสื่อความหวังและวิสัยทัศน์ร่วมกันกับผู้ตาม ซึ่งจะช่วยให้ผู้ตามมองข้ามผลประโยชน์ส่วนตน เพื่อพัฒนาเป็นความผูกพันต่อเป้าหมายระยะยาว ผู้นำแบบนี้จะมีลักษณะการติดต่อสื่อสารที่ดึงดูดใจให้สามารถประสบความสำเร็จตามเป้าหมายได้ ความหมายของแรงบันดาลใจตามแนวคิดของ Bass & Avolio นั้นหมายถึง การจูงใจการดลใจผู้ตามด้วยการเสริมสร้างแรงจูงใจภายในให้กับผู้ตามด้วยการมีแรงกระตุ้นจากความคาดหวังและเป้าหมายในอนาคต

3.2.4 แรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อน

แรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นจากการขับเคลื่อน (Inspiration by Dynamic) เป็นแรงบันดาลใจที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติแล้วแต่จังหวะของช่วงการใช้ชีวิตว่าในช่วงนั้นจะพบเจอกับอะไรที่จะส่งผลและมีอิทธิพลในช่วงเวลานั้น แรงบันดาลใจที่เกิดจากการขับเคลื่อนนี้อาจจะมีการเปลี่ยนแปลงได้บ่อย นอกจากนี้ เอส.เอส.อนาคามี (2555) ได้กล่าวถึง สาเหตุสำคัญที่ทำให้มนุษย์เกิดแรงบันดาลใจจนสามารถนำไปสู่การสร้างสรรค์เรื่องต่าง ๆ ได้อย่างมีพลังว่ามีอยู่หลายสาเหตุ โดยแบ่งเป็น สาเหตุภายในและสาเหตุภายนอก

สาเหตุแห่งแรงบันดาลใจภายใน คือ สาเหตุจากจิตใจส่วนลึกของมนุษย์ สามารถเกิดขึ้นได้จาก 2 สาเหตุ สาเหตุแรกคือเกิดขึ้นจากความพึงใจถึงบางเรื่องและได้กลายเป็นแรงบันดาลใจที่จะพยายามทำให้สำเร็จ ซึ่งอาจจะเรียกว่าเป็นอุดมการณ์ก็ได้ ตัวอย่างเช่น แรงบันดาลใจที่เกิดจากความไม่พอใจจากการได้เห็นสิ่งที่ไม่พึงพอใจ ทำให้บุคคลหนึ่ง ๆ ประารถนาที่จะทำสิ่งนั้นให้ดีขึ้น ดังตัวอย่างที่ ยงยุทธ คะสวนวงศ์ (2558, น. 6) ได้หยิบยกไว้ คือ กรณีได้ชเงาะ

ที่มีความมุ่งมั่นพัฒนาทีมปั้นจักรยาน เพราะตนเองเคยประสบความเลวร้ายในชีวิตวัยรุ่นที่ไม่ได้ รับประทานดูแลเอาใจใส่ เป็นต้น และอีกหนึ่งสาเหตุหนึ่งคือการถูกคิด ซึ่งการถูกคิดนี้เป็นสภาวะทาง ความคิดที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลันทันที สภาวะเหล่านี้ต้องอาศัยพรสวรรค์หรืออัจฉริยะภาพจาก ธรรมชาติดั้งเดิมของแต่ละบุคคล การถูกคิดนี้มักจะเกิดขึ้นกับการแต่งเพลง ชื่อของบทประพันธ์ หนังสือ หรือเรื่องที่มีเนื้อหาขนาดสั้น เพราะต้องอาศัยความรวดเร็วหรือฉับพลันทันที

สาเหตุแห่งแรงบันดาลใจภายนอก คือ เกิดจากสภาพแวดล้อมทางภายนอก ซึ่งไปส่ง ผลกระทบหรือสะท้อนทางความคิด จิตใจ จนก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์บางอย่างขึ้นมาได้ ไม่ใช่แค่การเฝ้ามองหรือชื่นชอบเหมือนกับคนทั่ว ๆ ไป หากจะมีกระบวนการใดที่จะสามารถช่วย กระตุ้นให้มนุษย์เกิด ความคิดสร้างสรรค์เรื่องต่าง ๆ ได้อย่างมีความกลมกลืนกับชีวิตของมนุษย์ มากที่สุด กระบวนการนั้นก็คือ กระบวนการแห่งธรรมชาตินั่นเอง บ่อยครั้งที่เหล่านักคิด นักเขียน และศิลปิน ฯลฯ มักจะนิยมไปท่องเที่ยวตามภูเขา ทะเล หรือน้ำตก ฯลฯ เพื่อค้นหาสิ่งที่จะมาช่วย กระตุ้นแรงบันดาลใจของตนให้เกิดขึ้น นอกจากธรรมชาติแล้วสภาพแวดล้อมทางสังคมปัจจุบันนี้ มีส่วนช่วยกระตุ้นแรงบันดาลใจให้มนุษย์เกิดความคิดสร้างสรรค์ อาทิ สภาพของสงคราม สภาพ ของ ความยากจน และการได้เห็นแบบอย่างจากผู้อื่น ซึ่งบุคคลหนึ่งอาจจะมีโอกาสได้พบเห็น ตัวอย่างจากคนที่เคยประสบความสำเร็จในการดำรงชีวิตหรือเคยสร้างสรรค์สิ่งดี ๆ เอาไว้ แก่สังคมจะเกิดแรงบันดาลใจที่ปรารถนาจะกระทำได้เช่นนั้นบ้าง แต่ว่าการกระทำตามแรง บันดาลใจนั้นจะต้องไม่ใช่เป็นการลอกเลียนแบบ เพียงแต่ตัวอย่างหรือแบบอย่างจากคนอื่น อาจจะเป็นจุดเริ่มต้นให้เกิดความสนใจเป็นพิเศษเท่านั้น ผู้สร้างสรรค์ที่แท้จริงจะต้องมีวิธีการและ จุดมุ่งหมายของตนเองเป็นประการสำคัญ

แรงบันดาลใจ นับเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมนุษย์ไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ แรงบันดาลใจอาจหล่อหลอมมาจากรูปแบบของจินตนาการ และความประทับใจจากจิตใต้สำนึก หรือประสบการณ์ชีวิตที่เคยประสบมา ขึ้นอยู่กับว่าน่าจะเหตุการณ์เหล่านั้นมาสร้างอิทธิพลต่อ ความคิดในเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างไร ศิลปินหรือนักประดิษฐ์ที่มีชื่อเสียงล้วนอาศัยแรงบันดาลใจ เป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนแนวความคิดไปสู่การสร้างสรรค์ทั้งสิ้น ดังเช่น เรื่องราวของ วาทยกรชาวไทยชื่อดังที่ได้รับการยอมรับจากนานาชาติว่าเป็น วาทยกรรุ่นใหม่ที่สำคัญคนหนึ่ง ของโลก “บัณฑิต อึ้งรังสี”

จุดเริ่มต้นของความสำเร็จในชีวิตของวาทยกรชื่อก้องโลก บัณฑิต อึ้งรังสี ซึ่ง ยงยุทธ คະສາວສ໌ (2558, น. 9-10) ได้กล่าวถึงไว้ว่า มาจากประสบการณ์ในวัยเด็กที่ได้มีโอกาสได้ดูวง ออร์เคสตรา (Orchestra) “มิวนิค ฟิลาฮาร์โมนิก” (Munich Philharmonic Orchestra) เป็นวงที่มี ชื่อเสียงระดับโลก ในคอนเสิร์ตนักดนตรีนั่งอยู่เต็มเวที ทุกคนเงยบ พอถึงเวลาก็มีคอนดักเตอร์ (Conductor) เดินขึ้นมาอย่างสง่าผ่าเผย แล้วนักดนตรีทั้งวงก็ยืนขึ้นให้เกียรติเขา ทุกคนปรบมือ กันใหญ่ ซึ่งคนผู้นั้นเป็นคนเอเชียชื่อ “สุบิน เมธา” ในตอนนั้นรู้สึกว่าเขาอยากมีคอนปรบมือให้ เราทุกวันและเอาเงินมาให้ใช้อีก ซึ่งเป็นเรื่องที่ดี ก็เลยคิดว่าสิ่งนี้น่าจะใช่แล้ว พร้อมกับเริ่มเชื่อว่า มีคนเอเชียที่สามารถดังไกลระดับโลกได้ แสดงว่าโอกาสเป็นไปได้ก็มี พอวันนั้นที่ “เปลี่ยนความ เชื้อ” ก็ทำให้เกิด “การกระทำ” ตามมา

บัณฑิต อึ้งรังสี ได้ตั้งเป้าหมาย โดยเริ่มจากการเรียน คือ ต้องสอบเข้าให้ติดอันดับท็อปเท็น (Top10) เพื่อให้ได้ทุน และก็ตั้งเป้าว่าต้องได้ทุน 1 ใน 10 ให้ได้ ปรากฏว่า สอบได้อันดับ 9 ซึ่งจริง ๆ แล้วถ้าไม่ตั้งเป้าหมายก็คือไม่ได้ พอมีการตั้งเป้าหมาย จิตของเราจะมุ่งมั่น เมื่อไหร่ที่คุณมุ่งมั่นกับสิ่งใด มันจะพยายามหาเหตุการณ์ต่าง ๆ เข้ามาช่วยเสริมให้คุณประสบความสำเร็จให้ได้ เมื่อสำเร็จแล้วคุณก็จะมีประสบการณ์ แล้วจะกล้าตั้งเป้าหมายใหญ่ ๆ ต่อไป

เป้าหมายต่อไปที่เราใจคือ ต้องเป็นคนดังระดับโลก ที่มีชื่อเสียงและมีภาพลักษณ์ปกนิตยสารที่มีชื่อเสียงระดับโลก ในหนทางเล็ก ๆ เราสามารถทำชื่อเสียงให้ประเทศไทยได้ สามารถบอกคนในโลกได้ว่า คนไทยก็มีคนเก่ง คนไทยทำได้ หลังจากนั้นนั้นก็ตั้งเป้าว่า อยากมีอิทธิพลในทางที่ดีต่อประเทศตัวเอง อยากเอาชื่อไปสร้างแบรนด์ให้โลกรู้ว่าประเทศไทยมีแต่คนเก่ง หลังจากนั้นไม่นาน บัณฑิต อึ้งรังสี ได้มีภาพลักษณ์ปกนิตยสาร Los Angeles Times และ New York Times ซึ่งเป็นหนังสือพิมพ์ที่ทรงอิทธิพลที่สุดของอเมริกา

วิถีในการสร้างแรงบันดาลใจนั้น บัณฑิต อึ้งรังสี กล่าวไว้ว่า “แรงบันดาลใจก็เหมือนกับการอาบน้ำ มีหรือไม่มีที่คุณจะอาบน้ำครั้งเดียว โดยไม่อาบอีกเลยหนึ่งอาทิตย์” แรงบันดาลใจก็ต้องทำทุกวัน คุณต้องมีแรงบันดาลใจให้ตัวเองให้ได้ อย่าไปรอแรงบันดาลใจจากคนอื่น หลายคนเคยท้อเพราะตั้งเป้าหมายแล้วทำไมไม่สำเร็จ นั่นไม่ใช่ความผิดของโลกภายนอก แต่เป็นความรับผิดชอบของตัวเอง การล้มเหลวหรือความสำเร็จของคนขึ้นอยู่กับการบริหารภายใน ความสำเร็จขึ้นอยู่กับความควบคุมของตัวเอง ตัวเราเองเป็นเจ้าของความคิดของตัวเอง ไม่มีใครบังคับคุณได้ เพราะฉะนั้น เรื่องความสำเร็จในชีวิตทุกอย่างขึ้นอยู่กับการบริหารภายใน เราไม่จำเป็นต้องไปแข่งกับคนเป็นร้อยเป็นพันให้เหนื่อย คนเดียวที่เราต้องแข่งก็คือ “ตัวเอง” เมื่อผมแข่งกับตัวเองผมจะรู้สึกว่ามันมีไฟ เพราะได้ทำในสิ่งที่ตัวเองรักและเราก็อยากจะทำในเวลานั้น เวลาที่เราเห็นตัวเองพัฒนาขึ้นอยู่ตลอดมันสนุก เป็นชีวิตที่ทำทนาย และมีอะไรใหม่ๆ ให้ลองตลอดเวลา คุณต้องพยายามทำให้ตัวเองเติบโตทุกวัน ทำในสิ่งที่เราไม่คิดว่าจะทำแบบนี้มาก่อน พยายามทำสิ่งใหม่ๆ เพื่อแสดงให้เห็นว่าคุณก็ทำได้ ยิ่งคุณเพิ่มศักยภาพตัวเองมากขึ้น คุณก็จะมีเหลือพอให้คนอื่นได้ คุณจะไม่สามารถให้คนอื่นได้ในสิ่งที่ตัวคุณเองก็ยังมี

การเดินทางแรงบันดาลใจดังกล่าวมีหลักคิด 5 ข้อ ดังนี้

1) **ตั้งเป้าหมายในชีวิต** ต้องมีเป้าหมายที่ใหญ่ขึ้น เป้าหมายที่ตั้งอย่างดีและชัดเจน เป็นครึ่งหนึ่งของความสำเร็จ และเมื่อไหร่ที่คุณประกาศออกไป คุณจะถูกจำกัดความคิดทันที การรู้คนเดียวย่อมมีพลังมากกว่า การมีเป้าหมายใหญ่ขึ้น ทำให้คุณต้องดึงพลังออกมามากขึ้น ยิ่งตั้งเป้าหมายชัดเจนก็จะเป็นยิ่งประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้น

2) **สร้างมูลค่าให้ตัวเอง** มุ่งมั่นที่ตัวเองว่าจะทำอย่างไรให้ตัวเองเก่งขึ้น มูลค่าของฉันท้องมากขึ้น คุณต้องเรียนรู้ตลอดเวลา ฝึกตัวเองให้เป็นนักเรียนตลอดชีวิต อ่านหนังสือตลอดชีวิต อ่านหนังสือประเภทที่นำไปปรับใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน พยายามเลือกหนังสืออ่าน เพราะคุณไม่มีเวลาที่จะอ่านหนังสือทุกเล่มบนโลกนี้ คุณต้องเลือกหนังสืออ่านที่จะเอาไปใช้ได้จริง

3) **เลือกคบกับคนเก่ง** ยกมาตรฐานตัวเองแข่งกับตัวเอง เก่งขึ้นให้ได้วันละ 1 เปอร์เซ็นต์

4) **คำปฏิเสธรเป็นเรื่องธรรมดา** ต้องฝึกตัวเองให้เคยชินกับคำปฏิเสธ

5) **ลงมือทำ** สิ่งใดจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าไม่ลงมือทำ ลองทำเริ่มจากสิ่งเล็ก ๆ ก่อน ถ้ามีโอกาสต้องลองดู ลองรับภารกิจที่สำคัญพอผ่านไปเรื่องใหญ่อย่างอื่นก็จะดูเล็กลง

3.3 การสร้างแรงบันดาลใจ

ในการสร้างแรงบันดาลใจสามารถเกิดขึ้นได้ในหลายด้าน ในงานด้านศิลปะการออกแบบ เพื่อการผลิตสื่อด้านการสื่อสาร มาโนช กงกะนันทน์ (2549) ได้กล่าวไว้ว่าแรงบันดาลใจมีความสำคัญมากสำหรับนักออกแบบ นักออกแบบแต่ละคนอาจมีแรงบันดาลใจแตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และจินตนาการ แรงบันดาลใจเป็นพลังอันไร้ขอบเขตและมีคุณค่ามหาศาล ชนิดหนึ่ง ที่อาจเกิดขึ้นได้ 3 ทาง คือ จากภายในตัวเราเองโดยผ่านทางสมอง เรียกว่า “จินตนาการ” และอีกทางหนึ่งจากภายนอก เช่น ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการศึกษา และประการสุดท้ายจากสังคมและวัฒนธรรม การสร้างแรงบันดาลใจจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะช่วยกระตุ้นให้เกิด “ความคิดสร้างสรรค์” ในการถ่ายทอดงานศิลปะออกมา ยิ่งมีความคิดสร้างสรรค์ที่พิเศษ และแตกต่างมากเท่าไร คุณค่าของผลงานก็ยิ่งมากขึ้นเท่านั้น รวมถึงมูลค่าของผลงานด้วยก็ว่าได้ การค้นหาและสร้างแรงบันดาลใจส่วนใหญ่มาจากแนวทาง ดังต่อไปนี้

3.3.1 แรงบันดาลใจจากจินตนาการ

ในการสร้างจินตนาการจะใช้ “สมาธิ” เป็นหลักเบื้องต้นประกอบกับสถานที่ ซึ่งนอกจากจะเป็นห้องหรือมุมในการออกแบบแล้ว อาจเป็นสถานที่ที่มีความสงบเพียงพอ โดยเริ่มต้นด้วยการรวมจิตใจให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและสงบนิ่ง ต่อจากนั้นใช้ความคิดนำว่าจะสร้างหรือออกแบบเรื่องอะไร ตัวอย่างเช่น “เรื่องธรรมชาติที่เป็นทิวทัศน์” ภาพทิวทัศน์ทะเลจะเกิดขึ้นในสมอง ซึ่งได้รับแรงผลักดันจากประสบการณ์ในอดีต จะพิจารณาจัดวางภาพเหล่านั้นเป็นองค์ประกอบตามความต้องการ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะต้องใช้ความรู้เรื่องศิลปะด้วย แล้วจึงถ่ายทอดออกมาเป็นภาพด้วยการใช้ทักษะเขียนหรือร่าง กระทำดังนี้หลาย ๆ ครั้ง ให้ได้มาซึ่งจำนวนงานหลายภาพ แล้วคัดเลือกภาพที่ดีเอาไว้ตามจำนวนที่ต้องการ เพื่อนำไปปรุงแต่งจนสำเร็จในขั้นสุดท้าย อีกรูปแบบหนึ่งคือ การสร้างจินตนาการจากเรื่องที่เป็นนามธรรม ที่ไม่อาจเห็นได้ด้วยตา เช่น “เรื่องการศึกษา” การสร้างจินตนาการในเบื้องต้นนั้น เช่นเดียวกับกับตัวอย่างที่ผ่านมา ในการนี้ต้องใช้ความรู้เพิ่มขึ้นคือ “การศึกษา” ซึ่งมีความรู้อยู่อย่างไรในเรื่องนี้และต้องสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นภาพได้ “เรื่องสัญลักษณ์” เป็นสิ่งทดแทนความหมายของการศึกษาได้ค่อนข้างชัดเจน นอกจากนี้อาจพิจารณาถึงพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ทางการศึกษา แล้วนำมาเป็นเรื่องที่จะใช้ออกแบบ ส่วนขั้นตอนต่อไปนั้นก็เช่นเดียวกับกับตัวอย่างแรก

3.3.2 แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ

แรงบันดาลใจที่เกิดจากธรรมชาตินั้นมีอยู่ 2 ทางคือ ทางตรงและทางอ้อมทางตรง ได้แก่ การที่เราไปในสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นธรรมชาติ สิ่งที่ได้เห็นถือเป็นประสบการณ์ตรง เมื่อตั้งสมาธิแล้วในขณะนั้นจะเกิดแรงบันดาลใจ เป็นภาพที่อยู่ในสมอง จากนั้นจึงถ่ายทอดออกมาเป็นภาพ

ซึ่งอาจมีความเหมือนหรือไม่เหมือนกับภาพต้นแบบก็ได้ ส่วนทางอ้อมก็คือ ได้เห็นภาพธรรมชาติ จากภาพถ่ายหรือจากหนังสือ จากนั้นจึงถ่ายทอดออกมาเป็นภาพ

3.3.3 แรงบันดาลใจจากสังคมและวัฒนธรรม

สังคมและวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่อยู่คู่กันอย่างเหนียวแน่น เพราะถ้าไม่มีสังคมแล้ววัฒนธรรม จะเกิดขึ้นไม่ได้ วัฒนธรรมที่ให้อำนาจแรงบันดาลใจนั้นมีอยู่ 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่เป็นรูปธรรม เช่น วัฒนธรรมทางศิลปกรรม เช่น สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม นาฏกรรมและดนตรี เมื่อมีโอกาสได้ชมสถาปัตยกรรมที่สำคัญทางศาสนาหรือประวัติศาสตร์ได้ชมงานนิทรรศการ ศิลปะ หรือได้ฟังดนตรี แล้วเกิดแรงบันดาลใจที่จะสร้างผลงานออกแบบ ส่วนลักษณะที่เป็นนามธรรม เช่น การอ่านหนังสือ การฟังคำบรรยายหรือการอภิปราย สิ่งดังกล่าวเหล่านี้เป็นแรงบันดาลใจที่มีความสำคัญต่อการสร้างผลงานออกแบบทั้งสิ้น นักออกแบบที่ดีนั้นควรมีความสนใจต่อสิ่งทั้งหลายดังที่กล่าวมา เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับนำมาใช้จัดระเบียบความคิด และนำไปสู่การสร้างสรรคผลงานจนบรรลุผลสำเร็จ

ในมิติของการทำงาน บริษัทแมนพาวเวอร์ กรุ๊ป ผู้นำระดับโลกในธุรกิจการให้บริการ การจ้างงานที่สร้างสรรค์ ซึ่งช่วยให้ลูกค้าประสบความสำเร็จในโลกของการทำงาน ได้แนะนำ เทคนิค 10 ประการในการสร้างแรงบันดาลใจเพื่อพิชิตเป้าหมายในชีวิต ผ่านเว็บไซต์ <https://www.manpowerthailand.com/> (2558, ออนไลน์) ดังนี้

1) **มีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน** ก่อนที่จะพิชิตเป้าหมาย ต้องรู้ก่อนว่าเป้าหมายของเราคืออะไร เป้าหมายที่ชัดเจนทำให้รู้ว่าเราต้องการจะเป็นอะไร ผู้ที่ไม่มีเป้าหมายในชีวิตก็เหมือนคนที่ไม่มีแรงผลักดัน ขาดแรงจูงใจ และจะไม่ประสบความสำเร็จในชีวิต

2) **การเขียนเป้าหมาย** การสร้างภาพความฝันที่ตนเองต้องการอยู่เป็นประจำ โดยเฉพาะก่อนเข้านอน ในโลกนี้มีกฎแห่งการดึงดูด หากคุณหมกมุ่นครุ่นคิดเรื่องใดเป็นประจำ คุณก็มักจะได้สิ่งนั้น ดังนั้นจงคิดถึงสิ่งที่ต้องการ จงฝันถึงสิ่งที่ยากได้ จงจินตนาการถึงเป้าหมายของตนเองบ่อย ๆ แล้วชีวิตของคุณก็จะเดินทางไปสู่เป้าหมายหรือความฝันของตนเองได้สำเร็จในที่สุด

3) **การอ่านหนังสือดี ๆ** ที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับตนเองได้ โดยเฉพาะกับคนบางคน ผู้นำของประเทศหลายคนทั้งในอดีตและปัจจุบัน ได้อ่านหนังสือของบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ทางการเมือง ผู้นำประเทศเหล่านั้นจึงได้สร้างแรงบันดาลใจในตนเองขึ้น เขาเหล่านั้นจึงเกิดความต้องการที่จะเป็นผู้นำประเทศเหมือนกับชีวประวัติของผู้นำในหนังสือที่เขาอ่าน

4) **จดบันทึก** คนที่ประสบความสำเร็จส่วนใหญ่จะใช้เวลาอย่างน้อย 1 ชั่วโมงต่อวัน ในการคิดเพื่อที่จะคิดอย่างมีประสิทธิภาพ การจดบันทึกจะช่วยให้เราจำสิ่ง ๆ นั้นได้ดีขึ้นหลายเท่า นอกจากนี้ยังสามารถจดบันทึกเรื่องราวต่าง ๆ เช่น ความสำเร็จ ความล้มเหลว ซึ่งเรื่องราวเหล่านี้สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับเราได้เมื่อเราได้ย้อนกลับมาอ่านอีกครั้ง

5) **การหาแบบอย่างหรือบุคคลตัวอย่าง** โดยเฉพาะบุคคลที่ประสบความสำเร็จหรือบุคคลที่เราอยากจะมีชีวิตแบบเขา ก็เป็นอีกทางหนึ่งในการสร้างแรงบันดาลใจขึ้นภายในตนเอง

ศึกษาว่าเขามีแนวคิด แนวปฏิบัติอย่างไรจึงประสบความสำเร็จ เราก็สามารถนำเอามาสร้างแรงบันดาลใจเพื่อเป็นต้นแบบสู่ความสำเร็จของเราได้

6) **รู้จักบริหารเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพและชาญฉลาด** ทุกคนในโลกนี้มีเวลา 24 ชั่วโมงเท่ากันหมด แต่สิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างคือ ใครใช้เวลาที่มีอยู่นั้นได้คุ้มค่ากว่ากัน ได้ทุ่มเทเวลาทั้งหมดไปกับเป้าหมายของตนหรือไม่ เมื่อตระหนักได้ตามนี้จะทำให้รู้ว่าควรมุ่งมั่นต่อเพื่อเป้าหมายของตนและดำเนินชีวิตอย่างไรให้ดียิ่งขึ้น

7) **ความผิดพลาดมิไว้ให้เรียนรู้** ไม่ได้มีไว้ให้เจ็บช้ำหรือโศกเศร้าเสียใจ ทุกคนไม่สามารถห้ามการเสียใจหรือโศกเศร้าเมื่อเกิดความผิดพลาดได้ แต่สิ่งที่สำคัญกว่าคือ เมื่อรู้ว่าผิดพลาดแล้วให้คิดหาสาเหตุของความผิดพลาดนั้น แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขไม่ให้เกิดขึ้นได้อีก

8) **ควรสร้างทัศนคติแบบ “ฉันทำได้”** หนึ่งในทัศนคติที่สำคัญที่สุดการที่จะประสบความสำเร็จ คนเรามีโอกาสเข้ามาในชีวิตมากมาย แต่หลายคนก็ได้ปฏิเสธโอกาสนั้นด้วยคำว่า “ทำไม่ได้” ซึ่งทำให้หลาย ๆ คนล้มเหลว เมื่อเราคิดว่า “เราทำได้” ร่างกายทุกอย่างก็จะเกิดการตอบสนองต่อความคิดนี้และเราก็จะสามารถทำสิ่งต่าง ๆ ได้ ซึ่งจะก่อให้เกิดแรงบันดาลใจที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จ

9) **มองโลกในแง่ดี** คนมองโลกในแง่ดี มักมีโอกาสดีกว่าคนอื่น เพราะเมื่อมองทุกอย่างเป็นบวก ก็ช่วยให้สุขภาพจิตดี ความคิดโปร่งใส และทำให้เกิดจินตนาการและแรงบันดาลใจที่ดีเกิดขึ้นมาได้

10) **ทำสิ่งที่ไม่เคยทำ** ไปในที่ที่ไม่เคยไป เมื่อไหร่ก็ตามที่ชีวิตได้ลองทำหรือได้ไปในสถานที่แปลกใหม่ที่น่าตื่นตาตื่นใจ ความเบื่อหน่ายจะหายไปในวันพรุ่งนี้แล้วคุณก็จะรู้สึกว่าคุณยังมีอะไรที่น่าค้นหาอีกมากมาย แล้วแรงบันดาลใจจะหลั่งไหลพุ่งพรูเข้ามาแบบไม่ขาดสาย

3.4 แรงบันดาลใจกับกระบวนการคิดเชิงศิลปะ

เมื่อสามารถค้นหาแรงบันดาลใจได้แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การเปลี่ยนแรงบันดาลใจให้เป็นแนวความคิดที่มีความชัดเจน บริษัทศูนย์ความคิดสร้างสรรค์ จำกัด (ออนไลน์, 2556) ได้กล่าวถึงผู้เชี่ยวชาญที่ได้นำเสนอรูปแบบของความคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) ผ่านเว็บไซต์ <http://www.creativitycenter.co.th> ไว้ว่า ดร.เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน (Edward de bono) นักจิตวิทยาผู้เชี่ยวชาญด้านความคิดสร้างสรรค์ เป็นผู้ริเริ่มแนวความคิดเกี่ยวกับการคิดนอกกรอบ เพราะ ดร.เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน เชื่อว่า ความคิดสร้างสรรค์สามารถเรียนรู้ได้ ไม่เกี่ยวกับพรสวรรค์ส่วนตัว ความคิดสร้างสรรค์เป็นมากกว่าความคิดที่แตกต่าง ความคิดสร้างสรรค์จำเป็นต้องมีการเพิ่มคุณค่าด้วยการคิดนอกกรอบ แบ่งวิธีคิดออกได้ 3 ประเภท ได้แก่ ความคิดแนวตั้ง ความคิดแนวข้าง และความคิดแนวขนาน

3.4.1 การคิดแนวตั้ง

การคิดแนวตั้ง (Vertical Thinking) เป็นการคิดเพื่อการสรรหาลองผิดลองถูกที่ถูกต้อง เป็นเหตุเป็นผล วิเคราะห์แยกแยะ หาข้อผิดพลาด เพื่อนำมาเลือกสรรวิธีที่ดีที่สุดและใช้ในการแก้ไขปัญหา อีกทั้งยังสามารถกำจัดทางเลือกอื่น ๆ ออกเมื่อค้นพบทางเลือกที่ดีที่สุดแล้วก็จะไม่คิดหาวิธีอื่น ๆ

อีกต่อไป การคิดแนวตั้งจะเคลื่อนที่ในทิศทางที่กำหนดเอาไว้ และนำไปสู่แนวทางแก้ไขปัญหาอย่างชัดเจน โดยใช้วิธีการที่แน่นอน ส่วนใหญ่เป็นการคิดเชิงวิเคราะห์หรืออย่างมีลำดับขั้นตอนและต่อเนื่อง ไม่มีการกระโดดข้ามขั้นเหมือนการคิดแนวข้าง นอกจากนี้ยังใช้ในการแบ่งหมวดหมู่และประเภทต่าง ๆ แบบตายตัวและดำเนินไปในแนวทางที่น่าจะเป็นมากที่สุด

3.4.2 การคิดแนวข้าง

การคิดแนวข้าง (Lateral Thinking) คือ การคิดที่หลีกเลี่ยงจากความซ้ำซากจำเจ หรือความคิดเดิม ๆ รวมถึงความเข้าใจที่มีอยู่เดิมเพื่อค้นหาสิ่งใหม่ โดยปกติแล้วความคิดที่มีอยู่จะสร้างขึ้นจากประสบการณ์เดิมและความเข้าใจที่เคยประสบมา การคิดแนวข้างจึงเป็นวิถีทางในการหลบหนีจากความคิดวิถีเดิมเพื่อค้นหาสิ่งที่เรียกว่า “ดีกว่า” เมื่อเปรียบเทียบกับความคิดแนวตั้งที่มุ่งเน้นเรื่องการวิเคราะห์แล้ว การคิดแนวข้างจะเป็นการกระตุ้นความคิดอื่น ๆ โดยไม่มีกรอบและกฎเกณฑ์ อีกทั้งยังสามารถคิดแบบกระโดดข้ามได้ โดยไม่ต้องเรียงเป็นลำดับขั้นตอนและเปิดใจรับทุกโอกาสที่เข้ามา การคิดแนวข้างไม่มีการแบ่งหมวดหมู่ การคิดแบบนี้อาจดูเหมือนการคิดเรื่อยเปื่อย ไม่มีกรอบแนวคิดที่ชัดเจน เป็นการคิดที่ค้นคว้าเพราะพยายามพิจารณาหนทางที่แทบมองไม่เห็น กล่าวคือ การคิดแนวตั้งจะใช้ประโยชน์จากข้อมูลเพื่อแก้ปัญหาโดยเฉพาะ แต่การคิดแนวข้างจะใช้ข้อมูลเพื่อก่อให้เกิดการปรับปรุงแบบแผนไม่ใช่เพื่อหาประโยชน์จากข้อมูลนั้นเพียงอย่างเดียว ซึ่งหลักการสำคัญคือ การมองให้หลายๆ มุมที่สามารถเป็นไปได้

3.4.3 การคิดแนวขนาน

การคิดแนวขนาน (Parallel Thinking) เป็นการวางความคิดต่าง ๆ ลงไปข้างๆ กันโดยไม่มีการปะทะ ไม่มีการโต้เถียง ไม่มีการตัดสินว่าความคิดใดถูก ความคิดใดผิดตั้งแต่แรก การคิดแบบนี้จะทำให้เกิดการสำรวจและการค้นคว้าเชิงลึกเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ ก่อนสรุปหรือตัดสินใจ โดยอาศัยกระบวนการวิจัย และกระบวนการออกแบบเทคนิควิธีคิดแนวขนานนี้ เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน เรียกว่า วิธีคิดแบบหมวก 6 ใบ (Six Thinking Hats) โดยที่หมวกแต่ละใบเป็นการนำเสนอทางเลือกที่เป็นไปได้ตามมุมมองต่าง ๆ ของปัญหา 6 แบบ การสวมหมวกทีละใบในแต่ละครั้งก็เพื่อให้เราคิดไปในทางใดทางหนึ่ง เพราะฉะนั้นจะทำให้ความคิดสามารถแสดงออกได้อย่างอิสระสามารถหลีกเลี่ยงความขัดแย้งที่ไม่จำเป็นได้ และยังเป็นการดึงเอาศักยภาพของแต่ละคนมาใช้โดยที่ไม่รู้ตัว ซึ่งวิธีคิดแบบหมวก 6 ใบ ได้แก่

1) หมวกสีขาว (White Hat) สีขาว เป็นสีที่ชี้ให้เห็นถึงความเป็นกลาง เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริง จำนวนตัวเลข เมื่อสวมหมวกสีนี้ หมายความว่าที่ประชุมต้องการข้อเท็จจริงเท่านั้น โดยใช้หมวกสีขาวในการเริ่มต้นกระบวนการคิด เพื่อเป็นพื้นฐานของความคิดที่กำลังจะเกิดขึ้น แต่ก็สามารถใช้หมวกสีขาวในตอนท้ายของกระบวนการได้เหมือนกัน เพื่อทำการประเมิน เช่น ข้อเสนอโครงการต่าง ๆ มีความเหมาะสมกับข้อมูลที่มีอยู่หรือไม่ เพื่อหาข้อสรุปโดยไม่คำนึงถึงทัศนคติหรือความคิดอื่นเห็นใด

2) หมวกสีแดง (Red Hat) สีแดง เป็นสีที่แสดงถึงอารมณ์และความรู้สึก สัญชาตญาณและลางสังหรณ์ เมื่อสวมหมวกสีนี้ สามารถบอกความรู้สึกของตนเองว่าชอบ ไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี ซึ่งส่วนใหญ่การแสดงอารมณ์จะไม่มีเหตุผลประกอบ ความคิดความเข้าใจใน

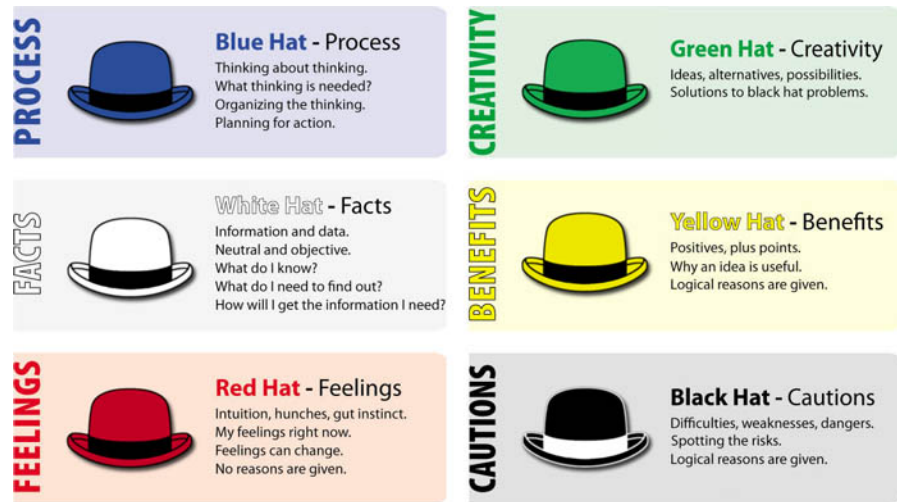
สถานการณ์บางอย่างเกิดขึ้นโดยทันที เป็นผลจากประสบการณ์ที่สั่งสมมานาน เป็นการตัดสินใจที่ไม่มีรายละเอียด หรืออธิบายได้ด้วยคำพูด เช่น เวลาที่คุณจำเพื่อนคนหนึ่งได้ คุณก็จำได้ในทันที

3) หมวกสีดำ (Black Hat) สีดำ เป็นสีที่แสดงถึงความโศกเศร้าและการปฏิเสธ การสวมหมวกสีนี้ ต้องพูดถึงจุดด้อย อุปสรรค โดยมีเหตุผลประกอบ หมวกสีดำช่วยชี้ให้เห็นว่าสิ่งใดผิด สิ่งใดไม่สอดคล้องและสิ่งใดใช้ไม่ได้ จะช่วยปกป้องจากการเสียเงินและพลังงาน ช่วยป้องกันไม่ให้อะไรอย่างโง่เขลาเบาปัญญาและผิดกฎหมาย หมวกสีดำ เป็นหมวกคิดที่มีเหตุมีผลเสมอ เพราะในการวิพากษ์วิจารณ์ หรือวิเคราะห์สิ่งใดจะต้องมีการคิดแบบเป็นเหตุเป็นผลรองรับ ไม่มีอารมณ์มาเกี่ยวข้อง ผู้บริหารจะใช้หมวกสีดำ เพื่อพิจารณาว่าสิ่งที่จะทำนั้นเหมาะสมกับประสบการณ์และความเหมาะสมหรือไม่

4) หมวกสีเหลือง (Yellow Hat) สีเหลือง คือ สีของแสงแดดและความสว่างสดใส การคาดการณ์ในทางบวก ความคิดเชิงบวก เป็นการมองโลกในแง่ดีเมื่อสวมหมวกสีนี้ การคิดเชิงบวกเป็นการเปิดโอกาสให้พัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น ดังนั้น การคิดเชิงบวกต้องผสมผสานความสงสัย อยากรู้ ความสุข ความต้องการและความกระหายที่จะทำสิ่งต่าง ๆ ให้เกิดขึ้น เป็นเหมือนกับความหวังที่กำลังเกิดขึ้น

5) หมวกสีเขียว (Green Hat) สีเขียว เป็นสีที่แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์และการเจริญเติบโต เมื่อสวมหมวกสีนี้จะมีความคิดนอกรอบที่มีความสัมพันธ์กับความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ซึ่งถูกกำหนดจากระบบความคิดของประสบการณ์ และความคิดนอกรอบนั้นจะอาศัยข้อมูลจากระบบของตัวเอง เปรียบเสมือนต้นไม้ที่ให้ความสดชื่น ผู้บริหารจะใช้หมวกสีนี้เมื่อมีความคิดใหม่ ๆ แตกต่างจากแนวทางเดิม เพื่อเป็นการเปิดโอกาสให้กับการปรับปรุงสร้างสรรค์และพัฒนา

6) หมวกน้ำเงิน (Blue Hat) สีน้ำเงิน เป็นสีที่ให้ความรู้สึกสงบ จะเป็นเหมือนท้องฟ้า หมวกนี้เกี่ยวกับการควบคุม การบริหารกระบวนการคิด หรือการจัดระเบียบการคิด เพื่อให้เกิดความชัดเจน ในเรื่องของความคิดรวบยอด ข้อสรุป การยุติข้อขัดแย้ง การมองเห็นภาพ และการดำเนินการที่มีขั้นตอนเป็นระบบ หมวกสีน้ำเงินมักเป็นบทบาทของหัวหน้า ทำหน้าที่ควบคุมบทบาทของสมาชิก ควบคุมการดำเนินการประชุม การทำงานควบคุมการใช้กระบวนการคิด การสรุปผล เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ อย่างไรก็ตามทุกคนก็สามารถสวมหมวกสีน้ำเงิน ควบคุมบทบาทของหัวหน้าได้เช่นกัน เพื่อควบคุมความคิดทั้งหมด



ภาพที่ 3.1 การคิดแบบหมวก 6 ใบ (Six Thinking Hats)

ที่มา: <https://bit.ly/2NZ3OTn>

สำหรับการคิดแนวขนานแบบหมวก 6 ใบนี้ สามารถจำแนกวิธีการคิดออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การคิดแบบตั้งรับและการคิดแบบจงใจคิด

3.4.4 การคิดแบบตั้งรับ

วิธีการคิดแบบตั้งรับนี้จะเน้นการคิดแบบรับมือ เป็นการเสนอความคิดเห็นพร้อมทั้งอ้างเหตุผลเพื่อสนับสนุนความคิดของเรา ถึงแม้ว่าจะฟังความคิดเห็นของผู้อื่น แต่ก็พยายามจะตอบโต้ หากจุดบกพร่องในความเห็นนั้นทุกขณะ (หมวกสีแดง หมวกสีดำ หมวกสีน้ำเงิน)

การคิดแบบจงใจคิด จะเน้นการคิดแบบตั้งใจ เป็นการคิดแบบสร้างสรรค์ไม่ใช่การตอบโต้ เพราะวิธีการคิดแบบนี้ เป็นการสำรวจตรวจสอบในประเด็นนั้น ๆ แล้วก็ลงมือตัดสินใจด้วยใจที่เป็นกลางและเปิดกว้าง (หมวกสีขาว หมวกสีเขียว หมวกสีเหลือง)

แบรนด์เอจ (2561) ได้ยกตัวอย่างของความคิดสร้างสรรค์ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากสิ่งของที่ถูกรอบตัว เมื่อยักษ์ใหญ่แห่งวงการเฟอร์นิเจอร์ IKEA ได้ร่วมมือกับสถานีวิจัยของ NASA ที่มีชื่อว่า Mars ในการร่วมกันออกแบบดีไซน์คอลเลคชั่นใหม่ ภายใต้ชื่อว่า RUMTIS หรือ Spacetime แรงบันดาลใจมาจากข้อความที่บริษัทฯ กล่าวไว้ว่า Inspired by Life in Space หรือ แรงบันดาลใจจากชีวิตในอวกาศ



ภาพที่ 3.2 งานออกแบบภายใต้โครงการ RUMTIS ของอิกีย (Ikea)

ที่มา: <https://bit.ly/2tTHNKs>

โครงการนี้เน้นการใช้ชีวิตในเมืองที่มีพื้นที่ขนาดเล็กและมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้นตัวสินค้าต้องมีความคล่องตัวสูงและง่ายต่อการเคลื่อนที่ และต้องง่ายต่อการใช้งานอีกด้วย ซึ่งทาง IKEA ก็มีสินค้าโดยเน้นปัจจัยในเรื่องของ 4 อย่างที่แตกต่างกันไป ประกอบด้วย เวลา (Time) พื้นที่ (Space) น้ำ (Water) และอากาศ (Air)



ภาพที่ 3.3 เครื่องฟอกอากาศ (Redesigned Air Purifier)

ที่มา: <https://bit.ly/2tTHNKs>

สินค้าในคอลเลกชันนี้จะมีเครื่องฟอกอากาศ (Redesigned Air Purifier) ขวดแก้วกับต้นไม้ดำนิน (Indoor Terrarium Pod) ไฟแยกส่วนได้ (Lighting Solutions) และ Modular มีความก้าวหน้าในการออกแบบและยังมีน้ำหนักเบา



ภาพที่ 3.4 ไฟแยกส่วนได้ (Lighting Solutions)

ที่มา: <https://bit.ly/2tTHNKs>



ภาพที่ 3.5 โมดูลลาร์ (Modular)

ที่มา: <https://bit.ly/2tTHNKs>

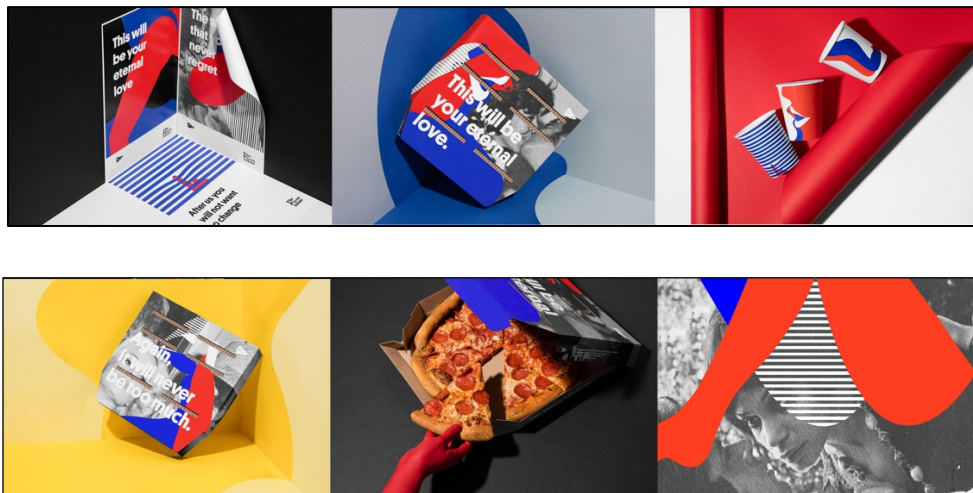
ซัมซุง (Samsung) แปรนตร์ชั้นนำ นำเสนอคลิปวิดีโอที่ถ่ายทอดเรื่องราวของเด็กผู้หญิงคนหนึ่งที่มีฝันอยากเป็นนักบิน และค้นพบศักยภาพที่ซ่อนอยู่ในตัวเอง ผ่านห้องเรียนแห่งอนาคต ทำให้เธอตัดสินใจลงมือทำและได้เป็นนักบินอย่างที่ฝันไว้ ซึ่งคลิปวิดีโอนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Samsung Smart Learning Center หรือซัมซุงสร้างพลังการเรียนรู้สู่อนาคต เพื่อกระตุ้นให้เด็กไทยเรียนรู้ทักษะการใช้ชีวิตและก้าวทันเทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 ภายใต้แนวคิดห้องเรียนแห่งอนาคต (มาร์เก็ตติ้งฮับส์, 2561)



ภาพที่ 3.6 โครงการ Samsung Smart Learning Center

ที่มา: <https://bit.ly/2QTggSW>

จินตนาการและแรงบันดาลใจจาก พิซซ่ากับเรื่องราวยั่วยวน (Erotic) เมื่อโจทย์ที่ได้มาคือ “A Pizza Affair” แรงบันดาลใจจึงเกิดจากหนังโป๊ยุค 70 ภายใต้ความคิดที่ว่า “แรงบันดาลใจบนเกมของการยั่วยวน ก่อให้เกิดอารมณ์ความรู้สึกไปสู่ความต้องการพิซซ่า” ก็ได้ ผลจากแนวคิดนี้ นำไปสู่การออกแบบที่กล้าหาญและรุนแรง รวมไปถึงการใช้ภาพและข้อความที่ยั่วยวน โดยมีแรงบันดาลใจจากหนังโป๊ยุค 70 นอกจากนี้ แพ็กเกจกล่องพิซซ่ายังมีคอนเซ็ปต์น่าสนใจว่า เปรียบเป็นเสมือนบัตรเชิญที่ยั่วยวน ประดุจคำเชิญเชิญไปสู่แรงบันดาลใจเพียงหลังอิมเมจจากพิซซ่าแล้ว เรียกได้ว่าเป็นงานแพ็กเกจที่นอกจากมีการออกแบบที่สวยงามแล้ว ยังแฝงไปด้วยความหมาย (มาร์เก็ตติ้งอุ๊ปส์, 2561)



ภาพที่ 3.7 บรรจุภัณฑ์โฆษณาพิซซ่าในชื่อ “A Pizza Affair”

ที่มา: <https://bit.ly/2NthZAq>

การสร้างสรรค้งานศิลปะ มีศิลปินผู้รังสรรค้งานขึ้นมากมาย ในบทนี้ขอยกตัวอย่างศิลปิน 3 ท่าน ได้แก่ เอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ (Edward Hopper) แอนดรูว์ ไวเอท (Andrew Wyeth) และ ไชล

เบส (Saul Bass) ซึ่งผลงานออกแบบของศิลปินแต่ละท่านไม่เพียงแต่มีอิทธิพลในผลงานศิลปะในแขนงของตนเองเท่านั้น แต่ยังสามารถเผยแพร่ผลงาน เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้กับศิลปินและนักออกแบบในแขนงสื่ออื่น ๆ อีกด้วย

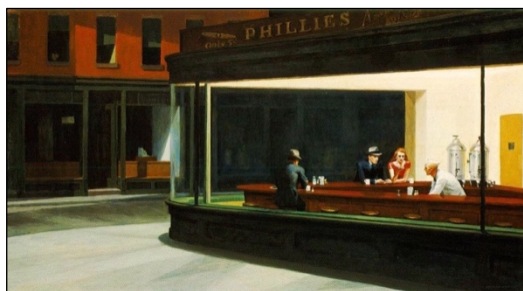
3.5 ผลงานและแรงบันดาลใจจากศิลปินที่มีชื่อเสียง

หากพิจารณาผลงานของศิลปินที่มีชื่อเสียงแล้วจะพบว่า มีผลงานหลากหลายสาขาไม่ว่าจะเป็น ศิลปะด้านภาพนิ่งและภาพยนตร์ ด้านการโฆษณา ด้านวิทยุโทรทัศน์ หรือในด้านการสร้างสรรค์ซึ่งศิลปินที่เป็นเจ้าของผลงานล้วนมีความเป็นมาและแรงบันดาลใจในรูปแบบที่แตกต่างกัน ผลงานของศิลปินที่เป็นที่รู้จักและยอมรับนั้น ล้วนแต่เกิดมาจากความพยายามสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้ระยะเวลายาวนานทั้งสิ้น การได้ศึกษาประวัติความเป็นมาของศิลปินหรือนักสร้างสรรค์จะช่วยให้ทราบถึงแรงบันดาลใจที่อาจจะอยู่เบื้องหลังและขับเคลื่อนให้เกิดผลงานทางศิลปะและงานสร้างสรรค์ได้ ซึ่งผู้เขียนขอยกตัวอย่าง ดังต่อไปนี้

3.5.1 เอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์

เอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ (Edward Hopper) เป็นจิตรกรและศิลปินภาพพิมพ์แนวสัจนิยม (Realism) ที่โด่งดังที่สุดคนหนึ่งของวงการศิลปะอเมริกัน ซึ่ง ภาณุ บุญพิพัฒนาพงศ์ (2559, ออนไลน์) ได้แสดงทัศนะผ่านบทวิจารณ์ เรื่อง ประภาคารแห่งแรงบันดาลใจของเหล่าคนทำงาน เอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ บนเว็บไซต์ <https://www.wurkon.com> โดยได้อธิบายถึงผลงานของเอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ ที่ถูกผู้กำกับภาพยนตร์ซึ่งเกิดความประทับใจในผลงานและนำเอาภาพผลงานของเขา มาออกแบบเป็นฉากในภาพยนตร์หลายเรื่องโดยสรุป ดังนี้

ภาพผลงานของเอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ มักเป็นภาพที่นำเสนอชีวิตของชาวอเมริกันในสังคมชนชั้นกลางทั่วไป เช่น ภาพปัมน้ำมัน โรงแรม ร้านค้า หรือทางรถไฟ ที่มองดูปกติธรรมดา แต่พบว่ามีการใช้แสงสีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เน้นการถ่ายทอดความเหงา แปรกแยก ที่แฝงอยู่ท่ามกลางความปกติธรรมดาของชีวิตในสังคมเมืองได้เป็นอย่างดี เอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ มีความหลงใหลในผลงานสถาปัตยกรรมในอดีตคือ ยุควิกตอเรีย (Victorian era) เป็นอย่างมาก ทั้งรูปทรง รูปแบบการประดับตกแต่ง และแสงเงาเขาชื่นชอบการเขียนภาพให้มีแสงอาทิตย์สาดส่องลงบนผนังของอาคารเหล่านั้น ซึ่งต่อมากลายเป็นเอกลักษณ์ในผลงานของเขา



ภาพที่ 3.8 ภาพ Nighthawks ปี ค.ศ. 1942

ที่มา: <https://bit.ly/2nd8upN>

ภาพเขียนที่โด่งดังและเป็นที่ยอมรับที่สุดของเอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ คือ ภาพ Nighthawks ในปี ค.ศ. 1942 ภาพเขียนสีน้ำมันของร้านอาหารในยามค่ำคืน ที่มีลูกค้าสามคนนั่งอยู่ที่เคาน์เตอร์แสงไฟนีออนที่สะอาดส่องอยู่ทั่วร้าน ท่ามกลางความมืดภายนอกร้านในยามค่ำคืนเขาเขียนภาพนี้ขึ้นในช่วงหลังจากที่สหรัฐอเมริกาเพิ่งถูกกองทัพญี่ปุ่นโจมตีอ่าวเพิร์ลฮาร์เบอร์ (Pearl Harbor) ในปี ค.ศ. 1941 ภาพเขียน Nighthawks นี้สื่อความถึง เหี้ยมราตรี หรือคนกลางคืนผู้ที่ไม่ยอมหลับใหล ตัวละครในภาพต่างคนต่างก็นั่งเฝ้าอยู่ด้วยความคิดของตัวเอง ดูแปลกแยก ไม่มีการปฏิสัมพันธ์หรือพูดคุยกันเลย สะท้อนให้เห็นถึงภาพชีวิตคนเมืองที่ดูอารมณ์ว่างเปล่าหงอยเหงา พบอยู่ในสังคมเมืองทุกแห่ง และความหมายที่สื่อออกมาแบบนี้เองได้กลายเป็นต้นแบบที่ถูกนำมาใช้สร้างฉากในภาพยนตร์อย่างแพร่หลายจนทุกวันนี้ ปัจจุบัน ภาพนี้ถูกแสดงอยู่ที่สถาบันศิลปะแห่งชิคาโก (Art Institute of Chicago) ผลงานของเขาได้รับการยกย่องและนำกลับมาแสดงในพิพิธภัณฑ์ชั้นนำหลายแห่งทั่วโลก และถูกผลิตซ้ำและเลียนแบบหลายต่อหลายครั้ง และกลายเป็นแรงบันดาลใจให้กับศิลปินและคนทำงานสร้างสรรค์ในยุคหลังต่อมา นอกจากนี้ยังมีภาพเขียนอีกหลายภาพที่กลายมาเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างภาพยนตร์ในยุคต่อมาอีกหลายภาพ



ภาพที่ 3.9 ภาพ House by the Railroad ปี ค.ศ. 1925 สีน้ำมันบนผ้าใบ
ที่มา: <https://bit.ly/2tCtSWO>



ภาพที่ 3.10 ฉากโมเตลริมทางเปลี่ยวในภาพยนตร์ เรื่อง Psycho ปี ค.ศ. 1960
ของ อัลเฟรด ฮิตช์ค็อก (Alfred Hitchcock)

ที่มา: <https://bit.ly/2pt0AJF>



ภาพที่ 3.11 ภาพจากภาพยนตร์ เรื่อง Days of Heaven 1978 ของ เทอร์เรนซ์ มาลิก
(Terrence Malick)

ที่มา: <https://bit.ly/2pt0AJF>

จากภาพที่ 3.9 ภาพเขียนชื่อ House by the Railroad ปี ค.ศ. 1925 และภาพที่ 3.10 ซึ่งเป็นภาพโรงแรม (Motel) ริมหาดเปเลียว ที่เป็นฉากคลาสสิกในภาพยนตร์แนวสยองขวัญ (Horror) ที่มีชื่อเสียงผลงานของผู้กำกับ อัลเฟรด ฮิตช์ค็อก (Alfred Hitchcock) เรื่อง Psycho ปี ค.ศ. 1960 และภาพที่ 3.11 เป็นฉากบ้านที่ดูโดดเด่นอยู่กลางทุ่งหญ้าในภาพยนตร์เรื่อง Days of Heaven ปี ค.ศ. 1978 ของ เทอร์เรนซ์ มาลิก (Terrence Malick) ซึ่งล้วนมีแรงบันดาลใจมาจากภาพเขียนผลงานของ เอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ ทั้งสิ้น

นอกจากนี้ฉากในภาพยนตร์เรื่อง Il Grido ปี ค.ศ. 1957 ของผู้กำกับที่มีชื่อเสียงชาวอิตาลี มิเกลันเจโล อันโตนิโอนี (Michelangelo Antonioni) และภาพยนตร์รางวัลปาล์มทองคำจากเทศกาลภาพยนตร์เมืองคานส์ เรื่อง Paris, Texas ปี ค.ศ. 1984 ก็ได้รับแรงบันดาลใจมาจากภาพวาดปั้มน้ำมันร้างที่ดูเปลี่ยวของเอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ เช่นกัน



ภาพที่ 3.12 ฉากปั้มน้ำมันร้างในภาพยนตร์เรื่อง Paris, Texas ปี ค.ศ. 1984
ที่มา: <https://bit.ly/2QPm7J0>



ภาพที่ 3.13 ฉากจำลองในภาพยนตร์ The End of Violence ปี ค.ศ. 1997
ของผู้กำกับบิลม เวนเดอร์ส

ที่มา: <https://bit.ly/2pt0AJF>

รวมถึงการจำลองฉากของร้านอาหารในยามค่ำคืน จากภาพยนตร์เรื่อง The End of Violence ในปี ค.ศ. 1997 ซึ่งก็มีแรงบันดาลใจมาจากภาพ Nighthawks ของ เอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ ด้วยเช่นกัน แม้แต่ภาพยนตร์แอนิเมชันที่มีตัวละครเอกเป็นสุนัขของดิสนีย์อย่าง Bolt (2008) ที่ใช้รูปแบบการใช้สี การจัดองค์ประกอบภาพ และแสงเงาจากภาพเขียนของเอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ มาเป็นต้นแบบในการสร้างสรรค์ฉากในภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องนี้ด้วย ร่วมกับการใช้เทคโนโลยี NPR (Non-Photorealistic Rendering) ที่ช่วยทำให้การสร้างภาพสามมิติกลายเป็นภาพแอนิเมชันที่นุ่มนวล ดูไม่แข็งกระด้างในแบบภาพถ่าย ซึ่งเป็นการเลียนแบบเทคนิคการใช้แปรงเพื่อระบายสีของเอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ ผลงานภาพยนตร์เหล่านี้ ล้วนมีแรงบันดาลใจมาจากความชื่นชอบของเหล่าผู้กำกับภาพยนตร์ต่อการสร้างสรรค์แสงและเงาจากภาพเขียนของเอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์ ทั้งสิ้น



ภาพที่ 3.14 ฉากในภาพยนตร์เรื่อง Bolt ปี ค.ศ. 2008

ที่มา: <https://bit.ly/2pt0AJF>

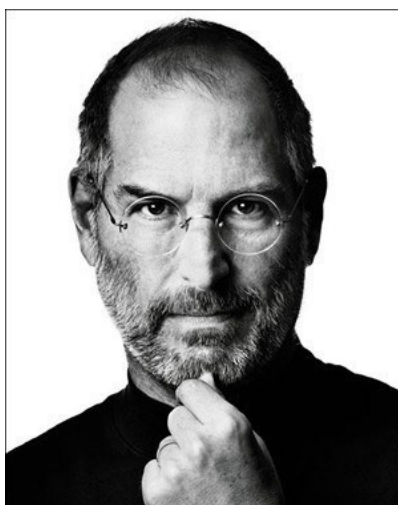
3.5.2 สตีเวน พอล จอบส์

ในยุคสังคมนิยมดิจิทัล หากจะกล่าวถึงบุคคลผู้ที่ได้รับฉายา “พ่อมดแห่งวงการไอที” น้อยคนนักที่จะไม่รู้จัก สตีเวน พอล จอบส์ (Steven Paul Jobs) หรือที่รู้จักกันในชื่อ สตีฟ จอบส์ ผู้ร่วมก่อตั้ง อดีตประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ ผู้ที่เป็นเจ้าของคำกล่าวที่ว่า “Stay Hungry Stay Foolish” หมายถึง จงกระหายและทำตัวโง่อยู่ตลอดเวลา เพราะถ้าเมื่อไหร่ที่เราอิ่มและเรารู้สึกว่าตัวเองฉลาดกว่าใคร ๆ เราก็จะไม่สนใจในการพัฒนาตนเองให้ดีขึ้นอีกเลย

ชีวประวัติสตีฟ จอบส์ เป็นเรื่องราวที่น่าสนใจ เพราะอาจเป็นแรงบันดาลใจให้นักคิด นักประดิษฐ์ในยุคนี้ได้สานต่อแนวคิดในการสร้างสรรค์นวัตกรรมออกมาต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

blue o' clock (2561; ออนไลน์) ได้กล่าวถึง ชีวประวัติของสตีฟ จอบส์ ในฐานะนักคิด และนักสร้างสรรค์ ซึ่งผู้เขียนขอแนะนำเสนอไว้โดยสรุป ดังนี้

สตีฟ จอบส์ เป็นนักประดิษฐ์ นักสร้างสรรค์ และนักธุรกิจชาวอเมริกันแห่งวงการเทคโนโลยีการสื่อสาร เขาเคยดำรงตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหาร และเป็นผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ (Apple Inc Public Limited Company) บริษัทผู้ผลิตอุปกรณ์สื่อสารที่ทันสมัยอย่าง iPhone, iPad และเครื่องเสียงพกพาแบบ iPod สตีฟ จอบส์ มีชีวิตอยู่ระหว่าง ปี ค.ศ. 1955-2011



ภาพที่ 3.15 สตีเวน พอล จอบส์ (Steven Paul Jobs)

ที่มา: <https://radarla.com/interview-steve-jobs/>

สตีฟ จอบส์ เกิดเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 1955 ในเมืองซานฟรานซิสโก รัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา บิดาผู้ให้กำเนิดคือ अब्दुलล์ ฟาทาย์ แจนไดลี (Abdulfattah Jandali) นักศึกษาหนุ่มชาวซีเรีย และมารดาคือ โจแอน แครโรล ไชเบิล (Joanne Carole Schieble) ซึ่งในขณะนั้นเป็นนักศึกษา ทั้งสองเข้ามาศึกษาต่ออยู่ในสหรัฐอเมริกา แต่ด้วยความไม่พร้อมเมื่อเขาอายุได้ 5 เดือน มารดาของสตีฟ จอบส์ จึงนำเขาไปมอบให้กับบิดากับมารดาบุญธรรม คือ พอล

(Paul) และ คาลาร่า จอบส์ (Calara Jobs) และได้ย้ายมาอยู่ที่เมืองเมาท์เทนวิว (Mountain View) รัฐแคลิฟอร์เนีย และเขาได้เติบโตขึ้นมาในแหล่งอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์และบริษัทไอทีชั้นนำของโลก เรียกว่า ซิลิคอน วัลเลย์ (Silicon Valley)

จากการที่บิดาบุญธรรมของ สตีฟ จอบส์ ทำงานในตำแหน่งช่างเครื่องในบริษัทไอทีชั้นนำแห่งหนึ่งและหลังเลิกงานก็จะรับซ่อมแซมอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ร้านเล็ก ๆ บริเวณข้างบ้านของเขา ด้วยและเพื่อนบ้านของเขาที่เป็นวิศวกรที่มีความเชี่ยวชาญด้านอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งทำงานอยู่ที่บริษัท Hewlett-Packard (HP) คอยให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องของอิเล็กทรอนิกส์ สิ่งเหล่านี้เองที่ทำให้ สตีฟ จอบส์ มีโอกาสได้เรียนรู้และเกิดความเชี่ยวชาญทางด้านอิเล็กทรอนิกส์

สตีฟ จอบส์ เริ่มเข้าเรียนในโรงเรียน Cupertino Junior High School และ Homestead High School ในรัฐแคลิฟอร์เนีย ซึ่งเขามีความเก่งและฉลาดจนสามารถเลื่อนชั้นจากเกรด 4 เข้าไปเรียนเกรด 7 ในระดับมัธยมศึกษาได้เลย เมื่อครั้งที่ได้มีโอกาสไปทัศนศึกษาที่ บริษัท Hewlett-Packard และได้พบกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัท Hewlett-Packard ซึ่งเขาสามารถตอบคำถามเกี่ยวกับเรื่องอิเล็กทรอนิกส์ได้ถูกต้องจนถูกใจประธานเจ้าหน้าที่บริหารจึงถูกว่าจ้างให้ไปฝึกงานกับบริษัทและได้ร่วมงานกับ สตีฟ วอซเนียก (Steve Wozniak) ซึ่งเป็นนักเรียนรุ่นพี่ที่โรงเรียน และในเวลาต่อมาทั้งคู่ก็กลายเป็นผู้ร่วมสถาปนาของบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์

เมื่อสำเร็จการศึกษาในระดับชั้นมัธยมศึกษาเขาก็ได้เข้าเรียนต่อที่ Reed College ซึ่งเป็นวิทยาลัยที่มีค่าเล่าเรียนแพงในเมืองพอร์ตแลนด์ รัฐโอเรกอน แต่หลังจากเรียนไปได้เพียง 6 เดือน เขาก็หยุดเรียนทุก ๆ รายวิชา เนื่องจากรู้สึกที่ไม่ใช่แนวทางที่เขาต้องการรู้ ยกเว้นวิชาการออกแบบตัวอักษร ที่ทำให้เขารู้จักกับตัวอักษรที่ชื่อ Serif และ Sans Serif ในระหว่างนั้นชีวิตเขาค่อนข้างลำบาก โดยต้องขอพักอาศัยอยู่ที่หอพักของเพื่อน ๆ และไปขออาหารที่วัด Hare Krishna เพื่อประทังชีวิตอยู่เป็นประจำ

ในปี ค.ศ. 1974 สตีฟ จอบส์ได้เดินทางกลับไปยังแคลิฟอร์เนียและเข้าร่วมกลุ่มสมาคม Homebrew Computer Club กลุ่มของผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งต่อมาบางคนผันตัวไปเป็นแฮคเกอร์ (Hacker) และผู้ประกอบการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและยังได้เข้ามาทำงานกับบริษัทผู้ผลิตวีดีโอเกมอาตารี (Atari) โดยแสดงศักยภาพในการออกแบบร่วมกับ สตีฟ วอซเนียก ออกแบบให้มีจำนวนชิปประมวลผล (chip) ลดลงได้ จนได้รับเงินรางวัลจากบริษัท และต่อมาเขาทั้งสองคนก็ได้ร่วมกันสร้างเครื่องที่ชื่อว่า บลูบ็อกซ์ (Bluebox) ซึ่งเป็นเครื่องที่สามารถทำให้ใช้โทรศัพท์ได้ฟรีทั่วโลก พวกเขาสามารถทำเงินจากกิจการนี้ได้มากกว่า 6,000 ดอลลาร์ และการดำเนินธุรกิจนี้เองที่เป็นที่มาของการพัฒนาแนวคิดในการก่อตั้งบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ ขึ้นในปี ค.ศ. 1976 ในขณะที่ สตีฟ จอบส์ อายุเพียง 21 ปี โดยใช้โรงรถข้างบ้านพ่อบุญธรรมของเขาเป็นสถานที่ทำงาน เขาทั้งสองออกแบบและผลิตคอมพิวเตอร์ซึ่งทำด้วยไม้ ที่ชื่อว่า แอปเปิล (Apple) โดย สตีฟ วอซเนียก เป็นผู้ออกแบบสินค้า ส่วน สตีฟ จอบส์ รับผิดชอบด้านการตลาด ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี



Apple's First Logo (1976)

ปี ค.ศ. 1976-1998

Current logo

ภาพที่ 3.16 ตราสัญลักษณ์ของบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์

ที่มา: <https://www.pinterest.ca/pin/3025924719637599/>

ต่อมาในปี ค.ศ.1977 บริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ ก็ได้ผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์รุ่น Apple II ออกมาและประสบความสำเร็จอีกครั้ง โดยลักษณะการออกแบบเป็นคอมพิวเตอร์ที่ห่อหุ้มด้วยกรอบพลาสติกพร้อมหน้าจอ มีดิสก์ไดรฟ์ (Disk Drive) ซึ่งจัดว่าเป็นช่องของปฏิวัติคอมพิวเตอร์สู่การใช้งานรายบุคคลในยุคแรก ๆ ความสำเร็จครั้งนี้ของบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ โดยสตีฟ จอบส์ กับสตีฟ วอซเนียก นำไปสู่การก้าวเข้าสู่การเป็นบริษัทมหาชน เปิดขายหุ้นให้กับนักลงทุนจำนวน 5 ล้านหุ้น และถูกซื้อหมดภายในเวลาไม่กี่นาที ทำให้บริษัทมีมูลค่าสูงขึ้น 32 เปอร์เซ็นต์เพียงในวันแรกเท่านั้น ทำให้สตีฟ จอบส์ ในวัย 25 ปีและสตีฟ วอซเนียก ในวัย 30 ปี ร่ำรวยกลายเป็นมหาเศรษฐีในช่วงเวลาข้ามคืน

ในระหว่างทำธุรกิจด้านการผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์ช่วง ปี ค.ศ. 1983 เมื่อต้องการขยายกิจการให้เติบโตมากยิ่งขึ้น สตีฟ จอบส์ มองว่าต้องอาศัยนายทุนระดับสูงจึงติดต่อไปยังนายจอห์น สคัลเลย์ (John Sculley) ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของบริษัทเป๊ปซี่ (Pepsi) เจ้าของธุรกิจน้ำอัดลมที่มีเครือข่ายตลาดระดับโลกในขณะนั้น แล้วกล่าวว่า “คุณต้องการที่จะใช้ชีวิตที่เหลือไปกับการขายน้ำหวานหรือต้องการโอกาสที่จะเปลี่ยนแปลงโลกนี้กันแน่” ซึ่งประโยคนี้กลายเป็นประโยคที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองให้ก้าวไปสู่ในสิ่งที่ดีกว่าจำนวนมาก

ต่อมาในปี ค.ศ.1984 สตีฟ จอบส์ ได้เข้าร่วมทุนในการผลิตคอมพิวเตอร์ระบบแมคอินทอช (Macintosh) กับเจฟ แรสคิล (Jef Raskin) ซึ่งที่มาของชื่อก็คือชื่อสายพันธุ์หนึ่งของผลแอปเปิล ซึ่งเป็นระบบที่เริ่มนำอุปกรณ์เมาส์ (Mouse) เข้ามาใช้งานโดยสามารถใช้คลิก เพื่อสั่งงานบนหน้าจอคอมพิวเตอร์ได้ทันทีแทนการพิมพ์คำสั่งภาษาคอมพิวเตอร์บนคีย์บอร์ด ช่วยเพิ่มความสะดวกต่อการใช้งานและถือเป็นนวัตกรรมที่ยิ่งใหญ่ของวงการเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ที่สืบทอดมาถึงจนถึงปัจจุบัน โดยครั้งนี้ สตีฟ จอบส์ มีหน้าที่ในการการตลาดให้แก่ แมคอินทอช โดยเริ่มจากการเผยแพร่ภาพยนตร์โฆษณาที่ชื่อว่า “1984” ในช่วงของการแข่งขันอเมริกันฟุตบอล รายการใหญ่ที่สุดอย่าง NFL Super Bowl ซึ่งต้องจ่ายค่าเวลาในการโฆษณาแพงที่สุดและเขายังไปเจรจากับ บิล เกตส์ (Bill Gates) ผู้ก่อตั้งบริษัทไมโครซอฟต์คอมพิวเตอร์ (Microsoft

Computer) ที่ทุกคนรู้จักกันเป็นอย่างดีเพื่อชักชวนให้มาร่วมลงทุนกับบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ของเขา โดยตกลงว่า ไมโครซอฟต์ร่วมลงทุนด้วยเงินจำนวน 150 ล้านดอลลาร์ฯ และยินยอมให้ใช้ซอฟต์แวร์รวมถึงเว็บเบราว์เซอร์ (web browser) แบบอินเทอร์เน็ต เอ็กพลอเรอร์ (Internet Explorer) ของไมโครซอฟต์ในเครื่องคอมพิวเตอร์แมคอินทอชเป็นระยะเวลา 5 ปี อีกด้วย

หลังจากนั้น ในปี ค.ศ. 1998 บริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์จึงมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกมาหลายรายการ เช่น คอมพิวเตอร์ไอแมค (iMac) เครื่องเล่นเพลง mp3 ที่เรียกว่าไอพอด (iPod) ซึ่งรู้จักกันตามคำโฆษณา (Slogan) ที่ว่า “1000 Songs in Your Pocket” ภายใต้แพลตฟอร์ม (Platform) สำหรับโหลดเพลงดิจิทัลผ่านระบบของไอทูน (iTune) ซึ่งผู้ใช้ในยุคนี้เริ่มต้นกับการฟังเพลงในแบบออนไลน์ ซึ่งไอพอดสามารถสร้างความบันเทิงให้แก่ผู้ใช้ในรูปแบบนี้ได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้จะได้รับความเพลิดเพลินจากการฟังเพลงแล้ว ผู้ใช้ยังได้รับรู้คุณค่าของความหรูหราล้ำสมัยของอุปกรณ์อันนี้อีกด้วย แม้ว่าบริษัทคู่แข่งอื่นจะพยายามต่อสู้ในเชิงการสร้างนวัตกรรมอย่างไรแต่ก็ไม่สามารถสู้ได้ หลังจากนั้นบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ โดยสตีฟ จอบส์ ก็ยังได้ขยายกิจการด้วยการเปิดตัว สมาร์ทโฟนตระกูลไอโฟน (iPhone) และคอมพิวเตอร์มือถือแบบไอแพด (iPad) ออกมา ซึ่งกลายเป็นนวัตกรรมและกระแสความนิยมด้านสมาร์ตโฟนของโลก ที่มีลักษณะเด่นคือไม่มีปุ่มกด แต่ใช้ระบบสัมผัสแทน เป็นผลให้บริษัทผู้ผลิตสมาร์ตโฟนทั่วโลกต้องหันมาผลิตเทคโนโลยีในรูปแบบนี้แข่งขันด้วย โทรศัพท์มือถือที่มีปุ่มกดมาก ๆ กลายเป็นสิ่งที่ไม่ได้รับความนิยมแล้วในระหว่างที่ทำหน้าที่ผู้บริหารของบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์นี้ สตีฟ จอบส์ ขอรับค่าจ้างเพียงปีละ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือประมาณ 30 บาท ต่อปีเท่านั้น จนทำให้เขาถูกบันทึกสถิติลงในนิตยสาร กินเนสส์ บুক ออฟ เวกคอร์ดส์ (Guinness Book of World Record) ว่า เป็นผู้บริหารระดับสูงที่มีรายได้น้อยที่สุดในโลก แต่กลุ่มของคณะกรรมการผู้บริหาร ก็ได้ตอบแทนเขาในรูปแบบอื่น ๆ เช่น การให้เครื่องบินเจ็ท (Jet Airplane) ส่วนตัวที่มีมูลค่ากว่า 90 ล้านดอลลาร์ฯ และให้ได้รับเงินปันผลเป็นหุ้นของบริษัทอีกหลายล้านดอลลาร์ฯ

นวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสตีฟ จอบส์ ผ่านบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ ยังคงเกิดขึ้นต่อเนื่องและสามารถสร้างความสนใจจากผู้คนทั่วโลกได้ไม่น้อยในทุก ๆ ครั้ง ภาพของ สตีฟ จอบส์ ยืนบนเวทีเปิดตัวไอโฟนและไอแพด รุ่นล่าสุดเกิดขึ้นเป็นระยะ ๆ ทำให้แบรนด์แอปเปิลก้าวขึ้นสู่แบรนด์ที่มีผลกำไรสูงติดอันดับโลกอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่ง เดือนกรกฎาคม ปี ค.ศ. 2004 สตีฟ จอบส์ ได้ขอลาออกจากตำแหน่งประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ เนื่องจากปัญหาทางสุขภาพซึ่งเขาถูกตรวจพบว่า เป็นโรคมะเร็งที่ตับอ่อน และเข้ารับการรักษาอย่างต่อเนื่อง จนวาระสุดท้ายของชีวิต สตีฟ จอบส์ จากโลกนี้ไปอย่างสงบในวันที่ 5 ตุลาคม ปี ค.ศ. 2011 ในวัย 56 ปี หลังจากที่บริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ ประกาศเปิดตัวไอโฟน รุ่น 4S ได้เพียงแค่วันเดียวเท่านั้น



ภาพที่ 3.17 สมาร์ทโฟน รุ่น iphone 4s

ที่มา: <https://gadgets.ndtv.com/apple-iphone-4s-768>

กระทั่งปัจจุบันนี้แม้ สตีฟ จอบส์ จะเสียชีวิตไปแล้วนานกว่า 8 ปี แล้ว แต่บริษัทแอปเปิลคอมพิวเตอร์ (Apple Inc Public Limited Company) ที่มีรากฐานมาจากการเป็นองค์กรที่มีความสร้างสรรค์และถูกยกย่องจัดให้อยู่ในระดับชั้นนำ ทั้งยังคงเป็นบริษัทที่สามารถสร้างผลกำไรสูงในระดับโลก นวัตกรรมที่สตีฟ จอบส์ เคยสร้างมา ยังถูกส่งต่อให้ผู้ใช้อย่างต่อเนื่อง ในความสำเร็จของเขา สิ่งที่เห็นได้คือการมีแรงบันดาลใจ ความฝัน ความเชื่อมั่นในตัวเองและพยายามสร้างความฝันให้เกิดขึ้นจริง ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบเมาส์เพื่อสร้างความสะดวกในการใช้งานคอมพิวเตอร์ หรือการออกแบบไอโฟนให้มีขนาดกะทัดรัด มีเมนูใช้งานได้หลากหลาย มีปุ่มกดเพียงปุ่มเดียวและใคร ๆ ก็ใช้งานได้ง่ายด้วยระบบสัมผัส รวมถึงการออกแบบไอแพดคอมพิวเตอร์มือถือที่มีขนาดเล็ก น้ำหนักเบา ใช้ระบบสัมผัสและสามารถเปิดใช้งานได้ทันทีตลอดเวลาที่ต้องการ เกิดความสะดวกในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มาจากความคิดที่ล้ำสมัย ความพยายาม แม้จะเจออุปสรรคหนัก ๆ หลายต่อหลายครั้งเขาก็ไม่ยอมแพ้จนสามารถประสบความสำเร็จ เหมือนแนวคิดที่เขาต้องการสร้างการเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นบนโลกใบนี้

3.5.3 ซอล แบส

ซอล แบส (Saul Bass) ถือเป็นนักออกแบบกราฟิกที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดคนหนึ่งในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 เมื่องานด้านการออกแบบกราฟิกเป็นที่นิยมในกลุ่มสื่อสารมวลชน และมีงานลักษณะนี้จำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างต่อเนื่อง แบสจึงเป็นเสมือนตราสัญลักษณ์ที่กลุ่มบริษัทดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่ให้ความสนใจ ด้วยรูปแบบการออกแบบที่ดูโดดเด่นและไม่

เหมือนใคร (Alex Bigman, 2012, ออนไลน์) แบลเกิดเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม ปี ค.ศ. 1920 ที่กรุงนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา แบลเป็นชาวยิวอพยพ เมื่อครั้งเป็นเด็ก เป็นคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีโอกาสฝึกฝนการวาดภาพมาอย่างต่อเนื่อง เมื่อศึกษาในระดับวิทยาลัย เขาได้เข้าเรียนในชั้นเรียนภาคค่ำที่ Art Students League ทำให้แบลได้เรียนรู้เทคนิควิธีการจาก György Kepes ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะตามแนวคิดแบบเบาเฮาส์ (Bauhaus)

ในปี ค.ศ. 1940 แบลได้ออกเดินทางจากนิวยอร์กไปยังแคลิฟอร์เนีย เขาเริ่มทำงานในสำนักงานโฆษณาอยู่สักพักใหญ่ และช่วงที่หยุดจากงานดังกล่าว แบลได้ออกแบบโปสเตอร์สำหรับสตูดิโอ 1954 Film ในภาพยนตร์เรื่อง Carmen Jones จนทำให้ผู้สร้างภาพยนตร์รู้สึกประทับใจกับผลงานโปสเตอร์ของเขา จึงเชิญเขาให้ออกแบบเครดิตชื่อเรื่องให้ด้วย จนกลายเป็นจุดเปลี่ยนของการตัดสินใจเข้าสู่วงการด้านการออกแบบอย่างเต็มตัว



ภาพที่ 3.18 โปสเตอร์ภาพยนตร์เรื่อง Anatomy of a Murder ปี ค.ศ. 1959 และ Love in the Afternoon ปี ค.ศ. 1957 โดยซอล แบล

ที่มา: <https://bit.ly/2OJ4ut6>



ภาพที่ 3.19 โปสเตอร์ภาพยนตร์ The Man with the Golden Arm Murder ปี ค.ศ. 1955 และ Vertigo Murder ปี ค.ศ. 1958 โดย ซอล แบล

ที่มา: <https://bit.ly/2OJ4ut6>

แบสเริ่มเข้ามาเกี่ยวข้องกับงานด้านการออกแบบโปสเตอร์ภาพยนตร์มากขึ้นด้วยสไตล์การออกแบบที่เรียบง่าย โดดเด่น แบสได้มีส่วนสำคัญการปฏิวัติรูปแบบและบทบาทของการออกแบบเครดิตชื่อเรื่องในภาพยนตร์อย่างมาก ให้ไม่เป็นกราฟิกที่ดูน่าเบื่อตามแบบเดิม และถูกมองว่าเป็นส่วนที่ไม่มีความสำคัญในงานภาพยนตร์ ดังนั้นกราฟิกเหล่านี้ จึงไม่ได้เป็นสิ่งที่ถูกฉายออกมาในเฉพาะฉากแรกของภาพยนตร์เท่านั้น

แบสมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้เป็นกราฟิกเหล่านี้ กลายเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ในการรับชมภาพยนตร์ที่มีคุณค่าเทียบเท่ากับส่วนประกอบอื่น ๆ สไตล์กราฟิกในงานภาพยนตร์ของแบสเรียกว่า "Kinetic Type" คือ การสร้างตัวอักษรให้ดูมีชีวิตชีวา ข้อความชื่อเรื่องภาพยนตร์กลายเป็นสิ่งที่ผู้ชมภาพยนตร์ตื่นเต้นและอยากเห็น ซึ่งกลายเป็นรูปแบบเฉพาะของแบสซึ่งผลงานเครดิตภาพยนตร์ของเขามีหลายสิบเรื่อง โดยผลงานสุดท้ายก่อนที่แบสจะเสียชีวิตในปี ค.ศ. 1996 คือข้อความชื่อเรื่องและเครดิตภาพยนตร์ของมาร์ติน สกอร์เซซี (Martin Charles Scorsese) คือ Goodfellas ปี ค.ศ. 1990, Cape Fear ปี ค.ศ. 1991, The Age of Innocence ปี ค.ศ. 1993 และเรื่อง Casino ปี ค.ศ. 1995

ในงานกราฟิกเพื่อการออกแบบโลโก้ของแบส อายุการใช้งานโดยเฉลี่ยของโลกโลโก้ของแบสยาวนานถึง 34 ปี บางส่วนของผลงานของเขายังคงถูกใช้งานอยู่ไม่ได้ถูกออกแบบใหม่ เช่น งานการออกแบบให้กับ Kosé Cosmetics ในปี ค.ศ. 1995 ผลงาน Kibun ปี ค.ศ. 1964 และ Warner Communications ในปี ค.ศ. 1972 การออกแบบที่เป็นจุดแข็ง ความรอบคอบในการออกแบบ งานออกแบบของแบสจึงมีความทันสมัยอยู่เสมอ และเป็นแบบอย่างให้นักออกแบบในยุคต่อมา



ภาพที่ 3.20 เครื่องหมายการค้า Kosé Cosmetics ปี ค.ศ. 1959, Kibun ปี ค.ศ. 1964 และ Warner Communications ปี ค.ศ. 1972

ที่มา: <https://bit.ly/2OJ4ut6>

นอกจากนี้ Bell, Kleenex, AT & T ยังเป็นอีกผลงานการออกแบบของแบส เมื่อประมาณ 50 ปีที่ผ่านมา หากกำลังมองหาต้นแบบในการออกแบบที่ประณีต ดูเรียบง่ายในการคิดงาน แบสเป็นผู้หนึ่งในแวดวงการออกแบบระดับโลกที่ถูกกล่าวขานถึง



ภาพที่ 3.21 เครื่องหมายการค้า Bell (1969), Kleenex (1980s) and AT&T (1986)

ที่มา: <https://bit.ly/2OJ4ut6>

3.5.4 ทัศนชัย ศรศรีวิชัย

ในงานด้านการโฆษณา สื่อที่ถือว่ามีอิทธิพลสูงต่อกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างมากคือ ภาพยนตร์โฆษณา และผู้ที่มีหน้าที่กำกับงานสร้างสรรค์งานภาพยนตร์โฆษณาให้ออกมาสวยงามน่าสนใจ โดนใจผู้ชมมากที่สุดก็คือ ผู้กำกับภาพยนตร์ ในเมืองไทยมีผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณาเพียงไม่กี่คนที่ได้รับการยอมรับผลงานในระดับโลก ไพเราะ เลิศวิราม (2561) ได้กล่าวถึงผู้กำกับภาพยนตร์มือหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอันดับหนึ่ง คือ คุณทัศนชัย ศรศรีวิชัย หรือ ต่อ จากการจัดอันดับของ The Gunn Report ซึ่งเป็นหน่วยงานกลางจัดอันดับเอเจนซีโฆษณาทั่วโลกที่ได้รับความน่าเชื่อถือสูงสุด เมื่อปี พ.ศ. 2548 ให้เป็นผู้กำกับที่ได้รางวัลมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ถือเป็นรางวัลการ์ตูนตีที่พิสูจน์ถึงการเป็นผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณามือทอง นอกจากรางวัลสำคัญนี้เขายังเคยได้รับรางวัลสำคัญระดับโลกอีกหลายรางวัล เช่น รางวัล Cannes Lion Gold จากภาพยนตร์โฆษณาผลิตภัณฑ์ สมุทฮี เบบี เฟซ โฟม รางวัล Gold จากภาพยนตร์โฆษณากรุงเทพประกันภัย รางวัล One Show Silver จากภาพยนตร์โฆษณา กรุงเทพประกันภัย รางวัล Clio Gold จากภาพยนตร์โฆษณาแคมเปญกรุงเทพประกันภัย รางวัล Gold จากภาพยนตร์โฆษณากรุงเทพประกันภัย ชุด พายุ รวมถึงรางวัล Bronze จากภาพยนตร์โฆษณาไทยประกันชีวิต ทัศนชัย คือผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณาที่เอเจนซีและเจ้าของสินค้าทั้งหลายต้องการตัว ด้วยความเชื่อมั่นว่าเขาจะสามารถทำให้แนวคิดสร้างสรรค์บนแผ่นกระดาษ ให้สามารถกลายเป็นภาพยนตร์โฆษณาผ่านหน้าจอได้อย่างน่าชื่นชม



ภาพที่ 3.22 คุณทัศนชัย ศรศรีวิชัย

ที่มา: https://th.wikipedia.org/wiki/ทัศนชัย_ศรศรีวิชัย

เมื่อย้อนกลับไป ทัศนชัย จบการศึกษา ชั้นประถมศึกษาและมัธยมศึกษา จากโรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย จังหวัดเชียงใหม่และจบการศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาสถาปัตยกรรมศาสตร์ จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เริ่มทำงานเมื่อปี พ.ศ. 2534-2537 ในตำแหน่งกราฟิก ดีไซน์เนอร์ ที่บริษัท สามหน่อ เป็นครั้งแรก ก่อนจะถูกดึงตัวมา

ร่วมงานในฐานะคนสำคัญที่บริษัทพีโนมีนา จำกัด ผู้ผลิตภาพยนตร์โฆษณาแนวหน้าของไทยใน เวลาต่อมา ส่วนหนึ่งจากการให้สัมภาษณ์กับนิตยสารอะเดย์ (aday) คุณธนัญชัย กล่าวว่า “ผม ต้องเริ่มต้นนับหนึ่งใหม่ในแง่ของงานด้านโปรดักชั่น ผมไม่เข้าใจกระทั่งคำว่า ‘ฟิล์ม 35 มม.’” แต่ ด้วยความเป็นคนใฝ่รู้และมุ่งมั่น ทำให้เขาใช้เวลาเรียนรู้ไม่นาน ลบค่าประมาณได้โดยสิ้นเชิง เมื่อ เขาสร้างผลงานจนกลายเป็นผู้กำกับมือดีไม่ใช่แค่ที่หนึ่งของเมืองไทย แต่เป็นถึงที่หนึ่งของโลก

ทุกครั้งที่ได้เห็นผลงานชิ้นเยี่ยมทางหน้าจอโทรทัศน์ ร้อยละ 90 เชื่อได้ว่านั่นคือฝีมือของ เขา ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ เยสโล่ เพจเจอร์ พอร์ดคิงคอง สมูทตี้ เบบี เฟซ โฟม เชียงเพียงอิว กรุงเทพประกันภัย ฯลฯ และจากนั้นไม่นานรางวัลความสำเร็จจากสถาบันทั้งในและนอกประเทศ จะไหลบ่ามากำหนดแก่เขา เขาบอกว่า โชคดีที่ทีมงานเก่งมาก แต่ก็ทำงานเหนื่อยมากเช่นกัน เนื่องจากเฉลี่ยต่อเรื่องใช้เวลาทำงานประมาณ 15-30 วัน และมีบางเดือนที่เขาต้องถ่าย ภาพยนตร์ถึง 14 เรื่อง ถ่ายกันเลยทีเดียว

การจะได้ร่วมงานกับบริษัทพีโนมีนา จำกัด ซึ่งเป็นโปรดักชั่น ผู้ผลิตในระดับชั้นนำของ เมืองไทย ต้องใจป้ำพอที่จะควักกระเป๋าขั้นต่ำ 3.5 ล้านบาท และที่นี้มีผู้กำกับถึง 10 คน คุณธนัญ ชัย ได้ชื่อว่าเป็น “The Most Wanted Director” หรือผู้กำกับที่มีเจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องการ ร่วมงานมากที่สุด “ทุกวันนี้ นอกจากเป็นผู้กำกับภาพยนตร์โฆษณาแล้ว ยังต้องดูแลทีมงาน และมี ภาพยนตร์ที่ฉายในโรงหนังด้วย ในนามของพีโนมีนา ไมชั่น พิคเจอร์ เฉพาะภาพยนตร์โฆษณาก็ ไม่ค่อยมีเวลาแล้ว” งานที่แทบหาเวลาพักผ่อนไม่ได้ บ่งบอกถึงความเชื่อใจ โดยเอเจนซี่เขาประจำ ที่ร่วมงานกันบ่อยครั้ง อาทิ Ogilvy & Mather, J.Walter Thompson และ Leo Burnett เป็นต้น

คุณธนัญชัย เคยให้สัมภาษณ์กับเว็บไซต์ Positioning เกี่ยวกับการทำงานของเขา ที่ไม่ได้มุ่งหวังทำเพื่อเงิน เพื่อกล่องหรือรางวัลอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของความสุขจากการ ทำงาน คือ เห็นคนดูแล้วเขามีความสุข ให้เขาสนุก เขากล่าวว่า “ภาพยนตร์โฆษณา อย่างแรกคือ ต้องขายของ แต่ต้องเริ่มต้นจังหวะแรกด้วยการทำให้เขาสนุก ไม่ใช่ทำให้คนดูตกใจ เหมือนเรานั่ง อยู่บ้านแล้วมีเซลล์เดินเข้ามาเคาะประตู แล้วเขามาขายของอย่างเดียว เราไม่ต้องการ ไม่ชอบ เราชอบเซลล์ที่ช่างเจรจา ไม่ได้ตั้งท่าจะเอาเงินอย่างเดียว หน้าที่ของผมคือ อวยกขายของให้ ลูกค้าด้วย แต่สิ่งหนึ่งที่เป็นกฎต่อไปนี้ ก็คือว่า ต้องไม่ให้สังคมมีปัญหา ภาพยนตร์จะต้องทำให้ สังคมดี ขายของได้แล้วต้องขายศีลธรรม อะไรบางอย่างให้กับสังคมบ้าง ขอขายพวงมณีหนึ่ง ที่ชอบ มีดาววิชัย จากแรงเยอร์ และไทยประกันชีวิตชุดที่เกี่ยวกับพ่อลูก ผมขอบคุณสำหรับคนที่ชม ขอบคุณสำหรับคนที่ตำหนิรุนแรงเกินไป แต่สิ่งที่ดีใจคือ อย่างน้อยเขาดูแล้วเขาคิดถึงพ่อ คิดถึงแม่ของเขา วัตถุประสงค์คือขายประกันให้ได้ อีกวัตถุประสงค์หนึ่งที่เท่ากันก็คือ ต้องกลับไป กอดพอกอดแม่กลับไปหาคนที่เรารัก...แต่ผมบอกก่อนนะที่พูดอย่างนี้ผมไม่ใช่คนดีอะไรนะ” ผม ทำหนังสือเรื่องนี้เพราะอยากให้คนปลุกต้นไม้ คิดสิว่าปลูกต้นไม้กันไหม รางวัลผมก็ไม่ได้แคร์มาก อะไรนักรอก ขายของผมก็อยากขาย แต่ผมเชื่อว่ามันมีวิธีขายที่จะทำให้ประเทศมันดีขึ้นด้วย คิดแบบนี้ดีกว่า และสิ่งหนึ่งที่ผมพยายามสอดแทรกเข้าไปก็คือแนวคิดของพระพุทธศาสนา เรา เชื่อว่าต้นไม้คือสิ่งที่มีชีวิตให้คุณค่า วัตถุประสงค์สลายแต่ธรรมชาติยั่งยืน แต่ใครจะรับได้แค่ไหนที่สุด แต่แต่ละคน”

จากผลงานและฝีมือลายมือของเขาเป็นแรงบันดาลใจ ทรงอิทธิพลทางความคิดให้แก่ใครหลายคนทั้งผู้กำกับภาพยนตร์รุ่นหลัง นักศึกษาและบุคลากรในวงการโฆษณา ไม่เว้นแม้แต่คุณทรงยศ สุขมากอนันต์ หนึ่งในผู้กำกับภาพยนตร์ เรื่อง แฟนฉันและเรื่อง เด็กหอ ซึ่งคุณทรงยศ นับถือคุณธนัญชัยให้เป็นครูคนสำคัญเลยทีเดียว

3.5.5 ปัญญา นิรันดร์กุล

นิวโป้งและนิวซี้ซง “ปัญญา นิรันดร์กุล” ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของคำว่า “ถูกต้องนะ... คร้าบ” เคยมีอิทธิพลที่ทำให้แฟนรายการทีวีใช้เป็นมุก เลียนแบบกันสนั่นเมือง ผู้ชายสวมแว่นหน้าตีผู้นี้ เขาคือสัญลักษณ์ของเกมโชว์ วาไรตี้โชว์ และสารพัดโชว์ทางจอทีวี เป็นเจ้าของรายการทีวีมากถึง 1,121 ชั่วโมงต่อปี ไม่แปลกใจนักที่ใคร ๆ ยกย่องเขาว่า “เจ้าพ่อเกมโชว์” ในเมืองไทย



ภาพที่ 3.23 คุณปัญญา นิรันดร์กุล

ที่มา: https://th.wikipedia.org/wiki/ปัญญา_นิรันดร์กุล

ปัญญา นิรันดร์กุล มีชื่อเล่นว่า ตา เกิดเมื่อวันที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2497 ในครอบครัวชาวไทยเชื้อสายจีน มารดาชื่อ นางอำพัน นิรันดร์กุล แม่ดีเด่นแห่งชาติ ประจำปี พ.ศ. 2546 จบการศึกษาจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย สมรสกับนางवासนา นิรันดร์กุล มีบุตร-ธิดารวม 4 คน คือ น้ำตาล-ปานวาด เกิด: พ.ศ. 2527, น้ำหอม-ปานตาเกิด พ.ศ. 2530, น้ำทอง-ปานฝันเกิด: พ.ศ. 2531 และ น้ำมนต์-ปรวรรณ์ เกิด: พ.ศ. 2537 ปัจจุบัน คุณปัญญามีบ้านพักอยู่ภายในหมู่บ้านเมืองเอก ย่านรังสิต ใกล้กับ เวิร์คพอยท์สตูดิโอ ที่ทำการใหม่ของบริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน มูลค่ากว่า 400 ล้านบาท ซึ่งถือเป็นสตูดิโอถ่ายทำรายการโทรทัศน์ และละครโทรทัศน์ ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คุณปัญญาเข้าสู่วงการบันเทิงครั้งแรก ด้วยการแสดงภาพยนตร์ไทย เรื่องแรกคือ สืบyard ไล่ ในปี พ.ศ. 2521 ในบทบาทนักแสดงประกอบ และต่อมาในปีเดียวกัน คุณปัญญาจึงได้แสดงละครในบทพระเอกเป็นเรื่องแรกคือ ศรีธนญชัย ทางไทยทีวีสีช่อง 3 จากการชักชวนของคุณภัทราวดี ศรีไตรรัตน์ และยังได้รับโอกาสแสดงบทพระเอกในภาพยนตร์ และละครโทรทัศน์อีกหลายเรื่อง โดยมี

ชื่อเสียงคู่กับนางเอกระดับแนวหน้าของวงการได้แก่ คุณอรพรรณ พานทอง และคุณเพ็ญพิสุทธิ์ คงสมุทพร ประวัติปละเรื่องราวชีวิตของคุณปัญญา เป็นที่สนใจของผู้ที่ทำงานในวงการโทรทัศน์ เพราะการที่ประสบความสำเร็จในระดับเอเชียได้นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เขาต้องอดทนและต่อสู้ด้วยแนวคิดที่สร้างสรรค์และกล้าทำ ซึ่งไฟเราะ เลิศวิราม (2561) ได้กล่าวถึง เรื่องราวของคุณปัญญา นิรันดร์กุล ผ่านเว็บไซต์ Positioning ไว้ว่า

ได้มีโอกาสพบคุณปัญญาในวันเปิดตัวรายการเกมโชว์ “อัจฉริยะข้ามคืน” ที่อาณาจักรเวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์แห่งใหม่ ย่านปทุมธานี แม้ในวันรุ่งใหม่ของเวิร์คพอยท์จะยังไม่เสร็จสมบูรณ์ แต่รอยยิ้มของคุณปัญญาจะภูมิอกภูมิใจเมื่อมีใครต่อใครบอกว่า บ้านหลังใหม่ของเวิร์คพอยท์ใหญ่และน่าอยู่ที่สุดอาณาจักรของเวิร์คพอยท์ มีห้องอัดรายการ 5 ห้อง มีออฟฟิศ และพื้นที่โถ่กว้างขวางรองรับธุรกิจที่ขยายตัว ซึ่งจะทำให้ธุรกิจเอ็นเทอร์เทนเมนท์ของคุณปัญญาสมบูรณ์แบบที่สุด และหากเวิร์คพอยท์ย้ายมาอยู่ที่นี้ราวเดือนสิงหาคม หรือกันยายน 2549 ตามกำหนดเดิม ปัญญามั่นใจว่างานทุกอย่างของเวิร์คพอยท์จะก้าวไปอย่างน่าพอใจ เพราะทุกอย่างเวิร์คพอยท์มีพร้อมหมดแล้ว “ตอนที่ทำการแห่งใหม่อยู่ในช่วงของการตกแต่ง ทาสี อาคารทุกอาคารมีการออกแบบตามหลักฮวงจุ้ย อย่างจุดที่ยืนจะเป็นโรงอาหาร ดูให้ดีจะออกแบบเหมือนยุ่งข้าว” ปัญญาเล่าถึง อาณาจักรเวิร์คพอยท์ บนเนื้อที่ 20 ไร่ ในวันนั้นคุณปัญญา ใส่ชุดเสื้อเชิ้ตสีดำ กางเกงยีนส์ MC รองเท้าหนังสีดำ ใส่นาฬิกาข้อมือข้อมือซ้าย สวมแหวนหัวนิลดำนิ้วนางข้างขวา และกำไลเงิน ที่บ่งบอกว่า ยังมีสไตล์แบบอาร์ตติสบ้างในรสนิยม กางเกงยีนส์ เป็นเครื่องแต่งกายที่ปัญญาบอกว่าชอบใส่มากที่สุด หากไม่ติดงานพิธีการใด ๆ เขาจะใส่กางเกงยีนส์ เสื้อยืดและถ้าสังเกตให้ดี ชุดเป็นทางการของคุณปัญญา ไม่ว่าจะอัดรายการหรืองานเปิดตัวรายการใหม่ๆ ปัญญาจะเลือกชุดสีดำ ซึ่งคุณนุวัฐ จันบำรุง คนสนิทของปัญญา บอกว่า อาจเป็นเพราะสีดำเป็นสีที่ถูกใจคุณปัญญามากที่สุด ใส่สีนี้แล้วรายการเกมโชว์ดังทุกรายการ

ทุกวันนี้คุณปัญญาทำหน้าที่พิธีกรอัดรายการเกือบทุกวัน ตั้งแต่รายการแฟนพันธุ์แท้ เกมทศกัณฐ์กลองดำ ซึ่งร้อยชิงล้าน และล่าสุดรายการใหม่ล่าสุด อัจฉริยะข้ามคืน เขายังทำหน้าที่พิธีกรอย่างต่อเนื่อง ไม่ใช่เขาไม่เชื่อมีบุคคลากรในเวิร์คพอยท์ แต่ปัญญาย้ำว่า เขาชอบและสุขใจทุกครั้งที่ได้ทำงานในสิ่งที่เขาชอบ นั่นคือ การทำหน้าที่พิธีกร เขากล่าวว่า “เหนื่อยนะ ถ้าถามว่าแต่ละวันทำงานหนักแค่ไหน แต่เหมือนคนชอบเล่นฟุตบอล เหนื่อยแต่สุข อยากทำ แค่นี้แหละชีวิตผม” คุณปัญญา ถือว่าเป็นประธานเจ้าหน้าที่บริหาร (CEO) ที่ทำงานหนัก หากจะเปรียบเทียบกับประธานบริษัทอื่น ๆ ที่นำเสนอความคิดอย่างเดียว แต่เขาจะทั้งออกแรงกาย แรงความคิด ไปพร้อมๆ กัน เขาย้ำว่าคนทำอาชีพนี้ต้องหยุดนิ่งไม่ได้ ต้องมีอะไร ๆ ใหม่มาเสนอ เวิร์คพอยท์โชคดีที่มีคนเก่ง ๆ อย่าง ประภาส ชลศรานนท์ หุ่นส่วนและเพื่อนคู่คิด ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของเวิร์คพอยท์ ยังมี คุณพาดิษฐ์ สดสี ศรีเอทีพี (Creative) คนดัง ซึ่งสร้างรายการชิงร้อยชิงล้าน และเป็นคู่กำกับภาพยนตร์เรื่อง โหน่ง เท่ง นักร้องลูกทุ่ง

นับตั้งแต่เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ มีคำว่า มหาชน เข้ามาพ่วงท้าย ดูเหมือนว่าคุณปัญญาจะไม่ค่อยมีเวลาให้สื่อเข้าไปสัมภาษณ์แบบเฉพาะตัว (Exclusive) มากนัก ยิ่งเป็นสื่อประเภทนิตยสารด้วยแล้ว แทบจะไม่มีโอกาสได้สัมภาษณ์คุณปัญญาเลย กระดาษแพกซ์ที่ติดต่อขอสัมภาษณ์คุณปัญญาจะถูกกองไว้ที่เลขานุการของคุณปัญญา และฝ่ายประชาสัมพันธ์ มี

คำตอบรับกลับมากลางๆ ว่า “คุณปัญญาไม่มีเวลา” เหตุผลส่วนหนึ่งอาจเพราะปัญญาบอกว่าเป็นคนคุยเก่ง คุยยาว หากจะให้สัมภาษณ์ต้องหมดเวลาไปครึ่งวันแล้ว สัมภาษณ์สั้นๆ เขาไม่ค่อยชอบ แต่นั่นก็ดี สิ่งหนึ่งที่ปัญญาไม่ค่อยอยากคุยกับนักข่าวมากนัก โดยเฉพาะการตอบคำถามเกี่ยวกับเงินๆ ทองๆ เช่น เงินปันผลเท่าใด หุ้นจะเป็นอย่างไร เวิร์คพอยท์จะทำอย่างไรต่อไปเพื่อให้นักลงทุนมั่นใจ คำถามเหล่านี้ปัญญาจะมีสีหน้าไม่ดีทุกครั้ง ปัญญาไม่ชอบให้ใครเรียกว่า “เสีย” ถ้าเป็นไปได้ เขาอยากให้เราเรียกว่าคุณปัญญา เพราะคำว่าเสีย มักหมายถึงคนที่รวยอย่างเดียว แต่ไม่ค่อยทำงานหนัก ตรงกันข้ามกับชีวิตทุกวันนี้ของเขาที่ทุกวันมีแต่งานการทำงานด้านธุรกิจอินเทอร์เน็ต จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องคิดเป็น “กระบวนการ” คุยกันต่อเนื่อง หากวันไหนคิดไม่ออก หาข้อสรุปไม่ได้ ปัญญาบอกว่าต้องหยุดก่อน และคุยกันใหม่ เพราะจะดันทุรังไม่ได้ งานขายความคิดสร้างสรรค์ต้องมีความละเอียด มีการถกเถียงกันเพื่อข้อสรุปที่ดีที่สุด

คุณปัญญาเป็นผู้ที่มีภาพลักษณ์ของคนทำงาน เขาเคยกล่าวว่า “ไม่ต้องบอกใครโฆษณาให้ใครรู้หรือกว่าเราเก่ง เรายอด เรา ดี ทุกอย่างจะวัดกันที่ผลงาน คนดูจะตอบเราเอง สปอนเซอร์จะตอบเราเอง” ปัญญาพูดถึงตัวเองทั้งท้าย รายการ 17 รายการของเวิร์คพอยท์ทางจอโทรทัศน์เกือบทุกช่อง คิดเป็นเวลาออกอากาศทั้งสิ้น 1,121 ชั่วโมงต่อปี ยังมีธุรกิจสิ่งพิมพ์และธุรกิจผลิตตัดต่อภาพ (Animation) ธุรกิจผลิตภาพยนตร์ ปัญญาถือเป็นเครือข่ายทางธุรกิจที่เชื่อมโยงกับทรัพยากรของเวิร์คพอยท์ทั้งหมด เขายกตัวอย่างว่า อย่าง แก๊งสามซ่า หม่า เห่ง โห่ง ทุกคนนอกจากทำหน้าที่ประจำเรียกเสียงฮาทางจอทีวีแล้ว ยังสามารถนำพวกเขาไปต่อยอดทางสื่อสิ่งพิมพ์ ทำพ็อกเก็ตบุ๊ก และสามารถเป็นดาราทางจอแก้ว เป็นผู้กำกับได้ด้วย “สิ่งนี้ที่เรียกว่า การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด” ปัญญาบอกด้วยว่า เขาให้โอกาสคนในองค์กรเติบโตขึ้น อย่าง คุณหม่า ได้เป็นเจ้าของรายการทีวี “หม่าโชว์” ในขณะที่คุณเห่ง และคุณโห่งก็กำลังเป็นผู้กำกับภาพยนตร์ เรื่องที่สองของเวิร์คพอยท์ฯ

ในสายตาของคนรอบข้าง คุณปัญญาเป็นคนอารมณ์ดี ตลก มีมุข มีวาทีศิลป์ที่จูงใจคนเก่ง ในการทำธุรกิจหลายอย่างคุณปัญญาทำการตกลงทางธุรกิจเองหลายครั้งที่ปัญญาบอกว่า เขามักจะใช้สนามกอล์ฟเป็นสถานที่คุยธุรกิจ ปัญญาบอกว่า ที่บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด มหาชน แห่งนี้ จะเป็นบ้านที่เราสุขและทุกข์ร่วมกัน พนักงาน 300 คนของเวิร์คพอยท์ในวันนี้ คือ พลังสำคัญที่จะทำให้อาณาจักรแห่งนี้ ไซติช่วงชัชวาล

จากปัจจัยความสำเร็จของเวิร์คพอยท์ที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าความสำเร็จมาจากความชัดเจนของ “ตำแหน่งช่อง (Positioning)” และ “คอนเทนต์” (Content) ในฐานะ “King of Variety” มุ่งนำเสนอรายการ “โลคัล คอนเทนต์” (Local Content) ZX คว้าไรต์ที่หลากหลายรูปแบบที่ถูก “รสนิยม” การรับชมของคนไทย ในสไตล์ที่ถนัด (bangkokbiznews, 2018) ซึ่งถือเป็นความสามารถและแนวคิดสร้างสรรค์ของคุณปัญญา นรินทร์กุล และทีมงานในสายงานโทรทัศน์ทำให้เกิดความเข้มแข็งและได้รับการยอมรับว่าเป็น “เจ้าพ่อเกมโชว์” ของเมืองไทย

สรุป

กุญแจสำคัญของจุดเริ่มต้นในการบรรลุเป้าหมายที่วางไว้คือ แรงบันดาลใจ ที่หล่อหลอมจินตนาการ ความประทับใจจากจิตใต้สำนึก หรือประสบการณ์ชีวิตมาต่อยอดความคิดในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งรูปแบบของแรงบันดาลใจ เป็นได้ทั้งมีสิ่งกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจและสิ่งที่แรงบันดาลใจกระตุ้นให้เกิดขึ้น เมื่อพิจารณาลงไปในรายละเอียดจะพบว่า สิ่งกระตุ้นเหล่านั้นมาจากแรงบันดาลใจที่เกิดจากเป้าหมาย ต้นแบบ แรงกระตุ้น และการขับเคลื่อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ

จากนั้นจะเข้าสู่กระบวนการคิดเชิงศิลปะ 3 แนวทาง คือ การคิดแนวตั้ง หรือการคิดเพื่อการสรรหาสิ่งที่ถูกต้องอย่างเป็นเหตุเป็นผล การคิดแนวข้าง คือการคิดนอกกรอบเพื่อค้นหาสิ่งใหม่ และการคิดแนวขนาน ที่ไม่มีการตัดสินว่าความคิดใดถูกหรือความคิดใดผิด สุดท้ายนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานได้สำเร็จลุล่วงในที่สุด ทั้งนี้มีศิลปินต้นแบบด้านต่าง ๆ ที่ประวัติความเป็นมาและผลงานของเขาจะช่วยเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานของศิลปินและนักสร้างสรรค์รุ่นใหม่ต่อไป

แนวคิด “หมวก 6 ใบ” ของเอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน เป็นแนวคิดที่นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและวางแผนได้หลากหลายขึ้นอยู่กับโจทย์และบริบทที่รับมา หัวใจสำคัญของ 6 ใบ 6 ความหมาย หมวกสีขาวแทนการคิดเชิงตรรกะ หมวกสีแดงแทนการใช้อารมณ์เหนือเหตุผล หมวกสีดำแทนความจริงจัง หมวกสีเหลืองแทนการมองโลกด้านบวก หมวกสีเขียวแทนการมองหาสิ่งใหม่ และหมวกสีน้ำเงินแทนการควบคุมเหนือหมวกสีอื่น

การได้ศึกษาประวัติและผลงานของศิลปินในสาขาต่าง ๆ มีชื่อเสียงแล้วจะพบว่า ไม่ว่าจะ เป็น ศิลปินด้านภาพนิ่งและภาพยนตร์ ด้านการโฆษณา ด้านวิทยุโทรทัศน์ หรือในด้านการสร้างสรรค์ซึ่งศิลปินที่เป็นเจ้าของผลงานล้วนมีความเป็นมาและแรงบันดาลใจที่คอยขับเคลื่อนในรูปแบบที่แตกต่างกัน ผลงานของศิลปินที่เป็นที่รู้จักและยอมรับนั้น ล้วนแต่เกิดมาจากความพยายามสร้างสรรค์ผลงานโดยใช้ระยะเวลายาวนานทั้งสิ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชานชาลา.เอส.เอส.อนาคามี. (2555). **พลังสร้างสรรค์จากแรงบันดาลใจ**.กรุงเทพฯ; สยามมิสพับลิชชิง เฮ้าส์.
- ดุษฎี โยเหลา, วิไลลักษณ์ ลังกา, และคณะ (2555). **การประเมินผลจากการชมภาพยนตร์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจของ นิสิตปริญญาตรี**. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- บริษัทศูนย์ความคิดสร้างสรรค์ จำกัด. (2556). **ประวัติ Edward de bono's Corner**. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562, จาก <http://www.creativitycenter.co.th/about-delbono.php#XX-ie12B28V>
- แบรนดี้เอจ. (2561). **ทำความเข้าใจ Six Thinking Hats หมวก 6 ใบ กับวิธีคิด 6 แบบ**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561, จาก <https://bit.ly/2xFJNa5>
- _____. (2561). **ร่วมทีม IKEA x NASA จากแรงบันดาลใจสู่เฟอร์นิเจอร์**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561, จาก <https://bit.ly/2NVgE55>
- น้ำทิพย์ วิภาวิน. (มปป). **การสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดนิสัยรักการอ่าน**. เอกสารประกอบการบรรยาย สาขาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. online. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561, shorturl.at/BGV17
- ไพเราะ เลิศวิราม. (2561). **ธนุชัย ศรีศรีวิชัย เขาคือเบอร์หนึ่ง**. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2562, จาก <https://positioningmag.com/8920>
- _____. (2561). **ปัญญา นีรันดร์กุล...เจ้าพ่อเกมโชว์**. สืบค้นเมื่อ 21 กันยายน 2562, จาก <https://positioningmag.com/8904>
- ภาณุ บุญพิพัฒนาพงศ์. (2559). **ประกาศแห่งแรงบันดาลใจของเหล่าคนทำหนัง เอ็ดเวิร์ด ฮอปเปอร์**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561, จาก <https://bit.ly/2pt0AJF>
- _____. (2559). **จิตรกรรมแห่งความหวังที่เป็นแรงบันดาลใจสำคัญของโลกภาพยนตร์**. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2561, จาก <https://bit.ly/2xzy51v>
- มาร์เก็ตติ้งฮับส์. (2561). **Samsung Smart Learning Center ไม่ได้ให้แค่ความรู้ แต่ให้แรงบันดาลใจ**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561, จาก <https://bit.ly/2QTggSW>
- _____. (2561). **เกอร์.เกอร์ แพ็กเกจกล่องพิซซา ที่มีแรงบันดาลใจจากหนังไปยุค 70**. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2561, จาก <https://bit.ly/2zo5w8F>
- มาโนช ทงกะนันน์. (2549). **ศิลปะการออกแบบ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ Core Function.
- แมนพาวเวอร์ไทยแลนด์. (2558). **10 เทคนิคสร้างแรงบันดาลใจชีวิตเป้าหมายในชีวิต**. สืบค้นเมื่อ 3 กันยายน 2561, จาก <https://bit.ly/2I7ft3c>

- ยงยุทธ คະสาวงศ์. (2558). *แนวคิดและกระบวนการคิดและสิ่งประดิษฐ์ที่ต้องอาศัยศิลปะ*.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- เอ็ดเวิร์ด เดอ โบโน. (2546). แปลโดย สุดตระการ ธนโกศและคณะ, “*หมวก 6 ใบ คิด 6 แบบ*”.
กรุงเทพฯ.
- Bangkokbiznews. (2560). *ปัญญา นวัตกรรมกุล นักธุรกิจแห่งปี 2560*. สืบค้นเมื่อ 21
กันยายน 2562. จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/787079>
- Blue O'Clock. (2561). *ประวัติ Steve Jobs ผู้ก่อตั้ง Apple พ่อมดแห่งวงการไอที ที่พลิก
โฉมเทคโนโลยีโลกนี้ไปตลอดกาล*. สืบค้นเมื่อ 17 กันยายน 2562, จาก
shorturl.at/vEIR8
- Alex Bigman. (2012). *Saul Bass: The man who changed graphic design*. Retrieved in
September 01, 2018, from <https://bit.ly/2OJ4ut6>
- Bass, B. M. & Avolio, B. J. (1994). *Improving Organizational Effectiveness through
Transformational Leadership*. California: Sage Publications, Open journal of
Philosophy, 3(3), July 30, 2013. from shorturl.at/apDV5.
- Gerrard, D.M., Sykora, M.D. and Jackson T. (2017). *Social Media Analytics in
Museums: Extracting Expressions of Inspiration*. Museum Management and
Curatorship, 32(3), pp. 232-250.
- Thrash, T. M., & Elliot, A. J. (2004). *Inspiration: core characteristics, component
processes, antecedents, and function*. Journal of personality and social
psychology, the American Psychological Association. 87(6), pp. 957-973