

เข้าใจ.

คิด



คุณไม่มีทางใช้ความสามารถหมดหรอก
ยิ่งใช้ คุณก็ยิ่งมี

มาซา แองเจโล

เข้าใจ. คิด[©]



I Creativity X I

ความก้าวหน้าและความนิยมในกล้องดิจิทัลที่เริ่มเข้ามาในตลาดช่วงต้นปี 2000 ส่งผลให้ยอดขายฟิล์มลดลงอย่างรวดเร็ว และร้านค้ารูปหลายพันแห่งต้องปิดตัว กระทบต่อผลประกอบการและกำไรของบริษัทผู้ผลิตยักษ์ใหญ่อย่าง “Fuji Photo Film” ที่ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 1934 จนต้องตัดสินใจเปลี่ยนแปลงอย่างเร่งด่วนก่อนที่จะสายเกินไป และสิ่งที่ผู้บริหารมองเห็นโอกาสในเวลานั้น ไม่ใช่แค่การทุ่มทุนไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่อย่างกล้องดิจิทัลเพื่อตามตลาดให้ทัน แต่พวกเขาค้นพบว่าเทคโนโลยีดั้งเดิมที่บริษัทเป็นเจ้าของและความเชี่ยวชาญของนักเคมีหลายพันคนต่างหาก ที่จะเป็นทุนครั้งใหม่ในการกอบกู้บริษัทให้เดินหน้าต่อไปได้

ในปี 2006 Fuji Photo Film เปลี่ยนชื่อเป็น Fuji Holding Corp. และก้าวสู่อุตสาหกรรมเครื่องสำอางอย่างเต็มตัว ภายใต้แบรนด์ Astalift ที่เติบโตมาเป็นแบรนด์ระดับโลก ด้วยคุณภาพของสินค้าที่เกิดจากการปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีฟิล์มที่บริษัทเป็นเจ้าของ ทั้งคอลลาเจนที่ใช้เคลือบฟิล์มให้คงทน ไม่แห้งและเสียรูปทรง แต่คงความยืดหยุ่น เทคนิคแอนติออกซิแดนซ์เพื่อป้องกันรังสียูวีที่จะทำให้รูปกระดาษซีด รวมถึงนาโนเทคโนโลยี และเทคนิคในการวิเคราะห์และควบคุมแสง ซึ่งทั้งหมดสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการผลิตเครื่องสำอางที่ตอบโจทย์ผิวพรรณที่สว่างและเป็นธรรมชาติ

เมื่อจับทางได้ บริษัทจึงขยายกิจการบนฐานความรู้เดิมไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งอุปกรณ์ทางการแพทย์ในกลุ่มที่ต้องใช้การวินิจฉัยด้วยภาพอย่างเช่นเครื่องเอกซเรย์ รวมถึงกลุ่มอาหารเสริมและยา เพื่อให้ธุรกิจครบวงจรมากขึ้น และหนึ่งในนั้นคือ การเข้าซื้อกิจการผลิตยาของ Toyama Chemical ด้วยมูลค่า 45 พันล้านบาท (1.45 พันล้านเหรียญสหรัฐ) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตยาอวิแกน (Avigan) ที่ได้รับอนุญาตให้ใช้รักษาไข้หวัดใหญ่ตั้งแต่ปี 2014 และมีบทบาทสำคัญภายใต้ชื่อของฟาวิพิราเวียร์ (Favipiravir) ยาด้านเชื้อไวรัสที่อยู่ในสูตรยารักษาผู้ป่วยโควิด-19 ของไทย และในประเทศอื่น ๆ

จากที่เคยเฉียดต้องปิดกิจการในปี 2020 พูจีฟิล์มกลับมามีรายได้สุทธิ 54.6 พันล้านบาท (181.2 พันล้านบาท) มีพนักงานมากกว่า 30,000 คน โดยรายได้สำคัญมาจากกลุ่มสุขภาพและการแพทย์ ทั้งยังคงสามารถรักษารฐานเก่าเกี่ยวกับธุรกิจภาพถ่ายไว้ได้ แม้ว่าจะมีสัดส่วนน้อยลง

ความสำเร็จในการเปลี่ยนตัวเองของพูจีฟิล์มสะท้อนถึงความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่ใช่สูตรสำเร็จตายตัว แต่เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ที่สามารถเชื่อมโยงจากศาสตร์ของผลิตภัณฑ์หนึ่งไปยังอีกผลิตภัณฑ์หนึ่งได้อย่างราบรื่น หรือการนำความรู้ในสาขาต่าง ๆ มาใช้ร่วมกัน โดยมีเป้าหมายในการแก้ปัญหา หรือการสร้างสรรค์เพื่อตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ เช่นเดียวกับความคิดสร้างสรรค์ที่เราได้เห็นปรากฏอย่างเด่นชัดในสายศิลปะ การออกแบบ และสังคมศาสตร์ หรือทุกซ่อนอยู่ภายใต้ความล้ำเลิศทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีในการดึงเอาผลทดลองในห้องแล็บมาแปรเปลี่ยนให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและขายได้ดีในระดับโลก

เพียงแต่ที่มาของความคิดสร้างสรรค์ที่เห็นผลนั้นอาจจะแตกต่างกันไปบ้าง อย่างในกรณีของฟูจิฟิล์มก็คงเหมือนบทหนึ่งในหนังสือ *Smarter Faster Better* ที่เขียนโดยชาร์ล ดุอิคเกอร์ ซึ่งสรุปบทเรียนเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นว่า ภาวะจนตรอกหรือความกังวลมักผลักดันให้เราองแนวคิดเก่า ๆ ในแง่มุมใหม่ และเราสามารถแก้ปัญหาเรื่องการสร้างสรรค์ได้ด้วยการพิจารณาสิ่งที่รู้ ทบทวนธรรมเนียมดั้งเดิมที่เคยเห็นว่าใช้ได้ผล และพยายามนำไปประยุกต์ใช้ในแนวทางใหม่

ความคิดสร้างสรรค์ จึงเป็นเหมือนตัวแปรหนึ่งของสมการความสำเร็จ ที่มีหนทางมากมายในการหยิบมาใช้ ไม่ว่าจะใช้ทางตรงหรือจะไป “X” กับศาสตร์อื่น ๆ แต่จะด้วยวิธีใด ก็ขึ้นอยู่กับว่าความรู้ที่เป็นเหมือนทุนตั้งต้น สถานการณ์ที่เป็นแรงผลักดัน และผลลัพธ์ที่เราต้องการนั้นว่าจะออกมาในรูปแบบใด



| สารบัญ |

บทนำ	9
CREATIVITY × HISTORY: Past Forward เดินหน้าหาอดีต	12
CREATIVITY × GENERATION: Kids These Days เด็กสมัยนี้	42
CREATIVITY × COMMUNICATION: Life is a Joke ศักยภาพของภาษาและความแสบ(สัน)สรรค์	70
CREATIVITY × NATURE: Inspired by Nature เมื่อธรรมชาติคือทางรอด	98
CREATIVITY × TECHNOLOGY: A Whole New World โลกใหม่ในกำมือ	122
CREATIVITY × HEART: Start with Your Heart พลังใจคือจุดเริ่ม	148

| บทนำ |

ความคิดสร้างสรรค์คืออะไร

ไม่มีใครไม่รู้จักความคิดสร้างสรรค์

น่าแปลกที่แม้ทุกคนดูเหมือนจะเข้าใจว่าความคิดสร้างสรรค์คืออะไร แต่ถ้าคุณลองบอกให้ใครสักคนนิยามความหมายของมัน น้อยคนนักที่จะตอบได้อย่างไม่ลังเลโดยไม่หยุดคิด

อันที่จริง หากลองย้อนกลับไปดูประวัติศาสตร์การใช้คำในอดีตที่ปรากฏในหนังสือด้วยเครื่องมืออย่าง Google Books Ngram Viewer จะพบว่าคำว่า “ความคิดสร้างสรรค์” ในภาษาอังกฤษนั้นเพิ่งจะมีคนใช้เมื่อไม่ถึง 100 ปีที่ผ่านมาเท่านั้น แม้ว่าแนวคิดเรื่องความคิดสร้างสรรค์จะแพร่หลายมากในโลกยุคนี้

9

ความคิดสร้างสรรค์จึงเป็นเรื่องที่ใหม่มาก และดูเหมือนว่าเราแต่ละคนจะมีความคิดเกี่ยวกับความหมายของมันแตกต่างกันออกไป เพราะโดยทั่วไปการที่เราจะบอกว่าสิ่งไหน “สร้างสรรค์” มักจะต้องมีเหตุผลประกอบมากกว่าหนึ่งข้อ

แต่หนึ่งในคำนิยามที่คนมักจะเอ่ยถึงมากที่สุดเมื่อพูดถึงความคิดสร้างสรรค์ก็คือ “ความแปลกใหม่” ในความหมายว่าเป็นสิ่งที่แตกต่าง ไม่เคยมีใครทำมาก่อน ไม่เหมือนใคร และไม่มีใครเหมือน

แต่ปัญหาก็คือ ความแปลกใหม่ที่ไม่มีใครแบบนี้ มันมีอยู่จริงหรือเปล่า

ครั้งหนึ่งศิลปินเอกช็อกองโลกอย่างปีกัสโซเคยพูดไว้ว่า “ศิลปะคือการขโมย”

และในทำนองเดียวกัน เมื่อมีนักเขียนคนหนึ่งเอ่ยถกมเดวิด โบวี ว่าเขาคิดว่าตัวเองมี
ความเป็นต้นฉบับใหม่ นักดนตรีระดับโลกตอบทันทีว่า “ไม่ ผมเหมือนขโมยที่มีรสนิยม
มากกว่า” ถกมยังตบท้ายอีกว่า “ศิลปะที่ผมจะศึกษา ต้องเป็นของที่ขโมยมาได้เท่านั้น”

ในวงการศิลปะ วงการที่ขึ้นชื่อว่าทำเงินจาก “ความคิดสร้างสรรค์” เป็นที่รู้จักดีว่างาน
ศิลปะแต่ละชิ้นที่ศิลปินผลิตออกมานั้น ไม่มีชิ้นไหนที่พูดได้ว่าเป็นของใหม่ที่ไม่เคยมี
คนทำมาก่อน

ในวงการอื่น ๆ อย่างวงการธุรกิจและเทคโนโลยีก็ไม่ต่างกัน นวัตกรรมที่เราใช้งานกัน
อยู่ทุกวันนี้ ล้วนสร้างจากสิ่งที่เคยเกิดขึ้นก่อนหน้า และผสมผสานด้วยองค์ความรู้ใหม่
เพื่อสร้างสินค้า บริการ และรูปแบบธุรกิจที่ดีขึ้นกว่าเดิม

ในโลกนี้จึงไม่มีสิ่งไหนที่เกิดขึ้นจากความว่างเปล่า

10

แต่ถ้าความแปลกใหม่ไม่มีอยู่จริง แล้วความคิดสร้างสรรค์คืออะไรกันแน่

ออสติน คลีออน นักเขียนเจ้าของหนังสือขายดีหลายเล่มที่ถกมรหัสที่อยู่เบื้องหลัง
การทำงานสร้างสรรค์ เขียนอธิบายไว้ในหนังสือเล่มหนึ่งของเขาว่า จริง ๆ แล้ว เคล็ดลับ
วิธีคิดเพื่อสร้างงานใหม่ ๆ ที่สร้างสรรค์ คือต้องเริ่มจากการหยุดพยายามสร้างงานให้
แตกต่างจากคนอื่นอย่างสิ้นเชิง

เพราะเมื่อใดที่เราหลุดพ้นจากความพยายามที่จะไม่เหมือนใคร เราจะอ้าแขนเปิดรับ
อิทธิพลและแรงบันดาลใจรอบตัว แทนที่จะวิ่งหนีจากมัน

เราจะสังเกต เรียนรู้ และ “เข้าใจ” สิ่งที่อยู่รอบตัว

เข้าใจ...ประวัติศาสตร์ เรืองเล่า หลักฐาน ข้อเท็จจริง ข้อคิดเห็น ที่ประกอบสร้างเป็น ข้อมูลที่ใกล้เคียงกับ “ความจริง” ที่เกิดขึ้นในอดีต ซึ่งเป็นที่มาของปัจจุบันที่เราอยู่ และเป็นบทเรียนในการก้าวสู่นาคตที่ดีกว่า

เข้าใจ...ผู้คน ที่มีความคิด ความเชื่อ ความฝัน และวิถีชีวิตซึ่งแตกต่างหลากหลาย และเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทและกาลเวลาเสมอ

เข้าใจ...การสื่อสารของผู้คน คำพูด ภาษา อารมณ์ ความรู้สึก เจตนา ท่าทาง และ รูปแบบที่แปรเปลี่ยนและซับซ้อนขึ้นในโลกยุคใหม่ ที่การสื่อสารไม่จำเป็นต้องเกิดขึ้น ตรงหน้าอีกต่อไป

เข้าใจ...ธรรมชาติ ที่เป็นต้นกำเนิดของทุกชีวิตบนโลก รวมถึงมนุษย์ เพื่อแสวงหา หนทางการใช้ชีวิตให้สัมพันธ์และสอดคล้องเป็นหนึ่งเดียวกัน เพราะความอยู่รอดของ ธรรมชาติ ก็คือความอยู่รอดของเราเอง

11

เข้าใจ...เทคโนโลยี สิ่งประดิษฐ์ที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมถึงแนวคิดเบื้องหลังนวัตกรรม เหล่านั้น เพื่อจะเลือกรับ และปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม เป็น “ผู้ใช้” ที่รู้เท่าทัน ไม่ปล่อยให้ ความก้าวล้ำนำหน้าความเป็นมนุษย์ ทั้งโดยเจตนาและไม่เจตนา

เข้าใจ...ตัวเอง โลกภายในที่ขับเคลื่อนชีวิตทั้งหมดของเรา ทั้งการกระทำ การเรียนรู้ และการตัดสินใจ เพื่อเริ่มต้นลงมือสร้างความเปลี่ยนแปลงอย่างที่ตั้งใจ

เมื่อเข้าใจ เราจะทำสิ่งที่ “สร้างสรรค์” ที่ไม่ได้แปลกใหม่อย่างสิ้นเชิง แต่เป็นของเดิมที่ดียิ่งขึ้น

และนี่เองที่อาจเป็นความหมายของ “ความคิดสร้างสรรค์” ที่หมายถึงความแปลกใหม่ที่ เกิดขึ้นจากความเข้าใจที่เพียงพอ

CREATIVITY
×
HISTORY

PAST FORWARD /
เดินหน้าหาอดีต



“ หากต้องการปัจจุบันที่แตกต่าง
จงเรียนรู้อดีต ”

บารุค สปิโนซา
นักปรัชญาชาวดัตช์

“หากคุณเป็นเจมส์ เมดิสัน ผู้ร่างรัฐธรรมนูญต้นฉบับของสหรัฐอเมริกา ที่กำลังอยู่ในสภาร่างรัฐธรรมนูญในปี ค.ศ. 1787 และกำลังถกเถียงกันว่ารัฐบาลกลางควรมีอำนาจในการจัดการมลรัฐอย่างไร ภายใต้สถานการณ์ที่รัฐบาลกลางมีหนี้สินและต้องจัดการกับปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำหลังเสร็จสิ้นจากสงครามปฏิวัติอเมริกา คุณจะเขียนอะไรลงไป ในรัฐธรรมนูญ”

เดวิด เอ. มอสส์ อาจารย์สอนประวัติศาสตร์จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ตั้งคำถามนี้กับนักศึกษาในชั้นเรียนประวัติศาสตร์ประชาธิปไตยอเมริกา

วิชาประวัติศาสตร์ในความทรงจำของใครหลายคน อาจไม่ต่างจากการดูหนังสักเรื่องที่เราเป็นเพียงผู้ชม แต่ในชั้นเรียนของมอสส์ เขาเลือกดึงเหตุการณ์ในประวัติศาสตร์มาตั้งเป็นโจทย์ให้นักศึกษาได้ขบคิด ตีความ และถกเถียงร่วมกัน

วิธีการสอนของมอสส์เรียกว่า Case Method หรือการใช้กรณีศึกษาเป็นสื่อหลักในการสอน เขาหยิบยืมวิธีนี้มาจากห้องเรียนเอ็มบีเอ เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ลองพาตัวเองเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ในอดีตที่ส่งผลมายังปัจจุบัน

15

การสอนแบบนี้ไม่เพียงทำให้วิชาเรียนประวัติศาสตร์ที่อัดแน่นไปด้วยข้อมูล กลายเป็นเรื่องที่เข้าถึงง่าย แต่ยังทำให้นักเรียนได้ฝึกฝนการค้นหาข้อมูล และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในห้องเรียนที่มีผู้คนหลากหลาย เพื่อทำความเข้าใจถึงผลลัพธ์ที่ตามมาของเหตุการณ์ในอดีต ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญที่จะช่วยเติมเต็มทักษะการวิเคราะห์เพื่อการแก้ปัญหาและการตัดสินใจ ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้ในทุกเรื่องของชีวิต และเป็นทักษะสำคัญในอนาคต

ความพยายามของมอสส์เป็นเพียงส่วนหนึ่งของแนวร่วมแห่งความต้องการให้วิชาประวัติศาสตร์เป็นการศึกษาเพื่อทำความเข้าใจอดีตและก้าวไปสู่อนาคตที่ดีกว่าอย่างแท้จริง ผ่านการตั้งคำถาม การถกเถียง และการตีความจากมุมมองที่หลากหลาย เพื่อไม่ให้เนื้อหาทางประวัติศาสตร์หยุดนิ่งอยู่ในการเล่าของผู้บันทึก ที่อาจจะบันทึกด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันตามห้วงเวลาและบริบท

I (W)rap up the Past I

“ผมรู้สึกตื่นเต้นมากที่ทำเนียบขาวติดต่อให้ผมมาแสดงในคืนนี้ เพราะจริงๆ แล้วผมกำลังทำอัลบั้มเพลงฮิปฮอปอยู่พอดี มันเป็นอัลบั้มที่เล่าเรื่องชีวิตของคนคนหนึ่งที่ผมคิดว่าเขามีความเป็นฮิปฮอปมาก...เขาคือรัฐมนตรีคลัง อเล็กซานเดอร์ แฮมิลตันครับ”

เสียงหัวเราะขบขันจากผู้ชมดังขึ้นทันทีที่ ลิน มานูเอล มิแรนดา ในวัย 29 ปี เอ่ยชื่อหนึ่งในบิดาผู้ก่อตั้งประเทศอเมริกา ในงาน Evening of Poetry, Music, and the Spoken Word คำคืนแห่งการแสดงดนตรีและบทกวีที่จัดโดยทำเนียบขาว ท่ามกลางกลุ่มผู้ชมในหอแสดงคือประธานาธิบดีบารัก โอบามาและสตรีหมายเลขหนึ่ง

ทุกคนคิดว่าเขาล้อเล่น แต่เขาไม่ได้ล้อเล่น

16 เพลงฮิปฮอปเพลงแรกใน The Hamilton Mixtape อัลบั้มคอนเซ็ปต์แนวแรพที่มีมิแรนดา กำลังปลุกปั้นอยู่ ถูกจัดให้เป็นไฮไลท์สุดท้ายของงานในคืนนั้น และจะเป็นครั้งแรกที่เขานำเพลงจากโปรเจกต์นี้มาแสดงต่อหน้าสาธารณชน

เนื้อเพลงที่อัดแน่นด้วยเรื่องราวชีวิตชวนติดตาม กับลีลาเพลงแบบฮิปฮอปที่มีมิแรนดา โชว์การแร็ปด้วยตัวเอง โดยมีเสียงเปียโนของอเล็กซ์ ลากามัวร์เสริมอารมณ์ให้เข้มข้นหนักแน่น ตีความสนใจของทุกคนในห้องไว้อยู่หมัด

ผู้ชมในทำเนียบขาวลุกขึ้นปรบมือให้ร้องเกรี้ยวกราวเมื่อสิ้นสุดโน้ตสุดท้ายของเพลง “Alexander Hamilton” ซึ่งจะไม่ใช่แค่เพลงแร็ปในอัลบั้มอย่างที่ตั้งใจไว้แต่แรก แต่กลายเป็นเพลงเปิดของละครบรอดเวย์เรื่องสำคัญที่สร้างประวัติศาสตร์ใหม่ให้กับวงการมิวสิคัล 6 ปีหลังจากนั้นอย่าง “Hamilton”



। เรื่องเล่าของคนยุคนั้น ถ่ายทอดโดยคนยุคนี้ ।

หนึ่งในความพิเศษของ Hamilton ที่เรียกได้ว่าเป็นการฉีกกฎเดิมของมิวสิคัล คือการนำแนวคิดแบบฮิปฮอป แร็ป อาร์แอนด์บี มาผสมผสานกับแนวเพลงมิวสิคัลทั่วไปได้อย่างลงตัว เกิดเป็นจังหวะการดำเนินเรื่องที่แปลกใหม่ คมคาย และชวนติดตาม

Hamilton ไม่ได้บอกเล่าแค่เรื่องราวชีวิตอันโลดโผนของอเล็กซานเดอร์ แฮมิลตัน บุรุษเจ้าของไบหน้าที่อยู่บนถนนมิตร 10 ดอลลาร์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงบุคคลสำคัญคนอื่นๆ ในประวัติศาสตร์ช่วงก่อร่างสร้างประเทศสหรัฐ เนื้อหาไม่ครบทุกแง่มุม ทั้งประวัติศาสตร์การเมือง เกียรติยศ ความรักและความสัมพันธ์ โดยเลือกใช้แนวเพลงหลากหลายสำหรับแต่ละฉาก เช่น เพลงแร็ปจัดจ้านสำหรับฉากตีเบตในสภา เพลงรักกินใจแบบต้นตำรับมิวสิคัลในฉากหวานซึ้ง หรือเพลงบ๊อปปี้สไตล์ดิสโก้เทิลส์ในฉากเบาๆ



ที่พิเศษมากกว่านั้นก็คือ Hamilton เป็นละครเวทีที่ตั้งใจให้นักแสดงหลากหลายเชื้อชาติ และสีผิว ทุกคนผิวดำ ฮิสแปนิก และเอเชีย-อเมริกัน มาแสดงเป็นบุคคลในประวัติศาสตร์อเมริกา มิแรนดาซึ่งแสดงเป็นอเล็กซานเดอร์ แฮมิลตัน ก็เป็นคนอเมริกันเชื้อสาย เปอร์โตริกัน

“เราไม่เห็นความสำคัญกับการนำเสนอภาพลักษณ์ภายนอกของบิดาผู้สร้างชาติให้มีเฉพาะคนขาว (แม้มันจะเป็นเช่นนั้นในทางประวัติศาสตร์ก็ตาม) ละครเรื่องนี้เป็นการเล่าเรื่องราวของชาวอเมริกันในอดีต ที่บอกเล่าโดยชาวอเมริกันในปัจจุบัน (The story of American then, told by America now)” มิแรนดากล่าว

“นักแสดงของเรามีหน้าตาเหมือนกันกับชาวอเมริกันในวันนี้ และนั่นเป็นความตั้งใจของเรา มันเป็นวิธีที่จะดึงคุณเข้ามาในเนื้อเรื่อง และเปิดโอกาสให้คุณวางกรอบความคิดทางวัฒนธรรมอะไรก็ตามที่คุณมีเกี่ยวกับบิดาผู้ก่อตั้งประเทศของพวกเขาไว้ที่หน้าประตู”

จึงไม่น่าแปลกใจหากมิวสิคัลเรื่องนี้ จะเป็นที่ชื่นชอบของผู้ชมทุกช่วงวัย หลากหลาย พื้นเพและความชอบ ทุกคนรักมิวสิคัล สวากฮิปฮอป ไปจนถึงคอปประวัติศาสตร์

“

**...LET ME TELL YOU
WHAT I WISH I'D KNOWN
WHEN I WAS YOUNG
AND DREAMED OF GLORY
YOU HAVE NO CONTROL
WHO LIVES, WHO DIES,
WHO TELLS
YOUR STORY?... ”**

19

ส่วนหนึ่งของเนื้อเพลงที่เป็นใจความหลักในการแสดง
องค์สุดท้ายของ Hamilton ที่เตือนใจว่าท้ายที่สุดแล้ว
คุณค่าของคนเรามักจะถูกตัดสินหลังจากความตายได้
พรากชีวิตของเราไปแล้วเท่านั้น และเราควบคุมไม่ได้
เลยว่า ใครจะจดจำ หรือเล่าเรื่องราวของเราอย่างไร

สิ่งเดียวที่ทำได้คือใช้ชีวิตให้ดีที่สุด เพราะประวัติศาสตร์
จะจับตาดูเรา จนกว่าจะถึงวันสุดท้ายของชีวิต

1 ชีวิตอันโลดโผนของแฮมิลตัน |

นอกจากความหลากหลายด้านเชื้อชาติของนักแสดงแล้ว วัตถุดิบต้นเรื่องที่เป็นที่มาของละครก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ Hamilton กลายเป็นที่หนึ่งในใจผู้ชม

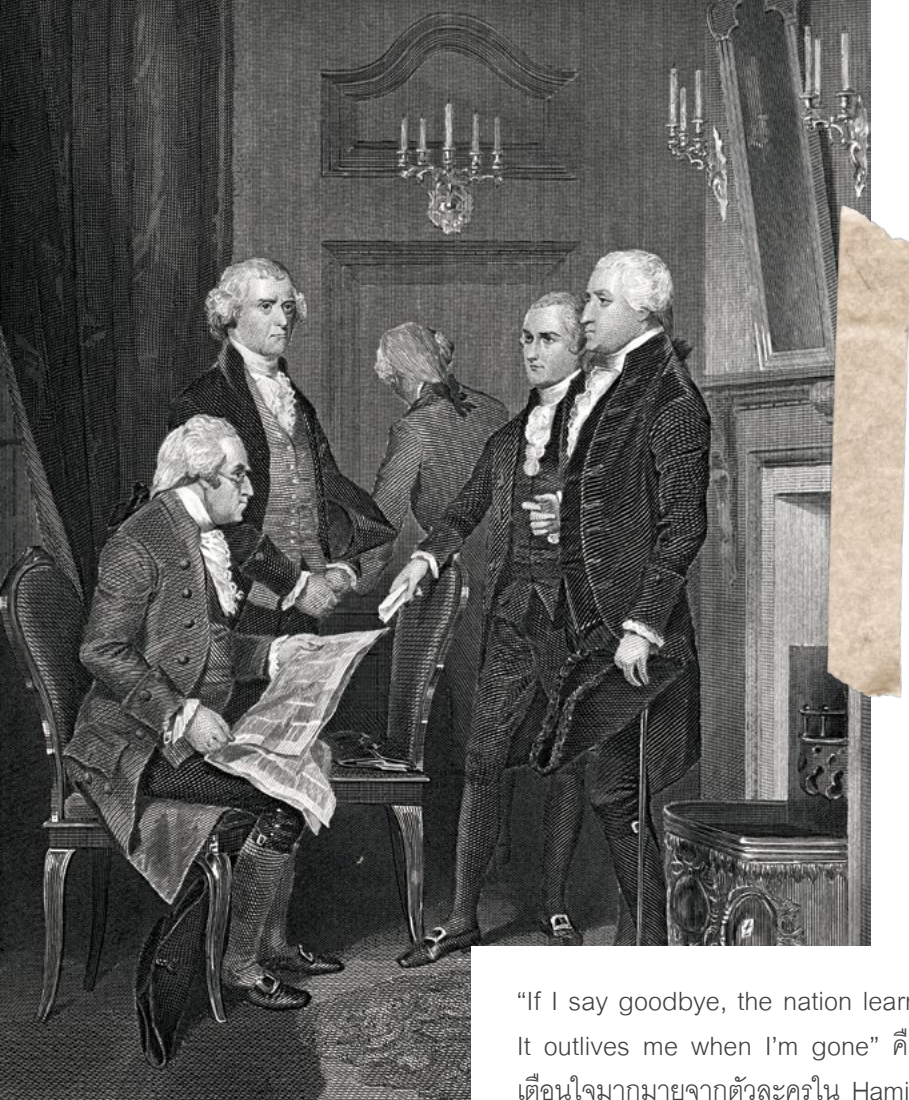
ย้อนกลับไปในวันที่มีแรนดาได้อ่านหนังสือชีวประวัติของอเล็กซานเดอร์ แฮมิลตัน ที่เขียนโดยนักประวัติศาสตร์ รอน เซอร์โนว์ เขาบอกกับตัวเองทันทีว่าเรื่องราวชีวิตที่ยืนยาวเพียง 49 ปีแต่เต็มไปด้วยสีสันจัดจ้านของแฮมิลตันช่างเหมาะจะเล่าเป็นเพลงฮิปฮอปเหลือเกิน

ในวัยเด็ก อเล็กซานเดอร์ แฮมิลตัน เป็นบุตรนอกสมรสที่พ่อแม่ทอดทิ้ง แต่มีญาติใจบุญรับมาเลี้ยงดู เขาอพยพจากเกาะแคริบเบียนเข้ามาเรียนที่คิงส์คอลเลจ สมัครเป็นทหารเพื่อต่อสู้กับอังกฤษในสงครามปฏิวัติอเมริกา ความฉลาด มุ่งมั่น และมีวาทศิลป์ ทำให้เขาได้ขึ้นมาเป็นมือขวาของจอร์จ วอชิงตัน ประธานาธิบดีคนแรกของสหรัฐฯ ได้เป็นผู้วางรากฐานการเงินการธนาคาร และผู้ร่างเอกสารที่ต่อมาถูกใช้เป็นร่างรัฐธรรมนูญสหรัฐฯ

20

แฮมิลตันแต่งงานกับลูกสาวนักธุรกิจผู้ทรงอิทธิพล แต่กลับทำลายชีวิตด้วยการเขียนบทความมาตีพิมพ์แฉตัวเองว่ามีชู้ เพื่อพิสูจน์ว่าตัวเองไม่ได้คอร์รัปชันเงินภาษี เงินค่าใช้จ่ายก้อนใหญ่ที่ถูกเพ่งเล็งนั้นเป็นเงินที่เขาจ่ายให้สามีของหญิงชู้ เพื่อปิดปากไม่ให้เรื่องไปถึงหูภรรยา และเงินทั้งหมดมาจากรายได้ของเขาเอง ไม่เกี่ยวข้องกับเงินของประชาชน ความยึดมั่นในศักดิ์ศรียังทำให้แฮมิลตันตัดสินใจทำดวลปืนแบบตัวต่อตัวกับแอนดรูว์ เบอร์ รองประธานาธิบดีสมัยประธานาธิบดีโทมัส เจฟเฟอร์สัน คัทรูทางการเมืองตลอดกาลซึ่งมีความคิดเห็นขัดแย้งกันมาตลอด กลายเป็นการดวลปืนครั้งประวัติศาสตร์ที่เลื่องลือจนถึงทุกวันนี้

ความพิถีพิถันในการเขียนบทของมิแรนดา คือการหยิบจับข้อมูลทางประวัติศาสตร์มาถ่ายทอดผ่านลีลาการเล่าที่ไม่ธรรมดา ทั้งเทคนิคการใช้คำที่คมคาย และจังหวะการเดินเรื่องที่ฉับไวแบบฮิปฮอป ชนิดที่คนดูแทบหยุดหายใจ เพราะฟังเนื้อร้อง (หรืออ่านซับไตเติล) ไม่ทัน



คณะรัฐมนตรีคณะแรกของสหรัฐอเมริกา (จากซ้ายไปขวา) : เฮนรี น็อกซ์, โทมัส เจฟเฟอร์สัน, เอ็ดมันด์ แรนดอล์ฟ, อเล็กซานเดอร์ แฮมิลตัน และประธานาธิบดี จอร์จ วอชิงตัน

"If I say goodbye, the nation learns to move on. It outlives me when I'm gone" คือหนึ่งในถ้อยคำเตือนใจมากมายจากตัวละครใน Hamilton ที่สอดแทรกตลอดการแสดง จอร์จ วอชิงตัน ประธานาธิบดีคนแรกของสหรัฐบอกกับแฮมิลตันว่า เขาตัดสินใจไม่ลงสมัครเลือกตั้งประธานาธิบดีต่อเป็นสมัยที่สาม ทั้งที่เขาเองก็รู้ดีว่าการเอาชนะคู่แข่งทางการเมืองในศึกเลือกตั้งนั้นไม่ใช่เรื่องที่ต้องกังวลเลย เพราะถ้าเขาล้าที่จะบอกลาตำแหน่งสูงสุดของประเทศในวันนี้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้นำคนอื่น อเมริกาก็จะมีชีวิตยืนยาวมากกว่าช่วงชีวิตของเขา และนั่นก็เป็นมรดกที่จอร์จ วอชิงตันได้มอบไว้ให้อเมริกา ทำให้ตั้งแต่วันนั้นจนถึงวันนี้ ไม่มีประธานาธิบดีสหรัฐคนไหนกล้าสืบทอดอำนาจนานกว่าสองสมัย

FUN FACT



Hamilton ใช้เวลาในการสร้างยาวนานถึง 6 ปี ตั้งแต่แต่งเพลงแรกในปี 2004 จนเปิดแสดงครั้งแรกที่บรอดเวย์ในปี 2009

เพลงแรกของมิวสิคัล (*Alexander Hamilton*) ใช้เวลาเขียน 1 ปีเต็ม และอีก 1 ปีสำหรับเพลงที่สอง (*My Shot*)

กวาดรางวัลนับไม่ถ้วน

- รางวัลดราม่า เดสก์ (2015) 8 รางวัล
- รางวัลพูลิตเซอร์ (2016) สาขา Drama
- รางวัลแกรมมี่ (2016) สาขา Best Musical Theater Album
- รางวัลโทนี่ (2016) 11 รางวัล (จากการเสนอชื่อเข้าชิงทั้งหมด 16 รางวัล ทบสถิติละครเพลงที่ได้รับการเสนอชื่อเข้าชิงรางวัลโทนี่มากที่สุดในประวัติศาสตร์ ทำลายสถิติเดิมของ *The Producers* และ *Billy Elliot* ที่เคยได้รับการเสนอชื่อ 15 รางวัล)

หนึ่งในนั้นคือสาขา **Best Musical** และสาขาอื่นๆ เช่น Best Choreography / Best Original Score / Best Orchestrations / Best Costume Design of a Musical / Best Lighting Design of a Musical / Best Direction of a Musical

| แร็ปเท่านั้นที่เล่าทัน |

เพราะต้องการถ่ายทอดเรื่องราวชีวิตที่ผาดโผนของแฮมิลตัน ด้วยลีลาเพลงและการใช้ภาษาที่คมคายสไตล์ฮิปฮอปเพื่อให้สมกับความเป็นเจ้าแห่งวาทศิลป์ของบิดาผู้ก่อตั้งประเทศ หลังจากที่ทีมผู้สร้างทดลองใส่บทพูดในละครแล้วพบว่าไม่เข้ากับเพลงสไตล์ฮิปฮอปที่มีแรนดาแต่งไว้ จึงตัดสินใจไม่ใช้บทพูด

Hamilton จึงเป็นละครเพลงแบบ Sung-through ความยาว 2 ชั่วโมง 50 นาทีที่เดินเรื่องด้วยบทร้องทั้งโชว์ แต่กลับอัดแน่นด้วยจำนวนคำมากกว่าละครเพลงเรื่องใดๆ

ละครเพลงทั่วไปมักจะมีจังหวะการเล่าเรื่องที่ไม่เร็วมากนัก เพราะบทสนทนาของตัวละครส่วนใหญ่จะสอดแทรกอยู่ในเพลงซึ่งใช้เวลามากในการสื่อสาร เพราะกว่าจะเอื้อนเอ่ยวาทะได้ครบใจความก็ปาเข้าไปหลายนาที แต่สำหรับแฮมิลตันที่ใช้เพลงฮิปฮอป นี่ถือเป็นการฉีกขนบครั้งสำคัญของวงการมิวสิคัล

23

Fivethirtyeight.com เว็บไซต์ที่รวบรวมสถิติที่น่าสนใจ ได้นำอัลบั้มเพลงละครมิวสิคัลเรื่องดังทั้งหมด 8 เรื่อง มาคำนวณจำนวนคำที่ถูกสื่อสารออกมาภายในเวลาหนึ่งนาที พบว่า มิวสิคัลเรื่อง Oklahoma! ใช้เฉลี่ย 59 คำต่อนาที (จากทั้งหมด 4,303 คำ) Phantom of the Opera ใช้เฉลี่ย 77 คำต่อนาที (จากทั้งหมด 4,709 คำ)

แต่ Hamilton ทำลายสถิติทั้งหมด ด้วยจำนวนคำเฉลี่ยมากถึง 144 คำต่อนาที จากทั้งหมด 20,520 คำในละครทั้งเรื่อง โดยเพลงที่เร็วที่สุดใช้เกือบ 200 คำต่อหนึ่งนาที ขณะที่เพลงที่ช้าที่สุดใช้คำระหว่าง 64-80 คำ

นอกจากนี้ จากการคำนวณของ Fivethirtyeight ยังพบด้วยว่า ถ้านำเพลงทั้งหมดใน Hamilton มาร้องด้วยจังหวะความเร็ว (จำนวนคำต่อนาที) เท่ากับเพลงในมิวสิคัลเรื่องอื่น ๆ การแสดงจะต้องใช้เวลาแสดงนานถึง 4-6 ชั่วโมงเลยทีเดียว

I เรียนประวัติศาสตร์ผ่านการแสดง I

ถ้าจะมีอะไรสักอย่างที่ทำให้เด็ก ๆ กระตือรือร้นที่จะรู้เรื่องเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ Hamilton น่าจะเป็นคำตอบแรก

Gilder Lehrman Institute of American History จึงได้จับมือกับ Hamilton เพื่อพัฒนาหลักสูตร “Hamilton Education Program” ที่ผสมผสานความรู้ประวัติศาสตร์อเมริกา เข้ากับการแต่งเพลงและบทละครสำหรับเด็ก ๆ เกรด 6-12 ไม่ใช่เรื่องธรรมดาที่โปรดักชั่นละครจะได้มีส่วนร่วมในการสร้างหลักสูตรการเรียนแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ให้สนุกสำหรับเด็ก ๆ ยิ่งขึ้น

24 นักเรียนที่เข้าร่วมในโปรแกรมจะได้ดูเอกสารทางประวัติศาสตร์ที่มีแรนดาใช้อ้างอิงในการแต่งเพลงใน Hamilton พร้อมกับเรียนรู้พื้นฐานในการสร้างสรรค์ผลงาน ก่อนที่จะได้รับการกิจให้แต่งเพลง แร็ป บทกวี หรือบทละคร Hamilton จากมุมมองของตัวเอง แถมเด็ก ๆ ที่เข้าร่วมหลักสูตรยังสามารถส่งผลงานเพลงและบทละครของตัวเองเข้ามาคัดเลือกเพื่อชิงตัวการแสดง Hamilton ที่นิวยอร์กได้อีกด้วย

หลักสูตรการเรียนนี้มีทั้งกิจกรรมในห้องเรียน และฐานข้อมูลดิจิทัลที่ครูผู้สอนสามารถนำไปใช้ประกอบในหลักสูตรวิชาประวัติศาสตร์ยุคก่อตั้งในโรงเรียนได้ นอกจากนี้ ล่าสุดทางโครงการยังได้เปิดแพลตฟอร์ม “Hamilton Education Program Online” เพื่อให้เด็ก ๆ สามารถเรียนรู้ผ่านเว็บไซต์ได้แบบฟรี ๆ อีกด้วย

| ละครที่ฟังเสียงสะท้อนจากสังคม |

#Blacklivesmatter

ปี 2020 สิบปีหลัง Hamilton เปิดแสดงครั้งแรกที่บรอดเวย์ การเสียชีวิตของจอร์จ ฟลอยด์ ชายผิวสีที่ถูกเจ้าหน้าที่ตำรวจ เดเรค เชาวิน ใช้เข่ากดคอจนเสียชีวิต จุดชนวนให้ชาวอเมริกันจำนวนมากพากันออกมาประท้วงบนท้องถนนเพื่อเรียกร้องความยุติธรรมให้คนผิวสี และกดดันให้ทางการจัดการกับปัญหาการเหยียดเชื้อชาติที่ยังรากลึกในระบบมายาวนาน

คนทั่วโลกพากันติดแฮชแท็ก #Blacklivesmatter บนโลกโซเชียลเพื่อประณามการกระทำอันโหดเหี้ยมของตำรวจสหรัฐฯ เนื้อเพลงใน Hamilton หลายประโยค ถูกเขียนลงบนแผ่นป้ายของกลุ่มผู้ประท้วง แต่ถึงอย่างนั้น Hamilton ในฐานะมิวสิคัลที่ซูเปอร์เด้น เรื่องความหลากหลายและความเท่าเทียมมาตั้งแต่ต้น และเคยแสดงออกทางการเมืองหลายต่อหลายครั้ง ก็ยังหนีไม่พ้นกระแสคึกฤทธิ์ของการชุมนุม

25

บนโลกออนไลน์มีการออกมาวิจารณ์และเรียกร้องให้ทีมงาน Hamilton ประกาศตัวอยู่ข้างการประท้วง มิแรนดาออกมาขอโทษผ่านคลิปวิดีโอสั้น ๆ ที่มีใจความสำคัญว่า “การที่เรายังไม่ได้ออกมาพูดถึง Black Lives Matter และประณามการเหยียดเชื้อชาติอย่างเป็นระบบ ถือเป็นความล้มเหลวทางจริยธรรม... ในฐานะผู้เขียนบท ผมขอแสดงความรับผิดชอบและขอโทษสำหรับความล้มเหลวนี้”

“ตอนที่ผมได้เห็นป้ายประท้วงบนถนนที่เขียนว่า ‘History Has Eyes On You’ หรือ ‘Tomorrow There’ll Be More Of Us’ มันทำให้ผมรู้ว่าภาษาที่สื่อออกไปในการแสดงนั้นเชื่อมโยงกับผู้ชมในแบบที่ทำให้ผมภาคภูมิใจอย่างไม่น่าเชื่อ” มิแรนดากล่าวถึงในอิทธิพลของละครเพลงที่มีต่อการประท้วงต่อต้านการเหยียดเชื้อชาติทั่วประเทศ




 **TaxenEmSillyInIllinois** · 07 Jul 20 ·
 #CancelCulture Give the left exactly what they want and a taste of their own medicine.
 #CancelHamilton is trending because he was a slave owner. SHUT IT DOWN and hit @disneyplus and Hollywood in the pockets. Play stupid games, win stupid prizes 😂




nypost.com
 The 'cancel' crowd should be gunning for 'Hamilton'

9 24 35

 **The Telegraph** · 31 Oct 20 ·
 “We were obviously never trying to make idols of these people. The goal was to make them as human and as flawed as possible.”

As 'His Dark Materials' returns, Lin-Manuel Miranda talks diversity and #CancelHamilton



The Telegraph
 telegraph.co.uk
 Lin-Manuel Miranda interview: 'We were never trying to make idols o...

3 11

#CancelHamilton

เรื่องดูเหมือนจะจบลงด้วยดี แต่แล้วสองเดือนถัดมา หลังจาก Hamilton เริ่มเข้าฉายครั้งแรกบนแอป Disney+ ได้เพียงวันเดียว ก็เกิดกระแส #CancelHamilton บนทวิตเตอร์ ที่เรียกร้องให้ถอดมิวสิคัลเรื่องดังกล่าวออกจากแพลตฟอร์ม เพราะมีคนยกประเด็นว่า อเล็กซานเดอร์ แฮมิลตัน ตัวเอกของมิวสิคัลนั้นมีส่วนเกี่ยวข้องในการค้าทาส แต่กลับไม่ได้มีการสื่อสารเรื่องนี้ใน Hamilton อย่างที่ควรจะเป็น แคมเปญในช่วงของการแสดงยังทำให้ดูเหมือนว่าบิดาผู้ก่อตั้งประเทศเป็นผู้ที่ยึดมั่นในความเสมอภาคของมนุษย์อีกต่างหาก

อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางกระแสร้อนแรงบนทวิตเตอร์ ก็มีหลายคนที่ออกมาปกป้องทีมงาน Hamilton พร้อมกับบอกว่าคนที่เห็นด้วยกับการให้ยกเลิกการฉาย ควรจะต้องเรียนรู้ที่จะแยกข้อเท็จจริงออกจากเรื่องแต่ง เพราะ Hamilton เป็นละครบรอดเวย์ ไม่ใช่บทเรียนประวัติศาสตร์ การบอกว่าต้องการให้ถอดหนังออกเพียงเพราะว่ามีมิวสิคัลทำให้บิดาผู้ก่อตั้งประเทศดูเป็นคนดี ไม่ใช่เหตุผลที่หนักแน่นพอ เพราะใคร ๆ ที่รู้ประวัติศาสตร์อเมริกาก็รู้กันอยู่แล้วว่าบรรดาผู้ก่อตั้งประเทศนั้นไม่ได้ชาวสะอาด

27

ทางด้านมิแรนดาก็ออกมาให้สัมภาษณ์ในเวลาต่อมาว่า เขายอมรับว่า Hamilton ไม่ได้สื่อสารประเด็นเรื่องความคิดของแฮมิลตันและกลุ่มบิดาผู้ก่อตั้งประเทศที่มีต่อการค้าทาสมากนัก ซึ่งเขาคิดว่านั่นก็เป็นการเล่าประวัติศาสตร์ที่ค่อนข้างตรงไปตรงมาแล้ว เพราะตามข้อเท็จจริงในประวัติศาสตร์ แฮมิลตันไม่ได้ทำอะไรมากเกี่ยวกับเรื่องนี้ ไม่มีบิดาผู้ก่อตั้งสหรัฐคนไหนในช่วงเวลานั้นที่ลงมือทำอย่างเพียงพอเพื่อหยุดยั้งการค้าทาสแน่นอนว่าตอนนี้บริบทได้เปลี่ยนไปแล้ว เกิดบทสนทนาในสังคมแล้วว่าเราจะทำอย่างไรได้บ้างเพื่อถอนรากถอนโคนปัญหาให้หมดไป

อันที่จริง นักประวัติศาสตร์แอนเน็ตต์ กอร์ดอน-รีด เคยออกมาพูดถึงเรื่องนี้ตั้งแต่ปี 2016 ที่ Hamilton สร้างกระแสความนิยมทั่วประเทศแล้วว่า ตัวตนของบุคคลสำคัญในประวัติศาสตร์ที่ถ่ายทอดผ่านมิวสิคัลเรื่องนี้ มีหลายจุดที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ “แฮมิลตันเป็นผู้ซื้อและขายทาสให้ครอบครัวของภรรยา และการต่อต้านการค้าทาสไม่เคยอยู่ในแผนการของเขา”



แต่ถึงอย่างนั้น เธอคิดว่าศิลปินและนักสร้างสรรค์ก็ไม่ควรถูกจำกัดสิทธิ์ในการตีความหรือบอกเล่าประวัติศาสตร์ในรูปแบบอื่น “บรรดเวทย์ไม่ใช่สารคดี ศิลปินมีสิทธิ์ในการสร้างสรรค์ผลงาน แต่นักประวัติศาสตร์ก็มีสิทธิ์ในการวิจารณ์เหมือนกัน”

สำหรับเธอแล้ว ลิน มานูเอล มิแรนดา คือ “อัจฉริยะ” และเธอก็หวังว่ากระแสความนิยมของละครเพลงเรื่องนี้จะเป็นตัวเร่งให้เกิดความสนใจในการศึกษาประวัติศาสตร์อเมริกันยุคก่อตั้งทั้งในโรงเรียนและในสังคมในวงกว้าง

เพราะท้ายที่สุดแล้ว สิ่งที่ดีที่สุดที่ผลงานสร้างสรรค์สักชิ้นจะทำให้เกิดขึ้นในสังคมได้น่าจะเป็นการสร้างบรรยากาศที่เปิดกว้างทางความคิดให้ผู้ชมได้คิดวิเคราะห์ ถกเถียง เรียนรู้ และเติบโต

| สืบจากสี่ คำอธิบายใหม่จากหลักฐานเดิม |

งานสำคัญอย่างหนึ่งของนักประวัติศาสตร์ คือการศึกษาหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ให้ละเอียดถี่ถ้วน เพื่อค้นหา “ความจริง” หรือคำอธิบายบางอย่างให้กับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะหลักฐานนั้นจะอยู่ในรูปของข้อความ ประกาศ หนังสือ แผนที่ เครื่องใช้ หรือวัตถุอื่นใดก็ตาม

แต่การศึกษาหลักฐานเหล่านี้ไม่ว่าจะต้องศึกษาเมื่อค้นพบหลักฐานใหม่เท่านั้น เพราะหลักฐานชิ้นเดิมก็สามารถมอบความรู้และคำอธิบายใหม่ ๆ ให้กับผู้ที่ศึกษาได้เสมอ ตามมุมมองและบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลง

เจ้าหน้าที่ของไรค์มิวเซียมหรือพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เมืองอัมสเตอร์ดัม ประเทศเนเธอร์แลนด์ สังเกตเห็นว่าสิ่งผิดปกติเกิดขึ้นกับภาพเขียน “The Night Watch” อันโด่งดังของเรมบรันด์ เพราะดูเหมือนว่าจะมีหมอกควันสีขาวปกคลุมรอบ ๆ ภาพสุนัขที่มุมขวาล่าง ทำให้สี่ตัวติดง

29

แม้ว่านี่จะเป็นเรื่องปกติธรรมดาที่สามารถเกิดขึ้นได้กับภาพเขียนที่มีอายุหลายร้อยปี และไม่ใช่เรื่องเร่งด่วนอะไรนัก แต่เนื่องจากนักวิจัยของพิพิธภัณฑสถานเห็นว่า ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาเทคโนโลยีที่ช่วยในการวิเคราะห์ภาพในปัจจุบันนั้นล้ำหน้าขึ้นมาก พวกเขาจึงตัดสินใจว่านี่คือเวลาที่เหมาะสมที่จะทำโครงการวิจัยและบูรณะผลงานมาสเตอร์พีซของเรมบรันด์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์ โดยตั้งชื่อปฏิบัติการว่า “Operation Night Watch”

โครงการวิจัยครั้งสำคัญนี้ เป็นการรวมเอาความเชี่ยวชาญของนักเคมี นักบูรณะ นักวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ และนักประวัติศาสตร์เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานชิ้นเอกของเรมบรันด์ โดยวิเคราะห์ด้วยกระบวนการและมุมมองทางวิทยาศาสตร์ ควบคู่ไปกับมุมมองทางศิลปะ ซึ่งจะพลิกวิธีที่เราใช้ศึกษาและฟื้นฟูงานศิลปะ นำไปสู่การค้นพบใหม่ ๆ



30



OPERATION NIGHT WATCH

กรอบกระจกขนาดใหญ่ถูกสร้างขึ้นเพื่อรักษาความปลอดภัย และเพื่อให้ผู้เข้าชมยังมองเห็นภาพวาดอันเลื่องชื่อ ขณะที่ปฏิบัติการถ่ายภาพความละเอียดสูงและการสแกนภาพรังสีเอกซ์ดำเนินไป

ทาโก ดิบบิตส์ ผู้อำนวยการโรคมิวเซียมกล่าวว่า การจะซ่อมแซมและอนุรักษ์ชิ้นงานในระยะยาวให้ได้ถูกต้องนั้น พิพิธภัณฑสถานจำเป็นต้องตรวจสอบสภาพวัตถุอย่างถี่ถ้วนด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างการถ่ายภาพความละเอียดสูง และการสแกนภาพด้วยรังสีเอ็กซ์ (Macro-XRF Scanner)¹ แล้วนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเสียก่อน จึงจะสามารถนำภาพวาดเข้าสู่กระบวนการบูรณะได้

สำหรับคาทริน เคน นักเคมีและหัวหน้าฝ่ายวิทยาศาสตร์ของโรคมิวเซียม ขั้นตอนการบันทึกและสแกนภาพวาดชิ้นเอกนั้นไม่ต่างอะไรกับ “การสแกนร่างกายแบบเต็มตัว” ของคน “มันเป็นขั้นตอนที่สำคัญมาก” เธอกล่าว “เพราะคุณคงไม่ลงมือผ่าตัดถ้ายังไม่รู้ว่ามะเร็งอยู่ตรงส่วนไหน”

และด้วยความที่ The Night Watch นั้น ไม่ต่างจากโมนาลิซาแห่งพิพิธภัณฑสถานลูฟวร์ การนำชิ้นงานซึ่งดึงดูดผู้เข้าชมกว่าสองล้านคนต่อปีขึ้นไปซ่อมหลังพิพิธภัณฑสถานเป็นเวลาหลายปีย่อมไม่อาจทำได้ ขั้นตอนการเก็บข้อมูลภาพวาดด้วยกล้องความละเอียดสูง และเครื่องสแกนรังสี ไปจนถึงการซ่อมแซมชิ้นงาน จึงเกิดขึ้นในห้องกระจกกลางพิพิธภัณฑสถานที่ถูกออกแบบมาโดยเฉพาะ เพื่อเปิดให้ทุกคนร่วมเป็นประจักษ์พยานในปฏิบัติการครั้งนี้ ทั้งในพื้นที่จริงและช่องทางออนไลน์ของพิพิธภัณฑสถาน

31

เครื่องสแกน Macro XRF นั้นทำงานได้ละเอียดกว่าเครื่องเอ็กซเรย์ในโรงพยาบาล ในขณะที่เครื่องฉายรังสีไปที่ภาพวาดแต่ละจุด พลังงานของรังสีที่สะท้อนกลับมาจะทำให้ทีมงานสามารถระบุได้ว่า ภาพวาดจุดนั้นใช้สารประกอบทางเคมีอะไรบ้าง และสันนิษฐานได้ว่าศิลปินใช้พิกเมนต์² อะไรในการผสมสีบ้าง

หลายคนอาจสงสัยว่า ในเมื่อเราสามารถมองเห็นด้วยตาเปล่าอยู่แล้วว่าภาพวาดแต่ละจุดเป็นสีอะไร แล้วการสแกนด้วยเครื่อง Macro XRF นั้นทำไปเพื่ออะไร คำตอบคือเครื่องสแกนจะทำให้เราเห็นเทคนิคการทำงานของศิลปินที่ซ่อนอยู่ลึกกลงไปนั่นเอง

¹ เครื่องวิเคราะห์ธาตุด้วยการเรืองรังสีเอ็กซ์ ใช้สำหรับวิเคราะห์องค์ประกอบทางเคมีในตัวอย่างวัตถุ

² สารที่มีสีที่ผลิตขึ้นจากเซลล์ของพืชหรือสัตว์ เช่น chlorophyll เป็นสารในพืชที่มีสีเขียว เป็นต้น

หนึ่งในการค้นพบสำคัญที่ได้จากการสแกนภาพระดับไมโครนี้ คือที่มันักวิจัยพบว่า เรมบลันด์ต์ไม่ได้ใช้ smalt (แก้วสีฟ้าที่มีโคบอลต์ออกไซด์) ในการลงสีฟ้าบนภาพเท่านั้น แต่เขายังนำมันไปผสมกับสีอื่น ๆ กระจายอยู่ทั่วทั้งภาพ เช่น ผสมในสีน้ำตาลบนภาพรองเท้าบูท ซึ่งสันนิษฐานว่าทำเพื่อเพิ่มมิติให้กับสี และเพื่อให้สีที่วาดลงไปแห้งไวขึ้น

คาทริน เคน หัวหน้าฝ่ายวิทยาศาสตร์ของโรคมิวเซียมอธิบายว่า เอกลักษณะของเรมบลันด์ต์นั้นคือ วิธีการผสมสีที่แปลกใหม่ หนึ่งในเทคนิคของเขาที่นักเรียนศิลปะู้กันดีก็คือ “impasto” หรือการลงสีปริมาณมากเพื่อให้ภาพวาดมีความเป็นสามมิติและดูสมจริง การใช้ smalt มาผสมในสีอื่น ๆ ที่ไม่ใช่แค่สีฟ้า จึงน่าจะเป็นเทคนิคที่เพิ่มพื้นผิวให้ภาพ และช่วยให้สีแห้งเร็ว “ฉันคิดว่าความกระหายในการสร้างเอฟเฟกต์บางอย่างในภาพวาดของเรมบลันด์ต์ คือสิ่งที่ทำให้เขาเป็นศิลปินที่พิเศษ และนั่นก็คือสิ่งที่เรากำลังพยายามศึกษาให้เข้าใจมากขึ้น”

32

อีกหนึ่งความมหัศจรรย์ที่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีวันนี้นำมมาให้ก็คือ รังสีเอกซ์นั้นสามารถทะลุผ่านพื้นผิวของภาพวาดและเผยให้เราเห็นสิ่งที่อยู่ด้านล่างของสีชั้นบนสุดของภาพได้ด้วย ทีมนักวิจัยของโรคมิวเซียมจึงหวังว่า ปฏิบัติการสแกนผลงานในครั้งนี้ อาจจะทำให้พวกเขามองเห็นกระบวนการสร้างสรรค์งานของศิลปินเอกในแบบที่ละเอียดขึ้น เช่นว่า เขามีการเปลี่ยนใจระหว่างการทำงานบ้างหรือเปล่า มีการเปลี่ยนตำแหน่งขององค์ประกอบในภาพอย่างไร หรือเพิ่มองค์ประกอบอะไรลงไปในนาทีสุดท้ายหรือไม่

และที่สำคัญที่สุด การศึกษาภาพวาดของ Operation Night Watch ครั้งนี้ ยังจะช่วยให้ นักวิจัยเข้าใจด้วยว่า ภาพวาดมีการเปลี่ยนแปลงหรือเสื่อมไปตามกาลเวลาอย่างไรบ้าง พร้อมกับเป็นการประเมินประสิทธิภาพของการบูรณะภาพครั้งก่อน ๆ ด้วยว่า วัสดุและวิธีที่ใช้ในการซ่อมแซมนั้นส่งผลกับภาพอย่างไร เพราะอย่าลืมว่าจุดเริ่มต้นของปฏิบัติการ “สืบจากสี” ครั้งนี้ เกิดขึ้นเพราะทีมงานตั้งข้อสังเกตว่า รอยหมอกควันสีขาวรอบตัวสุนัขที่มุมล่างของภาพนั้น ไม่น่าจะเป็นความตั้งใจของเรมบลันด์ต์ นักวิจัยจึงเชื่อว่าการสแกนภาพจะช่วยให้พวกเขาพบคำตอบ ว่าอะไรกันแน่ที่ทำให้ภาพเปลี่ยนสี

นับตั้งแต่ครั้งสุดท้ายที่ The Night Watch ได้รับการบูรณะในปี 1975 เป็นเวลากว่า 45 ปีแล้วที่ไม่มีใครแตะต้องภาพเขียนชิ้นเอกที่มีชื่อเสียงที่สุดในเนเธอร์แลนด์ ชิ้นนี้อีกเลย แต่ด้วยเทคโนโลยีจากศตวรรษที่ 21 ผสานกับความเชี่ยวชาญของนักเคมี นักบูรณะ นักวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์และนักประวัติศาสตร์ โลกจึงมีโอกาสได้ย้อนกลับมาทำความเข้าใจหลักฐานชิ้นเดิมอีกครั้ง เพื่อค้นหาคำอธิบายใหม่ ๆ ให้กับเรื่องราวในอดีตต่อไป

TOWNSENDS



| ประวัติศาสตร์กินได้ |

ไม่ใช่เรื่องแปลกถ้าคุณบังเอิญไถ่พิศบนยูทูปมาเจอคลิปวิดีโอของแซนแนลที่มีชื่อว่า "Townsend" แล้วหลงเข้าใจไปว่านี่คือคลิปของหนังย้อนยุคสักเรื่อง เพราะภาพหน้าปกคลิปที่มี โจนาธาน ทาวน์เซนต์ เจ้าของแซนแนลซึ่งอยู่ในชุดเสื้อผ้าแบบโบราณ ดูเฝิน ๆ ก็ชวนให้คิดอย่างนั้นจริง ๆ

33

ปัจจุบัน Townsends มีผู้ติดตามทั่วโลกมากกว่าหนึ่งล้านคน คอนเทนต์หลัก ๆ ที่โจนาธานนำเสนอในช่องของเขาคือรายการสอนทำอาหารย้อนยุคสุดเนิร์ด โดยถอดสูตรจากตำราอาหารโบราณอย่าง *The Professed Cook* หรือ *American Cookery* ให้ได้ชมและลองไปทำตามกันที่บ้าน พร้อมทั้งสอดแทรกเกร็ดความรู้เรื่องวัฒนธรรม สังคม และวิถีชีวิตที่เชื่อมโยงกับอาหารที่กำลังทำไปด้วย

สูตรอาหารบางจานที่โจนาธานนำมาสาธิต แม้จะใช้วัตถุดิบที่เราคุ้นเคยกันดี แต่ก็นึกภาพไม่ออกว่าจะผสมกันได้อย่างไร เช่น เมนู “กาแฟไข่ (Coffee Eggs)” จากตำราอาหารปี 1769 ที่ไม่ได้แยกกันกิน แต่เป็นการนำกาแฟที่ชงแล้วมาตีพร้อมกับไข่แดงดิบผสมน้ำตาลเล็กน้อยตามต้องการ เทใส่แม่พิมพ์หรือถ้วยอบขนมแล้วนำไปอบ เป็นเมนูโบราณที่โจนาธานเองก็เดาไม่ออกว่าจะมีรสชาติอย่างไร แถมไม่รู้ว่ามีนคืออาหารจานหลักหรือของหวานกันแน่ แต่หลังจากได้ชิมดูแล้ว เขาก็บอกว่าไม่ได้แย่ พร้อมบรรยายรสชาติและสัมผัสของอาหารให้เราได้จินตนาการกันต่อ

“เพมมิแคน (Pemmican)” เมนูเอาชีวิตรอดที่อัดแน่นด้วยโปรตีนและไขมันซึ่งคนพื้นเมืองในทวีปอเมริกาเหนือนิยมทำเป็นเสบียงไว้กินระหว่างการออกล่าสัตว์หรือเดินทางไกล

“เบียร์สพรูซ (Spruce Beer)” เเสบียงบำรุงร่างกายของกองทัพฝ่ายอาณานิคม ที่เขาออกไปเก็บต้นสนสพรูซและตั้งแคมป์ก่อไฟต้มเบียร์ถึงในป่า

34

หรือเมนูยอดฮิตทุกยุคทุกสมัยอย่าง “ไก่ทอดสไตล์อังกฤษ” จากตำราปี 1736 ที่ใช้ส่วนผสมและเครื่องปรุงต่างจากไก่ทอดที่เรากินในปัจจุบันมาก แถมยังหน้าตาน่ากินจนมีคนดูเอาสูตรไปทำตามแล้วกลับมาคอมเมนต์รายงานความสำเร็จกันเพียบ

ในหลายคลิป โจนาธานยังได้เชิญผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์มาร่วมแบ่งปันความรู้ในรายการด้วย เช่น ไมเคิล ทวิตตี นักประวัติศาสตร์อาหารที่เชี่ยวชาญด้านชุมชนแอฟริกันอเมริกันในช่วงกลางศตวรรษที่ 18 ถึงกลางศตวรรษที่ 19 ซึ่งมาร่วมสาธิตวิธีการทำ “ซุ้บกระเจี๊ยบ (Okra Soup)” อาหารจานร้อนสูตรดั้งเดิมของชุมชนทาสชาวแอฟริกันในอเมริกา พร้อมกับบอกเล่าเกร็ดประวัติศาสตร์น่ารู้เกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ของชาวแอฟริกันในยุคนั้น

| ประวัติศาสตร์ขายได้ |

บางคนอาจคิดว่าโจนาธานเป็นยูทูบเบอร์ แต่จริง ๆ แล้วเขาคือผู้สืบทอดธุรกิจขายของย้อนยุคของครอบครัวที่ก่อตั้งในปี 1973 โดยเจมส์ ทาวน์เซนต์พ่อของเขา ร้านของเขาเป็นร้านขายของเล็ก ๆ ที่เริ่มจากการขายอุปกรณ์ตั้งแคมป์สำหรับนักจำลองประวัติศาสตร์³ ในเซาเทิร์นอินเดียน่า ก่อนที่โจนาธานจะมารับช่วงต่อกิจการตั้งแต่ปี 1995 เป็นต้นมา

ทุกวันนี้ ร้าน Townsends เป็นเหมือนวอลมาร์ตที่รวบรวมสินค้าย้อนยุคในศตวรรษที่ 18 และ 19 ไว้หลายร้อยรายการ ทั้งเครื่องครัว เครื่องแต่งกาย อุปกรณ์เย็บปักถักร้อย และข้าวของเครื่องใช้อื่น ๆ เช่น ไม้ตีไข่ที่ทำจากไม้เบิร์ช กาบหมากแปดใบ สายรัดถุงเท้า ไปจนถึงชุดกระโปรงผ้าฝ้าย สินค้าหลายชิ้นเป็นงานทำมือ หลายชิ้นต้องใช้เวลาศึกษาค้นคว้าหลายชั่วโมงในระหว่างการผลิต โดยขายผ่านทั้งหน้าร้านและออนไลน์

สินค้าที่ Townsends ผลิตเป็นของย้อนยุคในช่วงปี 1750-1840 ซึ่งเป็นยุคที่เกิดความเปลี่ยนแปลงมากมาย ตั้งแต่การก่อตั้งประเทศอเมริกา การเปลี่ยนผ่านจากยุคเกษตรกรรมเข้าสู่อุตสาหกรรม มีวิวัฒนาการในการผลิตสินค้าเกิดขึ้นมากมาย “หลังจากปี 1840 ทุกอย่างก็เริ่มผลิตในโรงงานแล้ว ก่อนหน้านั้นทุกอย่างทำด้วยมือล้วน ๆ” โจนาธานกล่าว “เราทำงานกับช่างฝีมือทั่วประเทศ และผลิตสินค้าหลายอย่างด้วยตัวเองที่นั่นในอินเดียนา เราพยายามจะส่งมอบของประวัติศาสตร์ที่ลูกค้าสามารถใช้งานได้ทุกวัน มันสนุกแต่ก็มีความท้าทายหลายอย่าง”

35

Townsends ยังเป็นหนึ่งในพื้นที่เฟื่องของการฮอลลีวูด 40 กว่าปีที่ผ่านมามีพวกเขาจำหน่ายเสื้อผ้าและข้าวของเครื่องใช้ย้อนยุคมากมายให้อุตสาหกรรมบันเทิง ของใช้จากร้านของพวกเขาปรากฏอยู่ในรายการโทรทัศน์ ซีรีส์ และภาพยนตร์ชื่อดังหลายต่อหลายเรื่อง เช่น Pirates of the Caribbean, National Treasure, The Patriot, Turn: Washington's Spies และ Outlander

³ นักจำลองประวัติศาสตร์ (Reenactor) คือกลุ่มคนที่ชื่นชอบการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ผ่านการจำลองเป็นงานอดิเรก ด้วยการใส่เครื่องแต่งกายย้อนยุค และนำข้าวของเครื่องใช้ที่ผลิตในยุคนั้น ๆ ในประวัติศาสตร์มาใช้ โดยมีจุดประสงค์เพื่อเรียนรู้และความบันเทิง

ย้อนกลับไปตอนที่โจนาธานและพนักงานร้าน Townsends เริ่มถ่ายวิดีโอลงยูทูปในปี 2008 นั้นพวกเขาเพียงแค่ต้องการสอนวิธีการใช้งานสินค้าบางชิ้นที่อธิบายยาก รวมถึงทำคลิปเพื่อดึงดูดและสร้างความผูกพันกับลูกค้าให้รู้สึกเชื่อมโยงกับเรื่องราวอดีตเท่านั้น แต่สิ่งที่อยู่เหนือความหมายก็คือเสียงตอบรับจากผู้ชมที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายของร้าน “ผู้คนจากทั่วโลกดูวิดีโอของเรา พวกเขารู้สึกเชื่อมโยงกับมัน และเข้ามาพูดคุยกับเรา ตรงกันข้ามกับเมื่อสิบปีก่อน ตอนนั้นเรารู้สึกค่อนข้างโดดเดี่ยวมากกับสิ่งที่กำลังทำอยู่” เจ้าของร้านและยูทูปแชนแนลที่มีผู้ติดตามมากกว่าหนึ่งล้านคนกล่าว

“อาหารน่าจะเป็นสิ่งที่เชื่อมโยงหลักกับทุกคน มันเป็นวิธีการสื่อสารที่เราไม่ได้นึกถึงมากนักในโลกสมัยใหม่ แต่มันน่าจะเป็นหนึ่งในวิธีที่ดีที่สุดในการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนเลยล่ะ” โจนาธานตั้งข้อสังเกต ในช่วงหลายปีแรกของการทำคลิป เขากับทีมงานลองผิดลองถูกหลายอย่าง กว่าที่จะพบว่าคลิปสอนทำอาหารและวิถีชีวิตแบบย้อนยุคคือคอนเทนต์ที่ใช้สำหรับ Townsends

36

แม้ว่าผู้ติดตามส่วนใหญ่บนยูทูปของ Townsends จะไม่ใช่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายที่จะซื้อข้าวของเครื่องใช้จากร้าน (ประมาณ 20% ของลูกค้าที่ซื้อของผ่านเว็บไซต์มาจากยูทูป) แต่ก็เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ Townsends เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น ร้านของเขามีลูกค้าชาวจีนไม่ใช่คอประวัติศาสตร์แวะเวียนมาเป็นครั้งคราว

“มีของบางชิ้นในร้านเราที่ดูเหมือนจะถูกใจคนยุคใหม่ บางคนชอบเพราะอยาก จะเอาไปใช้เป็นของแต่งบ้าน ส่วนบางคน ก็อยากจะมีของสักชิ้นที่จะทำให้พวกเขา รู้สึกเชื่อมโยง และคิดถึงเรื่องในประวัติศาสตร์”



I Back to the Future I

เราเรียนประวัติศาสตร์ไปเพื่ออะไร ประวัติศาสตร์ทำนายอนาคตได้จริงหรือ

คำตอบของคำถามเหล่านี้อาจแตกต่างกันไปในแต่ละคน สำหรับ Artichoke กลุ่มคนทำงานด้านศิลปะขนาดใหญ่ในพื้นที่สาธารณะมองว่า การหยิบอดีตกลับมาพูดในบริบทปัจจุบัน ไม่เพียงแต่ทำให้เราระลึกถึงสิ่งที่จบไปแล้วเท่านั้น แต่ยังกระตุ้นให้เราตระหนักถึงปัจจุบันและตั้งคำถามกับอนาคตได้ด้วย

ในปี 2016 เป็นปีครบรอบ 350 ปีแห่งเหตุการณ์ไฟไหม้ครั้งใหญ่ของกรุงลอนดอน (Great Fire of London) Artichoke ได้รับมอบหมายให้จัดเทศกาล London's Burning ว่าด้วยมุมมองร่วมสมัยที่มีต่อเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ครั้งสำคัญนี้ พวกเขาจึงเชิญศิลปินและนักวิชาการมาร่วมสร้างสรรค์ผลงานกระจายไปทั่วพื้นที่ที่เคยไฟไหม้ โดยเป็นการย้อนกลับไปรำลึกถึงเหตุการณ์ในวันนั้น ตลอดจนการถกคิดถึงภัยคุกคามใหม่ๆ ที่เมืองทั้งหลายต้องเผชิญทั้งในวันนี้และอนาคต ตั้งแต่ภาวะโลกร้อนไปจนถึงความขัดแย้งต่าง ๆ ทั่วโลก

37

ย้อนกลับไปในวันอาทิตย์ที่ 2 กันยายน 1666 ไฟเริ่มลุกไหม้จากร้านเบเกอรี่ในตรอกพุตดิ้ง เลน (Pudding Lane) และขยายเป็นวงกว้างขึ้นเรื่อย ๆ ทั่วเขตเมืองซึ่งรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยยุคกลางและมีประชากรอาศัยอยู่ประมาณ 80,000 คน

ไฟไหม้เป็นเวลา 4 วัน ทำลายบ้านเรือนไป 13,200 หลัง ส่งผลให้ผู้อยู่อาศัยกว่า 70,000 คนต้องกลายเป็นคนไร้บ้าน สถานที่สำคัญทางราชการและโบสถ์ทั้งหลายพังทลายลง

ความเสียหายในครั้งนั้น ในแง่หนึ่งคือโศกนาฏกรรมที่ไม่มีใครอยากให้เกิดขึ้น แต่ในอีกแง่หนึ่งมันคือสิ่งที่ทำให้ลอนดอนกลายเป็นลอนดอนในทุกวันนี้ ทั้งผังเมืองและมหาวิทยาลัยเชลล์ฟอลท์มีหน้าตาอย่างที่เราเห็นกันในปัจจุบัน ก็เป็นผลพวงจากเพลิงไหม้ในครั้งนั้น ด้วยเหตุนี้ สำหรับ Artichoke แล้ว เทศกาล London's Burning จึงเป็นทั้งการรำลึกและเฉลิมฉลองไปพร้อม ๆ กัน

กิจกรรมในเทศกาลนั้นมีทั้งงานศิลปะจัดวาง การแสดงสด ไปจนถึงกิจกรรมเดินทัวร์ และเสวนา ที่มีศิลปินจาก Station House Opera ออกแบบวิธีบอกเล่าเส้นทางที่ เปลวเพลิงลุกไหม้ในปี 1666 ด้วยการใช้อิฐมวลเบาขนาดใหญ่ตั้งเรียงกันเป็นโดมิโน 3 เส้นทาง ตลอดแนว 6 กิโลเมตร แล้วเริ่มล้มอิฐก้อนแรกพร้อม ๆ กัน หากอิฐล้ม ไปจนถึง 3 จุดสุดท้ายได้สำเร็จ ไฟก็จะถูกจุดให้ประติมากรรมที่ตั้งอยู่พังทลายลงมา ราวกับเป็นภาพเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อ 350 ปีก่อน

นอกจากนี้ ยังมีการแสดงที่ชื่อว่า “Holoscenes” ของนักแสดงจากกลุ่ม Early Morning Opera ที่เดินรำและแหวกว่ายอยู่ในแทงก์น้ำขนาดใหญ่ ในขณะที่น้ำกำลังไต่ระดับ สูงขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อสะท้อนว่า ภัยที่กำลังคุกคามโลกในปัจจุบันอาจไม่ใช่แค่ภัยอย่าง ในอดีต แต่เป็นภัยจากน้ำต่างหาก

38 เทศกาล London’s Burning ปิดฉากลงด้วยโปรแกรมไฮไลต์อย่าง “London 1666” ที่ Artichoke ร่วมมือกับเดวิด เบสท์ ในการสร้างประติมากรรมยาว 120 เมตร ซึ่งจำลอง เมืองลอนดอนในศตวรรษที่ 17 กลับขึ้นมาใหม่ เพียงเพื่อที่จะถูกไฟเผาไหม้อดไหม้ กลางแม่น้ำเทมส์

เดวิด เบสท์ เป็นศิลปินชาวแคลิฟอร์เนียซึ่งโด่งดังจากผลงานการสร้างวิหารไม้ในหลาย พื้นที่ทั่วโลก เบสท์สร้างให้วิหารไม้ของเขาดำรงอยู่เพียงชั่วคราว เปิดให้ใครก็ตามที่ สูญเสีย หวังจะได้รับการให้อภัย หรือต้องการให้อภัยผู้อื่น ได้เข้ามาใช้เวลาอยู่กับตัวเอง และปลดปล่อยความรู้สึกเหล่านั้น ก่อนที่ทุกคนจะร่วมมือกันมองไฟที่เผาไหม้อาคารทั้งหลาย ลงไปพร้อมกัน

สำหรับการสร้างสรรค์ผลงาน London 1666 ในครั้งนี้ เบสท์ต้องการสะท้อนว่า เมื่อ 350 ปีก่อนมีผู้คนที่ถูกขับไล่และต้องย้ายที่อยู่อย่างไร ทุกวันนี้ก็ยังเป็นอยู่อย่างนั้น ต่างกันที่ว่า ชาวลอนดอนชนชั้นล่างในวันนี้ไม่ได้ถูกผลักดันโดยเปลวไฟสีแดงแต่เป็น เปลวไฟทางเศรษฐกิจมากกว่า

HOLOSCENES







ท่ามกลางกลุ่มควันที่พวยพุ่งและเปลวไฟที่ลุกโชน
อยู่กลางแม่น้ำเทมส์ในวันนั้น คงจะทำให้ผู้ชม
หลายหมื่นที่ยืนมองอยู่จากทั้งสองฝั่งแม่น้ำ
และอีกหลายแสนรับชมผ่านทางการถ่ายทอด
สดออนไลน์ ได้รำลึกถึงเหตุการณ์ที่พลิกโฉม
ลอนดอนเมื่อหลายร้อยปีก่อน และตระหนักถึง
สิ่งที้อาจจะเกิดขึ้นในอนาคตเพื่อเตรียมรับมือ
ได้บ้าง



*ประวัติศาสตร์ทำให้เราเห็นว่า
ทุกการกระทำของเราส่งผล
บางอย่างเสมอ แม้ไม่รู้ว่า
ส่งผลอย่างไร แต่เรารู้แน่ๆ
ในทุก ๆ ห้วงเวลา เราแต่ละคน
ต่างมีความรับผิดชอบที่ต้อง
แบกรับ ประวัติศาสตร์เน้นย้ำ
และมอบความรู้สึกลงทางจริยธรรม
ให้แก่เรา ”*

41

ทิโมธี ชไนเดอร์
นักประวัติศาสตร์ชาวอเมริกัน

CREATIVITY
×
GENERATION

**KIDS THESE DAYS /
เด็กสมัยนี้**



“คนหนุ่มสาวมักมีความคิดที่สูงส่งเพราะชีวิตพวกเขายังไม่ถูกทำร้าย หรือมีประสบการณ์จากสถานการณ์บีบบังคับ”

จาก Rhetoric, Aristotle (400 ปีก่อนคริสตกาล)

“พ่อแม่มักเป็นต้นเหตุของความยุ่งยากหลายอย่างทั้งที่เป็นหน้าที่ แต่พวกเขาล้มเหลวในการสอนลูกให้รู้จักควบคุมตัวเองและมีวินัย”

จากบทความ Problems of Young People,
Leeds Mercury (1938)

44

“เด็กสมัยนี้ได้รับการประคบประหงมจนทำให้พวกเขาล้มไปแล้วว่า มันมีสิ่งเรียกว่าการเดินทาง พวกเขาเลือกจะขึ้นรถบัสแบบไม่ต้องคิด... เว้นแต่ว่าพวกเขาจะต้องทำบางอย่าง อนาคตของการเดินทางน่าสงสารเสียจริง”

จากบทความ Scottish Rights of Way:
More Young People Should Use Them”
Falkirk Herald (1951)

“ความปรารถนาของนายจ้างที่แสนดีในการจ้างงานเพื่อให้เลี้ยงตัวได้เหมือนจะค่อย ๆ หายไป เพราะพวกเขาหลีกเลี่ยงงานระดับล่างที่ไม่ได้ทำทนายสติปัญญา”

จากบทความ Meet Generation X,
Financial Times (1995)

วันนี้

“ถ้าหากมิลเลนเนียลคิดถึงแต่ตัวเอง และคาดหวังว่าโลกจะต้องเคลื่อนมาหา แล้วก็ยังมีพ่อแม่ที่คอยทำความสะอาดห้องให้ลูกจนถึงอายุ 20 เราก็คงโทษใครไม่ได้นอกจากตัวเรา โดยเฉพาะแม่และพ่อของเรา”

จากบทความ Millennials Are Selfish and Entitled, and Helicopter Parents Are to Blame, Time (2014)

“ตลาดแรงงานทุกวันนี้เต็มไปด้วยมิลเลนเนียลที่มีความมั่นใจมากกว่าความสามารถ”

จากบทความ Millennials: 'Their Overconfidence at Work Can Look Delusional', Irish Independent (2017)

“เจเนอวาย...เป็นพวกเปลี่ยนงานไปเรื่อย เพราะคิดว่าอยู่เหนือกว่าที่จะมาเริ่มต้นทำงานตั้งแต่ระดับล่าง เรียกได้ว่าพวกเขาเป็นพนักงานที่ไม่น่าปรารถนา”

จากบทความ The 40-Hour Weeks... I Think It's Slowly Killing You, Independent (2017)

“เด็กยุคนี้ออกจะขี้เกียจและคิดว่างานทั่วไปง่ายเกินกว่าทักษะของพวกเขา”

จากบทความ A Generation With a Huge Sense of Entitlement, Daily Mail (2017)

ไม่เหมือนอดีตที่ทิ้งร่องรอยให้เห็นภาพชัด อนาคตคือความเลือนรางที่แต่ละคนก็วาดหวังในสิ่งที่แตกต่างกัน และดูเหมือนว่าผู้ที่กำหนดอนาคตของโลกได้หนักแน่นที่สุดคงไม่ใช่ผู้ที่สร้างประวัติศาสตร์ของเมื่อก่อน แต่เป็น “คนรุ่นใหม่” หรือ “เด็กสมัยนี้” แม้จะโดนตราหน้าว่าไม่เอาไหนและได้รับฉายาที่รุนแรงมากกว่าคนรุ่นก่อนหน้าซึ่งเห็นได้จากประโยคเด็ดที่รวบรวมขึ้นมาโดยสำนักข่าวบีบีซีในบทความเรื่อง People have always whinged about young adults. Here's proof (2017) ที่เทียบสองระยะเวลาให้เห็นถึงความจริงที่ว่า คนรุ่นก่อนก็มักมองว่าคนรุ่นใหม่รักสบาย มั่นใจเกินเหตุ คาดหวังสูง และต้องโทษพ่อแม่ที่เลี้ยงมาแบบนี้ แต่ทุกสมัยต่างก็มีบริบทในการเติบโตที่แตกต่างกัน อาการชัดใ้กับสิ่งที่เคยเจอในอดีตกับสิ่งที่เกิดขึ้นปัจจุบันจึงหลีกเลี่ยงไม่ได้

และไม่ว่าคุณจะชอบใจคนรุ่นใหม่หรือไม่ แต่ถึงอย่างไร พวกเขาก็มักเป็นเจ้าของอนาคตที่แท้จริง

46

คนรุ่นใหม่ที่ว่าคือชาวเจนเออร์แซนซี (Generation Z) หรือผู้ที่เกิดระหว่างปีค.ศ. 1995-2015 ช่วงเวลาที่เทคโนโลยีเบ่งบานแบบไม่หยุดหย่อน ชาวเจนซีจึงเกิดมาพร้อมความสามารถที่เรียกได้ว่าเป็น “Digital Native” ซึ่งปัจจุบันเป็นประชากรที่มีจำนวนมากที่สุดของโลก ด้วยสัดส่วนคิดเป็น 32% ของประชากรโลก หรือประมาณ 2.47 พันล้านคน

แน่นอนว่าเมื่อคลื่นความคิดของคนรุ่นใหม่เข้าปะทะกับบริบทโลกแบบเก่าที่คนรุ่นก่อนเคยปูทาง การเติบโตที่แตกต่างย่อมเกิดขึ้น

คำถามอยู่ที่ว่า ตัวตนของคนรุ่นใหม่นับเป็นความสร้างสรรค์สำหรับโลกใบนี้ได้หรือไม่

หากคำตอบคือใช่ มาดูกันว่าเด็กสมัยนี้กำลังนำพาความสร้างสรรค์มาขับเคลื่อนต่อยอด และปลุกปั้นความเป็นไปได้ใหม่ ๆ เพื่อให้โลกนี้ดีขึ้นได้อย่างไร

“

หนูไม่เคยเห็นโลกนี้ก่อนเหตุการณ์ 9/11 หนูไม่เคยเห็นโลกนี้ก่อนที่จะไม่มีปัญหาโลกร้อน มันไม่ใช่ที่เราซิงซากับเรื่องเหล่านี้ แต่ตรงกันข้าม พวกเราารู้ดีว่าต้องอยู่กับมันไปทั้งชีวิต มันทำให้เราไม่มีทางเลือกอื่น นอกจากต้องเปลี่ยนแปลง ”

47

คริสติน เซนต์ หลุยส์
นักเรียนมัธยมปลายวัย 17

1 ใครไม่แคร์ รุ่นนี้แคร์ 1

ทำไมเกรตา ธันเบิร์ก วัยรุ่นที่ควรจะอยู่ในช่วงกังวลกับการเตรียมสอบเข้ามหาวิทยาลัย ถึงใส่ใจกับปัญหาโลกร้อนมากจนต้องโดดเรียนทุกวันศุกร์และไปนั่งประท้วงหน้าทำเนียบรัฐบาล เพื่อเรียกร้องให้ผู้มีอำนาจลงมือแก้ปัญหาเรื่องนี้อย่างจริงจัง

ทำไมโจชัว หว่อง ถึงตัดสินใจเสี่ยงอนาคตและชีวิตของเขาเพื่อขึ้นมาเป็นหนึ่งในผู้นำขบวนการประท้วงเพื่อเรียกร้องประชาธิปไตยและสิทธิพลเมืองชาวฮ่องกงในอายุเพียง 14 ปี

ทำไมมาลาลา ยูซุฟไซ เด็กสาวชาวปากีสถานถึงกล้าต่อต้านอำนาจกลุ่มผู้ก่อการร้ายติดอาวุธตาลีบันเพื่อเรียกร้องความเท่าเทียมและสิทธิทางการศึกษาสำหรับเยาวชนจนต้องถูกยิงที่ศีรษะ





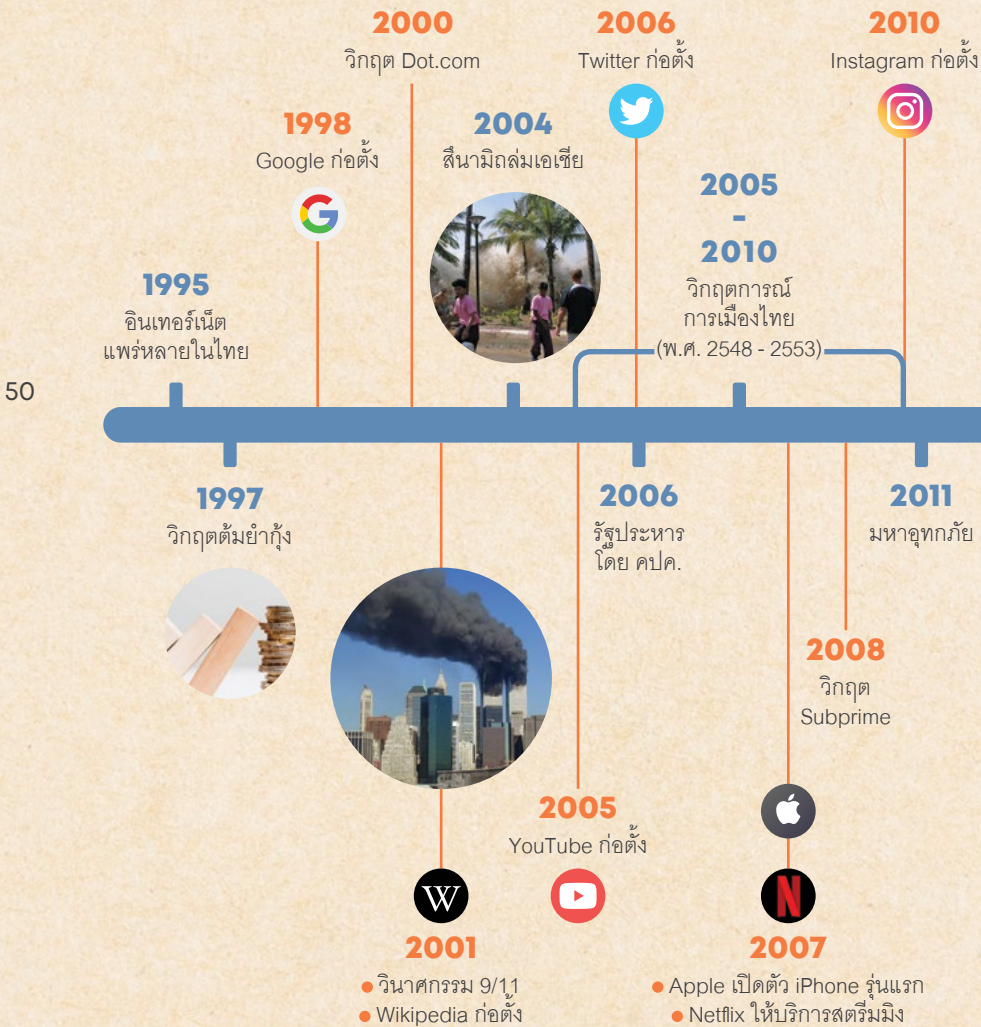
। หน้าที่อันหนักอึ้งนี้ไม่ได้เป็นของผู้ใหญ่หรือ |

ในขณะที่พวกผู้ใหญ่กำลังยุ่งอยู่กับการสร้างอนาคตให้ตัวเอง แต่เด็กเจนซีที่เกิดและเติบโตมาในยุคของข้อมูลที่เข้าถึงง่ายที่สุด โลกที่กว้างมากกว่าคนรุ่นไหน ๆ ทำให้เพียงเวลาไม่กี่วินาทีพวกเขาสามารถเห็นปัญหาที่เกิดขึ้นในอีกฟากโลก ชีวิตที่เชื่อมต่อและอยู่ในโหมดออนไลน์แทบจะตลอดเวลา ทำให้เด็กสมัยนี้ไม่อยากทนนิ่งเฉยกับความอยุติธรรมใด ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกใบนี้ ที่ซึ่งมีอนาคตของพวกเขาเป็นเดิมพัน

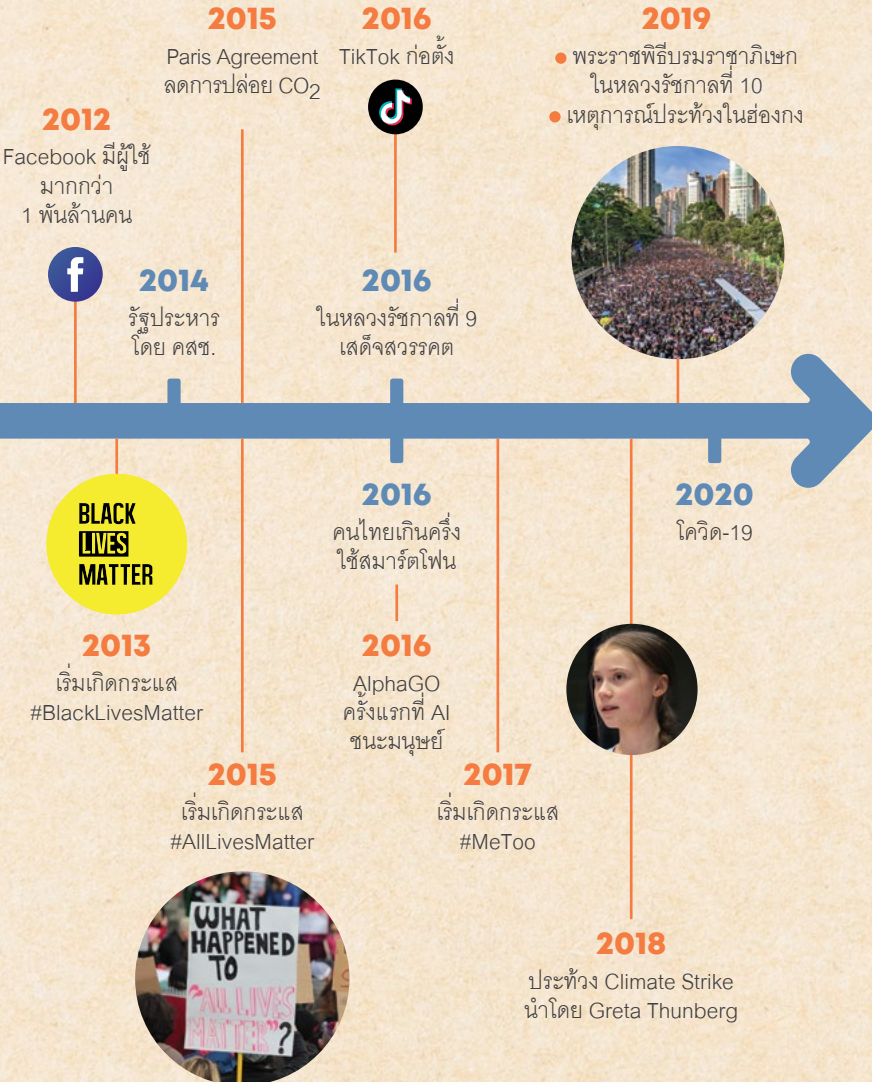
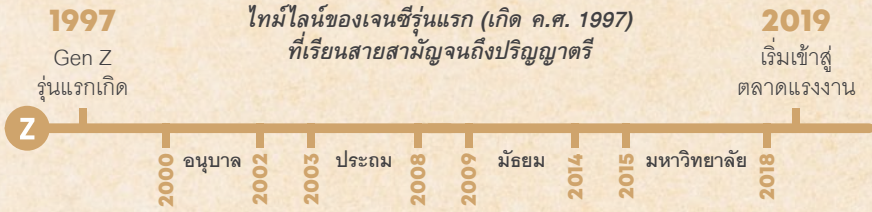
ภารกิจของเด็กสมัยนี้จึงไม่ใช่การหมกมุ่นอยู่กับการค้นหาตัวตนเพียงอย่างเดียว เพราะดูเหมือนว่าวิถีคิดและการดำเนินชีวิตของพวกเขากำลังขับเคลื่อนโลกไปสู่เส้นทางใหม่ที่จะสั้นสะเทือนแนวทางการพัฒนาสังคม การทำธุรกิจ และการใช้ชีวิตในโลกนี้ร่วมกัน

เบื้องหลังความเฟื่องฟูของ Gen Z

คำปราชญ์ที่ว่าเด็กสมัยนี้มี “ความอดทนต่ำ” “ใจร้อน” และ “ก้าวร้าว” อาจเป็นเพราะตั้งแต่เกิดจนโต พวกเขาเจอจุดเปลี่ยนผ่านทางสังคมและเหตุการณ์ร้าย ๆ โถมเข้าใส่แบบไม่ยั้ง จึงไม่แปลกที่เด็กสมัยนี้จะมีความเฟื่องฟูและความกล้าที่จะพุ่งชนปัญหาเพื่อแก้ไขและปกป้องอนาคตของพวกเขาเอง



- บริบทสังคมโลก
- บริบทสังคมไทย



I Born to #SaveTheWorld I

“หนูไม่ได้แคร์ว่าจะกลายเป็นคนดัง แต่หนูสนใจเรื่องสภาพอากาศและสิ่งแวดล้อมบนโลกที่เราอยู่อาศัย ชั้นบรรยากาศของโลกขณะนี้กำลังเป็นเครื่องสังเวียให้กับคนรวยเพื่อให้พวกเขาใช้ชีวิตอย่างหรูหรา ในปี 2078 หนูจะมีอายุครบ 75 ปี ลูกหลานของหนูอาจจะถามถึงพวกคุณว่าทำไมถึงไม่ทำอะไรทั้ง ๆ ที่ยังมีโอกาส พวกคุณบอกว่ารักและเป็นห่วงเด็ก ๆ แต่ทำไมพวกคุณถึงได้ขโมยอนาคตของเด็ก ๆ ไป และที่พวกคุณไม่สนใจแก้วิกฤตเพราะคุณไม่เห็นว่ามันเป็นวิกฤตหรือเปล่า ทางออกสำหรับเรื่องนี้คือเราอาจจะต้องเปลี่ยนแปลงตัวระบบ หนูมาที่นี่เพื่อบอกคุณว่าการเปลี่ยนแปลงจะเกิดขึ้นไม่ว่าคุณชอบมันหรือไม่ เพราะพลังที่แท้จริงอยู่ที่ประชาชนทุกคน”

52

นี่เป็นบางส่วนของเทรตา อันเบิร์ก กล่าวไว้บนเวทีการประชุมว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลกครั้งที่ 24 หรือ COP24 และอาจเรียกได้ว่าเธอกลายเป็นต้นแบบให้เยาวชนทั่วโลกที่มีแนวคิดเดียวกัน กล้าที่จะเป็นนักเคลื่อนไหวด้านสิ่งแวดล้อมรุ่นเยาว์ ความจริงจังของคนรุ่นใหม่ที่แคร์โลกใบนี้มีมากเสียจนทำให้เกิดกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อมครั้งใหญ่ในประวัติศาสตร์ซึ่งเรียกกันว่า “Global Climate Strike” ที่เยาวชนกว่า 150 ประเทศใน 7 ทวีปทั่วโลกลุกขึ้นมาเรียกร้องให้ผู้มีอำนาจและบรรดาผู้นำประเทศแก้ไขและจัดการปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมให้เห็นเป็นรูปธรรมเสียที

หากคิดว่าความจริงจังของเด็กสมัยนี้ที่ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมเป็นเพียงกระแสที่ผ่านมาแล้วก็ผ่านไป อาจต้องคิดใหม่ เพราะผลสำรวจโดย ypulse บริษัทวิจัยข้อมูลของคนรุ่นใหม่โดยเฉพาะจากนิวยอร์กเผยว่า 70% ของชาวเจนเออร์แซนซีและมิลเลนเนียลยินดีที่จะเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตและการบริโภคเพื่อลดผลกระทบต่อปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นตัวเลขที่มากกว่าคนรุ่นไหน ๆ และผลสำรวจจากมหาวิทยาลัยฮิโรชิมา (Hiroshima University) ยังบอกอีกว่าคนรุ่นใหม่ต้องการร่วมงานกับองค์กรหรือบริษัทที่มีเป้าหมายสอดคล้องไปกับแผนการพัฒนาโลกเพื่อความยั่งยืน (SDGs) มากกว่า แม้จะได้รับเงินเดือนที่น้อยกว่าก็ตาม¹

¹ มีผู้ตอบแบบสอบถามเพียง 28% เท่านั้นที่บอกว่าจะร่วมงานกับบริษัทที่เสนองานเงินเดือนสูงแต่ไม่แคร์เรื่องความยั่งยืน ขณะที่ 56% บอกว่าจะร่วมงานกับบริษัทที่มีส่วนพัฒนาเรื่องความยั่งยืนแม้จะได้เงินเดือนที่ต่ำกว่ามาก และมี 87% ยินดีจะร่วมงานกับบริษัทที่สนใจในประเด็นดังกล่าวและให้เงินเดือนสูง

และคงไม่เกินจริงนักที่จะบอกว่า ความแน่วแน่มั่นคงของเด็กสมัยนี้ที่มี Green Mindset กำลังจะเปลี่ยนทิศทางการพัฒนาโลกไปจากเดิม เมื่อโจ ไบเดน ผู้ซึ่งชัยในตำแหน่ง ประธานาธิบดีของสหรัฐฯ เลือกว่าจะชูนโยบายแก้ไขวิกฤตสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ซึ่งสวนทางกับความเชื่อของดอนัลด์ ทรัมป์ ที่คิดว่าปัญหาโลกร้อนเป็นเพียงเรื่องไร้สาระ ผลก็คือไบเดนสามารถเอาชนะใจวัยรุ่นอเมริกันที่อยู่ในกลุ่มคนวัยมิลเลนเนียลและเจนซี ซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของผู้มีสิทธิเลือกตั้งครั้งนี้ไปได้ จนทำให้เขากลายเป็นประธานาธิบดีคนล่าสุดของสหรัฐอเมริกา

นี่น่าจะเป็นจุดเปลี่ยนครั้งสำคัญเมื่อผู้นำในประเทศมหาอำนาจตัดสินใจวางหมาก การบริหารที่เอาปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมเป็นตัวตั้ง ซึ่งแน่นอนว่าประเด็นนี้ย่อมเชื่อมโยงกับเรื่องอื่น ๆ อย่างภาคเศรษฐกิจ ภาคอุตสาหกรรม การขนส่งและคมนาคม การเกษตร ฯลฯ ที่ต้องช่วยแก้ไขวิกฤตสิ่งแวดล้อมในภาคใหญ่

คำถามคือ โลกจะกล้าขัดขืนต่ออำนาจบริโคนิยมแล้วมุ่งเดินหน้ามาทางนี้หรือไม่ หากไม่มีเด็กสมัยนี้ตะโกนส่งเสียงเรียกร้องให้สติผู้ใหญ่ว่า “หยุดทำลายโลกนี้ และอนาคตของเราสักที”



I Be Real, Be Real, Be Real I

ท่ามกลางความกดดันในการใช้ฟิลเตอร์เสริมแต่งความเพอร์เฟกต์ แปลกที่ชาวเจนซี
โยยหาความงามที่เป็น “ความจริงแท้” มากกว่ารูปลักษณ์ภายนอก

อาจเป็นเพราะพวกเขาเกิดมาทันยุคสมัยของผู้นำวิถีและมีโลกอินเทอร์เน็ตเป็น
เครื่องมือทำลายกำแพงกั้นทางเชื้อชาติและภูมิศาสตร์ระหว่างเพื่อนร่วมโลก ชาวเจนซี
จึงเปิดรับการเป็น “พลเมืองโลก” ที่ยกย่องคุณค่าแห่งความหลากหลายและเคารพใน
ความเสมอภาคมากกว่าคนรุ่นไหน ๆ นูตาที่กว้างไกลทำให้พวกเขามีใจเปิดกว้างกว่า
คนรุ่นก่อน แม้เทียบกับคนวัยใกล้เคียง ชาวเจนซีก็กลับไม่ได้นิยมความสวยหล่อหรือ
ชีวิตที่ต้องติดหูดูเพอร์เฟกต์ตามความนิยมในโลกโซเชียลของชาว มิลเลนเนียล
แต่ความซื่อตรงและความจริงแท้เป็นธรรมชาติต่างหากที่คนเจนซีถวิลหา

54 “คนเจนซีมีจิตวิญญาณที่อยากรู้และเข้าใจจริง ๆ ว่าพวกเขากำลังซื้อสินค้าจากใคร
ผมนิยามพวกเขาว่าเป็นเจนเนอเรชันที่มีความละเอียดและเคร่งครัดสูง” โบ ฟินเนอแมน
ผู้เชี่ยวชาญจาก McKinsey วิเคราะห์ให้เห็นว่า ชาวเจนซีคือผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่มี
ความรับผิดชอบต่อสังคม โดยการวิจัยตลอดหลายปีที่ผ่านมาของ McKinsey ค้นพบว่า
เจนซีไม่ได้มองแค่ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ แต่ยังมุ่งความสนใจไปที่ ‘คุณค่า’ ที่แต่ละ
องค์กรยึดถือด้วย

สื่อหลายสำนักมักจะวิเคราะห์ว่าผู้บริโภคเจนซีไม่ชอบซื้อของจากแบรนด์หรู แต่เอมมา
สปานูโอโล ผู้เชี่ยวชาญอุตสาหกรรมค้าปลีกและสินค้าอุปโภคบริโภคจาก McKinsey
ระบุว่า คนเจนซีไม่ได้ต้องการสินค้าแบรนด์ไฮเอนด์ที่มีความหรูหรา หรือป้ายยี่ห้อที่
แปะลงบนกระเป่าเสื้อผ้า สิ่งที่พวกเขามองหาคือสินค้าที่มีเอกลักษณ์ซึ่งจะทำให้พวกเขา
ดูแตกต่างไม่เหมือนใคร และหากพบคุณสมบัติแบบนี้ในแบรนด์ไหน พวกเขาก็พร้อม
จะจ่ายแบบไม่ลังเล

ทัศนคติของเจนซีที่มองหาความแตกต่างมากกว่าความงามตามค่านิยม ส่วนหนึ่งอาจมีที่มาจากการทำงานที่พวกเขาตระหนักรู้ในอิทธิพลในแง่ลบของโซเชียลมีเดียที่ส่งผลถึงความรู้สึกไม่พอใจในรูปลักษณะของตัวเอง โดยงานวิจัยชี้ว่า 7 ใน 10 ของเจนซีอยากที่จะ ‘รู้สึกดีตลอดเวลา’ มากกว่า ‘ดูดีตลอดเวลา’ ต่างจากมิลเลนเนียลรุ่นพี่ที่สนใจรูปลักษณะมากกว่า

“หนึ่งในปัจจัยที่ส่งผลให้เจนซีมองหาความแตกต่างมากกว่าความหรูหรา คือการที่พวกเขาเติบโตมาในยุคที่ยากลำบากทั้งด้านการเมืองระหว่างประเทศและสิ่งแวดล้อม โลกยุคนี้คือโลกที่เต็มไปด้วยข้อมูลที่ขัดแย้งกัน การไว้วางใจในอะไรสักอย่างจึงเป็นเรื่องยากสำหรับเจนเอเรชั่นนี้ ดังนั้นพวกเขาจึงไม่ได้อยากจะเข้าร่วมกับกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือถูกแปะป้ายว่าเป็นคนแบบไหน พวกเขาอยากเป็นตัวเอง และการเป็นตัวเองคือสิ่งที่ทำให้พวกเขาารู้สึกปลอดภัย” เอมมาวิเคราะห์

ผลสำรวจในหัวข้อ “Generation Influence: Reaching Gen Z in the New Digital Paradigm” โดย WordPress ปีล่าสุดเผยว่าชาวเจนซี 82% ขึ้นชอบแบรนด์ที่มีความโปร่งใสโดยพวกเขาจะไว้วางใจแบรนด์ที่ใช้ภาพลูกค้าจริงในการโฆษณา ในขณะที่ 72% มีแนวโน้มสนับสนุนแบรนด์ที่ตระหนักถึงผลกระทบต่อสังคม โดยผลสำรวจยังพบอีกว่าปัจจัย 3 ประการที่จะสามารถกุมหัวใจผู้บริโภคเจนซีได้ก็คือ 1. คุณภาพของสินค้า 2. ผลคะแนนและการรีวิวในเชิงบวก และ 3. การให้บริการลูกค้า

“ไม่ใช่แบรนด์ที่เป็นผู้นำผู้บริโภค แต่เป็นผู้บริโภคที่ใช้แบรนด์หรือผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใดก็ตามที่พวกเขาต้องการ” มาร์ซี เมอร์ริแมน กรรมการบริหารฝ่ายกลยุทธ์การตลาดเติบโตและนวัตกรรมการค้าปลีกของ Ernst & Young กล่าว โดยเธอยังให้ความเห็นเพิ่มเติมอีกว่าในยุคของผู้บริโภคชาวเจนซีจะไม่มีคำว่าความภักดีต่อแบรนด์เหมือนในอดีตอีกแล้ว เพราะพวกเขาไม่ได้ใช้แบรนด์เป็นตัวกำหนดเอกลักษณ์หรือตัวตนเหมือนคนรุ่นก่อน แต่พวกเขาเลือกใช้แบรนด์ที่สามารถสะท้อนตัวตนของพวกเขาได้มากที่สุด และแน่นอนว่าแบรนด์นั้น ๆ ต้องไม่สร้างผลกระทบที่หักหลังสิ่งแวดล้อมและสังคม

EVERLANE

56

Transparent Pricing

We publish what it costs us to make every one of our products. There are a lot of costs we can't neatly account for - like design, fittings, wear testing, rent on office and retail space - but we believe you deserve to know what goes into making the products you love.



MATERIALS
฿510.60



HARDWARE
฿51.75



LABOR
฿469.20



DUTIES
฿164.91



TRANSPORT
฿25.88

ตัวอย่างแบรนด์ที่ทำธุรกิจได้ถูกใจคนรุ่นใหม่และครองใจผู้บริโภคชาวเจนซีมาพักใหญ่คงต้องยกให้ Everlane แบรนด์แฟชั่นสไตล์มินิมัลสายยั่งยืนที่กล้าแจกแจงรายละเอียดของวัตถุดิบ กระบวนการผลิต แรงงานที่ใช้ ไปจนถึงต้นทุนและกำไรที่ได้กับผู้บริโภคแบบไม่หมกเม็ด เพื่อโชว์ความโปร่งใสและที่มาของสินค้าที่มีคุณภาพภายใต้สโลแกนที่ว่า 'Exceptional quality. Ethical factories. Radical Transparency' ขณะที่แบรนด์เครื่องสำอางอย่าง Glossier ที่เลือกทำแบรนด์ดังในสื่อออนไลน์และใช้นางแบบลูกธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ เพื่อสื่อสารเรื่องความงามที่เรียบง่ายภายใต้ปรัชญา 'Beauty products inspired by real life' ก็สามารถกุมใจคนรุ่นใหม่ได้อย่างอยู่หมัดว่าจุดบกพร่องคือส่วนหนึ่งของชีวิตซึ่งไม่จำเป็นต้องปกปิดทั้งหมด แต่ความงามที่แท้คือความเป็นธรรมชาติในแบบฉบับของตัวเอง และการสื่อสารแบบนี้เองส่งผลให้แบรนด์ Glossier ที่มีผลิตภัณฑ์อยู่แค่ 36 รายการสร้างรายได้ไปมากกว่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี

57

#Creativity



ความคิดสร้างสรรค์ก่อตัวมาจาก
ความสิ้นหวัง

มิเชล ไคน์

วิศวกรชีวการแพทย์ ผู้ประดิษฐ์อุปกรณ์ไมโครฟลูอิดิก
หรือเทคโนโลยีที่ช่วยวินิจฉัยทางการแพทย์
จากไอเดียของเด็กเล่นเด็กเพื่อลดต้นทุนการผลิต



I เด็กรุ่นใหม่หัวใจขับเคลื่อน |

Social Movement หรือการเคลื่อนไหวทางสังคม กลายเป็นคำที่เราได้ยินบ่อยขึ้น โดยเฉพาะความเคลื่อนไหวของคนรุ่นใหม่ซึ่งมีวิธีการแสดงออกที่หลากหลายและแปลกใหม่มากขึ้น แท้จริงพวกเขาเหล่านี้เป็นใคร ออกมาเคลื่อนไหวไปทำไม และกำลังพูดเรื่องอะไรกันอยู่

แม้หลายคนอาจมองว่า ‘เด็ก’ ยังไม่เกี่ยวข้องและยังไม่ควรจะมีส่วนร่วมในเรื่องทางการเมือง แต่เยาวชนคนรุ่นใหม่ในวันนี้กลับมีความสนใจในประเด็นทางการเมืองและมองว่าการเมืองนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับชีวิตของทุกคน ส่งผลถึงการศึกษา และการใช้ชีวิตของพวกเขา ดังนั้นการให้ความสำคัญและใส่ใจกับสังคมที่ตัวเองอยู่ ก็เป็นการเตรียมตัวสู่การเติบโตไปในอนาคตที่ดีกว่า สิ่งเหล่านี้ทำให้เราได้เห็นการแสดงออกและสื่อสารความคิดเห็นของพวกเขามากขึ้น เพราะเชื่อว่าการออกมาร่วมกิจกรรมทางสังคมก็เป็นทางหนึ่งที่พวกเขามุ่งหวังให้ไปถึงความเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาอย่างที่ต้องการ

59

ในประเทศไทยเองก็มีกลุ่มเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่ยากเห็นการเมืองไทยแตกต่างไปจากเดิมไม่ว่าจะเป็นกลุ่ม ‘เยาวชนปลดแอก’ กลุ่ม ‘นักเรียนเลว’ และกลุ่ม ‘Young Designer for Democracy’ ไปจนถึงผู้ที่ออกมาร่วมกิจกรรมหรือแสดงออกในประเด็นทางการเมืองในช่วงที่ผ่านมา ก็พบเยาวชนเป็นจำนวนมากที่ออกมาส่งเสียงถึงอนาคตที่พวกเขาอยากให้เป็น อยากให้พัฒนา หรืออยากให้แก้ไขผ่านแฮชแท็ก #ถ้าการเมืองดี และ #ให้มันจบที่รุ่นเรา

และไม่ใช่แค่เรื่องการเมืองในประเทศไทยเท่านั้นที่เยาวชนอยากจะมีส่วนร่วมผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น แต่เยาวชนจากทั่วโลกเองก็กำลังขับเคลื่อนสังคมเพื่อพยายามไปให้ถึงอนาคตที่พวกเขาอยากเห็นเช่นเดียวกัน

ความเท่าเทียม คือประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งที่แตกแขนงออกไปสู่กลุ่มคนที่เคยถูกเหมารวมและเลือกปฏิบัติ และกำลังได้รับการขับเคลื่อนเป็นวงกว้างจากคนรุ่นใหม่



ME TOO MOVEMENT (SOUTH KOREA)

60 อย่างประเด็นความหลากหลายทางเพศ เชื้อชาติ หรือสีผิว ไปจนถึงการตั้งคำถามต่อค่านิยมหรือนิยามที่เคยมีมา เช่น การตั้งคำถามต่อมาตรฐานความงาม รูปร่าง ภาพลักษณ์ภายนอก โดยเมื่อปี 2019 ที่ผ่านมานี้ ได้เห็นได้ผ่านร่างกฎหมายการแต่งงานระหว่างคู่รักเพศเดียวกัน พร้อมจัดขบวน Pride Parade ที่ไม่ได้มีเพียงกลุ่มคนที่ประสบกับความไม่เท่าเทียมเท่านั้นที่ออกมาสื่อสารเรื่องนี้ แต่จะเป็นใครก็ได้ที่มีความเชื่อในความเท่าเทียมของมนุษย์

และประเด็นความเท่าเทียมที่ไม่แบ่งแยกนี้ยังสามารถเป็นโอกาสทางธุรกิจได้อีกด้วย เพราะจากผลการศึกษาข้อมูลในปี 2019 พบว่า คนเจนซีหรือยลละ 27 สนใจเสื้อผ้าที่เป็นกลางทางเพศ ดังนั้นหากแบรนด์ใดเริ่มต้นสร้างผลิตภัณฑ์ที่ไม่ยึดติดกับความเป็นเพศอีกต่อไป ก็จะมีโอกาสทดลองตลาดได้อย่างเต็มที่ เหมือนที่แบรนด์ชุดชั้นในและชุดว่ายน้ำที่เป็นกลางทางเพศอย่าง TomboyX ได้รับเงินทุน 18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากบริษัทลงทุนชั้นนำที่มองเห็นศักยภาพของแบรนด์และความลงตัวด้านฟังก์ชันการใช้งาน ซึ่งกล้าฉีกกฎเกณฑ์การแบ่งเสื้อผ้าแยกชายหญิง และทำหน้าที่เป็นเหมือนตัวแทนผู้หญิงในวงกว้างว่า รูปแบบชุดชั้นในสตรีไม่จำเป็นต้องมีดีไซน์แบบเดิม ๆ แต่ผู้หญิงก็สามารถใส่กางเกงบ็อกเซอร์ชุดสบายได้เช่นกัน

นอกจากนี้ ประเด็นการล่วงละเมิดทางเพศก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่หลายประเทศทั่วโลกเริ่มตระหนักถึง และเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้น เมื่อปี 2018 ชาวอเมริกันและทั่วโลกได้ใช้แฮชแท็ก #MeToo ส่งเสียงถึงการถูกคุกคามทางเพศ ในขณะที่ในเกาหลีใต้ก็ได้มีคนออกมาเปิดเผยถึงเหตุการณ์ที่ตนเองถูกล่วงละเมิดจากหลากหลายวงการเช่นกัน รวมไปถึงในโรงเรียนจนมีการสร้างแฮชแท็ก #SchoolMeToo และด้วยกระแสความเปลี่ยนแปลงของผู้ถูกรังแก ที่กล้าจะออกมาเปิดเผยเรื่องราวเหล่านี้ ก็ทำให้เกิดการตอบสนองจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากการประกาศว่าจะตรวจสอบและดำเนินคดีอย่างจริงจัง และการเพิ่มโทษสูงสุดของผู้กระทำผิดด้วย

ขณะที่ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เคยกล่าวไปแล้ว ก็เป็นอีกหัวข้อสำคัญที่ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจและถกเถียงกันในวงกว้าง จากเรื่องการจัดกรขยะ การรีไซเคิล ไปจนถึงเรื่องฟาสต์แฟชั่นที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการรวมกลุ่มของคนจากทั่วโลกที่ใช้ชื่อว่า Fashion Revolution เพื่อดำเนินการขับเคลื่อนประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมแฟชั่น ขณะที่ในไทย ก็ได้มีการจัดกิจกรรมที่เรียกว่า Clothes Swap ซึ่งเชิญชวนให้คนได้เอาเสื้อผ้ามาแลกเปลี่ยนกัน เพื่อลดการซื้อเสื้อผ้าที่ผลิตขึ้นใหม่

61

การขับเคลื่อนเหล่านี้นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ชัดเจนมากขึ้น คนเริ่มตื่นตัวที่จะเป็นผู้บริโภคที่ใส่ใจและรับผิดชอบต่อสังคม เลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากแบรนด์ที่ให้คุณค่าต่อสิ่งเดียวกันกับที่พวกเขาเชื่อ และเลือกที่จะแบน เมื่อเห็นว่าไม่ตรงกับหลักการเหล่านี้ หลายแบรนด์เริ่มตอบสนองต่อโลกที่เปลี่ยนแปลงนี้ อย่างแบรนด์ที่เลิกใช้คำว่า “Whitening” ในกลุ่มผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ซึ่งไม่เพียงแต่ภาคธุรกิจเท่านั้น แต่ภาครัฐก็มีส่วนสำคัญที่จะส่งเสริมในเรื่องเหล่านี้ได้ เช่น การปรับหลักสูตรการเรียนการสอนเรื่องเพศศึกษาเพื่อให้เด็กเติบโตขึ้นมาอย่างไม่มีอคติทางเพศของรัฐบาลอังกฤษ เป็นต้น

ประเด็นที่กำลังถูกพูดถึงและขับเคลื่อนให้มีการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้เอง ส่วนมากเริ่มต้นมาจากโลกออนไลน์ที่มีเด็กรุ่นใหม่เป็นผู้เล่นหลัก ซึ่งพวกเขาเติบโตมากับการรับรู้และมีส่วนร่วมในความเป็นไปของโลก การกล้าตั้งคำถาม วิพากษ์วิจารณ์ และถกเถียงต่อชุดความคิดและค่านิยมแบบเดิม ๆ จึงมีให้เห็นอยู่เสมอ และนี่อาจนำไปสู่จุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงที่น่าคาดหวังไม่น้อย

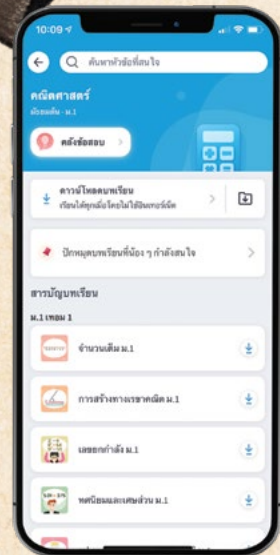
เด็กรุ่นใหม่หาความรู้ได้จากไหน?

นอกจากโลกออนไลน์จะเป็นทั้งพื้นที่แสดงตัวตน และแหล่งแลกเปลี่ยนความรู้ของเด็กรุ่นใหม่แล้ว การศึกษาหาความรู้ยังเป็นระบบที่ออกแบบมาเพื่อเด็กรุ่นใหม่โดยเฉพาะก็ยังจำเป็นและมีความสำคัญมากเช่นกัน โดยผลโหวตรวมการสำรวจความคิดเห็น “อยากให้ภาซีไปไหน” ในงาน iTAX2020 ชี้ชัดว่า คนส่วนมากเทคะแนนให้ “การศึกษา” มาเป็นอันดับหนึ่ง ลองมาดูตัวอย่างกลุ่มคนที่อยากเห็นระบบการศึกษาในแง่ที่คนรุ่นใหม่ได้รับความเท่าเทียมทางการเรียนรู้ที่ชัดเจนกว่าเดิม ทั้งจากกลุ่มคนทั่วไป กลุ่มผู้เรียนเอง และกลุ่มของผู้สอนด้วย



62

StartDee แพลตฟอร์มการเรียนรู้สำหรับเจนซีโดยเฉพาะ (ป. 4 - ม. 6) ที่สามารถเลือก กำหนด และปรับการเรียน ได้เองตามใจชอบใน 7 วิชาหลักในโรงเรียน ฟังด้วยความรู้ในห้องเรียน ทั้งบทความข่าว เกร็ดความรู้ และเรื่องราวสนุก ๆ ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา โดยมีหลักสำคัญ 3 ประการ คือ การศึกษาที่เข้าถึงง่าย และสบายกระเป๋า





INSPIRE + KRU



MoreSheet แหล่งรวมชีทสรุปขายจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ให้ประโยชน์แก่ผู้ซื้อและสร้างรายได้เสริมให้กับผู้ขาย ครูกิจเล็ก ๆ ที่เริ่มต้นโดยนักศึกษามหาวิทยาลัยที่มองเห็นความเป็นไปได้ในการขายและแบ่งปันความรู้สู่เพื่อนร่วมชั้นเรียน ปัจจุบันมีหลายสาขาตามมหาวิทยาลัยทั่วประเทศเพื่อให้เชื่อมโยงกับวิชาเรียนของแต่ละที่ ชีทเหล่านี้เหมาะสำหรับการอ่านเพื่อสรุปความและทบทวนก่อนสอบ ภายใต้อีเมลแอด “เพื่อนยามยากทุกการสอบ”

InsKru พื้นที่แบ่งปันไอเดียการสอนที่เปิดให้คุณครูทั่วประเทศเข้ามาร่วมแบ่งปัน เพราะอยากเห็นภาพห้องเรียนที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ การสอนแบบใหม่ ๆ ที่กระตุ้นการเรียนรู้ให้กับนักเรียน รวมถึงเปิดมุมมองการเรียนการสอนที่อาจนำไปปรับใช้กับชั้นเรียนได้ ทั้งหมดนี้ก็เพื่อให้เด็กไทยได้สัมผัสห้องเรียนคุณภาพจากคุณครูของตัวเอง โดยไม่ต้องไปขวนขวายหาจากโรงเรียนสอนพิเศษที่ไหน

ถึงแม้ระบบการศึกษาไทยอาจจะพัฒนาและปรับปรุงไม่ทันกับการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ แต่เราก็ยังมีความหวังกับพลังของทั้งเหล่าเยาวชน รวมถึงกลุ่มคนที่พยายามเข้าใจการเปลี่ยนแปลง และดึงความคิดสร้างสรรค์ออกมาใช้อย่างหลากหลาย เพื่อให้คนรุ่นใหม่เติบโตมาเป็นผู้ใหญ่ที่ดีในวันหน้า เพราะอนาคตที่ดีเริ่มต้นที่การศึกษาที่ดี

“

**...MAN IS SUCH A FOOL
WHY ARE WE SAVING HIM?
POISONING THEMSELVES NOW
BEGGING FOR OUR HELP,
WOW!... ”**

64

ส่วนหนึ่งของเนื้อเพลง “All The Good Girls Go To Hell” ที่สอดแทรกประเด็นปัญหาภาวะโลกร้อน ขับร้องและแต่งโดย บิลลี ไอลิช ศิลปินหญิงอายุน้อยที่สุดคนแรกในประวัติศาสตร์ที่ได้รับรางวัลแกรมมี่ โดยไอลิชถือเป็นหนึ่งในไอคอนของชาวเจนซี ที่กล้านำเสนอความรู้สึกหมั่นแค้น ความมีดหม่นในจิตใจ รวมถึงความแตกต่างของคนรุ่นใหม่ ผ่านผลงานเพลงสร้างสรรค์ในแนวดนตรีอิเล็กทรอนิกส์ป๊อป

I Catch Them If You Can I

8 วินาที คือช่วงเวลาที่เราใช้เวลาให้ความสนใจต่อข้อมูลใดข้อมูลหนึ่ง ซึ่งสั้นกว่า
คนรุ่นมิลเลนเนียลอยู่ 4 วินาที นั่นหมายความว่าข้อมูลที่จะจับความสนใจของเด็ก
สมัยนี้ได้ต้องกระชับและแม่นยำกว่า

ไมเคิล แพนโควสกี นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ดเข้าใจเรื่องนี้ดี เพราะเมื่อเขา
โดนยิงโฆษณาในหน้าฟีดโซเชียลมีเดียที่ยังใช้ศัพท์สแลงล้ำสมัยที่เคยใช้มาตั้งแต่ปี
2005 เขาก็ได้แรงบันดาลใจในการก่อตั้ง Crimson Connection บริษัทที่ปรึกษาด้าน
การตลาดให้แบรนด์ต่าง ๆ ที่ต้องการเข้าใจลูกค้าเจเนซีโดยเฉพาะ เพราะเขาเชื่อว่
การทำการตลาดกับคนรุ่นเจเนซีไม่เหมือนกับคนรุ่นมิลเลนเนียล เพราะเจเนซีไม่ใช่ลูกผสม
ของยุคแอนาล็อกและดิจิทัล แต่พวกเขาคือเจ้าของระบบดิจิทัลตัวจริง

“บริษัทส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความสนใจกับเจเนซีมากเท่าไรเมื่อเทียบกับความสำคัญ
ของพวกเราที่เป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ของโลก อันที่จริงผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรมบางคน
ยังเรียกวัยรุ่นว่าเป็นคนวัยมิลเลนเนียล ทั้ง ๆ ที่ส่วนใหญ่พวกเขาก็มีลูกกันแล้ว”

65

ไมเคิลที่แพนโควสกีจะคิดอย่างนี้ เพราะรายงานการวิจัยของ Bank of America
คาดการณ์ว่าภายในปี 2030 รายได้ของคนเจเนซีจะมีมูลค่าสูงถึง 33 ล้านล้านเหรียญ
สหรัฐ และจะแซงหน้าคนรุ่นมิลเลนเนียลได้ในปี 2031 ดังนั้น หากแบรนด์ต่าง ๆ ยัง
ต้องการอยู่รอดในยุคที่เจเนซีจะเป็นใหญ่ พวกเขาต้องปรับตัวให้มากขึ้นและหาทาง
จับใจเจเนซีให้ได้

“เจเนซีมีอิทธิพลเหนือคนอื่น ๆ ที่จะบอกว่าอะไรกำลังเป็นที่นิยมในตอนนี และหาก
แบรนด์ทำหน้าที่ของตัวเองแล้วยังช่วยให้โลกน่าอยู่ขึ้นได้ เจเนซีก็ไม่ถึงเลที่จะมอบเงิน
ของเขาให้เป็นการตอบแทน” แพนโควสกีกล่าว

ในทางกลับกัน หากไม่ได้มองว่าเด็กเจเนซีเป็นกลุ่มลูกค้า แต่มองในฐานะเพื่อนร่วมงาน
คำถามที่น่าสนใจจึงอยู่ที่ว่า วันนี้เราจะทำงานกับคนกลุ่มนี้อย่างไรให้ราบรื่น

เมื่อสตาร์ทอัพหรือบริษัทเปิดใหม่อาจเต็มไปด้วยคนอายุน้อย ๆ หรือคนที่เพิ่งเริ่มทำงาน ซึ่งยังคงค้นหาและเปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานไปเรื่อย ๆ แต่ยังมีองค์กรอีกมากมายที่อยู่มานานแล้ว หรืออยู่ในช่วงที่ผู้คนในองค์กรกำลังเปลี่ยนผ่าน เริ่มมีคนอายุน้อย หรือเด็กจบใหม่เข้ามาทำงานมากขึ้น เมื่อเป็นเช่นนั้น แล้วสิ่งที่ตามมาหรือวิธีทำงานแบบเดิม ๆ เหล่านี้ จะเป็นอย่างไรต่อไป

อาจไม่ใช่ทุกคนที่มีความคิดหรือการทำงานแบบแบ่งตามรุ่นอายุ แต่เราก็มักได้ยินคำว่า “เด็กสมัยนี้” กับ “พวกผู้ใหญ่” อยู่บ่อย ๆ พอดแคสต์รายการ I HATE MY JOB ได้ชวนพูดคุยถึงสถานการณ์ในที่ทำงานในประเด็น “เด็กสมัยนี้ทำงานไม่อดทน ไม่ทุ่มเท” หรือ “พวกผู้ใหญ่ยึดติดไม่ยอมเปลี่ยนแปลง” หากลองมองย้อนถึงที่มาก็อาจพอเข้าใจได้ว่าทำไมเด็กทำแบบนี้ ทำไมผู้ใหญ่ทำแบบนั้น เช่น ผู้ใหญ่อาจรู้สึกว่าการทำงานแบบเดิมที่ผ่านมา บริษัทก็ได้ดี แต่คนที่อายุยังน้อย เพิ่งเรียนจบหรือเริ่มงานไม่นาน แต่เติบโตมาพร้อมเทคโนโลยีและเครื่องมือเครื่องมือสมัยใหม่ เมื่อไม่เคยได้สัมผัสกับสังคมที่มีคนหลากหลายช่วงวัยนอกมหาวิทยาลัยซึ่งมีวิธีการทำงานต่างกับตัวเอง ก็อาจเกิดเป็นความขัดใจระหว่างคนแต่ละวัยในองค์กรได้

66

ในรายการยังได้บอกเล่าถึงเรื่องราวในบริษัทที่ทำแคมเปญหนึ่ง โดยให้พนักงานที่อายุน้อยช่วยกันคิดว่าโอกาสทางธุรกิจของบริษัทที่อยู่มานานหลายสิบปีนั้น มีอะไรที่เป็นไปได้บ้าง จากนั้นก็ให้คนรุ่นใหม่เหล่านี้มานำเสนอแนวคิดกับรุ่นพี่ในที่ทำงาน ซึ่งก็พบว่าผู้ใหญ่ในที่ทำงานหลายคนเห็นว่าสิ่งที่เสนอนั้นเป็นไอเดียที่สร้างสรรค์ และไม่เคยมองเห็นได้จากทีมงานที่เป็นคนเดิม ๆ หรือวิธีการทำงานด้วยการนั่งประชุมแบบเดิม ๆ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นคนรุ่นไหนในองค์กร ต่างก็สามารถที่จะเรียนรู้จากคนวัยอื่นได้ และไม่เพียงแค่งานการทำงานเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการใช้ชีวิต และเมื่อเราไม่ตัดสินคนจากเพียงแค่อายุ หรือเหมารวมว่าใครเป็นคนแบบไหน แต่เปิดใจรับฟังความแตกต่าง และให้เกียรติซึ่งกันและกัน ความต่างทางมุมมองเหล่านี้ก็อาจยิ่งส่งผลดีต่อการทำงานระหว่างคนต่างรุ่นกันได้ โดยเทคนิคในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่มีคนต่างรุ่นให้สามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ที่ตอบโจทย์ผู้ใช้งานอย่างได้ผล มีด้วยกัน 3 ปัจจัย ดังนี้

เปิดให้คนมีส่วนร่วม

พยายามให้คนที่มีความหลากหลายมาทำงานร่วมกัน ทั้งความแตกต่างของวัย ประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญ โดยให้มาร่วมกันคิด ร่วมกันทำงานในทีม เพื่อให้มีมุมมองที่หลากหลาย ส่งเสริมต่อยอดจากความคิดเห็นที่แตกต่างกันได้ ทั้งยังเป็นการให้พื้นที่กับคนรุ่นใหม่ในองค์กรได้แสดงความคิดเห็นและเสนอแนวทางที่แตกต่างออกไป นอกจากนี้ การให้คนนอกองค์กรได้มามีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานบ้าง เช่น กลุ่มผู้ใช้ หรือลูกค้าขององค์กร ก็เป็นสิ่งที่สามารถช่วยเป็นแรงบันดาลใจในการปรับเปลี่ยนสิ่งที่องค์กรกำลังทำอยู่ได้ เพราะการจะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ให้กับใคร เราก็ต้องมีความเข้าใจผู้คนเหล่านั้น อาจใช้วิธีออกไปพูดคุยกับผู้คน เพื่อเข้าใจถึงวิถีชีวิตและความต้องการของพวกเขา หรือเปิดให้คนเหล่านั้นเข้ามามีส่วนร่วมในการออกไอเดียและให้ความคิดเห็นเพื่อปรับเปลี่ยนไอเดียที่ทางทีมงานนำเสนอให้สามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขาได้ดีที่สุด

ทดลองก่อน

ก่อนที่จะลงทุนสร้างหรือเปลี่ยนแปลงเพื่อนำเสนอสิ่งใหม่ ๆ ออกมา ทั้งภาคธุรกิจและภาครัฐจะรู้ได้อย่างไรว่า สิ่งที่มีงานคิดว่าดี จะได้รับผลตอบรับจากผู้ใช้ที่เป็นลูกค้าหรือประชาชนอย่างที่คาดการณ์ไว้ การทดลองก่อนที่จะลงทุนจริงทั้งหมด จึงเป็นขั้นตอนที่จะช่วยให้รู้ถึงผลตอบรับ ความคิดเห็นของผู้คน และสามารถนำมาปรับเปลี่ยนได้ โดยที่ยังไม่ต้องใช้ทรัพยากร ทั้งงบประมาณ แรงงาน และเวลาทั้งหมดที่วางแผนไว้

ในบทความ What is Business Design? ได้เล่าถึงเคสที่ IDEO ซึ่งเป็นบริษัทด้านการออกแบบ ทำร่วมกับบริษัทหนึ่งที่ต้องการจะสื่อสารให้คนลดการใช้พลังงาน แต่ไม่แน่ใจว่าข้อความไหนจะโดนใจคนกันแน่ ทีมงานจึงเอาป้ายข้อความที่ต่างกัน ไปติดไว้ที่ประตูของตึกในบริเวณใกล้เคียง แล้วเปลี่ยนข้อความไปทุกสัปดาห์ โดยข้อความแรกพูดถึงการประหยัดเงิน ข้อความที่สองพูดถึงช่วยเหลือสิ่งแวดล้อม และข้อความที่สามพูดถึงการประหยัดพลังงานให้ได้มากกว่าเพื่อนบ้านของคุณ ปรากฏว่าข้อความที่สามได้รับผลตอบรับมากที่สุด การทดลองด้วยต้นแบบในกลุ่มเล็ก ๆ ใช้งบประมาณไม่มากนัก จะช่วยให้บริษัทมีทิศทางในการออกแบบก่อนที่จะปล่อยของจริงออกไป และเป็นวิธีการแบบที่สามารถเริ่มต้นทำได้ไม่ยาก

ใส่ใจและรับผิดชอบต่อสังคม

เพราะลูกค้าหรือประชาชนคนรุ่นใหม่ นั้นมักมีความใส่ใจต่อข้อมูล การเข้าถึงแหล่งข้อมูล และวิพากษ์วิจารณ์แสดงความคิดเห็นอย่างหลากหลาย เมื่อตั้งใจสงสัย หรือพบว่าผลิตภัณฑ์หรือองค์กรไหนทำในสิ่งที่ขัดต่อหลักการความเชื่อของพวกเขา ก็จะเกิดการตอบสนองด้วยการเลือกที่จะไม่ซื้อ ไม่ใช่บริการ รวมถึงการบอกต่อ หรือการโต้ตอบด้วยวิธีการอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการในธุรกิจด้านไหน หรือทำงานอยู่ในหน่วยงานใดก็ตาม การใส่ใจและรับผิดชอบต่อสังคม จึงเป็นสิ่งที่ควรจะมีเพิ่มให้มากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างรอบด้าน ทั้งต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชน แรงงาน ความยุติธรรม ความเท่าเทียม สิทธิเสรีภาพ ความโปร่งใส ที่สำคัญคือต้องไม่เพียงแต่การแสดงว่าทำ แต่ต้องทำด้วยความเชื่อในเรื่องนั้นจริง ๆ

You Are Right



“ ถ้าคนในยุคก่อนบอกว่า
‘ทำอย่างนี้ไม่ได้นะ’
นั่นแปลว่าคุณ
มาถูกทางแล้ว ”

โรเบิร์ต กลาสเปอร์
ศิลปินผู้ชนะรางวัลแกรมมี่

69

ความท้าทายที่มากขึ้นก็คือ การที่เจเนซีเป็นรุ่นที่
เคารพในความหลากหลายมากที่สุด เข้าถึงข้อมูล
และเรียนรู้ได้เร็วที่สุด รวมทั้งยังกระตือรือร้นและมี
บทบาททางการเมืองเมื่อเห็นประเด็นความยุติธรรม
มากกว่าคนรุ่นไหน ๆ การจะพิชิตใจและร่วมงานกับ
พวกเขาได้ คงไม่ใช่แค่เสนอความคุ้มค่า หรือเสิร์ฟ
ความคิดสร้างสรรค์ที่แหวกแนวกว่าเท่านั้น เพราะมัน
ยังต้องรวมถึงการคิดและลงมือทำอย่างมีจริยธรรม
เพื่อเพื่อนมนุษย์ สังคม และโลกใบนี้ที่เป็นอนาคต
ของเด็กๆคุณนี้ด้วยเช่นกัน

CREATIVITY

×

COMMUNICATION

**LIFE IS A JOKE /
ศัถยภาพของภาษาและ
ความแสบ(สัน)สรรค์**





เมื่อโลกออนไลน์ถือกำเนิด การสื่อสารแบบไร้เสียงไร้หน้าก็ถึงคราวต้องสร้างสรรค์ เพื่อสื่อใจความไปถึงผู้รับได้อย่างสมบูรณ์ที่สุด แม้แต่จะเหลือเพียงตัวหนังสือในช่วงแรก และทำให้ประสิทธิภาพของการสื่อสารลดลงบ้าง แต่ก็ไม่ได้เป็นอุปสรรค ยิ่งการเข้าถึงข้อมูลสถานการณ์รอบตัวและจำนวนแพลตฟอร์มที่ใช้งานมีมากขึ้นเท่าไร การตีความและการโต้ตอบเพื่อสะท้อนความคิดเห็นและเพื่อสร้างจุดสนใจในกลุ่มคนที่อาจไม่รู้จักกันเป็นการส่วนตัว ก็ยิ่งทำให้เราได้เห็นพัฒนาการของความคิดสร้างสรรค์ในการผลิตเนื้อหาให้ออกมาเป็นข้อความ แชนแท็ก งานกราฟิก หรือภาพประกอบทั้งแบบนิ่งและเคลื่อนไหว (Meme) เพื่อใช้ในการล้อเลียนหรือเสียดสี ที่ปรากฏให้เห็นในแบบของมุกตลกตรงไปตรงมา บ้างก็มีการต่อยอดงานเดิมที่มีอยู่แล้ว รวมถึงการสร้างงานศิลปะที่แตกแขนงไปสู่งานดิจิทัลอาร์ต

แต่สำหรับ จอห์น ไฮแมน นักภาษาศาสตร์จากวิทยาลัยมาคาเลสเตอร์ (Macalester College) ผู้เขียนหนังสือ *Talk Is Cheap: Sarcasm, Alienation, and the Evolution of Language* นั้นเห็นว่า การเสียดสีประชดประชันได้กลายเป็นภาษาพื้นฐานสำหรับการสื่อสารในสมัยนี้ ที่สามารถพบเห็นได้จากสื่อต่าง ๆ ดังนั้นการดักจับข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ความรู้สึกของกลุ่มเป้าหมายจากการสนทนาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเฉพาะทวิตเตอร์ที่มีจำนวนผู้ใช้งานทั่วโลกกว่า 270 ล้านบัญชีในปี 2019 และมีรูปแบบการใช้ภาษาแบบสั้นกระชับแต่เป็นที่เข้าใจกันในหมู่คนเล่น จึงกลายเป็นเรื่องท้าทายสำหรับนักวิจัยข้อมูลในการแกะความหมายของคอมเมนต์ หรือการทวิตที่มีทั้งคำสแลง คำพูดที่เล่นที่จริง และความหมายที่ซุกซ่อนไว้ในข้อความที่ดูจะล่อแหลมในทางกฎหมาย เพื่อมาใช้ในการหาอินไซต์ของผู้บริโภคหรือการพัฒนาเอไอสำหรับการแปลภาษาในอนาคต

แม้จะมีโมเดลในการวิเคราะห์ข้อความเกิดขึ้นมากมายที่มีความแม่นยำ แต่ก็ไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เพราะภาษาไม่ใช่สิ่งที่ตายตัว การประชดประชันเสียดสีจึงสามารถลื่นไหลไปกับบริบทหรือสถานการณ์รอบตัวที่หากยังมีความขัดแย้งหรืออ่อนแอ ก็ยิ่งทำให้การสร้างสรรค์เพื่อการล้อเลียนหรือเสียดสีนั้นเต็มเปี่ยมไปด้วยอารมณ์และความแสบสันที่ยากต่อการตีความหมายแบบตรงไปตรงมา ในบั้นนี้เราจึงอยากชวนมาดูวิวัฒนาการของการสื่อสารแบบใหม่ที่เต็มไปด้วยรสชาติอันหลากหลาย รวมไปถึงความนัยที่ซ่อนเร้น มาไขปริศนาของความหมาย มูลค่า และโอกาส ที่แฝงอยู่ในการสื่อสารที่ไร้สีหน้านี้ไปด้วยกัน

1 ไม่มีสีหน้า ก็สร้างขึ้นมา 1

แม้จะเชื่อกันว่าวิวัฒนาการของอิโมจิ (Emoji) หรือภาพสัญลักษณ์สื่ออารมณ์ที่สามารถเข้าใจกันได้ในระดับสากล จะสืบสาวพบหลักฐานครั้งแรกในปี 1881 จากที่นิตยสารสัญชาติอเมริกัน Puck Magazine ได้ตีพิมพ์เรื่อง 'Typographical Art' ซึ่งใช้ภาพประกอบเป็นสัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดอารมณ์เบิกบาน เศร้าหมอง เฉย ๆ และตื่นเต้น แต่เทรนด์การใช้อิโมจิสื่ออารมณ์ร่วมกับข้อความจริง ๆ ในการสื่อสารประจำวันนั้นมาจากประเทศญี่ปุ่น โดยผู้คิดค้นอิโมจิมีชื่อว่าชิเกตากะ คูริตะ ซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทเครือข่ายโทรศัพท์แห่งหนึ่งซึ่งเกิดความคิดว่า ข้อความที่เป็นเพียงตัวอักษรไม่สามารถถ่ายทอดความรู้สึกของมนุษย์ได้ดีเพียงพอ เขาจึงเสนอไอเดียอิโมจิให้กับบริษัทที่ทำงานอยู่ และเมื่อชาวญี่ปุ่นได้ลองใช้ก็ได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม แต่ปัญหาก็คืออิโมจิของเครือข่ายโทรศัพท์ที่ต่างกันไม่สามารถส่งผ่านหากันได้

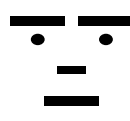
74 ผู้ที่เข้ามาคว้าโอกาสนี้กลับไม่ได้อยู่ในญี่ปุ่น หากเป็นบริษัท Apple ที่คิดค้นอิโมจิของตัวเองและเปิดให้ใช้อย่างเป็นทางการครั้งแรกเพื่อเจาะตลาดและเอาใจผู้บริโภคในแดนปลาดิบโดยเฉพาะ แต่เรื่องที่เหนือความคาดหมายก็คือ เมื่อผู้ใช้งาน Apple นอกญี่ปุ่นค้นพบฟังก์ชันการใช้งานอิโมจิแบบไม่ตั้งใจและลองใช้มันดู กลับชื่นชอบอิโมจิมาก ๆ ด้วยเช่นกัน อิโมจิจึงกลายเป็นการสื่อสารในระดับสากลที่ใช้กันอย่างแพร่หลายจนถึงทุกวันนี้



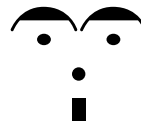
JOY



MELANCHOLY



INDIFFERENCE



ASTONISHMENT

และหากถือว่่าอิโมจิคือภาษา มันก็คงเป็นภาษาที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก แถมยังเป็นภาษาที่สามารถทำลายกำแพงความต่างด้านเชื้อชาติและวัฒนธรรม เพราะดูเหมือนว่าชาวออนไลน์สามารถรับรู้ความหมายของอิโมจิร่วมกันได้อย่างไม่ยากเย็น แต่นี้ก็ไม่ได้หมายความว่าอิโมจิแต่ละตัวจะมีความหมายที่ตายตัว เพราะคล้ายกับภาษาที่ยังมีคำสแลงและดินได้ตามยุคสมัย การใช้อิโมจิในวันนี้ที่ประมาณการได้ว่ามีชาวออนไลน์มากถึง 92% ใช้เพื่อสื่อสารถึงกัน จึงสามารถใช้สื่อความหมายที่พลิกแพลงและสร้างสรรค์ได้ไม่จำกัดเช่นกัน



| รุ่นใหม่ไม่ม้กัย้ม |

การส่งข้อความโดยปราศจากอิโมจิอาจถูกตีความได้ว่าอีกฝ่ายกำลังพูดถึงเรื่องจริงจังดูไม่เป็นมิตรและเข้าถึงยากกว่าผู้ที่ใช้อิโมจิเป็นประจำ จึงไม่น่าแปลกใจว่าทำไมอิโมจิรูปหน้ายิ้มแบบต่าง ๆ ถึงจัดเป็นตัวยอดนิยมที่ถูกใช้งานเป็นอันดับต้น ๆ และอันที่จริงแล้วอิโมจิรูปหน้าหลังน้ำตาแห่งความสุข (Face with Tears of Joy) คืออิโมจิที่ได้รับความนิยมมากที่สุดมาตั้งแต่ปี 2015 จนถึงปี 2020¹

แต่ถึงอย่างนั้น หากถามความคิดเห็นของคนรุ่นใหม่เจนนี ผู้มีมาตรฐานของระดับความสุขที่ยากจะหลังน้ำตาให้่ง่าย ๆ กลับไม่ได้อิงกับการใช้อิโมจิตัวนี้มากเท่าคนรุ่นที่โตกว่า และว่ากันว่าเรื่องตลกขบขันที่จะทำให้คนรุ่นใหม่ยอมฉีกยิ้มและเผยเสียงหัวเราะได้ดีที่สุด มักไม่ใช่เรื่องตลกแบบตรงไปตรงมา หากแต่เป็นความตลกแบบจิกกัดหัวใจ หรือเป็นความตลกร้ายที่เจือความเศร้าไว้แบบไม่ปิดบัง

¹ รายงานโดย Unicode Consortium (2019)

คีธ โบรนิ เจ้าหน้าที่จากเว็บไซต์ข้อมูลพื้นฐานของอิโมจิอย่าง Emojipedia เผยว่า อิโมจิรูปหัวกระโหลก กำลังได้รับความนิยมในหมู่ผู้ใช้รุ่นใหม่ เพราะนอกจากความหมายแบบตรงไปตรงมาที่สื่อถึงความตายหรือนิยามใช้ในช่วงวันฮาโลวีนแล้ว การใช้อิโมจิหัวกระโหลกยังมีอีกความหมายหนึ่งที่สามารถสื่อได้ว่า สิ่งที่กำลังสนทนาก่อนหน้านั้นมีระดับความตลกแบบที่ต้องร้องขอชีวิต (I'm dying of laughter)

เซนส์ในความตลกแบบฮาร์ดคอร์ไม่ได้ปรากฏให้เห็นแต่เพียงการแสดงออกผ่านอิโมจิเท่านั้น แต่ปรากฏการณ์ของมีม (Meme) หรือรูปภาพประกอบข้อความที่แฝงความขบขันในเชิงล้อเลียนและแอบแซะ ยังเป็นการสื่อสารที่ดูเหมือนว่าจะตรงรสนิยมของคนรุ่นใหม่เช่นกัน และหากมองให้ลึกไปมากกว่าเครื่องมือที่มอบความบันเทิงเชิงจิกกัดแบบผิวเผิน มีมยังนำเสนอความตลกร้ายที่สามารถเชิญชวนสังคมให้มาถกเถียงถึงบางประเด็นอันแสนละเอียดอ่อนได้อย่างคาดไม่ถึงอีกด้วย

| ตัวใจิกที่เปิดบทสนทนา |

‘เพศ’ ‘เชื้อชาติ’ ‘สถาบัน’ หัวข้อเซนซิทีฟที่น่าจะระอึกระอวนใจเมื่อถูกพูดถึง อาจดูเป็นเรื่องเบาบางและพูดถึงได้เมื่อใส่ความตลกเข้าไปเป็นตัวชูประเด็น ชูชาน พริโกเซน นักข่าวรุ่นเยาว์ตัวแทนคนรุ่นใหม่ได้ให้ความเห็นในประเด็นนี้เอาไว้ว่า “การล้อเลียนกับประเด็นจริงจังกอาจฟังดูเป็นเรื่องหยาบคาย แต่มันก็ไม่ได้แย่อย่างที่คิด เพราะหากเราให้ความเคารพกับประเด็นนั้นมากพอ การใช้อารมณ์ขันมาพูดเรื่องจริงจังกก็ทำให้เราพูดถึงมันได้ง่ายขึ้น”

เช่นเดียวกับซิดนีย์ เปญญา นักเรียนมัธยมปลายที่มีความคิดไปในทางเดียวกันว่า “ประเด็นต้องห้ามที่สังคมไม่เอากพูดถึงอย่างเรื่องเพศและเชื้อชาติ ตอนนั้นกลับเป็นประเด็นที่เปิดกว้างมากกว่าคนรุ่นก่อน เพราะเรามีอารมณ์ขันเป็นตัวเปิดบทสนทนาที่ทำให้การพูดเรื่องนั้น ๆ ไม่รู้สึกรำคาญ”

ในแง่หนึ่ง อย่างน้อย ๆ การใช้อารมณ์ขันสไตลมีมีก็สามารถเชิญชวนให้ชาวอินเทอร์เน็ตกล้าแสดงความคิดเห็นหรือถกเถียงถึงบางเรื่องอันละเอียดอ่อน เพื่อที่ในวันหนึ่งบางปัญหาที่คนส่วนมากไม่กล้าพูดจะได้รับการแก้ไขให้เหมาะสมและถูกต้อง แต่หากมองอีกแง่หนึ่ง มีมีก็เป็นเครื่องมือที่ทำได้เพียงแคแสดงความตลกร้ายแต่ดูสิ้นหวัง เพราะเหมือนกับว่าทำยที่สุดแล้ว เราก็อทำอะไรไม่ได้มาก สิ่งที่ทำได้มีแค่เพียงยอมรับและหัวเราะไปกับโศกนาฏกรรมที่เกิดขึ้นเท่านั้น

ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจที่คนรุ่นใหม่ผู้เกิดมาพร้อมเหตุการณ์ร้าย ๆ อย่างยุคเศรษฐกิจถดถอย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ การก่อการร้ายที่ยังคงเกิดขึ้นไม่หยุดหย่อน รวมทั้งโรคระบาดที่เปลี่ยนวิถีชีวิตคนทั่วโลก จะรู้สึกกังวลกับสถานการณ์ปัจจุบันและมองไม่เห็นภาพอนาคตที่สดใส บางคนซึมเศร้าจากความเครียดที่รู้สึกว่าเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นหนักหนาเกินกำลังตัวเองจะควบคุม การปลดปล่อยความรู้สึกและความคิดผ่านมีมีที่แชะได้ทั้งชีวิตตัวเองและผู้อื่นจึงเป็นตัวเลือกยอดนิยมของการสื่อสารที่ตรงใจ

77

ผลสำรวจความคิดเห็นในปี 2018 จาก Pew Research Center พบว่า 70% ของวัยรุ่นอเมริกันรายงานว่าภาวะซึมเศร้าและความวิตกกังวลเป็นปัญหาสำคัญในชีวิต สอดคล้องไปกับผลการศึกษาของ American Psychological Association (APA) ในปีเดียวกัน ที่พบว่าชาวเจนซีมีแนวโน้มจะรายงานว่าตัวเองมีสุขภาพจิตในเกณฑ์ดีน้อยกว่าคนรุ่นอื่น ทำให้หลายครั้งการสื่อสารผ่านมีมีโดยเฉพาะมีมีที่มีเนื้อหาพูดถึงปัญหาสุขภาพจิต จึงถูกวิเคราะห์ว่าเป็นวิธีการรับมือกับความเครียดแบบหนึ่งของคนรุ่นใหม่

ผู้เชี่ยวชาญด้านจิตวิทยา ดร. อูไมร์ อัคราม และคณะจึงต้องการหาคำตอบว่ามีมีที่เล่าเรื่องความซึมเศร้าด้วยน้ำเสียงตลกร้ายจะมีอิทธิพลต่อผู้มีภาวะซึมเศร้าแตกต่างจากผู้ที่มีความสุขจิตดีอย่างไร โดยพวกเขาได้ทำการวิเคราะห์แบบสำรวจของชาวอังกฤษคละอายุระหว่าง 18-56 ปี จำนวน 200 คนพบว่า แม้ผู้เข้าร่วมแบบสอบถามที่สามารถจัดได้ว่าป่วยเป็นโรคซึมเศร้าอย่างมีนัยสำคัญจำนวน 43 รายจะไม่ได้รู้สึกเพลิดเพลินกับมีมีที่ล้อเลียนเรื่องความซึมเศร้ากันทุกคน แต่สิ่งที่น่าสนใจก็คือ ผู้ป่วยโรคซึมเศร้าส่วนมากรู้สึกสนุกไปกับมีมีประเภทนี้มากกว่าผู้ที่ไม่ได้เป็นโรคซึมเศร้า

นอกจากนั้น แบบสำรวจชุดนี้ยังให้ผู้เข้าร่วมกรอกแบบสอบถามอีกชุดหนึ่งเพื่อตรวจสอบว่าพวกเขาตีความสถานการณ์และตอบสนองกับอารมณ์ของตนเองอย่างไร ซึ่งมันช่วยอธิบายต่อไปได้ว่าเพราะคนป่วยเป็นโรคซึมเศร้าส่วนมากมักจะตีความสถานการณ์ต่าง ๆ ไปในทางลบ ทำให้พวกเขา รู้สึกมีประสบการณ์ในด้านลบมากกว่า คนกลุ่มนี้จึงเข้าใจและรู้สึกร่วมไปกับอารมณ์ขั้นที่มีเดมเพราะมันสัมพันธ์กับสภาพจิตใจของพวกเขา มากกว่านั่นเอง รวมทั้งผู้เป็นโรคซึมเศร้าในแบบสำรวจยังเชื่ออีกว่า มีมีประเภทนี้สามารถช่วยจัดการอารมณ์ของตัวเองและช่วยผู้อื่นที่กำลังซึมเศร้าได้ด้วยเช่นกัน พวกเขาบางส่วนจึงมีแนวโน้มที่จะแชร์มีประเภทนี้ในโลกออนไลน์ ดร. อุไมริวเคราะห์ว่า มีความเป็นไปได้มากที่มีมีซึ่งแะแม้กระทั่งเรื่องราวดำมืดในชีวิตส่วนตัวจะช่วยเปลี่ยนความคิดและความรู้สึกด้านลบของผู้เป็นโรคซึมเศร้าบางคนให้สามารถตีความและประเมินความรู้สึกของตัวเองใหม่ด้วยอารมณ์ขัน

78

อย่างไรก็ดีแล้วแต่ การศึกษาเรื่องนี้ยังเน้นแค่การพยายามหาคำตอบขั้นต้นเท่านั้น และจำเป็นต้องได้รับการศึกษาเพิ่มเติมว่ามีมีบทบาทอย่างไรต่อปฏิสัมพันธ์ของผู้คนในโลกออนไลน์ แต่อย่างน้อย ๆ ความตลกร้ายในชีวิตที่เล่าผ่านมีมี ก็ทำให้บางคนรู้สึกไม่โดดเดี่ยวจนเกินไป เมื่อพบว่าพวกเขายังสามารถยิ้มและหัวเราะได้แม้แต่กับเรื่องที่น่าเศร้าก็ตาม

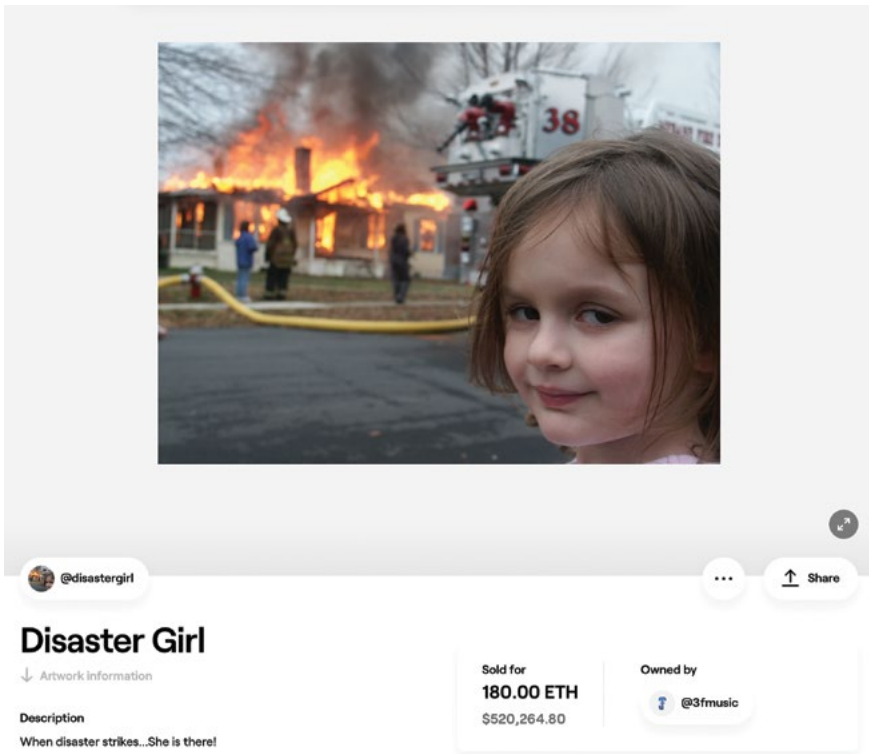
I Know Your Meme มีมีนี้ท่านได้แต่ใดมา |

ในแต่ละวันมีมีมีใหม่ ๆ เกิดขึ้นมากมาย บางอันเราก็อาจไม่เข้าใจว่าหมายถึงอะไร หรือบางอันเราก็ใช้กันจนเคยชิน แต่รู้ไหมว่ากว่ามีมีหนึ่งชิ้นจะเดินทางมาเป็นมีมีสุดฮาน้ำตาจนประสบความสำเร็จที่เราเห็นกันนั้น มีมีทุกมีมีต่างก็มีที่มาและเรื่องราวเบื้องหลังที่น่าสนใจไม่แพ้เบื้องหน้าเลยทีเดียว ลองมาดูตัวอย่างกันหน่อย

Disaster Girl เด็กหญิงมหันตภัย

หลายคนคงเคยเห็นรูปของเด็กหญิงที่ยิ้มมุมปาก โดยมีฉากหลังเป็นเหตุการณ์ไฟไหม้ ที่ให้อารมณ์เหมือนกับว่าเธออาจจะเป็นผู้อยู่เบื้องหลังหายนะในครั้งนี ในความเป็นจริง

เด็กคนนั้นคือไซอิ รอด ในวัย 4 ขวบ และภาพนี้ถูกถ่ายโดยเดฟ รอด พ่อของเธอในปี 2005 นอกจากนี้ บ้านที่ไฟไหม้ก็ไม่ใช่อุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ลอบวางเพลิงอะไร แต่เป็นการซ่อมของเจ้าหน้าที่ดับเพลิงต่างหาก ล่าสุดภาพนี้เพิ่งได้รับการประมูลในรูปแบบ NFT ไปในราคา 180 อีเธอเรียม เป็นมูลค่าเกือบ 500,000 เหรียญสหรัฐ (ราว 15 ล้านบาท)



79

Pablo Escobar Waiting หมู่เหมงมอเหมอ

ภาพของชายวัยกลางคนที่กำลังเหมอลอยอย่างเศร้าสร้อยและไร้จุดหมายนี้ สำหรับใครที่ไม่รู้จัก ลุงคนนี้ไม่ใช่คุณลุงตาสีตาสาที่ไหน แต่คือ พาโบล เอสโคบาร์ แสดงโดย แวกเนอร์ โมรา ซึ่งรับบทเป็นพ่อค้ายาเสพติดรายใหญ่จาก Nacros ซีรีส์จากค่ายเน็ตฟลิกซ์ ซึ่งฉากในซีรีส์นี้ก็ถูกม็อดีนำมาทำเป็นมีมและโด่งดังไปทั่วโลก



80 Lawnmower Man ชายตัดหญ้าผู้ไม่สนใจโลก

ภาพของชายคนหนึ่งที่กำลังตัดหญ้าอย่างตั้งใจโดยมีพายุทอร์นาโดหมุนตัว ๆ อยู่ด้านหลัง แม้ภาพนี้จะดูเหมือนภาพตัดต่อมากก็ตาม แต่มีมนี้กลับเป็นภาพถ่ายเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงของนายอีวินิส เวสเซลส์ ผู้ตัดสินใจออกไปตัดหญ้าหลังบ้านขณะที่ทอร์นาโดกำลังพัดผ่านบ้านของเขาในเมืองอัลเบอร์ตา ประเทศแคนาดา ในปี 2017 ซึ่งหลังจากภาพนี้ถูกโพสต์ลงเฟซบุ๊กก็กลายเป็นไวรัลทันที และกลายเป็นข่าวบน CBC News ซึ่งเขาให้สัมภาษณ์ว่า “จริง ๆ แล้วทอร์นาโดลูกนี้อยู่ไกลมาก และเขาก็คอยจับตามองมันอยู่”

ทุกวันนี้ “มีม” กลายเป็นเหมือนอีกหนึ่งภาษาที่ผู้คนหยิบเลือกมาใช้ในการสื่อสาร และเนื่องจากความหลากหลายของที่มา ความหมาย และวิธีการใช้ ทำให้หลายคนเริ่มสนใจ และมีการรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับมีมขึ้น อย่างเว็บไซต์ knowyourmeme.com ก็เป็นหนึ่งในตัวอย่างของสารานุกรมมีมที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมีมในด้านต่าง ๆ หรือรายการ “I Accidentally Became A Meme” โดย BuzzFeedVideo ที่ไปสัมภาษณ์เหล่าบุคคลที่กลายเป็นมีมในตำนาน ว่าทำไมพวกเขาถึงได้กลายเป็นมีม และมีมเหล่านั้นเปลี่ยนชีวิตพวกเขาไปอย่างไร

What do you meme?

คำว่า “มีม” (Meme) มีรากศัพท์กรีกมาจาก mimema ซึ่งแปลได้ว่าลอกเลียน และถูกใช้ครั้งแรกในหนังสือ *The Selfish Gene* (1976) ที่เขียนโดย ริชาร์ด ดอว์กินส์ ซึ่งความหมายของมีมที่ดอว์กินส์ให้ไว้ในหนังสือเล่มนี้ คือ การอธิบายว่าข้อมูลทางวัฒนธรรมสามารถส่งต่อถึงกันและเลียนแบบได้ ตรงข้ามกับความหมายของยีนส์ (Genes) ในทางชีววิทยา และแม้ว่ามีมในปัจจุบันจะมีความหมายเป็นการสื่อสารในเชิงล้อเลียนมากกว่า แต่ก็ยังมีความคล้ายคลึงกับความหมายเดิมในแง่ที่ว่า มีมเป็นการบรรจุข้อมูลที่สามารถ ทำซ้ำและเลียนแบบได้

81

| แซะได้ก็ขายได้ |

200 นาที เป็นเวลาโดยเฉลี่ยที่คนรุ่นใหม่ใช้บนโลกออนไลน์ในแต่ละวัน และแน่นอนว่า ช่วงเวลาเหล่านี้เองคือโอกาสในการแบ่งปันเนื้อหาที่น่าสนใจให้กับเพื่อนฝูงในสังคมออนไลน์ แบรินต์ที่ทำการตลาดในโซเชียลมีเดียรู้ความจริงข้อนี้ดี พวกเขาจึงทุ่มงบประมาณ เพื่อทำการตลาดบนโลกออนไลน์เฉลี่ยต่อปีไม่ต่ำกว่า 137 พันล้านเหรียญสหรัฐ แต่เม็ดเงิน มหาศาลก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่รับประกันว่าแผนการตลาดบนโลกออนไลน์จะได้ผลเสมอไป

เพราะโดยทั่วไปแล้ว การตลาดบนโซเชียลมีเดียมักไม่ได้รับผลลัพธ์ที่ดีจากผู้บริโภค หากว่าเนื้อหาโฆษณาไม่น่าดึงดูดใจมากพอ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มีนิสัยรู้ทัน การโฆษณาแบบใจแจ้งก็พร้อมจะกดข้ามฟีดโฆษณาอันน่าเบื่อได้อย่างอัตโนมัติ ในวันนี้ มีมที่ถูกมองว่าเป็นการสื่อสารตามเทรนด์ที่ช่างแซะ จึงไม่ได้สร้างแต่ความบันเทิง เท่านั้น แต่กลับกลายเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือการสื่อสารสำหรับแบรนด์สินค้าและบริการ ต่าง ๆ ที่อยากจะทำใจผู้บริโภคผ่านการใช้มุกตลกร้ายและความเข้าถึงง่ายสไตล์มีม

Meme Marketing อาจเป็นศัพท์บัญญัติใหม่ในวิชาการตลาดออนไลน์ที่ผู้เชี่ยวชาญบางคนมองว่าเป็นเพียงเทรนด์ที่ผ่านมาแล้วผ่านไป แต่สำหรับไอเดน โคล ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัทเทคสตาร์ทอัพที่เคยทำงานร่วมกับผู้ทรงอิทธิพลในโซเชียลมีเดียมาอย่างโชกโชน เชื่อว่า การตลาดแบบนี้มีสามารถสร้างการตระหนักรู้ให้แบรนด์ใหม่ได้ ด้วยคุณลักษณะเฉพาะที่เข้าถึงง่าย มอบความบันเทิง และมีน้ำเสียงที่ไม่ได้โปรโมตสินค้าหรือบริการ มากจนทำให้ผู้บริโภครู้สึกไร้ค่า ภูมิจึงเป็นอาวุธสำคัญของนักการตลาดสมัยใหม่ที่นำจับตามองมากที่สุด สำหรับความรู้เบื้องต้นของการตลาดโซเชียลมีเดียที่สำคัญมีดังต่อไปนี้

| Meme Marketing 101 |

รู้จักลูกค้า เข้าใจเทรนด์

82 คือพื้นฐานของการทำการตลาดที่ขาดไม่ได้ เพราะก่อนจะสร้างมีมเกาะกระแสในเทรนด์ไหนก็ตาม ต้องมีความเข้าใจก่อนว่าผู้รับสารของเราคือใครและเราเข้าใจประเด็นที่ถูกพูดถึงกันอยู่ดีแค่ไหน เพื่อที่จะได้สร้างมีมที่ตรงใจและถูกกาลเทศะสำหรับผู้บริโภคมากที่สุด

ไม่เน้นขาย แต่ทำให้รู้จัก

เพราะมีมที่มีเอกลักษณ์สร้างเสียงหัวเราะ ไม่ควรถูกกลบด้วยความฮาร์ดเซลส์จนทำให้มุกตลกนั้นกร่อยลง การตลาดแบบมีมจึงเหมาะสำหรับการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักมากกว่าการมุ่งเน้นการขาย

อย่าพยายามเกิน

เหมือนกับมุกตลกโดยทั่วไปที่ถ้าพยายามมากเกินไปจะทำให้หมดความตลก มีมก็เช่นกัน ต้องอาศัยการเล่นให้พอดีและรู้จักหวัะ

When he buys you flowers instead of a Gucci watch



Gucci แบนด์แฟชั่นสุดหรูที่มุ่งสร้างภาพลักษณ์สง่างามมาโดยตลอด ยังคงทำแคมเปญมีแนวคิดปะดลกร้าย #TFWGucci ซึ่งย่อมาจาก "That Feeling When Gucci" เพื่อโปรโมटनाฬิกาในคอลเล็กชั่น Le Marché des Merveilles ผ่านช่องทางโซเชียลมีเดีย

“ *SARCASM IS
THE LOWEST FORM
OF WIT BUT
THE HIGHEST FORM
OF INTELLIGENCE* ”

Oscar Wilde

รู้ว่เสียงแต่คงต้องขอลอง |

การพูดคุยกับลูกค้าด้วยน้ำเสียงประชดประชันอาจฟังดูไม่เข้าท่า แต่กลับมีบางแบรนด์สินค้าหรือบริการล่าที่เสี่ยงสื่อสารกับลูกค้าหรือผู้ติดตามในโลกออนไลน์ด้วยวิธีการนี้ ในแง่หนึ่งการตอบกลับลูกค้าด้วยน้ำเสียงหยิกกัดพอน่ารักนั้นสามารถสร้างสีสันและความน่าสนใจให้ตัวแบรนด์ได้ไม่น้อย นอกจากนี้ ยังเป็นการบอกเป็นนัยถึงความเข้าถึงง่ายและเป็นมิตร รวากับเป็นเพื่อนสนิทที่หยอกล้อกันได้

หากสินค้าอย่างพจนานุกรมที่แสนจะดูน่าเบื่อ ใช้ประโยชน์จากศัพท์แสงและกล้าโชว์ความสามารถด้านการสื่อสารอย่างแสนสิ้น สินค้าและบริการที่ดูน่าเบื่อไหน ๆ ก็มีความหวังในโลกออนไลน์ได้ทั้งนั้น ‘Merriam-Webster’ พจนานุกรมชื่อดังสัญชาติอเมริกันคือตัวอย่างที่ว่า เพราะแอดมินทวีตเตอร์ตัวแทนพจนานุกรมเจ้านี้เคยทวีตกลับผู้มาวิพากษ์วิจารณ์ด้วยบทความให้ความรู้ด้านคำศัพท์ แต่ใช้หัวข้อเชิงจิกกัดอย่าง ‘ไม่ว่าน้ำใครมาแล้วว่า “Don't argue with the dictionary”

85

หรือในเมืองไทยเองก็มีแอดมินเพจของแบรนด์ต่าง ๆ กล้าเล่นและสื่อสารกับลูกค้าอย่างเป็นกันเองอยู่ไม่น้อย ตัวอย่างเช่น ‘แม่ประนอม’ แบรนด์น้ำจิ้มและน้ำพริกที่อยู่คู่ครัวไทยมาตั้งแต่ปี 1959 ก็สลับภาพลักษณ์ตัวเองใหม่จากที่เคยคุ้นหน้าคุ้นตากันว่าเป็น “แม่ศรีเรือน” ตามขนบยุคเก่า สู่การเป็น “ตัวแม่” ที่พกพาความมั่นใจอย่างเต็มเปี่ยมคาแรกเตอร์ของแบรนด์แม่ประนอมปัจจุบันจึงไม่เคยเหนียมอายที่จะใกล้ชิดกับกลุ่มลูกค้ารุ่นใหม่แบบถึงพริกถึงขิง

และไม่ใช่แค่การแซะลูกค้าของแบรนด์มัน ๆ เท่านั้น แต่ระหว่างแบรนด์คู่แข่งด้วยตัวเองก็ยิ่งเห็นการเปิดสงครามที่ส่งเสริมแผนการตลาดอยู่บ่อย ๆ อย่างแบรนด์เบอร์เกอร์เจ้าใหญ่ที่เป็นคู่แข่งตลอดกาลระหว่าง McDonald's กับ Burger King ซึ่งฟาดฟันกันมาตั้งแต่ยุค 80s ด้วยแผนโฆษณาที่ปลัฟกันไปมาแบบไม่มีใครยอมใคร ตัวอย่างเช่น โฆษณาชุด Burning Stores ซึ่งใช้ภาพจริงของร้าน Burger King ที่กำลังไฟไหม้ให้กลายเป็นโฆษณาที่เคลมว่าที่ร้านใหม่ก็เพราะใช้ไฟจากเตาถ่านแท้ ๆ มาตั้งแต่ปี 1954 ซึ่งนอกจากจะสื่อถึงความซื่อตรงกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นแล้ว ยังเป็นการแซะกลาย ๆ ถึง

แบรนด์คู่แข่งด้วยว่า เบอร์เกอร์ที่ใช้เตาอบหรือไมโครเวฟอุ่นคงเจ๋งสู้ที่นี้ไม่ได้ อย่างแน่นอน และโฆษณาที่สร้างสรรค์และสุดแสบตัวนี้ก็ยังสามารถคว้ารางวัล Grand Prix ในหมวด Print & Publishing จากเวที Cannes Lions 2017 ไปครองได้สำเร็จ อีกต่างหาก



86



I If you don't get it, you can't sit with us I

“วัฒนธรรมของเราเต็มไปด้วยเรื่องเสียดสี ผู้ที่ไม่เข้าใจการเสียดสีที่เกิดขึ้นจะถูกจับสังเกตได้ทันที นั่นแปลว่าคนผู้นั้นไม่เข้าพวก เพราะเขาไม่ปรับตัวกับสิ่งที่เกิดขึ้น” คือความคิดเห็นของแคทเธอริน แรนคิน นักประสาทวิทยาจากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนีย ผู้เชื่อว่าความสามารถในการรับรู้เรื่องเสียดสีเป็นทักษะจำเป็นสำหรับสังคมสมัยใหม่ และอันที่จริงแล้วในช่วงเวลา 20 ปีที่ผ่านมา มีนักจิตวิทยา นักภาษาศาสตร์ และนักประสาทวิทยา ที่พยายามศึกษาการสื่อสารในเชิงเสียดสีว่ามีประโยชน์กับมนุษย์เราหรือไม่และในแง่ไหนบ้าง ก็พบคำตอบร่วมกันว่า ความสามารถในการเข้าใจและใช้การเสียดสีเชิงประชดประชันจะช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และเพิ่มประสิทธิภาพในการแก้ปัญหา ซึ่งความสามารถในการเข้าใจเรื่องนี้ได้ก็เริ่มต้นมาตั้งแต่วัยอนุบาล

แต่แน่นอนว่าการเสียดสีประชดประชันมักมีเส้นแบ่งบาง ๆ คั่นกลางระหว่างการสร้างเสียงหัวเราะหรือการทำร้ายจิตใจผู้รับสารหากไม่รู้จักใช้ให้เหมาะสม งานวิจัย “The highest form of intelligence: Sarcasm increases creativity for both expressers and recipients” โดยหลี่ หวาง และคณะ ค้นพบว่า แม้การประชดประชันหรือเหน็บแนมจะกระตุ้นให้เกิดความขัดแย้งและความเข้าใจผิดระหว่างผู้รับสารและผู้ส่งสารได้ง่าย แต่หากใช้ในบริบทที่ตั้งบนพื้นฐานของความไว้วางใจกัน (Trust) การประชดนั้นก็ไม่ใช่สร้างความขัดแย้งให้เกิดขึ้น

ดังนั้น หัวใจสำคัญจึงอยู่ที่ ‘ความน่าเชื่อถือ’ ซึ่งกำหนดว่าการประชดเสียดสีนั้นจะสร้างเสียงหัวเราะหรือทำร้ายจิตใจอีกฝ่าย และหากแบรนดส์สินค้าหรือบริการเจ้าไหนอยากลงสนามมาประชันฝีปากและทักษะการเหน็บแนมใส่ลูกค้ายี่ห้อคู่แข่ง เพื่อจุดประสงค์ในการสร้างเสียงหัวเราะและดึงดูดการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น ก็ควรต้องกลับมาถามตัวเองให้ดีก่อนว่า ตลอดเวลาที่ผ่านมาตัวเองจริงใจและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภคมากแค่ไหน

I Irony, Sarcasm และ Satire เหมือนหรือต่างกันอย่างไร? I

ในตำรานักเขียน มีการใช้คำพูดหรือการสร้างสถานการณ์ที่เรียกว่า Irony, Sarcasm และ Satire ซึ่งค่อนข้างใกล้เคียงกัน และยากที่จะแปลเป็นไทยให้ถูกต้องชัดเจน เพราะทั้ง 3 คำ ต่างแฝงความประชดประชัน เสียดสีเย้ยหยัน ทั้งต่อคู่สนทนา หรือสถานการณ์รอบตัว ในระดับที่แตกต่างกันไป

เว็บไซต์ Masterclass.com ซึ่งเป็นโรงเรียนออนไลน์ในหัวข้อต่าง ๆ รวมถึงการสอนเรื่องการเขียนหนังสือ จึงได้รวบรวมข้อแตกต่างของคำว่า Irony, Sarcasm และ Satire มาให้ทั้งนักเขียนและนักอ่านได้ศึกษาดังนี้

เรามักคิดว่า Irony มักเกี่ยวข้องกับความบังเอิญ หรือโชคไม่ดี แต่จริง ๆ แล้วในทางวรรณกรรม Irony มี 3 ประเภทหลัก ได้แก่

88

Verbal Irony เมื่อตัวละครพูดสิ่งที่ผิดจากความรู้สึกหรือความหมายที่แท้จริง (แต่ถ้าจุดประสงค์ของการพูดคือการ Mock หรือเย้ยหยัน ก็จะเรียกว่า Sarcasm) ตัวอย่างของ Verbal Irony เช่น เมื่อตัวละครเดินไปท่ามกลางพายุหิมะ แล้วกล่าวว่า “เหม! วันนี้อากาศดีจริงเชียว”

Situational Irony เกิดขึ้นเมื่อ “สิ่งที่คาดว่าจะเกิด” ต่างจาก “สิ่งที่เกิดขึ้นจริง” ตัวอย่างเช่น ไฟไหม้สถานีดับเพลิงจนราบเป็นหน้ากลอง (เพราะเราจะมีความรู้สึกว่า ไม่น่าจะเกิดเหตุการณ์แบบนี้ที่สถานีดับเพลิง เพราะเป็นสถานที่ที่ช่วยดับเพลิงให้สถานที่อื่น ๆ) หรือหากเจ้าหน้าที่ตำรวจกำลังสอนและสาธิตวิธีใช้ปืนอย่างปลอดภัย แต่พลาดยิงเท้าตัวเองขณะกำลังสาธิต แบบนี้ก็เรียกว่าเป็น Situational Irony

Dramatic Irony คือเมื่อผู้อ่านหรือผู้ชม “รู้มากกว่า” ตัวละครในหนังสือ วิลเลียม เชกสเปียร์ นักเขียนชื่ออังกฤษ มักใช้ Dramatic Irony ในงานของเขา ตัวอย่างเช่น ผู้ชมรู้ว่าคู่รักทั้งสองยังไม่ตาย แต่ทั้งโรมิโอและจูเลียตต่างคิดว่าคนรักของตนได้ตาย

จากไปแล้ว โرمิโอจึงดื่มยาพิษฆ่าตัวตายและตายไปจริง ๆ จูเลียตที่ฟื้นจากหลับหลังจากนั้นเพียงนิดเดียวจึงฆ่าตัวตายตาม

ส่วน Sarcasm คือคำพูดเชิงประชดประชัน รู้สึกอย่างหนึ่งแต่พูดอีกแบบหนึ่ง บางครั้งอาจเป็นการประชดด้วยคำพูด น้ำเสียง หรือบริบทก็ได้ (เชิงบริบท เช่น พูดจาดีแต่ดวงของด้วยกิริยากระแทกกระทั้น) ตัวอย่างของ Sarcasm เช่น

- เมื่อเกิดอะไรแย่ ๆ ขึ้น แล้วเราพูดว่า “โอ้ เยี่ยมไปเลย กำลังต้องการสิ่งนี้อยู่พอดี”
- เมื่อลูกน้องทำงานอย่างเชื่องช้าเกินเหตุ แล้วเราพูดว่า “ทำงานให้ช้ากว่านั้นอีกได้ไหม เอาช้า ๆ เลยนะ”
- เมื่อไปดูคอนเสิร์ตที่แค่ตอนเริ่มต้นก็ดูไม่น่าสนใจเอามาก ๆ แล้วเราพูดทำนองว่า “แหม ตื่นเต้นจังที่จะได้อยู่ที่นี่อีกสามชั่วโมง”

วิธีพูดที่ใกล้เคียงอีกอย่างคือ Satire ซึ่งแปลได้ว่า คำพูดเสียดสี มีเจตนาเย้ยหยันความผิดพลาดของมนุษย์ และอาจใช้ Sarcasm, Irony หรือ Hyperbole (การพูดเกินความจริงมาก ๆ) เป็นเครื่องมือในการสื่อ Satire

ในปัจจุบัน มีการใช้ Satire เป็นการสื่อสารเชิงอารมณ์ขันกันมากขึ้น โดยเฉพาะเพื่อสื่อสารเรื่องทางการเมือง การบริหารบ้านเมืองที่ผิดพลาด หรือแม้แต่ความเหลื่อมล้ำต่ำสูงในชีวิตประจำวัน และบางครั้ง Satire ก็ใช้เพื่อหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น ตัวอย่างของ Satire ที่พบมากในวัฒนธรรมป๊อป (Pop Culture) ก็เช่นการ์ตูนล้อการเมืองในหน้าหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ

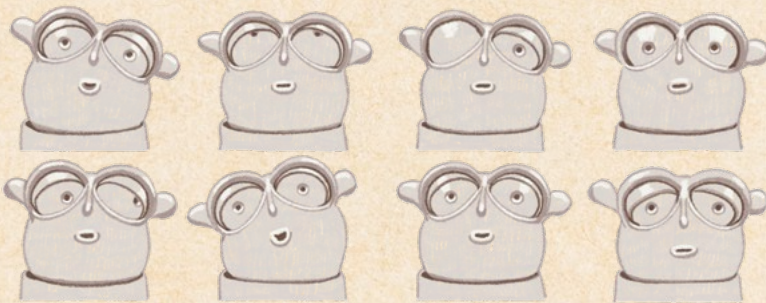
กล่าวโดยสรุป Irony จะใช้ในโอกาสที่ผิดจากที่คาดไว้ ขณะที่ Sarcasm คือคำพูดเชิงประชดประชัน และ Satire เป็นคำพูดเสียดสีเย้ยหยันนั่นเอง

Meet Mr. Irony Man!

เรารู้กันอยู่แล้วว่า ผู้ช่วยอัจฉริยะที่แฝงตัวอยู่ในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อย่าง Siri, Alexa และ Google Assistant สามารถพูดโต้ตอบและบางครั้งก็เล่นมุกตลกให้เราฟังได้ แต่ล่าสุด คณะนักวิจัยจากมหาวิทยาลัย Augsburg ประเทศเยอรมนี ได้พยายามคิดค้นและพัฒนาเพื่อนคุยเล่นที่มีทักษะความกวนประสาทเหมือนมนุษย์ไปอีกขั้นและตั้งชื่อให้ว่า “Irony Man” หรือหุ่นยนต์อัจฉริยะตัวจิ๋วที่สามารถสื่อสารกับมนุษย์ได้อย่างเป็นธรรมชาติมากขึ้น เพื่อมาเป็นเพื่อนคุยแก้เหงาคอยสร้างความเพลิดเพลิน เพราะสามารถตอบโต้ประโยคที่เราพูดด้วยได้อย่างลื่นไหลพร้อมสอดแทรกคำเสียดสี ประชดประชัน ผ่านการแสดงอารมณ์บนใบหน้าและน้ำเสียงได้มากกว่าหุ่นยนต์ทั่วไป เช่น ในบทสนทนาเกี่ยวกับสภาพจราจร เมื่อเราบ่นออกไปว่า “ทำไมรถติดไม่ขยับเลย...” Irony Man จะตอบกลับมว่า “แต่ฉัน ‘รักกกก’ การติดอยู่ที่นี่” ในน้ำเสียงเรียบ ๆ พร้อมหน้าตาที่แฝงไปด้วยความกวนประสาทไม่น้อย

90

เบื้องหลังความกวนของ Irony Man เกิดจากการที่ผู้พัฒนาได้สร้างระบบที่ผสมผสานการโต้ตอบแนวประชดประชันเข้ากับบทสนทนาทั่วไป ผ่านกระบวนการคิดทบทวนและเปรียบเทียบจากหลายแนวทางการประชด จนได้คำตอบที่เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ มากที่สุด ซึ่งข้อความแนวประชดที่แทรกอยู่เหล่านี้จะช่วยปรับปรุงรูปแบบการโต้ตอบที่เน้นการสื่ออารมณ์ ร่วมกับการแสดงสีหน้าท่าทางของหุ่นยนต์ ซึ่งจากการทดลองเปรียบเทียบกับบทสนทนาทั่วไปพบว่า การแสดงสีหน้าร่วมกับคำพูดที่มีการใช้คำประชดประชัน ช่วยให้คู่สนทนาของหุ่นยนต์รับรู้ถึงเนื้อหาในการสนทนาเหมือนเดิม แต่เพิ่มเติมด้วยความรู้สึกร่วมและความสุนทรีย์ในการพูดคุยมากยิ่งขึ้น





1 แต่ถึงอย่างไรเหรียญก็ย่อมมี 2 ด้าน 1

แน่นอนว่าความบันเทิงไม่ใช่สิ่งที่จะได้มาฟรี ๆ คอนเทนต์ออนไลน์อาจเต็มไปด้วยวิธีการสื่อสารที่สนุกสนานและความตลกประชดประชันที่ชวนให้แชร์รีทวีต และส่งต่อ แต่คอนเทนต์เหล่านั้นก็โยนโยนไปได้ถึงเจ้าของสื่อที่ได้รับผลประโยชน์อยู่เงียบ ๆ และนั่นอาจจะเป็นหนทางที่กลับมาควบคุมเราในฐานะผู้บริโภคอย่างไร้ตัว

เจฟฟ์ ออร์โลวสกี ผู้กำกับสารคดีเรื่อง “Social Dilemma” (2020) ได้กล่าวถึงเหตุผลของการเลือกเล่าเรื่องราวของโซเชียลมีเดียในปัจจุบันที่ไม่ต่างจากวายร้าย ซึ่งหลายครั้งเราก็เต็มใจให้มันคุกคามจิตใจโดยไม่รู้ตัว สารคดีเรื่องนี้ดำเนินไปด้วยการอธิบายถึงอิทธิพลของสังคมออนไลน์ที่มีต่อมนุษย์ในแง่มุมต่าง ๆ ตั้งแต่มิติของการดีไซน์สื่อเพื่อให้มนุษย์เชื่อมั่นอย่างเสพติด การใช้ประโยชน์จากข้อมูลของผู้ใช้งานเพื่อหากำไรสูงสุดไปจนถึงผลกระทบในวงกว้างของการใช้เพื่อหาผลประโยชน์ทางการเมืองที่ทำให้สังคมปัจจุบันเกิดการแบ่งขั้วกันอย่างสุดโต่ง โดยทั้งหมดนี้ได้เล่าผ่านคำบอกเล่าและความคิดเห็นของอดีตผู้ร่วมงานกับบริษัทสื่อออนไลน์ยักษ์ใหญ่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น กูเกิล เพชบุ๊ก ยูทูบ อินสตาแกรม หรือพินเทอเรสต์ ไปจนถึงศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาสังคม นักปรัชญาคอมพิวเตอร์ ฯลฯ ซึ่งหากใครที่เคยดูสารคดีเรื่องนี้ก็คงจะถูกระตุ้นต่อมความกลัวไม่น้อยว่า เวลาที่เราใช้ไปกับสังคมออนไลน์ได้อย่างฟรี ๆ นี้ต้องแลกมากับอะไรที่จะเสียไปต่อจากนี้บ้าง



แม้สารคดีเรื่องนี้จะเล่าแง่มุมดำมืดของสังคมออนไลน์จากประสบการณ์ผู้ที่เคยอยู่เบื้องหลังการขับเคลื่อนมัน แต่มันยังจำลองสถานการณ์ของการเสพติดสื่ออย่างไม่ระวังใจได้อย่างเห็นภาพขนาดไหน ก็เหมือนจะยังเทียบไม่ได้กับผลกระทบที่เกิดขึ้นแล้วในโลกจริงของคดีอื้อฉาวระดับโลกที่สารคดีปี 2019 “The Great Hack” ออกมาเปิดโปงบริษัท Cambridge Analytica ที่ได้ลักลอบนำข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานเพชบุ๊กนับล้าน ๆ คนไปใช้หาผลประโยชน์ทางการเมืองในช่วงการเลือกตั้งของสหรัฐฯ ปี 2016 โดยมุ่งไปที่กลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มว่าจะถูกชักจูงได้ง่ายผ่านการนำเสนอคอนเทนต์และสื่อต่าง ๆ แบบเฉพาะกิจที่สร้างขึ้นมาป้อนให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการให้เห็นเท่านั้น

โดยเนื้อหาเหล่านั้นอาจจะทำขึ้นเพื่อสนับสนุนนโยบายของดอนัลด์ ทรัมป์ หรือเพื่อโน้มน้าวไม่ให้คนออกไปใช้สิทธิโหวต รวมทั้งเนื้อหาล้อเลียนเชิงตลกขบขันเพื่อดิสเครดิตฮิลลารี คลินตัน โดยทั้งหมดนี้เป็นกลยุทธ์ที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อบั่นหัวผู้ที่มีสิทธิโหวตแต่ยังตัดสินใจไม่ได้ว่าจะเลือกใครให้มาอยู่ข้างทรัมป์ในที่สุด โดยเหตุการณ์ครั้งนี้ส่งผลให้บริษัทเฟซบุ๊กต้องเสียค่าปรับราว 150,000 ล้านบาท ในข้อหาการปล่อยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ใช้งานกว่า 50 ล้านคนโดยไม่ได้รับอนุญาต และประเทมหาอำนาจของโลกอย่างสหรัฐอเมริกาก็ได้ผู้นำคนใหม่อย่างดอนัลด์ ทรัมป์ ขึ้นมาบริหารประเทศ

ตัวอย่างที่น่าจะสะท้อนสิ่งที่ซ่อนเร้นของการใช้โซเชียลมีเดียได้อย่างชัดเจนที่สุดว่า ข้อมูลและความสนใจที่เราให้ไปฟรี ๆ นั้นอาจกลับมาล่อวงและควบคุมเราในรูปแบบที่แยบยลและเราเองก็คาดไม่ถึง เซย์เนพ ตูเฟคชี นักสังคมวิทยาผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีการเซ็นเซอร์และผลกระทบทางสังคมของเทคโนโลยีประจำมหาวิทยาลัยนอร์ทแคโรไลนา อธิบายถึงปรากฏการณ์การถูกยิงแอดที่ตรงใจและสังคมดิสโทเปียที่อาจเกิดขึ้นจากการถูกนำข้อมูลในสื่อออนไลน์ไปใช้เป็นเครื่องมือโจมตีฝ่ายตรงข้ามที่นำไปสู่การแบ่งฝักแบ่งฝ่ายที่ยากจะบรรจบ เริ่มต้นจากการป้อนข้อมูลจำนวนมหาศาลเพื่อให้เครื่องจักรเกิดการเรียนรู้ (Machine Learning) และสร้างชุดคำสั่งที่สามารถวิเคราะห์ได้ว่าเรามีจุดแข็งหรือจุดอ่อนอย่างไร กำลังสนใจอะไร คาดเดาความต้องการ และพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในอนาคตของคนคนหนึ่งได้โดยที่มนุษย์เองก็ไม่อาจรู้ได้แน่ชัดอีกต่อไปว่าเครื่องจักรนั้นทำงานอย่างไร

93

ในแง่หนึ่ง ข้อดีของมันก็คือความสะดวกสบายที่เราสามารถหาซื้อสินค้าและบริการได้อย่างตรงใจนี่ก็ แต่สิ่งที่แลกมากับการถูกสอดแนมชีวิตดิจิทัล (Digital Surveillance) โดยบริษัทสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ที่อยู่เบื้องหลังการส่งเสริมมันนั้น อาจจะทำลายคามอิสรภาพและควบคุมจิตใจของเราได้อย่างไม่รู้ตัว

“เราไม่อาจรู้ได้อีกต่อไปว่ากำลังเห็นข้อมูลข่าวสารเดียวกันหรือไม่ หรือสิ่งที่คนอื่นเห็นเป็นอย่างไร และเมื่อปราศจากพื้นฐานข้อมูลข่าวสารร่วมกัน การอภิปรายได้เพียงสาธารณะก็กำลังจะเป็นไปไม่ได้” ตูเฟคชีกล่าว โดยสิ่งที่เธอกังวลที่สุดก็คือ หากยังไม่มีมาตรการปกป้องข้อมูลส่วนตัวในโลกดิจิทัลที่ชัดเจนและยังไม่มีผู้ใดออกมาคัดค้านอำนาจอันทรงพลัง

ที่ยากจะมองเห็นจากการใช้ข้อมูลส่วนตัวมหาศาลของผู้คนสร้างประโยชน์โดยไม่ชอบแบบนี้อย่างไรก็มีความเป็นไปได้ว่าเราจะต้องอยู่ในสังคมที่มีระบบอำนาจนิยมครอบงำ

“นี่เป็นเรื่องน่าเศร้าที่ว่าเรากำลังสร้างโครงสร้างพื้นฐานของการสอดแนมตามแบบลัทธิอำนาจนิยมขึ้นมา เพียงเพื่อให้ผู้คนคลิกเข้าไปในโฆษณา... ถ้าลัทธิอำนาจนิยมแบบเดิมกำลังคุกคามและข่มขู่เรา ทุกคนก็จะตกใจกลัวและสุดท้ายเราก็จะต่อต้านมัน แต่ถ้าคนที่อยู่ในอำนาจนั้นกำลังใช้ชุดคำสั่งเพื่อเฝ้ามองดูเราอย่างเงียบ ๆ และโน้มหน้าเราทีละคน โดยการใช้อัจฉริยะและความประจบประแจงส่วนตัวชักจูงเราผ่านทางหน้าจอ... อำนาจนิยมแบบนี้จะครอบงำเราไว้มากกว่ากับเยแวมมูม และเราอาจไม่รู้ตัวเลยว่าตัวเราอยู่ในนั้น”

ทางออกเรื่องนี้ไม่ง่าย การลบบัญชีผู้ใช้งานทิ้งไปอาจเป็นการแก้ที่ปลายเหตุ เพราะปัญหาจริง ๆ นั้นจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนที่โครงสร้างและแผนการธุรกิจของบริษัทเทคโนโลยี และสังคมออนไลน์ใหม่ทั้งหมด ในแง่ร้ายที่สุด จารอน ลาเนียร์ นักปรัชญาและนักวิทยาศาสตร์คอมพิวเตอร์ เชื่อว่าเผ่าพันธุ์มนุษย์จะไม่อาจอยู่รอดได้หากเรายังไม่แก้ไขสิ่งนี้ เพราะแน่นอนว่า หากข้อมูลในชีวิตดิจิทัลของเรากำลังถูกสอดแนมและซื้อขายได้ไม่ต่างจากสินค้า ผู้ที่เป็นเจ้าของสินค้านั้นก็ย่อมสามารถทำอะไรกับมันก็ได้ไม่เว้นแม้แต่ทำลายมัน

“ กรุงเทพฯ... ชีวิตดี ๆ ที่ลงตัว ”



95

ดูเหมือนว่าชีวิตดี ๆ ที่ลงตัว แทบจะไม่ได้เกิดขึ้นจริงกับชาวกรุงแม้แต่น้อย เพราะประโยคดังกล่าวถูกนำมาล้อเลียนนับครั้งไม่ถ้วน ไม่ว่าจะตอนฝนตกน้ำท่วมหนัก สภาพการจราจรติดขัดยาวเป็นกิโล สายไฟพะรุงพะรังตามท้องถนน ฯลฯ ซึ่งเป็นภาพประกอบคำคมเมือง “กรุงเทพฯ ชีวิตดี ๆ ที่ลงตัว” ได้อย่างย่นแย่งมากที่สุด และนี่ก็เป็นอีกครั้งที่การแซะเข้ามามีบทบาทซึ่งไม่ได้ถูกใช้เพียงเพื่อจิกกัดใครคนใดคนหนึ่ง แต่ยังแซะถึงสังคมโดยรวมที่มีทุกคนเป็นผู้รับผิดชอบร่วมกัน

และแม้จะมีผู้แะเกิดขึ้นมากมาย แต่การแะแบบจริงจังและทำให้เป็นเรื่องเป็นราว ก็ไม่ได้มีให้เห็นมากนัก โดยเฉพาะในกระแสที่เกิดขึ้นบนโลกออนไลน์ซึ่งเปลี่ยนประเด็น การแะกันแบบเรียลไทม์ แต่ ‘เพจนวล’ ที่เล่าเรื่องราวหลากหลายตั้งแต่จิตวิทยา สังคม การเมือง วิทยาศาสตร์ ไปจนถึงประวัติศาสตร์ ผ่านคาแรกเตอร์หมาชื่อ ‘นวล’ ที่ดูกวนได้ใจชาวเน็ตมากมาย กลับเลือกสว่นกระแสการรีบแะ แต่ค่อย ๆ ใช้เวลา สร้างคอนเทนต์แบบวิดีโอแอนิเมชันที่ใช้เวลาปลูกบ้นเพื่อเล่าเรื่องราวในประเด็นนั้น ๆ ให้เห็นภาพอย่างชัดเจนที่สุด พร้อมสอดแทรกด้วยมุกตลกแะมหยอกกั๊ดเสียดสีกับ เหตุการณ์ที่กำลังพุดถึงได้อย่างคมคาย

96

“บางคนอาจจะสนุกกับการได้ด่าคนที่ตัวเองไม่ชอบแบบกระทะเทียบหรือใช้ คำพุดแะบ ๆ แต่ส่วนตัวผมไม่ได้มีความสุขจากการแะแบบนั้น แต่เวลาที่ผมทำแบบนี้ ในคลิป คือผมต้องการสร้างรสชาติให้กับการเล่าเรื่อง... แต่มันก็ไม่ใช่เป้าหมายของเรา ที่จะต้องมาวางแผนว่าเทปหน้าเราจะเสียดสีใครดี” กวิน ศิริพานิช เจ้าของเพจนวลกล่าว และเขายังเชื่ออีกว่าการเล่าเรื่องในยุคนี้ไม่จำเป็นต้องสั้น เพราะคอนเทนต์ที่มีคุณค่า ก็ยังสร้างที่ทางให้ตัวเองได้อยู่เสมอ

“การที่เฟชบุ๊กบอกว่าวิดีโอที่ทำงานได้ดีที่สุดคือวิดีโอที่มีความยาวไม่เกิน 60 วินาที แล้วยังมีหลักฐานมารองรับ แต่ว่าหลักฐานนั้นมันมาจากการที่เขาตั้งระบบให้วิดีโอที่สั้น ได้ขึ้นแสดงบนหน้าพีคของผู้ใช้งานมากกว่าวิดีโอยาว ๆ ดังนั้นมันก็เป็นกรเก็บข้อมูล ปฐมภูมิที่มีอคติ นำมาอ้างอิงไม่ได้ แต่เบรนต์ก็มักจะใช้สิ่งเหล่านี้มาตีกรอบในการทำงาน ผมรู้สึกที่เราสามารถทำคอนเทนต์ด้วยมุมมองที่เป็นมนุษย์มากกว่านี้ได้ การทำ ‘นวล’ มันก็เป็นความพยายามที่จะพิสูจน์ว่า ธรรมชาติของคนเราชอบฟังเรื่องราว ไม่ว่าจะสั้น หรือยาว ชับซ้อนหรือเข้าใจง่าย เราแค่ชอบเรื่องที่ดีและสนุก และไม่จำเป็นต้องมีความรู้หรือตลกอย่างเดียว มันคือความเป็นมนุษย์นี่ละ”

มาถึงตรงนี้ จะเห็นได้ว่าการเสียดสีประชดประชันได้กลายเป็นภาษาพื้นฐานสำหรับการสื่อสารในสมัยนี้ที่สามารถพบเห็นได้จากสื่อต่าง ๆ โดยเฉพาะในโลกออนไลน์ซึ่งไม่อาจตีความจากเสียงและสีหน้าได้ง่าย ๆ ความพยายามที่จะสื่อสารได้อย่างครบถ้วนกระบวนความจึงถูกใช้อย่างมีสีสันผ่านเครื่องมือการสื่อสารแบบใหม่ ตั้งแต่ อีโมจิ มีมหรือภาพประกอบทั้งแบบนิ่งและเคลื่อนไหว รวมทั้งข้อความที่แฝงนัยและความย้อนแย้งเพื่อกระตุ้นต่อมความคิด สร้างความบันเทิง และยังเป็นจุดขายที่สร้างสรรค์ได้ หากสามารถรู้เท่าทัน และใช้มันได้อย่างชาญฉลาด



“ คำพูดเป็นของฟรี
แต่คนมีปัญหาจะ
เลือกใช้ในเวลาที่
ไม่ควร ”

นีล ไกแมน
นักเขียนนวนิยาย
และการ์ตูนชาวอังกฤษ

CREATIVITY
×
NATURE

**INSPIRED BY NATURE /
เมื่อธรรมชาติคือทางรอด**



“ มองธรรมชาติให้ลึก แล้วคุณจะได้
เข้าใจทุกอย่างกระจ่างขึ้น ”

อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์

บนโลกนี้ไม่มีอะไรน่าอัศจรรย์ไปกว่าธรรมชาติอีกแล้ว

ผืนดิน ผืนป่า ทะเล และท้องฟ้า เป็นเหมือนห้องวิจัยที่ผ่านการทดลองผิดถูกมาแล้วนับล้านปีโดยมีความอยู่รอดเป็นเดิมพัน ขณะที่มนุษย์เราเพิ่งจะเริ่มมีห้องแล็บวิทยาศาสตร์มาแค่ไม่กี่ร้อยปีเท่านั้น

“ธรรมชาติ” จึงเป็นแหล่งคำตอบของโจทย์ปัญหามากมาย และมนุษย์ก็ยึดธรรมชาติเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เสมอ เรียกง่าย ๆ คือขอลอกข้อสอบจากธรรมชาตินั่นเอง

แต่ถึงอย่างนั้น มนุษย์ก็ยังเป็นสปีชีส์ที่อ่อนประสบการณ์นัก แม้หลายคนจะอยากเถียงว่าเราคือสิ่งที่มีชีวิตที่ฉลาดเปรี๊ยะที่สุด เพราะนวัตกรรมที่เราคิดค้นขึ้นในช่วงพันปีที่ผ่านมามีค่าล้ำไปไกลกว่าสิ่งมีชีวิตไหน ๆ แต่ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ถาโถมรุนแรงในวันนี้ก็ได้พิสูจน์แล้วว่า วิทยาการความก้าวหน้าที่เราเคยภาคภูมิใจกำลังสร้างปัญหาใหญ่ที่ส่งผลร้ายมหาดศาลต่อโลกใบนี้ และปัญหานั้นกำลังหวนกลับมาทำร้ายมนุษย์เสียเองอย่างเลี่ยงไม่ได้

หากมองในแง่นี้ การเลียนแบบธรรมชาติจึงอาจไม่ได้เป็นแค่หนึ่งใน “ทางเลือก” ที่มนุษย์เลือกใช้เป็นแรงบันดาลใจและนำไปปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาบางอย่าง แต่คือ “ทางรอด” ที่เราต้องศึกษาอย่างจริงจัง เพื่อหาหนทางปรับเปลี่ยนและเปิดรับ “วิถี” ของธรรมชาติให้กลับเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตอีกครั้ง เพื่อให้ทั้งเราและธรรมชาติอยู่รอดไปด้วยกัน

วิถีของธรรมชาติ ที่มีทั้งประสิทธิภาพ ความงาม ความอ่อนโยน กลมกลืน และยั่งยืน

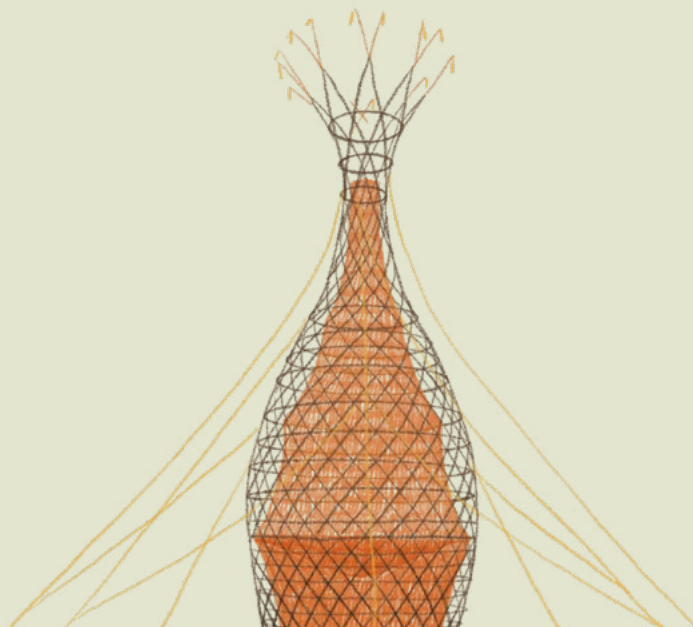
เพราะมนุษย์แม้จะเก่งและมาไกลมากแล้ว แต่ที่ผ่านมาเรามักสำแดงความเก่งของเรา ด้วยวิธีที่รุนแรง บ้าพลัง และหยาบกระด้าง กระบวนการผลิตอะไรสักอย่างของเรา ตั้งแต่ปูนไปจนถึงพลาสติก มักต้องใช้ความร้อนและความดันมหาศาล ทั้งยังปล่อยฝุ่นผง คาร์บอน และของเสียเหลือทิ้งมหาศาลไม่ต่างกัน ขณะที่ธรรมชาติสร้างสรรค์สิ่งมหัศจรรย์พอ ๆ กันได้ด้วยกระบวนการที่อ่อนโยนกว่ามาก

นี่ถึงปะการังที่ค่อย ๆ สร้างนครคอนกรีตได้โดยไม่ต้องเผาอะไรเลย เพียงแค่ดึงแร่ธาตุออกจากน้ำอย่างช้า ๆ และอ่อนโยน

นี่ถึงต้นไม้ที่สามารถสร้างไม้ขึ้นมาได้จากลมหายใจของสรรพสัตว์และพลังงานจากแสงแดด

นี่ถึงหิ้งห้อยและสิ่งมีชีวิตอีกมากมายที่สามารถปล่อยแสงได้โดยหลอดไฟของมันไม่ร้อนแม้แต่นิด

ในธรรมชาติ ทุกอย่างเกิดขึ้นภายใต้สภาวะที่เอื้อต่อชีวิต และนี่คือปรัชญาธรรมชาติที่มนุษย์เราเพิ่งเริ่มจะเล็งเห็นความสำคัญ และใฝ่ฝันจะเลียนแบบให้ได้บ้าง หากยังไม่สายเกินไป



| คำตอบจากธรรมชาติ |

ปีค.ศ. 1989 การรถไฟของญี่ปุ่นเผชิญกับโจทก์ปัญหาที่ทำลายมันสมองวิศวกรอย่างยิ่ง

ในเวลานั้น รถไฟชินกันเซ็นรุ่นที่เร็วสุดของญี่ปุ่น คือรุ่น N300 สามารถวิ่งด้วยความเร็วราว 270 กม./ชม. ซึ่งถือว่าเร็วมากอยู่แล้ว แต่ญี่ปุ่นไม่หยุดยั้ง พวกเขาวางแผนการว่าอยากให้อัตราเร็วรถไฟพุ่งขึ้นไปสามารถทำความเร็วได้ 300 หรือกระทั่ง 350 กม./ชม. เพื่อจะใช้เวลา 2 ชั่วโมง 20 นาที ในการพาผู้โดยสารข้ามระยะทาง 515 กิโลเมตร จากสถานีชินโอซากาไปสถานีฮากาตะ และแน่นอนว่าจะได้เพิ่มจำนวนรอบวิ่งในแต่ละวันให้รองรับผู้โดยสารได้มากขึ้นอีก

สำหรับประเทศแห่งการเดินทางด้วยรถไฟอย่างญี่ปุ่น หากทีมพัฒนาทำได้สำเร็จ ชินกันเซ็นจะสร้างมูลค่ามหาศาลให้แก่ประเทศ

103

หากพูดกันตามจริง การที่ญี่ปุ่นจะบรรลุเจตจำนงนี้ในแง่ “ความแรง” อาจไม่ยากนัก แต่สิ่งที่ท้าทายยิ่งกว่า คือเรื่อง “ความนุ่มนวล” เพราะยิ่งรถไฟวิ่งเร็วมากเท่าไร เสียงก็จะยิ่งดัง และสร้างมลภาวะทางเสียงแก่ชุมชนใกล้เคียงรถไฟมากขึ้นเท่านั้น

ที่มาของเสียงดังของรถไฟนั้นเกิดขึ้นจากหลายแหล่ง ทั้งเสียงรางที่เสียดสีกับตัวรถ เสียงของแท่ง آهنรับไฟบนหลังคาเมื่อเสียดสีกับอากาศ และที่หนักสุดคือ ทุกครั้งที่รถไฟวิ่งผ่านอุโมงค์ ขบวนรถไฟจะกลายเป็นเหมือนกระบอกสูบที่ทำให้เกิดแรงอัดอากาศในช่องแคบ และก่อให้เกิดเสียงดังกัมปนาทที่เรียกกันว่า “โซนิคบูม” เมื่อรถไฟโผล่พ้นปากอุโมงค์ก็อีกฝั่ง หน้าเข้าทางรถไฟของญี่ปุ่นก็มีอุโมงค์จำนวนมาก

มาตรฐานอย่างเป็นทางการของญี่ปุ่นกำหนดว่า เสียงที่วัดได้ในระยะ 25 เมตรจากเส้นกึ่งกลางรางรถไฟจะต้องไม่เกิน 75 เดซิเบล ซึ่งเทียบเท่ากับเสียงเครื่องดูดฝุ่นดัง ๆ เครื่องหนึ่งเท่านั้น การแก้โจทย์ที่ยู่ยากซับซ้อนขนาดนี้จึงไม่ใช่เรื่องง่าย

โชคดีที่เอจิ นาคัตสึ ผู้จัดการแผนกวิจัยและพัฒนาที่ดูแลโครงการออกแบบรถไฟ ในขณะนั้น มีงานอดิเรกเป็น “นักดูนก” ด้วยความสนใจส่วนตัว เขาเดินทางไปฟัง การบรรยายของสมาคมดูนก โดยไม่ได้คาดคิดเลยว่า การบรรยายครั้งนั้นจะทำให้เขา ได้พบคำตอบที่ทีมพัฒนารถไฟกำลังค้นหา

นาคัตสึพูดคุยแลกเปลี่ยนกับนักดูนกคนอื่น ๆ โดยเฉพาะคนที่ เป็นวิศวกรเหมือนกัน โดยเริ่มจากคำถามที่ว่า “นกอะไรบินเร็วที่สุด” คำตอบที่ได้คือ “นกฮูก” เพราะขณะที่ นกชนิดอื่นทำเสียงตีปีกที่ซับซ้อน ๆ เวลาบิน แต่นกฮูกนั้นสามารถบินโฉบเข้าตะครุบเหยื่อ ได้อย่างเงียบกริบแบบไม่ทันตั้งตัว วิวัฒนาการที่ยาวนานทำให้ร่างกายของนกฮูก กลายเป็นสุดยอดนักล่าของสัตว์แห่งรัตติกาล ผู้มาพร้อมกับความเงียบอย่างน่าฉงน ทั้งที่ขนาดตัวของมันนั้นก็ไม่เล็ก

104

การศึกษาของนักปักษีวิทยาค้นพบว่า ปีกของนกฮูกนั้นมีซี่ขนขนาดเล็กที่เรียกว่า ฟิมเบรีย (Fimbria) จำนวนมากเรียงเป็นแถวบนสันด้านหน้าของปีก หลักการทำงานของซี่ขนที่มีความแข็งแรงและรูปร่างอ่อนเหล่านี้คือ เมื่อนกฮูกตีปีกหรือโฉบไปข้างหน้า ขนแต่ละซี่จะ ช่วยแหวกกระแสอากาศให้แตกย่อยออกเป็นหย่อมความแปรปรวนหมุนวน (Vortex) ขนาดจิ๋วหลายลูก แต่ละลูกผลิตเสียงเบาเท่าเสียงกระซิบของมด ตรงข้ามกับปีกของ นกชนิดอื่นที่ทำให้เกิดลมพัดเป็นลูกใหญ่ลูกเดียว และเป็นต้นเหตุทำให้เกิดเสียงดัง ทุกครั้งที่ตีปีกบิน

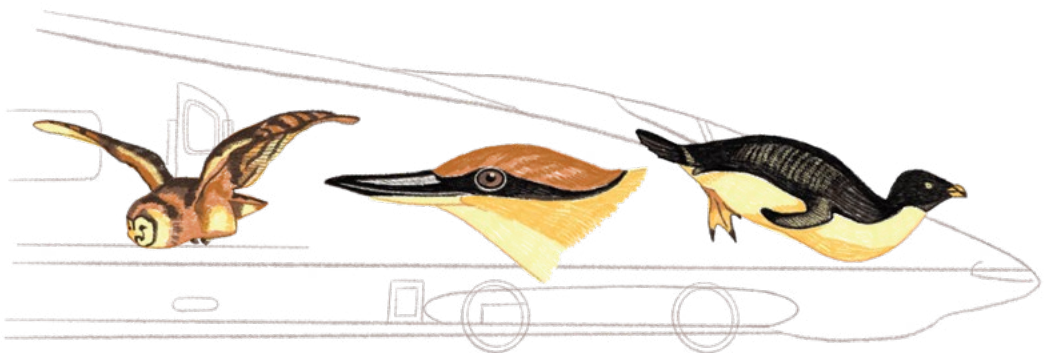
นาคัตสึและทีมวิศวกรจึงออกแบบแหวนรับไฟ (Pantograph) บนหลังคราฟท์ชินกันเซ็น รุ่นใหม่ จากเดิมที่เป็นโครงเหล็ก ให้เป็นทรงปีกนกที่มีความลู่ลมขึ้น มีเส้นนูนเรียง สลับกันเป็นลายฟันปลา โดยเว้นช่องแคบ ๆ ระหว่างแต่ละเส้นไว้ และเจาะรูเล็ก ๆ เรียงเป็นแถวให้กระแสอากาศสรีดผ่านแบบเดียวกับปีกนกฮูก เขาตั้งชื่อให้กับแหวนรับไฟ รุ่นใหม่นี้ว่า วิงกราฟ (Wing-Graph) ซึ่งเมื่อนำไปติดตั้งเพื่อทำการทดสอบก็ปรากฏว่า สามารถลดเสียงลงได้จริง ๆ รถไฟที่ตีตีวิงกราฟและวิ่งด้วยความเร็ว 320 กม./ชม. ทำเสียงดังแค่ 73 เดซิเบลเท่านั้น อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานความดังที่กำหนดไว้ที่ 75 เดซิเบล

แต่ยังเหลือใจหายอีกข้อคือเสียงโซนิคบูม ที่เกิดขึ้นเวลารถพุ่งผ่านอุโมงค์เนื่องจากอากาศนอกอุโมงค์กับอากาศที่ถูกอัดอยู่ในอุโมงค์มีความหนาแน่นต่างกันมาก เรื่องนี้เมื่อมองให้ดีก็ไม่ต่างจากเวลาใครบางคนกระโดดลงไปใต้น้ำ ความหนาแน่นระหว่างน้ำกับฟ้าที่ต่างกันถึง 800 เท่า ทำให้เกิดเสียงดังและการกระเซ็นของน้ำไปทั่ว แต่ในธรรมชาติเรากลับเห็นราชันย์แห่งการจับปลาอย่างนกกระเต็น (Kingfisher) พุ่งลงไปจับปลาในน้ำได้โดยแทบไม่ทำน้ำกระเซ็นเลย

เมื่อคิดได้ดังนี้ ทีมวิศวกรญี่ปุ่นจึงทำการทดสอบเปรียบเทียบหัวรถทรงต่าง ๆ ทั้งทรงหัวกระสุนแบบเก่า ทรงหัวจรวดแหลมมาก แหลมน้อย ทรงเลียนแบบปากนกกระเต็น และรูปทรงอื่น ๆ ด้วยวิธีหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการเอาแบบจำลองไปทิ้งลงน้ำแล้ววัดการกระเซ็น การยิงกระสุนรูปทรงต่าง ๆ เข้าท่อแล้ววัดคลื่นความดัน ตลอดจนการทดสอบสถานการณ์จำลองในคอมพิวเตอร์ ทุกวิธีให้ผลสรุปตรงกันทั้งหมดว่า รูปทรงปากของนกกระเต็นนั้น มีสมการความแหลม ความยาว และความแบน ในลักษณะที่พอเหมาะพอเจาะที่สุด สำหรับการที่มันแทงอย่างรวดเร็วแต่นุ่มนวล

105

ในที่สุด เมื่อหัวรถทรงปากนกกระเต็นถูกนำไปสร้างและทดลองวิ่งผ่านอุโมงค์จริง ก็ปรากฏว่าลดเสียงโซนิคบูมลงได้สำเร็จ และทำเสียงดังไม่เกิน 70 เดซิเบล แม้จะวิ่งด้วยความเร็วถึง 300 กม./ชม. ซึ่งผ่านเกณฑ์มาตรฐานซึ่งกำหนดไว้ที่ 75 เดซิเบลอย่างสวยงาม



ดีไซน์หัวรถใหม่เลียนแบบปากนกกระเต็น รวมทั้ง
วงกราฟใหม่เลียนแบบปีกนกฮูก ถูกนำมาประกอบ
รวมกันกลายเป็นรถไฟชินกันเซ็งรุ่นใหม่ที่ชื่อว่า
N500 ซึ่งไม่เพียงเร็วขึ้น เจียบขึ้น แต่ยังสร้างแรงต้าน
อากาศน้อยลงถึง 30% และประหยัดพลังงานกว่า
รถรุ่นเก่าถึง 15%

รถซีรีส์ N500 เริ่มต้นวิ่งรับผู้โดยสารในปี 1997 และ
ตั้งแต่นั้นมา เอจิ นาคัตสึ ก็กลายเป็นตำนาน ไม่เพียง
ในแวดวงวิศวกรรมของประเทศญี่ปุ่น แต่ในฐานะ
ตัวอย่างสุดคลาสสิกของการออกแบบที่ได้รับ
แรงบันดาลใจจากธรรมชาติ หรือที่เรียกว่า Biomimicry
ซึ่งโด่งดังไปทั่วโลก

“วิธีนำวิทยาศาสตร์มาใช้อย่างถูกต้อง ไม่ใช่เพื่อต่อกร แต่เพื่ออยู่ร่วมกับธรรมชาติ”

แบร์รี คอมมอเนอร์
นักชีววิทยาและนักการเมืองชาวอเมริกัน
หนึ่งในผู้ริเริ่มการเคลื่อนไหวเพื่อสิ่งแวดล้อม

นวัตกรรมเรียบง่ายที่ออกแบบโดยธรรมชาติ

ธรรมชาติสร้าง

เก็บน้ำเก่งเหมือนด้วง *Stenocara*

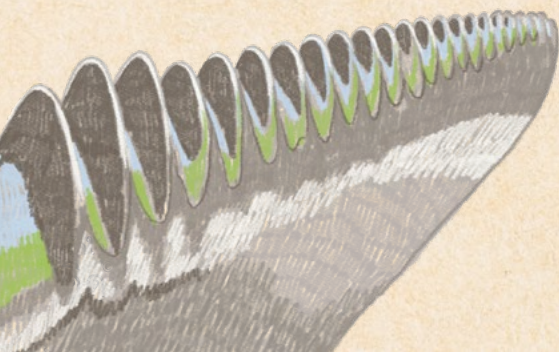
แม้จะอาศัยอยู่ในทะเลทรายที่แห้งแล้ง แต่ด้วงดำแห่งทะเลทรายนามิบก็อยู่รอดได้ด้วยแผ่นหลังที่มีปุ่มเล็ก ๆ จำนวนมากซึ่งสามารถดักไอน้ำในอากาศให้รวมตัวกันจนกลายเป็นน้ำหยดใหญ่ขึ้นเรื่อย ๆ จนหยดน้ำสัมผัสกับพื้นผิวขังปุ่มที่มีความชื้น ก็จะหลั่งลงตามร่องลงไปที่ปากของมัน ด้วงจึงดื่มน้ำได้กระหายได้โดยไม่จำเป็นต้องรอฝนตก หรือเดินไปหาแหล่งน้ำซึ่งหายากมากในทะเลทราย



108

ปลิวไหวอย่างวาทหลังค่อม

ขนาดตัวมึ่มหาของวาทไม่เคยเป็นอุปสรรคในการแหวกว่ายของวาท เพราะครีบของมันนอกจากจะมีขนาดใหญ่แล้วยังมีมุมหยักและพื้นผิวที่ไม่เรียบ จึงช่วยลดแรงต้านและทำให้การว่ายน้ำไปอย่างนุ่มนวล รวดเร็ว



มนุษย์ตาม

Dew Bank Bottle งานออกแบบที่ได้รับรางวัล Idea Design Awards ในปี 2010 เป็นภาชนะทรงโดมสำหรับดักหมอก ทำจากสแตนเลส ผิวลื่นและมีร่องเพื่อให้หยดน้ำไหลลงตามช่องเก็บ เพียงตั้งไว้ข้ามคืนก็สามารถช่วยผู้คนในพื้นที่ทุรกันดารมีน้ำสะอาดดื่มยามเช้าอย่างน้อยหนึ่งแก้ว แถมยังสามารถนำไปใช้เป็นที่เก็บน้ำดื่มในลำธารก็ได้อีกด้วย



นักวิทยาศาสตร์ทดลองออกแบบกั้งหันลมให้มีใบพัดที่มีร่องหยัก และรูปทรงคล้ายครีบของวาท พบว่าสามารถลดการส่ายของใบพัดได้ 32% และเพิ่มแรงยกอีก 8%

ปัจจุบันรูปทรงของครีบวาทถูกนำไปใช้ในการออกแบบกั้งหันหลากหลายแบบ ทั้งกั้งหันลม กั้งหันทะเล พัดลม รวมถึงพัดลมคอมพิวเตอร์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความปลอดภัย และความคุ้มค่าในการใช้พลังงานอย่างชาญฉลาด

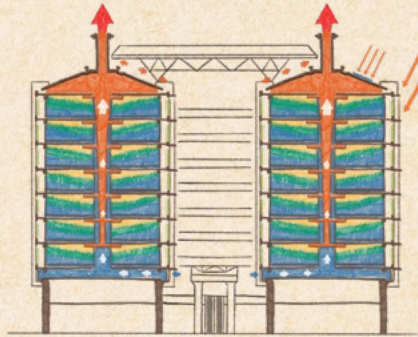
ธรรมชาติสร้าง

ไม่รู้ร้อนรู้หนาวแบบจอมปลวก

แม้จะดูแปลกตา แต่จอมปลวกก็ถือว่าเป็นสถาปัตยกรรมชั้นยอดที่ทำงานได้ดีเยี่ยม เพราะขณะที่อุณหภูมิภายนอกในแต่ละวันจะเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จาก 0 ไปถึงเกือบ 40 องศาเซลเซียส แต่โครงสร้างบ้านที่มีเอกลักษณ์ของจอมปลวกนี้ ก็ทำให้อากาศภายในจอมปลวกอยู่ที่ประมาณ 30 องศาเซลเซียสตลอดเวลา

มนุษย์ตาม

อาคารสำนักงาน East Gate ในกรุงเทพฯ ประเทศซิมบับเว ซึ่งสร้างด้วยระบบปรับอากาศแบบเดียวกับจอมปลวก สามารถประหยัดพลังงานที่ใช้ในการทำความเย็น-ความร้อนในอาคารได้ถึง 90% โดยมีปล่องลมขนาดใหญ่หลายปล่องเพื่อดึงอากาศเย็นในตอนกลางคืนเข้ามาในอาคารเพื่อลดความร้อนบนพื้นอาคาร และในตอนกลางวัน ความเย็นที่กักเก็บไว้บนพื้นก็จะช่วยรักษาอุณหภูมิไม่ให้อาคารร้อนเกินไป จึงช่วยลดความจำเป็นในการใช้เครื่องปรับอากาศ



สะอาดใส่ตั้งดอกบัว

ถึงจะโตในน้ำที่เต็มไปด้วยโคลน แต่ดอกบัวและใบบัวก็ไม่เคยสกปรก เพราะมีพื้นผิวที่มีคุณสมบัติในการทำความสะอาดตัวเอง (Self-cleaning) โดยบนผิวบัวจะมีเส้นขนเล็ก ๆ อยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้น้ำที่หยดลงบนใบบัวกลิ้งไปมา พร้อมกับช่วยขจัดสิ่งสกปรกออกจากใบบัวไปด้วยโดยไม่ทำให้ใบเปียก

บริษัทจำนวนมากนำนวัตกรรมนี้ไปคิดค้นวัสดุเพื่อสร้างเป็นสินค้าหลากหลายประเภทที่มีคุณสมบัติในการป้องกันสิ่งสกปรกยึดเกาะ ลดความจำเป็นในการใช้น้ำและสารเคมีในการทำความสะอาด เช่น สีทาบ้าน กระจกอาคาร หลังคา เสื้อผ้านาโน



| สร้างอิฐจากปัสสาวะมนุษย์ |

สำหรับธรรมชาติ ไม่เคยมีสิ่งๆ ที่เรียกว่า “ของเสีย”

ที่มหาวิทยาลัยเคปทาวน์ ชูซานน์ แลมเบิร์ต นักศึกษาปริญญาโทและนักวิจัยสาขาวิศวกรรมโยธา นำปัสสาวะมนุษย์มาทำให้เป็นอิฐก้อนแข็งได้โดยไม่ต้องใช้ความร้อน เพียงนำปัสสาวะมาผสมกับทรายและแบคทีเรียที่ผลิตเอนไซม์ยูรีเอส แล้วทิ้งไว้ในแม่พิมพ์ ในอุณหภูมิห้อง เอนไซม์ยูรีเอสจะชักนำให้เกิดปฏิกิริยาทางเคมีในการย่อยยูเรียในปัสสาวะ พร้อมทั้งผลิตแคลเซียมคาร์บอเนตหรือหินปูน ซึ่งเป็นส่วนประกอบหลักของซีเมนต์ออกมา

ยิ่งอยู่ในแม่พิมพ์นานเท่าไร ก็ยิ่งเกิดปฏิกิริยาให้ก้อนอิฐแข็งแกร่งมากขึ้นเท่านั้น

110 ไดลอน แรนด์ลล์ ที่ปรึกษางานวิจัยอธิบายว่า หลักการสร้างอิฐจากปัสสาวะนี้ใช้แนวคิดเดียวกับกับการก่อตัวตามธรรมชาติของเปลือกหอย ซึ่งในทางวิชาการเรียกว่า การตกตะกอนคาร์บอเนตด้วยจุลินทรีย์ (Microbial Carbonate Precipitation) ผลงานก้อนอิฐจากปัสสาวะของแลมเบิร์ตถือว่าเป็นอิฐชีวภาพก้อนแรกของโลกที่ใช้ปัสสาวะมนุษย์ แทนสารประกอบสังเคราะห์ นอกจากนี้ กระบวนการเปลี่ยนปัสสาวะให้เป็นอิฐยังให้ผลพลอยได้อย่างไนโตรเจนและโพแทสเซียม ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นปุ๋ยต่อไปได้อีกด้วย

พูดง่าย ๆ คือ การผลิตอิฐชีวภาพแบบนี้ยังเป็นการเปลี่ยนขยะให้เหลือศูนย์ (Zero Waste) อย่างแท้จริง

อิฐชีวภาพที่สามารถ “ปลูก” ขึ้นเองได้แบบนี้ กำลังเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากวิศวกรทั่วโลก เพราะต้องการลดปริมาณคาร์บอนฟุตพริ้นต์จากการก่อสร้าง เนื่องจากอิฐทั่วไปที่ผลิตในโรงงานนั้นต้องใช้การเผาที่อุณหภูมิสูงกว่า 1,000 องศาเซลเซียส และปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จำนวนมากสู่ชั้นบรรยากาศ หนึ่งในตัวอย่างคือ ตึกแกลเลอรี MoMA PS1 ที่ออกแบบโดย The Living ในปี 2014 สร้างด้วยวัสดุก่อสร้างที่ย่อยสลายได้ทั้งหมด และใช้อิฐที่ปลูกจากต้นข้าวโพดและเห็ด



เมื่อเทคโนโลยีและความชาญฉลาดของมนุษย์ในการนำองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ชีวภาพมาใช้ประโยชน์อย่างสร้างสรรค์ได้เกิดขึ้นแล้วอย่างต่อเนื่อง คำถามต่อไปจึงมีอยู่ว่า แล้วเราจะออกแบบกระบวนการอย่างไรให้นวัตกรรมเลียนแบบธรรมชาติเหล่านี้สามารถขยายผลและสร้างเป็นธุรกิจได้จริง เพื่อให้ทุกมิติในการใช้ชีวิตและการทำงานของมนุษย์กลมกลืนและเป็นมิตรกับธรรมชาติอย่างยั่งยืน

1 ปฏิวัติแฟชั่นด้วยสีเขียว |

เป็นที่รู้กันดีว่า อุตสาหกรรมเสื้อผ้าและสิ่งทอคือหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูงที่สุด สถิติจาก UNEP และ Ellen MacArthur Foundation ระบุว่า อุตสาหกรรมแฟชั่นครองสัดส่วนประมาณ 10% ของการปล่อยคาร์บอนทั่วโลก และเกือบ 20% ของน้ำเสีย

112

หากเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ อุตสาหกรรมแฟชั่นนั้นสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สูงกว่าธุรกิจการบินและการคมนาคมขนส่งรวมกันเสียอีก

ที่ผ่านมา เกิดกระแสแรงจูงใจให้ผู้บริโภคลดการซื้อเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายจากแบรนด์ฟาสต์แฟชั่น ด้วยการหันมาซื้อเสื้อผ้ามือสองและสนับสนุนธุรกิจที่ผลิตสินค้าคุณภาพที่มีความยั่งยืนคงทนมากขึ้น แต่เรื่องสำคัญที่หลายคนไม่รู้ หรืออาจเลือกที่จะมองข้ามไปก็คือ กระบวนการผลิตเสื้อผ้าซึ่งเป็นหนึ่งในปัญหาต้นตอที่ทำให้สิ่งแวดล้อมนั้นยังไม่ได้รับการแก้ไข ถ้าฟังความพยายามที่จะโน้มน้าวฝั่งผู้บริโภคให้เลือกซื้อให้น้อยลงและคำนึงถึงคุณภาพในระยะยาวมากขึ้น จึงอาจช่วยบรรเทาปัญหาได้ไม่มากนัก

“กระบวนการย้อมสี” เป็นขั้นตอนในการผลิตเสื้อผ้าที่ก่อให้เกิดมลพิษมากที่สุด และยังเป็นตัวการใหญ่อันดับ 2 ที่ทำให้เกิดมลพิษในแหล่งน้ำทั่วโลก

ปัจจุบัน เสื้อผ้าส่วนใหญ่ที่ผลิตออกมาสู่ตลาดผลิตด้วยสีย้อมสังเคราะห์ ซึ่งได้จากการสกัดน้ำมันปิโตรเลียม ทั้งยังต้องใช้สารเคมีอันตรายและน้ำปริมาณมหาศาล บวกกับการควบคุมมาตรฐานที่ไม่เคร่งครัดในหลายพื้นที่ นำเสียจากกระบวนการผลิตในโรงงาน จึงถูกทิ้งลงในแม่น้ำลำคลองและส่งต่อสารพิษไปยังชุมชน

ยกตัวอย่างไอเท็มยอดนิยมตลอดกาลอย่าง “กางเกงยีนส์” ต้องใช้สารเคมีอันตรายหลายชนิดในการย้อมและฟอกสี เช่น เบนซีน ฟอรั่มลิดิไฮด์ ไซตามายด์ รวมถึงน้ำมันปิโตรเลียมซึ่งเป็นที่มาของการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ยังไม่รวมน้ำปริมาณมหาศาลที่ต้องใช้ในกระบวนการ

สถิติจากสหประชาชาติระบุว่า กางเกงยีนส์เพียงตัวเดียว ต้องใช้น้ำในกระบวนการผลิตอย่างน้อย 7,500 แกลลอน ซึ่งเท่ากับปริมาณน้ำที่มนุษย์ 1 คนสามารถดื่มได้ประมาณ 10 ปี เมื่อจินตนาการว่าในแต่ละปีมีการผลิตกางเกงยีนส์ตัวใหม่ออกมามากกว่า 4 พันล้านตัว นี่จึงเป็นการสร้างภาระให้โลกอย่างไม่น่าเชื่อ

113

แต่วันนี้ความหวังใหม่ได้เกิดขึ้นแล้ว เมื่อ “Huue” สตาร์ทอัพหน้าใหม่ถือกำเนิดขึ้นจากงานวิจัยของนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียเบิร์กลีย์ ซึ่งศึกษาวิจัยเอ็นไซม์ในพันธุ์พืชชนิดต่าง ๆ ที่สามารถผลิตสีย้อมได้ตามธรรมชาติ จากนั้นจึงเลียนแบบกระบวนการนั้นด้วยเทคโนโลยีวิศวกรรมชีวภาพ เพื่อให้จุลินทรีย์ทำปฏิกิริยากับน้ำตาลและผลิตสีย้อมออกมา โดยเลือกทดลองผลิต “สีน้ำเงิน” เพื่อใช้ผลิตเสื้อผ้ายีนส์เป็นสีแรก

แทมมี ชู และ มิเชล จู สองผู้ก่อตั้งระบุว่า โดยทั่วไปการสกัดสีน้ำเงินสังเคราะห์ 1 กิโลกรัม ต้องใช้น้ำมันปิโตรเลียมถึง 100 กิโลกรัม แต่สีย้อมสังเคราะห์ชีวภาพของ Huue ไม่ต้องใช้ปิโตรเลียมและสารเคมีอันตรายอย่างฟอรั่มลิดิไฮด์เลย ทั้งยังมีแนวโน้มจะสร้างมลพิษน้อยกว่าสีย้อมสังเคราะห์ถึง 5 เท่า ยิ่งไปกว่านั้นคือ ผู้ผลิตสามารถนำสีย้อมของพวกเขาไปใช้แทนสีย้อมสังเคราะห์ในระบบอุตสาหกรรมได้เลยโดยไม่ต้องปรับเปลี่ยนเครื่องจักรหรือกระบวนการผลิต ด้วยประสิทธิภาพเทียบเท่ากับแบบเดิม

“ที่ผ่านมา ธุรกิจเสื้อผ้าพยายามจะสร้างนวัตกรรมเส้นใยที่สร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลงเรื่อย ๆ แต่ปัญหาที่แท้จริงและสำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมในตอนนี้ก็คือ เราจะผลิตสีย้อมผ้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร” อาดรีอานโน โกลด์ซมิด แพชั่นดีไซน์เนอร์ชาวอิตาลีเป็นเจ้าของฉายา “เจ้าพ่อเดนิม” ผู้สร้างสรรคัลสินค้าแบรนด์เดนิมชื่อดังอย่าง Diesel, Agolde, AG Jeans และเป็นทีปรีกษาให้บริษัท Huue กล่าว “ตอนที่ผมพบกับมิเชลครั้งแรกและเธอนำเสนอเทคโนโลยีของ Huue ให้ผมฟัง ผมรู้ในทันทีว่านี่คือทางออกที่จะเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมนี้”

ล่าสุดสตาร์ทอัพน้องใหม่รายนี้อยู่ระหว่างการทดสอบต้นแบบร่วมกับธุรกิจอื่นส์หลายราย โดยมีเชล จู ซีอีโอและผู้ร่วมก่อตั้ง ระบุในเดือนพฤศจิกายน 2020 ว่า บริษัทยังไม่สามารถเปิดเผยรายละเอียดการพัฒนาล่าสุดแก่สาธารณชนได้

114 แน่แน่นอนว่าหากการพัฒนาสีน้ำเงินสังเคราะห์ที่ชีวภาพของ Huue เป็นไปได้ด้วยดีและตีตลาดได้สำเร็จ อนาคตที่อุตสาหกรรมสีย้อมผ้ามูลค่า 3.3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ จะถูกปฏิวัติด้วยสีย้อมที่เป็นมิตรกับธรรมชาติครบทุกเชดสี ก็ไม่ใช่เรื่องไกลเกินฝัน

“เราพัฒนามาไกลมากในการพิสูจน์ว่า เราไม่จำเป็นต้องเลือกระหว่างความยั่งยืนกับประสิทธิภาพการใช้งาน เทคโนโลยีแห่งอนาคตจะช่วยให้เราสามารถผลิตสินค้าคุณภาพสูงได้โดยไม่ต้องไม่ทำร้ายผู้คนและโลกใบนี้” ซีอีโอสากลกล่าว



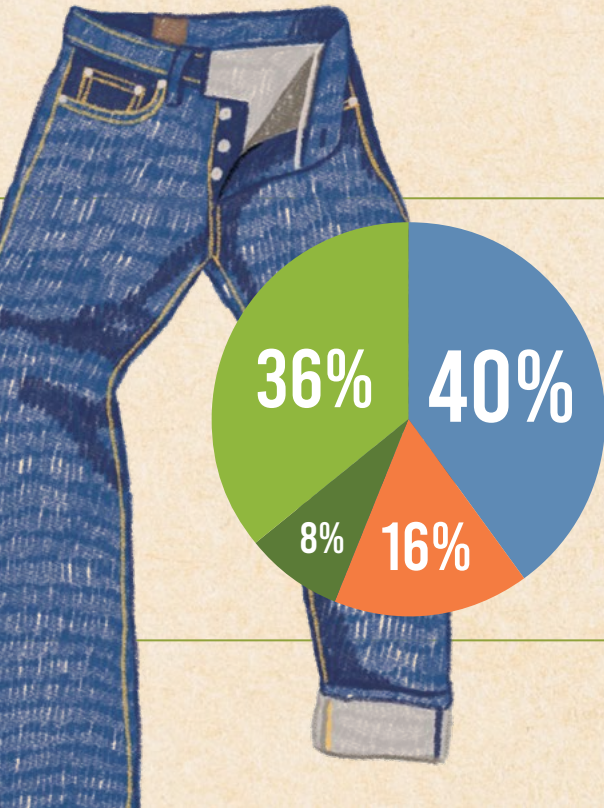
Did you know?

บริษัท Levi Strauss คำนวณว่า กางเกงยีนส์รุ่น 501® สุดคลาสสิกของลีวายส์ 1 ตัว จะสร้างคาร์บอนไดออกไซด์ตลอดช่วงชีวิตประมาณ 33.4 กิโลกรัม หรือเท่ากับปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ที่เกิดจากการขับรถเป็นระยะทางไกล 69 ไมล์หรือประมาณ 111 กิโลเมตร



หนึ่งในสามของการปล่อยคาร์บอนไดออกไซด์ มาจากการผลิตเส้นใยและผ้า ในขณะที่อีก 8% มาจากการตัดเย็บ 16% มาจากบรรจุภัณฑ์ การขนส่ง และการขายปลีก ส่วนที่เหลืออีก 40% มาจากการใช้งานของผู้บริโภค ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการซัก และการกำจัดกางเกงในหลุมฝังกลบ

115



- การผลิตเส้นใยและผ้า
- การตัดเย็บ
- การบรรจุหีบห่อ การขนส่ง และการขายปลีก
- การใช้แรงงานของผู้บริโภค เช่น การซัก และการกำจัดกางเกงยีนส์ในหลุมฝังกลบ

I ฟองสบู่ ป้ายรถเมล์ โรงเรียนฝึกหัด ภารกิจเซฟผึ้งที่มีโลกเป็นเดิมพัน I

ฟองสบู่ที่ลอยละล่องจากป็นยิงในมือของเด็กน้อยดูไม่น่าจะไปเกี่ยวอะไรกับอนาคตของพืชผักผลไม้ที่เป็นอาหารเลี้ยงโลกได้ ถ้าหากดร. เออิจิโร่ มียาโกะ จาก Japan Advanced Institute of Science and Technology ไม่ได้สังเกตเห็นฟองนี้จากสิ่งที่ลูกชายของเขา กำลังเล่นอยู่ และเกิดไอเดียขึ้นมาว่า ฟองสบู่อันนุ่มละมุนนี้คงจะไม่ทำให้เกสรดอกไม้เสียหาย

เช่นเดียวกับนักวิทยาศาสตร์ทั่วโลก สิ่งที่ดร. มียาโกะกำลังพยายามทำ คือออกแบบสู่สถานการณ์ของพืชพรรณที่กำลังเข้าสู่หายนะ เพราะจำนวนชนิดของแมลงบนโลกของเรา กำลังลดลงในอัตราที่เข้าขั้นวิกฤต โดยเฉพาะในกลุ่มของผึ้ง มด แมลงเต่าทอง ที่มีอัตราการลดหายไปเร็วกว่าสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนม นก และสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมถึง 8 เท่า

116

สาเหตุหลัก ๆ ในการหายไปของแมลงที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางในกระบวนการผสมพันธุ์ของพืชหลากหลายชนิด หนีไม่พ้นเรื่องระบบการเกษตรเชิงเดี่ยวที่เน้นการปลูกพืชชนิดเดียว การใช้ปุ๋ยเคมีและยาฆ่าแมลงแบบเข้มข้นเพื่อให้ได้ผลผลิตจำนวนมาก การบุกรุกพื้นที่ป่า รวมทั้งสภาพภูมิอากาศที่แปรปรวน

ดร. มียาโกะพยายามคิดค้นวิธีการผสมพันธุ์พืชหรือการถ่ายละอองเรณู (Pollination) โดยการทำให้ละอองเรณูไปตกลงบนยอดเกสรตัวเมียมากขึ้น เพื่อเพิ่มกำลังเสริมจากเดิมที่มีเพียงผึ้งที่รับหน้าที่ผสมเกสรตามธรรมชาติ เพื่อให้พืชพรรณยังคงออกลูกออกหลานได้ในอัตราที่สอดคล้องกับวิธีการใช้งานและการบริโภคที่นับวันจะยิ่งหลากหลายขึ้นเรื่อย ๆ

ก่อนหน้านี้นี้ ดร. มียาโกะเริ่มต้นการทดลองโดยใช้โดรนขนาดเล็กเลียนแบบผึ้งที่บินไปบินมาเพื่อเก็บเกสรจากดอกหนึ่งแล้วไปปล่อยอีกดอกหนึ่ง แต่ถึงแม้ว่าตัวโดรนจะมีขนาดจิวเพียงแค่ 2 เซนติเมตร ก็ยังมีบางส่วนที่ทำให้เกสรเกิดความเสียหาย ทำให้อัตราความสำเร็จอยู่ที่ร้อยละ 90



ROBOTIC BEE

117

กระทั่งเขาได้แรงบันดาลใจจากฟองที่ล่องลอยในอากาศที่ผลิตจากเครื่องเป่าฟองของเด็ก ๆ เขาจึงพัฒนาฟองสบู่ที่มีคุณสมบัติพิเศษในการบรรจุลูกของเกสรได้มากถึง 2,000 ตัว และได้ทดลองยิงฟองสบู่นี้ในสวนลูกแพร์ ก่อนจะพบว่าพืชพรรณเริ่มมีการแตกหน่อหลังจากผ่านไป 16 วัน ในปริมาณที่ใกล้เคียงกับการใช้มือเคลื่อนย้ายเกสร (Hand pollination) ถึงร้อยละ 95

ผลการทดลองออกมาเป็นที่น่าพอใจ แต่ยังมีจุดที่ต้องแก้ไขทางเทคนิค ปัจจุบันเรื่องฝนและลม ซึ่งดร. มियाโกะมองว่า น่าจะแก้ไขได้ด้วยเทคโนโลยีเกี่ยวกับการทำแผนที่ การวางเส้นทาง และการควบคุมทิศทาง ทั้งยังมีความเป็นไปได้ในการปรับกระบวนการให้เป็นระบบอัตโนมัติเพื่อให้ปฏิบัติการ “ผสมเกสรด้วยฟองสบู่” สามารถทำได้ในปริมาณมากขึ้นในอนาคตอีกด้วย

ใครคือผู้แพ้และผู้รอดชีวิตในวิกฤตแมลง?

การมีอยู่ของผึ้งนั้นสำคัญกับมนุษย์และสิ่งมีชีวิตบนโลกถึงขนาดที่อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์ เคยกล่าวไว้ว่า “หากผึ้งสูญพันธุ์ไปจากโลก มนุษย์จะมีชีวิตอยู่ได้ไม่เกิน 4 ปี”

85% ของพืชที่มนุษย์เราเพาะปลูก และพันธุ์ไม้ป่าอีกหลายพันสปีชีส์จำเป็นต้องอาศัย ผึ้งในการผสมพันธุ์ แต่ในช่วงสิบปีที่ผ่านมาประชากรผึ้งในหลายพื้นที่ลดลงอย่างรวดเร็ว เกิดปรากฏการณ์ผึ้งตายยกรังหรือ “อาการรังผึ้งล่มสลาย”(Colony Collapse Disorder) ขึ้นทั่วโลก

ไม่ใช่แค่ผึ้ง แต่อันที่จริงแล้วนี่คือวิกฤตที่แมลงส่วนใหญ่กำลังเผชิญ บทความวิชาการ ที่ศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับแมลงจำนวน 73 ชนิดจากทั่วโลก¹ ระบุว่า 40% ของสายพันธุ์แมลงทั้งหมดบนโลกอาจสูญพันธุ์ภายในไม่กี่ทศวรรษข้างหน้า และในปัจจุบัน หนึ่งในสามของสายพันธุ์แมลงทั้งหมดก็ถูกจัดอยู่ในกลุ่มสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์แล้ว เรื่องน่ากังวลคือ การหายไปของเหล่าแมลงอาจส่งผลกระทบต่อตลอดห่วงโซ่อาหาร สัตว์หลายชนิดอาจสูญพันธุ์ตามไปด้วย เพราะพวกมันเป็นแหล่งอาหารหลักของนก สัตว์เลี้ยงลูกหลาน และปลาหลากหลายสายพันธุ์ และในขณะที่แมลงส่วนใหญ่ที่มีความสำคัญยิ่งยวดมีแนวโน้มจะหายไปจากโลกนี้ การสำรวจยังพบด้วยว่า มีแมลงเพียงไม่กี่ชนิดที่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป “ด้วยสภาพอากาศที่ร้อนขึ้น แมลงศัตรูพืชซึ่งผสมพันธุ์ได้เร็วอาจจะเจริญเติบโตได้มากขึ้น เพราะศัตรูตามธรรมชาติของพวกมันจำนวนมากที่ผสมพันธุ์ช้ากว่ากำลังจะหายไป” ศาสตราจารย์เดฟ โกลสัน จาก University of Sussex กล่าว

ศาสตราจารย์โกลสันอธิบายว่า แมลงทั่วไปบางสายพันธุ์ที่แข็งแรงและปรับตัวได้ดี เช่นแมลงวันบ้านและแมลงสาบ ดูเหมือนจะมีวิวัฒนาการให้ทนต่อยาฆ่าแมลง และสามารถอยู่รอดได้อย่างสบายในสภาพแวดล้อมใหม่ที่มนุษย์สร้างขึ้น “มีความเป็นไปได้ว่าในอนาคตเราจะต้องเจอกับโรคระบาดที่เกิดจากแมลงศัตรูพืชเพียงไม่กี่ชนิดที่อยู่รอด แต่เราจะสูญเสียแมลงชนิดที่สร้างคุณประโยชน์ทั้งหมดที่เราอยากได้ เช่น ผึ้ง ไฮเวอร์ฟลาย ฝี่เสื่อ และด้วงมูลสัตว์ที่มีความสามารถในการกำจัดของเสียจากสัตว์ได้อย่างดีเยี่ยม”



BEE STOP

119

ในระหว่างที่ตร. มียาโกะกำลังพัฒนา “ผึ้งจำลอง” ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ความคิดสร้างสรรค์ในการเซฟ “ผึ้งตัวจริง” ก็มีให้พบเห็นเช่นกัน

ตั้งแต่ปี 2019 บั๊ยรถเมล์จำนวน 316 แห่งในเมืองอูเทรคต์ ประเทศเนเธอร์แลนด์ ถูกแปลงโฉมจาก “บั๊สสต๊อป” (Bus Stop) ธรรมดาเป็น “บี๊สต๊อป” (Bee Stop) ด้วยการปลูกหญ้าและดอกไม้ป่าซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของผึ้งบนหลังคาบั๊ยรถเมล์ ยิ่งไปกว่านั้นคือมีการออกมาตรการที่เปิดให้ชาวเมืองอูเทรคต์สามารถสมัครเข้ามารับทุนสนับสนุนในการปรับปรุงหลังคาบ้านพักอาศัยของตัวเองให้กลายเป็นเหมือนเขตรักษาพันธุ์ผึ้งขนาดย่อม ๆ เพื่อร่วมกันเพิ่มความหลากหลายทางชีวภาพในเมืองอีกด้วย

ทั้งหมดนี้เพราะเนเธอร์แลนด์ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของผึ้ง 358 ชนิดก็ประสบปัญหาการลดลงอย่างรวดเร็วของประชากรผึ้งเช่นกัน โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งของสายพันธุ์ผึ้งทั้งหมดในประเทศถูกจัดอยู่ในกลุ่มสิ่งมีชีวิตที่เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์

ข้ามไปที่ฝั่งอเมริกา สตาร์ทอัพหน้าใหม่อย่าง Beeflow ก็ได้พัฒนาเทคโนโลยีที่จะช่วยให้เหล่าผู้เลี้ยงวัวมีสุขภาพแข็งแรงและทำงานได้ “แจ๋ว” ยิ่งกว่าเดิม หลังจากศึกษางานวิจัยทางวิทยาศาสตร์จำนวนมาก Beeflow พบว่าเมื่อผู้เลี้ยงได้รับอาหารจากพืชและโมเลกุลบางชนิด พวกมันจะมีภูมิคุ้มกันสูงขึ้น โดยมีอัตราการตายลดลงถึง 70 เปอร์เซ็นต์ และสามารถบินได้นานขึ้นถึง 7 เท่าในฤดูหนาวที่อากาศหนาวเย็น ซึ่งมักเป็นช่วงเวลาที่ปริมาณประชากรผู้เลี้ยงจะลดลงอย่างเห็นได้ชัด

นอกจากจะค้นพบองค์ความรู้ด้านโภชนาการที่ช่วยลดอัตราการตายของผู้เลี้ยงได้แล้ว สิ่งที่แปลกใหม่ยิ่งกว่าคือสตาร์ทอัพรายนี้ระบุว่า พวกเขาสามารถ “ฝึก” ผู้เลี้ยงให้เลือกผสมเกสรของพืชที่เป็นเป้าหมายได้ด้วย โดยการให้พวกมันได้กินโมเลกุลของพืชเป้าหมาย (ซึ่งอาจไม่ใช่พืชอันดับแรก ๆ ที่น่าดึงดูดสำหรับพวกมัน) เป็นอาหาร เพื่อปรับความจำของผู้เลี้ยงก่อนที่จะนำไปปล่อยในฟาร์ม วิธีนี้จะช่วยให้ผู้เลี้ยงผสมเกสรของพืชเป้าหมายในอัตราที่สูงขึ้นและผสมเกสรของพืชชนิดอื่นน้อยลง โดยจากการทดลองที่ผ่านมาพบว่า เทคนิคการฝึกผู้เลี้ยงแบบนี้ช่วยให้เกษตรกรได้ผลผลิตของพืชเป้าหมายสูงขึ้นกว่าเดิม 20-90%

ที่ผ่านมา เกษตรกรจำนวนมากจะเช่าหรือซื้อผู้เลี้ยงจากคนเลี้ยงผู้เลี้ยงเพื่อเพิ่มผลผลิตในฟาร์มกันเป็นปกติอยู่แล้ว แต่การวัดผลนั้นเป็นไปได้ยาก เพราะไม่สามารถควบคุมได้ว่าผู้เลี้ยงจะบินไปผสมเกสรของพืชชนิดใดในฟาร์มมากน้อยแค่ไหน ธุรกิจของ Beeflow จึงเป็นเหมือน “โรงเรียน” ที่ทำหน้าที่บ่มเพาะให้ผู้เลี้ยงให้มีร่างกายและศักยภาพพร้อมสำหรับการใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมของโลกที่แปรเปลี่ยน เกษตรกรสามารถกักผู้เลี้ยงไปผสมเกสรพืชผลในฟาร์มของตัวเองในรูปแบบที่ให้ผลลัพธ์ที่แม่นยำมากขึ้นกว่าเดิม ในขณะเดียวกัน Beeflow ก็ยังทำงานร่วมกับคนเลี้ยงผู้เลี้ยงเพื่อนำพวกมันเข้าสู่เครือข่ายเกษตรกรของ Beeflow โดยที่คนเลี้ยงผู้เลี้ยงไม่ต้องจ่ายค่าเทคโนโลยีที่ใช้ในการดูแลผู้เลี้ยงอีกด้วย

ที่ผ่านมา อัตราการใช้ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตของมนุษย์เราให้ได้สุขสบายและมั่งคั่งนั้นเป็นไปอย่างก้าวกระโดด ผลกระทบต่อความหลากหลายทางชีวภาพจึงปรากฏให้เห็นอย่างต่อเนื่องและดูเหมือนจะรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์มากมายในการกอบกู้สถานการณ์ ด้วยการคิดย้อนกลับไปถึงต้นกำเนิดของสรรพสิ่งตามธรรมชาติ และสร้างสมดุลใหม่ให้ธรรมชาติรอบตัวอยู่รอดไปด้วยกันกับเรา

ป้ายรถเมล์ฝั่งน้อยแสนเรียบง่าย ฝั่งจำลองจากฟองสบู่ที่ใช้วิทยากรสุดล้ำ และนวัตกรรมเพิ่มพลังฝั่งที่นำองค์ความรู้จากงานวิจัยวิทยาศาสตร์มาผสมผสานกับโมเดลธุรกิจ จึงล้วนเป็นภาพสะท้อนของความพยายามที่เปี่ยมล้นไปด้วยความสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยเร่งให้โลกฟื้นฟูในอัตราเร็วกว่าที่หวัง

“ โลกใบนี้ไม่ใช่บรกดที่เรา
สืบทอดจากบรรพบุรุษ
แต่คือสิ่งที่เราหยิบยืมจาก
ลูกหลาน ”

สุภาวิชชนพื้นเมืองอเมริกัน



CREATIVITY

×

TECHNOLOGY

A WHOLE NEW WORLD /
โลกใหม่ในกำมือ



“

เสรีภาพนั้นเรียกร้องคุณสมบัติใหญ่หลวง
จากมนุษย์ทุกคน เสรีภาพมาพร้อมกับ
ความรับผิดชอบ ”

เอเลนอร์ รูสเวลต์

ปฏิเสธไม่ได้ว่าสกุลเงินดิจิทัล (Cryptocurrency) คือหนึ่งในหัวข้อสนทนายอดนิยมที่สุดในปีที่ผ่านมา

กระแข่าวที่เอ่ยถึงความเคลื่อนไหวในตลาดคริปโตไม่เว้นแต่ละวัน ราคาของบิตคอยน์สกุลเงินดิจิทัลแรกของโลกที่ทะยานขึ้นจาก 0.08 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 3 บาท) ในเดือนแรกของการเปิดขายเมื่อปี 2010 เป็น 63,000 เหรียญสหรัฐฯ (ประมาณ 2 ล้านบาท) กลางเดือนเมษายนปี 2021 และจำนวนผู้ใช้สกุลเงินดิจิทัลทั่วโลกที่แตะ 106 ล้านคนในเดือนมกราคม ปี 2021 ทั้งหมดนี้คือภาพสะท้อนความสนใจของโลกที่มีต่อตลาดคริปโตในปัจจุบัน

แน่นอนว่าในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญและนักวิเคราะห์ มีทั้งฝ่ายที่สนับสนุน และฝ่ายที่ยังแคลงใจในศักยภาพของตลาดคริปโต จึงยังเป็นเรื่องยากที่จะบอกว่าอนาคตของตลาดสกุลเงินดิจิทัลนั้นจะเดินไปในทิศทางใด โดยเฉพาะในขณะนี้ที่ยังอยู่ในระยะเริ่มต้นที่ตลาดมีความผันผวนสูง

125

แม้ว่าอนาคตของคริปโตยังคงคลุมเครือ แต่เรื่องหนึ่งที่แน่นอนก็คือ ผู้เชี่ยวชาญหลายสำนักเห็นตรงกันว่า “บล็อกเชน” เป็นนวัตกรรมที่เกิดจากแนวคิดการสร้างสกุลเงินดิจิทัลที่น่าจับตาที่สุด

| รู้จักบล็อกเชน |

บล็อกเชน คือเทคโนโลยีการบันทึกข้อมูลธุรกรรมแบบกระจายศูนย์ (Distributed Ledger Technology) หรือแบบไร้ตัวกลาง ซึ่งมีการเข้ารหัสทางคอมพิวเตอร์เพื่อรักษาความปลอดภัย ระบบจะบันทึกธุรกรรมทุกรายการตั้งแต่สินทรัพย์ดิจิทัลนั้น ๆ ถูกสร้างขึ้นมา ข้อมูลธุรกรรมแต่ละครั้งที่เกิดขึ้นกับสินทรัพย์ดิจิทัลจะบรรจุเป็นกล่อง ๆ (block) แต่ละกล่องร้อยต่อกันเป็นโซ่ (chain) ทอดยาวไปเรื่อย ๆ โดยจะถูกกระจายสำเนาไปยังคอมพิวเตอร์ทุกตัวในเครือข่ายบล็อกเชน ทุกคนในระบบจึงสามารถมองเห็นข้อมูลธุรกรรมทั้งหมดได้ร่วมกัน

ทุกครั้งที่จะมีการทำธุรกรรมใหม่เกิดขึ้นกับสินทรัพย์ดิจิทัล ทุกคนในเครือข่ายซึ่งมีสำเนาของบล็อกเชนจะสามารถยืนยันอัลกอริทึมเพื่อตรวจสอบและยืนยันความถูกต้องของธุรกรรมได้ด้วยระบบ P2P (Peer-to-peer)

126

และการทำธุรกรรมแต่ละครั้งจะสำเร็จก็ต่อเมื่อคอมพิวเตอร์ส่วนใหญ่ในเครือข่ายยืนยันว่าข้อมูลถูกต้อง ที่สำคัญคือข้อมูลธุรกรรมที่บันทึกบนบล็อกเชนแล้วจะไม่สามารถลบออกได้

จุดแข็งของบล็อกเชนจึงอยู่ที่ความโปร่งใส เพราะระบบการบันทึกแบบไร้ตัวกลางแบบนี้ทำให้การปลอมแปลงข้อมูลที่บันทึกอยู่บนระบบบล็อกเชนนั้นเป็นไปได้ยากมาก

ดังนั้นจึงไม่ผิดถ้าจะพูดว่า หนึ่งในเหตุผลหลักที่นักลงทุนทั่วโลกจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ เข้ามาลงทุนและเก็งกำไรในสินทรัพย์ดิจิทัลอื่น ๆ ก็เพราะพวกเขาเชื่อมั่นในความถูกต้องโปร่งใส ตรวจสอบได้ และปลอดภัยของระบบบล็อกเชน ซึ่งตัดตัวกลางที่อาจก่อให้เกิดการฉ้อโกงออกไปนั่นเอง

และด้วยหลักการทำงานนี้ บล็อกเชนจึงไม่ได้มีศักยภาพในการพลิกวงการการเงินเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปใช้ในการจัดการข้อมูลในอุตสาหกรรมและมิติอื่น ๆ ในชีวิตของเราได้หลากหลายมาก

ความโปร่งใส ปลอดภัย และไร้ตัวกลางที่ได้จากบล็อกเชน เมื่อประกอบเข้ากับตลาดสกุลเงินดิจิทัล จึงมอบอิสระและความเป็นไปได้ใหม่ ๆ ให้กับเราอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน จากเดิมที่คนในอดีตให้ค่ากับสิ่งที่มองเห็นหรือจับต้องได้เท่านั้น ระบบบันทึกข้อมูลแบบบล็อกเชน ทำให้การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินทรัพย์ดิจิทัลที่จับต้องไม่ได้ในโลกจริงนั้นเป็นไปได้ โดยที่ผู้ใช้งานในระบบมีบทบาทในการกำหนดมูลค่าว่าจะให้ค่าสินทรัพย์นั้นมากน้อยเพียงใด

โลกใหม่ที่มีบล็อกเชนและสกุลเงินดิจิทัลเป็นองค์ประกอบ จึงเป็นเหมือนเขตแดนใหม่ที่ยังไม่มีใครมองเห็นขอบเขตที่ชัดเจน และเต็มไปด้วยความเป็นไปได้

สุดแล้วแต่เราในฐานะผู้ใช้งาน

“ จิตวิญญาณของมนุษย์ต้อง
เหนือชั้นกว่าเทคโนโลยี ”

อัลเบิร์ต ไอน์สไตน์

I พลิกโฉมโลกไร้ต้นฉบับด้วย NFT I

นอกจากสกุลเงินดิจิทัลในตลาดคริปโตซึ่งเป็น FT (Fungible token) แล้ว ในโลกการเงินดิจิทัลยังมีสินทรัพย์น่าสนใจอีกประเภทที่เรียกว่า NFT (Non-fungible token)

ในขณะที่ FT นั้นเปรียบเหมือนเหรียญหรือธนบัตรที่เราใช้ในโลกจริง ที่สามารถแลกเปลี่ยนหรือทดแทนกันได้ ธนบัตร 100 บาทใบหนึ่ง สามารถทดแทนด้วยธนบัตร 100 บาทอีกใบได้แบบไม่มีข้อแตกต่าง NFT อาจจะเปรียบได้กับสิ่งของอื่น ๆ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและไม่มีอะไรทดแทนได้ ทั้งยังเป็นสิ่งที่ผู้ขายคิดว่าการมีเพียงชิ้นเดียวในโลกของสิ่งนี้ “มีค่า” สำหรับผู้ซื้อ

ในโลกอินเทอร์เน็ต การคัดลอก แก้ไข ส่งต่อ และเผยแพร่ข้อมูลนั้นทำได้ง่ายดาย แต่ข้อเสียของมันก็คือการพิสูจน์ว่าไฟล์ข้อมูลไหนเป็นต้นฉบับหรือของจริงที่ไม่ได้ถูกปลอมแปลงโดยผู้อื่น เพราะเรามองเห็นแต่ “สภาพ” ณ ปัจจุบันของมัน เราไม่อาจดูได้ว่าไฟล์นั้นเริ่มต้นมาจากไหน ผ่านการส่งต่อหรือแก้ไขจากใคร เมื่อไร และอย่างไรบ้าง

128

การนำของมีค่าที่เป็นไฟล์ดิจิทัลมาสร้างเป็น NFT บนระบบบล็อกเชน (ซึ่งมีการเข้ารหัสและบันทึกข้อมูลแบบกระจายศูนย์) จึงทำให้ข้อมูลในธุรกรรมที่จะเกิดขึ้นกับไฟล์ดิจิทัลนั้นนับตั้งแต่สร้างเป็น NFT ถูกบันทึกไว้ทั้งหมด รวมถึงข้อมูลและรายละเอียดกรรมสิทธิ์ว่าใครเป็นเจ้าของไฟล์ด้วย

ด้วยวิธีนี้ การยืนยันความเป็น “ต้นฉบับ” จึงไม่ใช่เรื่องยากอีกต่อไป และเป็นโอกาสใหม่ของผู้เป็นเจ้าของสินทรัพย์ที่อาจจะจับต้องไม่ได้ หรือจับต้องได้ยากในโลกจริง ให้สามารถนำสินทรัพย์มาเปิดขายได้

เด็กชายสองพี่น้องกำลังนั่งเล่นด้วยกันบนโซฟา คนน้องกุมมือพี่ชายเข้าปากแล้วงับเบา ๆ “ชาร์ลีย์กัดผม” เด็กชายวัยสามขวบกล่าวอย่างขบขัน ก่อนจะแกล้งเอามือแหย่เข้าปากน้องอีกครั้ง แต่รอบนี้ชาร์ลีย์ก็นัวเขาแบบไม่ยั้งจนแฮร์รี่ถึงกับร้องลั่น “อ๊อ ชาร์ลีย์เจ็บจริง ๆ นะ” ชาร์ลีย์ส่งสายตาทะเล้นพรางหัวเราะคิกคักอย่างไร้เดียงสาเมื่อพี่ชายดึงนิ้วออก

“Charlie Bit My Finger” เป็นหนึ่งในคลิปไวรัลบนยูทูปในยุคแรกที่ยังมีคอนเทนต์วิดีโอบนโลกออนไลน์ไม่มากนัก (หากเทียบกับยุคนี้) ช่วงเวลาห้าขวบน่าเอ็นดูของสองเด็กชายถูกบันทึกอย่างง่าย ๆ ด้วยความยาวเพียง 55 วินาที แต่มีผู้เข้าชมจากทั่วโลกหลายล้านครั้ง คนบนโลกออนไลน์ทำคลิปวิดีโอเลียนแบบพวกเขาออกมาหลากหลายเวอร์ชัน บางคนนำวิดีโอไปตัดต่อ และบางคนนำเสียงพูดของเด็กชายไปรีมิคซ์เป็นเพลงก็มี



แฮร์รี่กับชาร์ลี คือหนึ่งในตัวอย่างของคนธรรมดาจำนวนไม่น้อยที่ภาพถ่ายและวิดีโอของพวกเขากลายเป็นที่รู้จักของคนในโลกออนไลน์ด้วยความไม่ตั้งใจ มีการนำไฟล์ไปเป็นวัตถุดิบในการสร้างคอนเทนต์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง และในบางกรณีก็ยังสร้างรายได้ให้กับตัวผู้ตัดแปลงโดยที่ผู้ให้กำเนิดต้นฉบับไม่ได้ประโยชน์อะไรจากการกระทำนั้นเสียด้วยซ้ำ

14 ปีหลังจากโพสต์คลิปบนยูทูป ครอบครัวเดวิส-คาร์ เจ้าของคลิป ตัดสินใจนำไฟล์วิดีโอประวัติศาสตร์ที่มียอดเข้าชมสะสมถึง 883 ล้านครั้ง มาขายในรูปแบบ NFT ในเดือนพฤษภาคม 2021 โดยเสนอราคาเริ่มต้นที่ 1,000 เหรียญสหรัฐ ครอบครัวเดวิส-คาร์ระบุในรายละเอียดการประมูลว่า กรรมสิทธิ์ในคลิปไวรัลนี้จะตกเป็นของผู้ชนะประมูล แต่เพียงผู้เดียว และวิดีโอต้นฉบับบนยูทูปจะถูกลบจากแพลตฟอร์มหลังจบการประมูล “3fmusic” สตูดิโอเพลงและผู้สะสม NFT ในกรุงดูไบ คือผู้ชนะการประมูลครั้งนี้ โดยได้คลิปไปครองในราคาสูงถึง 760,999 เหรียญสหรัฐ หรือราว 27 ล้านบาท

130

อย่างไรก็ตาม หลังการประมูลเสร็จสิ้น โฮเวิร์ด เดวิส-คาร์ พ่อของสองพี่น้องประกาศว่าวิดีโอต้นฉบับนี้จะยังคงอยู่บนยูทูปต่อไป “หลังจบการซื้อขายพวกเราได้พูดคุยกับผู้ชนะประมูลซึ่งตัดสินใจที่จะให้วิดีโออยู่บนยูทูปต่อไป เพราะผู้ซื้อรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและไม่ควรถูกลบออก วิดีโอจะยังคงอยู่บนแพลตฟอร์มต่อไป เพื่อให้สาธารณชนสามารถเพลิดเพลินกับมันได้ พร้อม ๆ กับที่คลิปต้นฉบับได้รับการบันทึกบนบล็อกเชนในรูปแบบ NFT เพื่อเป็นอนุสรณ์แล้ว”

ก่อนหน้านี้ โฮเวิร์ดเคยให้สัมภาษณ์ในรายการโทรทัศน์ของ ABC เมื่อปี 2012 ว่าหลังจากที่โพสต์วิดีโอลงบนยูทูปแรก ๆ เขาและครอบครัวก็ยังไม่เข้าใจว่าทำไมคลิปวิดีโอธรรมดา ๆ ที่ถ่ายกันเองของพวกเขาถึงได้รับเสียงตอบรับมากมายขนาดนี้ แต่เมื่อเวลาผ่านไปและคลิปได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ พวกเขา ก็เริ่มเข้าใจว่า ทำ्यที่สุดแล้วคนอื่นก็จะแสวงหาประโยชน์จากความสำเร็จที่ไม่ได้ตั้งใจครั้งนี้ของพวกเขาอยู่ดี ถ้าพวกเขาไม่ทำ



ภาพถ่ายของโซอี้ รอด กลายเป็นมีมยอดฮิตที่ชาวเน็ตนำมาดัดแปลงสร้างความบันเทิงอย่างแพร่หลาย และเป็นที่รู้จักในชื่อ "Disaster Girl"

หลังจบการประมูลครั้งนี้ ไฮเวิร์ดกล่าวว่า การสร้าง NFT จากวิดีโอทำให้พวกเขา รู้สึก "มีอำนาจควบคุมขึ้นอีกหน่อย" รายได้จากการประมูลจะทำให้แฮร์รีและชาร์ลีสั่งโตเป็นวัยรุ่นแล้ว ได้เก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากช่วงเวลาในวัยเด็กของตัวเอง "มันสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้พวกเขาได้ พวกเขาจะกู้เงินจากกองทุนการศึกษาหน่อยลง มีที่พักที่ดีขึ้น โดยที่ไม่ต้องไปทำงานรับจ้างในบาร์" พ่อของเด็กชายทั้งสองกล่าว

และในเวลาไล่เลี่ยกับครอบครัวเดวีส์-คาร์ โซอี้ รอด หญิงสาวเจ้าของภาพถ่ายวัยเด็ก ที่กลายเป็นมีมยอดฮิตในโลกออนไลน์อย่าง "Disaster Girl" ก็ได้นำภาพต้นฉบับออกมาประมูลในรูปแบบ NFT เช่นกัน ที่ผ่านมา ภาพของเธอที่ยืนยิ้มอย่างมีเลศนัยอยู่หน้าบ้านหลังหนึ่งซึ่งหน่วยดับเพลิงกำลังซ่อมดับไฟ ถูกชาวเน็ตนำมาตัดต่อเป็นมีมแบบ ๆ เพื่อความบันเทิงอย่างแพร่หลาย การประมูล NFT ครั้งนี้ทำเงินให้เธอเกือบ 500,000 เหรียญสหรัฐ (ประมาณ 17 ล้านบาท) และผู้ชนะประมูลก็ไม่ใช้ใครที่ไหน แต่เป็นสตูดิโอ 3fmusic ที่ซื้อคลิป Charlie Bit My Finger ไปครองด้วยนั่นเอง

ไม่ใช่แค่คอนเทนต์ดิจิทัลสายบันเทิงเท่านั้นที่สามารถทำเงินใน NFT ได้ เพราะก่อนที่ จะมีการเปิดประมูล Disaster Girl และ Charlie Bit My Finger แจ็ค ดอร์ซีย์ ซีอีโอและ หนึ่งในผู้ก่อตั้งทวิตเตอร์ ได้นำภาพทวิตแรกของเขาที่โพสต์ไว้เมื่อวันที่ 21 มีนาคม 2006 มาประมูลในรูปแบบ NFT บนแพลตฟอร์ม Valueables ที่เปิดให้ผู้คนสามารถ ประมูลทวิตที่ชื่นชอบ และสามารถชำระค่าประมูลได้ด้วยเงินอีเธอเรียม

ทวิตสั้น ๆ ซึ่งมีข้อความระบุว่าเขากำลังเซตอัปเดตทวิตเตอร์ของตัวเองอยู่ ทำราคา ประมูลสิ้นสุดที่ 2.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 90 ล้านบาท ในฐานะเจ้าของทวิต ดอร์ซีย์จะได้รับเงิน 95% ของเงินประมูล และอีก 5% จะถูกหักเป็นค่าธรรมเนียมของ แพลตฟอร์ม

132



ซีนา เอสตาวี ซีอีโอของบริษัทเทคโนโลยี Bridge Oracle ในมาเลเซีย ผู้ชนะการประมูล ทวิต กล่าวถึงทวิตของดอร์ซีย์บนทวิตเตอร์ของเขาหลังการประมูลจบลงว่า “นี่ไม่ใช่แค่ ทวิต ผมคิดว่าในอนาคตผู้คนจะตระหนักถึงคุณค่าที่แท้จริงของมัน เหมือนกันกับ ภาพวาดโมนาลิซา”

การขาย NFT ของแจ๊ค ดอว์ซี โซอี้ รอด และครอบครัวเดวิส-คาร์ เป็นเพียงส่วนหนึ่งของความเคลื่อนไหวบนโลกสินทรัพย์ดิจิทัลที่สะท้อนให้เห็นการมองโลกที่เปลี่ยนไปของคนยุคนี้ซึ่งคุ้นเคยกับเทคโนโลยี พวกเขาจึงเชื่อมั่นในระบบการประมวลผลของคอมพิวเตอร์ที่มีความแม่นยำกว่ามนุษย์ และเปิดรับนวัตกรรมที่ทำให้ทนายรอบการทำงานแบบเดิมอย่างบล็อกเชนได้ไม่ยากนักเมื่อเทียบกับคนยุคก่อน

การที่นักเก็งกำไรหลายคนพร้อมทุ่มเงินจำนวนมาก เพื่อซื้อไฟล์ต้นฉบับที่อาจจะมีสำเนาหน้าตาเหมือนกันปรากฏอยู่เต็มไปหมดในโลกออนไลน์ ไม่ใช่เพียงเพราะพวกเขาเชื่อว่าไฟล์ต้นฉบับนั้นจะมีมูลค่าในอนาคตเท่านั้น แต่เพราะพวกเขามั่นใจว่าบล็อกเชนคือระบบบันทึกข้อมูลที่เชื่อถือได้มากที่สุดในการยืนยันว่า ไฟล์ที่อยู่ในครอบครองของพวกเขา คือต้นฉบับ “ของแท้” ที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก

เช่นในกรณีของดอว์ซี จริงอยู่ว่าหลังจากประมูลจบแล้ว ไม่ว่าใครก็ยังสามารถเปิดดูทวิตแรกของเขานบนทวิตเตอร์ หรือแม้แต่บันทึกภาพทวิตนั้นไว้เมื่อถือของตัวเองได้ตามปกติ แต่ใจความสำคัญก็คือว่า ผู้ชนะประมูลจะเป็นคนเดียวบนโลกที่ได้ครอบครองไฟล์ภาพทวิต ที่บันทึกหน้าจอโดยดอว์ซีเอง ซึ่งมาพร้อมกับ “ใบรับรองดิจิทัล” ที่ลงนามรับรองโดยดอว์ซีแล้วว่าเป็นของแท้แน่นอน และไม่มีใครสามารถปฏิเสธความจริงนี้ได้ นั่นเอง



Did you know?

NonFungible.com เว็บไซต์รวบรวมสถิติข้อมูลธุรกรรม NFT พบว่า ในไตรมาสแรกของปี 2021 มีการซื้อขาย NFT ด้วยมูลค่า 2 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเพิ่มขึ้นจากไตรมาสสุดท้ายของปีก่อนหน้าถึง 2,100%

นอกจากนี้ NonFungible ยังระบุด้วยว่า ในไตรมาสแรกของปี 2021 มีจำนวนผู้ขายมากกว่าผู้ซื้อ NFT สูงถึงหนึ่งเท่าตัว ซึ่งสะท้อนความต้องการลงทุนและเก็งกำไรในตลาดที่กำลังเติบโต

| NFT ชุมทรัพย์ใหม่ของศิลปิน |

ถ้าพูดถึงแนวคิดเรื่อง “ขึ้นเดียวในโลก” ของตลาด NFT วงการแรก ๆ ที่ดูจะเหมาะเจาะกับการนำ NFT มาปรับใช้มากที่สุดก็น่าจะเป็นวงการศิลปะ เพราะคุณค่าของงานศิลปะคือการมีจำนวนจำกัดหรือเพียงมีขึ้นเดียวเท่านั้น การมีบล็อกเชนซึ่งช่วยอุดรอยรั่วขนาดใหญ่ของโลกดิจิทัลที่เต็มไปด้วยการคัดลอกและละเมิดลิขสิทธิ์ ทำให้เราสามารถที่จะสร้างงานศิลปะดิจิทัลให้มีจำนวนจำกัดและปลอมแปลงยากได้ด้วยการนำงานไปสร้างเป็น NFT

ในเดือนมีนาคม 2021 บริษัทรับจัดประมูลงานศิลปะชั้นนำ Christie's สร้างประวัติศาสตร์ใหม่ด้วยการก้าวเข้ามาเล่นในตลาด NFT เป็นครั้งแรก โดยเปิดประมูลผลงานภาพศิลปะดิจิทัลคอลลาจ “Everydays: The First 5,000 Days” ฝีมือไมค์ วิงเคลมันน์ ศิลปินดิจิทัลที่รู้จักกันในชื่อ “Beeple” ซึ่งสร้างจากรูปดิจิทัล 5,000 รูปที่เขาสร้างสรรค์ขึ้นวันละรูป ตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ปี 2007

135





Christie's ระบุว่า ในช่วงท้ายของการประมูลผลงานนั้น มีผู้เข้าเว็บไซต์ของ Christie's รวบรวม 22 ล้านคน และผู้เข้าร่วมประมูลจาก 11 ประเทศ และในท้ายที่สุดชิ้นงานศิลปะ ถูกประมูลไปด้วยราคา 69.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นมูลค่าที่ Christie's ระบุว่าสูงที่สุดนับตั้งแต่จัดการประมูลออนไลน์มา โดยรายได้จากการประมูลครั้งนี้ยังทำให้ปีดังกล่าวกลายเป็นศิลปินที่ยังมีชีวิตอยู่ที่มีผลงานศิลปะมูลค่าสูงที่สุดเป็นอันดับสามของโลก รองจากเดวิด ฮอกนีย์ และเจฟฟ์ คูนส์ อีกด้วย

ทีโอป-จิรายุส ทรัพย์ศรีโสภา ซีอีโอและผู้ก่อตั้ง Bitkub แพลตฟอร์มซื้อขายเหรียญดิจิทัล ด้วยเงินบาทแห่งแรกของไทย ให้ความเห็นว่า NFT นั้นเป็นประตูแห่งโอกาสใหม่ที่มอบอิสระให้นักสร้างสรรค์สามารถเข้าถึงผู้ซื้อทั่วโลกได้อย่างง่ายดาย ไร้ตัวกลางและอุปสรรคที่ยุ่งยาก การทำธุรกรรมซื้อขาย NFT นั้นต้องใช้เงินดิจิทัล จึงไม่มีข้อจำกัดอีกต่อไปว่าบริษัทประมูลจะต้องอยู่ในประเทศไทยหรือต้องชำระด้วยเงินบาทเท่านั้น เพราะสามารถโอนจ่ายผ่านบล็อกเชนได้ การซื้อขายไม่จำเป็นต้องมีผู้รับฝากทรัพย์สิน พิพธภัณฑ์ หรือแกลเลอรีศิลปะเป็นตัวกลางก็ได้ เพราะทุกคนสามารถเข้าถึงบริการทางการเงินได้เท่าเทียมกัน (Financial Inclusion)

นอกจากนี้ หากมองในแง่ของการเก็งกำไร เทคโนโลยีนี้ยังเปิดโอกาสให้ศิลปินสามารถสร้างรายได้ในระยะยาว ด้วยการกำหนดเงื่อนไขบน Smart contract¹ ให้ระบบจัดเก็บส่วนแบ่งรายได้ในอนาคตให้ศิลปินโดยอัตโนมัติทุกครั้งที่มีการซื้อขายเปลี่ยนมือเกิดขึ้นได้อีกด้วย

และถ้ามองในมุมมองของผู้ซื้อ การที่ศิลปินสร้างผลงานออกขายในรูปแบบ NFT ทำให้ผู้ซื้อไม่เพียงมีโอกาสในการ “อุดหนุน” ศิลปินที่ชื่นชอบเท่านั้น แต่ยังสามารถได้รับสิทธิพิเศษหรือผลตอบแทนจากการซื้อได้หลากหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับศิลปินด้วย

เช่นในกรณีของวงร็อก Kings of Leon จากแนชวิลล์ ที่เพิ่งจะออกอัลบั้มเพลง When You See Yourself มาขายในรูปแบบ NFT เมื่อเดือนมีนาคม 2021 เป็นวงแรกของโลก สร้างรายได้มากกว่า 2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ราว 70 ล้านบาท) โดยเปิดขายโทเค็นทั้งหมด 2 แพ็กเกจ

แพ็กเกจแรกเป็นอัลบั้มเพลงชุดใหม่ ซึ่งมาคู่กันทั้งในรูปแบบดิจิทัลดาวน์โหลดและแผ่นไวนิล ในราคา 50 เหรียญสหรัฐ และเปิดขายเพียงแค่ 2 สัปดาห์เท่านั้น

ส่วนแพ็กเกจที่สองเป็นโทเค็นพิเศษที่ใช้ชื่อว่า “NFT Yourself” ผู้สนใจจะต้องเข้าร่วมการประมูลเพื่อชิง “ตัวทอง” ที่มีจำนวนเพียง 6 ใบซึ่งสามารถใช้เป็นตัวคอนเสิร์ตจริง ๆ โดยผู้ครอบครองตัวทองจะได้รับการ гаранตีที่นั่งแถวหน้าจำนวน 4 ที่นั่งในทุกคนเสิร์ตของ Kings of Leon ตลอดชีวิต นอกจากนี้ เจ้าของโทเค็นทุกคนจะได้รับประสบการณ์สุดเอ็กซ์คลูซีฟตลอดคอนเสิร์ต ตั้งแต่พนักงานขับรถส่วนตัวและเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกระหว่างคอนเสิร์ต ทั้งยังได้แสกเฮดกับศิลปินก่อนเริ่มแสดง และเมื่อชมการแสดงจบ ก็จะได้รับกระเป๋า 4 ใบที่บรรจุสินค้าที่ระลึกทุกชิ้นของงานไว้ให้พร้อมบรรณอีกด้วย

¹ Smart contract คือชุดคำสั่งโปรแกรมคอมพิวเตอร์ที่กำหนดขั้นตอนการทำธุรกรรมบนระบบบล็อกเชนโดยอัตโนมัติไว้ล่วงหน้า จึงไม่ต้องอาศัยตัวกลาง เช่น ธนาคารหรือพนักงานในการตรวจสอบเอกสาร

เมื่ออ่านมาถึงตรงนี้ หลายคนอาจตั้งข้อสงสัยได้ว่า ถ้าอย่างนั้นท้ายที่สุดแล้วคนที่ซื้อผลงานของศิลปินได้ ก็จะต้องอยู่เพียงแค่นั้นที่มีเงินเท่านั้นหรือเปล่า

ผู้ก่อตั้ง Bitkub อธิบายว่า จริง ๆ แล้ว นอกจากการนำงานศิลปะมาสร้างเป็น NFT (Non-fungible token) ที่มีเจ้าของเดียวเท่านั้น ศิลปินยังสามารถที่จะสร้างงานศิลปะเป็น FT (Fungible token) ให้เป็นกรรมสิทธิ์ร่วม (Co-ownership) ก็ได้ ซึ่งแนวคิดนี้ก็อาจจะช่วยลดปัญหาเรื่องการผูกขาดของสินทรัพย์ได้

“สมมติว่าศิลปะชิ้นหนึ่งมีราคาหนึ่งพันล้านบาท แต่ทุกคนไม่ได้มีเงินขนาดนี้ เช่นเดียวกับหุ้นปกติ ที่อาจจะมียุทธค่าล้านล้านบาท ดังนั้นเราก็ต้องขอยืมเงินออกเป็นระบบการเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์แบบสัดส่วน (Fractional ownership) โดยให้คนมาเป็นเจ้าของร่วม สมมติใครถือหุ้นเยอะก็จะได้เงินปันผลเยอะ ส่วนคนที่ถือหุ้นน้อยก็ได้เงินปันผลน้อยลงมา ซึ่งคอนเซ็ปต์นี้เราเอามาใช้กับภาพวาดหรืองานศิลปะก็ได้”

138

ยกตัวอย่างว่าผมชื่นชอบศิลปินอยู่ 10 คน แต่ละคนมีภาพเขียนของตัวเอง แต่ละภาพมีราคาหนึ่งร้อยล้านบาท ถ้าผมอยากสนับสนุนศิลปินทั้ง 10 คน ผมก็ต้องมีเงินพันล้านบาทขึ้นไป แต่ถ้าผมมีเงินแค่หนึ่งหมื่นบาทในกระเป๋า เราก็สามารถที่จะแยกส่วน (Fractionalize) ภาพเขียนต่าง ๆ ให้มีลักษณะเป็นเหรียญดิจิทัลในรูปแบบของ FT (Fungible Token) ซึ่งแต่ละเหรียญจะทำหน้าที่เหมือนใบหุ้น แล้วผมก็สามารถสนับสนุน 10 ศิลปินที่ผมชอบได้คนละหนึ่งพันบาท เพื่อให้ผมได้เป็นเจ้าของส่วนหนึ่งของงานนั้น ๆ สมมติว่าภาพเขียนนี้ถูกนำไปจัดแสดงที่พิพิธภัณฑ์ ผมก็จะได้รับเงินปันผลจากค่าเช่าที่พิพิธภัณฑ์ จ่ายให้ในการนำภาพมาจัดแสดง นี่ก็คือ Passive income (รายได้ที่ออกผลในระยะยาว) ของผมแล้ว เป็นแนวคิดเดียวกับหุ้น ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์กับทรัพย์สินชนิดอื่นได้”

“

คอมพิวเตอร์นั้นรวดเร็ว แม่นยำ
และโง่เงาอย่างประหลาด

139

ส่วนมนุษย์นั้นเชื่องช้า ไม่เที่ยง
และเฉียบแหลมอย่างไม่น่าเชื่อ

การรวมกันของทั้งสอง...
เป็นทั้งความท้าทายและโอกาส
เหนือจินตนาการ ”

สัจวัต จี. วอลเลซ
ที่ปรึกษาด้านการจัดการ วิศวกรรม และการศึกษา

I “นักขุด” ปะทะ “นักตีเหล็ก” ศึกชิงแวลู่มในโลกคริปโต I

พฤษภาคม ปี 2021 หลังจากที่บริษัท Tesla เปิดรับการทำธุรกรรมด้วยบิตคอยน์ไม่ถึงสองเดือน เจ้าพ่อวงการเทคโนโลยีอย่างอีลอน มัสก์ ก็ออกมาประกาศว่าลงทวิตเตอร์ ส่วนตัวว่าจะไม่รับบิตคอยน์ในการทำธุรกรรมกับบริษัท Tesla โดยให้เหตุผลว่าการใช้จ่ายบิตคอยน์กระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ทวิตเดียวของเขาไม่เพียงทำให้ตลาดคริปโตสวิงและราคาสกุลบิตคอยน์ตกฮวบ แต่ยังทำให้หลายคนได้กลับมามองถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการขุดบิตคอยน์อย่างจริงจัง แม้แต่ บิล เกตส์ นักธุรกิจชื่อดังผู้ก่อตั้ง Microsoft ที่ผันตัวมาทำงานสายสิ่งแวดล้อมก็ยังออกมายืนยันอีกเสียว่าการขุดบิตคอยน์มีส่วนทำให้โลกร้อนขึ้นจริง

140 เว็บไซต์ digiconomist.net ระบุว่า การทำธุรกรรมบิตคอยน์เพียงครั้งเดียวใช้พลังงานไฟฟ้าเทียบเท่ากับการใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนสหรัฐฯ โดยเฉลี่ยกว่า 55 วัน คือ 1,612.30 กิโลวัตต์ชั่วโมง (kWh) แคมคาร์บอนฟุตพริ้นต์ที่ปล่อยออกมากกว่า 765.84 กิโลคาร์บอน ยังเทียบเท่ากับการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตกว่า 1,697,368 ครั้ง หรือเท่ากับการดูยูทูบถึง 127,640 ชั่วโมงทีเดียว

ทว่าสิ่งที่ทำให้สิ้นเปลืองพลังงานของบิตคอยน์มิใช่การใช้เทคโนโลยีอย่างบล็อกเชนที่หลายคนอาจเข้าใจ แต่คือระบบการทำงาน นั่นแปลว่าไม่ใช่เหรียญดิจิทัลทุกสกุลจะกินพลังงานมากไปเสียทั้งหมด

สกุลเงินดิจิทัลต้นตำรับอย่างบิตคอยน์ใช้ระบบอัลกอริทึมฉันทามติ (Consensus Algorithm)² ประเภท “Proof of Work” (PoW) ที่หมายถึงการพิสูจน์ด้วยการลงแรง โดยระบบกำหนดว่าจะต้องมี “นักขุด” (Miner) ที่ต้องแข่งกันแก้ไขสมการทางคณิตศาสตร์ เพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิยืนยันการทำธุรกรรมในชุดนั้น ๆ ในแต่ละครั้ง (นักขุดคนแรกที่แก้สมการได้เท่านั้นจะได้รับรางวัลเป็นเหรียญดิจิทัลไป) จุดนี้แหละที่ทำให้ต้องใช้พลังงานไฟฟ้าจำนวนมหาศาล เพราะต้องใช้คอมพิวเตอร์สเปกแรงนับร้อยเครื่องในการแก้สมการอันยุ่งยากต่อการขุดบิตคอยน์เพียง 1 เหรียญ

² อัลกอริทึมฉันทามติ (Consensus Algorithm) คือระบบที่เป็นหัวใจสำคัญในเครือข่ายบล็อกเชน เพื่อให้ผู้ใช้งานและเครื่องมือต่าง ๆ ทำงานร่วมกันได้ในระบบแบบกระจาย (Decentralized) ให้ตรวจสอบและสามารถยืนยันความน่าเชื่อถือของธุรกรรมนั้น ๆ ได้ ที่มา : academy.binance.com



นอกจาก PoW แล้ว ประเภทขุดอีตกรองลงมาก็คือ “Proof of Stake” (PoS) หรือ การพิสูจน์ด้วยกำลังทรัพย์ ที่แม้ปลายทางจะเหมือนกัน แต่ขั้นตอนนั้นแตกต่างกัน ระบบนี้ ไม่ได้ใช้ขุด แต่มีผู้ยืนยัน (Validator) หรือที่เรียกว่า “นักตีเหล็ก” เข้ามาแทน โดย ต้องอาศัยการวางเหรียญเดิมพันในระบบเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ พุดง่าย ๆ คือ ความร่ำรวยของผู้ถือเหรียญจะเป็นตัวกำหนดการสิทธิ์ว่าใครจะเป็นนักตีเหล็กคนต่อไป ในการยืนยันการทำธุรกรรม (ยิ่งลงเงินมาก ก็ยิ่งมีโอกาสเป็นนักตีเหล็กสูง เพราะ อัลกอริทึมใช้ระบบสุ่ม) และเมื่อไม่มีการแข่งขันขุดก็จะมีรางวัลสำหรับการขุดด้วย แต่รางวัลจะมาในรูปแบบค่าธรรมเนียมในการซื้อขายเหรียญแทน

เห็นได้ชัดว่า การที่ระบบ PoS ไม่ต้องขุดหาเหรียญนั้นจะช่วยให้การซื้อขายใช้พลังงาน น้อยกว่าการใช้ระบบ PoW ด้วยเหตุผลนี้ สกุลเงินดิจิทัลที่เป็นผู้เล่นรายใหญ่อันดับสอง ในตลาดคริปโตอย่างอีเธอเรียม (Ethereum) ก็กำลังเตรียมตัวเปลี่ยนจากระบบ PoW มาเป็น PoS แล้ว แต่เนื่องจากการเปลี่ยนระบบนั้นมีความท้าทายด้านเทคนิค นักวิจัยของอีเธอเรียมจึงคาดการณ์ว่าน่าจะต้องใช้เวลาอย่างน้อยถึงภายในสิ้นปี 2021 ในการพัฒนาระบบเพื่อให้ใช้งานได้จริง โดย Ethereum Foundation ระบุว่า ถ้าทำสำเร็จ คาดว่าแพลตฟอร์มของอีเธอเรียมจะประหยัดพลังงานลงได้ถึง 99.99% เลยทีเดียว

นอกจากนี้ สกุลเงินดิจิทัลใหม่ ๆ หลายสกุลก็ถือกำเนิดมาโดยมีจุดประสงค์เพื่อสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะก็มี เช่น โซลาร์คอยน์ (SolarCoin: SLR) ที่มีนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมชัดเจนและสร้างเหรียญจากพลังงานแสงอาทิตย์ หรือบิตกรีน (BitGreen: BITG) เหรียญที่สนับสนุนการกระทำที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้บริการทางเดียวกันไปด้วยกัน (Carpool) หรือซื้อกาแฟที่มาจากแหล่งผลิตที่ยั่งยืน เป็นต้น

จริงอยู่ว่า “ความน่าเชื่อถือ” เป็นคำคัญสำหรับระบบการเงิน แต่ในยุคที่ “ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม” เป็นเรื่องใหญ่ของทุกอุตสาหกรรมบนโลก “นักขุด” ในระบบ PoW ที่มีความปลอดภัยแน่นอน ก็อาจจะต้องแพ้วทาง “นักตีเหล็ก” จากระบบ PoS ในแง่สิ่งแวดล้อมก็เป็นได้

แต่เชื่อว่าเป็นตลาดคริปโตที่มากไปด้วยนวัตกรรมแล้ว เชื่อว่าในอนาคตเราคงได้เห็นระบบการเงินแบบใหม่ ๆ ที่ทั้งรัดกุมและดีต่อโลกเกิดขึ้นเป็นแน่

Did you know?



จากการคาดคะเนของทีมวิจัยอิสระแห่งหนึ่ง การสร้าง NFT หนึ่งชิ้นสร้างคาร์บอนมากกว่า 200 กิโลกรัม หรือเท่ากับปริมาณคาร์บอนที่เกิดจากการขับรถยนต์ที่ใช้แก๊สด้วยระยะทางไกลประมาณ 800 กิโลเมตร

1 เมื่อป่าไม้จะกลายเป็นดิจิทัลโทเคน 1

หนึ่งในเรื่องน่าระอึกระอึว่นใจเมื่อพูดเรื่องการดูแลสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ คือ การที่ทุกคนรู้้อยู่แก็ใจว่าการบุกรุกและตัดไม้ทำลายพื้นที่ป่า เป็นหนึ่งในสาเหตุของปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทุกวันนี้ แต่เมื่อโอกาสทางเศรษฐกิจมาเคาะประตูเรียกเจ้าของที่ดินก็มักไม่มีทางเลือกอื่นนอกจากเปิดประตูต้อนรับ เพราะการเก็บรักษาพื้นที่ป่าไว้ก็ไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้โดยตรงอยู่ดี

แต่ในเมื่อธรรมชาติสร้างใหม่ไม่่ง่าย และการปลูกป่าทดแทนอาจไม่ใช้การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพนัก สตาร์ทอัพรายหนึ่งจึงเกิดความคิดที่จะนำพื้นที่ป่ามาแปลงเป็นโทเคนในตลาดเงินดิจิทัล เพื่อสร้างรายได้ให้เจ้าของที่ดิน และชดเชยคาร์บอนให้ธุรกิจที่สร้างก๊าซเรือนกระจกเสียเลย!

Single Earth สตาร์ทอัพจากเอสโตเนียที่เพิ่งก่อตั้งเมื่อปี 2019 ได้คิดค้นวิธีช่วยให้เจ้าของพื้นที่ธรรมชาติ สามารถสร้างรายได้จากพื้นที่ที่ไม่ได้ใช้งานแต่มีความหลากหลายทางชีวภาพ เช่น พื้นที่ป่าไม้ แหล่งน้ำ และพื้นที่สีเขียวอื่น ๆ ด้วยการแปลงพื้นที่ให้อยู่ในรูปแบบของเหรียญดิจิทัลในตลาด เพื่อให้บรรดาธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ ที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจก สามารถซื้อเหรียญเพื่อแลกกับคาร์บอนเครดิต

143

เมริท วัลด์ซาลู ซีอีโอของ Single Earth อธิบายว่า จริง ๆ แล้วทุกวันนี้ตลาดชดเชยคาร์บอน (Carbon Offset) และความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity Offset) ในโลกนั้นมีขนาดใหญ่อยู่แล้ว แต่สำหรับเจ้าของที่ดินและพื้นที่ป่าไม้ส่วนใหญ่ซึ่งเป็นรายย่อย พวกเขาไม่สามารถเข้าถึงกลไกตลาดนี้ได้

ขั้นตอนการทำงานของ Single Earth จะเริ่มจากการส่งนักชีววิทยาเข้าไปสำรวจพื้นที่เพื่อประเมินคุณค่าทางนิเวศวิทยาในที่ดินที่เจ้าของต้องการนำเข้ตลาด ก่อนที่จะออกโทเคนในตลาดซื้อขายตามมูลค่าประเมิน บริษัท องค์กร หรือนักลงทุนที่ซื้อโทเคนจะได้รับกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของที่ดินส่วนหนึ่ง และได้รับการชดเชยคาร์บอนและการชดเชยความหลากหลายทางชีวภาพเพื่อทดแทนปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่ปล่อยออกไปในระหว่างการดำเนินกิจการ



เว็บไซต์ของ Single Earth แสดงพิกัดพื้นที่สีเขียวที่ได้รับการโหวตว่าเป็นพื้นที่ที่ควรได้รับการปกป้องอย่างเร่งด่วน พร้อมแสดงรายละเอียดทางชีวภาพ เช่น สิ่งมีชีวิตที่พบบ่อยในพื้นที่ และปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์ที่สามารถดูดซับได้ต่อปี

144

หลังจากนำโทเค็นเข้าตลาดแล้ว Single Earth จะมีระบบติดตามและตรวจสอบคุณภาพของพื้นที่อยู่เสมอ ด้วยข้อมูลจากดาวเทียม เซ็นเซอร์วัดคุณภาพอากาศ และเครื่องมือตรวจสอบอื่น ๆ

“ในฐานะเจ้าของพื้นที่ คุณรู้ว่าป่าของคุณมีต้นไม้กี่ต้น แต่คุณจะไม่รู้ว่าต้นไม้เหล่านั้นก็เก็บคาร์บอนไดออกไซด์ไปแล้วเท่าไร คุณไม่รู้ว่าจริง ๆ แล้วพื้นที่นั้นมีความหลากหลายทางชีวภาพมากน้อยแค่ไหน ดังนั้นเราจึงเริ่มจากการคำนวณมูลค่าทางนิเวศวิทยาของพื้นที่ก่อน แล้วจึงแปลงมันเป็นเหรียญดิจิทัล โดยทุกครั้งที่ป่าไม้บริเวณนั้นก็เก็บคาร์บอนไดออกไซด์ได้ทุก ๆ หนึ่งตัน เราก็จะเพิ่มเหรียญดิจิทัลใหม่เข้าสู่ตลาด นี่คือวิธีที่เทคโนโลยีช่วยให้เราสามารถสร้างมูลค่าทางชีววิทยาให้แก่โลก และทำให้มันเป็นสิ่งที่ซื้อขายได้”

อันที่จริง วิธีคิดของ Single Earth ที่ต้องการนำพื้นที่ธรรมชาติมาสร้างโทเค็นนั้นอยู่บนหลักการเดียวกับในอดีตที่เราใช้ทองคำเป็นสินทรัพย์ค้ำประกันสกุลเงินดอลลาร์ซึ่งเป็นเพียงกระดาษ

ซึ่งถ้ามองในมุมนี้ ก็ปฏิเสธไม่ได้เลยว่าจริง ๆ แล้ววกลไกของ Single Earth นั้นน่าจะมี ความจำเป็นต้งได้มากกว่าสกุลเงินดิจิทัลด้วยซ้ำ เพราะตลาดเงินดิจิทัลนั้นขับเคลื่อนด้วย ความต้องการและความขาดแคลนเพียงอย่างเดียว

ล่าสุด Single Earth เพิ่งจะได้รับเงินลงทุนในรอบ Seed Fund จำนวน 7.9 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2021 เพื่อเตรียมเปิดตัวตลาดซื้อขายเหรียญดิจิทัลที่มี พื้นที่ธรรมชาติเป็นสินทรัพย์ค้ำประกัน โดยปัจจุบัน Single Earth มุ่งสร้างโทเคน จากที่ดินในแถบยุโรปและพื้นที่ที่เป็นป่าไม้เป็นหลัก เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่ทีมงานมีความเชี่ยวชาญในการตรวจวัดและคำนวณความหลากหลายทางชีวภาพ แต่แน่นอนว่าพวกเขาก็มีแผนที่จะขยายการทำงานให้ครอบคลุมพื้นที่ป่าในภูมิภาคอื่น ๆ ด้วย เช่นกัน

จริงอยู่ว่า แนวคิดในการสร้างเศรษฐกิจจากธรรมชาตินั้นแปลกใหม่จนถึงขั้นน่าเคลงใจ แต่เมื่อได้ลองคิดตามด้วยเหตุผลดูแล้ว นี่อาจเป็นตลาดใหม่ที่สร้างความเปลี่ยนแปลง ให้กับโลกได้จริง ๆ ก็เป็นไปได้

145

“เป้าหมายสูงสุดของเราคือการบุกเบิกระบบการเงินที่มีธรรมชาติเป็นสินทรัพย์ ค้ำประกัน เพราะนี่คือวิธีที่ทำให้เราสามารถนำการอนุรักษ์ธรรมชาติมาเชื่อมโยง เข้ากับชีวิตประจำวัน เพื่อให้ระบบเศรษฐกิจสามารถขับเคลื่อนขบวนการปกป้อง ธรรมชาติได้...และเป็นวิธีเดียวที่จะทำให้มันเป็นไปได้จริง ๆ” ซีอีโอสาวกล่าว



146

“

วิทยาศาสตร์สอนเราได้ว่า
จะสร้างสิ่งต่างๆ “อย่างไร”
แต่มนุษยศาสตร์จะบอกว่า
ต้องสร้าง “อะไร” และสร้าง
“ทำไม” ”

เอริก เบอริดจ์

ผู้ร่วมก่อตั้งและซีอีโอบริษัท Bluewolf

บริษัทที่ปรึกษาด้านไอทีระดับแนวหน้าของ IBM

ซึ่งปัจจุบันมีพนักงานราวหนึ่งพันคน

แต่มีไม่ถึงร้อยคนที่จบการศึกษาด้านไอที

หรือวิศวกรรมโดยตรง

147

CREATIVITY
×
HEART

START WITH YOUR HEART /
พลังใจคือจุดเริ่ม

Breathe

“

แม้โลกจะเป็นอย่างไร อย่าลืมสิ่งที่เจ้าเป็น
จงสวมใส่มันให้เป็นที่ตั้งชุดเกราะ แล้วมันจะ
ไม่มีวันทำร้ายเจ้า ”

ทีเรียน แลนนิสเตอร์
จากซีรีส์ Game of Thrones

หากลองค้นหาคำแนะนำจากหลายผู้เชี่ยวชาญสำหรับการรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือ โควิด-19 ที่ยังไม่สงบลงด้วยยอดผู้ติดเชื้อทั่วโลกกว่าหลายสิบล้านคน และเพิ่มความหนักหน่วงของสถานการณ์จากการกลายพันธุ์ จนทำให้มาตรการล็อกดาวน์ต้องถูกนำวนกลับมาใช้อีกหลายครั้ง ตลอดจนได้สร้างปรากฏการณ์นิวนอร์มอลของชีวิตเราในยุคนี้ นั่น ในด้านหนึ่งจะพบว่า การเข้าถึงวัคซีนที่มีคุณภาพและการปรับตัวเข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อช่วยให้สามารถเว้นระยะห่างที่ปลอดภัยได้ ยังคงเป็นพระเอกในการใช้ชีวิตประจำวัน

แต่เมื่อการหาเลี้ยงชีพยังต้องดำเนินต่อไปท่ามกลางวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่ตึงเครียด การติดตาม การวิเคราะห์ข้อมูล และการเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ก็ยังจำเป็นสำหรับการวางแผนที่รอบคอบ ไม่ว่าจะเป็นการกระจายความเสี่ยงของแหล่งรายได้และความพร้อมที่จะสามารถเปลี่ยนแผนเพื่อรับสถานการณ์ที่เปลี่ยนไป และถ้าหากเกิดความล้มเหลวขึ้น อีกหนึ่งคีย์เวิร์ดสำคัญแห่งปีที่ถูกพูดถึงเป็นวงกว้างก็คือคำว่า “Resilience” หรือการทำให้ตัวเองพร้อมจะกลับมาเดินหน้าอีกครั้งด้วยฮาวทูเชิงจิตวิทยาที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งให้จิตใจ

บทสุดท้ายนี้ จึงขอพาผู้อ่านมาขยายมุมมองความคิดเพื่อรับมือกับปัจจุบันที่อาจจะยังน่าหวาดหวั่น รวมถึงเตรียมใจให้พร้อมเผชิญอนาคตที่ไม่อาจมีใครคาดเดา ด้วยความคิดและจิตใจที่ยืดหยุ่น และพร้อมยืนหยัดได้เสมอแม้ต้องผ่านเรื่องราวแบบไหนก็ตาม

RESILIENCE

สังคมเราพัฒนามาไกลขนาดนี้ได้อย่างไร?

หากไม่ใช่เพราะเรามี การปรับตัว การคิดนอกกรอบ จินตนาการ และการจุดประกายไอเดียใหม่ ๆ เพื่อสู้กับอุปสรรคทางธรรมชาติ ที่ดูเหมือนจะเป็นความสามารถเฉพาะสายพันธุ์ของมนุษย์ ที่ช่วยสร้างรากฐานของอารยธรรมมาจนวันนี้

ทักษะสำคัญที่ส่งเสริมให้มนุษย์สามารถปรับตัวและเอาชนะข้อจำกัดของสภาพแวดล้อมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ช่วยให้เราพัฒนาจากการเป็นมนุษย์ยุคหิน สู่ยุคการเกษตร และมาจนถึงโลกแห่งดิจิทัลที่เราสั่งอาหารจานโปรดมาเสิร์ฟถึงบ้านได้ในเวลาไม่กี่นาที คือการที่มนุษย์มี ‘แนวคิดแบบยืดหยุ่น’ หรือ ‘Flexible Thinking’ ที่ช่วยให้เรารับมือสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงและรอดพ้นจากความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น

152 ลีโอนาร์ด โมลตินาว ผู้เขียนหนังสือเรื่อง *Elastic : Flexible Thinking in a Time of Change* กล่าวว่า สมถะของเรานั้นคุ้นเคยและถนัดเรื่องความคิดเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงเป็นที่สุด การที่เราไม่ชอบการเปลี่ยนแปลงนั้น อาจเป็นเพียงเพราะเราไม่ชอบผลลัพธ์ทางด้านลบของมันเช่น เมื่อเจ้านายบอกคุณว่า “บริษัทเรากำลังแย่ เราจะขอลดเงินเดือนคุณ 10% แต่เราอยากให้คุณทำงานเท่าเดิมนะ” คุณคงจะโอดครวญและพรวดพราดถึงความไม่ยุติธรรมนี้ แต่กลับกัน หากเจ้านายบอกว่า “บริษัททำยอดขายได้พุ่งกระฉูด เราจะเพิ่มเงินเดือนให้คุณ 10% และคุณก็ทำงานแบบเดิมนะ” คุณคงสบายใจมากขึ้นและชอบการเปลี่ยนแปลงนี้ใช้ไหม

แล้วทำไมการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงจึงสำคัญกับเรานัก...

หากเปรียบสังคมเป็นป่าใหญ่ แนวคิดที่ยืดหยุ่นก็เหมือนเทคนิคการเอาตัวรอดดี ๆ ที่จะช่วยให้เราพลิกแพลงสถานการณ์ คิดอาวุธใหม่ ๆ เพื่อมาแก้ปัญหาเฉพาะหน้าต่าง ๆ ได้อย่างทันท่วงทีก่อนที่จะโดนเสื่องาไป แต่ทักษะนี้ก็ต้องอาศัย “การฝึกฝน”

ความคิดยืดหยุ่นมีหลักสำคัญอยู่ที่ “กรอบความคิด” ของเรา กรอบที่ถูกสร้างมาจากการเลี้ยงดู วัฒนธรรม ความเชื่อและความคุ้นเคย

คนเรามักมองผ่านกรอบความคิดจากประสบการณ์ในอดีตที่เราคุ้นชิน เช่น ในสมัยที่ยังไม่มีสมาร์ตโฟนแบบหน้าจอสัมผัส เราต่างคุ้นเคยกับมือถือแบบกด แต่ใครจะไปนึกว่า วันหนึ่งจะมีมือถือหน้าจอสัมผัส หูฟังแบบบลูทูธ แทนชาร์จแบบไร้สาย อุปกรณ์ที่ทุกอย่างแทบจะเชื่อมต่อกันกลางอากาศได้

ในหนังสือได้กล่าวถึงตัวอย่างงานวิจัยของนักวิทยาศาสตร์นามว่า ดักลาส ฮอฟสแตดเตอร์ ที่พูดถึงเรื่อง “ปัญหาหมาและกระดูก” ซึ่งให้เห็นว่า คนเราสามารถปรับโครงสร้างทางความคิด (Restructuring) เพื่อค้นหาวิธีแก้ปัญหาคือใหม่ได้

เมื่อหมาเห็นกระดูกที่อยู่ในรั้วอันสูงชันฝั่งของเพื่อนบ้าน หมาที่หิวกระหายย่อมจะพุ่งไปหากระดูกนั้นอย่างรวดเร็ว แต่ที่สุดแล้วมันก็ดันพุ่งชนเข้ากับรั้วอย่างจัง ถึงแม้ว่าระยะทางจะใกล้กระดูกมากแล้ว แต่ทางที่สูงชันก็ไม่อาจทำให้มันไปถึงเป้าหมายได้อยู่ดี หมาตัวเดิมที่หิวมองในมุมใหม่จึงมีแนวโน้มจะมองหาทางเลือกอื่น อย่างการที่มันตระหนักได้ว่า มีประตูรั้วอีกด้านที่เปิดอยู่ และมันสามารถวิ่งอ้อมไป เพื่อไปยังสวนของเพื่อนบ้านได้ จนในที่สุด มันก็ได้กระดูกมาครอบครอง

153

การปรับโครงสร้างความคิดของเรา อาจหมายถึงการที่เราต้องลบกรอบความคิดบางอย่าง และเปิดใจให้เหตุการณ์หลากหลายมุมมองมากขึ้น ดร. อลิซ บอยซ์ กล่าวในบทความ “Become a More Flexible Thinker” ไว้ว่า การคิดแบบยืดหยุ่นนั้น คือการตัดสินใจโดยนำปัจจัยหลาย ๆ ด้านมาค่านึง เช่น เราเคยเชื่อว่า หากจะทำงานให้ดี เราต้องทำเองเท่านั้น แต่นักคิดยืดหยุ่นจะมองว่า เหตุการณ์นี้อาจไม่จริงเสมอไป หากเรามีคนช่วยที่มีความสามารถมากพอ งานนั้นอาจจะได้ดีพอ ๆ กัน หรือมีความแปลกใหม่กว่าวิธีเดิมที่เราเคยทำก็ได้

แน่นอนว่า การเปลี่ยนมุมมองให้หลากหลาย ไม่จำเป็นต้องทำได้ในชั่วข้ามคืน การฝึกคิดในด้านใหม่วันละนิด ลองอาหารจานที่ไม่เคยกิน อ่านหนังสือเล่มใหม่เพื่อเปิดโลกทัศน์ หรือแม้แต่เล่นเกมทายปัญหาใหม่ ๆ ก็มีมีส่วนช่วยให้เราเป็นนักคิดที่ยืดหยุ่นมากขึ้นได้

และไม่ใช่เพียงทักษะการคิดแบบยืดหยุ่นเท่านั้นที่จะช่วยให้เราปรับตัวและเอาชนะความเปลี่ยนแปลงในชีวิตไปได้ ในส่วนของเรื่องจิตใจที่เป็นเสาหลักประกอบชีวิตคนคนหนึ่งเองก็สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน และแม้เราหวังอยากให้มันเข้มแข็งตั้งหินผาแค่ไหน แต่ย่อมมีบางจังหวะที่จิตใจต้องอ่อนแอลงเมื่อต้องเผชิญกับวิกฤตหรือสถานการณ์ที่ไม่คาดฝัน แล้วเราจะมียุทธวิธีปรับจิตและเตรียมใจได้อย่างไร?

I เรื่องเล่าจากชิคาโก I

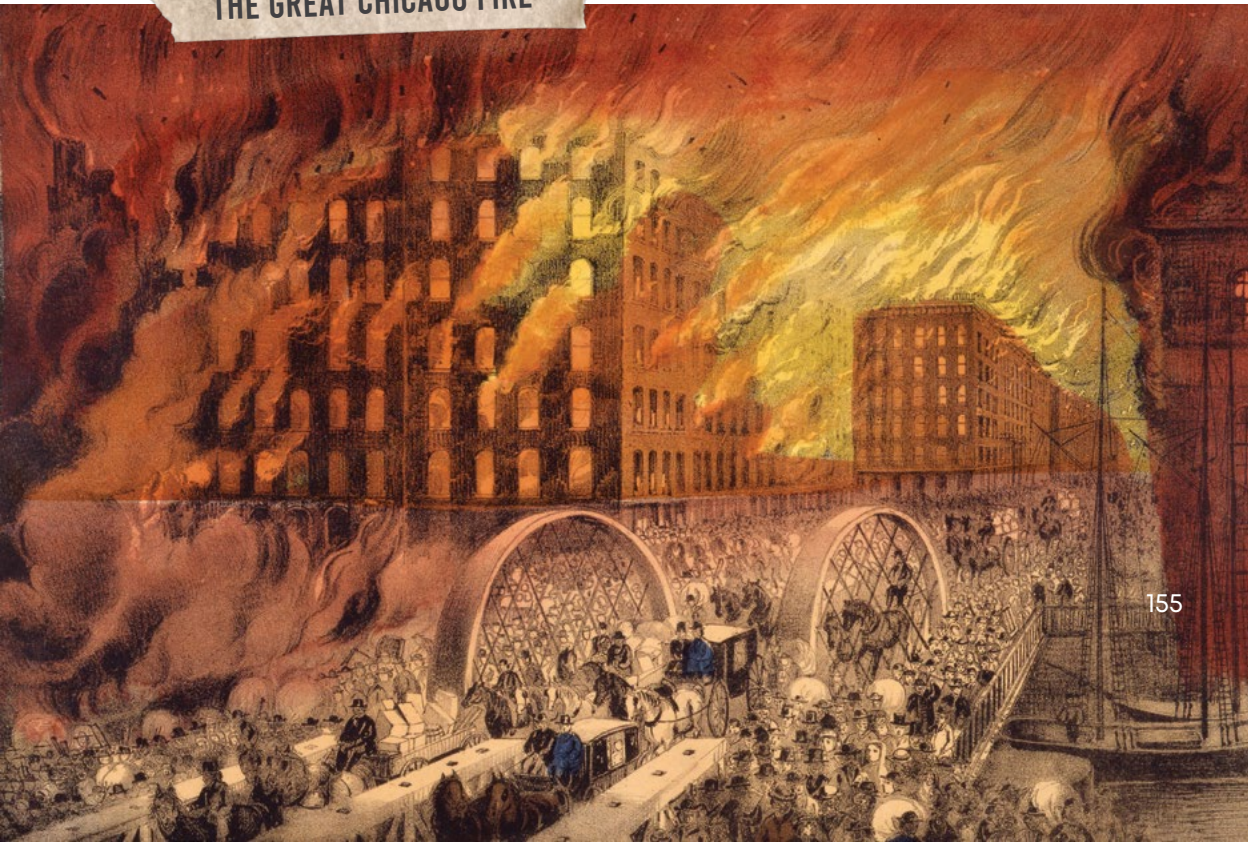
154

เมื่อเปลวไฟจากตะเกียงในโรงนาลูกกลมและเผาไหม้ชิคาโกในปี 1871 ที่ซึ่งอาคารบ้านเรือนยังคงสร้างด้วยไม้เป็นส่วนใหญ่ ไม่มีใครคาดคิดว่าทั่วทั้งเมืองจะโดนเผาจนวอดวายในเวลา 2 วัน เหตุอศศิภัยครั้งใหญ่ที่สุดที่เคยเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกาครั้งนี้เป็นที่เรียกขานกันในชื่อ 'The Great Chicago Fire' ซึ่งคาดว่าได้คร่าชีวิตผู้คนไปไม่ต่ำกว่า 300 ชีวิต ประชาชนประมาณ 1 แสนคนกลายเป็นคนไร้บ้าน และรวมมูลค่าความเสียหายได้ไม่ต่ำกว่าหนึ่งพันล้านเหรียญสหรัฐ (หากเทียบกับค่าเงินปัจจุบัน)

แต่ชิคาโกที่กลายเป็นเถ้าถ่านได้ฉวยโอกาสจากหายนะครั้งนั้น สูการวางผังเมืองใหม่ครั้งใหญ่ หรือที่เรียกว่า 'The Great Rebuilding' ที่ทำให้ชิคาโกในทุกวันนี้ ก้าวขึ้นมาเป็นหนึ่งในเมืองสมัยใหม่ที่ออกแบบได้ดีที่สุด และยังคงครองแชมป์เมืองใหญ่ที่เจ๋งที่สุดในสหรัฐฯ ติดต่อกันถึง 4 ปีซ้อน

คำถามคือ หากเรื่องเลวร้ายแบบไม่คาดฝันเกิดขึ้นกับชีวิตมนุษย์ ผู้โชคร้ายคนนั้นจะสามารถมองหาวิธีคว้าโอกาส เพื่อสร้างเรื่องราวชีวิตใหม่ให้สดใสกว่าเดิมได้เหมือนอย่างชิคาโกหรือไม่

THE GREAT CHICAGO FIRE



155



| เคล็ดลับอยู่ที่ใจ |

โชคดีที่นักวิจัยด้านสุขภาพจิตยืนยันว่าเป็นไปได้ เพราะหลายผลการศึกษาในประเด็นเรื่อง “การเติบโตหลังเหตุสะเทือนใจ” หรือ Posttraumatic Growth ออกมาในทางเดียวกันว่า นอกจากคนเราจะมีความสามารถในการฟื้นตัวหลังประสบเรื่องร้าย ๆ ในชีวิต อย่างเช่นผู้ป่วยที่ถูกวินิจฉัยว่าเป็นมะเร็ง คนที่บ้านโดนไฟไหม้ ผู้ที่สูญเสียคนสำคัญในชีวิต เช่น ลูก คู่รัก พ่อแม่ ฯลฯ การผ่านโศกนาฏกรรมเหล่านี้ ในมุมมองของผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษาในประเด็นดังกล่าวได้ให้ความเห็นไว้ว่า อย่างน้อยการผ่านเรื่องที่น่าเศร้าที่สุดก็สามารถสร้างคุณค่าใหม่ให้กับชีวิตคนเราได้ 3 ประการ นั่นคือ

What Doesn't Kill Me, Makes Me Stronger

การไม่ยอมแพ้ต่อเรื่องเลวร้ายแล้วลุกขึ้นสู้อีกครั้งจะทำให้เราตระหนักถึงความสามารถที่ซ่อนอยู่ และได้เรียนรู้ว่าความสามารถนั้นอาจเปลี่ยนเส้นทางการใช้ชีวิตของเราในอนาคต เหมือนอย่างทีนี่ทเซอ นักปรัชญาชาวเยอรมันกล่าวไว้ว่า “สิ่งที่ฆ่าฉันไม่ได้ ทำให้ฉันแข็งแกร่งขึ้น” และงานศึกษาทางจิตวิทยา¹ ยังยืนยันอีกว่า ผู้ที่เคยเผชิญอุปสรรคในชีวิตจะค้นพบบทเรียนที่สำคัญว่าตัวเราแข็งแกร่งกว่าที่คิดไว้มาก และคนที่เคยเป็นทุกข์อย่างแสนสาหัส เช่น ผู้ที่เคยออกรบ เยื่อที่ถูกลมขึ้น และคนที่เคยสูญเสียผู้เป็นที่รักที่สุดไป มักจะมีภูมิคุ้มกันต่อเหตุร้ายที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตได้ดีกว่าผู้ที่ไม่เคยมีประสบการณ์แยะ ๆ มาก่อนเลย

ได้รู้ว่าใครที่ยังคงอยู่เคียงข้างในวันที่แย่ที่สุด

เมื่อเกิดเหตุการณ์เลวร้าย จะทำให้เราได้มองเห็นมิติความสัมพันธ์กับผู้อื่นในมุมมองที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพราะมันจะเป็นตัวกรองชั้นดีที่จะทำให้เห็นว่าใครกันที่ยังคงอยู่เคียงข้างในวันที่เรารู้สึกแย่ที่สุด และใครที่ยื่นมือเข้ามาช่วยและให้กำลังใจในวันที่เราไม่เหลือใครนอกจากนี้ ชูซาน โนเลน-โฮกเซมา และคณะ จากมหาวิทยาลัยสแตนฟอร์ด ที่ได้ศึกษาเรื่องความสูญเสียยังค้นพบอีกว่า ผู้ที่เคยเสียคนรักจะมีความอดทนอดกลั้นและชื่นชมผู้คนในชีวิตได้มากขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่าความสูญเสียทำให้เรามองเห็นความสำคัญของคนที่อยู่เคียงข้างเราและตระหนักว่าเวลาที่ได้ใช้ร่วมกันนั้นมีคุณค่าและมีความหมาย

ได้เปลี่ยนมุมมองต่อชีวิตและเติบโตขึ้นอีกก้าวใหญ่

เหตุผลที่ฉันใจจะเปลี่ยนลำดับความสำคัญในชีวิตเรา รวมถึงหลักคิดที่เราใช้ในปัจจุบัน เช่นถ้าเราพบว่าตัวเองป่วยเป็นโรคร้ายและอาจจะมีชีวิตอยู่ได้อีกไม่นาน ก็มีแนวโน้มว่าเราจะพิจารณาถึงสิ่งที่ทำอยู่ และคงไม่ลังเลที่จะเปลี่ยนไปทำในสิ่งที่อยากทำจริง ๆ หรือบางคนอาจทุ่มเทเวลาอยู่กับครอบครัวหรือคนรักให้ได้มากที่สุด เพราะตระหนักได้ว่าชีวิตที่เหลืออยู่คือของขวัญและผู้คนที่อยู่เคียงข้างนั้นมีค่ายิ่งกว่าเงินทอง

อย่างไรก็ตาม ในความเห็นของโจนาธาน เฮดต์ นักจิตวิทยาสังคมผู้เชี่ยวชาญงานศึกษาด้านศีลธรรม เขาไม่ได้มองว่าคนเราต้องยกย่องความทุกข์หรือจำเป็นต้องทนทุกข์ เพียงหากมองในแง่ดีสักหน่อย ในเรื่องแยะก็มักจะมีเรื่องดีซ่อนอยู่ด้วย ซึ่งคนที่ค้นพบจะได้เรียนรู้ว่าชีวิตยังมีหนทางอื่นอีกและเราสามารถเรียนรู้จากช่วงเวลาที่ยากลำบากเพื่อทำให้ตัวเองเติบโตขึ้นได้อีกครั้ง

ในแง่นี้ มีปรัชญาหนึ่งของญี่ปุ่นที่มีแนวคิดใกล้เคียงกันเรียกว่า “คินสึจิ” (Kintsugi) ซึ่งไว้ใช้อธิบายว่า คนเราสามารถกลับมาใช้ชีวิตที่มีความหมายอีกครั้งได้ด้วยการยอมรับและเรียนรู้จากช่วงเวลาเลวร้ายที่เคยประสบมา เพราะคินสึจิเป็นศาสตร์ในการซ่อมเครื่องปั้นดินเผาที่แตกหักไปแล้วให้กลับมาใช้งานได้อีกครั้งด้วยการอุดรอยแตกโดยการใส่ครั้งผสมทอง ทำให้เซรามิกที่ถูกซ่อม คงเหลือร่องรอยของการสมานรอยแตกสีทองที่เป็นเอกลักษณ์และเกิดเป็นชิ้นงานศิลปะแบบใหม่ที่มีใบเดียวในโลก ศิลปะการซ่อมแบบคินสึจิจึงถูกเปรียบกับคนที่เห็นคุณค่าของบาดแผลในชีวิต คนที่เรียนรู้ที่จะกอบกู้ชิ้นส่วนของจิตใจที่พังทลาย เพื่อประกอบความไม่สมบูรณ์แบบขึ้นมาเป็นตัวตนใหม่อย่างภาคภูมิใจ จะสามารถมีชีวิตที่งดงามได้อีกครั้งนั่นเอง





| ใช้ชีวิตให้เหมือนต้นไม้ |

บทเรียนที่สำคัญที่สุดของงานศึกษาเรื่อง “Loss, Trauma, and Human Resilience: Have We Underestimated the Human Capacity to Thrive After Extremely Aversive Events?” โดยจอร์จ โบนนินโน ศาสตราจารย์ประจำสาขาจิตวิทยาคลินิกของมหาวิทยาลัยโคลัมเบียบอกให้รู้ว่า โดยปกติแล้วคนเราจะฟื้นตัวได้เองจากทุกเรื่องที่เกิดขึ้นกับเรา ไม่ว่าจะเป็นเรื่องน่าย็นดีหรือเหตุการณ์ร้ายแรงแค่ไหน มนุษย์ก็มีความสามารถที่จะกอบกู้และฟื้นตัวเองได้ใหม่ โดยในประเด็นนี้โจนาธาน เฮดต์ ได้เปรียบเทียบการใช้ชีวิตของมนุษย์ปัจจุบันได้อย่างน่าสนใจไว้ว่า หลายครั้งเรามักเปรียบเทียบตัวเองเหมือนอย่างคอมพิวเตอร์ ที่หากรู้สึกว่ามีส่วนไหนก็อยากจะไปซ่อมส่วนนั้นให้ใช้งานได้เหมือนเดิม และคิดว่าหากลงโปรแกรมใหม่เราก็จะหาย แต่มนุษย์มีสิ่งพิเศษกว่าคอมพิวเตอร์นั่นคือ เรามีความสามารถที่จะฟื้นฟูตัวเองอยู่ในตัว เหมือนอย่างต้นไม้ที่หากมันได้อยู่ในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม จากต้นที่เคยเหี่ยวเฉาหรือใกล้ตายเมื่อได้รับ ดิน น้ำ แสงแดด และอากาศที่ใช่ เพียงแค่รอเวลาเท่านั้น ต้นไม้ต้นนั้นก็จะฟื้นและงอกงามได้ด้วยตัวมันเอง



จงเอาชนะเรื่องร้าย ๆ ให้ได้ก่อนวัยสามสิบ

หากให้คนอายุเกิน 30 ปี ลองนึกถึงเรื่องราวในอดีต เหตุการณ์ที่พวกเขาจะจดจำได้ชัดเจนที่สุดส่วนมากจะอยู่ในช่วงอายุ 15-25 ปี นักจิตวิทยาเรียกสิ่งนี้ว่า “Reminiscence Bump” เพราะช่วงวัยนี้เป็นช่วงเวลาที่จะเกิดเรื่องราวสำคัญในชีวิต เช่น มีความรักครั้งแรก สอบติดมหาวิทยาลัย เลือกลายอาชีพ เริ่มต้นทำงาน ฯลฯ ซึ่งนับเป็นเวลาสำคัญของการตัดสินใจเรื่องสำคัญที่จะกำหนดนิยามในการใช้ชีวิตต่อไป ดังนั้นหากต้องประสบพบเหตุการณ์สะเทือนใจในช่วงนี้และสามารถเอาชนะอุปสรรคได้โดยสมบูรณ์ การได้ระลึกถึงเวลาที่เคยได้ก้าวผ่านความโหดร้ายที่เคยเจอจะเป็นต้นทุนชั้นดีที่ทำให้เราตระหนักได้ว่า ตัวเรามีความสามารถที่จะเติบโตและแข็งแกร่งขึ้นจากการได้เผชิญกับเรื่องราวร้าย ๆ ที่ผ่านเข้ามา

“ มันไม่ใช่โชคดีหรือ
ที่ยังรอดมาได้ท่ามกลาง
เรื่องราว ๆ มากมายที่
เกิดขึ้น ”

แอสลีย์ บริลเลียน
นักเขียนและนักวาดการ์ตูนชาวอังกฤษ

I หรือเป็นเพราะเราที่อับโชค I

‘โชคชะตา’ คือสิ่งที่หลายคนคิดว่าอยู่เหนือการควบคุม ไม่แปลกที่บางคนจะรู้สึกเหมือนโชคไม่เข้าข้าง หรืออาจคิดว่าดวงชะตาชอบเล่นตลก เมื่อเจอกับความไม่ได้ตั้งใจ แต่อันที่จริงแล้ว ‘โชค’ ในงานศึกษาทางวิทยาศาสตร์ ไม่อาจนับว่าเป็นเรื่องเหนือธรรมชาติอื่นใด นอกเหนือไปกว่ามุมมองของคนเราที่มีต่อเหตุการณ์บางอย่าง

ลองมาดูเหตุการณ์ดังต่อไปนี้ แล้วพิจารณาว่าคุณคิดเห็นกับมันอย่างไร

ในช่วงฤดูร้อนของวันที่ 6 สิงหาคม ปี 1945 ในขณะที่ ซีโตมุ ยะมะงุจิ นายช่างที่ถูกส่งตัวไปทำงานที่จังหวัดฮิโรชิมากำลังดูงานอยู่นั้น อยู่ ๆ ก็มีระเบิดปรมาณูนามว่า “Little Boy” จากฝีมือของสหรัฐฯ ทิ้งลงมายังเมืองแบบไม่มีใครคาดคิด ด้วยอำนาจการทำลายล้างของระเบิดลูกนี้ที่เชื่อกันว่ามีผู้คนไม่ต่ำกว่า 70,000 คนเสียชีวิตในทันที แต่ยะมะงุจิลับรอดชีวิตมาได้ราวกับปาฏิหาริย์แม้ว่าเขาจะอยู่ในโซนใกล้ระเบิดก็ตาม สภาพร่างกายของเขาถูกเผาไหม้เล็กน้อย ดวงตาและแก้วหูได้รับความเสียหาย ยะมะงุจิริบเดินทางกลับไปรักษาตัวต่อที่บ้านยังจังหวัดนางาซากิ

161

ในวันที่ 9 สิงหาคม ยะมะงุจิเดินทางเข้าไปรายงานตัวที่บริษัทในจังหวัดนางาซากิ และได้เล่าถึงเหตุการณ์ร้ายแรงที่เพิ่งได้เผชิญมา ทว่าหัวหน้างานของเขากลับไม่เชื่อในสิ่งที่ยะมะงุจิบอก เพราะจะเป็นไปได้อย่างไรที่อยู่ ๆ เมืองทั้งเมืองจะหายไปในพริบตา แต่สิ่งที่ยะมะงุจิลำเล้านั้น กำลังจะพิสูจน์ตัวเองอีกครั้ง เพราะเพียงช่วงเวลาไม่กี่อึดใจ ห้องทำงานก็เกิดความสั่นไหว และเมื่อรู้ตัวอีกที พื้นที่ทั้งเมืองนางาซากิก็ก็นคราเกิดปรมาณูนามว่า “Fat Man” ทำลายเมืองลงอย่างราบคาบเช่นกัน และก็เป็นอีกครั้งที่ยะมะงุจิสามารถรอดชีวิตมาได้ ที่สำคัญเขายังใช้ชีวิตต่อมาได้อย่างยาวนานถึง 93 ปี คุณคิดว่า ซีโตมุ ยะมะงุจิ ผู้ที่อยู่ในเหตุการณ์ระเบิดนิวเคลียร์ถึง 2 ครั้งติดต่อกัน แต่ก็ยังรอดชีวิตมาได้ เป็นผู้โชคดีหรือโชคร้ายกันแน่?

ในงานศึกษาของสตีเฟน เฮลส์ และเจนนีเฟอร์ จอห์นสัน ที่ลงตีพิมพ์ในวารสาร Philosophical Psychology เผยว่า หากคุณคิดว่ายะมะงุจิเป็นคนโชคดีที่ยังรอดชีวิต

มาได้ ก็มีแนวโน้มว่าคุณเป็นพวกมองโลกในแง่ดี กลับกันหากคุณคิดว่าเขาเป็นคน
โชคร้ายที่ต้นตอต้องอยู่ในเหตุระเบิดครั้งใหญ่ของโลกถึงสองครั้งสองครา ก็มีแนวโน้มว่า
คุณเป็นพวกมองโลกในแง่ร้าย ผลการศึกษานี้อาจดูไม่น่าแปลกใจนัก แต่สิ่งที่น่าสนใจ
กว่าก็คือ ในกรณีนี้ ผู้ที่มองโลกในแง่ดียังเชื่ออีกว่าคนอื่น ๆ “มีโชค” มากกว่าผู้ที่มองโลก
ในแง่ร้าย หรือสรุปง่าย ๆ ได้ว่า กลุ่มคนที่เชื่อว่าชะตากรรมเป็นคนที่โชคดี มีแนวโน้มที่จะ
คิดว่าตัวเองโชคดีและเชื่อว่าเป็นคนอื่น ๆ ก็จะมีโชคดีด้วยเช่นกัน

| แล้วจะอย่างไรให้โชคเข้าข้าง? |

เพียงแค่มองโลกในแง่ดี ก็ทำให้มีโชคแล้วหรือ... ก็อาจจะใช่ แต่การมองโลกในแง่ดี
ในที่นี้น่าจะอยู่ในบรรทัดฐานของการมองโลกในความเป็นจริงด้วย เพื่อที่จะเพิ่มโอกาส
ในการมองเห็นความเป็นไปได้ใหม่ ๆ แม้จะอยู่ในสถานการณ์แย่ ๆ นั้นเอง และหลายครั้ง
ที่งานศึกษาทางวิทยาศาสตร์ก็พิสูจน์ให้เราได้เรียนรู้ว่า การทำให้โชคเข้าข้างเป็นสิ่งที่
เราทำได้ด้วยเช่นกัน

162

รอบคอบ = ดวงดี

รู้หรือไม่ว่า นักพนันที่เคยชนะพนันติดกัน 2 ครั้งมีแนวโน้มจะชนะพนันในครั้งต่อไปถึง
57 เปอร์เซ็นต์ และหากเขาชนะอีก โอกาสในการชนะครั้งต่อไปก็จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ โดย
ผลการศึกษาหนึ่ง² รายงานว่า ผู้ที่ชนะติดต่อกันมาแล้ว 6 ครั้ง จะมีโอกาสชนะอีก
ในครั้งที่ 7 ถึง 76 เปอร์เซ็นต์ กลับกันหากผู้ที่แพ้พนันติดต่อกัน 2 ครั้ง โอกาสที่คน ๆ นั้น
จะชนะในครั้งต่อไปจะมีเพียง 40 เปอร์เซ็นต์เท่านั้น สิ่งนี้อาจเปรียบเทียบได้กับการเป็น
'คนมือขึ้น' หรือ 'คนมือตก' แต่ความจริงแล้ว โชคอาจจะไม่ได้ทำให้นักพนันเป็นคน
มือขึ้นหรือมือตกเลย เพราะงานศึกษานี้พบว่า การที่ผู้ชนะติดต่อกันมีโอกาสในการชนะ
ครั้งต่อไปสูงก็เป็นเพราะผู้ชนะกลัวที่จะแพ้มากกว่า พวกเขาจึงมีแนวโน้มเลือกตัวเลือก
ที่ดูปลอดภัยและเสี่ยงน้อยกว่า ในขณะที่ผู้แพ้อยากจะชนะมากกว่า พวกเขาจึงเลือก
ตัวเลือกที่เสี่ยงมากกว่านั่นเอง

พกของนำโชค

“พวกคุณแฉะเรียกคู่” “สร้อยหินเสริมมงคล” “กระเป๋าสตางค์เรียกทรัพย์” ฯลฯ เชื่อว่าแต่ละคนน่าจะมีของนำโชค (Lucky Charms) ส่วนตัวที่พกติดตัวไว้ตลอด โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่อยากให้โชคเข้าข้าง และในงานศึกษาทางวิทยาศาสตร์³ ก็ช่วยยืนยันแล้วว่า ของนำโชคอาจช่วยให้คุณโชคดีขึ้นได้จริง ๆ โดยในปี 2010 มีงานศึกษาหนึ่งทดลองกับกลุ่มนักกีฬาอล์ฟ 2 กลุ่ม กลุ่มแรกได้รับการบอกว่าลูกกอล์ฟที่ใช้เล่นเป็น “Lucky Ball” กับอีกกลุ่มที่บอกว่าลูกกอล์ฟที่ได้รับเป็นลูกธรรมดา ๆ เหมือนกับที่คนอื่น ๆ ได้ ผลปรากฏว่านักกีฬาอล์ฟกลุ่มแรกสามารถเล่นกอล์ฟออกมาได้ดีกว่าอีกกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ และอีกงานศึกษาหนึ่งให้ผู้เข้าร่วมเล่นเกมสลับตัวอักษร (Anagram) พกของนำโชคมาเล่นเกมด้วย ก็สามารถเล่นเกมได้ดีกว่าผู้ที่ไม่ได้พกของนำโชคมาด้วยเช่นกัน นักวิจัยในเรื่องนี้ได้ให้ข้อสังเกตไว้ว่า กลุ่มที่พกของนำโชคมาด้วยจะยืนหยัดที่จะแก้ปัญหาในเกมได้ยาวนานกว่า รวากับว่าพวกเขาเป็นผู้ช่วยส่วนตัวกำลังช่วยพวกเขาอยู่จริง ๆ



³ งานศึกษา “Reliance on Luck: Identifying Which Achievement Goals Elicit Superstitious Behavior” (January 23, 2015) Eric J. Hamerman และ Carey K. Morewedge

โชคชะตา (ไม่) เล่นตลก

บางคนอาจคิดว่าเหตุการณ์บางอย่างเป็นเรื่องของดวงล้วน ๆ แต่งานศึกษาของริชาร์ด ไวส์แมน อาจารย์ประจำสาขาจิตวิทยาในมหาวิทยาลัยฮาร์ตฟอร์ดเชอร์ ได้ทำการค้นหาวิธีแยกคนโชคดีออกจากคนไม่มีโชคง่าย ๆ โดยการให้ผู้เข้าร่วมการทดลองประเมินตัวเองว่า พวกเขาเป็นคนมีโชคหรือไม่มีโชค จากนั้นให้พวกเขาอ่านหนังสือพิมพ์ที่เตรียมไว้ ซึ่งในหน้ากลาง ๆ จะมีข้อความโฆษณาตัวใหญ่เขียนไว้ว่า “บอกผู้คุมการทดลองว่าคุณเห็นโฆษณานี้ แล้วคุณจะได้รับเงิน 250 ยูโร” โดยผู้ที่ประเมินตัวเองว่าเป็นคนมีโชคจะมองเห็นโฆษณานี้มากกว่า ส่วนคนที่บอกว่าตัวเองไม่มีโชคจะออกอาการประหม่าและกังวลตลอดการทดลอง ทำให้พวกเขา มองไม่เห็นโฆษณานี้ งานทดลองนี้จึงพิสูจน์ให้เห็นว่า ความโชคดีอาจเริ่มต้นได้ง่าย ๆ จากการคิดว่า “ตัวเองโชคดี” ในเมื่อไม่มีใครมั่นใจได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ว่าโชคจะเข้าข้างคุณเมื่อไร การอนุญาตให้ตัวเองคาดหวังสิ่งที่ดีมากกว่าสิ่งแย่ ๆ ก็เหมือนเป็นการเปิดประตูแห่งโอกาสใหม่ ๆ ได้นั่นเอง

164

แค่มองหา โชคก็เข้าข้าง

รู้หรือไม่ว่า “เพนิซิลลิน” เป็นยาปฏิชีวนะที่พลิกวงการการแพทย์ซึ่งถูกค้นพบโดยบังเอิญ เมื่ออเล็กซานเดอร์ เฟลมมิง ทิ้งจานเพาะเชื้อไว้ในช่วงหยุดพักร้อน ทำให้เขาพบการปนเปื้อนของเชื้อราในจานเพาะเชื้อ ซึ่งมีฤทธิ์ยับยั้งการเติบโตของเชื้อแบคทีเรียได้ การค้นพบโชคโดยบังเอิญแบบนี้เรียกกันว่า “Serendipity” คนส่วนใหญ่อาจมองว่ามันเป็นเรื่องของความบังเอิญล้วน ๆ และเราไม่สามารถควบคุมสิ่งเหล่านี้ได้ แต่สเตฟาน มากิริ อาจารย์วิชาการปฏิสัมพันธ์ของข้อมูล (Information Interaction) ประจำมหาวิทยาลัย City, University of London ที่ทำการศึกษาเรื่อง Serendipity ในงานศึกษาหนึ่ง กับผู้ทำงานสายงานสร้างสรรค์พบว่า โอกาสในการเพิ่มโชคโดยบังเอิญนี้ทำได้เมื่อ “พวกเขาลองเปลี่ยนแปลงกิจวัตรประจำวัน ลองทำงานในบรรยากาศใหม่ ๆ กับคนใหม่ ๆ กล้าที่จะลองผิดลองถูก ผสมผสานวิธีการใหม่ในการทำงาน เพื่อลองทำสิ่งต่างไปจากเดิม” มากิริกล่าว เพราะจริง ๆ แล้วการค้นพบของยาเพนิซิลลิน อาจจะไม่เกิดขึ้นเลยก็ได้ ถ้าเฟลมมิงโยนจานเพาะเชื้อที่ปนเปื้อนนั่นทิ้งไป และไม่ลองตั้งคำถามกับสิ่งผิดพลาดที่เกิดขึ้น



ไม่เชื่อ ต้องพิสูจน์!

165

งานวิจัยของ เกเบรียล เลโพรี จากมหาวิทยาลัยธุรกิจโคเปนเฮเกน กล่าวว่า การพึ่งพาสิ่งลึกลับหรือไสยศาสตร์ (Superstition) เป็นสิ่งที่เราทำมากขึ้นเมื่อต้องเจอกับความไม่แน่นอนหรือสิ่งที่อยู่เหนือการควบคุม เขาใช้ตลาดหุ้นเป็นสนามทดลองโดยการรวบรวมสถิติการเกิดขึ้นของสุริยุคราสและจันทรคราสในระหว่างปี 1928 - 2008 จำนวน 362 ครั้ง มาเทียบกับ 4 ดัชนีซื้อขายหลักทรัพย์ในสหรัฐอเมริกา ดาวโจนส์ อินดัสเทรียล ดาวโจนส์คอมโพสิต นิวยอร์คคอมโพสิต และเอสแอนด์พี 500 แล้วพบว่า ทุกครั้งที่เกิดคราส ซึ่งหลายคนเชื่อว่าเป็นลางร้ายนั้น ทั้ง 4 ตลาดจะมีผลตอบแทนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยจากวันปกติ ซึ่งการวิจัยเพื่อหาความสัมพันธ์เช่นนี้มีมากขึ้นหลังจากวิกฤตการเงินเมื่อปี 2008 ที่มีการศึกษาพฤติกรรมการลงทุนของลูกค้ำ และชี้ให้เห็นว่าเหล่าที่ปรึกษาทางการเงินที่หนึ่งทับกองข้อมูลคงต้องทบทวนถึงปัจจัยแบบชั่วคราวข้ามในมิติของสิ่งลึกลับที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้ำ ซึ่งเป็นเรื่องปกติสำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์และสายการบินบางแห่ง ที่แม้จะก่อสร้างหรือประกอบขึ้นด้วยเทคโนโลยีที่ดีที่สุด แต่ก็ยังยอมยกเว้นให้กับหมายเลข 13 เพื่อความสบายใจของทุกฝ่าย

“ หากคุณยังมีชีวิตอยู่ แน่แน่นอนว่า
คุณยังต้องเผชิญกับบางช่วงเวลา
ที่ยากลำบาก ”

ลูซี่ ฮอน
ผู้เชี่ยวชาญด้านความสุข
และพลังแห่งการฟื้นตัว

1 รู้จักพลังแห่งการฟื้นตัว 1

คำว่า “Resilience” อาจนิยามได้ยากในภาษาไทย บางคนแปลคำนี้ว่าเป็น “ความยืดหยุ่น” ที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง แต่ในบทนี้เราอยากจะทำโฟกัสไปที่บริบทของการมี “Resilience Mindset” จึงขอแปลคำนี้ว่าเป็น “พลังแห่งการฟื้นตัว” ซึ่งหมายถึง ความสามารถในการปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเมื่อต้องเผชิญกับวิกฤตหรือปัญหาใด ๆ ซึ่งผู้ที่มีพลังแห่งการฟื้นตัวสูงจะสามารถกลับมาเย็นหยัดและลุกขึ้นสู้ได้อีกครั้ง

ลูซี่ ฮอน ผู้เชี่ยวชาญที่ศึกษาเรื่องความสุขและพลังการฟื้นตัวที่มหาวิทยาลัยเพนซิลเวเนีย ยืนยันว่าพลังการฟื้นตัวเป็นทักษะที่เราทุกคนสามารถมีได้ แต่ก็เหมือนทักษะอื่น ๆ ที่ต้องการการฝึกฝน ทักษะของการฟื้นตัวก็จำเป็นต้องได้รับการฝึกเช่นกัน ซึ่งไม่ใช่ง่ายนักที่จะฝึกตัวเองให้เป็นคนมีพลังการฟื้นตัวสูง เมื่อต้องเผชิญกับวิกฤตในชีวิตจริง เพราะขนาดผู้เชี่ยวชาญอย่างตัวเธอเองเมื่อต้องเจอกับเรื่องไม่คาดฝันและถึงคราวที่ต้องมาเยียวยาจิตใจตัวเองบ้างจริง ๆ กลับทำได้ไม่ใช่ง่ายนัก

167

จากชีวิตที่เต็มไปด้วยความน่าภาคภูมิใจของฮอน ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งในการนำความรู้และงานศึกษาวิจัยในหัวข้อที่เรียนมาฝึกอบรมกับทหารอเมริกันกว่า 1 ล้านคนที่กลับมาจากอัฟกานิสถาน ให้กลับมามีสุขภาพจิตที่แข็งแรงไม่แพ้ร่างกายที่ถูกฝึกมาเป็นอย่างดี ต้องมาเปลี่ยนไปเมื่อเธอตัดสินใจเดินทางกลับมาเรียนปริญญาเอกที่บ้านเกิดในเมืองไครสต์เชิร์ช ประเทศนิวซีแลนด์ ที่นั่นเองที่เธอได้สูญเสียลูกสาวไปในเหตุการณ์อุบัติเหตุแบบกะทันหัน และเธอสารภาพว่าสิ่งที่ได้ร่ำเรียนมาทั้งชีวิตนั้นไม่อาจช่วยให้ความโศกเศร้าของเธอลดน้อยลงได้เลย

จากผู้เชี่ยวชาญด้านความสุขและความยืดหยุ่นทางจิตใจ เธอกลับกลายเป็นเพียงมนุษย์แม่ที่จมดิ่งอยู่กับความทุกข์และหาทางออกไม่เจอ เธอและครอบครัวได้รับความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญในการช่วยเยียวยาจิตใจและได้รับข้อมูลเป็นแผนพับที่ให้ความรู้เรื่องความโศกเศร้า (Grief) ที่บอกว่า ใครก็ตามที่เผชิญความเศร้าอยู่ต้องผ่านกระบวนการทางจิตวิทยาใน 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1. ปฏิเสธ (Denial) 2. โกรธ (Anger)

3. ต่อบรอง (Bargaining) 4. เสียใจ (Depression) และ 5. ยอมรับความจริง (Acceptance) โดยในแผนพับยังบอกอีกว่า อาการโศกเศร้าที่เกิดขึ้นนี้จะดีขึ้นมากในอีก 5 ปีข้างหน้า ข้อความเหล่านี้อาจเป็นความจริงในทางจิตวิทยา แต่เธอก็พบว่ามันไม่ได้ช่วยเยียวยาจิตใจเธอเลย หน้าที่ขาดความรู้และข้อความเช่นนี้ยังทำให้เธอรู้สึกเหมือนเป็นเหยื่อที่ต้องเผชิญขั้นตอนความเศร้าเพียงลำพังและไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สิ่งที่ต้องการมากที่สุดเวลานั้นไม่ใช่การโดนตอกย้ำว่าความเจ็บปวดเป็นอย่างไร หรือเธอต้องอยู่กับมันต่อไปอีกนานเท่าไร แต่เป็นวิธีในการอยู่บนเส้นทางแห่งความเศร้านี้อย่างมีความหวังได้อย่างไรมากกว่า

โชคดีที่สอนศึกษาด้านนี้มา เธอจึงหาแนวทางอื่น ๆ ที่จะช่วยให้ตัวเองพบความสันติในการเผชิญกับความเศร้านี้ไปได้ โดยเธอได้เผย 3 วิธีคิดที่สามารถช่วยเยียวยาใจของเธอให้คลายความเศร้าลงได้ นั่นคือ

168

ยอมรับให้ได้ว่าความทุกข์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

และเมื่อความทุกข์มาเยี่ยมเยือน เราก็แค่ต้องเข้าใจว่าสิ่งแย่ ๆ เกิดขึ้นได้กับทุกคน โดยไม่มีข้อยกเว้น แทนที่จะเฝ้าถามหาความยุติธรรมว่า “ทำไมถึงเป็นฉันที่เจอกับความทุกข์” คนที่มีพลังการฟื้นตัวจะเข้าใจว่า “ทำไมจะเป็นฉันไม่ได้ล่ะ” เมื่อความทุกข์เกิดขึ้นได้กับทุกคน และสิ่งนี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งของการมีชีวิตอยู่ ตัวเล็อกจึงมี 2 ทาง คือจะเลือกจมอยู่กับมัน หรือหาทางออกมาจากความทุกข์ก็เท่านั้น

พยายามโฟกัสสิ่งดี ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิต

เป็นสิ่งที่ฟังดูง่ายแต่ทำยาก เพราะสัญชาตญาณมนุษย์นับตั้งแต่ยุคถ้ำ เราจำเป็นต้องพุ่งความสนใจไปกับสิ่งที่ดูคุกคามหรืออาจเป็นอันตรายเพื่อหลบหนีและหาทางรักษาชีวิตให้อยู่รอด มนุษย์จึงมักมองเห็นสิ่งแย่ ๆ ได้ชัดเจนกว่าสิ่งดีงามเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่อาจอยู่รอบตัวเสมอ แต่ผู้ที่มีพลังการฟื้นตัวจะสามารถตระหนักได้ว่าชีวิตยังมีความหวัง แม้ในยามที่ตัวเองเจอเรื่องท้อแท้แค่ไหนก็ตาม ในทางจิตวิทยาเรียกความสามารถนี้ว่า “benefit-finding” มันคล้ายกับความรู้สึกขอบคุณชีวิตที่ยังสามารถมองเห็นความหวังที่รออยู่ข้างหน้าได้

ถามตัวเองว่า “สิ่งที่ทำอยู่ตอนนี้ช่วยทำให้อะไรดีขึ้นหรือยังทำให้ทุกอย่างแย่ลง? เพราะหลายครั้งเป็นเพราะตัวเราเองนั่นแหละที่เป็นคนทำร้ายตัวเองโดยไม่ตั้งใจ ทั้งในด้านความคิดและการกระทำ คนนอกห้กอาจจะลองถามตัวเองว่าการนั่งดูรูป แพนเก่าพร้อม ๆ กับฟังเพลงเศร้า จะช่วยให้ตัวเองรู้สึกดีขึ้นจริง ๆ หรือไม่ หรือคนที่ กำลังเครียดเรื่องการทำวิทยานิพนธ์อาจถามตัวเองว่าการเล่นโซเซียมมีเดียอยู่ตอนนี้ จะช่วยให้งานเสร็จเร็วขึ้นหรือเปล่า ฯลฯ คำถามลักษณะนี้จะช่วยดึงสติและช่วยให้เรา ตัดสินใจอะไร ๆ ได้ดีขึ้นในยามที่รู้สึกลุ่มใจ โดยดูที่ยังเผยอีกว่าเทคนิคข้อนี้ได้รับ ฟีดแบ็กที่ดีที่สุด

Did you know?

90 วินาที คือช่วงเวลาเพียงไม่นานที่อารมณ์ที่ถูกกระตุ้นของเราดำเนินอยู่ ไม่ว่าจะเป็นความเครียดหรือความวิตกกังวลใจถึงเรื่องอะไรก็ตาม หากเรา พยายามก้าวผ่าน 90 วินาทีแห่งอารมณ์นั้น ๆ ได้ เราก็จะสามารถประคองสติ ให้เดินหน้าต่อไปได้อย่างเคย โดย ดร. ซาซ่า ไฮเนส นักจิตวิทยาเชิงบวกได้ แนะนำวิธีการก้าวข้าม หรือที่เธอเรียกว่า SURF ผ่านอารมณ์เชิงลบที่ถูก กระตุ้นไว้ดังนี้

- S-SURRENDER** ยอมรับความรู้สึก/ความคิดนั้นแต่โดยดี
- U-UNFOLD** พุ่งความสนใจไปที่ความรู้สึกทางกายเพื่อหยุดความคิดนั้น
- R-RECEDE** ฝ้ามองคลื่นความคิดที่ผ่านเข้ามาและกำลังจะจากไป
- F-FIND THE NAME** นิยามความคิดที่ผ่านเข้ามาว่าทำให้เรารู้สึกอย่างไร

กระบวนการนี้จะช่วยให้เรารู้เท่าทันความคิดว่า ความคิดเป็นเพียงสิ่งที่ผ่าน เข้ามาและไม่นานมันก็จะจากไปเอง ดังนั้นการยึดติดกับความคิดหรืออารมณ์ เชิงลบไว้กับตัวนาน ๆ จึงเป็นเรื่องที่ไม่จำเป็น

S
U
R
F

I ชีวิตจะดีหรือร้ายอยู่ที่การเล่าเรื่อง I

อริสโตเติล เชื่อว่ามนุษย์เป็นสัตว์เล่าเรื่อง ซึ่งเป็นสิ่งที่แบ่งแยกความแตกต่างระหว่างมนุษย์และสัตว์ออกจากกัน เพราะมนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตเดียวที่มีความสามารถในการเล่าเรื่องและเข้าใจเรื่องเล่า การเข้าใจชีวิตสำหรับมนุษย์จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับความรู้และประสบการณ์เพียงเท่านั้น แต่มันยังรวมถึงความสามารถในการเล่าเรื่องและเข้าใจเรื่องเล่าของชีวิตอีกด้วย

คิมจูฮวัน อาจารย์คณะสื่อสารมวลชนและการสื่อสารประจำมหาวิทยาลัยยอนเซ ผู้ศึกษาวิจัยในหัวข้อการสื่อสารและทักษะการฟังตัว เชื่อว่ามนุษย์คือสัตว์ที่มีชีวิตอยู่ในเรื่องเล่า โดยเรื่องเล่าสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ 1. เรื่องเล่าเกี่ยวกับบางสิ่งคือการอธิบายต่อสิ่งภายนอกตัวเรา อย่างเช่น เหตุการณ์ คนอื่น หรือความจริงใด ๆ ก็ตาม 2. เรื่องเล่าเกี่ยวกับชีวิต คือ เรื่องเล่าเกี่ยวกับประสบการณ์ในชีวิตของเราเอง นั่นหมายความว่า คนเราล้วนใช้ชีวิตอยู่ในเรื่องเล่าของตัวเอง ซึ่งแน่นอนว่ามีตัวเราเป็นผู้เล่าและรับบทตัวเอกในเรื่อง

170

หากอธิบายให้เห็นภาพชัดขึ้นอีกหน่อย ลองจินตนาการดูว่าเรื่องราวใน 1 วันนี้ของคุณเป็นอย่างไรบ้าง เช่น วันนี้ตื่นสายเกือบไปไม่ทันประชุม กินกะหล่ำปลีแดงเป็นอาหารกลางวัน ตกเย็นรีบปิดโปรเจกต์เพื่อไปให้ทันนัดเจอเพื่อนที่ห้างใกล้ ๆ กลับถึงบ้านรีบเปิดดูซีรีส์เรื่องโปรดที่วันนี้ฉายตอนจบ ง่วงและเข้านอนในที่สุด การเล่าเรื่องแบบนี้คือการให้ความหมายต่อประสบการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นระหว่างวัน ซึ่งผ่านการตัดทอนรายละเอียดต่าง ๆ ไปมากมาย เช่น กว่าจะเดินทางไปถึงที่ทำงานเจอรถติดกั๊นที่ระหว่างประชุมแอบเปิดมือถือดูก็ครั้ง เพื่อนใส่ชุดสีอะไรมาวันนี้ ฯลฯ การรวบรัดเล่าประสบการณ์ให้เหลือแต่เรื่องสำคัญจะถูกบรรจุไว้ในความทรงจำ หรือกล่าวได้ว่าประสบการณ์และความจำของเราจะมีความหมายอยู่ในรูปแบบเรื่องเล่าที่เราสร้างขึ้นผ่านการคัดเลือกเรื่องที่สำคัญมาให้ความหมาย ประสบการณ์ของแต่ละคนจึงกลายเป็นเรื่องเล่าเฉพาะที่ทุกคนสร้างขึ้นและถูกบันทึกไว้ในความทรงจำส่วนตัว

อย่างไรก็ตาม การเล่าเรื่องสามารถเกิดขึ้นได้ก่อนที่เหตุการณ์ใด ๆ จะเกิด เหมือนการเตรียมเขียนบทก่อนที่จะลงมือสร้างภาพยนตร์ เราสามารถวางแผนไว้ล่วงหน้าแล้วค่อยทำตามเรื่องเล่าที่ต้องการอยากให้เป็น แบบนี้ก็ถือเป็นการเล่าเรื่องได้เช่นกัน อีกทั้งวิธีการนี้ยังเป็นการฝึกฝนการเล่าเรื่องที่ใส่ใจและสร้างพลังการฟื้นตัวให้แข็งแกร่งขึ้นได้ด้วย

“ส่วนตัว ถาวร และทั่วไป” คือมิติ 3 ด้านที่มักอยู่ในเรื่องเล่าและเป็นพื้นฐานของการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ดี ในประเด็นแรกคือ ‘ความเป็นส่วนตัว’ เป็นการพิจารณาว่า สิ่งที่เกิดขึ้นนั้นเกิดขึ้นเฉพาะกับเราหรือสามารถเกิดกับใครก็ได้ ประเด็นที่สองคือ ‘ความถาวร’ คือการพิจารณาว่า เหตุการณ์นั้นเกิดขึ้นเสมอหรือเกิดเป็นครั้งคราว และประเด็นสุดท้ายคือ ‘ความทั่วไป’ เป็นการวิเคราะห์ปัญหาอย่างรอบด้านว่า ทุกสิ่งทุกอย่างเป็นแบบนี้อยู่แล้วหรือเป็นเฉพาะแค่เหตุการณ์นั้น คิมจูฮวัน เชื่อว่าคนที่มีความสามารถฟื้นตัวต่ำส่วนมากมีแนวโน้มตีความกับปัญหาที่เผชิญว่าเป็นเรื่องที่ส่วนตัว ถาวร และทั่วไป หรืออาจพูดอีกอย่างได้ว่าพวกเขามักโทษตัวเองก่อนเสมอ

171

ตัวอย่างเช่น เมื่อคนที่มีความสามารถฟื้นตัวต่ำล้มเหลวในการทำธุรกิจก็อาจจะตีความไปในโลกนี้มีคนที่ทำธุรกิจประสบความสำเร็จตั้งมากมาย แต่ทำไม ‘ฉัน’ ถึงล้มเหลว ‘ต่อไป’ ก็ต้องทำใจว่าคงไม่สำเร็จได้ง่าย ๆ เพราะที่ผ่านมาชีวิต ‘ทุกด้าน’ ก็แทบจะไม่มีอะไรราบรื่นอยู่แล้ว แต่คนที่มีความสามารถฟื้นตัวสูงจะตอบสนองแบบตรงกันข้าม แม้พวกเขาจะเสียใจกับความล้มเหลวที่เกิดขึ้นไม่ต่างกับคนที่มีความสามารถฟื้นตัวต่ำ แต่พวกเขาจะไม่พยายามตีความไปในทางที่ซ้ำเติมตัวเองให้เจ็บปวดจนเกินไป พวกเขาจะคิดว่าความล้มเหลวที่เกิดขึ้นสามารถเกิดกับใครก็ได้ ความล้มเหลวนั้นอาจเกิดจากตัวเองก็จริง แต่มันก็มีปัจจัยอื่นอีกที่เกินกำลังจะควบคุม ความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจึงอาจเกิดขึ้นแค่เพียงครั้งนั้นเท่านั้น และแม้จะล้มเหลวในเรื่องธุรกิจ แต่ชีวิตก็มีด้านอื่นที่ยังดำเนินไปได้ด้วยดี ดังนั้นชีวิตฉันก็ไม่ได้ล้มเหลวไปเสียทุกอย่าง

จะเห็นได้ว่า การตีความและการเล่าเรื่องให้ตัวเองฟังระหว่างผู้ที่มีความสามารถฟื้นตัวต่ำและผู้ที่มีความสามารถฟื้นตัวสูงต่างกันราวฟ้ากับเหว แม้ว่าจะเผชิญเหตุการณ์ไม่สมหวังแบบเดียวกันก็ตาม ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การฝึกฝนให้ตัวเองรับรู้เรื่องราวต่าง ๆ ใน

ทางบวกและไม่ยึดติดกับความเป็นส่วนตัว ถาวร และทั่วไป จะช่วยฝึกให้เราสร้างเรื่องเล่าที่ไม่ทำร้ายใจตัวเอง และทำให้มีพลังการฟื้นตัวที่สูงขึ้นได้

แต่แน่นอนว่าเหตุการณ์ร้ายที่เคยเผชิญและเรื่องเล่าเก่า ๆ ที่คอยตอกย้ำความซ้ำในใจ ก็ไม่สามารถสลัดออกได้อย่างง่ายดาย บางครั้งการพยายามคิดในทางบวกก็ไม่สามารถเข้ามาแทนที่เรื่องเล่าเก่าที่เคยสร้างความเจ็บปวดได้อย่างใจนึก ก่อนที่จะฝึกการเล่าเรื่องที่ดีต่อใจ เราจึงควรแบ่งเวลามาสร้างสันติกับบทเรียนชีวิตเก่า ๆ ให้ได้เสียก่อน

| พอลจะมีเวลาสัก 15 นาทีใหม่ |

172

การเผชิญหน้ากับความเจ็บปวด และดำเนินถึงกลุ่มผู้ร้ายละเอียดของความเจ็บปวดที่อยากหลีกเลี่ยงนี้มาทั้งชีวิตอาจฟังดูไม่น่าลองนัก แต่เจมี เพนเนเบเกอร์ นักจิตวิทยาสังคมและศาสตราจารย์ด้านจิตวิทยาแห่งมหาวิทยาลัยเท็กซัส ออสติน ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ของเหตุสะเทือนใจและการเปิดอกบอกเล่าความลับนั้น อาจทำให้เราได้ตระหนักว่าการลองเผชิญหน้ากับเรื่องร้ายทำลายใจเพียง 15 นาทีสั้น ๆ อาจเปลี่ยนชีวิตเราหลังจากนี้ไปตลอดกาล

การทดลองของเพนเนเบเกอร์ที่ว่าก็คือ การทดลองให้กลุ่มตัวอย่างเขียนถึงประสบการณ์ที่ทำให้รู้สึกแย่หรือกระทบกระเทือนจิตใจที่สุดในชีวิต โดยเฉพาะเรื่องที่ไม่เคยเขาไปพูดกับใครเป็นเวลา 15 นาทีติดต่อกัน 4 วัน และอีกกลุ่มตัวอย่างให้เขียนเรื่องอื่น ๆ เช่น เรื่องการทำงานหรือชีวิตประจำวันภายในระยะเวลาเท่ากัน จากนั้นเพนเนเบเกอร์ได้รับอนุญาตให้ติดตามประวัติทางการแพทย์ในอนาคตของทั้งสองกลุ่มตัวอย่างผู้เข้าร่วมผลปรากฏว่า กลุ่มผู้ที่เขียนเล่าเรื่องราวสะเทือนใจนั้นเจ็บป่วยหรือไปพบแพทย์น้อยกว่าอีกกลุ่มในปีถัดมา นั่นหมายความว่า การได้อยู่เงียบ ๆ ระบายความรู้สึกอัดอั้นของตัวเองเพียงแค่ 1 ชั่วโมงต่อปีจะช่วยให้เราไม่เจ็บป่วยได้ในอนาคต

ความลับของความสำเร็จในการทดลองนี้ไม่ได้โดยตรงที่ว่า เพราะเราได้ระบายความโกรธหรือความอัดอั้นให้ออกมาผ่านการเขียน แต่เพนเนเบเกอร์ค้นพบว่า การเขียนระบายสิ่งที่ติดค้างอยู่ในใจเพื่อพยายามทำความเข้าใจตัวเองและสิ่งที่เกิดขึ้นต่างหากที่สร้างประโยชน์ให้กับเรา เพราะมันช่วยให้เราก้าวไปสู่บทต่อไปของชีวิตได้ นั่นอาจหมายความว่า หากคุณมีความทุกข์หรือมีเรื่องที่ยังทำให้คุณเสียใจ คุณคงไม่อาจหวังให้คนอื่นหรือฟังความบันเทิงจากภายนอก มาปลงปล้ำรอยร้าวในใจของคุณให้หายขาดไปได้ เพราะมีก็แต่ตัวคุณเท่านั้นที่จะสามารถทำความเข้าใจตัวเองและจบบทชีวิตที่ร้าย ๆ ที่ค้างอยู่ซึ่งอาจตั้งรังไม่ให้คุณไปไหน ก่อนที่คุณจะได้เริ่มต้นเขียนบทชีวิตใหม่ที่ดีขึ้นและยิ่งใหญ่กว่าเดิม

I เพราะรู้สึกจึงเปราะบาง เพราะเปราะบางจึงเข้าใจ I

173

“เราไม่สามารถรักคนอื่นได้ ถ้าเราไม่มีเมตตาต่อตัวเองก่อน” นี่คือคำกล่าวของเบรเน่ บราวน์ นักวิจัยที่พูดเรื่องพลังของความเปราะบางทางใจ (The Power of Vulnerability) หนึ่งในหัวข้อ TED Talk ที่มีผู้ชมมากที่สุดในโลก หลายคนเข้าใจว่าความเปราะบางทางใจเป็นต้นตอของความละเอียดใจ ความกลัว และความรู้สึกที่ว่าตัวเองไม่มีคุณค่า แต่การศึกษาเรื่องนี้มาอย่างยาวนานของบราวน์กลับพบว่า การยอมรับในความรู้สึกเปราะบางของตัวเองสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของความสุข ความสร้างสรรค์ ความกล้าที่จะสร้างความสัมพันธ์ และความสามารถที่จะรักผู้อื่นอย่างจริงจังด้วยเช่นกัน (Vulnerability ในที่นี้ไม่สามารถแปลตรงตัวได้ว่าเป็นความอ่อนแอ แต่สำหรับบราวน์ เธอพยายามอธิบายคำนี้ว่า เป็นการเสี่ยงทำตามความปรารถนาของใจหรือทำสิ่งที่ถูกต้องแม้จะมีโอกาสผิดหวังก็ตาม)

มีเส้นแบ่งบาง ๆ ที่แยกคนที่ใช้ชีวิตอยู่ด้วยความรู้สึกมีค่าออกจากคนที่คิดว่าตัวเองไม่มีค่า นั่นคือความกล้าที่จะยอมรับข้อบกพร่องของตัวเอง คนที่สามารถยอมรับได้ว่าตัวเองไม่สมบูรณ์แบบจะไม่ลดคุณค่าของตัวเองลงและเข้าใจได้ว่าคนอื่นก็ไม่สมบูรณ์แบบเช่นกัน และภายใต้ความไม่สมบูรณ์แบบของมนุษย์นี้ เราทุกคนล้วน

มีค่ามากพอที่จะมอบความรักและถูกรัก การยอมรับในความเปราะบางของตัวเองนี้ จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้เราเริ่มมีความเมตตาต่อตัวเองและเห็นใจคนอื่นได้มากยิ่งขึ้น หรือหมายถึง การมีความสามารถที่จะเห็นอกเห็นใจผู้อื่น (Empathy) ซึ่งจะเป็นตั้งอาวุธที่ช่วยหยุด ทุกความขัดแย้ง

| รับผิดชอบสังคม ด้วยการมีความสุข |

“ถ้าคุณยิ้ม โลกก็จะยิ้มให้คุณ”

174

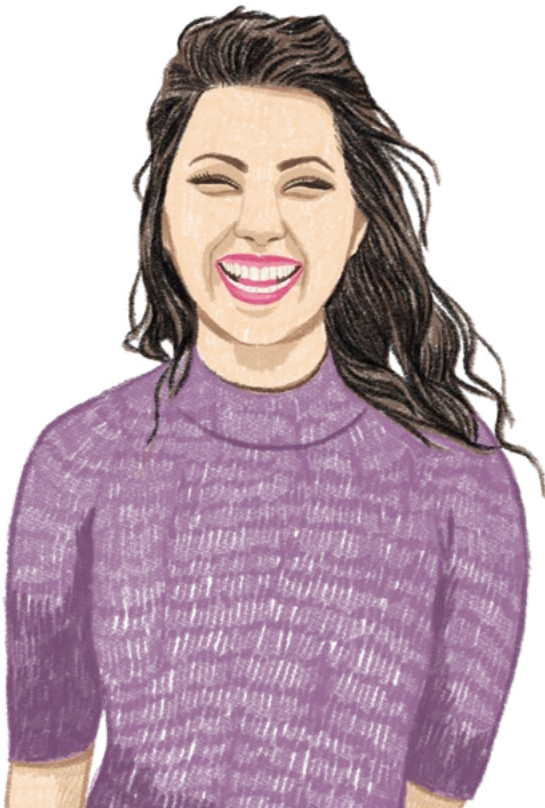
คำกล่าวนี้ไม่เกินจริงเลย หากเราลองปลดตัวเองจากการรับบทนำในเรื่องเล่าส่วนตัว แล้วคิดภาพว่าตัวเราเองก็เป็นฉากหลังของคนอื่นเช่นกัน ดังนั้นชีวิตเราสามารถส่งผลต่อ ผู้คนรอบข้างไม่มากก็น้อย เซเวินซ็อล ผู้อำนวยการศูนย์วิจัยความสุข มหาวิทยาลัย แห่งชาติโซล และผู้เขียนหนังสือ *The Frame* ชะนะตั้งแต่ความคิด ได้เน้นย้ำถึงแนวคิด ที่ว่า “ตัวเราต่างเป็นสถานการณ์ให้แกกัน” หรือพูดอีกอย่างได้ว่า ไม่ใช่เธอที่เปลี่ยนฉัน แต่ฉันก็เปลี่ยนเธอได้เช่นกัน ในหนังสือเล่มดังกล่าว เขาได้ยกงานวิจัยที่โด่งดังชื่อว่า “Framingham Heart Study” ที่ศึกษาข้อมูลด้านสุขภาพ เครือข่ายทางสังคม และ ความสุขของผู้เข้าร่วมการทดลองกว่า 4 พันคนเป็นระยะเวลา 20 ปี ซึ่งพบว่า ความสุข ของคนเราสามารถส่งต่อให้กันได้จริงๆ โดยหากเรามีความสุข อัตราความสุขของเพื่อน จะเพิ่มขึ้นประมาณ 15% และยิ่งไปกว่านั้น ความสุขของเรายังส่งต่อไปถึง “เพื่อนของ เพื่อนของเพื่อน” ได้อีกด้วย ดังนั้นจะเห็นว่า แค่ตัวเรามีความสุขก็ทำให้คนที่ไม่รู้จักรักกัน มาก่อนมีความสุขได้อย่างน่ามหัศจรรย์

เซเวินซ็อลให้ความเห็นในเรื่องนี้ไว้ว่า หากไม่คิดว่าความสุขเป็นเรื่องส่วนตัวเพียง อย่างเดียว แต่ตระหนักว่าตัวเราเองก็เป็นสถานการณ์ที่มีอิทธิพลต่อชีวิตคนอื่นด้วย เช่น บางวันเราอาจเป็นพายุที่สร้างความลำบากให้ผู้อื่น บางวันเราอาจเป็นสายรุ้งที่ทำให้ เพื่อนยิ้มได้ ฯลฯ การรับรู้แบบนี้จะช่วยให้เราอยากที่จะพัฒนาตัวเองให้ดีขึ้นกว่าเดิม

แน่นอนว่าเราทุกคนล้วนปรารถนาความสุขในท้ายที่สุด บางคนโชคดีที่ค้นพบความสุขได้ง่าย แต่สำหรับบางคนที่พบความสุขได้ยากสักหน่อย การปรับมุมมองความคิดและสร้างพลังใจให้เข้มแข็งเพื่อให้สามารถก้าวผ่านอุปสรรคและค้นพบความหวังได้อีกครั้ง ก็ถือเป็นการบ้านส่วนตัวที่มีตัวเองเป็นผู้รับผิดชอบและเป็นผู้รับผลประโยชน์ ซึ่งผลดีนั้นสามารถขยายไปถึงคนรอบข้างและสังคมได้อีกด้วย และอย่าลืมว่า การจะสร้างสรรค์สิ่งใดก็ตามให้เป็นจริง คงเป็นเรื่องยากหากจิตใจไม่ได้อยู่ในภาวะที่พร้อม การดูแลใจให้แข็งแรงเสียก่อน จึงเป็นจุดเริ่มต้นของพลังความสร้างสรรค์เช่นกัน

“ชีวิตไม่ใช้การค้นหาตัวตน
แต่เป็นการสร้างสรรค์
ตัวเอง ”

175



เบอร์นาร์ดี ซอว์
นักเขียนบทละครชาวไอริช

อ้างอิง

บทที่ 1: Past Forward เดินหน้าหาอดีต

Artichoke, "A festival of arts and ideas, inspired by the Great Fire of London", artichoke.uk.com/project/londons-burning

Dan Meyer, "Lin-Manuel Miranda Announces Virtual School Program, #EduHam at Home", Playbill, 21 เม.ย. 2020, playbill.com/article/lin-manuel-miranda-announces-virtual-school-program-eduham-at-home

Deborah Vankin, "A 'Hamilton' timeline: How a single song grew into a global musical juggernaut", Los Angeles Times, 10 ส.ค. 2017, latimes.com/entertainment/arts/theater/la-ca-cm-hamilton-history-timeline-20170813-htmlstory.html

James Gordon, "#CancelHamilton sweeps the internet with calls for the musical to be AXED after its debut on Disney+ over criticism of the Founding Father for his role in slave trade", Daily Mail, 6 ก.ค. 2020, dailymail.co.uk/news/article-8492387/Backlash-Hamilton-musical-revisionist-history-days-debuted-Disney-amid-BLM-protests.html

Jennifer Van Evra, "Hamilton: 15 fascinating facts about the biggest musical of all time", CBC, 30 ต.ค. 2019, cbc.ca/radio/q/blog/hamilton-15-fascinating-facts-about-the-biggest-musical-of-all-time-1.5341556

176 Jordan Gass-poore และ Ann Schmidt, "Bringing the 18th Century into the 21st Century: Family-run Colonial goods business finds YouTube fame with its historic cookery tutorials of treats -including eel and corn succotash", Daily Mail, 12 ก.ย. 2017, <https://www.dailymail.co.uk/news/article-4876288>

Leah Libresco, "'Hamilton' Would Last 4 To 6 Hours If It Were Sung At The Pace Of Other Broadway Shows", FiveThirtyEight, 5 ต.ค. 2015, fivethirtyeight.com/features/hamilton-is-the-very-model-of-a-modern-fast-paced-musical

The Brainwaves Video Anthology, "Timothy Snyder - Why History Matters", [Video], Youtube, 29 เม.ย. 2017, youtube.com/watch?v=y-aUTKHeJZc

The Gilder Lehrman Institute of American History, "Hamilton Education Program Online", gilderlehrman.org/programs-and-events/hamilton-education-program-online

The Gilder Lehrman Institute of American History, "EduHam At Home: A Digital Version of the Hamilton Education Program Now Available to Students and Their Families Nationwide", 21 เม.ย. 2020, gilderlehrman.org/about/eduham-home-digital-version-hamilton-education-program-now-available-students-and-their

The Obama White House, "Lin-Manuel Miranda Performs at the White House Poetry Jam: (8 of 8)", [Video], Youtube, 3 พ.ย. 2009, youtube.com/watch?v=WNFf7nMIGnE

Victoria Turk. "Hidden for centuries, Rembrandt's secrets are finally being revealed", Wired, 12 ส.ค. 2019, wired.co.uk/article/the-night-watch-painting-rembrandt

Wikipedia=Hamilton (musical)

นพพร คนไฉ, “นั่งโทมส์แมทชีนไปกับรายการทำอาหารย้อนยุค”, Creative Thailand, 4 พ.ย. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32699&lang=th

นันทกานต์ ทอวงานิช, “Why History Matters เพราะประวัติศาสตร์เปลี่ยนแปลงได้”, Creative Thailand, 5 พ.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32702&lang=th

มนตรีณี ยงวิบูล, “History is the Present”, Creative Thailand, 16 พ.ย. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32716&lang=th

บทที่ 2: Kids These days เด็กสมัยนี้

Dominic-Madori Davis, “Top Gen Z strategists reveal what every company gets wrong when trying to appeal to the TikTok generation”, Business Insider, 2 เม.ย. 2021, businessinsider.com/inside-rise-of-gen-z-led-consulting-agencies-marketing-2020-6

Ellen Burney, “4 Gen Z Political Influencers Taking On The Status Quo – And Winning”, Vogue, 25 ส.ค. 2019, <https://www.vogue.co.uk/news/article/gen-z-political-influencers>

Emma Chiu, “Generation Z is on a mission to build a better normal for all”, WARC, 10 ม.ค. 2021, warc.com/newsandopinion/opinion/generation-z-is-on-a-mission-to-build-a-better-normal-for-all/4013

Jennifer Openshaw, “The Faces of GenZ: Who They Are, How They Think, and Why?”, LinkedIn, 29 ก.ค. 2020, [linkedin.com/pulse/faces-genz-who-how-think-why-jennifer-openshaw/](https://www.linkedin.com/pulse/faces-genz-who-how-think-why-jennifer-openshaw/)

John Anderer, “Millennials and Gen Z will take a pay cut if it means working at these companies”, theladders, 2 เม.ย. 2021, [theladders.com/career-advice/millennials-and-gen-z-will-take-a-pay-cut-if-it-means-working-at-these-companies](https://www.theladders.com/career-advice/millennials-and-gen-z-will-take-a-pay-cut-if-it-means-working-at-these-companies)

Kim Parker & Ruth Igielnik, “On the Cusp of Adulthood and Facing an Uncertain Future: What We Know About Gen Z So Far”, pewresearch, 14 พ.ค. 2020, [pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2](https://www.pewresearch.org/social-trends/2020/05/14/on-the-cusp-of-adulthood-and-facing-an-uncertain-future-what-we-know-about-gen-z-so-far-2)

Meira Gebel, “Meet Gen Z’s fierce female founders aiming to radically reshape the tech world”, digitaltrends, 31 มี.ค. 2021, [digitaltrends.com/features/gen-z-women-in-tech-startup-founders](https://www.digitaltrends.com/features/gen-z-women-in-tech-startup-founders)

Robert Williams, “Gen Z wants brands to be ‘fun,’ ‘authentic’ and ‘good,’ study says”, marketingdive, 8 ก.ค. 2020, [marketingdive.com/news/gen-z-wants-brands-to-be-fun-authentic-and-good-study-says/581191](https://www.marketingdive.com/news/gen-z-wants-brands-to-be-fun-authentic-and-good-study-says/581191)

Sustainable Life, “เกรตา ทუნแบร์ก ตัวแทนพลังคนรุ่นใหม่ ปลุกกระแสวิกฤตสิ่งแวดล้อมโลก”, sustainablelife.co/news/detail/3

Ypulse, “Here Are The Eco-Friendly Products Gen Z & Millennials Are Most Likely to Buy”, 3 มี.ค. 2021, [ypulse.com/article/2021/03/03/here-are-the-eco-friendly-products-gen-z-millennials-are-most-likely-to-buy/](https://www.ypulse.com/article/2021/03/03/here-are-the-eco-friendly-products-gen-z-millennials-are-most-likely-to-buy/)

ณัฐฐินิช ตันธมานะศิริ, “รักโลก รอบรู้ เป็นตัวเอง : รู้จัก Gen Z ผ่านเทรนด์สินค้าความงาม”, Creative Thailand, 14 ม.ค. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32829&lang=th

ณัฐชา เกียรติสกุลเดชา, “Understanding New Gen”, Creative Thailand, 30 ธ.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32773&lang=th

ณัฐชา ตะวันนาโชติ, “Why Are They Angry? เบื้องหลังความเพียซของ Gen Z”, Creative Thailand, 28 ธ.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32780&lang=th

มนทิณี ยงวิกุล, “เด็กสมัยนี้...”, Creative Thailand, 15 ธ.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32779&lang=th

วนบุษย์ ยุพเกษตร, “ครูคนใหม่ของศิษย์เจนซี”, Creative Thailand, 9 ธ.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32765&lang=th

ศศิธร อุบลรัมย์, “แฟชั่นไร้เพศ ธุรกิจเนื้อหอมในหมู่นักลงทุน VC”, Creative Thailand, 8 ม.ค. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32826&lang=th

บทที่ 3: Life is a Joke ศักยภาพของภาษาและความแสบ(สัน)สรรค์

Aidan Cole, “More Than A Trend: Meme Marketing Is Here To Stay”, Forbes, 19 ก.ค. 2018, forbes.com/sites/forbesagencycouncil/2018/07/19/more-than-a-trend-meme-marketing-is-here-to-stay/?sh=55352ca52487

Anna Rewinska, “The History of Emoji in 5 Minutes”, Blue Drop Studio, 20 ก.ค. 2020, bluedropstudio.com/post/the-history-of-emoji-in-5-minutes

178 Casey Mendoza, “World Emoji Day is July 17, so we’re exploring how the language of emoji evolves.”, Newsy, 12 ก.ค. 2021, newsy.com/stories/world-emoji-day-and-the-evolution-of-the-online-language/

Dr Umair Akram, “Depression memes may be a coping mechanism for people with mental illness”, Sheffield Hallam University, 18 พ.ค. 2020, shu.ac.uk/research/in-action/projects/depressive-memes

Francesca Gino, “The Surprising Benefits of Sarcasm”, Scientific American, 17 พ.ย. 2015, scientificamerican.com/article/the-surprising-benefits-of-sarcasm

Jennifer L.W. Fink, “The Role of Memes in Teen Culture”, The New York Times, 6 ก.พ. 2020, nytimes.com/2020/02/06/well/family/memes-teens-coronavirus-wwiii-parents.html

Jessica Xu, “Gen Z’s Coping Mechanism is Humor”, 34th Street Magazine, 30 พ.ย. 2020, 34st.com/article/2020/12/generation-z-tik-tok-humor-mental-health-politics-society-teenager

Mck Review, “The GenZ Approach to Mental Health”, The McKendree Review, 27 มี.ค. 2020, mckreview.com/2020/03/27/the-gen-z-approach-to-mental-health

Michelle Cyca, “10 Brands that Excel at the Art of the Comeback on Social Media”, Hootsuite, 29 ม.ค. 2019, blog.hootsuite.com/risky-brand-comebacks-social-media

Richard Chin, “The Science of Sarcasm? Yeah, Right”, Smithsonian Magazine, 14 พ.ย. 2011, smithsonianmag.com/science-nature/the-science-of-sarcasm-yeah-right-25038

กรรณิศ รัตนามหัทธนะ, “Irony, Sarcasm และ Satire”, Creative Thailand, 9 ต.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32655#Irony-Sarcasm-Satire

ณัฐวิษั ตัณมานะศิริ, “นวล : เพจ “หมา” ที่เล่าเรื่อง “คน” อย่างมีอารยะและออกกรส”, Creative Thailand, 1 ต.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32642&lang=

ณัฐวิษั ตัณมานะศิริ, “Know Your Meme มีมนี้ท่านได้แต่ใดมา”, Creative Thailand, 16 ก.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=33120&lang=th

มนต์นภา ลัภนพรวงศ์, “Irony Man หุ่นยนต์จิ๋วที่มาพร้อมความยืดหยุ่นกวนประสาท”, Creative Thailand, 1 ต.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32632&lang=

วรรณเพ็ญ บุญเพ็ญ, “Digital Surveillance ชีวิตที่ถูกสอดแนมของคุณเป็นอย่างไร”, Creative Thailand, 26 ต.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32679#Digital-Surveillance

บทที่ 4: Inspired by Nature เมื่อธรรมชาติคือทางรอด

กองบรรณาธิการ, “สร้างบ้านด้วยปลาสวะ”, Creative Thailand, 2 มี.ค. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32908&lang=th

ณัฐวิษั ตัณมานะศิริ, “Huue นวัตกรรมสีย้อมผ้าที่จะแก้ปัญหาให้โลก”, Creative Thailand, 2 มี.ค. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32904&lang=th

แทนไท ประเสริฐกุล, “Biomimicry คำตอบจากธรรมชาติ”, Creative Thailand, 2 มี.ค. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32900&lang=th

มนต์นี ยงวิกุล, “Be(e) Creative”, Creative Thailand, 2 มี.ค. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32910&lang=th

Christine Ro, “Can fashion ever be sustainable?”, BBC, 11 มี.ค. 2020, bbc.com/future/article/20200310-sustainable-fashion-how-to-buy-clothes-good-for-the-climate

Eleanor Sharples, “World’s insects could be wiped out ‘within a century’ as scientists warn they are dying out eight times faster than mammals”, Daily Mail, 11 ก.พ. 2019, dailymail.co.uk/sciencetech/article-6689581/Scientists-warn-insects-extinct-century.html

Jordan Crook, “Beeflow raises \$8.3 million to save the bees AND put them to work”, TechCrunch, 29 มิ.ย. 2021, techcrunch.com/2021/06/29/beeflow-raises-8-3-million-to-save-the-bees-and-put-them-to-work

Matt McGrath, “Global insect decline may see ‘plague of pests’”, BBC News, 11 ก.พ. 2019, bbc.com/news/science-environment-47198576

Rima Sabina Aouf, “Bio-bricks made from human urine could be environmentally friendly future of architecture”, Dezeen, 6 พ.ย. 2018, dezeen.com/2018/11/06/bio-bricks-human-urine-environmentally-friendly-university-cape-town

Shea Gunther, “8 Amazing Examples of Biomimicry”, Treehugger, 3 พ.ค. 2019, treehugger.com/amazing-examples-of-biomimicry-4869336

The World Bank, “How Much Do Our Wardrobes Cost to the Environment?”, 23 ก.ย. 2019, worldbank.org/en/news/feature/2019/09/23/costo-moda-medio-ambiente

บทที่ 5: A Whole New World โลกใหม่ในกำมือ

Akos Stiller, "Cryptocurrency goes green: Could 'proof of stake' offer a solution to energy concerns?", 25 พ.ค. 2021, NBC News, [nbcnews.com/tech/tech-news/cryptocurrency-goes-green-proof-stake-offer-solution-energy-concerns-rcna1030](https://www.nbcnews.com/tech/tech-news/cryptocurrency-goes-green-proof-stake-offer-solution-energy-concerns-rcna1030)

Hiroko Tabuchi, "NFTs are shaking up the art world. They may be warming the planet, too.", 13 เม.ย. 2021, The New York Times, [nytimes.com/2021/04/13/climate/nft-climate-change.html](https://www.nytimes.com/2021/04/13/climate/nft-climate-change.html)

John Koetsier, "The Stock Exchange Of Nature? A Startup Is Tokenizing The Planet To Save It", Forbes, 30 ม.ค. 2021, [forbes.com/sites/johnkoetsier/2021/01/30/the-stock-exchange-of-nature-a-startup-is-tokenizing-the-planet-to-save-it](https://www.forbes.com/sites/johnkoetsier/2021/01/30/the-stock-exchange-of-nature-a-startup-is-tokenizing-the-planet-to-save-it)

Mike Butcher, "Single.Earth to link carbon credits to crypto token market, raises \$7.9M from EQT Ventures", TechCrunch, 3 ส.ค. 2021, techcrunch.com/2021/07/06/single-earth-to-link-carbon-credits-to-crypto-token-market-raises-7-9m-from-eqt-ventures

Oliver Brett, "A short history of Bitcoin's wild price swings", FOREX.com, 11 ก.พ. 2021, [forex.com/en/market-analysis/latest-research/history-of-bitcoin](https://www.forex.com/en/market-analysis/latest-research/history-of-bitcoin)

Robert Frank, "NFT sales top \$2 billion in first quarter, with twice as many buyers as sellers", CNBC, 13 เม.ย. 2021, [cnbc.com/2021/04/13/nft-sales-top-2-billion-in-first-quarter-with-interest-from-newcomers.html](https://www.cnbc.com/2021/04/13/nft-sales-top-2-billion-in-first-quarter-with-interest-from-newcomers.html)

Taylor Telford, "Charlie's last bite: Viral video will leave YouTube after fetching \$760,999 in NFT auction", 24 พ.ค. 2021, The Washington Post, [washingtonpost.com/business/2021/05/24/charlie-bit-my-finger-nft/](https://www.washingtonpost.com/business/2021/05/24/charlie-bit-my-finger-nft/)

VOA Thai, "ค่าะราคาประมูลงานศิลปะดิจิทัลสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 69.4 ล้านดอลลาร์", 13 มี.ค. 2021, [voathai.com/a/digital-art-by-beeples-sells-for-69-million-dollars-amid-nft-boom/5812599.html](https://www.voathai.com/a/digital-art-by-beeples-sells-for-69-million-dollars-amid-nft-boom/5812599.html)

กองบรรณาธิการ, "ไทยต้องรอด...คุยเรื่องหาเงินวิธีใหม่ด้วยบล็อกเชนกับ "ท็อป Bitkub", Creative Thailand, 27 ก.ค. 2021, [creativethailand.org/view/article-read?article_id=33126&lang=th](https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=33126&lang=th)

กัญญ์ชลา นาวานุเคราะห์, "ศิลป์+วิทย์...สมการสร้างเทคโนโลยีที่เข้าใจมนุษย์", Creative Thailand, 25 มี.ย. 2018, https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=27948

ธีรพงศ์ เสรีสำราญ, "Kings of Leon เป็นวงดนตรีวงแรกของโลกที่ขายอัลบั้มในรูปแบบ Non-Fungible Token (NFT)", Beartai, 5 มี.ค. 2021, [beartai.com/lifestyle/557905](https://www.beartai.com/lifestyle/557905)

วนนุษย์ ยุพเกษต, ""นักขุด" ปะทะ "นักตีเหล็ก" กับศึกสิ่งแวดล้อมในโลกคริปโต", Creative Thailand, 6 ก.ค. 2021, [creativethailand.org/view/article-read?article_id=33107&lang=th](https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=33107&lang=th)

บทที่ 6: Start with Your Heart พลังใจคือจุดเริ่ม

Rebekah Grmela, "How to Set Goals During Uncertainty—According To a Positive Psychologist", Career Contessa, [careercontessa.com/advice/how-to-set-goals-during-uncertainty/](https://www.careercontessa.com/advice/how-to-set-goals-during-uncertainty/)

ชนนิภา คณาพรชัย, "รับมือกับยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง ด้วยแนวคิดแบบยืดหยุ่น", Creative Thailand, 22 ม.ค. 2021, [creativethailand.org/view/article-read?article_id=32834&lang=th](https://www.creativethailand.org/view/article-read?article_id=32834&lang=th)

มนฑินี ยงวิกุล, "Happy New Preparing Year", Creative Thailand, 6 ม.ค. 2021, [creativethailand.org/](https://www.creativethailand.org/)

view/article-read?article_id=32821&lang=th

วรรณเพ็ญ บุญเพ็ญ, “How to Live and Grieve: คู่มืออยู่กับความเศร้าให้ได้อย่างมือโปรฯ”, Creative Thailand, 9 ธ.ค. 2020, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32775&lang=

วรรณเพ็ญ บุญเพ็ญ, “เจ็บปวดก่อนถึงเติบโต : บทเรียนจากเมืองชิคาโก คินสิ่ง และต้นไม้”, Creative Thailand, 12 มี.ค. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32922&lang=th

วรรณเพ็ญ บุญเพ็ญ, “ใจดีกับตัวเอง แล้วโลกจะใจดีกับคุณ”, Creative Thailand, 17 มิ.ย. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=33070&lang=

วรรณเพ็ญ บุญเพ็ญ, “ดวงคุณจะดีขึ้น แค่อ่านบทความนี้!”, Creative Thailand, 15 ม.ค. 2021, creativethailand.org/view/article-read?article_id=32832&lang=

หนังสือ *Resilience (ยืนหยัดได้ไม่ว่าจะเกิดอะไรขึ้น)* โดย คิมฮูฮวัน (แปลโดย อาสยา อภิชนางกูร), สำนักพิมพ์อมรินทร์, 2019

หนังสือ *The Happiness Hypothesis (วิทยาศาสตร์แห่งความสุข)* โดย Jonathan Haidt (แปลโดย โทมัส ศุขปรีชา), สำนักพิมพ์ SALT, 2019

ที่มาภาพ

- หน้า 13 : The New York Public Library / Unsplash
หน้า 17 : NoDerog / iStock Photo
หน้า 18 : WENN Rights Ltd / Alamy Stock Photo
หน้า 21 : traveler1116 / iStock Photo
หน้า 26 : Chris Henry / Unsplash, TaxenEmSillyinIllinois / Twitter, The Telegraph / Twitter
หน้า 28 : R.D. Smith / Unsplash
หน้า 30 : Vaclav Pluhar / Unsplash, Tastenlöwe / commons.wikimedia.org
หน้า 33 : youtube.com/user/jastownsendandson
หน้า 39 : DANIEL LEAL-OLIVAS / AFP
หน้า 40 : JUSTIN TALLIS / AFP
หน้า 43 : Benjamin Ranger / Unsplash
หน้า 50 : wikipedia.org
หน้า 51 : wikipedia.org
หน้า 56 : everlane.com
หน้า 60 : Socialtruant / shutterstock
หน้า 62 : StartDee
หน้า 63 : MoreSheet, InsKru
หน้า 69 : Katsiaryna Endruszkiewicz / Unsplash
หน้า 71 : Mason Jones / Unsplash
หน้า 79 : foundation.app
หน้า 80 : knowyourmeme.com
หน้า 83 : facebook.com/GUCCI
หน้า 86 : facebook.com/MaepranomThailand, sites.wpp.com
หน้า 92 : Netflix
หน้า 95 : Hanny Naibaho / Unsplash
หน้า 99 : William Thielicke / wikipedia.org
หน้า 106 : tnakano / iStock Photo
หน้า 111 : University of Cape Town (UCT), Ncoriaty / wikipedia.org
หน้า 117 : Dr. Eijiro Miyako / npr.org
หน้า 119 : MARCUS BRANDT / DPA / DPA PICTURE-ALLIANCE VIA AFP
หน้า 123 : Executium / Unsplash
หน้า 132 : knowyourmeme.com
หน้า 134 : TIMOTHY A. CLARY / AFP
หน้า 135 : mundissima / shutterstock
หน้า 141 : Morrowind / shutterstock
หน้า 144 : single.earth
หน้า 146 : Sasha Freemind / Unsplash
หน้า 149 : Tim Goedhart / Unsplash
หน้า 155 : Chicago Historical Society / Currier and Ives / wikipedia.org, Art Institute of Chicago /
Attributed to George N. Barnard / wikipedia.org
หน้า 158 : Sean Brown / Unsplash
หน้า 165 : michaelmjc / iStock Photo

| เข้าใจคิด |

รวมไอเดียสุดยอดสร้างสรรค์ที่ช่างเข้าใจคิด

รวมบทความสร้างสรรค์จาก นิตยสาร "คิด" Creative Thailand

เข้าใจคิด

โดย Creative Thailand

พิมพ์ครั้งแรก ตุลาคม 2564

บรรณาธิการเล่ม : พัชรินทร์ พัฒนานุญไพบุลย์

เรื่อง : นิตยสาร "คิด" Creative Thailand

ภาพปก/ภาพประกอบ : รัชดาภรณ์ เหมจินดา

ศิลปกรรม : ชิดชน นินนาทนนท์

พิสูจน์อักษร : ณัฐนิช ตันมานะศิริ วรณเพ็ญ บุญเพ็ญ และ บุษกร บุษปอ้างอิง

จัดพิมพ์โดย : สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน)

1160 อาคารโปรชนีย์กลาง ถนนเจริญกรุง

แขวงบางรัก เขตบางรัก กรุงเทพฯ 10500

www.cea.or.th

ภายใต้โครงการ Creative Thailand สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์

www.creativethailand.org

แยกสีและพิมพ์ : บริษัท ชันต้าการพิมพ์ จำกัด

67 ถนนรองเมือง ซอย 3

แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ข้อมูลบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

นิตยสาร "คิด" Creative Thailand.

เข้าใจ "คิด".-- กรุงเทพฯ :

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน), 2564.

184 หน้า.

1. ความคิดสร้างสรรค์. I. รัชดาภรณ์ เหมจินดา, ผู้วาดภาพประกอบ. II. ชื่อ เรื่อง.

153.42

ISBN 978-616-7789-38-5



เมื่อใดที่เราหลุดพ้น
จากความพยายามที่จะไม่เหมือนใคร
เราจะอ่านเปิดรับอิทธิพล
และแรงบันดาลใจรอบตัว
แทนที่จะวิ่งหนีจากมัน

เราจะสังเกต เรียนรู้ และ “เข้าใจ”
สิ่งที่อยู่รอบตัว



สำนักงานรัฐมนตรี



CREATIVE
ECONOMY
AGENCY



คิด[©]
Creative Thailand
www.creativethailand.com

CREATIVITY × HISTORY:

Past Forward เดินหน้าหาอดีต

CREATIVITY × GENERATION:

Kids These Days เด็กสมัยนี้

CREATIVITY × COMMUNICATION:

Life is a Joke ตักยภาพของภาษาและความแสบ(สัน)สรรค์

CREATIVITY × NATURE:

Inspired by Nature เมื่อธรรมชาติคือทางรอด

CREATIVITY × TECHNOLOGY:

A Whole New World โลกใหม่ในกำมือ

CREATIVITY × HEART:

Start with Your Heart พลังใจคือจุดเริ่ม

