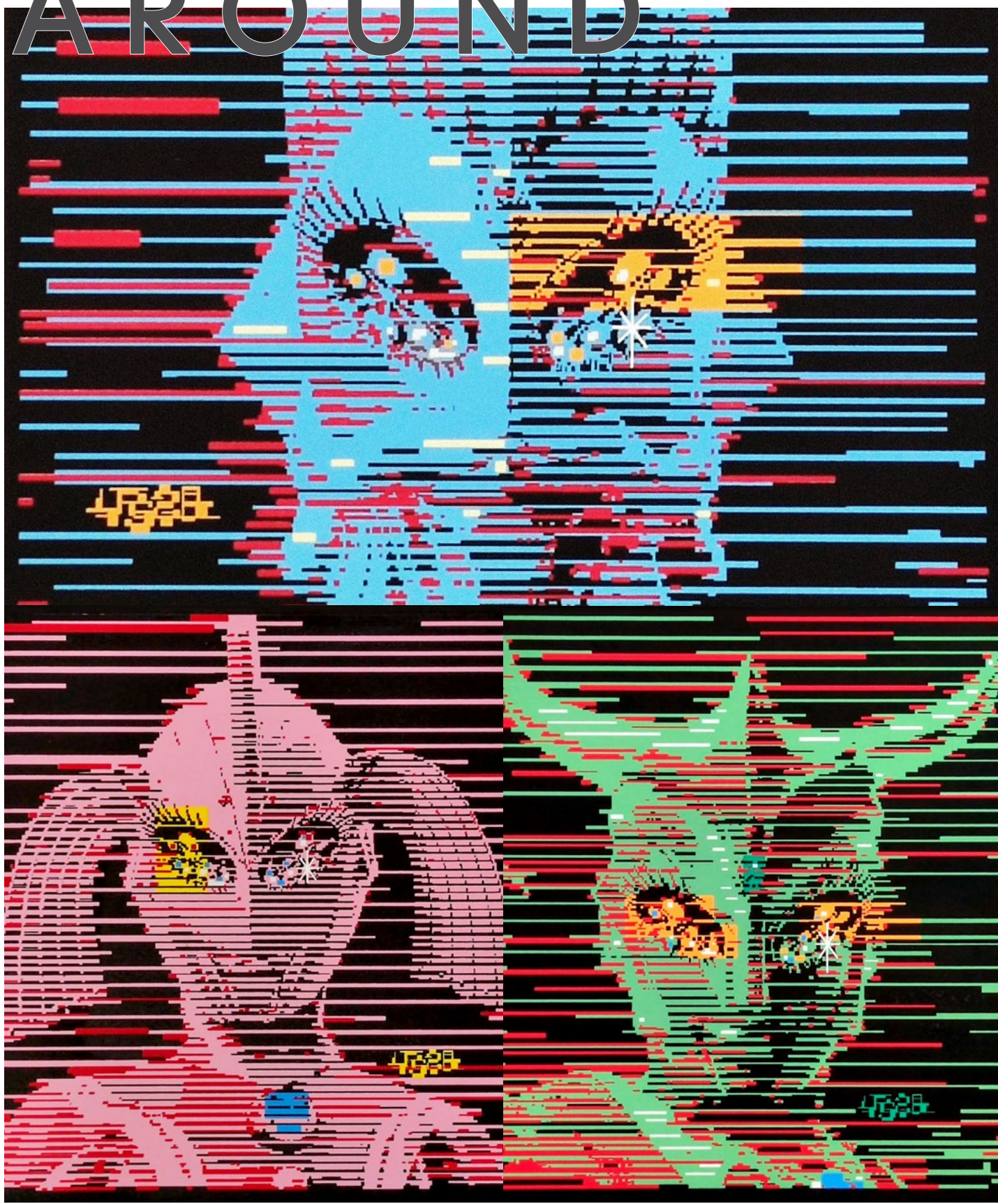


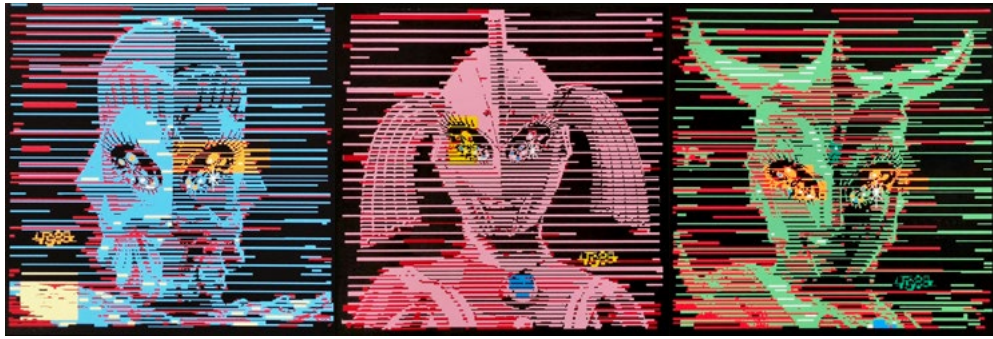
UOB ART AROUND

the art &
life journal



ISSUE 12 | JANUARY 2023

EDITOR NOTE



ศิลปินสังสรรค์ The Art of Collaboration

โลกที่ถูกเชื่อมต่อเข้าหากันได้ภายในเสี้ยววินาทีในวันนี้ ทำให้ทักษะการทำงานร่วมกันกลายเป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งของความสำเร็จ ยิ่งมีความซับซ้อนมากเท่าใด การทำงานเพียงลำพังก็ยิ่งพาไปสู่เป้าหมายได้ยากมากขึ้นเท่านั้น ไม่เว้นแม้แต่ “วงการศิลปะ” ที่ต้องเพิ่มความร่วมมือกันในกระบวนการทำงานมากขึ้น

ศิลปินหลายคนนับแต่อดีตจนถึงปัจจุบันค้นพบว่า การได้ทำงานร่วมกับผู้อื่นสามารถช่วยให้ตนเองนั้นได้พัฒนาแนวคิดใหม่ๆ เพิ่มแรงกระตุ้นและแรงบันดาลใจ ทั้งยังช่วยปรับเปลี่ยนและเติมเต็มวิธีการทำงานระหว่างกัน ตลอดจนช่วยเพิ่มมิติแห่งมุมมอง ให้มีความแตกต่างและสร้างสรรค์ได้มากยิ่งขึ้น เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้เสพงานศิลป์ได้หลากหลายกลุ่มมากกว่าเดิม นอกจากนี้ การร่วมสังสรรค์ของพรสวรรค์ในด้านที่แตกต่างกัน ยังช่วยคลายขีดจำกัดของแต่ละฝ่าย ให้สามารถก้าวเข้าไปทดลองสร้างงานในพื้นที่ใหม่ๆ บนความเป็นไปได้ที่มากขึ้น

เมื่อศิลปินได้ทำงานร่วมกัน จึงเป็นเสมือนการสร้างปฏิสัมพันธ์รูปแบบใหม่ หรือการกระตุ้นให้เกิดบทสนทนาที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในการทำงาน ขณะเดียวกัน สิ่งสำคัญที่ศิลปินจำเป็นต้องคำนึงถึงในกระบวนการทำงานร่วมกันก็คือ การคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และการสะท้อนตัวตน ตลอดจนสไตล์การทำงานของตนเอง ที่ศิลปินจำเป็นต้องค้นหา “จุดสมดุล” ให้เหมาะสมอย่างที่ตัวเองตั้งใจ และการเพิ่มความยืดหยุ่นเพื่อให้ทำงานสอดคล้องไปกับเป้าหมายร่วม รวมถึงความต้องการของเหล่าทีมงานคนอื่นๆ ได้อย่างราบรื่น

UOB Art Around ฉบับนี้ จะพาไปพบกับหลากหลายรูปแบบความร่วมมือของ “ศิลปินสังสรรค์” ที่เกิดขึ้นระหว่างศิลปินผู้สร้างสรรค์ผลงาน ที่ขยายขอบเขตการทำงาน ออกไปจับมือกับผู้คนจากสหสาขาวิชาชีพ ไม่ว่าจะเป็นแบรนด์สินค้า องค์กรธุรกิจ หรือการได้ร่วมงานกับผู้คนต่างอาชีพต่างวัยในสังคม ไปจนถึงการร่วมมือระหว่างศิลปินด้วยกันเอง ที่นอกจากจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่แตกต่าง น่าประทับใจ และสะท้อนถึงเอกลักษณ์ในแนวทางของการผสมผสานยิ่งขึ้นแล้ว ก็ยังเป็นการเพิ่มขอบข่ายความเป็นไปได้ให้กับแนวคิดการทำงานร่วมกันอีกด้วย

เพราะในวันที่โลกถูกย่นย่อให้เข้าใกล้กันด้วยเทคโนโลยีแห่งการเชื่อมต่อที่ก้าวหน้าขึ้นทุกขณะ ความสามารถในการร่วมมือและแสวงหาจุดสมดุลที่ลงตัวนี้ ย่อมทวีความสำคัญมากขึ้น สำหรับการก้าวไปสู่ความสำเร็จของศิลปินแต่ละคน...เพราะความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่ที่สุดนั้น อาจไม่ได้เกิดขึ้นจากการครอบครองไว้เพียงลำพัง แต่คือการได้แบ่งปันกับคนอื่นๆ ที่มีเป้าหมายเดียวกันกับเรานั้นเอง

COVER

จากซ้ายไปขวา: *Baba, Zaza, Dada*
โดย จิตต์สิงห์ สมบุญ

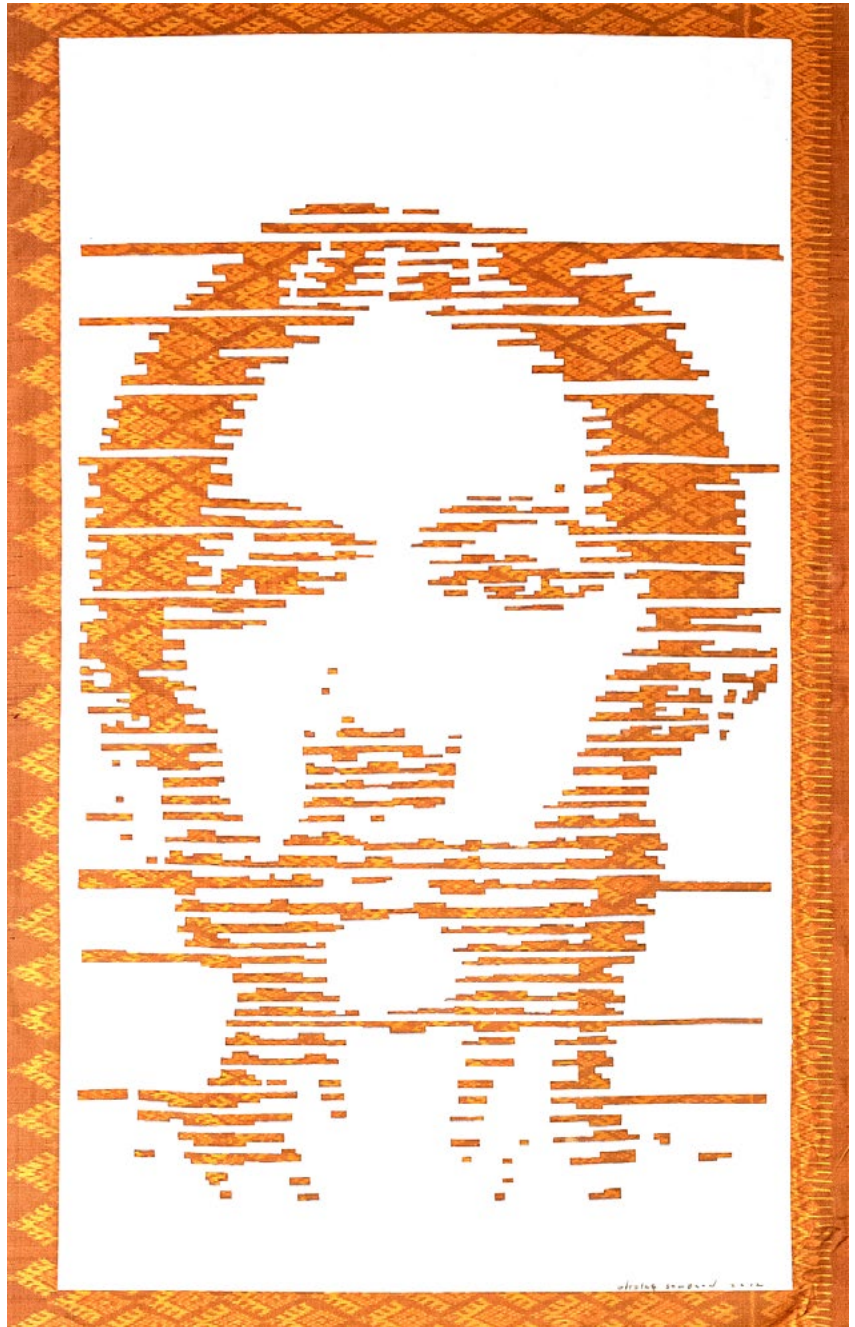
- 04 Art in 360°
- 06 UOB and Art
- 09 The Art Scene
- 10 Cover Story
- 14 Art Mart
- 16 The Gallery
- 18 Art Inspiration
- 21 What's On
- 22 Voyage
- 23 Art Track

ผู้จัดทำ:
ฝ่ายบริหารสื่อสารและภาพลักษณ์องค์กร
ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน)

ติดต่อ:
ยูโอบี ภาษาอังกฤษ
เลขที่ 690 ถนนสุขุมวิท แขวงคลองตัน
เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110
โทร. 0 2343 4964
art@uob.co.th
www.UOB.co.th/UOBandArt

“

อย่าหยุดที่จะฝัน
ถึงแม้ว่าเราจะอยู่
ในโลกของความจริง
เราก็ควรจะปั้น
ความฝันนั้น
ไปเรื่อยๆ ”



เบญจรงค์ สมบุญ
โดย จิตต์สิงห์ สมบุญ

“ศิลปินคู่สร้าง” ผู้เนรมิตผลงานที่แตกต่างแต่ลงตัว

โลกศิลปะมักให้การยกย่องการทำงานของเหล่า “ศิลปินเดี่ยว” ในฐานะอัจฉริยะผู้สร้างสรรค์ผลงานที่แตกต่างไม่เหมือนใคร แต่แท้จริงแล้วยังมีรูปแบบการทำงานของ “ศิลปินคู่สร้าง” ที่เป็นการร่วมมือกันระหว่างศิลปิน ทั้งในบทบาทจิตรกร ผู้อุปถัมภ์ ผู้ให้คำแนะนำ คู่ชีวิต ฯลฯ ไปจนถึงการร่วมงานระหว่างศิลปินที่มีบทบาทแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง แต่กลับสร้างสรรค์ผลงานสุดยิ่งใหญ่ที่โลกศิลปะต้องจารึก

คอลัมน์ Art in 360° จะพาไปสำรวจความร่วมมือที่มีบทบาทเปลี่ยนแปลงหน้าประวัติศาสตร์ของโลกศิลปะเหล่านี้ พร้อมกับค้นพบเคล็ดลับการทำงานร่วมกันอันเป็นส่วนสำคัญและเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาแนวทางการทำงานใหม่ๆ ของศิลปิน ทั้งเป็นการสร้างความท้าทายที่ไม่เคยเกิดขึ้นให้กับโลกศิลปะ ตั้งแต่การสร้างชิ้นงานจิตรกรรม ประติมากรรมขนาดใหญ่ ผลงานพาณิชยศิลป์ ไปจนถึงศิลปะดิจิทัลที่เป็นนวัตกรรมแห่งยุคสมัย

ประติมากรรมแห่งความทรงจำ

Memoria Historiae เป็นประติมากรรมขนาดยักษ์ของศิลปินคู่สามีภรรยา Anne และ Patrick Poirier ชาวฝรั่งเศส ทั้งคู่สร้างผลงานในสื่อหลากหลาย อาทิ ภาพถ่าย ภาพวาด ศิลปะจัดวาง รวมถึงประติมากรรมขนาดใหญ่ที่เป็นผลงานสร้างชื่อให้พวกเขาทั้งคู่

ผลงานชิ้นนี้ของ Anne และ Patrick Poirier เป็นประติมากรรมโลหะขนาดใหญ่ที่มีความสูงถึง 8.55 เมตร ถูกสร้างขึ้นในปี 1990 เพื่อเป็นการรำลึกถึงการสร้างหอจดหมายเหตุแห่งเมืองมิวนิก ประเทศเยอรมนี ผลงานชิ้นนี้โดดเด่นด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว ที่มีจะเชื่อมโยงผลงานกับประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์และโบราณคดี

โดยผลงานสื่อถึงความสัมพันธ์ระหว่างความทรงจำในอดีตกับมนุษย์ พวกเขาเชื่อว่าความทรงจำคือสิ่งที่กำหนด



Memoria Historiae

ตัวตนของมนุษย์ และหากปราศจากซึ่งความทรงจำแล้ว มนุษย์ย่อมมีชีวิตอยู่โดยไร้อดีตและอนาคต ปัจจุบัน *“Memoria Historiae”* ถือเป็นหนึ่งในประติมากรรมที่โดดเด่นประจำเมืองมิวนิก ที่ไม่ว่าใครผ่านมาพบเห็น ก็ต้องเก็บภาพไว้เป็นที่ระลึกเสมอ

Stalin Monument (The Hague) หรืออนุสาวรีย์สตาลิน คือผลงานศิลปะแนวคอนเซ็ปชวลอาร์ตที่มีประติมากรรมครึ่งตัวของ Joseph Stalin บวกปฏิวัติและผู้นำทางการเมืองแห่งโซเวียตในช่วงปี 1924 - 1952 ตั้งอยู่ในตู้ เพื่อล้อเลียนให้เป็นเสมือนห้องขังที่



Stalin Monument (The Hague)

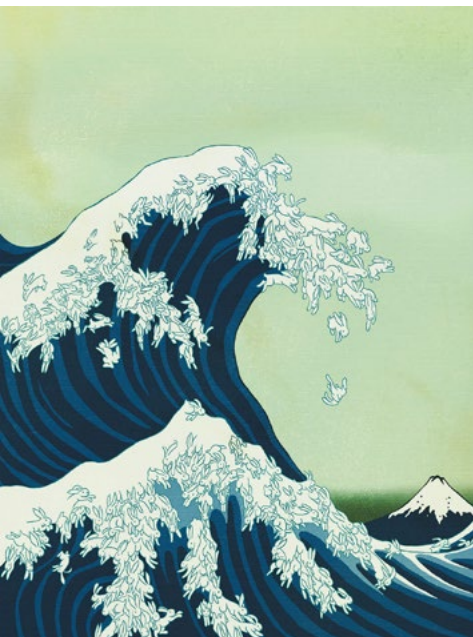
ติดตั้งสัญญาณเตือนภัยอยู่ โดยผลงานชิ้นนี้ตั้งอยู่ในกรุงเฮกของเนเธอร์แลนด์ สร้างสรรค์โดย Vitaly Komar และ Alexander Melamid ศิลปินคู่หูชาวรัสเซีย-อเมริกัน (หรือที่รู้จักกันในนาม Komar และ Melamid) ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีในฐานะผู้บุกเบิกศิลปะแนว SotsArt หรือ Soviet Pop Art ศิลปะที่ผสมผสานองค์ประกอบของศิลปะแนวสังคมนิยม (Socialist Realism) และป๊อปอาร์ตแบบตะวันตก (Western Pop Art) เข้าไว้ด้วยกัน

“Stalin Monument (The Hague)” เป็นผลงานประติมากรรมสาธารณะชิ้นแรกของ Komar และ Melamid ที่สร้างขึ้นในปี 1986 เพื่อใช้สื่อสารเชิงเสียดสีถึงพฤติกรรมในการปกครองอันโหดร้ายของสตาลินที่ทำให้เขาสมควรถูกกักขังอยู่ในตู้แคบๆ และไร้ซึ่งอิสรภาพ โดยก่อนหน้านี้ *“Stalin Monument (The Hague)”* ติดตั้งอยู่ในย่านโคมแดงของกรุงเฮก แต่ปัจจุบันได้ถูกย้ายมาอยู่ในย่านพิพิธภัณฑ์ ใกล้กับพิพิธภัณฑ์ Museum, The Hague Municipal Museum และ The Hague Museum of Photography

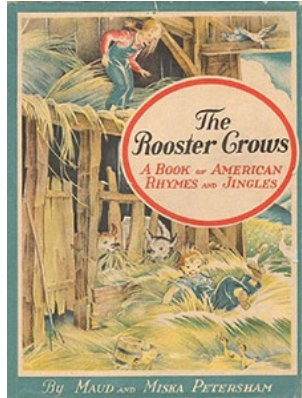
พาณิชยศิลป์ที่จับใจผู้คน

Uprisings ผลงานภาพวาดที่สร้างชื่อของ Kozye และ Dan Kitchens ศิลปินนักวาดภาพประกอบที่เป็นคู่สามีภรรยาชาวอเมริกัน หรือที่รู้จักกันในนาม Kozyndan ซึ่งเป็นคู่ศิลปินที่มีผลงานหลากหลาย ทั้งภาพวาด ประติมากรรม และภาพถ่าย

ผลงานชิ้นนี้เป็นภาพวาดที่ Kozye และ Dan Kitchens สร้างสรรค์ขึ้นด้วยเทคนิคดิจิทัล นำเสนอภาพคลื่นยักษ์ของ Katsushika Hokusai อันโด่งดัง ที่ถูกนำมาตีความใหม่ในแบบฉบับของ Kozyndan ให้กลายเป็นภาพวาดแนวป๊อปเซอร์เรียลลิสม์ (Pop-Surrealism) ผลงานชิ้นนี้ถือเป็นผลงานสร้างชื่อของพวกเขาเป็นอย่างมาก เพราะ *"Uprisings"* ได้ถูกนำไปเป็นภาพหน้าปกของนิตยสาร Giant Robot ฉบับที่ 28 และได้ถูกขอลิขสิทธิ์เพื่อนำมาตีพิมพ์เป็นโปสเตอร์และลวดลายบนเสื้อผ้าเพื่อจำหน่าย รวมถึงได้ถูกใช้เป็นปกอัลบั้ม As/Is ของ John Mayer ในปี 2004 ที่ยังส่งผลให้ผลงานชิ้นนี้เป็นที่ยอมรับและได้รับความนิยมมากขึ้นไปอีก จนในที่สุดได้ถูกนำไปจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์หลายแห่งทั้งในสหรัฐอเมริกาและในอีกหลายประเทศทั่วโลก



Uprisings



The Rooster Crows

The Rooster Crows ผลงานวาดภาพประกอบหนังสือ The Rooster Crows: A Book of American Rhymes and Jingles ในปี 1945 ซึ่งเป็นหนังสือที่ถูกประพันธ์และวาดภาพประกอบโดย Maud และ Miska Petersham คู่สามีภรรยา นักวาดภาพประกอบชาวอเมริกันชื่อดังในช่วงปี 1917-1945

ผลงานภาพประกอบ *"The Rooster Crows"* นำเสนอเรื่องราวของเพลงกล่อมเด็กและการละเล่นแบบอเมริกันดั้งเดิมผ่านลายเส้นอันเป็นเอกลักษณ์ตามแบบฉบับของ Maud และ Miska Petersham ด้วยการใช้น้ำสอสี ผลงานชิ้นนี้ได้รับรางวัลชนะเลิศในการประกวดภาพประกอบหนังสือในปี 1946 และยังได้รับคำชมจากนักวิจารณ์ว่าเป็นหนังสือที่มีภาพที่สวยงาม สอดคล้องไปกับเนื้อหาสะท้อนถึงการมองโลกในแง่ดีของทั้ง Maud และ Miska Petersham

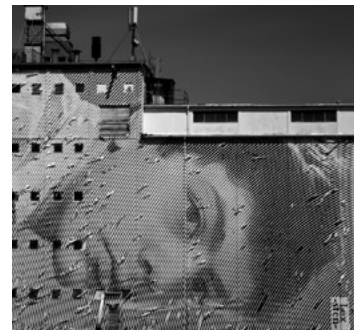
เมื่ออาคารคือผืนผ้าใบ

Dropped Cone ประติมากรรมรูปไอศกรีมโคนขนาดยักษ์ที่คว่ำอยู่บนมุมของอาคารศูนย์การค้าแห่งหนึ่งในเมืองโคโลญจน์ ประเทศเยอรมนี โดยผลงานเป็นของ Claes Oldenburg ศิลปินชาวสวีดิช-อเมริกัน และ Coosje van Bruggen ศิลปินชาวดัชช-อเมริกัน ซึ่งต่างก็เป็นศิลปินแนวป๊อปอาร์ตที่สร้างชื่อเสียงมาจากการ ศิลปสาธารณะ (Public Art) ขนาดใหญ่ที่มาพร้อมสไตล์ที่แปลกแหวกแนวด้วยการไปตั้งอยู่ในสถานที่ที่ผู้คนมักจะคาดไม่ถึง



Dropped Cone

Claes Oldenburg และ Coosje van Bruggen ตั้งใจสร้างผลงานชิ้นนี้โดยให้โคนไอศกรีมมีลักษณะที่คว่ำลงและเอียงไปข้างหน้า และทำให้ไอศกรีมเหมือนกำลังละลายหยดลงทางหน้าต่าง เพื่อสะท้อนให้เห็นถึง "ความไม่ยั่งยืนของลัทธิบริโภคนิยม" ทั้งยังเป็นการเล่นคำกับชื่อเมืองโคโลญจน์ Co(log)ne กับคำว่า Cone อีกด้วย



Walk This Way

Walk This Way งานศิลปะขนาดยักษ์บนผนังตึกขนาด 700 ตารางเมตรของศิลปินคู่พี่น้องชาวอิตาลี Sten & Lex ศิลปินคู่แนวสตรีทอาร์ตที่โด่งดังไปทั่วโลกกับการสร้างภาพพิมพ์ฉลุ (Stencil) ขนาดใหญ่ จนได้รับการยกย่องว่าเป็นคู่ศิลปินผู้บุกเบิกงานศิลปะแนว Stencil Graffiti ในอิตาลีเป็นเจ้าแรก

ผลงานชิ้นนี้ถูกสร้างขึ้นเมื่อปี 2011 บนผนังตึกแห่งหนึ่งที่ตั้งอยู่ในเมือง KØge ประเทศเดนมาร์ก ด้วยการใช้กระดาษฉลุติดกาบบนพื้นผิวผนังของอาคารทั้งหมดแล้วทาสีกับ จากนั้นจึงดึงกระดาษฉลุออกเพื่อเผยให้เห็นลวดลายที่ทาสีเอาไว้ และจงใจเหลือเศษให้ห้อยอยู่บางส่วน เพื่อให้มีลักษณะเหมือนพื้นผิวที่ลอกออกมา โดย Sten & Lex กล่าวไว้ว่า *"Walk This Way"* นับว่าเป็นหนึ่งในผลงานขนาดใหญ่ที่สุดที่พวกเขาเคยทำมาเลยก็ว่าได้ ●



• The Art of •

Collaboration

ร่วมมือสู่ความสร้างสรรค์ที่เป็นไปได้มากกว่า

เพราะยิ่งรวมกัน...ยิ่งเติบโต ในยุคสมัยนี้เราจึงได้เห็นการร่วมมือหรือทรเนด์การ Collaboration เกิดขึ้นแทบทั่วทุกวงการ รวมถึง “วงการศิลปะ” เพราะเมื่อศิลปะไร้ขอบเขต ศิลปินก็ต้องไร้ขีดจำกัด สามารถที่จะเปิดรับและผสมผสานความแตกต่างหลากหลาย เข้ามาเสริมสร้างความเป็นตัวตนที่เหมาะสมกับสไตล์ดั้งเดิม ไปพร้อมการสื่อสารกับสังคมในวงกว้างได้อย่างเหมาะสม “The Art of Collaboration | รวมพลังสร้างสรรค์สู่อีกขั้นของงานศิลป์” เผยถึงกระบวนการทำงานร่วมกันของผู้คนจากหลากหลายสาขาอาชีพกับ “ศิลปิน” ในการผลักดันงานศิลป์ ถ่ายทอดเคล็ดลับและประสบการณ์ในการทำงานร่วมกันระหว่างศิลปินแนวหน้าและบรรดาผู้เชี่ยวชาญจากนิเวศแห่งศิลป์ เพื่อสร้างสรรค์ความเป็นไปได้ที่มากกว่า



เสริมคุณ คุณาวงศ์ (ซ้าย) และ ปณิตตา มีบุญสมาย (ขวา)

ศิลปินต้องเป็นน้ำในบางโอกาส แต่ความเป็นตัวตนต้องยังคงอยู่

ปณิตตา มีบุญสมาย

พลังของการ Collaboration ในโลกแห่งศิลปะนั้น เห็นได้จากการทำงานของจิตรกรหญิงรุ่นใหม่ไฟแรง โบริ - ปณิตตา มีบุญสมาย ที่มีโอกาสได้ทำงานร่วมกับแบรนด์ดังระดับโลกอย่าง Vogue โดยเธอได้เป็นหนึ่งในศิลปินที่ไปร่วมงานกับ Vogue เพื่อตีโจทย์เรื่อง “ความหวัง” ในนิทรรศการที่ Vogue อยากสื่อสารกับผู้คนในช่วงเวลาอันยากลำบากที่ผ่านมา ซึ่งโบริได้เนรมิตภาพสัตว์ป่าชนิดต่างๆ ให้โลดแล่นและใช้ชีวิตอยู่ภายในห้องที่เต็มไปด้วยดีไซน์และกลิ่นอายของแฟชั่นในแบบของ Vogue บวกกับความแฟนตาซีของเธอเอง สร้างสรรค์เป็นสุดยอดผลงานที่เป็นเสมือนการกำกับภาพบนผืนผ้าใบสองมิติ

“

ศิลปินไปร่วมงานกับ
แบรนด์แล้วสร้างเป็น
สินค้าหรือช่วยเพิ่มมูลค่า
ให้กับทั้งสองฝ่าย
เหมือนเป็นการขยาย
หน้าร้านให้คนได้เห็นงาน
ของศิลปิน ได้ทำความรู้จัก
กับศิลปินมากขึ้น และ
อาจเป็น “ทางรอด” ใหม่
ของโลกศิลปะเลย
ก็เป็นได้ ”

“การทำงานของศิลปินไฟนอาร์ต คือ
การทำงานบนพื้นผ้าใบเป็นหลัก เน้นการ
วาดมือ เพราะโบว์ต้องการสะท้อนถึงทักษะ
ด้านจิตรกรรม ที่แปร่ง และร่องรอยต่างๆ ที่
เกิดขึ้นเฉพาะการวาดมือเท่านั้น ซึ่งเป็น
ตัวตนของเรา และแบรนด์ Vogue ก็เข้าใจ
ในสไตล์งานของโบว์ ทำให้เราสามารถสร้าง
งานได้อย่างเต็มที่”

อย่างไรก็ตาม การทำงานคนเดียว
กับการทำงานร่วมกับคนอื่นๆ ของศิลปิน
ย่อมมีความแตกต่าง “โบว์พบว่าการทำงาน
กับคนอื่นนั้นยากกว่าการทำงานคนเดียว
ที่เราตัดสินใจทุกอย่างได้ การทำงาน
กับแบรนด์ โดยที่ยังคงความเป็นตัวเรา
อยู่ก็เป็นความท้าทาย โบว์เชื่อว่าศิลปิน
ต้องเป็นน้ำ ที่ปรับสภาพไปตามพื้นที่
หรือสถานการณ์ เพื่อให้เราอยู่ในโลกนี้ได้
ง่ายขึ้น และต้องปรับมุมมองว่าผลงาน
ที่เป็นเรา 100% ก็จะต้องมีคนเข้ามาช่วย
เติมช่วยปรับ เพื่อสะท้อนความเป็นแบรนด์
ออกมาด้วย ตรงนี้เป็นสิ่งที่ศิลปินต้อง
ทำความเข้าใจและเรียนรู้ เพราะโบว์เชื่อว่า
การทำงานร่วมกับคนอื่นๆ คือโอกาส
เรียนรู้และพัฒนาตัวเองไปสู่อนาคต”

ด้าน เสริมคุณ คุณาวงศ์ ผู้ทรง
คุณวุฒิด้านการบริหารงานศิลปะและ
วัฒนธรรมและผู้รักในศิลปะ ได้ร่วม



ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง (ซ้าย) และ ปัญญวัฒน์ พิทักษ์วรรณ (ขวา)

ให้มุมมองว่า “การที่ศิลปินร่วมมือกับ
แบรนด์นั้นมีมาตั้งแต่ยุคอาร์ตบูโวจน
ปัจจุบันที่เป็นยุคแห่งนีโอไทยป๊อป
ซึ่งในฐานะของนักสะสมงานศิลปะ
ผมสนใจการทำงานร่วมกัน และคิดว่าเป็น
ความเคลื่อนไหวสำคัญที่จะกลายเป็น
เทรนด์ดังทั่วโลก เช่นศิลปินไปร่วมงาน
กับแบรนด์แล้วสร้างเป็นสินค้าหรือช่วย
เพิ่มมูลค่าให้กับทั้งสองฝ่าย เหมือนเป็น
การขยายหน้าร้านให้คนได้เห็นงานของ
ศิลปินได้ทำความรู้จักกับศิลปินมากขึ้น
และอาจเป็น “ทางรอด” ใหม่ของโลกศิลปะ
เลยก็เป็นได้”

**การทำงานร่วมกัน
ต้องไม่ยึดติดในตัวตน 100%
รวมถึงการปรับ Mindset
และต้องศึกษาแบรนด์
ที่เราทำงานให้ลึก**

ปัญญวัฒน์ พิทักษ์วรรณ

โตโต้-ปัญญวัฒน์ พิทักษ์วรรณ
คือศิลปินมีกะขมีเดียไทยที่ได้ทำงาน
กับแบรนด์ไลฟ์สไตล์ระดับโลกอย่าง
Adidas ในการตกแต่งสโตร์ของแบรนด์
ที่เมืองไทย โดยโตโต้ได้ใช้ประสบการณ์
ในการทำงานด้านดีไซน์ที่หลากหลาย
ทั้งงานออกแบบร่วมสมัย งานคอลลาจ
จิตรกรรม ประติมากรรม การออกแบบ
แพชชัน และกราฟิกดีไซน์มาผสมผสาน
เข้าด้วยกันจนเป็นผลงานที่มีเอกลักษณ์
เป็นไทยร่วมสมัยในสไตล์ของตัวเอง

“การทำงานกราฟิก ทำให้ผมได้ทำงาน
กับแบรนด์จำนวนมากอยู่แล้ว ผมเลย
ค่อนข้างมีความเข้าใจเกี่ยวกับการทำงาน

กับแบรนด์หรือองค์กร ซึ่งผมว่าเป็นสิ่งที่
น่าสนใจ เพราะแบรนด์เลือกเราก็ด้วยเรา
มีคาแรกเตอร์ที่เข้ากับเขาได้ และการได้
ทำงานร่วมกับคนหมู่มากก็เหมือนมี
คนช่วยกันคิดว่างานเราเวิร์กหรือไม่เวิร์ก
ช่วยให้เราได้พัฒนาต่อไป”

ความเป็นตัวตนของศิลปินนั้น
ถือเป็นคุณค่าของผู้สร้างสรรค์ผลงาน
ดังนั้นแทนที่จะละลายตัวตนในการทำงาน
ร่วมกับคนอื่น ศิลปินกลับสามารถสร้าง
ให้เป็นเวทีสำคัญที่จะช่วยเสริมความเป็น
ตัวเองและตอบโจทย์ด้านการตลาดของ
แบรนด์ไปได้พร้อมกัน “การทำงานกับ
คนอื่นทำให้เราต้องเปิดใจยอมรับ
คอมเมนต์ต่างๆ เพื่อให้งานออกมามี
ทิศทางตามโจทย์ที่แบรนด์ต้องการ
เพราะเราไม่ได้ทำงานเพื่อตัวเองคนเดียว
ต้องแชร์กันครึ่งทาง ทำความเข้าใจ
แบรนด์อย่างจริงจัง และมองไปถึง
ผลลัพธ์ที่ดีที่สุดของทั้งสองฝ่าย เพราะ
มันคือความรับผิดชอบของศิลปินที่
จะทำให้การทำงานของเรามีความเป็น
มืออาชีพมากขึ้นโดยไม่ลืมตัวตนและ
ความสุขของตัวเอง”

ด้าน ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง
เทรนเนอร์และที่ปรึกษาด้านการตลาด
ออนไลน์ ให้มุมมองว่า “การที่แบรนด์มา
ร่วมงานกับศิลปิน แบรนด์ย่อมอยาก
แสดงตัวตนของแบรนด์ผ่านผลงาน
ของศิลปิน และมองหากลุ่มเป้าหมาย
ร่วมกัน โดยมีศิลปินเป็นสะพานเชื่อมถึง
กลุ่มเป้าหมายนั้นๆ ขณะที่ศิลปินก็จะได้ฐาน
ผู้ติดตามที่มากขึ้น ได้มีเวทีในการแสดงถึง
ความเป็นตัวของตัวเองมากขึ้น นับเป็น
win-win situation ที่น่าสนใจสำหรับ
ทั้งศิลปินและคนทำการตลาดในยุคนี้



“นายพราน” และ “ยายเพ็ง”



จิตตกานต์ สุวรรณภักดิ์ (ซ้าย) และ ธวัชชัย สมคง (ขวา)

“

งานของเราถูกนำไปใช้ เป็นองค์ประกอบบน ของที่ระลึกของแบรนด์ กลายเป็นลายเสื้อผ้า เป็นส่วนประกอบของ เฟอร์นิเจอร์ เป็นงานศิลปะ เพราะศิลปะคือชีวิต จึงแตกไปเป็นอะไรก็ได้ที่ ไม่ขัดกับชีวิตของเรา ”

ศิลปะคือชีวิต
เมื่อเพ็งกับนายพราน
ได้ร่วมทำงานกัน
มันกลายเป็นหนึ่งที่ลงตัว

จิตตกานต์ สุวรรณภักดิ์

หลายครั้งที่ความพิเศษของผลงาน ก็ไม่ได้เกิดขึ้นจากศิลปินเพียงคนเดียว เพ็ง-จิตตกานต์ สุวรรณภักดิ์ แสดงให้เห็น ถึงความสำเร็จที่มากขึ้นของการสร้างงาน ศิลปะ ด้วยความร่วมมือจากศิลปินพิเศษที่เป็นคนในครอบครัวของเธอเอง

“เพ็งอยากทำงานศิลปะที่มันมี ประโยชน์ต่อสังคมที่เราจริงจัง และเรา อยากทำมันจริงๆ ตอนทีเพ็งต้องทำธีซิส

ก็เลยคิดว่าในบ้านของเราเองก็มีความ พิเศษอยู่ ‘นายพราน’ คือน้องชายของเพ็ง เขาเป็นเด็กพิเศษที่มีอาการออทิสติก แต่เขาก็มีความเป็นศิลปินอยู่ในตัว เขาชอบ วาดรูปอยู่แล้ว ก็เลยลองให้น้องฝึกเขียน โดยเอาของมาวาง แล้วเขาเห็นอย่างไร ก็ให้เขาแสดงออกแบบนั้นเลย”

การร่วมงานกันของพี่น้องคู่นี้จึง เริ่มต้นขึ้น ด้วยการวางคอนเซ็ปต์และ การจัดการของพี่สาว ผสมผสานกับความ บริสุทธิ์ในการถ่ายทอดความคิดสู่ผลงาน ของน้องชาย และค่อยๆ ต่อยอดจากงาน วาดภาพแบบสองมิติ ไปสู่การปั้นเซรามิก และการทำเปเปอร์มาเช่ที่ได้ผลลัพธ์ออกมาเป็นงานสามมิติจับต้องได้ ซึ่งยิ่งสอง ศิลปินได้ร่วมงานกัน ประกายของความ สามารถด้านศิลปินของน้องนายพรานก็ ยิ่งฉายชัดขึ้นและพัฒนาสู่ความเป็นไปได้ มากมาย

“จากที่เราพยายามจะหาอะไรที่ลงตัว และทำงานร่วมกับน้องได้ มันก็ถูกต่อยอด ออกไปหลายรูปแบบ งานของเราถูกนำไป ใช้เป็นองค์ประกอบบนของที่ระลึกของแบรนด์ กลายเป็นลายเสื้อผ้า เป็นส่วนประกอบของ เฟอร์นิเจอร์ เป็นงานศิลปะ เพราะศิลปะ คือชีวิต จึงแตกไปเป็นอะไรก็ได้ที่ไม่ขัด กับชีวิตของเรา นอกจากนี้ด้วยความที่ เราคลุกคลีกับเด็กพิเศษ ประสบการณ์ที่มี จึงสามารถไปแชร์ให้คนอื่นฯ ได้ เพ็งมีโอกาส

ได้ร่วมงานกับสังคมของเด็กพิเศษใน จังหวัดต่างๆ และได้ไปส่งเสริมการสร้างงาน ศิลปะในเด็กพิเศษด้วย นี่เลยเป็นการร่วมพลัง ไปสู่อีกขั้นของยายเพ็งและนายพราน”

ด้าน ธวัชชัย สมคง ผู้บริหารของ MATDOT Art Center นิเวศศิลป์ แห่งหนึ่งในประเทศไทยได้ให้ความเห็น เกี่ยวกับการทำงานร่วมกันระหว่างศิลปิน กับศิลปิน ว่าเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมานานแล้ว เพื่อกลายข้อจำกัดของศิลปินเอง โดยการไปร่วมงานกับศิลปินอีกคน หนึ่งที่แตกต่างออกไป หรือแม้กระทั่ง การทำงานกับคนที่ไม่ใช่ศิลปินเลย เช่น คนท้องกั้นหรือชาวต่างชาติ เพื่อแลกเปลี่ยน เติมเต็ม และขยายมุมมองให้หลากหลายขึ้น การร่วมมือกันของศิลปินเช่นนี้จึงเป็น เสมือนการใช้ประโยชน์สูงสุดของจุดเด่น ที่ศิลปินแต่ละคนมี เพื่อให้งานนั้นน่าสนใจ และมีมิติมากขึ้น ●



สแกนเพื่อชมคลิป

When Brands Meet the Arts

เมื่อ ‘พาณิชย์’ x ‘งานศิลป์’

ท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่ดุเดือดและภาวะเศรษฐกิจที่ไม่มั่นคง ศิลปินเกิดใหม่จำนวนมากได้กลายมาเป็น “คุณค่าใหม่” ที่โลกพาณิชย์มองเห็นโอกาสในการนำมาแต่งเติมความน่าสนใจให้กับแบรนด์ เราจึงได้เห็นความร่วมมือระหว่างแบรนด์สินค้าระดับโลกมากมาย ที่จับมือร่วมกับศิลปินทั้งหน้าใหม่และมืออาชีพ เพื่อร่วมสร้างสรรค์และส่งต่อคุณค่าที่แตกต่างให้กับโลกพาณิชย์ศิลป์

The Art Scene จะนำคุณไปพบกับ รูปแบบความร่วมมือใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในโลกธุรกิจ ซึ่งไม่ได้ประกอบด้วยข้อตกลงทางธุรกิจเพียงอย่างเดียว แต่คือการมองหาแรงกระตุ้นใหม่ๆ เพื่อเชื่อมโยงกับศิลปิน สหวิทยาการในการค้นหาวิธีการสื่อสารและทำการตลาดของแบรนด์ ที่ได้รับแรงบันดาลใจจากโลกแห่งศิลปะ เพื่อสร้างผลลัพธ์ที่จับต้องได้และน่าทึ่งอย่างแท้จริง

“Lobster Dress” นับว่าเป็นผลงานภายใต้ความร่วมมือกันครั้งแรก ระหว่างนักออกแบบแฟชั่นและศิลปินที่เกิดขึ้นเมื่อปี 1937 ผลงานชิ้นนี้ออกแบบโดย Elsa Schiaparelli นักออกแบบแฟชั่นชาวอิตาลีเลียนร่วมกับ Salvador Dalí ศิลปินชาวสเปนผู้มีชื่อเสียงโด่งดังของโลก จากผลงานแนวเหนือจริง (Surrealism) จำนวนมาก

“Lobster Dress” เป็นผลงานที่ดูแปลกใหม่ แต่ยังคงไว้ซึ่งความสง่างามตามสไตล์งานของ Elsa Schiaparelli ผลงานชิ้นนี้คือการผสมผสานระหว่างความคิดสร้างสรรค์ของศิลปินจากสองฝั่งหนึ่งจากโลกพาณิชย์ศิลป์ และอีกหนึ่งจากโลกแห่งจิตรศิลป์ แต่กลับร่วมกันสร้างผลงานออกมาได้อย่างน่าทึ่งและลงตัว

ชุด **“Lobster Dress”** ถูกสวมใส่โดย Wallis Simpson สตรีที่มีชื่อเสียงในสังคมชาวอเมริกันเพื่อถ่ายแบบให้กับนิตยสาร Vogue ในปี 1937 และได้รับการยกย่องว่าเป็นหนึ่งในแฟชั่นที่โดดเด่นที่สุดในยุคนั้น



“M+Yayoi Kusama: 1945 to Now” ผลงานการร่วมงานครั้งล่าสุดระหว่าง Yayoi Kusama ศิลปินร่วมสมัยชื่อดังชาวญี่ปุ่นกับผลงานลายจุด (Polka Dot) ที่กลายเป็นภาพจำไปทั่วโลก กับแบรนด์สินค้าอุปกรณ์เสริมด้านไอทีล้ำสมัยอย่าง CASETiFY ผู้ผลิตเคสโทรศัพท์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ร่วมกับพิพิธภัณฑ์ M+ (M+ Museum) พิพิธภัณฑ์ด้านศิลปะและวัฒนธรรมชื่อดังในฮ่องกง ที่ได้ร่วมกันออกแบบเคสโทรศัพท์มือถือคอลเล็กชันพิเศษขึ้น เนื่องในโอกาสที่ พิพิธภัณฑ์ M+ ได้จัดนิทรรศการ Yayoi Kusama: 1945

to Now นิทรรศการแสดงผลงานของ Yayoi Kusama นับตั้งแต่ปี 1945 จนถึงปัจจุบัน เพื่อเป็นการยกย่องผลงานอันยิ่งใหญ่ของศิลปินที่สร้างสรรค์ผลงานมาได้อย่างยาวนานจนเข้าขั้นระดับตำนาน ทั้งนี้ เคสโทรศัพท์รุ่น “M+Yayoi Kusama: 1945 to Now” เริ่มวางจำหน่ายไปพร้อมกับช่วงเวลาของการจัดแสดงนิทรรศการคือ ตั้งแต่วันที่ 12 พฤศจิกายน 2022 ไปจนถึง 14 พฤษภาคม 2023



“LEGO x Adidas Originals Superstar” คือผลงานสร้างสรรค์สุดบรรเจิดภายใต้ความร่วมมือระหว่าง Lego แบรนด์ของเล่นตัวต่อยอดฮิตกับ Adidas แบรนด์รองเท้ากีฬาชื่อดัง โดยได้ Leta Sobierajski ศิลปินดาวรุ่งชาวอเมริกัน ที่มีผลงานโดดเด่นด้านการผสมผสานทักษะการออกแบบเรขศิลป์ เข้ากับการถ่ายภาพและศิลปะร่วมสมัย มาร่วมออกแบบรองเท้าผ้าใบรุ่นลิมิเต็ดเอดิชั่นที่มีรูปลักษณ์แปลกตาด้วยสีส้มและรูปทรงเรขาคณิต จนเป็นที่กล่าวถึงกันในวงกว้าง

“LEGO x Adidas Originals Superstar” เปิดตัวเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2021 ภายใต้แนวคิดการออกแบบที่ไร้ขีดจำกัด เช่นเดียวกับทักษะและเอกลักษณ์ของตัวศิลปิน รวมถึงยังสะท้อนตัวตนของ Lego ที่เปรียบเสมือนของเล่นที่ไร้กาลเวลา ไร้ขอบเขต และไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มผู้บริโภควัยใดวัยหนึ่ง ผลงานชิ้นนี้จึงเผยให้เห็นถึงความพยายามในการผสมผสานความแตกต่างของสินค้าแฟชั่นและของเล่นให้ลงตัวได้อย่างน่าทึ่ง ●

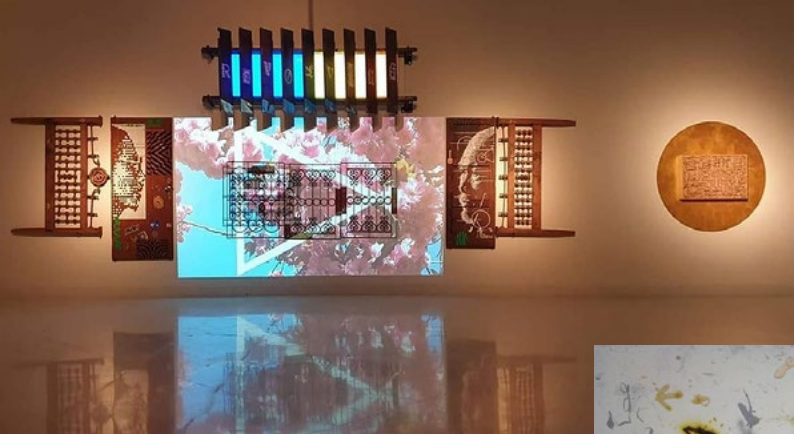


ภาพจาก flickr.com/photos/shelfappeal, CASETiFY (a: behance.net/letasobierajski)



คุยกับ “จิตต์สิงห์ สมบุญ” ศิลปินดีไซเนอร์ในมิติของกาลเวลา

หากใครเป็นคนที่ติดตามงานศิลปะและหลงใหลในโลกแห่งแฟชั่น ชื่อของ “ฟ็ร่ง - จิตต์สิงห์ สมบุญ” คงไม่ได้เป็นเพียงชื่อที่รู้จักกันเป็นอย่างดี กับบทบาทในอดีตของการเป็นนักออกแบบในตำนานแห่งแบรนด์ดังอย่าง GREYHOUND และ PLAYHOUND BY GREYHOUND เป็นเวลายาวนานนับกว่า 2 ทศวรรษ แต่ชื่อของจิตต์สิงห์ ยังได้ก้าวสู่การเป็น “ศิลปินไอคอน” ที่ทยอยผลิตสร้าง “งานศิลปะสร้างสรรค์” ให้เกิดขึ้นในวงการเรื่อยมาตลอดแทบทุกช่วงเวลาที่เปลี่ยนแปลง



เวลาประดิษฐ์ Artificial Time (AT)

คอลัมน์ Cover Story จะพาไปพูดคุยกับ จิตต์สิงห์ สมบุญ ในแง่มุมที่หลายคนอาจยังไม่รู้จักหรือคุ้นเคยในตัวเขา ตั้งแต่เรื่องราวในอดีตที่หล่อหลอมสู่ความเป็นตัวตนในวันนี้ และเรื่องราวในปัจจุบันที่เขาเชื่อว่าเป็นช่วงเวลาสำคัญที่จะกำหนดทิศทางต่อไปในอนาคต จนถึงคอนเซ็ปต์ของผลงานใหม่ที่สะท้อนความสนใจเรื่องมิติกาลเวลาและการเดินทางในรูปแบบย้อนกลับหรือไปข้างหน้าของศิลปิน ซึ่งอาจเผยคำตอบให้เห็นว่าแท้จริง ณ ตอนนี้เราอยู่ที่จุดไหนกัน

จุดเริ่มต้นของศิลปินนักออกแบบ

เราเป็นคนชอบวาดรูป แล้วก็วาดรูปได้ เรารู้สึกว่าการมันไม่ใช่ทาง เรียนแล้วปวดหัว เหนื่อย ไม่อยากทำ ตอนนั้นก็คิดว่าเป็นที่วัยด้วยหรือเปล่า การที่ชอบแต่เรื่องรูปเขียน ชอบดูหนัง ดูทีวีทั้งวัน ชอบอ่านการ์ตูน มากกว่าที่จะมาสนใจประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ เลข หรือภาษาอังกฤษ ผมเลยเริ่มต้นไปเรียนที่ช่างศิลป์ (วิทยาลัยช่างศิลป์) ก่อน เรียกว่าหนีโรงเรียนที่ต้องเน้นทางวิชาการ ตั้งแต่จบม. ต้น แล้วไปหาทางออกให้ตัวเอง หนีความลำบากที่ต้องอ่านหนังสือหรือมาทบทวน มาเป็นทางถนัดของเรา เรียกว่าตอนนั้นยังไม่รู้จักหรือทราบดีว่าศิลปะคืออะไร ไม่รู้จัก Van Gogh, Cézanne หรือ Picasso ก็เข้าไปเหมือนได้รู้จักขึ้นต้นที่นั่น หลังจากนั้น ก็ไปเข้ามหาวิทยาลัยที่คณะจิตรกรรม ประติมากรรมและภาพพิมพ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งกลายเป็นจุดเริ่มต้นจริงๆ ของการมาทำงานด้านนี้โดยตรง

จากจิตรกรรมสู่แฟชั่น

ถ้าถามว่าเรียนศิลปะแล้วมาวงการแฟชั่นได้ยังไง มันเริ่มจากการแต่งตัวตั้งแต่สมัยเรียน ถ้าใครถามว่าชอบอะไรตอนเรียนจิตรกรรม ผมตอบเลยว่าชอบแฟชั่น



ผลงานสมัยเรียนศิลปากร ที่ได้แรงบันดาลใจมาจากสภาพแวดล้อมภายในห้องปฏิบัติการต่างๆ

(หัวเราะ) ศักดิ์วุฒิ วิเศษมณี เป็นเพื่อนสมัยเรียนกลุ่มเดียวกันที่ปัจจุบันเขาคือศิลปินอย่างจริงจัง แต่เขาคือคนที่ชวนผมว่า ‘เฮ้ย ไปห้องสมุดกัน’ ซึ่งไม่ได้ไปดูเรื่องที่เรียนนะ แต่ไปดูหนังสือแฟชั่น ไปเปิดดู GQ ดู i-D แทนที่จะไปดูหนังสืออาร์ต แล้วก็ถือว่าแต่งตัวค่อนข้างจัดครับ แตกต่างผ้าเหล่านี้จากไปจากเด็กจิตรกรรมฯ ยุคดั้งเดิม จนพวกรุ่นพี่ๆ อาจารย์จะแซวว่า ‘แกงคูปุติก’ ซึ่งไม่น่าจะเป็นคำชมนะครับ (หัวเราะ)

แต่เวลาเราต้องกลับมาเรียน กลับมาสร้างงานศิลปะ เราก็ทำได้ เรียกว่ารู้จักเอาตัวรอด ถึงผมจะไปเที่ยวกลางคืน ตีสี่ตีห้ากลับมา ตอนเช้าผมก็มีงานส่ง แล้วได้คะแนนไม่น่าเกลียดอะไร ตอนเรียนจบงานผมก็เป็นแนวแอบสแตรกทาร์ต ซึ่งผมพัฒนาไปทำบนวัสดุแผ่นไม้ เรียกว่าเป็นคนแรกๆ ที่ทำงานบนไม้เลย แล้วใช้เทคนิคแอร์บรัชพ่นให้เกิดเป็นภาพลวงตา เพราะเป็นคนชอบใช้เทคนิค ชอบทดลองหลากหลาย แล้วก็ได้แรงบันดาลใจจากห้องปฏิบัติการ เห็นสีที่มันเลอะอยู่ ผมก็มองเห็นมิติของมัน เห็นเรื่องราวในนั้น มันบอกเราได้ว่าสีที่เก่าที่สุด มันอาจเป็นของรุ่นพี่ที่อาจจะเสียไปแล้ว หรืออาจจะอยู่มาตั้งแต่ยุคอาจารย์ศิลปะพระศรี แล้วมันก็ทับกันไปเรื่อยๆ ยิ่งห้อง

ภาพพิมพ์ เขาก็กรีดกระดาษออกไปเรื่อยๆ แล้วมันเป็นชั้นๆ มันได้ทั้งเรื่องมิติของเวลา มันมีเรื่องราวของมัน โดยไม่ต้องพูดอะไรมาก พอผสมๆ กัน มันเลยกลายเป็นว่าเราเบนเข็มมาสนใจเรื่องนี้ได้

ศิลปินกับการตลาด

ถ้าใครที่รู้จักพี่ภาณุ อิงคะวัต ผู้ร่วมก่อตั้งและผู้ถือหุ้นหลักของบริษัทเกรย์ฮาวด์ แบนด์เสื้อผ้าสัญชาติไทย ก็จะรู้ว่าวิธีการสอนงานของเขาคือ “การจับโยนลงน้ำ” คือให้เราได้เรียนรู้และเอาตัวรอดด้วยตัวเอง พอผมได้เข้าไปในวงการแฟชั่นตอนนั้น ที่มีเรื่องของการตลาดเป็นหลักด้วย เราก็รู้สึกว่ามีกรอบค่อนข้างเยอะ เพราะผมเรียนจบมาเพื่อเป็นศิลปิน ไม่ได้เรียนมาแค่ตีตังมา จบจิตรกรรม ซึ่งมันคือโพ้นอาร์ตแท้ ไม่ใช่คอมพิวเตอร์กราฟิกหรือตอนเรียนมันมี แล้วผมไม่ได้สนใจก็ไม่รู้นะ เพราะว่าเราอยากวาดรูปอย่างเดียว (หัวเราะ)

ชั้นเชิงทางศิลปะกับงานแฟชั่น

พอได้มาทำงานจริงๆ สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ต้องรู้เกี่ยวกับเรื่องเสื้อผ้า ก็คือการทำแพตเทิร์น แต่เราก็ไม่ได้รู้เรื่องอะไรหรอก สมัยเรียนก็อาจจะแค่เรียนอนาโตมีบ้าง ให้เราดูเรื่องกายวิภาค แต่สิ่งที่ตอนเรียนถูกนำมาใช้มากที่สุดก็คือ “ชั้นเชิงทางด้านศิลปะ” ที่เรารู้ว่าจะจัดวางอะไร หรืออะไรควรอยู่ตรงไหน

เรื่องที่เราทำได้ก็คือเรื่องลายก่อนเลย ทำลวดลายสวยว่าจิ้นเถอะ แต่ตัวแพตเทิร์นเราก็ไม่รู้ละ ที่นี้ทำยังไง ก็พอที่ว่าเราเป็นคนชอบแต่งตัวตั้งแต่อยู่ช่างศิลป์ แล้วก็มาอยู่ศิลปากร มันก็พุ่มพุกเรื่องการแต่งตัวแล้วเราก็ชอบด้วย ตรงนั้นที่มันเป็นส่วนทำให้เราเอามาปรับใช้และพัฒนาไปได้บ้าง

แรกๆ ผมไปคุยกับช่าง ช่างดำซิบเป้งเลยตอนนั้นนะ (หัวเราะ) เขาบอก ‘ไอ้ย ทำไม่ได้หรอก ล้อมันวาดผืน จินตนาการ’ แต่ด้วยความที่ผมชอบพวกเสื้อเก่าด้วย ผมก็มีเรฟเฟอเรนซ์เป็นเสื้อเก่า ก็ให้ช่างดูนี่ไงเขาพลิกตะเข็บแบบนี้ได้ แล้วเราเป็นคนชอบแกะ ชอบรื้อ มีความดีใจภายในตัวบวกกับที่เราชอบแต่งตัวก็จะใส่เสื้อผ้า ใส่เข้าใส่ออก เสื้อผ้ามือสองหลายๆ แบบ ก็เรียนรู้และลองทำเอง ตรงไหนมันรั้ง ก็รื้อมาดู



Dada, rubber pigment silk screen hand-print on canvas with plywood sheet

เหมือนเราได้ทดลอง ซึ่งผมว่าเป็นวิธีที่ดีนะ ดีกว่าอ่านหนังสือด้วย เพราะการอ่าน คุณไม่ได้ลองเอง คุณจำอย่างเดียว แล้วคุณก็จะพูดจากสิ่งที่อ่านมา แต่พอมีอะไรที่ผิดพลาดจากตัวหนังสือ มันก็ไปต่อไม่ได้ แต่พวกครูพักลักจำหรือพวกเรียนรู้อเอง ผมว่ามันมีประสบการณ์ แล้วมันคือตัวที่จะบอกและแก้ไขปัญหาตรงนั้นให้

ทวิสต์แบบจิตต์สังข์

วิธีการทำงานของผม ผมเป็นคนไม่ชอบคิดอะไรที่เข้าใจยาก บางคนทำงานศิลปะให้มันเข้าใจยาก พูดให้ฟังแล้วก็ยังไม่รู้เรื่อง คือบางมุมมันก็เทนะ เจ๋งดี ไม่รู้เรื่องดี แต่เราก็ไม่จำเป็นต้องไปพยายามเข้าใจหรอก เลือกเสพในเรื่องอื่นแทนก็ได้ เช่น รูปแบบน่าสนใจ เพลงเขาเพราะ หรือซีรีส์เขาสวย ไม่จำเป็นต้องเข้าถึงทุกเรื่องที่เขาพูดก็ได้ เพียงแต่รับเรื่องที่เราชอบ เราก็สุขแล้ว ฉะนั้นวิธีการทำงานของผมก็คือ การคิดซึ้งๆ มองเห็นแบบนี้ก็ทำแบบนี้ แต่แปลงมาเป็นการวาด แล้วแต่มุมมองและการตีความของเรา เวลาจะสร้างงานผมก็คิดซึ้งๆ เพียงแต่ทวิสต์นิดหนึ่งว่าจะวาดหรือปั้นหรือจะทำวิดีโอ ผมคิดว่าวิธีแบบนี้มันก็ยัง

ใช้ได้อยู่ ปรับนิดหนึ่ง ทวิสต์นิดหน่อย เช่น เปลี่ยนรูปทรง เปลี่ยนวัสดุที่ใช้

อีกอย่างคือการรู้จักแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การเรียนจิตรกรรมมันช่วยให้คุณเป็นคนทำสิ่งนี้ได้ เช่น วาดผิดแล้วพรงนี้จะต้องส่งงาน จะทำยังไง ผมเลยรู้สึกว่ามีสอนการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าค่อนข้างเยอะ อย่างงานเสื้อมันก็ต้องการวิธีแก้ปัญหาที่รวดเร็ว สด แล้วบางทีการเดินมันก็ได้อะไรคือมันอาจจะผิดพลาดบ้าง แต่พอดีสายอาชีพเราไม่ได้ไปสร้างยานอวกาศให้ใครที่หากผิดไปนิดหนึ่ง โลกจะล่มสลาย ณ เวลานั้น แต่มันคืองานสร้างสรรค์ มันเลยค่อนข้างเปิดมาก เรียกว่าอย่าเอาอะไรมาปิดกั้นความคิด อนุญาตให้พอเติมก็ แต่เดี๋ยวเวลาลงมือทำ หรือต้องไปทำงานกับคนอื่น ก็ต้องเป็นฟังก์ชันที่ตอบรับ ต้องเป็นชีวิตจริงให้ได้ด้วย

ศิลปะที่เข้าถึงคนทุกกลุ่ม

การทำงานแพชชันหรืองานศิลปะมันเป็นเรื่องของการทำงานกับคนหลากหลาย ผมได้เรียนรู้เรื่องนี้มาก อย่างเวลาผมออกแบบขนาดว่าเราเบาแล้วนะ แต่มาร์เกตติงอาจจะบอกว่า 'มันลึกลับไป ไม่มีใครเข้าใจหรอก

“

ผมว่าเราไม่ต้องเถียงกันเรื่องคุณค่าหรอก เพราะยุคนี้มันมีทางเลือก แต่ก่อนอาจจะ มีทางเลือกเดียว เริ่มจากคุณทำงาน ศิลปะเพื่อพระเจ้า ศาสนา แล้วถึงมาเป็นบุคคล สังคม จนมาถึงจุดของตัวฉันเท่านั้น อีกหน่อยมันอาจจะเปลี่ยนไปอีกก็ได้ หรืออาจจะย้อนกลับก็ได้ ดังนั้นคุณค่าของมันน่าจะอยู่ที่ การยอมรับ มีคนชอบก็แปลว่ายอมรับ ”

หรือเสื้อผ้าแบบนี้ ใครจะใส่ อันนี้ผมโดนบ่อย โดยเฉพาะยุคที่มาร์เกตติงบูม หลังยุค พ.ศ. 2540 ที่เศรษฐกิจพัง แล้วเราจำเป็นต้องมีมาร์เกตติงจริงจัง ซึ่งก่อนหน้านี้คนที่จะกำหนดสไตล์หรือการผลิตคือเจ้านาย หรือไม่ก็ช่างที่เป็นคนกำหนดว่าทำได้แค่ 200 ตัวอะไรแบบนี้ แต่หลังจากยุคปี พ.ศ. 2540 ทุกอย่างก็เปลี่ยนไป จากที่เคยผลิต 200, 500 หรือจากเป็นพันตัว เหลือแค่ 3 ตัว ซึ่งเป็นตัวอาร์ตพีชเลยนะ ถามว่ามีคนซื้อไหม มีนะครับ ทั้งชาวอังกฤษ เกาหลี ฝรั่งเศส มารอซื้อ คือมันมีคนที่ชอบอะไรไม่เหมือนใครแล้วยอมจ่ายเหมือนซื้องานศิลปะ เพราะมันเป็นตัวพ้อ ตัวหัวหอม ที่ทำหน้าที่เป็นตัวเล่าเรื่องทั้งหมด เสร็จแล้วเดี่ยวเรามีตัวขายต่อที่เป็นตัวลูก ซึ่งอาจจะขาย 500 ตัว หรือขายไปเรื่อยๆ ไม่มีวันจบก็ได้ สมมติต้นทางเราทำเสื้อที่เจาะรูขาดๆ เลย ซึ่งมีคนซื้อ แต่ชื่อน้อย เราทำแค่ 5 ตัว สาขาละตัว แล้วก็เดี๋ยวมีตัวรองลงมาอีก ราคาดีหน่อยอาจจะเจ้าน้อยลงที่เหลือพิมพ์หลอก พอเสตีต่อไป ก็เหลือแค่พิมพ์ลายให้เหมือน เจาะรูอย่างเดียว อะไรแบบนี้เพื่อขายแมส ซึ่งก็เป็นวิธีการทำงานที่กลุ่มดีไซเนอร์กับกลุ่ม มาร์เกตติงพยายามทำความเข้าใจกันมากขึ้น ให้เกียรติกันมากขึ้น

คำว่าศิลปะสำหรับคนทุกกลุ่ม มันไม่ใช่แค่กับผู้บริหารด้วยนะ มันคือกับคนทำงานด้วยการทำให้ช่างยอมรับเรา ทำงานให้เรา ก็เป็นอีกสเกลที่ต้องฝึกขึ้นมา แล้วพอดีเราก็คงไม่ได้เป็นคนต่อต้านอย่างไม่มีเหตุผล มีภาคที่ประนีประนอมพอสมควร เราารู้สึกว่าทุกอย่างเป็นเรื่องที่น่าจะทำได้ บางทีมันอาจจะทำกาย

ด้วยซ้ำถ้าเราเอาชนะมันได้ แล้วเป็นสิ่งที่เราไม่เคยเจอ ไม่เคยได้สัมผัสตอนเรียน มันก็เลยท้าทาย การที่จะเอาชนะมารเกิดตึงได้ชนะใจช่างได้ นี่มันเป็นโกลที่ดีของเราละ

สไลด์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามวัยและการเรียนรู้จากการแผ่ออก

เรื่องสไลด์ก็ต้องยอมรับว่าทั้งปรับและเปลี่ยนไป ด้วยวัย ด้วยหุ่นเราด้วยการที่จะไปลองเสื้อผ้าเหนือแบบสมัยก่อนที่สวนจตุจักรทั้งวัน มันก็ไม่เกิดแล้วเพราะอาจจะตายคาสวนได้ (หัวเราะ) แต่เราก็มีวิธีที่ปรับเปลี่ยน เช่น เราก็พอจะมีสตางค์ทำพื้นที่ให้เป็นที่โชว์เสื้อผ้าให้เยอะที่สุด เพราะผมเชื่อว่าการพับเสื้อผ้าหรือปล่อยให้เสื้อผ้าอยู่ในตู้ มันไม่ได้ใช้หรอกเหมือนหนังสือ มีผู้ใหญ่คนหนึ่งเป็นคนรักหนังสือมาก เขาสอนผมว่าให้ “ฉีก” เลยเราบอก ‘เฮ้ย ใครเขาฉีกหนังสือ คนรักหนังสือเขาต้องห้ามฉีก’ เขาตอบว่าถ้าไม่ฉีกมันก็อยู่ตรงนั้นนะ ฉีกมาปะแล้วคุณจะเห็นฉะนั้นคนเป็นดีไซเนอร์หรือศิลปิน คุณจะเห็นว่าคนพวกนี้จะมีบอร์ดๆ หนึ่งให้ปะเจอแรงบันดาลใจ เจออะไรมาปะๆ มันเป็นการทำงานที่เวิร์กที่สุดนะ คุณควรจะมีแบบนี้ยักษ์ๆ แบบที่เห็นว่าผมชอบแผ่ทุกอย่างออกมาให้เห็นมันได้เห็น แล้วมันจะทำงานต่อได้

คุณค่าของศิลปะในยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

ผมว่าเราไม่ต้องเถียงกันเรื่องคุณค่าหรอก เพราะยุคนี้มันมีทางเลือก แต่ก่อนอาจจะมีทางเลือกเดียว เริ่มจากคุณทำงานศิลปะเพื่อพระเจ้า ศาสนา แล้วถึงมาเป็นบุคคล สังคม จนมาถึงจุดของตัวฉันเท่านั้น อีกหน่อยมันอาจจะเปลี่ยนไปอีกก็ได้ หรืออาจจะย้อนกลับก็ได้ ดังนั้นคุณค่าของมันน่าจะอยู่ที่การยอมรับ มีคนชอบก็แปลว่ายอมรับ คนชอบเยอะก็ยอมรับเยอะแค่นั้นเอง ศิลปะจึงเป็นอะไรก็ได้ ปลูกข้าวก็ได้ ผัดข้าวก็ได้ คือแล้วแต่ผู้บริโภค ต่อให้คุณไม่ได้ชื่อ คุณก็คือผู้บริโภคคนหนึ่งอยู่ที่นั่นศิลปะมันอยู่คู่กับการตลาดมานานแล้วตั้งแต่ปักษิณ แอนดี วอร์ฮอล เจฟฟ์ คูนส์ หรือเดเมียน เฮิร์สต์ ศิลปินไทยเองก็เยอะอย่างเพื่อนผมหลายๆ คน ดูเหมือนไม่มารเกิดตึง แต่มารเกิดตึงสุดๆ เลยก็มี

เจเนอเรชันกับความคิดแบบศิลปิน

ให้โอกาสผมด้วยนะครับคนรุ่นใหม่ (หัวเราะ) การทำงานกับคนรุ่นใหม่บางครั้งก็ต้องปรับเข้าหากัน ต้องขอโทษที่ใช้คำว่าเด็กรุ่นใหม่เพราะเป็นอย่างนั้นจริงๆ บางคนถ่ายรูปงานแล้วส่งมาให้ดู สเกลอะไรแล้วสีก็เพี้ยน สัมผัสก็ไม่ได้ แต่ผมก็พยายามเข้าใจว่าเขาเกิดมาในยุคนี้ ก็เรียนรู้แบบนี้ แต่ผมก็ยังถนัดแบบนี้ละ คือแพ้ให้ดูก่อน

แล้วขอวางไว้อย่างนี้ เราอาจจะเดินผ่านไปผ่านมา มันจะคิดได้จากการที่มันแผ่อยู่ ผมยังไม่ถนัดแผ่นจอเท่าไร งานที่จบบนจอ มันก็ควรเป็นงานวิหวล ไม่ใช่เอางานที่ต้องจบด้วยการสวม การสัมผัสมาจบบนหน้าจอ มันก็คงได้ถ้าต้องได้ แต่มันไม่จริงแท้

พอโตแล้วผมรู้ว่า คุณควรจะเรียนรู้ที่จะเป็นตัวเองให้ได้ สิ่งที่จิตรกรรมสอนไม่ผิด เพราะว่า คุณจะเริ่มสร้างตัวตนของตัวเองตอนอายุเท่าไร ถ้าคุณไม่เริ่มสร้างตั้งแต่เด็กมาเรื่อยๆ แล้วเดี๋ยวคุณค่อยมาจูนตัวเองกับสังคมที่หลังก็ได้ เหมือนปั้นความเป็นตัวเองให้ชัดมาก่อน แล้วค่อยออกมาเคลียร์ตัวเองเข้ากับสังคม ซึ่งตรงนี้บางคนเปลี่ยนได้ บางคนก็อาจเปลี่ยนไม่ได้ มันก็ต้องมีขวากหนามบ้าง มีสู้รบบ้าง แต่ที่สุดคุณก็จะหาจุดที่คุณสบายใจเจออย่างลูกผมก็เป็นเด็กรุ่นใหม่ ผมก็ไม่ได้คาดหวังให้เขามาเป็นศิลปิน อยากรู้แค่ให้ทำอะไรก็ได้ที่ไม่ทำร้ายคนอื่น ไม่ทำร้ายสังคม และอยู่ด้วยตัวเองให้ได้ เพราะชีวิตผมก็อยากให้เป็นได้อย่างนั้น

แล้วก็อยากบอกว่า อย่าหยุดที่จะฝันถึงแม้ว่าเราจะอยู่ในโลกของความจริง เราก็ควรจะปั้นความฝันนั้นไปเรื่อยๆ รัปๆ ทัาะเพราะอย่างผม บ่นๆ กับเพื่อนแป็บเดียวก็ 60 แล้ว ก็นั่นแหละครับเพราะมันแป็บเดียวจริงๆ ฉะนั้นจะทำอะไรทำเลย ผิดพลาดไม่เป็นไร ในวัยคุณยังผิดพลาดได้อีกเยอะ รับผิดชอบก่อน แล้วทำมันให้เสร็จ อย่ารอ

ผลงานต่อไปของจิตต์สิงห์

ตอนนี้ผมมีเตรียมงานแสดงอยู่ น่าจะเป็นช่วงปลายปีหน้าที่ MOCA เป็นงานที่เราได้มองย้อนกลับไปยังงานเก่าๆ ของตัวเอง แล้วเอามันมาทำใหม่ เหมือนรีโนเวทใหม่ ตีความใหม่ อาจจะเปลี่ยนวัสดุและเทคนิคที่ใช้ เพราะแนวความคิดของผมคือ ผมคิดว่าปัจจุบันมันสร้างอนาคต คำที่อยู่ในหัวคือ Today is the future. ฉะนั้นงานที่ผมจะแสดงปีหน้า มันคือสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าสมัยอดีต ผมเห็นอนาคตยังไง ผมสนใจเรื่องมิติเวลา มิติโลกคู่ขนาน เรื่องของการเดินทางย้อนเวลา หรือการเดินทางไปสู่อนาคต ณ ตอนนี้เราอยู่ที่จุดไหนกันแน่ ●



ผลงานส่วนหนึ่งในขั้นตอนการเตรียมงานนิทรรศการแสดงผลงานภายในปี พ.ศ. 2566 ณ พิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย (MOCA Bangkok)



การบริหารความสัมพันธ์ กับคนดู ผู้ชม และลูกค้าสำหรับธุรกิจศิลปะ

กับ “ณัฐพัชญ์ วงษ์เหรียญทอง” ที่ปรึกษาและเทรนเนอร์ด้านการตลาด

เมื่อมีธุรกิจก็ย่อมเกิดความสัมพันธ์ระหว่างตัวธุรกิจเองกับคนเป็นลูกค้า เช่นเดียวกับการเกิดงานศิลปะก็ย่อมมีความสัมพันธ์ระหว่างคนที่ เป็นผู้สร้างสรรคงานศิลปะกับตัวผู้ชมเอง ซึ่งแน่นอนว่าการรักษาความสัมพันธ์ให้ดีขึ้นเป็นเรื่องที่จำเป็นอยู่พอสมควร เพราะหากความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นนั้นไม่ดีแล้ว ก็อาจจะทำให้คนที่ เป็นกลุ่มเป้าหมายยุติการติดต่อ ความสนใจ หรือไม่ขอเป็นผู้สนับสนุนงานศิลปะนั้นๆ

ผมเองก็เคยอยู่ในแวดวงของการทำงานด้านศิลปะการแสดง การทำงานละครเวทีซึ่งก็มีประสบการณ์อยู่หลายครั้ง ที่จากเดิมมีความสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มละคร ผู้ผลิตละคร จนกลายเป็นผู้ติดตามผลงานสนับสนุนอยู่เนืองๆ แต่ก็มีเหตุให้ความสัมพันธ์นั้นเปลี่ยนไป เกือบไว้ จนลดละ และเลิกการเป็นผู้สนับสนุนงานศิลปะไปตรงนี้เองหลายคนอาจจะบอกว่ามันเป็น

เรื่องของตัวผู้ชมที่เปลี่ยนไป เช่น สนิยมเปลี่ยน หรือไม่มีความสนใจในงานที่ตัวเองสร้างมาแล้ว แต่กระนั้นเองก็เป็นเรื่องชวนคิดต่อว่า แล้วกับตัวผู้สร้างสรรคผลงานนั้น จะไม่สามารถทำอะไรได้เลยหรือ ซึ่งในความเป็นจริงแล้ว มันก็มีสิ่งที่ตัวผู้สร้างสรรคสามารถบริหารจัดการได้เช่นกัน และนั่นก็คือเรื่องที่ว่าจัดการธุรกิจ มักเรียกว่า “การบริหารความสัมพันธ์กับ

ตัวลูกค้า” (Customer Relationship Management) ที่เราสามารถเอาหลักการมาปรับใช้กับแวดวงศิลปะได้ด้วยเช่นกัน เพื่อให้เข้าใจคอนเซปต์เรื่องของ การบริหารความสัมพันธ์นี้ เราอาจจะแบ่งเป็น 3 ช่วงความสัมพันธ์ที่ศิลปินอาจจะใช้ ลองคิดว่าเราจะทำอะไรได้บ้างเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มเป้าหมายที่จะเสพงานศิลปะของเรา



1

ช่วงก่อนที่จะสนใจงานศิลปะของตัวศิลปิน

กล่าวคือ คนทั่วไปที่อาจจะยังไม่ได้รู้จักตัวศิลปิน หรือไม่ได้มีความสนใจในงานของศิลปิน โดยความสัมพันธ์ในช่วงนี้มักจะเป็นการบริหารชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของตัวศิลปินเองให้เป็นที่รู้จักในเชิงบวกกับกลุ่มเป้าหมาย โดยแม้ว่าอาจจะยังไม่สนใจในตัวงานหรือธุรกิจ แต่ก็ดีกว่าการที่คนจะมีภาพจำในแง่ลบ ซึ่งทำให้ภายหลังอาจจะปฏิเสธหรือไปถึงขั้นไม่แนะนำออกต่อก็ได้

2

ช่วงที่รู้จักแล้วเข้าสู่กระบวนการเป็นลูกค้า / ผู้ชม / ผู้ติดตาม

ในช่วงนี้จะเป็นการที่กลุ่มเป้าหมายนั้นเข้าสู่การเป็นผู้ที่มีโอกาสจะเป็นลูกค้าหรือผู้ชมของตัวศิลปิน ซึ่งจะพัฒนาความสัมพันธ์เข้ามาในอีกระดับหนึ่ง โดยการบริหารความสัมพันธ์ในช่วงนี้จะเน้นการทำให้เกิดความคุ้นเคย มั่นคุ่น และสร้างความน่าสนใจทำให้กลุ่มเป้าหมายอยากทดลองที่จะมาเสพงานศิลป์ ทำให้เกิดแรงจูงใจที่มากขึ้นในวิธีต่างๆ

3

ช่วงของการได้เป็นผู้ชมและผู้ติดตามแล้ว

คือคนที่ได้มีโอกาสมาสัมผัสประสบการณ์ของงานศิลปะนั้นแล้ว และเราพยายามจะรักษาความสัมพันธ์ต่อไปเพื่อให้เขากลับมามีประสบการณ์ใหม่ในอนาคต ซึ่งก็จะเป็นการพยายามรักษาความสม่ำเสมอไม่ให้ห่างหายหรือร้างรากันไปนาน เช่นเดียวกับการทำให้ภาพลักษณ์และข่าวคราวของตัวศิลปินเองอยู่ในการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายอยู่เรื่อยๆ เป็นต้น



จากคอนเซปต์ที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าเราเข้าจริงแล้ว มีเรื่องที่เราต้องบริหารความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ชมอยู่หลายรูปแบบ ซึ่งถ้าจะคิดวิเคราะห์เชิงลึกก็อาจจะมีรายละเอียดปลีกย่อยเพิ่มเติมไปอีกพอสมควร แต่นั่นเองที่ถ้าใครสามารถบริหารสิ่งเหล่านี้ได้ดี ก็จะสามารถทั้งสร้างและรักษากลุ่มฐานผู้ชม ผู้ติดตาม และลูกค้าของตัวเองเอาไว้ได้นั่นเอง ●

THE GALLERY



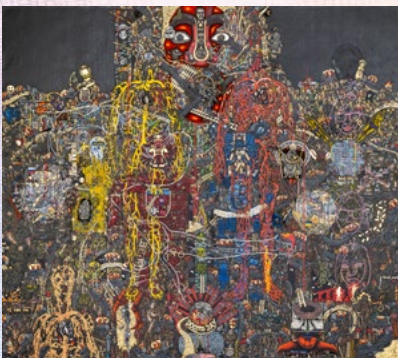
ถือเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จของแวดวงศิลปะไทย หลังผลงานชนะเลิศ การประกวดจิตรกรรมยูโอบี ประจำปี 2565 ของประเทศไทย สามารถคว้ารางวัลใหญ่ระดับภูมิภาคจากเวที 2022 UOB Southeast Asian Painting of the Year ได้ โดยเอาชนะสายตาคณะกรรมการตัดสินที่เป็นศิลปิน นักวิจารณ์ศิลปะ ภัณฑารักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะจากในภูมิภาค ขึ้นแท่นผลงานที่โดดเด่นที่สุดจาก 4 ผลงานที่ได้รับรางวัลระดับประเทศจากประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย

The Winner of UOB Painting of the Year

เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม 2565 ธนาคารยูโอบี ประเทศไทย ได้จัดพิธีมอบรางวัลชนะเลิศ การประกวดจิตรกรรมยูโอบี ประจำปี 2565 ให้แก่ศิลปินเจ้าของรางวัลชนะเลิศในประเทศต่างๆ เพื่อเป็นการสนับสนุนศิลปินไทยในการสร้างสรรค์ผลงานที่สอดคล้องกับความมุ่งหมายของธนาคาร คือการค้นหาและบ่มเพาะศิลปินที่มีฝันและเต็มไปด้วยแรงบันดาลใจให้ได้ แสดงความสามารถและส่งเสริมความก้าวหน้าทางอาชีพของศิลปินให้เปล่งประกายตลอดจนช่วยสร้างอาชีพ และเป็นเวทีที่เปิดโอกาสให้ศิลปินอาชีพและศิลปินสมัครเล่นได้ แสดงผลงานให้แก่ผู้ชมทั่วทั้งภูมิภาค เพื่อสร้างให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

The Winner of 2022

ชมรวี สุขไสม
ศิลปะไทย



รางวัลชนะเลิศประเภทศิลปินอาชีพ Established Artist Category

สำหรับผลงาน “ศิลปะไทย” โดย ชมรวี สุขไสม นั้น เป็นผลงานเทคนิคสื่อผสมบนผ้าใบ สร้างสรรค์ผลงานที่ถ่ายทอดความพยายามต่อสู้ของมนุษย์ในโลกที่สับสนวุ่นวายผ่านประเด็นทางสังคม เศรษฐกิจ และสุขภาพ เช่น ภัยธรรมชาติ โรคระบาด สงคราม การแทรกแซงของประเทมหาอำนาจ และความเหลื่อมล้ำทางสังคม ซึ่งนอกจากจะเต็มไปด้วยรายละเอียดเล็กๆ ที่ซ่อนความหมายไว้มากมายแล้วยังสะท้อนถึงสภาพสังคมร่วมสมัยที่เป็นสัญลักษณ์ของความไม่สมบูรณ์ในโลกแห่ง

ความจริง โดยชมรวีกล่าวว่า “ผมต้องการสะท้อนความเป็นจริงของโลกที่ผู้คนต้องเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับสังคมและโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจากโรคระบาด สงคราม สู่ความตึงเครียดของสถานการณ์การเมือง และความเหลื่อมล้ำทางสังคม ผู้คนต้องรับมือกับความท้าทายทางสังคม สุขภาพ และเศรษฐกิจ ส่งผลให้มนุษย์ต้องตกอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่พึงประสงค์และน่าหวาดกลัว ซึ่งทำให้พวกเขาต้องปรับตัวเพื่อความอยู่รอด แต่ผมก็ยังเห็นถึงความรักและความดีท่ามกลางสถานการณ์เช่นนี้”

ด้านคณะกรรมการตัดสินการประกวดจิตรกรรมยูโอบี ประจำปี 2565 ต่างลงความเห็นว่า ผลงานดังกล่าวเป็นผลงานที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นจากการจัดองค์ประกอบ มีรายละเอียดที่เข้มข้น และเทคนิคการใช้ผู้คนที่ยอดเยี่ยม นอกจากนี้ ยังประทับใจกับความหมายที่ศิลปินต้องการสื่อถึงการสร้างความสมดุลให้กับโลกที่เราพบเจออีกด้วย ทั้งนี้ ชมรวีได้ร่วมส่งผลงานเข้าประกวดในเวทีการประกวดจิตรกรรมยูโอบีเป็นครั้งที่ 3 และประสบผลสำเร็จคว้ารางวัลชนะเลิศทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาคมาครองได้สำเร็จในปีนี้ ซึ่งไม่เพียงสร้างความดีใจและภาคภูมิใจให้กับ

ตัวเขา แต่ยังช่วยเติมเต็มความหลงใหลในศิลปะของศิลปิน พร้อมสร้างแรงบันดาลใจให้กับชุมชนและสังคมว่าศิลปะสามารถช่วยเปิดประตูสู่โอกาสได้อีกมากมาย



Established Artist คือ ประเภทศิลปินอาชีพ สำหรับศิลปินที่มีประสบการณ์หรือมีผลงานเป็น Portfolio ต้องเคยจัดแสดงผลงานแบบเดี่ยวหรือแบบกลุ่ม (ยกเว้นการจัดแสดงผลงานเพื่อจบการศึกษา) หรือมีหอศิลป์ส่งเป็นตัวแทนเข้าประกวด หรือเคยได้รับรางวัลจากการประกวดงานศิลปะที่เป็นที่ยอมรับ

และเมื่อวันที่ 3 พฤศจิกายน 2565 ธนาคารยูโอบี ได้มอบรางวัลชนะเลิศงานประกวดจิตรกรรมยูโอบีระดับภูมิภาค ประจำปี 2565 (2022 UOB Southeast Asian Painting of the Year) ณ โรงแรมครีครีตอเรีย ประเทศสิงคโปร์ ให้แก่ชบรวี สุขโสม จากผลงาน *“ดิสโทเปีย”* ให้เป็นผลงานชนะเลิศระดับภูมิภาค ซึ่งนับเป็นครั้งที่ 2 ที่ศิลปินผู้ชนะเลิศจากประเทศไทย สามารถคว้ารางวัลชนะเลิศสูงสุดในระดับภูมิภาคได้ พร้อมรับเงินรางวัลเพิ่มในฐานะผู้ชนะเลิศ UOB Southeast Asian Painting of the Year อีก 10,000 เหรียญสหรัฐ หรือราว 350,000 บาท นอกเหนือจากรางวัลชนะเลิศ UOB Painting of the Year 750,000 บาท รวมเงินรางวัลที่ได้รับกว่า 1 ล้านบาท พร้อมได้รับโอกาสในการรับคัดเลือกเข้าร่วมเป็นศิลปินในพำนัก ณ พิพิธภัณฑ์ศิลปะอะเซเชีย ฟุกุโอกะ ประเทศญี่ปุ่น



นาวัน พวงศ์
วิถีชีวิตชนบท 1



รางวัลชนะเลิศประเภทศิลปินใหม่ หรือสมัครเล่น
Emerging Artist Category

สำหรับผู้ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศประเภทศิลปินใหม่หรือสมัครเล่น (Most Promising Artist of the Year Award) ได้แก่ นาวัน พวงศ์ อายุ 23 ปี จากผลงาน *“วิถีชีวิตชนบท 1”* ด้วยเทคนิคสีผสมบนแผ่นไม้ บอกเล่าเรื่องราวอาชีพของชาวสวนมะพร้าวและวิถีชีวิตของผู้คนในชนบทที่

เรียบง่าย ไร้ความวุ่นวาย โดยผลงานชิ้นนี้ดึงดูดใจคณะกรรมการจากการถ่ายทอดเรื่องราวลงบนวัสดุธรรมชาติ ด้วยการเลือกใช้เปลือกมะพร้าวเป็นหลัก สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของชาวสวนมะพร้าวที่ยังคงดำเนินอยู่ในปัจจุบัน ขณะเดียวกันก็ยังแสดงให้เห็นถึงแนวคิดเรื่องความยั่งยืนจากการนำวัสดุธรรมชาติมาดัดแปลงสร้างสรรค์เป็นผลงานอีกด้วย

นาวันกล่าวว่า *“แนวคิดของผลงานสะท้อนวิถีชีวิตของครอบครัวผมเอง โดยที่ครอบครัวมีรายได้จากการประกอบอาหารที่มีมะพร้าวเป็นส่วนประกอบหลัก ทั้งชีวิตของผมรายล้อมไปด้วยมะพร้าวและเปลือกมะพร้าว แรงบันดาลใจของผมไม่ใช่แค่ชีวิตในชนบทและสิ่งแวดล้อม แต่ยังรวมถึงวัสดุหลักที่ใช้สร้างสรรค์ผลงานชิ้นนี้ด้วย”*

ทั้งนี้ นาวันเป็นศิลปินหน้าใหม่ที่ได้ส่งผลงานเข้าร่วมประกวดในเวทีศิลปะระดับประเทศนี้เป็นครั้งแรก และการได้รับการยอมรับในฝีมือและความสามารถในการถ่ายทอดแนวคิดลงสู่ผลงานจิตรกรรมที่ผลงานสะท้อนถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่ายกว่ายั่งยืน โดยรางวัลในครั้งนี้ไม่เพียงเป็นบันไดก้าวแรกที่จะช่วยเสริมความมุ่งมั่นปรารถนาในฐานะศิลปินให้กับเขาเท่านั้น

แต่ยังช่วยสร้างความมั่นใจในเส้นทางสู่ออาชีพครูสอนศิลปะของเขาอีกด้วย

สำหรับผู้ที่สนใจร่วมชมผลงานที่ได้รับรางวัลทั้งประเภทศิลปินอาชีพและประเภทศิลปินใหม่หรือสมัครเล่น สามารถเข้าชมนิทรรศการจิตรกรรมยูโอบี ประจำปี 2565 ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่ายได้ที่ ชั้น 1 อาคารยูโอบี พลาซ่า กรุงเทพฯ วันที่ 6 - 28 กุมภาพันธ์ 2566



สแกนเพื่อชมนิทรรศการออนไลน์จิตรกรรมยูโอบี ประจำปี 2565

Emerging Artist คือ ประเภทศิลปินใหม่หรือสมัครเล่น สำหรับศิลปินทุกท่านที่กำลังศึกษาด้านศิลปะ กำลังเริ่มต้นก้าวแรกสู่การเป็นศิลปินอาชีพหรือเพียงแค่มีอิทธิพลทางความคิด

ค้นวิธีคิดของ “โด่ง - พงษ์รัช อ่วยกลาง” ประติมากรผู้สร้างบทสนทนา ระหว่างพื้นที่และงานศิลป์



หากความสัมพันธ์ระหว่าง “ศิลปิน” กับ “ผู้ชม” คือรูปแบบความสัมพันธ์ที่มีความสำคัญและสลับซับซ้อน ในการสร้างและรักษาไว้ให้คงอยู่ยืนยาว ความสัมพันธ์ระหว่าง “งานศิลปะ” และ “พื้นที่” ก็มีความสำคัญ ไม่ต่างกัน เพราะหากศิลปินสามารถรังสรรค์งานศิลปะที่มีปฏิสัมพันธ์อันเหมาะสมกับพื้นที่โดยรอบ ณ ที่ ที่มันตั้งอยู่ได้แล้ว การจะทำให้งานศิลปะชิ้นนั้นๆ “ทำงาน” กับผู้ชม ก็อาจไม่ใช่เรื่องยากจนเกินไป ทั้งยังช่วยให้เกิดความสัมพันธ์ที่ราบรื่นและน่าประทับใจอีกด้วย

“โด่ง-พงษ์รัชอ่วยกลาง” ประติมากร และเจ้าของบริษัท Dong Sculpture คือ ศิลปินหนึ่งในนั้นที่สามารถกำหนดแนวทาง ในการสร้างสรรค์งานประติมากรรมขนาดใหญ่ ให้ทำงานเชื่อมโยงกับทั้งพื้นที่และผู้ชมได้อย่างดีเยี่ยม จนสร้างบทพิสูจน์ที่หลากหลาย และกลายเป็นศิลปินนักประติมากรที่หลายคน กำลังให้ความสนใจเกี่ยวกับกระบวนการทำงาน และแนวทางการสร้างสรรค์งาน ของเขาจากนี้และในอนาคต

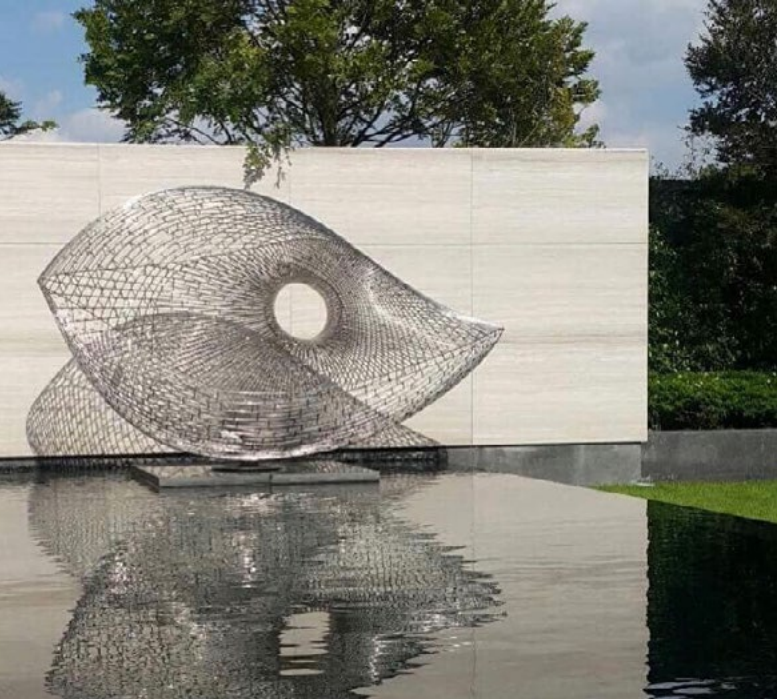
Q: ทำไมถึงสนใจทำงานที่มี ปฏิสัมพันธ์กับพื้นที่สาธารณะ มากกว่าการสร้างงานเพื่อไป จัดแสดงในแกลเลอรี

A: ผมว่าสิ่งที่เราสนใจในวันนี้คือ Public กับเมือง ซึ่งมีผลต่อสิ่งอื่นๆ ตามมา ไม่ว่าจะเป็นเจ้าของพื้นที่หรือภาครัฐเองก็ให้

ความสำคัญกับตรงนี้มากขึ้นเรื่อยๆ ผมไม่เคยเรียกตัวเองว่าเป็นศิลปิน ผมมักจะมีนิยามตัวเองว่าเป็นคนทำงาน บางคนอาจจะบอกว่าผมเป็นประติมากร แต่การทำงานด้านนี้มา 15-20 ปี ผมว่า ผลงานมันควรเป็นแรงบันดาลใจให้ নিজๆ ได้ อาจจะไม่ใช่แค่กับศิลปินรุ่นใหม่ แต่อาจจะ เป็นคนทำแลนดสเคปก็ได้ เป็นนักสร้างสรรค์ ก็ได้ เพราะศิลปินในความรู้สึกของผม ไม่ได้ หมายความว่าต้องมีเอ็กซิบต์แค่กับบอร์ดขาวๆ ผนังขาวๆ หรือแค่พื้นที่ขาวๆ แต่ศิลปิน ควรออกมาสู่กิจกรรมข้างนอกที่มีแล้ว มันดีและทำให้มันยังยืน เพราะศิลปะที่ดี มันควรทำงาน ผมชอบที่ศิลปะมันสื่อสาร เป็นพ็อร์ เป็นโฆษณา เพราะสุดท้ายมันจะทำให้คนได้ถกคุยหรือเสพเอาสุนทรียภาพ จากมันไปได้อย่างเต็มที่โดยไม่ต้องไป ช้อนอยู่หลังห้องหรือหลังโต๊ะใคร

Q: ผลงานแบบไหนที่เรียกว่ามัน “ทำงาน” กับพื้นที่และผู้คน

A: ในฐานะคนสร้างงาน ผมเชื่อว่า คาแรกเตอร์ในงานของผมมีอยู่แน่ๆ แต่ผม ต้องการให้มันแผ่วเบา เพราะฉะนั้นเวลาผม ทำงานกับสเปซไหนก็ตาม ผมต้องศึกษา หาข้อมูลของพื้นที่นั้นและรอบๆ นั้นก่อน ผมมองว่าชิ้นงานที่ดี ไม่จำเป็นต้อง พุ่งแทงออกมา แต่อาจเป็นอะไรที่เรา ไม่รู้สึกเลยด้วยซ้ำว่ามีศิลปะอยู่ มันควร กลมกลืนกับชีวิตเขาจนบางทีมันเหมือน เรามีกรณีประตูกที่บ้าน หรือเราไปวัดแล้วก็ ไม่ได้รู้สึกว่าเป็นเขตภัยพิบัติที่มันมี ขอบเขตชัด แต่มันมีอยู่ตรงนั้น บาง ครั้งบางพื้นที่ก็อาจจะต้องการก้อนอะไร บางอย่าง เราก็ไปสร้างก้อนนั้นให้เกิดขึ้น แต่ถ้าพื้นที่ไหนไม่ต้องการ เราก็อย่าไป ยึดเยียด



ผมเชื่อว่าการทำงานศิลปะในพื้นที่ คือ การทำยังงี้ก็ได้ให้สุนทรียภาพมันเปลี่ยนแปลง ให้มีสุนทรียภาพเพิ่มขึ้น ไม่จำเป็นต้องไปทำให้ใหญ่หรือไปทาสีแดงเพิ่มเข้าไปอีกให้มันเด่น เพราะถ้าเราศึกษามันมากพอ เมื่อทำงานเสร็จแล้ว เราเดินออกมาจากพื้นที่ ตัวงานศิลปะจะเป็นตัวสื่อสารกับผู้คนเอง มันจะเชื่อมโยงกับคนได้เอง

Q: เคยเจอกับข้อจำกัดหรือเงื่อนไขที่ท้าทายจากการทำงานในพื้นที่ที่หลากหลายบ้างไหม

A: ตลอดการทำงานของผม ผมเจอมาแทบทุกเงื่อนไขเท่าที่มนุษย์จะเจอแล้ว แต่เวลาผมทำงาน ผมจะแยกชิ้นงานกับกระบวนการทำงานออกจากกัน คนอาจจะเห็นชิ้นงานสำเร็จของเราแล้วรู้สึกว่ามันเป็นศิลปะ แต่กระบวนการหรือระบบที่ทำให้เกิดมันขึ้นมา มันไม่จำเป็นต้องสวยหรูดูงามจนเป็นศิลปะก็ได้ มันก็ย่อมมีกระบวนการทำงานที่เป็นไป ตั้งแต่การต่อราคา รับบริฟ นำเสนอคอนเซปต์ หรือคุยกับคนที่จะมาชัพพอร์ตหรือจ้างงานเรา มีการแก้งานปรับเปลี่ยน ตัดตั้ง การส่งออก ประกันผลงาน ไปจนถึงเรื่องการจ่ายภาษีเลยก็ได้

แล้วการทำงานแบบผม มันจะมีเพื่อนร่วมอาชีพที่ต้องทำงานด้วยกันเยอะ ทั้งสถาปนิก นักออกแบบตกแต่งภายใน หรือคนที่ทำแลนด์สเคป แต่ละคนที่ร่วมกันมาทุกคนก็มีเงื่อนไขของตัวเอง แต่ก็ช่วยกันแชร์ไอเดีย ให้คำแนะนำกันในแต่ละส่วนด้วย ซึ่งผมก็ใช้วิธีรับฟัง เคารพซึ่งกันและกัน

บางอย่างเป็นเรื่องที่ตีผมก็เอามาพัฒนาหรืออันไหนที่ผมว่ามันไม่เข้า เขาก็ไม่ได้มากำหนดอะไรมา เพราะในอาชีพแล้ว ทุกคนควรให้เกียรติกันเป็นเรื่องปกติ

Q: การทำงานร่วมกับคนในสาขาวิชาชีพอื่นๆ สำหรับศิลปินควรมีแนวทางการทำงานร่วมกันอย่างไร

A: ผมไม่อยากสร้างประติมากรรมที่เป็นแค่เปลือกที่อยู่ในตัวของอินทีเรียร์แล้วมองไม่เห็น แล้วก็อยากแค่สร้างฟอร์มเพื่อจะบอกว่ามันคือคาแรคเตอร์อะไร แต่งานประติมากรรมมันต้องมีส่วนร่วมทำหน้าที่เป็นจิ๊กซอว์เชื่อมระหว่างพื้นที่ อินทีเรียร์และพื้นที่แลนด์สเคป ไม่ใช่เป็นตัวขโมยซีน แต่ต้องอยู่ร่วมกันอย่างกลมกลืนมากกว่า ประติมากรรมก็ต้องไม่ไปดบังให้ตัวสถาปัตยกรรมดูดีด้อยลง แต่มันมีภาษาที่เชื่อมโยงกันทั้งหมด ผมถึงบอกว่างานผมมันเป็นมากกว่าประติมากร แล้วผมเชื่อว่าคนทำงานตรงนี้ควรมีความรู้ในสภาพแวดล้อมจริงๆ ด้วย ไม่จิ้นคนทำแลนด์สเคปเขาอุตสาหสร้างพื้นที่ให้เรา แต่เราไปทำลายแบบนั้นมันก็ไม่เกิดการเชื่อมต่อ พอเรามีความเข้าใจในพื้นที่ ผมเชื่อว่าคนก็อยากร่วมงานในความรู้ ในเขตของเรา ในมุมมองและทัศนคติของเรา ไม่ใช่แนะนำแต่สิ่งที่ตัวเองชอบ หรือยึดยึดดสโตนตัวเองใน Public

อีกอย่างผมเชื่อว่าวันนี้สังคมเองมีความสนใจเกี่ยวกับงานศิลปะที่เปิดกว้างขึ้นแล้วก็ยังมีพื้นที่ใหม่ๆ ที่ให้การสนับสนุนความคิดใหม่มากขึ้นเช่นกัน ในส่วนคนที่

เรียนศิลปะหรือสร้างสรรคศิลปะก็มากขึ้น แม้กระทั่งผู้สนับสนุนที่มีความเข้าใจก็มากขึ้นด้วย ศิลปินเอเชียนใหม่ๆ ถ้าคุณเริ่มมีคนรู้จัก มีชื่อเสียงจากสื่อที่สนับสนุนก็ย้ายออกไปสู่พิธีกรรมต่างๆ ของการเป็นศิลปิน อย่างการมีอีโก้และเริ่มไม่สนใจ ไม่ทำ ความเข้าใจอะไร เพราะผมว่าถ้าคุณเปิด การรับฟัง เปิดมุมมอง และวิธีคิดใหม่ๆ แบบเชื่อมต่อกับสังคมหรือคนรอบๆ คุณให้ได้ด้วย เมื่อนั้นแล้วผมว่าศิลปินก็จะเป็นสิ่งที่น่ารัก น่าเข้าหาไปด้วย เพราะส่วนตัวผมแยกศิลปินออกจากศิลปะอย่างชัดเจน

Q: ทำไมเราถึงควรแยก “ศิลปิน” ออกจาก “ศิลปะ”

A: ผมว่าเพราะ “ศิลปะ” เราวิจารณ์ได้ เราชอบได้ เกลียดได้ เราวิเคราะห์ได้ เห็นดีด้วยได้ ไม่ดีด้วยก็ได้ เพราะศิลปะเปิดกว้างให้เราได้พูดถึง ได้สร้างบทสนทนา ได้ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยน และมันก็ทำหน้าที่สื่อสารกับเรา เพื่อให้เราพัฒนาในแง่ของความคิดได้ อันนั้นคือศิลปะ

ศิลปินก็คือคนธรรมดา แต่ศิลปินก็ไม่ควรเอาความโกรธที่คนพูดถึงงานตัวเอง มาคิดเยอะไป เพราะ ณ เวลาที่งานตั้งหรือจัดแสดงอยู่ คุณก็อาจไม่ได้มีสิทธิ์ไปอธิบายก็ต้องปล่อยให้ศิลปะทำหน้าที่ของมันเอง ใครเขาจะพูดถึงยังก็เรื่องของเขา ศิลปินก็ทำหน้าที่ผู้สร้างงานพอ ถ้าแยกออกจากกันไม่ได้เมื่อไร แล้วปิดกั้นไม่ให้มีการวิจารณ์หรือพูดถึง สิ่งที่พัฒนากับตัวศิลปินก็เกิดขึ้นได้ยาก เพราะสำหรับผมเอง ก็จะรับฟังจากที่คนอื่นพูดถึงทั้งที่ดีและไม่ดีเพื่อนำมาพัฒนาและขับเคลื่อนตัวเองเหมือนกัน แต่ก็ไม่ต้องไปติดกับคำชมหรือคำวิจารณ์มากเกินไป แค่นั้นเองครับ



Base of Life

Q: ถ้าได้ทำงานที่ไม่ต้องมีโจทย์มาจำกัด คุณอยากสร้างงานแบบไหนขึ้นมา

A: อาจจะเป็นเพราะว่าวันนี้ผมมีลูกมั้งครับ พอมีลูกแล้ว ผมรู้สึกอยากให้ศิลปะมันเป็นเรื่องที่ทุกคนควรมีทางเลือกในการเสพได้ ศิลปะไม่ควรถูกจำกัดว่าควรเป็นอะไรหรือตั้งอยู่ที่ไหน แค่เดินเข้าไปในสวนสาธารณะ ก็ควรเป็นศิลปะได้ ในสวนอาจมีน้ำไหล มีธารน้ำ หรือมีเด็ก ๆ ที่มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่างๆ ในนั้น ผมอาจจะตกแล้วน้ำไหลลงมาจากถนน คนเขาก็ยังไม่มาเรียงต่อกัน มีร่องน้ำโค้งไปโค้งมาเล็กๆ อยู่กลางสวน ที่เด็ก ๆ เอาใบไม้ไปลอยแล้วก็วิ่งมาเก็บใบไม้อีกฝั่ง พวกนี้ก็คือศิลปะที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ แล้วผมว่านั่นคือความสุขหนึ่งที่ไม่เห็นต้องใช้ศิลปินชื่อดังหรือโจทย์ยากๆ ในการเสพเลย

ผมว่าปัญหาของบ้านเมืองเราคือเราไม่มีสวนประติมากรรม (Sculpture Park) สิ่งหนึ่งที่ผมอยากทำก็คือการกำสวนหรือเป็นกึ่งสวนน้ำแบบ Water Sculpture ก็ได้ ยังมีโควิด-19 คนยังต้องการพื้นที่ข้างนอกเยอะขึ้น แล้วมันจะตอบช่วงหน้าเทศกาลที่คนออกไปเที่ยวเยอะๆ ถ้าเรามีส่วน เป็นสนาม เป็นต้นไม้ มีประติมากรรมเปิดให้คนทั่วไปได้เข้าถึงก็อยากทำ แล้วก็

อยากต่อยอดไปร่วมงานกับทางแลนด์สเคปจริงจังมากขึ้นเลย คือออกแบบพื้นที่ขึ้นมาให้เป็นประติมากรรมหรือเป็นงานศิลปะเลย ไม่ใช่แค่อาร์ตฟอร์มที่ตั้งบนตึก หน้าตึกหรือหน้าอาคาร ผมหวังว่าถ้าเมืองมันจะพัฒนาต่อ วันหนึ่งมันจะเหมาะสมที่จะสร้างอะไรแบบนี้ ที่เป็นของสาธารณะจริงๆ แล้วก็ก็ต้องคิดให้มันยั่งยืนและเกิดประโยชน์มากที่สุด

Q: คุณมีโอกาสได้ทำงาน Base of Life ให้กับอาคารยูโอบี พลาซ่า กรุงเทพฯ ด้วย คอนเซ็ปต์ของงานชิ้นนี้เป็นอย่างไร

A: จริงๆ แล้ว งานผมส่วนใหญ่จะเริ่มทำงานร่วมกับอินทีเรียร์ แล้วสิ่งที่เราจะได้มาก่อนก็คือสเปซ ที่ช่วยให้เรารู้อำนาจของชิ้นงานควรจะเป็นประมาณไหน ขนาดอะไรเท่าไร ส่วนในแง่คอนเซ็ปต์ผมอยากจะสะท้อนถึงการส่งเสริมงานศิลปะขององค์กรแบบยูโอบี แล้วก็มาผสมกับความคิดส่วนตัวในเชิงฮิลด์ ผมเชื่อว่าการสร้างอะไรขึ้นมา ก็อาจเป็นการทำลายบางอย่างเช่นกัน ฉะนั้นการเปลี่ยนวัสดุที่ทิ้งแล้วต่างๆ เช่น เศษเหลือจากการก่อสร้างที่นำมารีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้จึงเป็นสิ่งที่ผมนำมาคิดและต่อยอด โดยใช้เทคนิคการนำมา

กับซ้อนเพื่อให้เกิดสุนทรียภาพใหม่จากวัสดุที่ทิ้งแล้ว

ทั้งหมดมันก็เลยออกมาเหมือนเป็นกล่องอะคริลิกที่ใช้ลูมึเนียม ทองแดง ใช้เศษดิจิทัลต่างๆ มาอัดซ้อนกันจนเกิดเคิร์ฟลวดลายคล้ายในธรรมชาติอย่างภูเขา ต้นไม้ ร่องน้ำ แม่น้ำ ท้องฟ้า เป็นการสะท้อนแนวคิดว่าจะอะไรที่มาจากธรรมชาติแล้วก็จะกลับคืนสู่ธรรมชาติ ผ่านวัสดุเหลือใช้ที่ถูกนำมาเปลี่ยนให้เป็นสุนทรียภาพในแง่ศิลปะ

Q: มองว่าตัวเองประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำอยู่แล้วหรือยัง

A: ผมอาจจะไม่ได้ประเมินตัวเองว่าสำเร็จแล้วหรือยัง แต่มันจะมีความรู้สึกอยู่อย่างหนึ่งเวลาที่ผมเอางานไปติดตั้ง แล้วผมจะกลับไปดูงาน พอเรากลับไป จะเข้าไปดูงานตัวเองยังอยากเลยนะ เพราะคนที่อยู่ตรงนั้นเขาเกิดความรู้สึกหงวนงานชิ้นนั้นไปแล้ว แต่เราก็ไม่เคยไปบอกเขาว่า เอ้ย นี่งานผมเอง ผมกลับมองว่านั่นเป็นเรื่องดี เพราะงานศิลปะมันเชื่อมต่อกับพื้นที่ เชื่อมต่อกับคนขององค์กรหรือคนแถวๆ นั้นแล้ว กลายเป็นความรู้สึกว่างานนั้นมันเป็นของเขาที่ต้องดูแล ไม่ใช่เป็นงานศิลปะของศิลปินคนที่สร้างมันอีกต่อไป

แล้วการที่วันนี้องค์กรไหนที่อยากมีประติมากรรม มีชิ้นงานในพื้นที่ แล้วมีชื่อผมขึ้นมาในข้อยศที่จะเลือก ผมเชื่อว่านั่นเป็นผลของศิลปะที่ได้ทำหน้าที่สื่อสารกับคนแล้วเขาเห็นความสำคัญ เพราะผมเองไม่เคยได้ไปยืนอยู่ข้างงานแล้วบอกว่าศิลปะของผมมันดี มันมีความสำคัญยังไง แต่ตัวมันเองที่ทำให้เขานึกถึงข้อยศที่เป็นโด่งขึ้นมา ฉะนั้นถ้าถามว่าผมประสบความสำเร็จหรือยัง คำตอบมันคงเหมือนกับถามว่าศิลปะคืออะไร ผมเชื่อว่าถ้ามนุษย์เจอคำตอบว่าศิลปะคืออะไรแล้ว โลกนี้มันก็จะไม่มีศิลปะหรือเปล่า ผมก็เหมือนกัน อาชีพนี้ถ้าถามความสำเร็จคืออะไร ศิลปะก็อาจจะไม่ต้องทำงานอีกแล้ว อาชีพศิลปินสำหรับผมมันเลยเหมือนถูกสถาปนา เพราะอาชีพนี้ยิ่งแก่ยิ่งหยุดไม่ได้ ต้องทำงานไปเรื่อยๆ ณ วันนี้เรายังอยากทำ ยังมีแพสชันกับสเปซใหม่ๆ อยู่เสมอ แล้วถ้าถามว่าอะไรคือความสำเร็จ ผมว่ามันคือเราสำเร็จที่ได้รับโอกาส ซึ่งเป็นเรื่องที่ทำให้เรารู้สึกดีที่ได้โอกาสนั้นให้มันดีที่สุ่มมากกว่า ●

Art World 2023

ส่องความเคลื่อนไหว ของโลกศิลปะในปี 2023

พบกับหลากหลายเทรนด์ผลงานศิลปะที่น่าสนใจ และแนวโน้มที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มนักสะสมและผู้ชมงานศิลปะทั่วโลกในปี 2023 เพื่อให้คุณได้ก้าวทันกระแสความเปลี่ยนแปลงในโลกศิลปะ และสามารถแสวงหาผลงานศิลปะได้อย่างสนุกและเต็มอรรถมากยิ่งขึ้น

ความนิยมและมูลค่าของประติมากรรมที่เพิ่มมากยิ่งขึ้น

มีการคาดการณ์ว่าในปี 2023 นี้ งานประติมากรรมจะมีแนวโน้มเป็นที่นิยมในหมู่นักสะสมมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากผลการเปิดประมูลผลงานศิลปะภายใต้การจัดการประมูลของบริษัทประมูลชื่อดังหลายแห่งในปีที่ผ่านมา อาทิ Christie's และ Sotheby's ซึ่งมีผลงานประติมากรรมหลายชิ้นถูกประมูลไปในมูลค่าค่อนข้างสูง ทั้งในการจัดการประมูลในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

ในอดีตที่ผ่านมา ผลงานประติมากรรมที่มีมูลค่าสูงที่สุดในประวัติศาสตร์การประมูลงานศิลปะก็คือผลงาน *"L'Homme au doigt"* หรืออีกชื่อหนึ่งคือ *"The Man with the Finger"* ผลงานประติมากรรม

บรอนซ์ของ Alberto Giacometti ประติมากรชาวสวิสชื่อดัง ที่ถูกประมูลไปในมูลค่าสูงถึง 141.3 ล้านดอลลาร์ ภายใต้การจัดการประมูลของ Christie's เมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม ปี 2015 และในปี 2019 ผลงาน *"Rabbit"* ของ Jeff Koons ที่ถูกสร้างขึ้นในปี 1986 ก็ได้ถูกประมูลไปในราคา 91.1 ล้านดอลลาร์ สิ่งเหล่านี้กำลังแสดงให้เห็นถึงทิศทางอันสดใสของโลกศิลปะในอนาคต ที่ยังคงเต็มไปด้วยคุณค่า และมีมูลค่าอยู่เสมอในตลาดงานศิลปะและกลุ่มนักสะสมที่เห็นคุณค่าของมัน

Wall Art งานศิลปะแต่งงานที่ทรงคุณค่าทางจิตใจ

งานศิลปะไม่เพียงเป็นสิ่งที่จะช่วยจรรโลงใจและสร้างบรรยากาศที่ดีให้กับสภาพแวดล้อม แต่ยังช่วยยกระดับความสวยงามให้กับสถานที่และสร้างความประทับใจให้กับผู้พบเห็นหรือผู้ที่อยู่อาศัยอีกด้วย ในปี 2023 นี้ หนึ่งในเทรนด์ศิลปะที่น่าจับตามองในกลุ่มงานศิลปะประเภท Wall Art หรืองานศิลปะที่ใช้สำหรับการตกแต่งผนังให้สวยงามก็คืองานศิลปะแนวนามธรรม (Abstract Art) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสะท้อนสภาวะในจิตใจ อารมณ์ และความรู้สึกของมนุษย์โดยตรง ผลงานศิลปะแนวนามธรรมที่โด่งดังและมีราคาสูงที่สุดจากการจัดอันดับในการประมูลงานศิลปะเมื่อปี 2020 คือ *"Untitled (Bolsena)"*, (1969) ของ Cy Twombly ศิลปินชาวอเมริกัน ผลงานชิ้นนี้ของเขาเป็นหนึ่งในซีรีส์ผลงานที่เคยจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ใหญ่ๆ มาแล้วหลายแห่งทั่วโลก และได้ถูกขายไปในงานประมูลของ Christie's เมื่อเดือนตุลาคมที่ผ่านมา ด้วยมูลค่าสูงถึง 38.7 ล้านดอลลาร์



Untitled (Bolsena), 1969



KAWS: NEW FICTION

Metaverse Art ศิลปะในโลกเสมือนที่ยังขับเคลื่อนต่อไป

Metaverse Art ศิลปะที่เป็นจุดบรรจบระหว่างโลกเสมือนและโลกแห่งความจริงซึ่งเริ่มเป็นกระแสมาตั้งแต่ปีที่ผ่านมา ยังคงมีแนวโน้มได้รับความนิยมต่อเนื่อง โดยศิลปินจำนวนมากหันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการจัดแสดงผลงานศิลปะของตนเอง เมตาเวิร์สคือสถานที่ซึ่งผู้ชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมได้ และมีปฏิสัมพันธ์กับผู้คนและพื้นที่ที่เปรียบเสมือนหอศิลป์จำลองในโลกดิจิทัลได้อย่างอิสระ

เมื่อไม่นานมานี้ Brian Donnelly หรือที่รู้จักกันในนาม KAWS ศิลปินเจ้าของผลงานตุ๊กตารูปหัวกะโหลกไขว้ที่มีลูกตาเป็นสัญลักษณ์กากบาท ได้จัดแสดงผลงานศิลปะของเขาในนิทรรศการ KAWS: NEW FICTION ทั้งในรูปแบบนิทรรศการปกติ และในรูปแบบของโลกเสมือนเมตาเวิร์สไปพร้อมๆ กัน ภายใต้ความร่วมมือของ Acute Art แพลตฟอร์มศิลปะดิจิทัลในรูปแบบแอปพลิเคชัน, Serpentine Galleries หอศิลป์แสดงผลงานศิลปะร่วมสมัยในกรุงลอนดอน และ Fortnite วิดีโอเกมออนไลน์ชื่อดัง จนสร้างเป็นปรากฏการณ์ใหม่ในการจัดแสดงผลงานศิลปะที่น่าจับตามอง ●



L'Homme au doigt

Rabbit

VOYAGE

Gallery Hopping นิทรรศการห้ามพลาดปี 2023



Bangkok Art Biennale 2022 CHAOS : CALM

เทศกาลศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ บางกอก อาร์ต เบียนนาเล่ 2022 ที่เนรมิตกรุงเทพฯ ให้เป็นศูนย์กลางความเชื่อมโยงแห่งเมืองศิลปะวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดใหม่ CHAOS : CALM โกลาหล : สงบสุข ที่จะสะท้อนภาพให้คิดค้นหาความหมายจากผลงานศิลปะกับภาวะของสังคมในปัจจุบัน ผ่านผลงานของเหล่าศิลปิน ทั้งศิลปินไทยและศิลปินระดับนานาชาติ ที่นำเสนอมุมมองเกี่ยวกับศิลปะที่หลากหลายสะท้อนอนาคตของยุคหลังการแพร่ระบาดโควิด-19 และยังเป็นครั้งแรกที่มีการนำเสนอผลงานของศิลปินจากทวีปแอฟริกาอีกด้วย

จัดแสดงที่ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร, ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์, มิวเซียมสยาม และสถานที่สำคัญต่างๆ ของกรุงเทพมหานคร

วันที่ 22 ต.ค. 2565 - 23 ก.พ. 2566



Bangkok Design Week 2023

กลับมาอีกครั้งกับงานเทศกาลงานออกแบบสุดยิ่งใหญ่ประจำปี 'เทศกาลงานออกแบบกรุงเทพฯ 2566' หรือ Bangkok Design Week 2023 (BKGDW2023) ที่ CEA ผู้จัดงานยังคงเดินทางประกาศศักยภาพของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทยผ่านพื้นที่สร้างสรรค์ทั่วกรุงเทพฯ ได้แก่ ย่านเจริญกรุง - หัวลำโพง, ตลาดน้อย - ยาวราช, สามย่าน - สยาม, อาร์ซี - ประดิพัทธ์, ทองหล่อ - เอกมัย, พระนคร - บางลำภู, วังเวียนใหญ่ - ตลาดพลู, บางโพ, เกษตรฯ และพื้นที่อื่น ๆ ภายใต้ธีม 'Urban 'NICE' zation เมือง-มิตร-ดี' ที่จะมาตีโจทย์การออกแบบที่ 'ทำเมืองให้ดีขึ้น' เพื่อกระตุ้นให้ทุกคนหันมาร่วมมือร่วมใจกันพัฒนากรุงเทพฯ ให้ดียิ่งขึ้นในวันข้างหน้า

จัดแสดงที่ ย่านสร้างสรรค์ทั่วกรุงเทพมหานคร

วันที่ 4 - 12 ก.พ. 2566



'It's me, Warbie! The Inside World of Warbie Yama'

นิทรรศการครั้งแรกของ Warbie นกสีเหลืองแสนซนจากแอนิเมชันที่คว้ารางวัลมากมายสู่นิทรรศการที่เต็มไปด้วยความสนุกสนาน และสร้างแรงบันดาลใจ ภายใต้ความร่วมมือของอรุณ ตันตสิรินทร์ ผู้สร้าง Warbie Yama และ River City Bangkok ที่จะพาผู้ชมไปผจญภัยกับความทรงจำในวัยเด็กผ่านเบื้องหลังการสร้างสรรคงานของอรุณ ตันตสิรินทร์

จัดแสดงที่ RCB Galleria 2
River City Bangkok

วันที่ 25 พ.ย. 2565 - 25 ม.ค. 2566



Trash : Treasure "ขยะ และขุมทรัพย์"

พนักงานทำงานร่วมกันของเหล่าศิลปิน อาทิ จารุพัชร อาชวะสมิต, Sam Tho Duong, ศุภพงศ์ เหล่าธีรศิริ, Gi-ok Jeon, ฤดี ตันเจริญ, ณรงค์ยศ ทองอยู่, Sayumi Yokouchi ที่ได้ร่วมสำรวจแนวคิด "คิดใหม่ ลดการใช้ ใช้ซ้ำ และรีไซเคิล" เพื่อส่งมอบคุณค่าและชีวิตใหม่ให้กับวัสดุเหลือใช้ในรูปแบบที่ยั่งยืน รวมถึงทำให้วัสดุเหล่านั้นมีความหมายมากขึ้นผ่านกระบวนการสร้างสรรค์ของศิลปิน พร้อมเปลี่ยน "ขยะ" ให้เป็น "ขุมทรัพย์" ในรูปแบบของผลงานศิลปะ

จัดแสดงที่ ATTA Gallery ช. เจริญกรุง 30
วันที่ 19 ม.ค. - 13 มี.ค. 2566



ทะเล การเดินทาง

นิทรรศการที่สร้างสรรค์ผลงานจากสิ่งของเหลือทิ้งจากกระบวนการอุปโภคบริโภค โดย เจริญสุข พึ่งเกษมสมบูรณ์ ที่พบว่าขยะทางทะเลซึ่งบ้างก็ถูกคลื่นซัดมาเกยบนชายหาด รวมไปถึงขยะตามแหล่งแม่น้ำลำคลอง สามารถเป็นที่มาของแรงบันดาลใจในการช่วยลดปริมาณขยะผ่านการนำเสนอความงามทางศิลปะได้ โดยศิลปินได้ออกเดินทางเก็บรวบรวมขยะมาสร้างสรรค์เป็นผลงานที่สะท้อนให้เห็นถึงการไม่เคารพต่อสิ่งแวดล้อมและผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้นต่อสังคมมนุษย์

จัดแสดงที่ ร้านก๋วยเตี๋ยว ปายฟ้า จ.เชียงใหม่
วันที่ 11 มี.ค. - 30 พ.ค. 2566

Collaboration ร่วมมือคือพลัง

ช่วงเวลาในประวัติศาสตร์นับหลายพันปีที่ผ่านมาพิสูจน์แล้วว่า การร่วมมือกันของมนุษย์ได้สร้างให้เกิดปรากฏการณ์ที่ขีดเขียนหน้าประวัติศาสตร์ใหม่อันสำคัญอยู่เสมอ ความสามารถของแต่ละบุคคลจะยิ่งถูกฉายชัดให้โดดเด่นผ่านการทำงานร่วมมือกันระหว่างกลุ่มคนที่แตกต่างกันหลากหลาย และความร่วมมือนี้เองที่เป็น “พลัง” ให้การสร้างและรับมือกับความเปลี่ยนแปลงจำนวนมาก

เช่นเดียวกับการทำงานในแวดวงศิลปะ ที่ศิลปินต่างต้องการการสนับสนุนและช่วยเหลือจากองค์ประกอบอื่นๆ ในนิเวศแห่งศิลป์ ที่จะมองเห็นความสำเร็จร่วมกัน เพื่อออกแบบกระบวนการทำงาน ผ่านการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การเจรจาเพื่อหาจุดลงตัว และการมองที่เป้าหมายเป็นสำคัญ เพื่อช่วยกันยกระดับนิเวศแห่งศิลป์ให้ขยายตัวและเติบโตต่อไปอย่างไร้ขีดจำกัด





ดิสโทเปีย

โดย ชมวรี สุขโสม

ศิลปินรางวัลชนะเลิศระดับภูมิภาค

2022 UOB Southeast Asian Painting of the Year

ศิลปินรางวัลชนะเลิศ ประเภทศิลปินอาชีพ

การประกวดจิตรกรรมยูโอบี ครั้งที่ 13 ประจำปี 2565 (ประเทศไทย)