OKMD
KNOWLEDGE FESTIVAL

LET'S PLAY WITH KNOWLEDGE

เจาะแนวคิด "เอสโตเนีย" ก่อนขยับสู่ไทยแลนด์ 4.0
ถอดรหัส 'ห้องเรียนแห่งศตวรรษที่ 21'
เจาะลึกเบื้องหลังความสำเร็จของเกมผีไทยที่ดังไกลระดับโลก
เปิดกลเม็ดสู่ความสำเร็จในยุค Digital Media
สื่อสารความรู้อย่างเข้าใจ

ปฏิวัติการเรียนรู้ เพื่อโอกาสแห่งอนาคต

> “การปฏิรูปการศึกษาเป็นสิ่งที่ไร้ประโยชน์ เพราะมันเป็นเพียงการปรับปรุงระบบที่มันพังอยู่แล้ว สิ่งที่เราต้องการคือการปฏิวัติการศึกษา”
>
> เซอร์ เคน โรบินสัน นักการศึกษาระดับโลก

โลกเปลี่ยนมหาศาล เทคโนโลยีดิจิทัลเปลี่ยนวิถีชีวิตและการทำงานของพวกเราจนแทบตามไม่ทัน เศรษฐกิจทุกวันนี้ขับเคลื่อนด้วยความรู้ ผู้ทันความรู้คือผู้ได้เปรียบวันนี้ “ความรู้ คือโอกาส”

การเรียนรู้แบบเดิมที่เน้นการท่องจำ เห็นความรู้เป็นเรื่องหยุดนิ่ง รวมศูนย์อำนาจไว้ที่ครูคงไม่สามารถตอบโจทย์ได้อีกแล้ว โรงเรียนและระบบการศึกษากำลังกลายเป็นสิ่งที่ล้าสมัยที่สุดในโลกยุคใหม่ สถานการณ์เช่นนี้สร้างความท้าทายให้ทุกคนปรับตัว จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องหาทางพัฒนาการเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของโลกได้ มิใช่เพียงแค่นักเรียนนักศึกษา แต่หมายรวมถึงคนทำงานทุกเพศทุกวัย ยุคนี้ เราต้องเรียนรู้กันตลอดชีวิต

งานมหกรรมความรู้ครั้งที่ 6 มันส์สมอง OKMD Knowledge Festival 2017 ขอชวนทุกคนมา “เล่นกับความรู้” เพื่อมองหาโอกาส แรงบันดาลใจ และความเป็นไปได้ใหม่ไปด้วยกัน เพราะเราเชื่อว่าการเรียนรู้เป็นเรื่องสนุก!

CONTENTS

งานสัมมนา ความรู้คือโอกาส

ปฏิรูปการเรียนรู้เพื่อโอกาสในอนาคต

6 เจาะแนวคิด “เอสโตเนีย” ก่อนขยับสู่ไทยแลนด์ 4.0
โดย Mr. Viljar Lubi

16 ถอดรหัส “ห้องเรียนแห่งศตวรรษที่ 21”
โดย คุณ พันธวิศ ลวเรืองโชค

22 เจาะลึกเบื้องหลังความสำเร็จของเกมผีไทยที่ดังไกลระดับโลก
โดย คุณ อารันดร์ อาชาพิลาส

30 เปิดกลเม็ดสู่ความสำเร็จในยุค Digital Media
โดย คุณ ชลากรณ์ ปัญญาโฉม

40 สื่อสารความรู้อย่างเข้าใจ
โดย คุณ คณาธิป สุนทรรักษ์

นิทรรศการ : เปลี่ยนโลกการเรียนรู้

OKMD ชวนเปิดประตูสู่โลกใหม่ของการเรียนรู้

50

- เสกจินตนาการให้เป็นจริง
- เรียนรู้ได้ทุกที่
- สร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้
- โลกออนไลน์และออฟไลน์ที่ทับซ้อนกัน
- เอสโตเนียสร้างประเทศดิจิทัลยังไง
- อีก 20 ปีข้างหน้า หน้าตาเป็นอย่างไร
- เกมเปลี่ยนโลก
- ห้องเรียนอนาคต
- 4 เทคนิค ที่ช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์

OKMD Knowledge Festival 2017

ความรู้คือโอกาส

ปฏิรูปการเรียนรู้เพื่อโอกาสในอนาคต

งานมหกรรมความรู้ ครั้งที่ 6
(OKMD Knownledge Festival 2017)

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงในโลกปัจจุบันที่ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างไม่มีขีดจำกัด คนไทยทุกคนต้องมีการปรับตัวและพัฒนาศักยภาพให้ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่ง เยาวชนคนรุ่นใหม่ต้องตระหนักถึงความจำเป็นของการเรียนรู้ในรูปแบบใหม่ เพื่อยกระดับความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาตนเอง สร้างคุณค่าและยกระดับคุณภาพชีวิต

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีบทบาทภารกิจในการพัฒนาความคิด เพิ่มความรู้และสร้างสรรค์ภูมิปัญญาแก่ประชาชน โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะ จึงได้จัดงานมหกรรมความรู้ ครั้งที่ 6 (OKMD Knowledge Festival 2017) ภายใต้หัวข้อ “มันส์สมอง | Let’s play with knowledge” โดยจะเป็นการสัมมนาถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบใหม่ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้เข้าถึงองค์ความรู้อย่างสนุกสนาน เกิดการเรียนรู้ในมุมมองใหม่ ผ่านประสบการณ์และการถ่ายทอดองค์ความรู้ของวิทยากรชั้นนำ โดยมีหัวข้อที่น่าสนใจ ประกอบด้วย...

เล่น เห็น โลก

ท้าทายอนาคต สร้างโอกาสใหม่ให้ประเทศ

โดย Mr. Viljar Lubi

ผู้ช่วยรัฐมนตรีด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ

กระทรวงกิจการเศรษฐกิจและการสื่อสารจากเอสโตเนีย

เล่น ลอง เรียน

ทดลอง เรียนรู้ ใส่ไอเดียสนุกๆ สร้างสรรค์การสื่อสารใหม่ที่แตกต่าง

โดย คุณเบียร์ พันธวิศ ลวเรืองโชค

ผู้บริหาร Apostrophy's Group : นักออกแบบ Experience Design

หลากหลายสาขาด้วยไอเดียที่ล้ำสมัย พร้อมประสบการณ์กว่า

10 ปี กว่า 1,000 โปรเจค

เล่นจนได้ดี

กล้าเดินตามฝัน ลงมือทำในสิ่งที่คนอื่นได้แต่คิด

โดย คุณต้น อารันดร์ อาชาพิลาส

นักพัฒนาเกม : เจ้าของบริษัท MAD Virtual Reality Studio

ผู้อยู่เบื้องหลังเกมส์ผี ARAYA ที่โด่งดังข้ามประเทศ

เล่นให้โดน

ถอดรหัสกลเม็ดสู่ความสำเร็จ สร้างคอนเทนต์โดนใจคนไทย

โดย คุณกร ชลากรณ์ ปัญญาโฉม

ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานดิจิทัลทีวี

บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน)

ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของ The Mask Singer

เล่นเป็นเรียน

เรียนให้ต่าง เล่นให้ได้ความรู้

โดย ครูลูกกอล์ฟ คณาธิป สุนทรรักษ์

เจ้าของสถาบัน ANGRIZ : โรงเรียนกวดวิชาภาษาอังกฤษ

ขวัญใจวัยรุ่น ด้วยวิธีการสอนที่ไม่เหมือนใคร

เจาะแนวคิด

“เอสโตเนีย”

ก่อนขยับสู่ไทยแลนด์ 4.0

เอสโตเนียอาจเป็นเพียงประเทศเล็กๆ ทางตอนเหนือของทวีปยุโรป แต่ฝันของพวกเขาคือการมุ่งไปสู่การเป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลก แม้จะมีจำนวนประชากรอาศัยอยู่จริงเพียงน้อยนิด

อะไรเป็นฐานคิดเบื้องหลังความสำเร็จนี้ Mr. Viljar Lubi ผู้ช่วยรัฐมนตรีด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ กระทรวงกิจการเศรษฐกิจและการสื่อสารจากเอสโตเนียจะมาเล่าให้ฟัง!

โดย Mr. Viljar Lubi

‘เอสโตเนีย’ ประเทศเล็กๆ ทางตอนเหนือของทวีปยุโรป ไม่ใช่ในแง่ความสวยงามหรือสถานที่เก่าๆ ชวนให้ไปเที่ยว แต่สิ่งที่ทำให้เราสนใจเอสโตเนียเป็นพิเศษจนต้องหยิบยกมาเล่าอยู่บ่อยครั้งคือ ‘นวัตกรรม’ ที่พวกเขาคิดขึ้นมาเพื่อเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและการปกครองผ่านเทคโนโลยี จนได้ชื่อว่าเป็นประเทศที่ปรับตัวเองให้เข้ากับโลกดิจิทัลได้อย่างสมบูรณ์แบบ และประสบความสำเร็จจนหลายประเทศทั่วโลกต่างเดินทางมาทัศนศึกษากันถี่ยิบ

แต่สิ่งที่น่าสนใจมากไปกว่ารายละเอียดของนวัตกรรมว่าพวกเขาทำอะไรลงไปบ้าง คือ ‘แนวคิด’ ที่ฝังอยู่ในดีเอ็นเอของความเป็นเอสโตเนีย จนทำให้ประเทศที่เราแทบไม่เคยได้ยินชื่อกลายมาเป็นผู้นำแนวหน้าของการเมืองการปกครองในโลกที่ทุกอย่างกำลังหลอมรวมเข้าสู่ความเป็นดิจิทัลอันไร้พรมแดน

และในฐานะที่นโยบายไทยแลนด์ 4.0 พยายามจะเดินตามรอยเข้าสู่โลกดิจิทัล สิ่งที่สำคัญกว่ารายละเอียดยิบย่อย คือ คำถามที่ว่า แล้วแนวคิดของพวกเรา (และภาครัฐ) ได้ปรับให้รับกับการเปลี่ยนแปลงแบบชาวเอสโตเนียแล้วหรือยัง

“มีใครในที่นี้เคยได้ยินชื่อหรือเคยไปเที่ยวเอสโตเนียบ้างมั้ยครับ” Viljar Lubi ผู้ช่วยรัฐมนตรีด้านการพัฒนาเศรษฐกิจกระทรวงกิจการเศรษฐกิจและการสื่อสารจากเอสโตเนียตั้งคำถามแรกกับผู้ฟังด้านล่างเวที

“ไม่เป็นไรครับ ไม่โกรธกันอยู่แล้ว ผมเข้าใจเราว่าเป็นประเทศเล็กๆ ที่มีแค่สองประเทศอยู่ข้างบน คือ ไอซ์แลนด์กับฟินแลนด์” เขารีบบอกหลังจากเห็นว่าไม่ค่อยมีคนในโรงละครยกมือตอบ “เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในด้านจำนวนประชากรแล้ว เอสโตเนียเป็นประเทศที่เล็กมาก มากจนเราต้องสร้าง ‘ความแตกต่าง’ ให้โดดเด่นออกมา” Viljar อธิบาย

“ อะไรคือ ‘แนวคิด’ ที่ฝังอยู่ในดีเอ็นเอของความเป็นเอสโตเนียจนทำให้ประเทศที่เราแทบไม่เคยได้ยินชื่อ กลายมาเป็นผู้นำแนวหน้าของการเมืองการปกครองโลก ”

ปฏิบัติการสร้างความแตกต่างที่ว่า เริ่มต้นขึ้นนับตั้งแต่การแยกตัวออกมาเป็นอิสระหลังสหภาพโซเวียตล่มสลายในปี 1991 เพราะก่อนหน้านั้น เอสโตเนียเคยเป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศที่ร่ำรวยมากที่สุดในภูมิภาค แม้แต่ฟินแลนด์ก็ยังเทียบไม่ติด แต่หลังจากออกมาเป็นประเทศเดี่ยว เศรษฐกิจที่เคยดีก็เริ่มถดถอยลง จนพวกเขาต้องตัดสินใจที่จะเปลี่ยนแปลงระบบทุกอย่างกันแบบพลิกหน้ามือเป็นหลังมือ

“สิ่งหนึ่งที่สำคัญมากในตอนนั้นคือเรารื้อสิ่งเก่าๆ ออกหมดเลยครับ นักการเมืองเก่าๆ ก็โละออกยกแผง ในตอนนั้นนายกฯ คนใหม่ที่เข้ามารับตำแหน่งอายุแค่ 32 เท่านั้นเอง บรรดารัฐมนตรีเอย ข้าราชการเอยนักการฑูตเอย ทุกคนเป็นคนหนุ่มสาวกันหมด” เขาเล่า “นโยบายเศรษฐกิจที่เอามาใช้ในตอนนั้นจะเรียกอีกอย่างว่าเป็น ‘Shock Therapy’ ก็ได้ครับ เราลดการถือครองทรัพย์สินของรัฐบาล แปลงให้เป็นของเอกชนจนเกือบหมด

“เราเลือกที่จะปฏิรูประบบเศรษฐกิจและการเมืองใหม่หมดตั้งแต่หลังแยกตัวออกมา ทั้งที่องค์กรใหญ่ๆ อย่าง IMF บอกว่าไม่ควรทำนะ แต่เพราะตอนนั้นพวกเราคิดกันว่าถ้าคุณอยากประสบความสำเร็จ สิ่งที่ต้องทำคือทำอะไรให้ ‘แตกต่าง’ ต้องพยายามหาช่องทางลัดในการทำให้ประเทศพัฒนาต่อไปได้” Viljar บอกกับผู้ฟัง

Mart Laar คือชื่อของนายกฯ หนุ่มวัย 32 คนนั้น ตำแหน่งก่อนหน้าที่จะเข้ามาบริหารประเทศของมาร์ท คือการเป็นนักประวัติศาสตร์ (ที่ศึกษาแนวคิดทุนนิยมเสรีจากหนังสือ Free to Choose ของนักเศรษฐศาสตร์ Milton Friedman มาปรับใช้) เมื่อเห็นว่าประเทศต้องการเปลี่ยนแปลง และประเทศเพื่อนบ้านทั้งสวีเดนและฟินแลนด์ต่างก็นำหน้าไปไกล มาร์ทจึงตัดสินใจนำเอสโตเนียเข้าสู่การเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านเศรษฐกิจการเมืองอย่างที่ว่า และการเข้าร่วมกับกลุ่มประเทศ EU เข้าเป็นสมาชิก NATO ฯลฯ

“เป้าหมายของเอสโตเนียตอนนั้นคือเราอยากจะเป็นอีกหนึ่งประเทศนอร์ดิกที่รวยๆ น่าเบื่อๆ เหมือนคนอื่น พวกคุณจะใช้คำอะไรมาเรียกก็ได้นะครับ แต่เราอยากจะเป็นอย่างนั้น และเราก็ทำสำเร็จแล้วด้วย” ผู้ช่วยรัฐมนตรีหนุ่มกล่าวติดตลก

ความกล้าหาญในการเลือกที่จะเปลี่ยนแปลง, เลือกหาจุดที่จะสร้างความแตกต่างให้กับตัวเอง, ทำให้เร็ว คือปัจจัยสามอย่างที่ทำให้เอสโตเนียกลายเป็นอย่างทุกวันนี้ แต่เหนือสิ่งอื่นใด ‘ความเชื่อมั่นในศักยภาพของตัวเอง’ ต่างหาก เป็นสิ่งที่ Viljar เห็นว่าสำคัญที่สุด

“มีสี่แนวคิดหลักที่ผมอยากฝากเอาไว้ในการพูดครั้งนี้”
“ข้อแรก, ลองคิดไอเดียนโยบายที่ไม่กรอบตัวเองด้วยข้อจำกัดทางขนาดและที่ตั้งของประเทศ”

สาเหตุที่เอสโตเนียกลายเป็นประเทศเล็กๆ ที่ทันสมัยที่สุดแห่งยุค เริ่มต้นขึ้นจากความพยายามที่จะสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการลงทุนของเอกชนจากไอเดียตั้งต้นสามประการ นั่นคือพยายามทำทุกอย่างให้ง่ายดายที่สุด (ระบบภาษีของเอสโตเนียเป็นอะไรที่เข้าใจง่ายมาก) ระบบการเมืองการปกครองที่โปร่งใส และสุดท้ายคือพยายามทำให้ออกแบบระบบต่างๆ ให้ใช้แล้วเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

นั่นจึงเป็นที่มาของการผลักดันแนวคิด e-Estonia ให้เกิดขึ้นจริงเพื่อเป็น ‘หนทางที่ไวที่สุด’ ในการพัฒนาประเทศ หลอมรวมพลังเทคโนโลยีเข้ากับความกล้าหาญในการเปลี่ยนแปลงระบบการเมืองมาตั้งแต่ยุคที่อินเทอร์เน็ตยังเป็นของใหม่ ตั้งแต่ยุคหลายคนยังนึกไม่ออกว่านวัตกรรมแห่งมนุษยชาติชิ้นนี้จะเอามาเปลี่ยนแปลงโลกได้อย่างไร

“ในตอนนั้นเราทำมันทั้งๆ ที่ไม่ได้มีใครในประเทศคิดว่าจะต้องใช้อินเทอร์เน็ตเลยครับ”

Viljar เล่า “แต่เราคิดว่ามันเป็นเรื่องจำเป็นที่ ‘ทุกคน’ จะต้องเข้าถึง นโยบายของเราในช่วงกลางทศวรรษ 90s จึงกำหนดให้ทุกโรงเรียนในเอสโตเนียต้องเชื่อมต่อกับระบบอินเทอร์เน็ต เด็กนักเรียนทุกคนต้องเข้าถึงได้”

การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานอิเล็กทรอนิกส์ในเอสโตเนียก้าวหน้าขึ้นเรื่อยๆ ตามเวลาจากรากฐานที่มั่นคง ทั้งระบบบัตรประชาชนแบบชิปที่ใช้ยืนยันตัวตนใช้งานระบบราชการต่างๆ ที่ตอนนี้พัฒนาจนย้ายมาอยู่ในมือถือแล้ว, ระบบแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างหน่วยงานทั้งราชการและเอกชนที่ชื่อว่า Xroad, การเลือกตั้งออนไลน์, ระบบฐานข้อมูลสาธารณสุขของประชาชน, ระบบการขอข้อมูลครั้งเดียวใช้ได้ตลอดไป ไม่ต้องถ่ายเอกสารบัตรประชาชนซ้ำซ้อนเหมือนเรา และบริการอื่นๆ ที่ทำให้ชาวเอสโตเนียแทบจะไม่ต้องออกจากบ้านไปทำธุระทางราชการให้เสียเวลา

(ว่ากันว่าการใช้ระบบดิจิทัลเต็มรูปแบบทำให้ชาวเอสโตเนียประหยัดเวลาจัดการนั่นนี่ไปได้ถึงหนึ่งสัปดาห์ต่อปีเชียว!) แต่ความก้าวหน้าแสนไฮเทคที่ว่าจะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้ารัฐบาลเอสโตเนียเลือกจะพัฒนามันด้วยตัวเอง

“สิ่งที่สำคัญมากๆ เลยในตอนที่รัฐบาลเริ่มสร้างระบบนี้ขึ้นมา คือเราทำไปพร้อมๆ กับความร่วมมือของภาคเอกชน เกือบทั้งหมดของระบบ e-Government ในเอสโตเนียไม่ได้รันโดยรัฐบาลเลยครับ เราเอาท์ซอร์สให้กับเอกชนทั้งนั้น ถ้าเราอยากได้ระบบแบบไหน ก็ให้ฝั่งเอกชนลองเสนอไอเดียกันมา”

“เรารื้อสิ่งเก่าๆ ออกหมด นักการเมืองเก่าๆ ก็โละออก ยกแผง นายกฯ คนใหม่ อายุแค่ 32 รัฐมนตรี ข้าราชการ ทุกคนเป็นคนหนุ่มสาวหมด”

ชาวเอสโตเนียเลือกที่จะ ‘เชื่อใจ’ รัฐบาลมากกว่า ด้วยระบบตรวจสอบที่รัดกุม และความโปร่งใส ของระบบที่ประชาชนสามารถตรวจสอบได้

“ที่เราทำแบบนี้ก็เพราะมันจะช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรม IT ในเอสโตเนียให้เติบโตเรื่อยๆ และ**ข้อสอง ที่เราสร้างระบบ e-Government ขึ้น ก็เพราะรัฐบาลอยากจะ ‘สื่อสาร’ กับภาคเอกชนและประชาชนให้ดียิ่งขึ้น** พอเรามีเป้าหมายอย่างนั้น การได้ไอเดียใหม่ๆ จากฝั่งเอกชนก็หมายถึงทุกคนที่ต้องใช้งานระบบนี้จะเข้าใจมันไปในทิศทางเดียวกัน นั่นเป็นสิ่งที่สำคัญมากๆ ครับ” เขาอธิบายเสริม

ความร่วมมือกับฝั่งผู้ประกอบการยังได้ประโยชน์กลับมาเป็นการรวมกลุ่มกันเพื่อรักษาความมั่นคงไซเบอร์ของประเทศอีกต่างหาก

แน่ล่ะ ขึ้นชื่อว่าเป็นระบบที่ทำงานเชื่อมต่อกันในอากาศ โอกาสที่จะเป็นเป้าหมายของเหล่าแฮ็กเกอร์สายมืดย่อมมีไม่น้อย แต่ข้อดีของระบบ Xroad ที่รัฐบาลทำร่วมกับเอกชน คือมันกลายเป็นระบบเครือข่ายขนาดใหญ่ที่ซับซ้อนเสียจนแทบจะเป็นไปไม่ได้ที่การโจมตีเซิร์ฟเวอร์แค่เครื่องเดียวจะทำให้ระบบล่ม (เมื่อไม่นานมานี้เอสโตเนียเพิ่งร่วมมือกับประเทศลักเซมเบิร์กเพื่อสร้าง ‘Data Embassy’ แห่งแรกของโลก ไว้ใช้แบ็คอัพข้อมูลทั้งหมดของประเทศ เพื่อเป็นการป้องกันอีกชั้นหนึ่ง)

ย้อนกลับไปเมื่อ 10 ปีที่แล้ว เอสโตเนียเป็นประเทศแรกที่ถูกโจมตีทางไซเบอร์ที่รุนแรงจนเรียกขานกันว่าเป็น ‘Web War One’ โดยกลุ่มรัสเซียพื้นเมืองในประเทศ อินเทอร์เน็ตถูกโจมตีจนใช้การไม่ได้ สำหรับชาวเอสโตเนีย เหตุการณ์ครั้งนั้นเป็นเหมือน 9/11 ของพวกเขา

“มองอีกแง่นึง เหตุการณ์ครั้งนั้นก็เป็นเรื่องดีนะครับ เพราะมันทำให้เราช่วยกันผลักดันทั้งด้านนโยบายรัฐและลงทุนกับการสร้างระบบรักษาความปลอดภัยให้ดีขึ้น

> “ในเมื่อเรามีระบบ e-Government ที่แข็งแรง ทำไมไม่ลองขยายขนาดดูล่ะ เอสโตเนียจะเป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยที่ไม่ต้องมีพลเมืองของตัวเองเลย”

“ตอนนี้เรามีกองอำนวยการรักษาความมั่นคงไซเบอร์แห่งชาติ แต่ไม่ได้มาจากฝั่งรัฐอย่างเดียว เพราะทั้งกลุ่มสถาบัน บริษัทโทรคมนาคม ธนาคาร และบริษัท IT ต่างๆ ก็เข้ามาร่วมมือกันด้วยความสมัครใจ เพื่อทำให้ความปลอดภัยในระบบข้อมูลของประเทศมั่นคงมากยิ่งขึ้น” Viljar อธิบาย

ทั้งหมดทั้งมวล ด้วยวิสัยทัศน์ของเอสโตเนียที่มองก้าวไปในอนาคตด้วยการไม่ขังตัวเองในข้อจำกัดของจำนวนประชากร ขนาด และตำแหน่งแห่งที่ของประเทศ มองก้าวไปข้างหน้าว่าจะทำอะไรให้เอสโตเนียก้าวไปอย่างรวดเร็ว ทำให้นโยบาย e-Estonia ถูกพัฒนาด้วยพื้นฐานที่แข็งแกร่งจนเติบโตมาถึงปัจจุบัน

‘ก็เอสโตเนียเล็กขนาดนี้ จะวางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตทำระบบอะไรก็ง่ายล่ะสิ’ คุณอาจตั้งข้อสงสัย

เหมือน Mr. Viljar จะรู้ว่าหลายคนมีคำถามนี้อยู่ในใจ **ข้อที่สาม อุปสรรคทั้งหลายเป็นสิ่งที่เราทึกทักในใจเอาเอง บางอย่างอาจจะดูยาก แต่ก็แก้ได้ด้วยกลไกการเมือง มันไม่ใช่สิ่งที่คงอยู่ถาวรตลอดไป**

“ที่เอสโตเนีย เราเริ่มต้นทุกอย่างจากศูนย์ ปัญหาคาราคาซังจากอดีตไม่ค่อยมี สิ่งที่ทำให้เราก้าวไปต่อ พัฒนากันไปได้เรื่อยๆ คือพยายามเปิดใจให้กว้าง รับจินตนาการ แนวคิดใหม่ๆ อย่างเต็มที่” เขาบอก “ถ้าเอสโตเนียมีประชากรล้านกว่าคน เราเอาท์ซอร์สระบบ e-Govenment ให้เอกชนทำ ลองบอกผมหน่อยว่าบริษัทเอกชนไหนที่เห็นว่าล้านคนจะได้ประโยชน์มากกว่า 70 ล้านในไทย”

“เขาไม่มองว่ามันทำไม่ได้หรอกครับ มันคือความท้าทายให้คนในบริษัทลองสร้างอะไรใหม่ๆ ซะด้วยซ้ำ”

อีกปัญหาของการผลักดันให้ทุกอย่างในประเทศไปสู่ระบบดิจิทัล คือจะทำอย่างไรให้ประชาชนเชื่อมั่นว่ารัฐจะไม่ทำตัวเป็น ‘พี่เบิ้ม’ คอยสอดแนมข้อมูลของประชาชนเสียเอง จะเลือกฝากข้อมูลของตัวเองไว้กับรัฐ หรือจะฝากไว้กับบรรดาบริษัทเอกชน นี่คือสิ่งที่รัฐบาลเอสโตเนียคิดไว้ตั้งแต่วันแรกที่เริ่มทำนโยบาย e-Estonia

ชาวเอสโตเนียเลือกที่จะ ‘เชื่อใจ’ รัฐบาลมากกว่า ด้วยระบบตรวจสอบที่รัดกุม และความโปร่งใสของระบบที่ประชาชนตรวจสอบได้ ถ้าข้อมูลไหนที่รู้สึกว่าทำไมรัฐต้องเอาไปใช้หรือเก็บไว้ทั้งที่ไม่จำเป็น ประชาชนก็สอบถามเหตุผลได้ และสั่งให้ทำลายข้อมูลนั้นทิ้งได้ทันทีนี่คือการใช้กลไกการเมืองในการแก้ ‘อุปสรรค’ ที่เราอาจจะ ‘คิดกันไปเอง’

อีกตัวอย่างหนึ่งของการใช้กลไกการเมืองเข้าไปแก้อุปสรรคคือในตอนนี้ เอสโตเนียกำลังดำรงตำแหน่งประธานคณะมนตรีแห่งสหภาพยุโรป ที่มีส่วนในการตัดสินใจทางการเมืองและออกกฎหมายของกลุ่มอียู

"สิ่งที่เราต้องการผลักดันจากการได้เป็นประธานคณะมนตรีครั้งนี้คือการสร้าง 'Digital Single Market' ที่ข้อมูลสามารถไหลไปมาระหว่างกลุ่มประเทศสมาชิกได้อย่างเสรี" Viljar เล่าเป้าหมายของพวกเขา "ลองคิดดูว่าถ้าเรามีรถ Self-Driving ที่จดทะเบียนในเอสโตเนีย พอขับข้ามไปอีกประเทศ ถ้าเกิดอุบัติเหตุขึ้นมา จริงๆ แล้วรถควรจะส่งข้อมูลไปให้หน่วยงานช่วยเหลือฉุกเฉินของประเทศนั้นได้เอง เลยใช่มั้ยครับ แต่ตอนนี้เราทำไม่ได้ เพราะข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ยังข้ามไปมาระหว่างประเทศไม่ได้เลย"

Viljar ย้ำ ข้อที่สี่ จงคิดนอกกรอบ "ไม่มีอะไรในเอสโตเนียที่ดังจากการ 'ลอก' การคิดนอกกรอบจะทำให้คุณหาเส้นทางไปต่อที่ง่ายที่สุดและดีที่สุด เพราะมันเป็นไอเดียที่ไม่ซับซ้อนใจ"

เขายกตัวอย่างบรรดาธุรกิจขนาดใหญ่ในโลกปัจจุบันอย่าง Airbnb, Alibaba หรือ Uber ทั้งหมดล้วนเป็นธุรกิจที่ไม่จำเป็นต้องมีทรัพย์สินเป็นของตัวเอง ไม่ต้องสร้างที่พัก ไม่ต้องมีโกดังเก็บของ ไม่ต้องมีอู่รถยนต์ แต่ก็สร้างรายได้อย่างมหาศาล แล้วทำไมเอสโตเนียจะทำอย่างนั้นบ้างไม่ได้?

"ในเมื่อเรามีระบบ e-Government ที่แข็งแรง ทำไมไม่ลองขยายขนาดดูล่ะ... เอสโตเนียจะเป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในโลกโดยที่ไม่ต้องมีพลเมืองของตัวเองเลย - นั่นคือเป้าหมายของเรา

> “สำคัญที่สุด อย่ามัวแต่เรียนรู้จากสิ่งที่คนอื่นทำอย่างเดียว แต่ต้องสร้างสิ่งใหม่ที่เป็นของคุณเองด้วยเพราะความแตกต่างระหว่างคนที่ประสบความสำเร็จน้อยหรือมาก อยู่ที่การเอาไอเดียไปปรับใช้ในโลกความเป็นจริงต่างหากล่ะ”

“และนั่นคือจุดเริ่มต้นของโครงการ e-Residency ครับ”

เราคงไม่ต้องอธิบายขยายความเป้าหมายใหญ่ของประเทศเล็กๆ แห่งนี้กันให้มากความ แต่เอาเป็นว่าในโลกที่เขตแดนเป็นสิ่งสมมติที่มนุษย์ take it very seriously ความฝันของเอสโตเนียครั้งนี้จะเกิดขึ้นไม่ได้เลยถ้าพวกเขาขังความคิดเอาไว้ในกล่องสี่เหลี่ยมแบบเดิมๆ

“สุดท้าย อย่าหยุดที่จะพัฒนา” ด้วยเวลาใกล้จะหมดลง ชายหนุ่มวัย 40 บนเวทีเริ่มขมวดสรุป

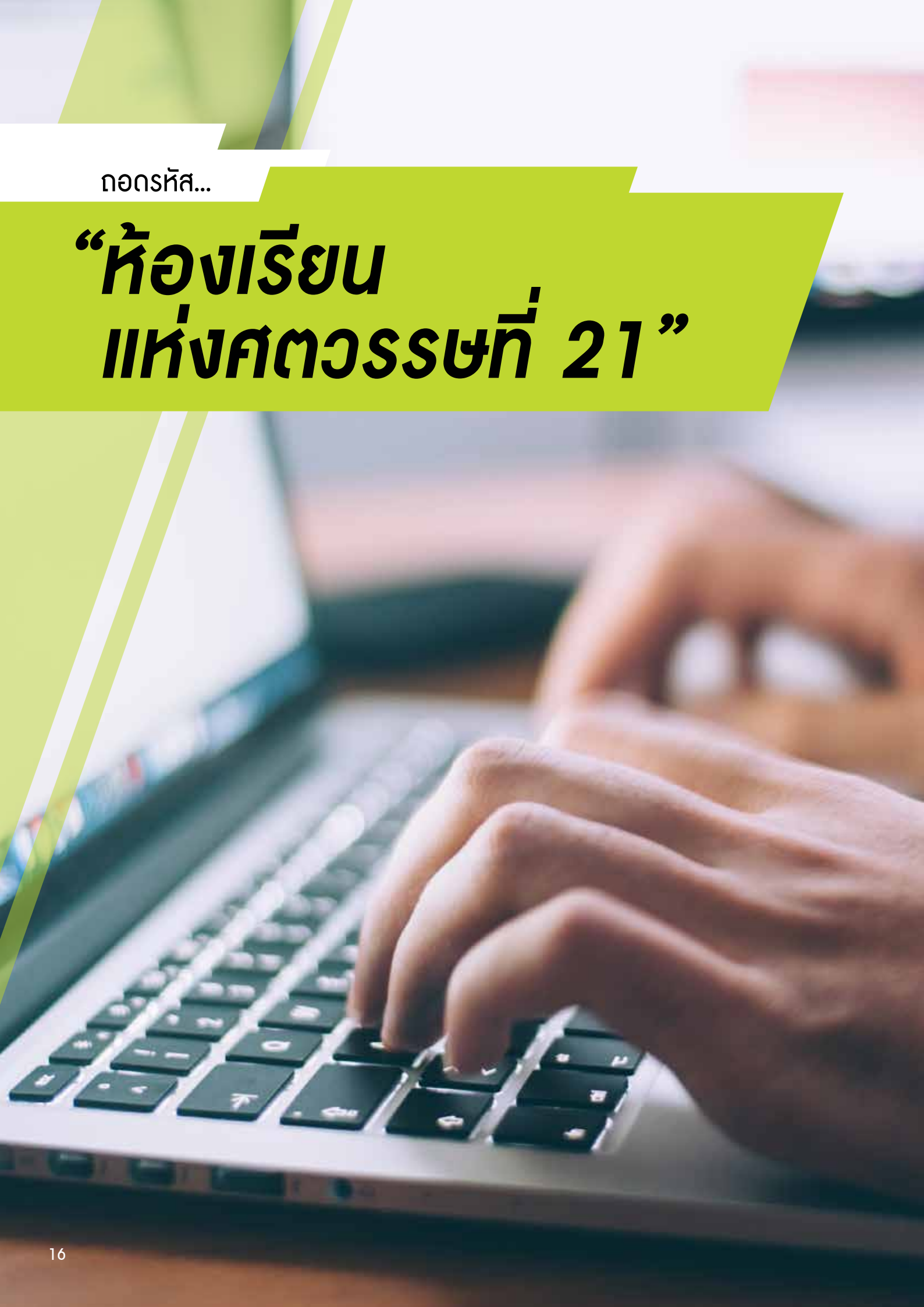
“ชีวิตของผมขับเคลื่อนด้วยความขี้สงสัย ผมชอบออกไปเรียนรู้ มองดูโลกข้างนอกว่ามีอะไรเกิดขึ้นบ้างถ้ามัวแต่พายเรือในสระแคบๆ ของตัวเอง มันก็ไม่ได้เรียนรู้อะไรหรอกครับ ผมจะบอกอยู่เสมอว่าคุณต้องเป็นคนที่เปิดกว้าง พร้อมเรียนรู้จากโลกรอบๆ คนรอบๆ ตลอดเวลา ที่ผมมาที่นี่วันนี้ก็เพราะผมอยากเรียนรู้เหมือนกัน

“สำคัญที่สุด อย่ามัวแต่เรียนรู้จากสิ่งที่คนอื่นทำอย่างเดียว แต่ต้องสร้างสิ่งใหม่ที่เป็นของคุณเองด้วยเพราะความแตกต่างระหว่างคนที่ประสบความสำเร็จน้อยหรือมาก อยู่ที่การเอาไอเดียไปปรับใช้ในโลกความเป็นจริงต่างหากล่ะ” Viljar สรุปจบก่อนลงจากเวที

ถึง Mr. Viljar จะบอกว่าตัวเองมาที่นี่เพื่อเรียนรู้ แต่พวกเราชาวไทยที่เป็นทั้งผู้ฟัง ผู้เรียน ผู้อาศัยในดินแดนแสนกว้างใหญ่พร้อมกันแค่ไหนที่จะนำสี่แนวคิดจากประเทศเล็กๆ แห่งนี้ไปใช้จริง?

ถอดรหัส...

“ห้องเรียนแห่งศตวรรษที่ 21”



ในยุคสมัยที่ทุกคนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา และทุกเรื่อง ผ่านโลกออนไลน์ โจทย์ข้อหนึ่งที่ท้าทายสำหรับคนในแวดวงการศึกษาก็คือ การเรียนการสอนที่จำกัดอยู่แค่ ‘ห้องเรียน’ นั้นยังจำเป็นอยู่หรือไม่ และถ้าจะปรับเปลี่ยนรูปแบบให้เข้ากับยุคสมัย ห้องเรียนที่ว่านั้นควรมีหน้าตาเป็นอย่างไร

โดย คุณเบียร์ พันธวิศ ลวเรืองโชค

คุณครูจะมีวิธีอย่างไรในการดึงความสนใจของผู้เรียนที่มีสมาธิสั้นลงทุกวันๆ

ในงาน OKMD Knowledge Festival 2017 ‘พันธวิศ ลวเรืองโชค’ ผู้บริหาร Apostrophys Group Co.,Ltd. นักออกแบบ Experience Design ผู้เชี่ยวชาญในการผนวกความคิดสร้างสรรค์เข้ากับเทคโนโลยีที่ล้ำสมัย บอกเล่าไอเดียของ ‘ห้องเรียนแห่งอนาคต’ ที่บริษัทของเขาคิดค้นขึ้นร่วมกับ Thammasat Design School

ช่วงต้นของการบรรยาย พันธวิศยกข้อมูลและผลสำรวจเกี่ยวกับเทคโนโลยีในด้านต่างๆ ตั้งแต่พฤติกรรมการใช้ social media ของคนยุคใหม่ โรคภัยที่มาพร้อมกับสังคมก้มหน้า ไปจนถึงการพัฒนาของ gadget ในยุคต่างๆ เพื่อปูทางมาสู่คำถามสำคัญที่ว่า “ห้องเรียนยังมีความสำคัญอยู่รึเปล่า ในเมื่อทุกวันนี้เราสามารถเรียนที่ไหนก็ได้ เรียนเมื่อไหร่ก็ได้ เรียนอะไรก็ได้ ผ่านมือถือ ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค” และ “คุณครูจะมีวิธีอย่างไรในการดึงความสนใจของผู้เรียนที่มีสมาธิสั้นลงทุกวันๆ”

พันธวิช มองว่าทุกวันนี้เราคาดหวังจากครูมากเกินไป โดยละเลยปัจจัยสำคัญอีกอย่าง ก็คือ ห้องเรียน

“เวลาที่พูดถึงการเปลี่ยนแปลงการศึกษา เรามักจะคิดว่าต้องเปลี่ยนที่ครูก่อน เหมือนครูเป็นยอดมนุษย์ เป็นนักรบ แต่เรากลับไม่ให้อาวุธกับครูเลย”

หากเปรียบคุณครูเป็นนักรบ ห้องเรียนก็เหมือนอาวุธคู่กาย แม้คุณครูจะเก่งแค่ไหน แต่ถ้าไม่มีอาวุธที่ดีการเรียนการสอนที่มีคุณภาพก็ยากที่จะเกิดขึ้นได้จริง

แม้หลายประเทศจะเริ่มใช้หุ่นยนต์เข้ามาช่วยในการเรียนการสอน แต่พันธวิชมองว่าสิ่งหนึ่งที่เทคโนโลยียังไม่สามารถทำหน้าที่แทนมนุษย์ได้ ก็คือการใช้ความคิดสร้างสรรค์

> “ห้องเรียนยังมีความสำคัญอยู่หรือเปล่า ในเมื่อทุกวันนี้เราสามารถเรียนที่ไหนก็ได้ เรียนเมื่อไหร่ก็ได้ เรียนอะไรก็ได้”

จากการสำรวจข้อมูลการเรียนการสอนในต่างประเทศ พันธวิศพบว่าหลายประเทศมีแนวโน้มในการใช้เทคโนโลยีมาช่วยในการเรียนการสอนมากขึ้น ทว่าเมื่อมองกลับมาที่ประเทศไทย เขาเปรียบเทียบง่ายๆ ว่า

“เหมือนเราปล่อยให้ครูถือหอกขึ้นสนิมไปออกรบ”

ด้วยเหตุนี้ เขาจึงใช้ความรู้ความเชี่ยวชาญที่ตัวเองมี มาประยุกต์กับการสร้าง ‘ห้องเรียนแห่งอนาคต’ เพื่อเสริมอาวุธที่ทันสมัยให้กับครู โดยตั้งชื่อห้องเรียนนี้ว่า Apos Creative Platform Thailand ในการออกแบบเบื้องต้น ห้องเรียนนี้จะมีขนาด 250 ตารางเมตร ออกแบบอย่างเรียบง่ายเพื่อรองรับการใช้งานหลายรูปแบบ ขณะเดียวกันก็บรรจุเทคโนโลยีและ feature กว่า 40 ชนิดสำหรับการเรียนการสอนในสาขาต่างๆ

จากการศึกษาตัวอย่างสมัยใหม่จากทั่วโลก พันธวิชพบลักษณะสำคัญที่สอดคล้องกันทั้งหมด 5 ข้อ ได้แก่

‘ให้พูด ให้ทำ ให้เป็น ให้เห็น ให้แชร์’

เขายกตัวอย่างในบางประเทศที่น่าสนใจ เช่น ห้องเรียนเรื่องนวัตกรรมใน Columbia University ที่ออกแบบเป็นวงกลม มีการใช้นวัตกรรมเข้ามาประยุกต์เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดการถกเถียงและบทสนทนา หรือในประเทศฟินแลนด์ที่มุ่งเน้นการ perform เป็นหลัก โดยเปิดโอกาสให้นักเรียนได้ทดลองฝึกทักษะอาชีพต่างๆ ตั้งแต่ยังเด็ก เพื่อให้พวกเขาได้ค้นหาว่าตัวเองชอบอะไร ไม่ชอบอะไร

“เวลาที่พูดถึงการเปลี่ยนแปลงการศึกษา เรามักจะคิดว่าต้องเปลี่ยนที่ครูก่อน เหมือนครูเป็นยอดมนุษย์เป็นนักรบ แต่เรากลับไม่ให้อาวุธกับครูเลย”

5 FEATURES ห้องเรียนแห่งอนาคต

ลอง ทำ โชว์ แชร์ ชม

จากแนวคิดทั้งหลายที่ได้ศึกษามา จึงนำมาสู่การออกแบบห้องเรียนภายใต้แนวคิด 'ลอง ทำ โชว์ แชร์ ชม' กล่าวโดยสรุปคือ เป็นห้องเรียนที่ไร้มิติระหว่างครูกับนักศึกษา เป็นพื้นที่ที่สามารถใช้ปฏิบัติงานและนำเสนอผลงานได้หลากหลายรูปแบบ พร้อมด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย

พันธวิชเล่าว่า แม้ปัจจุบันหลายประเทศจะเริ่มใช้หุ่นยนต์เข้ามาช่วยในการเรียนการสอนแล้วก็ตาม ทว่าสิ่งหนึ่ง

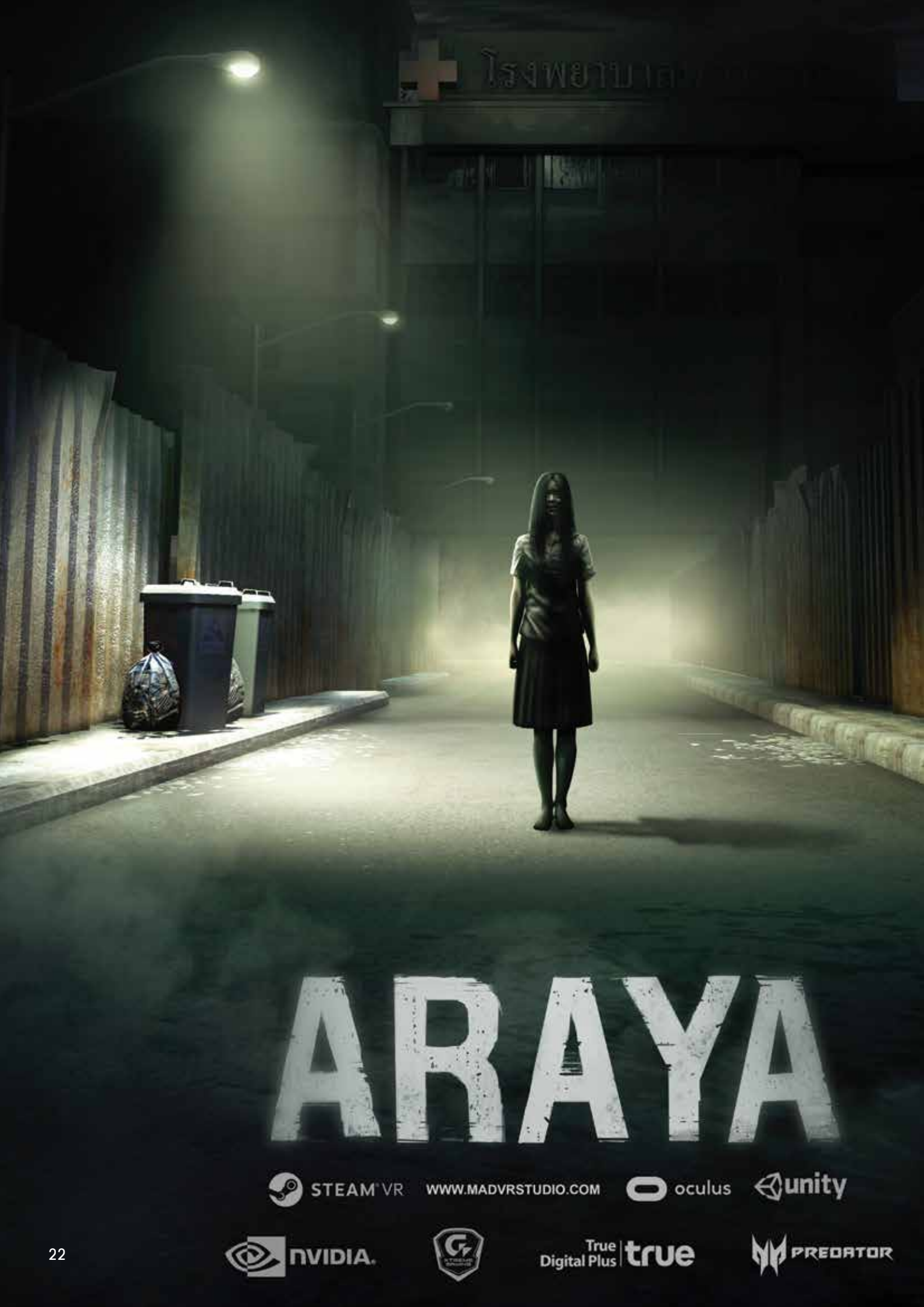
ที่หุ่นยนต์ยังไม่สามารถทำได้อย่างมนุษย์ ก็คือการใช้ความคิดสร้างสรรค์ นั่นจึงเป็นเหตุผลที่ทำให้เขาออกแบบห้องเรียนให้มีลักษณะเป็น 'platform' ที่เอื้อและกระตุ้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหลัก

ตัวอย่างหนึ่งที่เขายกมาให้เห็นภาพ ก็คือการเรียนการสอนทางด้านสถาปัตยกรรมที่ใช้เทคโนโลยี Virtual Reality และ Augmented Reality ซึ่งสามารถจำลองพื้นที่และองค์ประกอบต่างๆ ได้จริงแบบ 360 องศา โดยไม่ต้องเสียเวลากับการใช้กระดาษเขียนแบบหรือโมเดลจำลอง

แม้ปัจจุบันห้องเรียนนี้จะยังอยู่ระหว่างการพัฒนา แต่ก็ถือว่าเป็นความเคลื่อนไหวที่น่าจับตา และอาจเป็นฟันเฟืองเล็กๆ ที่ช่วยยกระดับการศึกษาไทยให้เท่าทันโลกยุคใหม่มากขึ้น

ในฐานะที่เป็นคุณพ่อมือใหม่ พันธวิศทิ้งท้ายว่าสิ่งที่เขาพยายามทำขึ้นมานี้ ก็เพื่ออนาคตของคนรุ่นต่อไป

ซึ่งแน่นอนว่านี่คงไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของการพัฒนาการศึกษาไทย แต่เป็นเพียงการจุดประกายให้คนหันมาสนใจและร่วมกันคิดหาคำตอบใหม่ๆ—โดยเริ่มต้นจากความสนใจและความถนัดของตัวเอง


ARAYA
STEAM VR
WWW.MADVRSTUDIO.COM
oculus
unity
NVIDIA.
True Digital Plus
true
PREDATOR

เจาะลึกเบื้องหลังความสำเร็จของ

เกมผีไทย ที่ดังไกลระดับโลก

ถ้าเป็นเมื่อสิบปีก่อน การจะได้เห็นเกมไทยที่พัฒนาโดยคนไทยสักเกมได้ถูกขายและเล่นจากคนทั่วโลกคงเป็นไปได้ยาก แค่จิตนาการก็ถูกมองว่าบ้าแล้ว อย่างไรก็ดี ณ วันนี้ เกมไทยได้ไปถึงจุดนั้นแล้ว!

เกม ‘ARAYA’

โดย คุณต้น อารันดร์ อาชาพิลาส

> “ ‘หนังผีไทย’ และ ‘ละครไทย’ คือต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ดีมากๆ คนไทยล้วนต่างเติบโตมากับสิ่งเหล่านี้ ”

‘อารยา’ คือเกมผีไทยที่ได้รับความสนใจจากเกมเมอร์ทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อนักพากย์เกมจากทั่วโลกหยิบ ‘อารยา’ ไปเล่นและพากย์ในโซเชียลมีเดียของตนเอง จนทำให้มีคนที่ติดตามดูเกม ‘อารยา’ รวมกันหลายสิบล้านครั้ง

ความสำเร็จของ ‘อารยา’ ทำให้หลายคนเผลอคิดว่า เกมนี้ต้องถูกพัฒนาขึ้นมาจากบริษัทเกมยักษ์ใหญ่แน่ๆ แต่ในความเป็นจริง เกมอารยาถูกพัฒนาขึ้นมาจากบริษัทเล็กๆ ที่มีคนทำงานอยู่เพียง 8 คนเท่านั้น โดย 7 ใน 8 คนนั้นยังไม่ได้รับปริญญาด้วยซ้ำในวันที่พวกเขาตัดสินใจสร้างเกมอารยา

ในงาน OKMD Knowledge Festival 2017 อารันดร์ อาชาพิลาส เจ้าของบริษัท MAD Virtual Reality Studio และผู้พัฒนาเกม ‘ARAYA’ ได้มาเปิดเผยถึงเคล็ดลับความสำเร็จว่าทำอย่างไรให้ทีมงานเล็กๆ ของเขาสามารถสร้างเกมผีไทยๆ อย่างอารยาที่ดังไกลไปทั่วโลกได้

โชคชะตา ความฝัน ความเป็นไปได้

อารันดร์เริ่มต้นว่า ‘ARAYA’ เริ่มต้นจากความบังเอิญ โดยในปี 2558 เขาได้มีโอกาสไปเดินชมงาน ‘เนื้อหอม’ ซึ่งเป็นงาน นิทรรศการศิลปะนิพนธ์นักศึกษาชั้นปีที่ 4 จัดโดย คณะดิจิทัลมีเดีย มหาวิทยาลัยศรีปทุม และได้พบกับ คุณ จัตุพร รักไทยเจริญชีพ หรือ ‘ก๊อก’ ที่มานำเสนอผลงาน Simulation ชื่อว่า ‘The Hospital Haunted: Be Lost’ หรือเรียกสั้นๆ ว่า ‘Be Lost’ ในฐานะธีสิสจบ

ด้วยความชื่นชอบในผลงาน Be Lost และตัวคุณจัตตุพร อารันดร์จึงได้ถามว่าคุณจัตตุพรต้องการความช่วยเหลืออะไรบ้าง คุณจัตตุพรจึงได้ตอบกลับมาว่า เขาอยากเปลี่ยน Be Lost ให้เป็นเกมจริงๆ

“ก๊อก เอ็งต้องการอะไรบ้าง” เป็นคำถามที่เขาถามจัตตุพรต่อ ก่อนจะได้รับคำตอบว่า “ผมต้องการเวลา ทีมงาน เวลา และเงินทุนจำนวนหนึ่ง” ในท้ายที่สุด ด้วยการที่เห็นความเป็นไปได้ของเกม พลังที่เต็มเปี่ยมของก๊อกและทีม อารันดร์จึงตัดสินใจร่วมลงทุนกับจัตตุพรตั้งบริษัทพัฒนาเกมชื่อว่า ‘MAD Virtual Reality Studio’ ขึ้นมา ซึ่งประกอบไปด้วยทีมงานชุดเล็กๆ 8 ชีวิตเท่านั้น (นับรวมอารันดร์ไปด้วย) ซึ่ง ณ เวลานั้น นับว่าเป็นความท้าทายอย่างยิ่ง

> “คนรุ่นใหม่ใช้โปรแกรม Adobe เมาส์ แทนเลื่อย สิ่ว และตะไบ ผมคิดว่างานช่างฝีมือไทย ไม่ได้หายไปไหน เพียงแต่ มันเปลี่ยนวิธีการและรูปแบบไป”

ช่างฝีมือไทยในยุคดิจิทัล

อย่างไรก็ดี หลังจากก่อตั้งบริษัท อารันดร์และทีมต้องมาปรึกษากับทีมว่าสิ่งที่ต้องทำต่อไปคืออะไร เขาบอกว่าสิ่งแรกที่ต้องทำสำหรับการทำเกมขายในอุตสาหกรรมเกมคือ การสร้างทีเซอร์หรือเทรลเลอร์ของเกม คล้ายๆ กับเวลาที่จะฉายหนัง เราก็ต้องได้เห็นเทรลเลอร์หรือตัวอย่างของหนังเสียก่อน ทั้งนี้ก็เพื่อทดลองตลาดว่าเกมที่เราจะนำมาขายนั้น จะมีคนสนใจมากน้อยเท่าไหร่ และนั่นก็เป็นที่มาของการสร้างเทรลเลอร์เกมไทยสุดหลอน เขาบอกว่าในช่วงนั้น ทีมงานฟิตกันหนักมากเพื่อสร้างเทรลเลอร์ของเกมออกมาให้ดีที่สุด

“เราได้ลงไปในโรงพยาบาลจริงๆ แถวสาทร เราไปถ่ายรูป ไปเก็บรายละเอียดทุกอย่างของโรงพยาบาล เพื่อใช้ในเทรลเลอร์ โดยเราทำผนัง เพดาน ป้าย ทุกอย่างในเทรลเลอร์เกม เราทำขึ้นมาด้วยมือ ถ้าไปดูในเกมจะเห็นเลยว่าเราทำงานละเอียดมาก” อารันดร์บรรยายถึงความทุ่มเทของทีมงานในขั้นตอนการทำเทรลเลอร์เกม

ในกระบวนการทำเกม อารันดร์ตั้งข้อสังเกตว่างานช่างฝีมือซึ่งเป็นจุดเด่นของคนไทยกำลังย้ายจากโลกเชิงกายภาพไปสู่ดิจิทัล “คนรุ่นใหม่ใช้โปรแกรม Adobe เมาส์ แทนเลื่อย สิ่ว และตะไบ ผมคิดว่างานช่างฝีมือไทยไม่ได้หายไปไหน เพียงแต่มันเปลี่ยนวิธีการและรูปแบบไป”

รู้แพล็ตฟอร์ม เชื่อมโลก เห็นโอกาส

หลังจากที่ทำเทรลเลอร์เกมเสร็จแล้ว ในขั้นต่อไปทีมงานจะต้องส่งเทรลเลอร์ไปให้เกมเมอร์ได้มาดูและวิจารณ์กัน ในขั้นนี้ทีมงานของอารันดร์ได้เลือกจะนำเทรลเลอร์ไปใส่ไว้ใน ‘Steam Greenlight’ ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำหรับให้นักพัฒนาเกมได้มาปล่อยตัวอย่างเกม และให้เกมเมอร์ทั่วโลกมาลองเล่นและลองให้คะแนนความนิยมกันดูผลลัพธ์ที่ได้รับคือ ภายใน 3 วันหลังจากอัพโหลด เทรลเลอร์ของเกมอารยาได้รับการโหวตอย่างล้นหลามจากเกมเมอร์ที่เข้ามาดู อารันดร์กล่าวว่า จากเกมทั้งหมดที่มีถึงสามพันกว่าเกมในตอนนั้น เกมอารยาติดอยู่ในท๊อป 5 ใน Steam Greenlight

อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าเทรลเลอร์เกมจะได้รับความนิยม แต่นั่นก็ไม่ได้แปลว่าเกมตัวจริงจะเป็นที่รู้จักและขายได้จริงๆ อารันดร์จึงมีความกังวลอยู่ว่าจะทำอย่างไรให้เกมเป็นที่รู้จักสำหรับคนทั่วโลกได้จริง ในที่สุดก่อนที่จะปล่อยเกมอารยาตัวจริงออกมา อารันดร์จึงได้ใช้กลยุทธ์สร้างกระแสเกมอารยาด้วยการจับมือกับกลุ่ม ‘Game Caster’ เพราะว่าเกมเมอร์พวกนี้จะมีพาวเวอร์ในการทำให้เกมเกมหนึ่งเป็นที่รู้จักในวงกว้างได้ง่าย

อย่างไรก็ตาม อารันดร์รู้ดีว่า การเดินเข้าไปหา Game Caster แล้วให้มา cast เกมให้เรา ไม่ใช่เรื่องง่ายๆ เขาจึงคิดว่าโจทย์สำคัญสำหรับให้ Game Caster ยอมมา cast เกมให้ อารันดร์และทีมเลือกใช้ ‘Twitch’ แพล็ตฟอร์มสำหรับนักเล่นเกมและพากย์เกมเป็นแพลตฟอร์มหลัก ก่อนที่เกมจะเปิดให้ดาวโหลด อารันดร์ได้ไปตกลงกับทาง Twitch ว่าจะขอปล่อยเดโมของเกมอารยามาให้ Game Caster มาลองเล่นกันก่อน และหลังจากเกมได้ถูกปล่อยให้ลองเล่นแล้ว ผลตอบรับก็เป็นไปตามความคาดหมาย นั่นคือ เหล่า Game Caster ได้เข้ามาลองเล่นกันอย่างล้นหลาม และพอเล่นเสร็จแล้ว พวกเขาก็ได้อัพโหลดวิดีโอที่ถ่ายไว้ตอนที่กำลังเล่นไปไว้บน Youtube อีกด้วย นั่นทำให้กระแสของเกมดีขึ้นอย่างมาก

“หากเป็นเมื่อสัก 10 ปีที่แล้ว อารยาคงไม่มีโอกาสเกิดขึ้นแน่นอน”

อารยาชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของแพลตฟอร์มที่เชื่อมโลกไว้ด้วยกันอย่างเช่น Youtube ซึ่งไม่ใช่เฉพาะคนไทยเท่านั้นที่เข้าถึง แต่ชาวต่างชาติสามารถหาซื้อของได้ในที่เดียวกัน

ใส่ความเป็นไทยในเนื้อเกม

อารันดร์ได้สะท้อนว่า จริงๆ แล้วความสำเร็จของเกมอารยาที่เกิดขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งเป็นเพราะได้หยิบจับสิ่งที่เห็นรอบตัวพวกเรา ที่สะท้อนถึง ‘ความเป็นไทย’ เข้ามาใช้ในเกม เช่น โครงสร้างตึกรามบ้านช่อง ศาลพระภูมิ ม้าลายในศาลต่างๆ หรือตุ๊กแกที่อยู่ตามบ้าน สิ่งเหล่านี้ล้วนขายต่างชาติได้ทั้งนั้น เพราะมันดูแปลกใหม่สำหรับพวกเขา

นอกจากนี้ อารันดร์เห็นว่าประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่ดีมากๆ ที่สามารถช่วยให้เกมของเขามีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ต้นทุนเหล่านั้นก็คือ ‘หนังผีไทย’ และ ‘ละครไทย’ ซึ่งเขาชี้ว่า คนไทยล้วนต่างก็เติบโตมากับสิ่งเหล่านี้มาตลอด เขาได้นำจุดเด่นของละครและหนังผีไทยไปใช้ในการออกแบบเกมอารยา อารันดร์ได้ยกตัวอย่างว่า “อารยาถูกออกแบบมาให้เป็นตอนๆ ตอนละ 15 นาที และตอนช่วงท้ายของแต่ละตอน – เหมือนกับเบรกโฆษณาของละครไทย – จะมีการขมวดปมของตอนต่อไปให้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมาจาก ‘ศาสตร์’ ที่ช่อง 3 ช่อง 7 ช่อง 5 สร้างเอาไว้ให้แล้ว เราเพียงครูพักลักจำนำมาใช้”

> “รู้แพล็ตฟอร์ม เชื่อมโลก เห็นโอกาส ใส่ความเป็นไทย ในเนื้อเกม”

สำหรับหนังผีไทย อารันดร์ก็ได้นำมันไปใช้ในการออกแบบ ‘ฉากความน่ากลัว’ ต่างๆ ในเกมอารยา โดยในการออกแบบความตื่นเต้นของการเล่นแต่ละตอน เกมจะสร้างแรงบีบคั้นให้ผู้เล่นเกิดความกลัวจนถึงจุดพีคภายใน 12 นาทีแรกของการเล่นในแต่ละตอน และพอหลังหมดจากช่วง 12 นาทีนี้ไปแล้ว บรรยากาศต่างๆ ก็ดูเหมือนจะคลี่คลาย และไม่น่ามีอะไรเกิดขึ้นแล้ว แต่ทันใดนั้น เกมก็จะกลับมาสร้างความกลัวแบบฉับพลันอีกครั้ง คล้ายๆ กับตัวละครกำลังเดินอยู่ และคิดว่ามันต้องมีผีอยู่แน่ๆ

ARAYA
STEAM VR
WWW.MADVRSTUDIO.COM
oculus
unity
NVIDIA.
True Digital Plus
true
PREDATOR

แต่ปรากฏว่าไม่มี แต่ทันใดนั้น เมื่อหันกลับมามองที่ตัว ผีมันเกาะอยู่ที่ตัวเสียแล้ว วิธีการเช่นนี้ทำให้ผู้เล่นตื่นเต้นแบบต่อเนื่อง อารันดร์ได้เรียกวิธีการนี้ว่า ‘สูตรสองเด้ง’ ซึ่งเป็นสูตรที่หนังผีไทยใช้อยู่เป็นปกติอยู่แล้ว

ใช้ศักยภาพของเทคโนโลยีให้ได้มากที่สุด

อารันดร์เล่าติดตลกว่า จุดขายอย่างหนึ่งที่อยู่ในเกมอารยา คือ ‘สรีระของตัวละครผู้หญิง’ ที่ใหญ่เกินจริง ซึ่งเรื่องนี้เกิดขึ้นในขั้นตอนของกระบวนการพัฒนาเกม “ในตอนแรก ทีมงานได้ใช้หญิงไทยรูปร่างมาตรฐานมาเป็นแบบสำหรับปั้นตัวละครหลักที่ผู้เล่นจะต้องสวมบทบาทในเกม ปรากฏว่าพอทีมงานลองเล่นเกมผ่านแว่น VR (Virtual Reality) ก็พบปัญหาใหญ่ขึ้นมา นั่นคือ เมื่อพวกเขาสวมแว่น และลองมองลงมาด้านล่าง เราไม่เห็นอะไรเลย เพราะหน้าอกของตัวละครแบนเกินไป เราจึงอัพไซส์ให้ใหญ่ขึ้น (ฮา)”

การดึงศักยภาพของคนรุ่นใหม่ คือ หัวใจสำคัญของความสำเร็จ

เมื่อบริษัทปล่อยเกมตัวจริงออกไป จึงส่งผลให้เกมที่สร้างโดยคนไทย มี content แบบไทยๆ เกมนี้ขายได้ทั่วโลก และติดท็อป 10 ใน Steam จนบริษัทได้ไปออกในหลายรายการที่เกี่ยวกับเกมดังๆ เช่น Tokyo Game Show, Thailand Game Show และได้ไปรับรางวัลด้านเกมในระดับโลกอีกหลายเวที เช่น รางวัล Developer of the Year, Excellence Game of the Year หรือ Developer Choice เป็นต้น

อารันดร์ได้เผยว่าความสำเร็จบริษัทนี้จะไม่มีทางเกิดขึ้นเลยหากปราศจากการร่วมแรงร่วมใจของทีมงานทั้ง 7 คนซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นนักศึกษาที่ยังเรียนอยู่ปี 4 ทั้งสิ้น เขาได้เรียนรู้ว่าการดึงศักยภาพของคนรุ่นใหม่มีความสำคัญต่อความสำเร็จในการบริหารงานในยุคนี้อย่างมาก

ท่ามกลางเสียงบ่นและความไม่มั่นใจในศักยภาพของ ‘คนรุ่นใหม่’ อารันดร์เชื่อว่า จริงๆ แล้วเด็กรุ่นใหม่มีศักยภาพมาก ดังเช่นทีมงานของบริษัท MAD Virtual Reality Studio ซึ่งล้วนเป็นเด็กรุ่นใหม่ทั้งสิ้น พวกเขาไม่เพียงแต่มีทักษะที่ดีเท่านั้น แต่ยังอดทนและทุ่มเทให้กับการทำงานอย่างหนัก **สำหรับอารันดร์ ปัญหาสำคัญของสังคมไทยคือ การไม่มีพื้นที่ให้คนรุ่นใหม่ได้แสดงศักยภาพได้อย่างเต็มที่**

“ถ้าพวกเราไม่ได้มาทำอารยา แต่ละคนคงกระจัดกระจายกันไป บางคนอาจไปเป็นโปรแกรมเมอร์ บางคนอาจไปเป็นกราฟิก ซึ่งไม่ใช่ว่าอาชีพเหล่านี้ไม่ดี เพียงแต่ว่าอาจไม่ได้เอื้อให้ใช้ศักยภาพของตัวเองอย่างเต็มที่” อารันดร์กล่าว

ไม่ใช่แค่ผู้ใหญ่เท่านั้น อารันดร์แนะนำว่า คนรุ่นใหม่เองต้องมองหาโอกาสและปรับตัวด้วยเช่นกัน

“คนรุ่นใหม่ต้องพาตัวเองมาอยู่ในจุดที่สามารถดึงศักยภาพตนเองได้ และต้องคอยถามตัวเองอยู่เสมอว่าได้ใช้ศักยภาพสูงสุดของตัวเองแล้วหรือยัง?”

เปิดกลเม็ดสู่ความสำเร็จในยุค

Digital Media

ชลากรณ์ ปัญญาโฉม ประธานเจ้าหน้าที่บริหารสายงานดิจิทัลทีวี บริษัท เวิร์คพอยท์ เอ็นเทอร์เทนเมนท์ จำกัด (มหาชน) ผู้อยู่เบื้องหลังความสำเร็จของ The Mask Singer รวมถึงอีกหลายรายการที่ได้รับความนิยมไม่แพ้กัน เช่น I Can See Your Voice , ปริศนาฟ้าแลบ ฯลฯ บอกเล่าถึงวิธีคิดเบื้องหลังการทำรายการ The Mask Singer รวมถึงแบ่งบันประสบการณ์ในการทำสื่อดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จ

โดย คุณกร ชลากรณ์ ปัญญาโฉม

ถ้าให้วิเคราะห์ความสำเร็จของ The Mask Singer ซึ่งไม่ได้สำเร็จเฉพาะกับเรตติ้งทีวีแต่กระแสในออนไลน์ก็สูงมากด้วย คิดว่าเป็นเพราะอะไร

ต้องบอกว่าองค์ประกอบมันครบ และไม่ได้เกิดขึ้นบ่อยๆ **หนึ่ง คือ ในแง่โปรดักชั่น visual มันน่าสนใจ ดึงดูดสายตามาก**

สอง คือ อารมณ์ของรายการมันค่อนข้างถูกจริตคนไทยมีความตลก มีความเซอร์ไพรส์ และที่ใส่เพิ่มเข้าไปก็คือความอยากรู้อยากเห็น อยู่ดีๆ โปรดิวเซอร์ก็เดินมาบอกผมว่าอยากให้จับคนที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาเซ็นสัญญา ทุกอย่างต้องเป็นความลับ ใครเผยแพร่ความลับปรับสามแสน ขนาดคนขับรถผมยังต้องเซ็นเลย เขาจริงจังกันถึงขั้นนั้น

> “อารมณ์ของรายการมันค่อนข้างถูกจริตคนไทย มีความตลก มีความเซอร์ไพรส์ และที่ใส่เพิ่มเข้าไปก็คือความอยากรู้อยากเห็น”

สาม คือ เทคโนโลยีมันมาพอดี สังเกตว่ารายการสมัยก่อนที่ดังๆ อย่างเกมทศกัณฐ์ ตอนนั้นอินเตอร์เน็ตมันยังไม่เป็นที่นิยมขนาดนี้ แต่ในวันนี้มันเป็นที่นิยมมากขึ้น และเมื่อผมออกอากาศพร้อมกับ live ทางเฟซบุ๊ก มันเลยทำให้กระแสในโซเชียลเกิดได้เร็วและง่าย องค์ประกอบเหล่านี้มันมาพร้อมกันพอดี อีกสิ่งที่เราเจอเมื่อรายการเริ่มประสบความสำเร็จ ก็คือว่า เด็กๆ จะชอบรายการนี้เป็นพิเศษ เหมือนตอนเด็กที่เราชอบดูไอ้มดแดง เพราะมันมีความเป็นมาสคอต เป็นฮีโร่ เวลาเห็นเราก็อยากเป็นแบบตัวนั้นตัวนี้ ซึ่งในเมืองไทย เรายังไม่เคยมีฮีโร่ที่เป็นของเราเองสักที แต่ตอนนี้มันมีแล้ว

▶ เวลาไปร่วมงานขายคอนเทนต์ที่ต่างประเทศ มีวิธีการเลือกคอนเทนต์แบบไหน ว่าจะโดนใจคนไทยเพราะบางรายการอาจสำเร็จในประเทศของเขา แต่อาจไม่สำเร็จในประเทศไทยก็ได้

ก็เดาๆ เอา ว่าถ้าเป็นเวอร์ชั่นไทย มันจะเป็นยังไง ถ้าปรับแล้วมันจะสนุกมั้ย ทีมโปรดักชั่นของเราจะทำออกมาเป็นแบบไหน ก็ต้องใช้จินตนาการพอสมควร

ใน The Mask Singer เวอร์ชั่นเกาหลี เวลาเขาถามตอบกัน มันจะออกไปทางซึ้งมากกว่า แต่ของเรานี่ปรุงแบบรสจัดเลย ทำให้ตลกไปเลย ซึ่งเอาจริงๆ ที่คุยกันก็ไม่ได้ประโยชน์อะไรหรอก ซึ่งคนดูเองก็รู้ว่ามันไม่ได้ประโยชน์อะไรเลยแต่ขณะเดียวกัน มันก็ตลกจังเลย

▶ จากที่มีคนเคยทำนายไว้ว่า เมื่อโลกโซเชียลได้รับความนิยมมากขึ้น คนจะหันมาเสพสื่อทางนี้มากขึ้นไม่ว่าจะเป็น Youtube หรือ Facebook live ซึ่งจะทำให้คนดูทีวีน้อยลง มันเป็นอย่างนั้นจริงไหม

เท่าที่ผมดูจากข้อมูล คนที่ดูทีวีก็ยังมีเท่าเดิมนะ แต่การใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตจะเพิ่มขึ้น ซึ่งเวลาเราเปรียบเทียบการเติบโตของคนดูในทีวีมันก็จะเพิ่มขึ้นนิดหน่อย แต่ในอินเตอร์เน็ตมันพุ่งสูง เลยทำให้เรารู้สึกว่าคนหันไปใช้อินเตอร์เน็ตมากกว่า ทีนี้วิธีการที่เราใช้ก็คือทำสองอย่างไปพร้อมๆ กันซะเลย แล้วลองดูซิว่าคนจะหันมาดูแต่ในเน็ตรึเปล่า ปรากฏว่ามันก็ไม่เป็นอย่างนั้น แต่กลายเป็นว่าคนกลับมาดูทีวีเยอะขึ้นด้วยซ้ำ

> “อะไรก็ตามที่ฮิตในทีวี ในออนไลน์จะฮิตเสมอ ยังไม่เคยมีอะไรที่ฮิตในทีวี และในออนไลน์ไม่ฮิต”

ต้องยอมรับว่า ทุกวันนี้คนที่อยู่ในเมือง มีกิจกรรมให้ทำเยอะขึ้นกว่าแต่ก่อน หมายความว่า เขาจะไม่ได้อยู่บ้านและดูทีวีเยอะเท่าเมื่อก่อน โจทย์คือจะทำยังไงให้คนกลับมาดูทีวีที่บ้าน คำตอบก็คือการเผยแพร่ทางโซเชียลนี่แหละที่ทำให้เขารู้ว่า อ๋อ มันมีรายการนี้นะ ไม่งั้นเขาไม่มีทางรู้ เพราะเวลาที่ออกอากาศ เขาอาจไม่อยู่บ้าน

แล้วถ้าเทียบกับเมื่อก่อน เราต้องตัดเป็นสป็อตสั้นๆ ลงในเน็ตเพื่อดึงดูดให้คนอยากดู แต่ตอนนี้เราลงให้เขาดูแบบเต็มๆ เลย ถ้าเขาชอบก็จะติดเลย จะตามไปดูย้อนหลัง หรือจะรอดูในทีวีก็ได้

หมายความว่าคนก็ยังดูในทีวีอยู่ แม้จะดูในอินเตอร์เน็ตได้ก็ตาม

มีตัวเลขนึงที่น่าสนใจก็คือ กลุ่มคนในกรุงเทพฯ และหัวเมืองมีพฤติกรรมที่ดูสองจอไปพร้อมๆ กัน เพราะไม่งั้นเรตติ้งในทีวีมันต้องตก และกลายเป็นว่า การมี live มันมาช่วยเติมเต็มจุดอ่อนบางอย่างของทีวี ซึ่ง interactive กันคนอื่นไม่ได้

ถ้าเป็นเมื่อก่อน อย่างมากเราก็โทรไปเม้ากับเพื่อน แต่เดี๋ยวนี้เมื่อมันมีวิดีโอในมือถือที่สามารถพิมพ์โต้ตอบหรือแท็กใครก็ได้ มันทำให้เขาสะดวกมากเลย

ถ้าใครดู The Mask Singer บ่อยๆ จะเห็นว่าในออนไลน์มันจะดีเลย์จากทีวีประมาณ 5-10 วิ แล้วสิ่งที่เกิดขึ้นทุกครั้ง ก็คือว่า เมื่อจบโฆษณาแล้วเข้ารายการ ในมือถือจะมีคนบ่นทันทีว่าทำไมยังไม่มา เพราะในทีวีมันมาแล้ว นั่นหมายความว่าเขาก็ดูทีวีอยู่ด้วย (หัวเราะ)

ระหว่างคลิปสั้นๆ กับรายการยาวๆ พอจะบอกได้มั้ยว่าคนชอบแบบไหนมากกว่ากัน

ถ้าในภาพรวม การทำเป็นคลิปสั้นๆ มันสำเร็จง่ายกว่าอยู่แล้ว แต่กับรายการที่ยาวเป็นชั่วโมง นานๆ มันจะดีสักที จะเห็นว่าช่วงนี้หลายเพจจะชอบทำเป็นคลิปสั้นๆ ซึ่งมันเวิร์คนะ โดยเฉพาะ platform อย่างเฟซบุ๊ก ทุกวันนี้ระบบอัลกอริทึมของมันจะสนับสนุนพวกไฟล์วิดีโอ มากกว่า text ล้วนๆ

แล้วรายการยาวๆ แบบ The Mask Singer ซึ่งก็มีคนดูจนจบเยอะเหมือนกัน อะไรคือจุดที่ทำให้มันสำเร็จ

เหตุผลเพราะมันคือรายการทีวี ซึ่งคนจะรับรู้แต่แรกแล้วว่าต้องดูไปเรื่อยๆ แล้วเมื่อเขารู้ว่าเดี๋ยวมันจะสนุก เดี๋ยวจะถอดหน้ากาก เขาก็ยอมดูจนจบ แต่ขณะเดียวกัน หลังรายการออกอากาศเสร็จ เราก็ตัดเป็นคลิปสั้นๆ ด้วย ถ้าใครตามช่องใน Youtube ของเรา จะเห็นเลยว่ามีคลิปที่ตัดแยกออกมาเต็มไปหมดเลย ทั้งตอนร้องเพลง หรือตอนที่เล่นมุขตลก ซึ่งคนก็ตามมาดูเยอะเหมือนกัน

อีกคำถามที่เป็นข้อข้องใจ จะเห็นว่าทุกวันนี้หลายๆ คลิปที่คนทำออกมาแล้วฮิต เป็นการถ่ายทำที่ไม่ต้องลงทุนหรือใช้โปรดักชั่นอะไรมาก อยากรู้ว่าแล้วคนที่ทำรายการทีวีใช้โปรดักชั่นใหญ่ จะสู้กับคนทำคลิปแบบบ้านๆ อย่างไร แล้วคนดูยังคาดหวังกับโปรดักชั่นที่ดีอยู่ไหม

โปรดักชั่นที่ดีช่วยได้เยอะครับ สถิติหนึ่งที่น่าสนใจคืออะไรก็ตามที่ฮิตในทีวี ในออนไลน์จะฮิตเสมอ ยังไม่เคยมีอะไรที่ฮิตในทีวี และในออนไลน์ไม่ฮิต แปลว่าถ้าเราทำคอนเทนต์อะไรก็ตามที่สนุก ไม่ว่ามันจะอยู่ที่ไหน ก็จะได้รับความนิยมเสมอ ฉะนั้นประเด็นจึงอยู่ที่ว่า คลิปที่เราทำออกมา มันสนุกรึเปล่า

หมายความว่า ถ้ามันสนุก แต่โปรดักชั่นอาจไม่ดีมากคนก็อาจชอบก็ได้

ใช่ แต่สิ่งที่เป็นปัจจัยอีกอย่างก็คือ การทำอย่างสม่ำเสมอ เพราะพวกคลิปประเภท one hit wonder นานๆ จะเกิดขึ้นสักทีปีหนึ่งไม่เกิน 20 ชิ้น เพราะฉะนั้นถ้าใครอยากทำ ผมจะสนับสนุนให้ทำอย่างสม่ำเสมอ เพราะไม่ใช่ทุกคลิปที่จะฮิต คือในสิบคลิปอาจมีที่ฮิตสักชิ้นนึง ความสม่ำเสมอสำคัญมาก

> “โลกยุคนี้จะมุ่งไปสู่ความเป็น niche ขึ้นเรื่อยๆ จะไม่มีอะไรที่ป๊อปหรือผูกขาดความเป็น mainstream อย่างสมัยก่อน คุณมองว่าจริงไหม”

ถ้าให้มองประเทศเกาหลีใต้ เห็นปัจจัยอะไรบ้างที่ทำให้เขาประสบความสำเร็จด้านอุตสาหกรรมบันเทิง

ของเกาหลีนี่เป็นเพราะรัฐล้วนๆ เลยครับ รัฐเขาสนับสนุนเต็มที่ ยกตัวอย่างง่ายๆ ว่า เวลาที่คนของเขาออกไปขายงานตามแฟร์ต่างๆ ของโลก รัฐจะช่วยออกเงินให้ครึ่งหนึ่ง แล้วถ้าเกิดว่าคุณขายได้ รัฐจะช่วยออกให้หมดเลย หรือเวลาศิลปินไปแสดงที่ต่างประเทศ เขาก็ออกค่าใช้จ่ายให้ รัฐสนับสนุนเยอะมาก

อย่างบิงซูที่เราฮิตกันทุกวันนี้ ปีที่แล้วตอนที่มันยังไม่ฮิต ผมไปเกาหลี ได้คุยกับโปรดิวเซอร์ที่นั่น เขาก็เล่าให้ฟังว่ารัฐกำลังผลักดันขนมอันนี้ให้เข้าไปในไทย เดี๋ยวปีหน้าคุณได้เห็นแน่ ซึ่งวันนี้มันก็ฮิตแล้วจริงๆ แม้ตอนแรกคนอาจยังไม่ค่อยรู้จักแต่พอเขาทำเยอะๆ ล้อมไว้หมด คนก็เริ่มติด เขามีโร้ดแมปของเขาอยู่

บางคนตั้งข้อสังเกตว่า โลกยุคนี้จะมุ่งไปสู่ความเป็น niche ขึ้นเรื่อยๆ จะไม่มีอะไรที่ป๊อปหรือผูกขาดความเป็น mainstream อย่างสมัยก่อน คุณมองว่าจริงไหม

สำหรับผม มันจะพุ่งไปที่แมสเยอะขึ้นด้วยซ้ำ แต่คำว่าแมสในที่นี้ อาจไม่ได้หมายถึงทุกคนในประเทศ ต้องอธิบายก่อนว่าเมื่อเรามีอินเทอร์เน็ต มีเทคโนโลยีใหม่ๆ มันทำให้ของทุกอย่างถูกลง เมื่อของถูกลง กำไรก็จะน้อยลง เมื่อกำไรน้อยลง แล้วคุณจับกลุ่ม niche target คุณอาจไม่พอเลี้ยงชีพ เพราะฉะนั้นกลุ่มเป้าหมายจึงต้องใหญ่พอ เพื่อให้ธุรกิจอยู่ได้ ซึ่งจะใหญ่แค่ไหนก็แล้วขึ้นอยู่กับธุรกิจแต่ละประเภท

หมายความว่า ถ้าจะทำรายการที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม ก็ต้องหากลุ่มของตัวเองให้เจอ และเป็นกลุ่มที่ใหญ่พอ

ใช่ ผมยกตัวอย่างรายการของเวิร์คพอยท์ที่ชื่อหมอลำฝังเพชร มีคนดูเยอะมากนะครับ ทั้งทีวีและ Youtube แต่เป็นอีกกลุ่มนึงเลย ก็คือกลุ่มคนอีสาน ซึ่งผมก็จัดว่ารายการนี้เป็นรายการที่แมสเหมือนกัน

ล่าสุดคุณได้ไปร่วมงาน ‘F8 Conference’ เป็นงานใหญ่ที่ทาง Facebook จัดขึ้นเพื่อนำเสนอวิสัยทัศน์และลูกเล่นใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต คุณเห็นอะไรที่น่าสนใจบ้าง

ที่เห็นหลักๆ ก็คือเป้าหมายใน 10 ปีถัดจากนี้ ของทั้ง Facebook , Youtube และบริษัทอื่นๆ จะคล้ายๆ กันหมด ทีนี้สิ่งที่พอสรุปได้คือ

> “ถ้าจะทำรายการที่มีเนื้อหาเฉพาะกลุ่ม ก็ต้องหากลุ่มของตัวเองให้เจอ และเป็นกลุ่มที่ใหญ่พอ”

1. แพลตฟอร์มที่โตแล้วและใหญ่แล้ว มันไม่ใช่เทรนด์ แต่เป็นแพลตฟอร์มที่มีการวางระบบเศรษฐกิจอยู่ในนั้น หมายความว่าใครที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับแพลตฟอร์มเหล่านี้ สามารถสร้างรายได้ให้ตัวเองได้ และในเมื่อมันมีคนที่ทำมาหากินได้ แพลตฟอร์มนี้มันก็จะอยู่ไปเรื่อยๆ ไม่ใช่เทรนด์ที่เกิดขึ้นแล้วดับไป

2. เมื่อมันกลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีระบบเศรษฐกิจ เขาก็ต้องพยายามหาเงินเข้ามาในระบบอยู่ตลอด และมีเป้าหมายว่าจะเอาเงินที่ได้มาไปทำอย่างอื่นต่อ สิ่งนั้นก็คือการทำให้คนทั้งโลกเข้าถึงอินเตอร์เน็ตได้ ซึ่งแต่ละค่ายก็กำลังขุ่มทำ infrastructure ของตัวเองอยู่ บางค่ายก็ไปร่วมมือกับบริษัทมือถือ หรือบางค่ายก็สร้างระบบเครือข่ายของตัวเอง

> “แพลตฟอร์มที่โตแล้วและใหญ่แล้ว มันไม่ใช่เทรนด์ แต่เป็นแพลตฟอร์มที่มีการวางระบบเศรษฐกิจอยู่ในนั้น หมายความว่าใครที่เข้าไปมีส่วนร่วมกับแพลตฟอร์มเหล่านี้ สามารถสร้างรายได้ให้ตัวเองได้”

พูดง่ายๆ ว่าเขาพยายามทำให้ทุกคนเข้าถึงอินเตอร์เน็ตได้ และใช้แพลตฟอร์มของเขาด้วย

ใช่ เหมือนว่าเขาเป็นรัฐ และเปิดให้ทุกคนเข้ามาอาศัยได้ แต่ก็ขอเก็บภาษีด้วยหน่อยนึง เป็นการแชร์รายได้ อะไรประมาณนั้น (หัวเราะ)

นอกจากวิสัยทัศน์ที่ว่ามา มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่น่าตื่นเต้นบ้างไหม

น่าจะเป็น AR นะ อันนี้ถือว่าค่อนข้างฮือฮาเลย สามารถสั่งพิมพ์ข้อความได้โดยใช้คลื่นสมอง เราแค่คิด แล้วมันจะพิมพ์ออกเป็นตัวหนังสือเลย ล้ำมาก อันนี้เป็นเทคโนโลยีที่เขาทำขึ้นสำหรับคนที่มีปัญหาทางกายภาพ จะได้สื่อสารกับคนอื่นได้ หรืออีกอันก็คือระบบที่สามารถ detect รูปภาพหรือวิดีโอ ซึ่งไปไกลขนาดที่ว่า ถ้าคนกำลัง live อยู่ แล้วมีแก้ววางอยู่บนโต๊ะแบบหมิ่นๆ กำลังจะตก มันสามารถบอกได้ว่าแก้วกำลังจะตกในอีกกี่วินาที ซึ่งอันนี้เขาบอกว่าจะมีประโยชน์เวลาที่คนทำ live แล้วมีพฤติกรรมหรือเหตุการณ์อะไรที่สุ่มเสี่ยง

BREAKEY

สื่อสารความรู้ อย่างเข้าใจ

ในโลกการเรียนรู้ นอกจากเนื้อหาและความรู้ที่รอถ่ายทอดจาก ผู้พูดไปยังผู้ฟัง สิ่งหนึ่งที่เราอาจหลงลืมไปคือปัจจัยการสื่อสารอะไรบ้าง ที่ทำให้การเรียนรู้เกิดประสิทธิภาพ มาเรียนรู้วิธีสื่อสารอย่างเข้าใจ กับครูสอนภาษาอังกฤษที่แซ่บที่สุดแห่งยุค

โดย ครูลูกกอล์ฟ คณาธิป สุนทรรักษ์

ภาพลักษณ์ของ Angkriz ที่สื่อสารกับคนนอกคือ ความจี๊ดจ๊าด เปรี้ยว ตามบุคลิกคนแฟชั่นของลูกกอล์ฟ

สิ้นเสียงปรบมือจากผู้ชมด้านล่าง ลูกกอล์ฟ - คณาธิป สุนทรรักษ์ ก้าวขึ้นมาบนเวทีพร้อมไฟสปอตไลต์ที่สาดส่องลงมาหาเธอ - บุคคลที่เราเรียกได้อย่างเต็มปากว่าเธอคือหนึ่งใน ‘เซเล็บบริตี้’ ของวงการบันเทิงที่เอ่ยชื่อไปใครๆ ก็รู้จัก

แต่ในอีกด้าน เธอคือคนที่เราเรียกว่าเป็น ‘ครู’ ได้เต็มปากอย่างไม่ต้องสงสัย

“ปกติลูกกอล์ฟจะใช้ชีวิตอยู่กับเด็กๆ มัธยมซึ่งชีวิตมันสวยงาม Life is like... beautiful! เข้าใจมั้ยคะ จะไม่ค่อยได้มางานที่ผู้ใหญ่เยอะๆ เพราะเวลาผู้ใหญ่อยู่ด้วยกันเยอะๆ เราจะหัวเราะกันแบบเกร็งๆ หัวเราะแบบคนข้างๆ หาว่า ‘กูไม่คูล’ หัวเราะกันแบบถากถาง เพราะฉะนั้นวันนี้ Just have fun! OK?” เธอบอกกับเราและอีกหลายคนบนเวทีก่อนจะเริ่มต้นส่งต่อเรื่องราวในฐานะ ‘นักสื่อสาร’ ที่เฝ้าสังเกตการสื่อสารความรู้ในห้องเรียนมายาวนานตั้งแต่ครั้งที่เธอเองเคยเป็นนักเรียน จนกระทั่งมาเป็นคนที่ต้องสื่อสารกับเด็กๆ ด้วยตัวเอง

“Angkriz เป็นโรงเรียนที่ลูกกอล์ฟอยากทำตอนที่อยู่ปีสาม นิเทศจุฬาฯ ตอนนั้นตัดสินใจว่าโอเค อยากมีโรงเรียนก็เลยคุยกับนักเรียนตอนสอนอยู่ตามร้านกาแฟว่า เฮ้ย จะชื่ออะไรดีวะ หานานมาก

“น้องนักเรียนคนนึงก็บอกว่าพี่ก็เอาชื่อนี้เลย ‘แองกริซซซ’ ออกเสียงตัว z ชัดมาก เราก็ ว้าว.. ชอบมาก เพราะมันเป็นชื่อที่มันทำให้คนถามว่า ‘ทำไมต้อง Angkriz’... and that’s good. โลกเราดีเกิดอะไรใหม่ๆ เมื่อมีการถาม มันเป็นสิ่งที่ดี ก็เลยโอเค เอาชื่อนี้ล่ะ”

ภาพลักษณ์ของ Angkriz ที่สื่อสารกับคนนอกคือความจี๊ดจ๊าด เปรี้ยว ตามบุคลิกคนแฟชั่นของลูกกอล์ฟ ทั้งห้องเรียนที่มีรันเวย์ตรงกลาง หนังสือเรียนที่มองเผินๆ เหมือนนิตยสารแฟชั่นที่มีดาราชื่อดังมาถ่ายแฟชั่นเซ็ตลงหน้าปก และที่สำคัญสโลแกนที่ปรากฏอยู่ทั้งที่โรงเรียนและบนหน้าปกหนังสือ คือ **‘Don’t judge a book by its cover.’**

“สโลแกนนี้มันส่งผลกับชีวิตมากๆ เลย มันคือเปลือกแค่ 5% ของ Angkriz ที่เราทุ่มเทกับมันมากจริงๆ แล้วเปลือกไม่ได้เป็นสิ่งที่ควรต้องแคร์ นึกออกไหมคะ ในเมื่อเปลือกไม่ได้สำคัญ แล้วทำไมโรงเรียนเราถึงเล่นกับ ‘เปลือก’ ขนาดนี้

องค์ประกอบสามอย่างของการสื่อสาร

S Sender

M Message

R Receiver

“ก็เพราะว่าเราอยากจะให้คนจัดจ์ แล้วก็อยากจะกันคนที่จัดจ์เราออกไป ก็ไม่ต้องมารู้จักกันไง เพราะเราไม่ต้องการคนที่มาอยู่ในห้องแล้วเป็นคนที่ไม่ได้อยากมาเพราะเค้าตัดสินเราแค่ 5% สมมติว่าวันนี้คุณมาดูลูกกอล์ฟแล้วคิดว่าไม่ชอบ 5% ตรงนี้เลย... Fine, you don’t have to like me. Okay? You don’t have to like everyone. คนเราไม่ได้ชอบทุกคน ลูกกอล์ฟก็ไม่ได้ชอบทุกคน ดังนั้นวันนี้ เปลือกจะไม่ค่อยถูกคุย แต่เราจะมาทำความรู้จักกับ 95% ของลูกกอล์ฟค่ะ” ลูกกอล์ฟอธิบายย้ำให้เราและผู้ชมในโรงละครฟัง

“เนื้อหาวันนี้แบ่งเป็นสามส่วนง่ายๆ เอาความรู้จากนิเทศจุฬาฯ มาค่ะ เป็นเรื่องของ ‘การสื่อสาร’”

ตัวอักษร S, M และ R ถูกเขียนลงบนแท็บเล็ตที่ต่อขึ้นบนโปรเจ็กต์เตอร์บนเวที ทั้งสามตัวนี้คือองค์ประกอบสามอย่างที่จะเป็นกับการสื่อสาร นั่นคือ Sender (ผู้ส่งสาร) Message (สารที่จะสื่อ) และ Receiver (ผู้รับสาร) และในฐานะครู สามสิ่งคือปัจจัยที่ลูกกอล์ฟมองว่าเราควรให้ความสำคัญไม่ใช่แค่ในเชิงการศึกษาเท่านั้น แต่หมายถึงการใช้ชีวิตด้วย

“ในชีวิตของคุณอาจมีครูค่อนข้างเยอะ ครูบางคนอยู่กับเรามาทั้งชีวิต แต่ก็ไม่ได้เปลี่ยนอะไรเราเลยแต่ครูบางคนเข้ามาแค่คาบเดียว กลับเปลี่ยนมุมมองเราไปทั้งชีวิต

“ทุกวันนี้คนบอกว่าพี่ลูกกอล์ฟเป็นครู เป็นติวเตอร์ จริงๆ เราไม่ค่อยแคร์อะไรเรื่อง title เลยค่ะ I’m no one ไม่ได้เป็นอะไร ทั้งนั้น ตอนเด็กๆ ลูกกอล์ฟเป็นเด็กตัวเล็กๆ ที่นั่งหน้าห้อง แล้วมองครูว่าเค้ายิ่งใหญ่มากๆ ยิ่งสมัยก่อนด้วย เราไม่กล้าที่จะ... ครูคะ (เสียงเล็กๆ) แต่พอเราเริ่มโตขึ้น เราก็เห็นว่าครูเป็น ‘มนุษย์’ ทุกวันไหว้ครู ขอโทษนะคะเราก็รู้สึกว่าครูเป็นมนุษย์

“มีครูที่เปลี่ยนโลกเราไปในทางที่ดีขึ้น และมีครูที่เปลี่ยนโลกเราไปในทางที่มืดมน” เธอเริ่มเล่าเรื่องของครูผู้เปลี่ยนชีวิตให้เราฟัง

ที่เราเห็นว่าเธอเก่งภาษาอังกฤษอย่างทุกวันนี้ จริงๆ แล้วการเรียนภาษาของลูกกอล์ฟไม่ใช่คลาสในโรงเรียนอินเตอร์ แต่เป็นโรงเรียนระบบไทยที่เต็มไปด้วยครูที่สร้างความสับสนในการเรียนภาษาอังกฤษกับเด็กตัวเล็กๆ อย่างเธออยู่ไม่น้อย

“มันสับสนน่ะ บางคาบครูบอกว่า โอเค เราเป็นคนไทยลูก ไม่ต้องพยายามมาก บางคาบได้ครูจากยูเค เค้าก็จะ ‘เชื่อผมๆ ภาษาอังกฤษเกิดขึ้นที่ผม’ บางคาบก็เป็นครูอเมริกัน ‘เชื่อผมๆ ภาษาอังกฤษแบบอเมริกันมันเท่กว่านะ’ แล้วบางคาบก็มีครูเข้ามาแล้วพูด ‘รีปรี๊ตอ้าบเต้อหมิ’ เราไม่ได้ล้อเล่น นี่คาบนี้กูต้องฝึกการรัวลิ้นใช่มั้ย ตอนเด็กมันแบบ เฮ้ย เหมือนเพลงทาทายังเลย ขาดเธอก็เหงา ขาดครูคนนี้ไปก็ไม่ได้

“แต่เราเริ่มมาจับจุดที่ครู ที่มอบ ‘ทางเลือก’ ให้กับเรา ลูกกอล์ฟเป็นครูทุกวันนี้ คนถามว่าใครเป็นต้นแบบ ส่วนเล็กๆ ในตัวตนทุกวันนี้ มาจากครูที่ยิ่งใหญ่หลายคน รวมไปถึงพ่อแม่ ครู ติวเตอร์ แล้วก็นักเรียน เราเริ่มจับหลักว่ามีครูจำนวนนึงที่ตั้งใจสอนและมอบทางเลือกให้กับนักเรียน”

ทางเลือกที่ว่า คือการไม่บังคับให้เด็กนักเรียนทำตามหรือพูดตามสำเนียงภาษาอังกฤษแบบที่ครูเห็นว่าถูก แต่เป็นการไม่ตัดสินว่าการพูดไม่เหมือนเจ้าของภาษาคือ ‘ผิด’ หรือการพูดแบบถูกแอคเซนต์คือการ ‘กระแดะ’

“เราได้เจอครูที่ดีที่ตอนนี้ก็ยังนึกถึง ครูคนนี้มอบทางเลือกให้ว่า อย่าไปล้อเพื่อนได้มั้ยคะ can you just stop? มันไม่ตลกเลยกับการที่มีคนออกเสียง Juice ว่า จูซ แล้วไปทำเสียง เหยดดดดดด! ใส่

“สมมติอยากพูด Option ว่า ‘อ๊อปชั่น’ ฝรั่งรู้เรื่อง 70% แต่ถ้าอยากให้เค้ารู้เรื่องซัก 90% ลองออกเสียงเป็น ‘ออพเชิ่น’ ลูกกอล์ฟก็รู้สึกว่า เออ ก็แค่นี้ไง นี่คือสิ่งที่ลูกกอล์ฟถามตัวเองตลอดว่าเด็กๆ จะต้องเชื่อเราเหรอ มันไม่จำเป็น เพราะความรู้มันมหาศาลมาก แล้วสิ่งที่เรารู้ในวันนี้ มันอาจจะไม่ใช่เลย สิ่งที่เราเชื่อว่าถูกต้องมันอาจจะไม่ใช่ ชีวิตมันเริ่มเปลี่ยนไปเมื่อเราเจอครูที่ไม่จัดจ์ เด็กพูดว่า ออพเชิ่น โอเค correct อ๊อปชั่น fine ไม่เป็นไร ทำไม่ได้วันนี้ไม่เป็นไร”

“ครูบางคนอยู่กับเรามาทั้งชีวิต แต่ก็ไม่ได้เปลี่ยนอะไรเราเลย แต่ครูบางคนเข้ามาแค่คาบเดียว กลับเปลี่ยนมุมมองเราไปทั้งชีวิต”

KRIZ

“ตอนนี้ลูกกอล์ฟก็เป็นหนึ่งในผู้ส่งสารคนนั้นที่จะบอกว่านักเรียน ลองดู ถ้าอยากพูด Movie ว่า ‘มู้วี่’ ไม่เป็นไร แต่พี่จะให้อันที่เช็คตามพจนานุกรมนะ ‘มูฟหวิ’ แต่ถ้ายังไม่อยาก ไม่เป็นไรๆ โอเคมั้ย” เธอย้ำการให้ทางเลือกกับผู้เรียนให้เราเห็นภาพ

นอกจากการ ‘ให้ทางเลือก’ กับผู้เรียนจะเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้สอน (หรือใครก็ตาม) ในฐานะของ Sender ควรให้ความสำคัญ เรื่องของทักษะในการสื่อสาร และความพร้อมของผู้รับเองก็สำคัญในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพไม่แพ้กัน

“ทุกคนคิดว่าการสื่อสารในเมืองไทยมันสมบูรณ์ในหลายๆ กรณีมั้ยคะ ลองนึกตาม เคยเห็นห้องประชุมที่ ผอ. มาพูดแล้วนักเรียนทุกคนคุย แต่ ผอ. ก็ยังพูดๆๆ หรือเคยเห็นบางคาบมั้ยคะว่าครูสอนแบบไม่โฟกัสอะไรเลย

“วันนี้ถ้าใครเป็นครู ลูกกอล์ฟว่าเด็กๆ เค้าอยากเรียนกับครูที่พูดรู้เรื่อง เสียงน่าฟัง ดูมีจังหวะจะโคน การพูดเป็นเรื่องที่ฝึกได้นะคะ ลูกกอล์ฟเคยมีปัญหาเรื่อง ร เรือ เราก็ฝึก ดังนั้นวันนี้ใครก็ตามที่กำลังจะไปเป็นครู จะไปสอนใครก็มาฝึกทักษะในการพูดนิดนึง ในฐานะที่เรากำลังจะไปเป็นผู้ส่งสาร มันเป็นทักษะที่ฝึกได้แน่นอน” เธอย้ำ

จากเรื่องของครู หรือ Sender ลูกกอล์ฟข้ามมาอธิบายต่อว่าเราควรส่ง M อย่างไร และปัญหาของ R ในยุคสมัยนี้ในสายตาของเธอคืออะไร

“ก่อนจะสอน จะพูดอะไร เราต้องเข้าใจในสิ่งที่กำลังจะพูดก่อน และวิธีในการจะส่งสารออกไป บางคนอาจจะพูดว่า ‘ผมรักคุณ’ บางคนอาจจะ ‘รักนะ’ บางคนอาจจะ ‘ผม รัก คุณ นะ ครับ!’ ในเมสเสจที่เราจะส่งไป มันมีวิธีมากมาย

“สุดท้าย ในฐานะผู้รับสาร ลูกกอล์ฟเป็นคนชอบใช้เทคโนโลยีนะคะ แต่หลังๆ สังเกตว่ามันกำลังทำลายเด็กของเราและมันตลกมากเลยค่ะ ลูกกอล์ฟเป็นคนที่ไม่เคยบอกให้เด็กเก็บมือถือเลยนะคะ เพราะเราถือว่าเด็กต้องมีอิสระเสรีภาพ

“จนกระทั่งวันนึงสอนๆ อยู่ ด้วยความที่ห้องเรามันเล็กสอนๆ อยู่ ตอนนั้น Snapchat กำลังดัง เรากำลังสอนในเรื่องที่จริงจังมาก แล้วก็มีเด็กที่ตั้งใจมาก อีเด็กคนนี้ นั่งแลบลิ้นใส่จอค่ะ เราเริ่มแบบ เฮ้ย นักเรียน stop! this is ridiculous! คือกูกำลังสอนเรื่อง tense อยู่! มึงมา (แลบลิ้น) อันนี้เข้าใจหัวอกครูที่ควบคุมเด็กไม่ได้ เพราะเด็กบางคนก็จะเข้าไปในโลกของเค้าได้ตลอดเวลาที่เราสอน” ลูกกอล์ฟเล่าเรื่องขำทั้งน้ำตาในฐานะครูสอนหนังสือให้เราฟังพร้อมเสียงหัวเราะ

“ตอนนี้เรากำลังอยู่ในโลกที่ Sender งงๆ Message ก็ไม่เคลียร์ Receiver ก็ไม่พร้อม จะทำยังไงล่ะ?” เธอตั้งคำถาม

“ทุกคนเริ่มเลยค่ะ ก่อนจะคุยกับใคร วางมือถือ มองตาเค้า ถามเค้าว่าพร้อมไหม ไม่ต้องตะโกน เวลาลูกกอล์ฟจะให้เด็กฟัง เราจะเงียบ จริงๆ คนบอกว่าเสียงมีพลัง แต่จริงๆ ความเงียบมีพลังมากกว่านะคะ”

ความเงียบเป็นสิ่งที่สำคัญเวลาที่เราจะเริ่มสื่อสารอะไรบางอย่างที่สำคัญออกไป แต่ที่สำคัญกว่า คือทั้งผู้ส่งและผู้รับสาร ที่ควรอยู่ในความพร้อมด้วยกันทั้งคู่ ผ่านอวัยวะที่ชื่อว่า ‘หู’ และ ‘ดวงตา’

“สายตามนุษย์สำคัญที่สุด มันไม่โกหก ต่อให้เราเป็นนักแสดงที่เก่งแค่ไหน จะตอแหลเก่งแค่ไหน สายตามันโกหกยากมาก มองเค้า มองให้เข้าใจสาร บางครั้งพ่อแม่หรือครูหวังดี แต่สารที่ส่งออกไป ‘ทำไมโง่อย่างนี้! อีควาย สอนแล้วไม่จำ!’ แต่จริงๆ อยากจะบอกเค้าว่า ‘เฮ้ย ตั้งใจเรียนหน่อย ทำไมไม่พยายาม’ แต่ดันเลือกวิธีที่จะส่งสารแบบนี้”

“ในส่วนของเด็กนักเรียน วันนี้พี่อยากให้เริ่มสร้างคือผู้ฟังที่ดี สิ่งที่เราขาดไปในประเทศตอนนี้ไม่ใช่ผู้พูดที่ดี แต่เป็นผู้ฟังที่ดี เวลามีใครจะพูด ไม่ต้องเป็นลูกกอล์ฟก็ได้ จะเป็นแม่ เพื่อน หรือกระทั่งพนักงานร้านอาหาร มองตาเค้า นิดนึง มันมีจริงๆ นะที่เค้าพยายามอยากส่งสาร แต่เราไม่พร้อมรับฟัง

> “สิ่งที่ประเทศเราขาดไป ไม่ใช่ผู้พูดที่ดีแต่เป็นผู้ฟังที่ดี”

“ดังนั้นวันนี้ ก่อนที่เราจะไปสู่องค์ความรู้มากมาย เอาง่ายๆ เลย ลองเป็น Sender ที่ดี เข้าใจในตัว Message ที่จะพูด ถ้ายังไม่เข้าใจ ถ้าไม่พร้อม อย่าเพิ่งส่งสาร”

▶ สิ้นเสียงบรรยายของลูกกอล์ฟบนเวที ไฟสปอตไลต์สาดส่องไปที่เธอบนเวทีดับลงพร้อมเสียงปรบมือจากผู้ชมเบื้องล่าง

ในฐานะผู้บรรยายของวันนี้ เราคงไม่ต้องสงสัยว่าเนื้อหาที่ลูกกอล์ฟเลือกมาพูด ได้ทำงานผ่านปัจจัยการสื่อสารทั้งสามประการที่เธอเขียนบนจอหรือเปล่า และในฐานะของครูในโรงเรียนสอนภาษาอังกฤษเล็กๆ เราคงไม่ต้องสงสัยว่าเด็กๆ ที่มาเรียนกับเธอ จะได้รับ ‘ความรู้’ จากเธอไปอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยจากการสื่อสารที่ดีโดยนักสื่อสารที่ดีอย่างเธอหรือเปล่า

คำถามที่ตามมาคือ แล้วเราพร้อมจะเป็น ‘นักสื่อสารที่ดี’ ที่จะสื่อสารความรู้ไปสู่ผู้คนในแบบ ‘ครูลูกกอล์ฟ’ กันหรือยัง

OKMD

ชวนเปิดประตูสู่โลกใหม่ของการเรียนรู้

มันส์สมอง 2017

โลกกำลังเปลี่ยน ผู้คนต้องปรับตัว และการปฏิวัติการเรียนรู้เป็นสิ่งจำเป็น สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ OKMD หน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ผู้มีบทบาทในการพัฒนาความคิด เพิ่มความรู้อย่างสร้างสรรค์แก่ประชาชน ผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะจึงได้จัดงานมหกรรมความรู้ (OKMD Knowledge Festival) ขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นหนึ่งในทางเลือกให้นักเรียนรู้ได้เข้ามาหาประสบการณ์ในการเรียนรู้แบบใหม่

นอกจากนี้ OKMD ยังได้พยายามสร้าง ‘ประตู’ สู่โลกการเรียนรู้อีกหลายบาน เพื่อมีส่วนในการสร้างและเตรียมความพร้อมให้กับคนรุ่นใหม่ ให้สามารถนำความรู้ไปสร้างโอกาสให้กับทั้งตนเองและสังคมอย่างยั่งยืน

คุณกำลังจะก้าวเข้าไปพบกับตัวอย่าง “รูปแบบการเรียนรู้ในโลกใหม่” โลกที่พร้อมกระตุกต่อมคิดและสร้างแรงบันดาลใจ เทคนิคการเรียนการสอนใหม่ๆ เพื่อสร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ในรูปแบบของคุณเอง

2017
LET'S PLAY WITH KNOWLEDGE
OKMD Knowledge Festival 2017

เสกจินตนาการให้เป็นจริง

นี่คือหนังสือสังคมศึกษาชั้นมัธยมปลาย ที่มีการใช้เทคโนโลยี Augmented Reality หรือ (AR) ของบริษัท Wizes แปลงความรู้และข้อมูลที่นักเรียนอาจเคยรู้สึกเบื่อให้เป็นภาพ 3 มิติ นอกจากตื่นตาตื่นใจแล้วยังช่วยให้เข้าใจเนื้อหาดียิ่งขึ้นอีกด้วย

หนังสือเล่มนี้นับเป็นนวัตกรรมใหม่ของการเรียนรู้ เสกข้อมูลในจินตนาการให้ปรากฏขึ้นตรงหน้า

การใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ในการเรียนรู้จะมีบทบาทมากขึ้นในอนาคต โดยมีรูปแบบและลูกเล่นที่หลากหลาย อาทิ การเรียนรู้ผ่าน ‘ความจริงเสมือน’ (Virtual Reality – VR) การเรียนรู้ผ่านเกม (Gamification) เป็นต้น

เรียนรู้ได้ทุกที่

หลักสูตรการเรียนการสอนออนไลน์แบบเปิด (Massive Online Open Courses - MOOCs) กำลังมาแรง แชงโค้งในแวดวงการศึกษาโลก มหาวิทยาลัยชั้นนำระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นฮาร์วาร์ด เอ็มไอที หรือสแตนฟอร์ด รวมถึงบริษัทชั้นนำอย่างเฟซบุ๊กและกูเกิล ต่างนำเสนอ “หลักสูตรออนไลน์เรียนฟรีขนาดใหญ่” ให้นักเรียนรู้ทั่วโลกสามารถลงทะเบียนเรียนได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย

ของดี แถมยังฟรีอีกต่างหาก จะไม่ฮิตได้ไง

ไม่เพียงสร้างทางเลือกให้การเรียนรู้เท่านั้น หลักสูตรเหล่านี้ยังมีบทบาทสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำด้านโอกาสในการเข้าถึงการศึกษาคุณภาพสูงในสังคมอีกด้วย

สร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้

หนึ่งเคล็ดลับของความสำเร็จของ Google คือ ทำบริษัทให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้

เราอาจแปลกใจหากมีบริษัทการเปิดคอร์สสอนทักษะชีวิต อย่าง “วิธีเต้นในงานแต่งงานเพื่อนให้โดนใจ” หรือ “วิธีการเลือกซื้อบ้าน” ให้พนักงานเรียน แต่นั่นเป็นสิ่งที่ Google ทำ

ทำไม?

Google เชื่อว่า ความสามารถในการเรียนรู้ของแต่ละบุคคลนั้นสำคัญกว่าไอคิวที่มี บริษัทจึงพยายามสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้และสิ่งแวดล้อมที่เปิดให้พนักงานอยากจะเรียนรู้ในทุกๆ เรื่องที่สนใจ ไม่ว่าจะเป็น การเมือง ศิลปะ อารมณ์ ความคิด และชีวิต

ที่สำคัญคือ การออกแบบหลักสูตรภายในองค์กรของ Google ล้วนอยู่บนฐานของการทำวิจัยทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพอย่างจริงจัง เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ยอดเยี่ยมสำหรับทุกคน

โลกออนไลน์และออฟไลน์ที่ทับซ้อนกัน

ปัจจุบันคนรุ่นใหม่ให้ความสนใจการเรียนรู้แบบออฟไลน์นอกห้องเรียน ที่สร้างประสบการณ์ตรงจากผู้รู้ ผู้เชี่ยวชาญในสาขาความรู้ต่างๆ ทั้งในรูปแบบงานสัมมนา เวิร์คชอป บอร์ดเกม และอีกมากมาย

การเรียนรู้รูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้โดยสิ้นเชิง แต่กลับมีการใช้ประโยชน์ควบคู่กันและส่งเสริมกัน การเรียนรูปแบบนี้ทำให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์จากความหลากหลายของสื่อนวัตกรรม และเทคโนโลยีการเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่

ลักษณะการบูรณาการการเรียนรู้หลายรูปแบบเข้าด้วยกันจึงมีความน่าสนใจและเป็นหัวใจสำคัญของการเรียนรู้ยุคใหม่

ตัวอย่างที่น่าสนใจในประเทศไทย เช่น กลุ่มเถื่อนเกม , The Cave Workshop , Olive Creative Laboratory Joy รักคลับ เป็นต้น

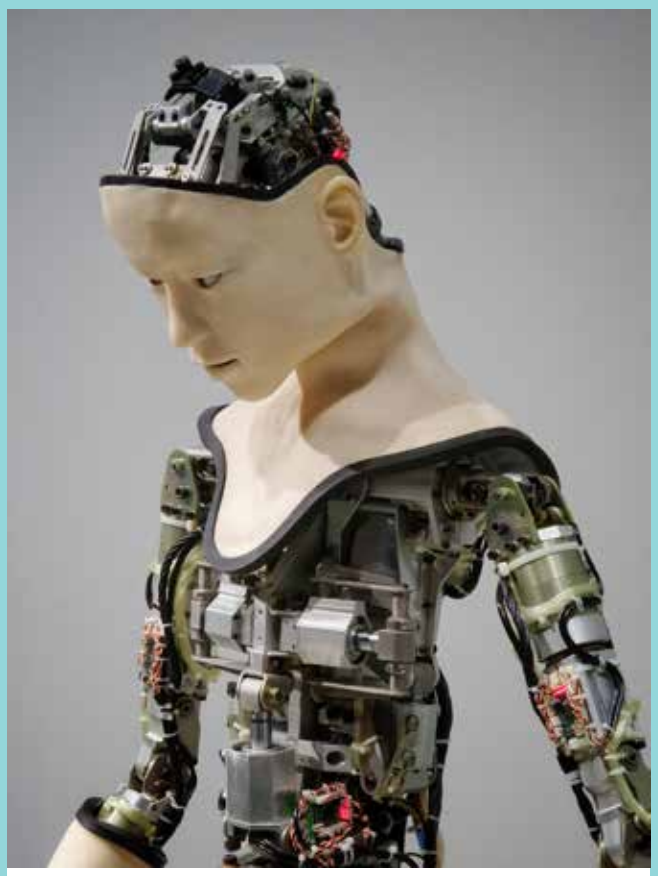
เอสโตเนียสร้างประเทศดิจิทัลยังไง

ไม่ใช่แค่เทคโนโลยีอะไรก็ได้ แต่เขาเลือกเทคโนโลยีที่จะพาประเทศไปสู่อนาคตเท่านั้น ครั้งหนึ่ง ฟินแลนด์เคยเสนอติดโทรศัพท์บ้านแบบอนาล็อกให้เอสโตเนียฟรีๆ ทั้งประเทศแต่รัฐบาลเอสโตเนียปฏิเสธ ทั้งที่ในตอนนั้นยังมองไม่เห็นอนาคตว่าดิจิทัลจะเปลี่ยนโลกขนาดนี้

- ตอนนั้น บิลล์ เกตเพิ่งออกวินโดวส์เวอร์ชั่น 3.1
- สตีฟ จ๊อบยังไม่ได้กลับไปแอปเปิ้ล
- ซิลิคอน วัลเลย์เพิ่งตั้งไข่ได้ไม่นาน
- ส่วนอินเทอร์เน็ตเพิ่งเริ่มต้นใช้ในเชิงพาณิชย์เท่านั้น

แต่เอสโตเนียมองเห็นอนาคตว่าอีกไม่นานก็ต้องเลิกใช้ระบบอนาล็อกและควรเตรียมการให้ประเทศเป็นประเทศดิจิทัล ตั้งแต่วันนั้นจึงเลือกไม่เสียเวลากับการติดตั้งระบบอนาล็อก เพื่อเตรียมตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัล

หลังจากนั้นไม่นาน เอสโตเนียก็กลายเป็นประเทศดิจิทัลในโลกที่ขับเคลื่อนไปด้วยดิจิทัล ‘วิสัยทัศน์’ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของการพัฒนา



อีก 20 ปีข้างหน้า หน้าตาเป็นอย่างไร

งานวิจัยของเพนตากอนทำนายไว้ว่า โลกในปี 2045 จะเป็นโลกคนละแบบกับโลกในปัจจุบันมนุษย์จะควบคุมอุปกรณ์แก็ดเจ็ตด้วยสัญญาณสมอง เพียงแค่คิดอุปกรณ์และงานจะเริ่มโดยอัตโนมัติ

การพูดและการพิมพ์จะเป็นเรื่องไม่จำเป็น เพราะเราจะสื่อสารกันด้วยเซลล์ประสาทแบบเพียวๆ

AI จะเป็นผู้ควบคุมระบบการบินทั้งหมด มนุษย์อยู่ในห้องคนขับเพียงในฐานะตัวสำรอง เราจะพูดกับเครื่องจักรและใช้มันทำสิ่งต่างๆ ราวกับว่ามันมีชีวิต

ตึกรามบ้านช่องจะถูกสร้างด้วยวัสดุใหม่ที่ยังไม่เคยมีมาก่อนที่ทั้งแกร่ง ทั้งเบา

โลกกำลังเปลี่ยนในแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน เราจะปล่อยให้โลกหมุนจนเรามึน หรือจะเป็นคนหมุนโลกเสียเอง ความรู้คือเครื่องมือหมุนโลก

เกมเปลี่ยนโลก

เชื่อมั้ยถ้าจะบอกว่าเกมสามารถเปลี่ยนโลกได้ การสวมบทบาทเป็นตัวละครผู้ช่วยกอบกู้โลก จะไม่ใช่เรื่องราวสมมุติอีกต่อไป เพราะปัจจุบัน เราสามารถเป็นฮีโร่เปลี่ยนแปลงอนาคตของสังคมได้จริง

เกมออนไลน์ที่มีชื่อว่า “EVOKE” ถูกสมมติให้เป็นโลกในปี 2563 ตัวละครในเกมเป็นเครือข่ายนักแก้ปัญหาทางสังคมลึกลับในแอฟริกาที่มีชื่อว่าเครือข่าย EVOKE ในแต่ละสัปดาห์ผู้เล่นจะต้องไขปัญหาความลับของเครือข่าย EVOKE ผ่านการแก้โจทย์ต่างๆ ในเกม ผู้เล่นจะต้องรวมกลุ่มกับผู้เล่นคนอื่นเป็นเครือข่าย ร่วมระดมสมองแก้ปัญหาสำคัญๆ ที่เกิดขึ้นจริงต่างๆ บนโลก และเรียนรู้ข้อมูลข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องกับโจทย์จากที่เกมเตรียมไว้ให้และจากการค้นคว้าเพิ่มเติมด้วยตนเอง

โจทย์ในเกมครอบคลุมประเด็นที่หลากหลาย เช่น การแก้ปัญหาความมั่นคงทางอาหาร การผลิตพลังงานอย่างยั่งยืน การส่งเสริมสิทธิอันเท่าเทียมกันระหว่างหญิงชาย หรือการแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำ

ประโยคที่บอกว่า “การเล่นเกม เป็นเรื่องไร้สาระ” คงใช้ไม่ได้อีกต่อไป

ห้องเรียนอนาคต

ห้องเรียนสมัยใหม่จะเปลี่ยนภาพห้องเรียนเดิมๆ จนคุณแทบไม่เชื่อสายตา ขับยานย้อนเวลาไปสมัยอียิปต์ ตรวจอวัยวะภายในด้วยมือถือ โหลดฟอซซิลไดโนเสาร์มาศึกษา ทั้งหมดที่พูดมาเกิดขึ้นได้ในห้องเรียน! เปลี่ยนห้องเรียนเป็นห้องเล่นด้วยเทคโนโลยีที่เรียกว่า Interactive Media Technology ตัวอย่าง เช่น

• Interactive Shadow ที่จับความเคลื่อนไหวของผู้เล่นได้ จะสนุกแค่ไหน ถ้าเรียนวิชาสังคมแล้วได้เต้นเลียนแบบชาวอะบอริจิ้น

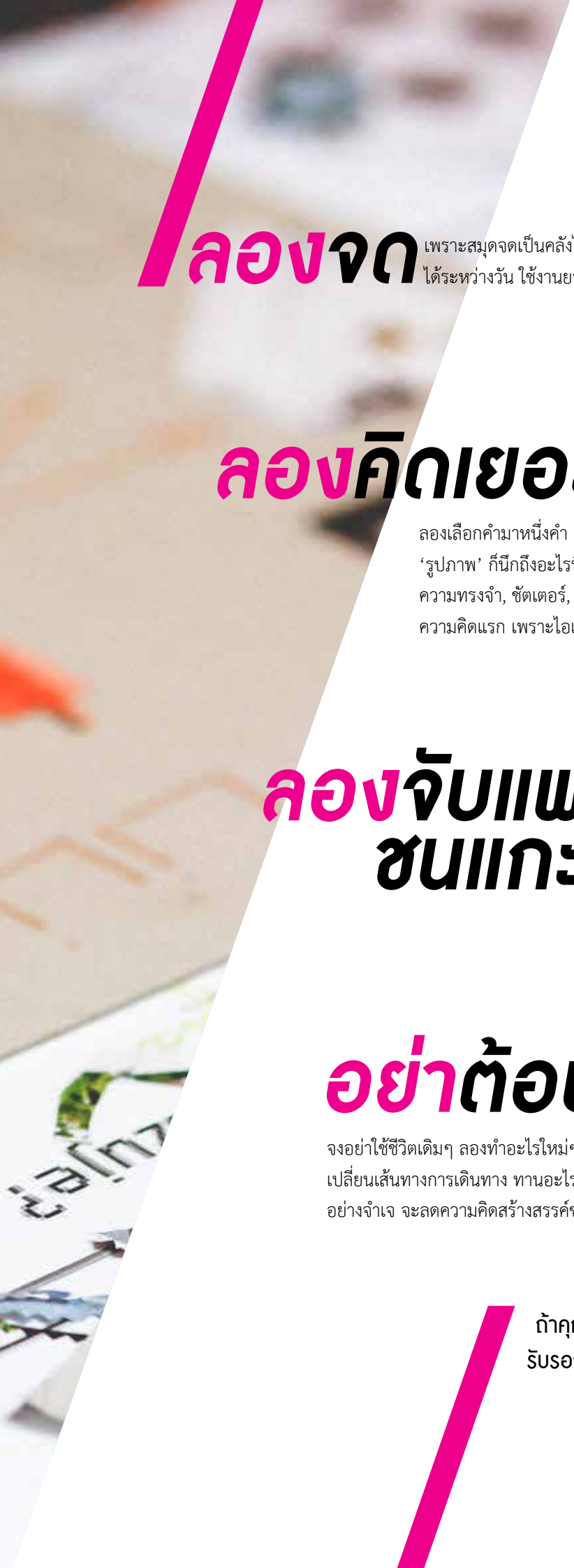
• Virtual Reality สร้างประสบการณ์เสมือนจริง เรียนประวัติศาสตร์ด้วยการนั่งเครื่องบินรบยุคสงครามโลก

• Multi-Touch Table โต๊ะที่เป็นจอเขียนได้ ดูรูปได้ ใช้ง่าย แค่นิ้วสัมผัส

• Hologram Effect ภาพเสมือนสามมิติลอยกลางอากาศ นำเสนองานด้วยวิธีสุดล้ำ พลิกดูได้รอบด้าน สนุกทั้งคนเรียนคนสอน

แล้วคุณจะลืมการเรียนและห้องเรียนแบบเดิมไปเลย นี่ไม่ใช่นิยายวิทยาศาสตร์ มันกำลังเกิดขึ้นแล้ว

4 เทคนิค
ที่ช่วยให้เกิดความคิดสร้างสรรค์



ลองจด

เพราะสมุดจดเป็นคลังไอเดียชั้นดี ไว้บันทึกไอเดียที่ฉุกคิด ได้ระหว่างวัน ใช้งานยามขับขันได้เป็นอย่างดี

ลองคิดเยอะ

ลองเลือกคำมาหนึ่งคำ และคิดต่อยอดจากคำคำนั้น เช่น คำว่า ‘รูปภาพ’ ก็นึกถึงอะไรที่เกี่ยวข้องกับรูปภาพ เช่น กล้อง, ภาพถ่าย, ความทรงจำ, ชัตเตอร์, โพลารอยด์, หยุดนิ่ง, เที่ยว จงอย่าหยุดอยู่แค่ความคิดแรก เพราะไอเดียเราจะได้ไม่ซ้ำกับคนอื่น

ลองจับแพะชนแกะ

หยิบของสองสิ่งขึ้นไปที่มีอยู่แล้วหรือตรงกันข้ามมารวมกัน เพราะเดี๋ยวสิ่งใหม่ที่สร้างสรรค์จะบังเกิด

อย่าต้อนรับความจำเจ

จงอย่าใช้ชีวิตเดิมๆ ลองทำอะไรใหม่ๆ อ่านหนังสือแนวใหม่ เปลี่ยนเส้นทางการเดินทาง ทานอะไรที่ไม่เคยทาน เพราะการใช้ชีวิตอย่างจำเจ จะลดความคิดสร้างสรรค์ของคุณ

ถ้าคุณทำตามทั้งหมดนี้ได้ทุกข้อ
รับรองความคิดสร้างสรรค์คุณจะไม่หลับไหลแน่นอน !!!

OKMD

CREDITS

ขอขอบคุณ

วิทยากร

Mr. Viljar Lubi

คุณพันธวิศ ลวเรืองโชค

คุณอารันดร์ อาชาพิลาส

คุณชลากรณ์ ปัญญาโฉม

คุณคณาธิป สุนทรรักษ์

ที่ปรึกษา

ดร.อธิปัตย์ บำรุง

ผู้อำนวยการสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

บรรณาธิการ

ดร.อภิชาติ ประเสริฐ

ผู้อำนวยการสำนักโครงการและจัดการความรู้

ทีมงาน

คุณรัดใจ เปียแก้ว

คุณฤทัยรัตน์ ครือเครือ

คุณคณิณยา กนิษฐสังกาศ

คุณอัญชลี กวีวิโรจน์กุล

คุณปรันตป์ บุญแก้ว

The 101 Percent Co.,Ltd.

MERGE Co.,Ltd.

จัดทำโดย

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน)

69 อาคารวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล

ชั้น 18 -19 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน

เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 02 105 6500 โทรสาร 02 105 6556

เว็บไซต์ www.okmd.or.th

www.facebook.com/OKMDInspire

OKMD

KNOWLEDGE IS OPPORTUNITY

สำนักนายกรัฐมนตรี

OKMD

KNOWLEDGE IS OPPORTUNITY

www.okmd.or.th