



ศิลปะ สร้างสุข

ศิลปสร้างสุข วัฒนธรรมสายใย ภูมิปัญญาไทยยั่งยืน

ฉบับที่ 15 เดือน สิงหาคม 2557

www.artculture4health.com

จุดสารแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส.



“อย่าปล่อยให้เหล้ามาลองเรา”

บริษัทเหล้าพยายาม
ทำการตลาดผ่านโฆษณา
ให้เห็นว่าเหล้าคือส่วนหนึ่งของ
วัฒนธรรมกระแสนิยม
เพื่อสร้างค่านิยมให้เด็กรุ่นใหม่

ประเทศไทย
มีนักดื่มเยาวชนเกือบ
2.5 ล้านคน

กว่า 10 ปีที่ผ่านมา
เยาวชนดื่ม
เพิ่มขึ้น ในขณะที่
ประชากรกลุ่มอื่น
ดื่มลดลง?



“เหล้าไม่ได้ ... สร้างมิตรภาพ” 10

หมดแก้ว หมดกลม หมดตัว 12

แอร์วีธี “ยี” เหล้า 14

หลอก 16

“รู้กัน” 18



เปิดบ้าน "ศิลปะสร้างสุข"

"อย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา" ถ้าได้ยินคำนี้รู้สึกอย่างไร?

บางคน อาจคิดว่าไม่เห็นมีใครมาลงเรา เราทำตัวเอง
ทั้งนั้นก็คงใช้ในแง่หนึ่ง แต่บางคนโดยเฉพาะผู้ที่ติดตามข้อมูลข่าวสาร
เกี่ยวกับธุรกิจน้ำเมา และรู้เท่าทัน จะรู้ว่าสังคมไทย และสังคมโลก
ถูกธุรกิจน้ำเมาพยายามหลอกหลวงเรามายาวนาน ทั้งหลอกทางตรง
เช่น บอกว่าให้คนไทยดื่มอย่างมีสติ ทั้งๆ ที่ข้อมูลทางวิทยาศาสตร์
การแพทย์บอกชัดเจนว่า แอลกอฮอล์มีฤทธิ์กดสมอง แม้ดื่มเหล้า
แก้วเดียว หรือ เบียร์กระป๋องเดียว ก็ทำให้ขาดสติไปได้ ระดับใด
ระดับหนึ่ง การตัดสินใจเข้าไปหลายวินาทีแล้ว พอที่จะทำให้เกิด
อุบัติเหตุ พิกการ หรือเสียชีวิต ได้ทีเดียว หรือหลอกทางอ้อม
ด้วยการไม่บอกข้อมูลความจริงทั้งหมด เช่น ธุรกิจน้ำเมา ไม่เคย
บอกว่าแอลกอฮอล์ทำลายสมอง เป็นเหตุของมะเร็งหลายระบบของ
ร่างกาย แต่กลับไปบอกข้อมูลที่เมื่ออาจจะจริงบางส่วนและบางกรณี
เช่น บอกว่าดื่มไวน์ดีกับหัวใจ โดยไม่บอกว่า ดื่มขนาดไหน ดีกับคน
กลุ่มใด และไม่บอกว่าไม่ดื่มไวน์ แต่ดื่มน้ำองุ่นก็ได้เบต้าแคโรทีน
ที่ดีกับหัวใจเหมือนกัน เป็นต้น

ที่สำคัญที่สุดคือ การหลอกหลวงผ่าน การโฆษณา และ
การตลาดสารพัดรูปแบบที่ทำให้คนจำนวนมาก โดยเฉพาะเยาวชน
เข้าใจผิดไปมากกว่า น้ำเมาทำให้มีเพื่อน ดูดีทางเพศ มีความสำเร็จ
ในหน้าที่การงาน ซึ่งตรงข้ามกับความจริงทั้งหมด

ดังนั้นการที่แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ
สสส. ให้ความรู้เยาวชนใน "โครงการอย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา"
และให้เยาวชนได้แสดงออก ผ่านงานสร้างสรรค์ต่างๆ นอกจาก
เยาวชนจะได้มีข้อมูล ความรู้ และตระหนักรู้เท่าทันธุรกิจน้ำเมาแล้ว
ยังมีส่วนสำคัญในการสร้างสื่อ ที่น่าจะตรงใจเยาวชนในวัยเดียวกัน
อาจดีกว่าที่ผู้ใหญ่ไปสื่อสาร โดยไม่เข้าใจพัฒนาการของเยาวชน
ในสังคมดิจิทัล และเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบันนี้

เชื่อมั่น ผลงานสร้างสรรค์ของเยาวชนจะมีประโยชน์ ช่วย
ให้สังคม โดยเฉพาะเยาวชนได้เกิดความตระหนักรู้ ไม่ตกเป็นเหยื่อ
ของธุรกิจน้ำเมา ไม่ยอมให้ "เหล้ามาลงเรา" อีกต่อไป

ขอขอบคุณแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมฯ ที่สร้างสรรค์งาน
ดีๆ ที่จะช่วยให้เยาวชน เติบโตขึ้นในสิ่งแวดล้อมที่ดีงาม เป็นผู้ใหญ่
ที่มีสติปัญญาเท่าทัน แยกแยะได้ว่าสิ่งใดหลอก สิ่งใดจริง และ
สามารถสร้างคุณค่า คุณธรรม ให้สังคมไทยสืบต่อไป

นอกเหนือจากเนื้อหาและข้อมูลเกี่ยวกับโครงการอย่าปล่อยให้
เหล้ามาลงเราแล้ว ฉบับนี้ได้มีการนำเสนอผลงานต่างๆ ที่ได้รับ
รางวัลในโครงการแบบเจาะลึกมาให้อีกด้วย เนื้อหาจะเป็นอย่างไร
ติดตามในฉบับครับ

ภก.สงกรานต์ ภาควิชาเคมี

ผู้ทรงคุณวุฒิ สสส. และ

ผู้อำนวยการสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.)

บริษัทเหล้าพยายาม
ทำการตลาดผ่านโฆษณา
ให้คิดว่าเหล้าคือส่วนหนึ่งของ
วัฒนธรรมกระแสนิยม
เพื่อสร้างค่านิยมให้เด็กรุ่นใหม่

กว่า 100 ปีผ่านมานะ
เยาวชนยุคนี้
เพิ่มขึ้น ในขณะที่
ประชากรกลุ่มอื่น
ดื่มลดลง?

ประเทศไทย
มีประชากรอายุ
2.5 ล้านคน



Contents

เปิดบ้านศิลปะสร้างสุข	2
เรื่องเด่นประจำฉบับ อย่าปล่อยให้ “เหล่า” มาลงเรา	4
รายงานพิเศษ “เหล่าไม่ได้ ...สร้างมิตรภาพ”	10
เก็บสุขมาเล่า หมดแก้ว หมดกลม หมดตัว	12
เกาะติดเครือข่าย แฮร์รี่ “ยี่” เหล่า	14
รอบบ้านคนศิลป์ หลอก	16
ส่งต่อความสุข “รู้กัน”	18
คนศิลป์สร้างสุข	20
เก็บตกมาฝาก	23

แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ วิสัยทัศน์ (Vision)

“มุ่งสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและสร้างเสริมสุขภาพทั้งในระดับปัจเจก ระดับชุมชน ระดับสังคม โดยใช้คุณค่าและอัตลักษณ์ของสื่อศิลปวัฒนธรรม ที่เข้าถึงทั้งความจริง ความดี ความงาม และความสุข โดยพัฒนาศักยภาพภาคีเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Change Agents) ได้แก่ ศิลปิน เยาวชน ผู้นำชุมชน เพื่อเป็นตัวแทนในการเปลี่ยนแปลงที่เป็นพลวัต พัฒนาประเด็นการเปลี่ยนแปลง (Change Issue) สร้างสรรค์งานศิลปะอย่างมีส่วนร่วมโดยใช้เครื่องมือ กระบวนการสื่อศิลปวัฒนธรรมเพื่อการเปลี่ยนแปลง (Art & Culture Process of Change) ที่สอดคล้องกับบริบท สถานการณ์และกลุ่มเป้าหมาย เป็นกระบวนการทางสังคมที่ก่อให้เกิดศิลปะสร้างสรรค์ พื้นที่สร้างสรรค์ ชุมชน-สังคมต้นแบบ ที่มุ่งหวังการเปลี่ยนแปลงด้านความรู้ ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมสุขภาพะ เน้นจิต-ปัญญา สร้างระบบกลไกคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม อันเป็นรากฐานสำคัญของภาคีสุขภาพะ สังคมสุขภาพะ นำไปสู่การสร้างนโยบาย กลไกความเข้มแข็ง จิตความสามารถในการจัดการดูแลสุขภาพของตนเอง สังคม สิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการมีสุขภาพะและสร้างการเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน”

แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส.

128/409 ชั้น 37 อาคารพญาไท พลาซ่า ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทร. 02 612 6996-7 โทรสาร. 02 612 1618

อีเมล : artculture4health@gmail.com www.artculture4health.com , www.PINGs.in.th

“อย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา”

... คุณรู้ไหม? ...
 ... บริษัทเหล้าพยายามทำการตลาด
 ผ่านโฆษณาให้คิดว่า "เหล้า" คือ
 ส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมกระเสียน
 โดยทั้งหมดก็ทำก็เพื่อสร้างค่านิยม
 ให้ดีกรุ่นใหม่ ตกเป็นเหยื่อ!

... แล้วรู้ไหม? ...
 ... คนไทยบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์
 ถึง 16.99 ล้านคน หรือ คิดเป็นร้อยละ 31.5 (1:3)
 เพิ่มขึ้น 3 เท่าตัวในเวลา 14 ปี ดื่มเบียร์เพิ่มขึ้น 8 เท่าตัว
 มีเยาวชนอายุ 15-19 ปี ร้อยละ 46.9 เริ่มลองดื่มสุราแล้ว
 และ ดื่มประจำเพิ่ม 70 % ซึ่งนั่นทำให้พบว่า เยาวชนดื่ม
 เป็นอันดับที่ 2 รองจากวัยทำงาน และมีร้อยละ 76.4
 ของผู้ดื่มสุรา เริ่มดื่มก่อนอายุ 24 ปี ส่วน
 วัยรุ่นหญิง ดื่มเพิ่มขึ้นถึง 6 เท่า
 ในเวลา 7 ปี ...

ประเทศไทย
 มีเด็กดื่มยาสูบเกือบ
 2.5 ล้านคน

กว่า 100 ล้านคน
 เยาวชนดื่ม
 เพิ่มขึ้น ในขณะที่
 ประชากรกลุ่มอื่น
 คืบคลอน?



เมื่อเป็นเช่นนี้ถึงเวลาแล้วหรือยังที่เราจะต้อง ลด ละ เลิก และไม่ยอมปล่อยให้ “เหล้า” มาลงเราอีกต่อไป!!

... โครงการนักผลิตสื่อสร้างเสริมสุขภาพ เด็กเข้าปี2
 จึงเกิดขึ้น โดยในปีนี้จะเน้นไปที่เรื่องของสื่อใหม่ (นิวมีเดีย) ที่แบ่ง
 โฉมออกเป็น 2 ประเด็น คือ “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา”
 และ “กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์” ภายใต้การ
 สนับสนุนของ แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ
 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ,
 สมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย , กรมควบคุมโรค กระทรวง
 สาธารณสุข, มูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน, เครือข่ายองค์กรงดเหล้า,
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพ , มหาวิทยาลัยศรีปทุม , มหาวิทยาลัย
 หอการค้าไทย, มหาวิทยาลัยศิลปากร และภาคีเครือข่ายต่างๆ
 มากมาย ด้วยการชวนเยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่กำลังศึกษาในระดับ
 มัธยมศึกษาตอนปลายถึงปริญญาตรีอายุ 15-25 ปี ทั่วประเทศ
 ที่มีใจรักการผลิตสื่อ มาสร้างสรรค์ผลงาน ในประเภทต่างๆ ถึง
 7 รูปแบบสื่อ โดยในประเด็น “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา” นั้น
 มีการเปิดรับ 5 รูปแบบสื่อด้วยกัน อาทิ Ambient Media, viral
 Clip, T-Shirt(เสื้อยืด), Information Graphic Animation และ

Jingle music สำหรับในประเด็น “กฎหมายควบคุมเครื่องดื่ม
 แอลกอฮอล์” นั้น ที่เปิดโอกาสให้เยาวชน เลือกผลิตสื่อได้ใน
 2 รูปแบบสื่อ คือ Digital Media ความยาวไม่เกิน 1 นาที และ
 Infographic ประเภท A4 โดย จากการรับสมัครมาตั้งแต่เดือน
 กุมภาพันธ์ที่ผ่านมา โดยทั้ง 2 ประเด็นนี้มีเป้าหมายเดียวกัน คือ
 รณรงค์เพื่อกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่ตระหนักถึงอันตรายของเครื่องดื่ม
 แอลกอฮอล์ และเปลี่ยนทัศนคติจากความเชื่อดั้งเดิม เกิดการสร้าง
 ความเข้าใจในเรื่องของการโฆษณา ทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้
 เยาวชน ได้รับการพัฒนาความสามารถด้านการสร้างสรรค์สื่อจาก
 มืออาชีพ และเป็นเวทีให้เยาวชนได้แสดงออกในทางสร้างสรรค์
 และ รณรงค์ให้สังคม รู้และเข้าใจเรื่องกฎหมายควบคุมเครื่องดื่ม
 แอลกอฮอล์มากขึ้น ซึ่งจากการประกวดนั้นได้ผลงานมากถึง 75
 ผลงาน ที่น่าสนใจและมีความหลากหลายเหมาะที่จะนำไปใช้การ
 รณรงค์ เผยแพร่สู่สาธารณชนในช่องทางสื่อต่างๆ โดยเฉพาะ
 สังคมออนไลน์ต่อไป

ซึ่ง นายदनัย หวังบุญชัย ผู้จัดการแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. บอกว่าตลอดระยะเวลา 12 ปี ที่สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เกิดขึ้นในสังคมไทย บนการทำงานสู่สังคมสุขภาวะ สสส. และภาคีเครือข่ายได้ ขับเคลื่อนงาน วางรากฐาน ทำให้แนวคิดสุขภาวะเป็นที่รู้จัก และ เกิดการขยายผลทั่วประเทศไทย ในกลุ่มคนทุกระดับอย่างมากมาย ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนทัศนคติ แนวคิด และ พฤติกรรมการดำรงชีวิตที่ดี ตลอดจนเกิดการสานพลังภาคีเครือข่ายเพื่อร่วมขับเคลื่อนสังคมไทยไปสู่สังคมสุขภาวะ “โครงการนักผลิตสื่อสร้างเสริมสุขภาพ เด็เกเฮ้ว” ก็เป็นอีกหนึ่งโครงการ ที่เกิดขึ้นเพื่อรณรงค์เรื่องดังกล่าว โดยในปีนี้ ในส่วนของแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ ได้มีการเปิดใจหทัยขึ้นมากมายภายใต้ชื่อ โครงการ ปิงส์ เด็เกเฮ้ว “Dek Health” เยาวชนนักสื่อสารสุขภาพรุ่นใหม่สร้างแรงบันดาลใจ ผ่านเรื่องสั้น การ์ตูนวาดและนิวมิเดีย” เกิดขึ้นด้วยการมุ่งหวังให้เกิดการถ่ายทอดเรื่องราวประเด็นสุขภาวะ 2 เรื่อง คือ เน้นประเด็นอาหารและโภชนาการ สมวัยในเด็กและเยาวชน โดย เน้นลดการบริโภคอาหารที่มีความหวาน-มัน-เค็มสูง ส่งเสริมการบริโภคผักผลไม้ และกิจกรรมทางกาย สมวัย ผ่านสื่อเรื่องสั้น และ การ์ตูนวาด ซึ่งในประเภทนี้ จะมีการประกาศผลและจัดแสดงผลงานขึ้นในงานมหกรรมหนังสือแห่งชาติ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ในเดือนตุลาคมนี้ สำหรับในประเภทนิวมิเดีย เน้นประเด็นแอลกอฮอล์ : การลดและสกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น หรือ นักดื่มหน้าใหม่ ในหัวข้อ “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา” ผ่านสื่อนิวมิเดีย เช่น ประเภท Ambient Media , viral Clip , T-Shirt (เสื้อยืด) , Information Graphic Animation และ Jingle music เป็นต้น



“ซึ่งในประเด็น แอลกอฮอล์ : การลดและสกัดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในวัยรุ่น หรือนักดื่มหน้าใหม่ นั้นเป็นการได้ดำเนินงาน ดัง พระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551 ที่มีเจตนารมณ์ว่า เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขภาพ ครอบครัว อุบัติเหตุและอาชญากรรม ซึ่งมีผลกระทบ ต่อสังคมและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ สมควรกำหนดมาตรการต่างๆ ในการควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งการบำบัดรักษาหรือฟื้นฟูสภาพผู้ติดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพื่อช่วยลดปัญหา และผลกระทบทั้งด้านสังคมและเศรษฐกิจ ช่วยเสริมสุขภาพของประชาชน โดยให้ตระหนักถึงพิษภัยของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตลอดจนช่วยป้องกันเด็กและเยาวชน มิให้เข้าถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้โดยง่าย

เพราะอย่างที่เรารู้กันอยู่แล้วว่า น้ำเมาเป็นสิ่งเสพติดที่ทำลาย สุขภาพ/ชีวิต มากกว่าสิ่งเสพติดผิดกฎหมาย ทั้งยังเป็นสาเหตุของโรคต่างๆ กว่า 200 โรค ฆ่าคนทุก 10 วินาที = 3.3 ล้าน/ปี (รายงานWHO 2514) ฆ่าคนไทยทุก 20 นาที = 26,000 คน/ปี และทำลายทุกมิติของสังคมไทย สุขภาพเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง ฯลฯ ทั้งหมดจึงเป็นที่มา ที่เราต้องเร่งกันรณรงค์ และ ไม่เพิกเฉยต่อเรื่องเหล่านี้” นายदनัย หวังบุญชัย บอก

... เมื่อน้ำเมา ...
 กลายเป็นฆาตกรแห่งความซิงชา ที่ก่อให้เกิด
 - อุบัติเหตุ
 - หายแรงแรม
 - อาชญากรรม ความรุนแรง
 - ปัญหาสังคม ปัญหาครอบครัว
 - สมองเสื่อม จิต/ประสาท
 - ลดประสิทธิภาพ การทำงาน
 - กว่า 200 โรค
 - หนึสน / อาชีพ
แล้วใครรับผิดชอบ?

เมื่อเจาะลึกถึงข้อมูล ภค.สงกรานต์ ภาคโชคดี ผู้อำนวยการสำนักงานเครือข่ายองค์กรงดเหล้า (สคล.) บอกว่า ที่ผ่านมาอุบัติเหตุทางถนนทำให้มีคนตายปีละกว่า 10,000 คน/ปี (ซึ่งในจำนวนนี้เป็นเหยื่อ คนดื่มแล้วขับ 50%), บาดเจ็บอีกหลายล้านคน, พิการอีกนับแสนคน และเมื่อน้ำเมาเข้าสู่สถาบันครอบครัว โดยในครอบครัวที่มีผู้ดื่มน้ำเมา ครอบครัวนั้นก็เลยเกิดความรุนแรงมากกว่า ครอบครัวที่ไม่ดื่ม ถึง 3.48 เท่า โดยดูจากข่าวร้ายๆ ที่มีอยู่ในสื่อสาธารณะ ปีละนับพันข่าวเกิดขึ้น แม้บางเรื่องที่เกิดขึ้น เป็นเรื่องที่มีมนุษย์ปกติทำไม่ได้ เช่น พ่อข่มขืนลูก ลูกข่มขืนแม่ ฯลฯ ซึ่งนั่น เป็นผลมาจากน้ำเมา น้ำเมาลายุสติแทบทั้งสิ้น

"นอกจากทำลายครอบครัวแล้ว น้ำเมายังทำลายเศรษฐกิจไทยอีกด้วย ซึ่งจากการคำนวณยอดการขายน้ำเมาจากศูนย์วิจัยปัญหาสุรา พบว่าใน 1 ปี มียอดขายนมุลค่า ประมาณปีละ 2 แสนล้านบาท ไม่เพียงเท่านั้น จากการประเมินโดย HITAP กระทรวงสาธารณสุข พบว่า น้ำเมาทำความสูญเสียให้กับสังคม (ที่ทุกคนต้องร่วมรับผิดชอบ) จากอุบัติเหตุ การรักษาพยาบาล แรงงานด้อยประสิทธิภาพ ตายก่อนวัยอันควร ฯลฯ เป็นมุลค่าอีกประมาณ 2 แสนล้านบาท (2 แสนล้านแรกพ่อค่าน้ำเมาไม่ก็ตรรกูลรับไป 2 แสนล้านหลัง คนไทยทุกคนร่วมกันจ่าย จากภาษีของเรา ยุติธรรมดีไหม?) รู้กันดีว่าเงินค่าน้ำเมาส่วนใหญ่ มาจากคนจนที่ต้อง ยิ่งจน ยิ่งเครียด ยิ่งดื่ม กระจายทั่วประเทศมากขึ้นๆ ทำให้คนไม่ก็ตรรกูลรวยรวยกระจุก รวยจนติดอันดับโลก ยิ่งรวย ยิ่งไม่รู้จักพอเพียง แถมยังใช้เงินจ้างลูกสมุน ไม่ว่าจะอยู่ในสภษา ในมหาวิทยาลัย หรือในสื่อมวลชนบางคน ออกมาคัดค้าน พรบ.คุม น้ำเมา ด้วยเหตุผลว่า พรบ.ฉบับนี้ไม่ทำให้ลดการดื่มน้ำเมา (เป็นสูตรของนักรณรงค์ รู้ว่ามาตรการใดที่พ่อค่านอกไม่ได้ผล แต่ออกมาโววายวายมากแสดงว่ามาตรการนั้นได้ผล เช่น การห้ามโฆษณา และกลับกันมาตรการที่เขาไม่คัดค้าน เช่น ให้การศึกษาเยาวชน ตั้งรพ. รักษาคนติดสุรา เขาจะให้ทุนสนับสนุนด้วย เพราะรู้ว่าไม่ได้ผล)

ซึ่งพ่อค่าน้ำเมาไม่ได้พูดถึงการป้องกันเยาวชน หรือลดผลกระทบต่อสังคมไทย อย่างจริงจัง จังใจ แต่ธุรกิจน้ำเมาและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จะร่วมกันตั้ง "สมาคมช่วยภาครัฐลดปัญหาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์" ซึ่งเป็นองค์กรที่เพิ่งตั้งขึ้น (ขายน้ำเมามาหลายสิบปี เพิ่งรู้หรือว่ามีผลกระทบ) เพียงมาช่วยกันคัดค้าน พรบ.คุม น้ำเมาเป็นหลัก โดยบิดเบือนประเด็นการเก็บภาษีเหล้าขามาทำให้สังคมสับสน และตั้ง "กลุ่มรักกันเตือนกัน" เพื่อไปกระตุณยั่วยุ เร่งเร้า ทำทาย ให้นักศึกษาในมหาวิทยาลัยหลายแห่ง (ที่ผู้บริหารมหาวิทยาลัยไม่รู้เท่าทัน หรือมีเหตุผลอื่น??) ให้กลายเป็นนักดื่มหน้าใหม่เร็วขึ้น โดยใช้วาทกรรมที่หลอกลวงว่า ส่งเสริมให้นักศึกษา "ดื่มอย่างมีสติ" "ภค.สงกรานต์ ภาคโชคดี บอก





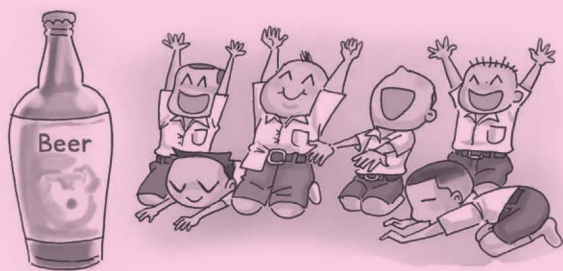
การแสดงผลงาน และ การประกาศมอบรางวัล
 โครงการ "ปิงส์ เด็กเฮ้ว นักผลิตสื่อสร้างสรรค์เสริมสุขภาพ:สร้างแรงบันดาลใจ"
 หัวข้อ : อย่าปล่อยให้เหล้ากลืนเรา - กฎหมายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

... หนูนึงสร้างสรรค์สื่อ
 คืออีกหนึ่งทางออก ...
 นั่นก็เพื่อให้ ...
 เยาวชนคนรุ่นใหม่
 ไม่ตกเป็นเหยื่อ! ...

ซึ่งอาจารย์อาวิน อินทร์งษ์ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร
 เจ้าภาพดูแลการประกวด ประเภทสื่อ T-Shirt บอกว่า การ
 ประกวดออกแบบเสื้อยืด หัวข้อ "อย่าปล่อยให้เหล้ากลืนเรา" นั้น
 เป็นการออกแบบกราฟิกภาพหรือตัวอักษรบนเสื้อยืด ที่สามารถ
 สื่อสารแนวคิดตามโจทย์ที่กำหนด โดยให้มีความเหมาะสมในการ
 นำไปผลิตด้วยเทคนิคการพิมพ์แบบซิลค์สกรีน (Silk Screen)
 โดยสื่อประเภทนั้นนอกจากจะเป็นสื่อเคลื่อนที่ที่สามารถสวมใส่ได้
 ทุกๆ เพศ ทุกๆ วัยแล้ว ความโดดเด่นของลายเสื้อแต่ละแบบก็จะ
 สร้างความน่าสนใจและดึงดูดคนที่พบเห็นให้มองได้ เพราะแบบและ
 ไอเดียต่างๆ ที่ออกมาไม่มีขาย สร้างความแตกต่างได้อย่างน่าสนใจ

โครงการ "ปิงส์ เด็กเฮ้ว นักผลิตสื่อสร้างสรรค์เสริมสุขภาพ
 สร้างแรงบันดาลใจ (นิวมีเดีย) ภายใต้หัวข้อ " อย่าปล่อยให้
 เหล้ากลืนเรา " จึงได้มีแนวร่วมในการรณรงค์เป็นมหาวิทยาลัย
 ต่างๆ หลายมหาวิทยาลัย เช่น

- มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่รับเป็นเจ้าภาพดูแลการประกวด
 สื่อประเภท Jingle music, T-Shirt (เสื้อยืด), Information Graphic
 Animation
- มหาวิทยาลัยศรีปทุม ในประเภทสื่อ viral Clip
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพในประเภทสื่อ Ambient Media





ด้านอาจารย์เกียรติศักดิ์ วัฒนศักดิ์ จากมหาวิทยาลัย
กรุงเทพ เจ้าภาพดูแลการประกวดประเภทสื่อ Ambient media
บอกว่า Ambient media เป็นสื่อที่แฝงอยู่ในบรรยากาศ ที่ยังคง
เหมือนจะเป็นสื่อใหม่ในวงการโฆษณาเมืองไทย จัดอยู่ในประเภทหนึ่ง
ของสื่อนอกบ้าน (Out of Home Media) แต่เป็นสื่อที่ไม่ใช่สื่อดั้งเดิม
(Traditional Media) ที่ใช้กันมา อาจกล่าวได้ว่า ทุกสิ่งที่อยู่รอบตัว
เราในที่สาธารณะทั้ง คน สัตว์ สิ่งของ สามารถกลายเป็นสื่อโฆษณา
ได้หมด และด้วยสาเหตุนี้เองทำให้นักสร้างสรรค์โฆษณาสามารถ
คิดงานโฆษณาได้อย่างอิสระ แต่ด้วยความที่มีลักษณะเป็นสื่อนอก
บ้านนั้น ก็อาจมีข้อจำกัดอยู่บ้างเรื่องปริมาณข้อความโฆษณาที่จะ
ทำการสื่อสารจะต้องไม่ยาวเกินไป เพราะผู้ชมส่วนใหญ่ไม่ได้ดู
กับที่และไม่ได้มีเวลาหยุดอ่านข้อความโฆษณายาวๆ พุดง่าย ๆ ว่า
ต้องมีปริมาณน้อยแต่ต้องได้คุณภาพ คือ สามารถสื่อสารได้เข้าใจ
และตอบสนองวัตถุประสงค์ของการโฆษณา มันมีโอกาสในการเข้าถึง
กับกลุ่มเป้าหมายได้ดีกว่าสื่ออื่นๆ เลยทีเดียว

ส่วนอาจารย์ธีระพันธ์ ชนาพรธร จากมหาวิทยาลัย
ศรีปทุม เจ้าภาพดูแลการประกวดประเภทสื่อ Viral clip บอกว่า
Viral clip เป็นสื่อที่มีความสามารถพิเศษ สามารถระบดได้อย่าง
รวดเร็วผ่านอินเทอร์เน็ตเหมือนการแพร่ของเชื้อไวรัส สามารถเข้าถึง
กลุ่มได้กว้างขวางผ่านเน็ตเวิร์คออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็เน็ตเวิร์คระยะ
มือเอื้อมถึงอย่างบลูทูธ ที่มีการโอนไฟล์วิดีโอให้ ผ่านระบบคลน
ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ด้วยอีเมล โพสต์ขึ้นสังคม
ออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ ที่มีในปัจจุบัน ได้อย่างรวดเร็ว เข้าถึงกลุ่ม
เป้าหมายที่ชัดเจน สามารถเป็นสื่อที่บอกต่อ และสร้างกระแสใน
สังคมได้ดีในระดับหนึ่ง ยิ่งถ้าเนื้อหาสาระที่อยู่ใน viral clip น่าสนใจ
สิ่งที่เกิดขึ้นก็คือจะทำให้ กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับชมหยุดคิด และอาจ
จะเปลี่ยนทัศนคติจนไปถึงเปลี่ยนพฤติกรรมได้



อาจารย์ชัยบรรฑิต พิษผลทรัพย์ จากมหาวิทยาลัย
ศิลปากร เจ้าภาพดูแลการประกวดประเภทสื่อ Jingle music
บอกว่า Jingle music เป็นสื่อเพลงที่มีขนาดสั้น ที่ทั้งเนื้อร้อง
ทำนอง ต้องสามารถสื่อสารให้ผู้ฟังเข้าใจภายในได้เวลาที่จำกัด คือ
30 วินาที ด้วยความสั้นของเพลง ทำให้ผู้ที่ต้องแต่งเพลงรณรงค์
ประเภทนี้ นั้นต้องทำการบ้านมากกว่าสื่อประเภทอื่นๆ เพราะต้อง
พูดทุกอย่างให้ได้ ภายในเวลาที่จำกัด ด้วยประโยคไม่กี่ประโยค
ถือว่าน่าสนใจและท้าทายมาก ซึ่งเยาวชนที่ส่งผลงานเข้ามาในครั้งนี
สามารถตีโจทย์และแต่งเพลงออกมาได้อย่างน่าสนใจทีเดียว





อาจารย์นฤชร์ สังข์จันทร์ จากมหาวิทยาลัยศิลปากร เจ้าภาพดูแลการประกวดประเภทสื่อ Infographic animation บอกว่า สำหรับสื่อ Infographic animation นั้นเป็นการเอาภาพเคลื่อนไหว มาสื่อสาร แทนภาพที่มีแต่ข้อมูลเยอะๆ ทำให้คนดูสามารถเข้าใจได้ชัดเจน และจดจำข้อมูลได้ง่ายขึ้น ซึ่งการสื่อสารประเภทนี้ จะช่วยดึงดูดให้เด็ก และเยาวชนหันมาสนใจ และเข้าใจ ข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น และด้วยตัว Animation ผสมผสานกับเทคนิคต่างๆ ที่เยาวชนได้นำมาเสนอนั้น มีความหลากหลาย เชื่อได้ว่าจะเข้าถึง กลุ่มเป้าหมายได้อย่างน่าสนใจทีเดียว ต้องติดตาม



ด้านนายพิริยะ ทองสอน เลขานุการมูลนิธิสื่อเพื่อเยาวชน บอกว่า สำหรับสื่อ Digital Media และ Infographic ในประเด็น กฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ นั้นในครั้งนี้มีผลงานโดยในสื่อ Digital Media มีจำนวน 15 ผลงาน และ ในประเภท Infographic มีจำนวน 1 ผลงาน ซึ่งผลงานทั้งหมดนั้นเป็นการนำเสนอเรื่องราวของกฎหมายควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องรู้!! โดยผลงานทั้งหมดนี้สามารถติดตามได้ที่ www.dekhealth.com และสำหรับในหัวข้ออย่าปล่อยให้เหล้ามาลวงเราสามารถติดตามผลงานได้ที่ www.artculture4health.com เร็วๆ นี้



นี่เป็นผลงานทั้งหมดที่เกิดขึ้นใน โครงการ นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์เสริมสุขภาวะ: เด็กเฮ้วปี2 ประเภท นิวมีเดีย โดยเร็วนี้ จะมีการนำผลงานที่ได้ทั้งหมดนี้ Road Show ไปยังสถานศึกษาต่างๆ ทั่วประเทศ ซึ่งจะมีการคัดเลือกหาสถาบันที่เหมาะสมอีกครั้ง แต่ถ้าสถาบันการศึกษาใดสนใจ สามารถติดต่อเข้ามา ที่ 02-612-6996-7 ต่อ 102 เพื่อแจ้งความจำนง ให้โครงการลงพื้นที่ไปจัดแสดงผลงานและให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวได้ เพราะเรื่องการรณรงค์เรื่องนี้ เราต้องช่วยกันทุกๆ ฝ่ายก่อนที่เยาวชนและสังคมตกเป็นทาสของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จนเลิกไม่ได้..จนที่สุดจะนำมาซึ่งความสูญเสียให้ประเทศจนนับค่าไม่ได้..ช่วยกัน..อย่าปล่อยให้เหล้ามาลวงเรา.. ^ ^

... สื่อแฝงในบรรยากาศ ... เมื่อเอ่ยถึงคำคำนี้หลายๆ คนคงยังไม่รู้จักบางคนถึงขั้นไม่เคยได้ยินคำคำนี้มาก่อน โดยในระยะแรก สื่อประเภทนี้ถูกเรียกว่า สื่อใหม่ (New media) หมายถึง สื่อที่มีลักษณะ:นอกเหนือจากสื่อประเภทเดิมๆที่เคยมีมา ที่สำคัญในปัจจุบันภาพรวมของสื่อประเภทนี้ซึกองมากขึ้น จนมีการบัญญัติศัพท์ ที่ใช้เรียกสื่อประเภทนี้ขึ้นมาว่า Ambient Media

ในสังคมปัจจุบัน Ambient Media เป็นสื่อที่ได้รับความนิยม และสามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ง่ายขึ้น เพราะความโดดเด่น และสามารถสร้างการมีส่วนร่วม จากกลุ่มคนที่พบเห็นได้ง่าย Ambient Media จึงได้กลายเป็นสื่อหนึ่งใน “โครงการนักผลิตสื่อสร้างเสริมสุขภาพ เด็กเฮ้วปี2” ที่ชวนเยาวชนคนรุ่นใหม่ ที่มีอายุ ระหว่าง 15-25 ปี มาทำ สื่อแฝงในบรรยากาศ หรือ

Ambient Media ภายใต้ประเด็น “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา” โดยในครั้งนี้ ได้มี มหาวิทยาลัยกรุงเทพเป็นเจ้าภาพจัดการประกวด ซึ่ง จากการรับสมัคร มีนักเรียน นักศึกษา ส่งผลงานเข้ามาถึง 22 ผลงาน แต่มีเพียง 9 ผลงาน เท่านั้น ที่ได้มีโอกาสสรรบทุน เพื่อผลิต Model (โมเดล) ต้นแบบ ก่อนผลิตชิ้นงานจริง เพื่อใช้รณรงค์ต่อไป



“เหล้าไม่ได้ ...สร้างมิตรภาพ”

“เหล้าไม่ได้...สร้างมิตรภาพ” เป็นผลงานการออกแบบของนักศึกษา ทีมครอบครัวละครนิเทศศาสตร์ 2 จากคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยมีนางสาวทาทานู ล้อศรี และนายพีรณย์ วงษ์นิล เป็นเจ้าของผลงาน ซึ่งผลงานชิ้นนี้ได้รับรางวัลสูงสุดของการประกวดสื่อประเภทนี้ คือ รางวัลรองชนะเลิศอันดับที่ 2 (ไม่มีรางวัลชนะเลิศ และรองชนะเลิศอันดับที่ 1) ส่วนอีก 4 ผลงานได้รับรางวัลชมเชย...

น้องกิ้ง นางสาวทาทานู ล้อศรี อายุ 21 ปี และ น้องบู้ด นายพีรณย์ วงษ์นิล อายุ 21 ปี เจ้าของผลงาน บอกว่า ผลงาน

“เหล้าไม่ได้ ...สร้างมิตรภาพ” นี้ได้แนวคิดมาจากโฆษณาที่เห็นในปัจจุบันว่า มักจะสร้างภาพว่า “เหล้าช่วยสร้างมิตรภาพ” ทั้งๆที่ในความเป็นจริง... หลายๆ ครั้งที่มีการตั้งวงดื่มเหล้า สิ่งที่เกิดขึ้นตามมา “เหล้า” นั้น กลับกลายเป็นตัวการหลัก ที่ทำลายมิตรภาพเสียเอง อีกทั้งเมื่อดูถึงเจตนาของเจ้าของแบรนด์ยังไม่เคยบอกถึงโทษของเหล้า มีแต่เชิญชวนซึกองและใช้กลยุทธ์ต่างๆ นานา เพื่อให้คนหันมามดื่ม มารู้ตัวอีกทีก็ต่อเมื่อดื่มจนติดไปแล้ว!!... ผลงาน “เหล้าไม่ได้ ...สร้างมิตรภาพ” แต่เหล้าทำลาย ...มิตรภาพ จึงเกิดขึ้น



“ซึ่งรูปแบบของสื่อ **Ambient Media** เรื่อง “เหล้าไม่ได้...สร้างมิตรภาพ” นั้น จะถูกผลิตออกมาเป็นสติ๊กเกอร์ ขนาด 70x90 เซ็นติเมตร จำนวน 3 ชั้น โดย

ชั้นแรก จะติดไว้ประตุน้ำลิฟท์ เป็นรูปเพื่อนกัน ชวนกันดื่ม แล้วชวนแก้วเหมือนกำลังสังสรรค์กันอยู่

ชั้นที่ 2 จะติดไว้ที่ผนังด้านในลิฟท์ เป็นรูปผลลัพท์ของการดื่ม ที่ว่าเมื่อดื่มเข้าไปจนเมามากก็เกิดการทะเลาะวิวาท แม้กระทั่งเรื่องเล็กๆ น้อยๆ ลูกกลมรวมไปจนถึงเรื่องใหญ่โต เกิดการผิดใจกันในที่สุดก็นำไปสู่การทะเลาะวิวาท

ส่วนชั้นสุดท้าย เมื่อผู้เข้าลิฟท์หันหลังกลับจะเจอกับสติ๊กเกอร์ชั้นสุดท้าย ปิดไว้ที่ประตูลิฟท์ด้านใน เพื่อสื่อให้เห็นว่า “เหล้า” มันให้โทษและไม่เคยสร้างมิตรที่ดี เช่นเดียวกับไอเดียของผลงานที่ว่า “เหล้าไม่ได้...สร้างมิตรภาพ” แต่เหล้าทำลาย...มิตรภาพ โดยผลงานชิ้นนี้ จะเน้นสื่อสารโดยตรงไปที่กลุ่มนักเรียน นักศึกษา เพราะคนวัยนี้จะมีการรับน้อง ที่มักใช้ “เหล้า” มาเพื่อสร้างมิตรภาพ ทั้งที่ความเป็นจริงแล้วผลลัพธ์ที่ตามมา ไม่ได้เป็นเช่นนั้นเลย...” **ทีมครอบครัวละครนิเทศศาสตร์ 2** บอก

สำหรับการผลิตจริงของผลงานนั้นน้องๆ **ทีมครอบครัวละครนิเทศศาสตร์ 2** บอกต่อว่า ในการวางแผนการผลิตจริงตั้งใจเอาไว้ว่า จะติดเพื่อรณรงค์ตามลิฟท์ ในมหาวิทยาลัย ห้างสรรพสินค้าใจกลางเมือง และอื่นๆ ที่มีนักเรียนนักศึกษาชอบเดินและใช้บริการ

เหตุผลที่เลือกลิฟท์ เพราะปัจจุบันนี้ ลิฟท์มีอยู่อย่างแพร่หลาย และมีเพิ่มมากขึ้นจนกำลังกลายเป็นสังคมแห่งเทคโนโลยี

กำลังก้าวไกล คนนิยมความสะดวกสบายเพิ่มมากขึ้น และเมื่อนำไปติดไว้ในลิฟท์ตามสถานที่ต่างๆ นอกเหนือจากจะได้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเยาวชนแล้ว ยังจะได้กลุ่มเป้าหมายเช่นคนทำงานเพิ่มมาด้วย

นอกเหนือจากผลงาน “เหล้าไม่ได้...สร้างมิตรภาพ” ชั้นนี้แล้ว ใน “โครงการนักผลิตสื่อสร้างสรรค์เสริมสุขภาพ เด็กเฮียปี2” ประเภทสื่อ **Ambient Media** ยังมีผลงานที่ได้รับรางวัลชมเชยอีก 4 ชิ้นงาน คือ ผลงาน “เหล้าลวงหรือลวงเพราะเหล้า” จากมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, ผลงาน “ยิ่งชน ยิ่งอันตราย”, ผลงาน “แก้วขยะ” และผลงาน “เมาเหมือน...” จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ซึ่งผลงานทั้งหมดนี้มีความน่าสนใจแตกต่างกัน สามารถติดตามได้ที่ www.artculture4health.com

...พบเจอผลงานทุกชิ้นที่เป็นสื่อแฉง
ในบรรยากาศ...เหล้านี้ก็ไหนอย่าลิมถ่ายภาพ
แล้วแชร์ ไปยังโซเชียลมีเดีย ช่องทางต่างๆ
เพื่อเป็นอีกหนึ่งพลัง ในการขยายผล ของ
การรณรงค์ อย่าปล่อยให้เหล้ามาลวงเรา
...ต่อกันด้วยนิ:... ก่อนเหล้าจะมากำร้าย
เราจนมิตรภาพขาดหายไป...





... นี่คือสโลแกนบนเสื้อยืด ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ จากการประกวดออกแบบเสื้อยืด (T-Shirt) หัวข้อ “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลวงเรา” ภายใต้โครงการ “ปิงส์เด็กแก้ว นักผลิตสื่อสร้างเสริมสุขภาวะสร้างแรงบันดาลใจ (นิวมีเดีย)” ที่เน้นการออกแบบกราฟฟิกภาพ หรือตัวอักษรบนเสื้อยืด แล้วสามารถสื่อสารแนวคิด ตามโจทย์ “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลวงเรา” ออกมาได้อย่างเหมาะสม



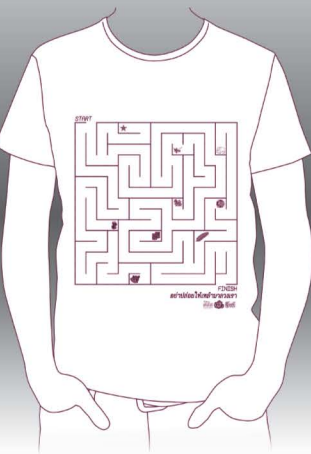
“หมดแก้ว หมดกลม หมดตัว” เป็นผลงานการออกแบบของนายจิรา เจริญรัตน์ หรือน้องไอ๊ด นักศึกษาสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ซึ่งน้องไอ๊ด บอกถึงแรงบันดาลใจและแนวคิดในการสร้างสรรค์งานว่า ผลงาน “หมดแก้ว หมดกลม หมดตัว” นั้นเป็นผลงานที่ได้แนวคิดมาจากคำคณูของคนที่ส่วนใหญ่ที่ว่า “หมดแก้ว หมดกลม หมดตัว” เพราะคำว่า “หมด” มักแสดงให้เห็นถึงความไม่มี ขาด และต้องการเพิ่ม โดยคำว่า “หมดแก้ว” เรามักได้ยินบ่อยๆ ในงานสังสรรค์ เมื่อเหล้า “หมดกลม” ก็ต้องออกไปซื้อเพิ่ม และเมื่อไม่รู้จักพอก็จะทำให้ “หมดตัว” ซึ่งการออกแบบนั้นเน้นการนำสโลแกนมาใช้ร่วมกับภาพกราฟฟิกรูปขวดเหล้าที่มีลักษณะหัวทึมลง เมื่อมองดูที่ก้นขวดด้านบนจะเปรียบเหมือนแก้วเบียร์ เพื่อให้รูปลักษณะสอดคล้องกับสโลแกนที่วางไว้



โดยน้องไอ้ดี บอกต่อว่า ที่ตนสร้างสรรค์ผลงานชิ้นนี้ออกมา ก็เพราะอยากให้ทุกคน โดยเฉพาะเยาวชน หรือกลุ่มเป้าหมายหลัก เห็นว่า “เหล้า” ส่งผลเสียอะไรตามมาบ้าง และวันนี้เราควรเริ่มต้นแก้ไขกันได้แล้วหรือยัง? โดยในความเป็นจริงแล้วเยาวชนอย่างเรา อาจจะแก้สังคมทั้งหมดไม่ได้ แต่เราก็สามารถร่วมมือกันแก้ไขตั้งแต่จุดเล็กๆ ของสังคมได้ แล้วจุดเล็กๆ เหล่านั้นจะกระจายไปยังสังคมวงกว้างได้ในอนาคต ...อยากฝากถึงเยาวชนรุ่นใหม่ๆ อยากรู้คิดถึงเงินที่เสียไปกับการดื่มเหล้าว่า เราทุกคนยังต้องทำหน้าที่สำคัญของตัวเองอยู่คือการศึกษา เรายังทำงานหาเงินเองไม่ได้ เงินที่เราได้มาทุกวันนี้ แล้วบางคนได้เอามาซื้อเหล้าเป็นเงินจากพ่อแม่ ที่หามาอย่างยากลำบากมานั้นมาดีอย่างไรไม่มีสติ ...วันหนึ่งถ้าเราได้ทำงาน วันนั้นเราจะรู้ว่าเงินหายยากแค่ไหน? แต่กว่าจะถึงวันนั้น ลองคิดถึงเราจะสูญเสียเงิน เวลา ไปแล้วทำไร? เมื่อคุณคิดได้วันนั้น คุณจะคิดถึง สโลแกนและคำว่า “หมดแก้ว หมดกลม หมดตัว” ขึ้นมาทันที ...แต่กว่าจะถึงวันนั้นคุณคิดว่ามันจะสายไปแล้วหรือเปล่า? ลองคิดดู!!

นั่นคือที่มา ของ **หมดแก้ว หมดกลม หมดตัว** สโลแกนเก๋ๆบนเสื้อยืด ฝีมือ และไอเดียของเด็กที่ไม่เด็กอย่างที่เห็น... ไม่เพียงแต่ **หมดแก้ว หมดกลม หมดตัว** เท่านั้น ที่น่าสนใจแต่ยังมีเสื้อยืดไอเดียเจ๋งอีกกว่า 15 ผลงานที่เยาวชนคนรุ่นใหม่ ได้สร้างสรรค์เอาไว้ ภายใต้โครงการ “ป๊ิงส์ เด็กเฮ้ว นักผลิตเสื้อสร้างเสริมสุขภาพสร้างแรงบันดาลใจ (นิวมี่เดีย)” ประเภทการออกแบบเสื้อยืด (T-Shirt) หัวข้อ “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา” อยากรู้เป็นเจ้าของชิ้นใดสามารถติดต่อได้ที่ 02-612-6996-7

ลองเปลี่ยนจากสวมใส่เสื้อผ้าแฟชั่นมาใส่เสื้อยืดฝีมือเยาวชนแบบเก๋ๆ ไปพร้อมๆ กันวันนี้
เพื่อรณรงค์ไม่ให้ “เหล้า” มากำลายและล้วงเอาเงินในกระเป๋าให้สูญเสียไปโดยไม่รู้ตัว...
อย่าปล่อยให้ “เหล้า” มาลงเรา อีกต่อไป เราต้องช่วยกัน!!



แชร์วีธี “อี” เหล้า

เฮีย! ไปกินเหล้ากัน!!!....

หลายคนเมื่อตกอยู่ในสถานการณ์เช่นนี้ บ้างอาจ
รับตอบตกลงโดยไม่ลังเลใดๆ ...แต่เชื่อเถอะว่ามีอีกหลายคน
ที่อยากจะ: “ปฏิเสธ” ...แต่จะปฏิเสธอย่างไรดี!! ที่จะไม่ให้
เสียเพื่อน!! ...เรื่องง่ายๆ แบบนี้ กลับกลายเป็นเรื่องยาก
ขึ้นมาทันที และนั่นทำให้เราเดินก้าวเข้าสู่หนทางของการเป็น
“เหยื่อ” ของเหล่าโดยขึ้นมาทันที...

แต่เชื่อไหม? ว่าแท้ที่จริงแล้วมันคงไม่มีอะไรยากเกิน
ความสามารถของเรา... เห็นได้จากเยาวชน คนรุ่นใหม่ไฟแรง
อย่างน้องๆ เยาวชนทีมแค่สาม ทีมที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ ใน
โครงการนักผลิตสื่อสร้างเสริมสุขภาพ เด็กเข้าปี 2 ประเภทสื่อ
viral clip หัวข้อ “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลวงเรา” ภายใต้การ
สนับสนุนจากแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สสส. พวกเขา
ได้สร้างสรรค์ผลงานชื่อ “แชร์วิธีอีเหล้า” ขึ้นมาเพื่อแนะนำ และหา
กลวิธีในการปฏิเสธการดื่มเหล้าแบบกวนๆ เมื่อเพื่อนชวน ออกมา
ได้อย่างน่าสนใจ แล้วถ่ายทอดออกมาในรูปแบบของคลิปวิดีโอสั้นๆ

โดย นายธนกร อ้าภาคำ หรือ น้องกอล์ฟ และ
นายนิทัศน์ งามศรีตระกูล หรือ น้องเจมส์ เจ้าของไอเดียจุด
บรรเจิดที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ บอกกับเราว่า ผลงาน “แชร์วิธี
“อี” เหล้า” นี้ ได้แนวคิดมาจากคนใกล้ตัว อย่างกลุ่มเพื่อนๆ ที่หลายๆ
ครั้งมีการชวนดื่มเหล้า ส่วนใหญ่มักหลีกเลี่ยงไม่ได้ อาจด้วยความ
เกรงใจ ไม่อยากขัดเพื่อน กลัวเสียเพื่อน ทางทีมจึงคิดอยากยกตัวอย่าง
วิธีการหลีกเลี่ยงคำเชิญชวนเหล่านี้ ในแบบฉบับกวนๆ ดลกๆ สนุกสนาน
ขึ้นมา ผ่านสื่อประเภท Viral clip สื่อที่แพร่ขนาดได้รวดเร็ว เข้าถึง
กลุ่มคนได้กว้างขวาง ยิ่งถ้าตัวเนื้อเรื่องมีความน่าสนใจ สนุก มันน่า
จะช่วยเปลี่ยนแปลงทัศนคติของการดื่มเหล้าได้ ก็ยิ่งน่าสนใจ ...โดย
เนื้อหาในคลิป “แชร์วิธี “อี” เหล้า” นี้ได้หยิบยกวิธีหลีกเลี่ยงเหล้า
มา 4 วิธีด้วยกัน คือ

1. เมื่อเพื่อนชวนไปดื่มเหล้า ให้แกล้งเมา ขาดสติ เพื่อ
จะได้กลับบ้านให้ไวขึ้น
2. อ้างติดเกม เพื่อให้เพื่อนรู้สึกจะไปดื่มด้วยแล้วไม่สนุก
วันหลังจะได้ไม่ชวน
3. แกล้งป่วย จะได้ไม่ต้องไป
4. ดื่มน้ำเปล่าแทนการดื่มเหล้า



“ซึ่งศิลป์ที่ท่าออกมาเนี่ย เราต้องการจะสื่อว่า ทุกครั้งที่เราไปกับเพื่อน หรือเพื่อนชวนไม่จำเป็นต้องตอบตกลงหรือไปด้วยก็ได้ เพราะเรารู้กันดีอยู่แล้วว่า เหล่านั้นคือแอลกอฮอล์มีพิษโดยตรงต่อสมอง ทำให้เซลล์สมองเสื่อม ในผู้ติดสุราพบว่ามีการฝ่อลีบของสมองส่วนคอร์เทกซ์ ซึ่งจะมีผลต่อการเชื่อมทางจิตด้วย หลายประการ เช่น ขาดความรับผิดชอบ ความจำเสื่อม เมื่อเป็นมากเกิดประสาทหลอน หูแว่ว หลงผิด หวาดระแวง คลุ้มคลั่ง และแอลกอฮอล์มีฤทธิ์กดประสาท โดยกดศูนย์ควบคุมระบบต่าง ๆ เช่นกตศุนย์หายใจ และศูนย์ควบคุมการไหลเวียนของโลหิต ในสมอง ทำให้ถึงแก่ชีวิตได้ ...การปฏิเสธ จึงเป็นทางที่ดีที่สุดที่จะหลีกเลี่ยงได้ ...ซึ่งการปฏิเสธนั้น มีข้ออ้างอยู่มากมาย ลองเลือกสัก 1 วิธี เพื่อปกป้องตัวเอง และรักษาน้ำใจคนที่ชวนในเวลาเดียวกัน จะได้ไม่เสียทั้งสุขภาพ และเสียทั้งเพื่อนไป... ” ทิมแค่สาม บอก

และกว่าจะมาเป็นผลงาน “แชรวิธี่ “ฮี่” เหล้า” ในวันนี้ นื่องๆ ทิมแค่สาม ต้องผ่านการคัดเลือก ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ ที่มีทั้งวิทยากรมืออาชีพมาให้ความรู้ เกี่ยวกับกฎหมายเกี่ยวกับเหล้า, โทษที่ตามมา หลังการดื่ม, การทำโฆษณาและ viral clip ให้น่าสนใจ และเทคนิคในการคิดการทำงานมากมาย โดยตัวแทนทิมแค่สาม บอกต่อว่า การได้เข้าร่วมโครงการ “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลวงเรา” ถือเป็นประสบการณ์ใหม่ ที่ดีมาก เพราะก่อนหน้านี้ ในการทำงานแต่ละครั้ง พวกเราคิดว่างานที่เราทำนั้นดีแล้ว เจ๋งแล้ว น่าสนใจแล้ว แต่เมื่อได้มีโอกาสมาเจอพี่ๆ วิทยากรมืออาชีพมาบอกเล่าวิธีการ และประสบการณ์ในการทำงาน ให้ฟังแล้ว บอกได้เลย เป็นการเปิดมุมมอง ในการสร้างสรรค์งาน ให้พวกเราได้กว้างขึ้น จากเดิมที่มีเพียงมุมมองเดียว กลับมองได้รอบด้านมากขึ้น ทำให้เราได้ฝึกฝีมือ ได้มีผลงาน ได้ฝึกวิธีคิด พัฒนาประสบการณ์ตัวเอง ไปอีกก้าวหนึ่ง ...เชื่อว่าผลงาน “แชรวิธี่ “ฮี่” เหล้า” ที่เราได้ผลิตขึ้นมาเนี่ย จะสามารถเข้าถึงกลุ่มวัยรุ่นได้อย่างแน่นอน เพราะเรื่องราวที่น่าเสนอ เป็นเรื่องที่สามารถทำได้ แม้แต่บางเรื่องอาจจะเป็นเรื่องที่สามารถทำได้ง่ายๆ แต่บางครั้งเราไม่ทันคิดที่จะนำมาใช้ ...หรือเพื่อนๆ คนไหนคิดว่าตัวเองมีไอเดียเจ๋งๆ เกี่ยวกับวิธีฮี่เหล้าแบบโดนๆ ก็ท่าออกมาให้ดูกัน โนโลกโซเซียลก็ได้เน้อ ไม่แน่ว่าพลังเล็กๆ เหล้าเนี่ย อาจจะช่วยให้เหล้าไม่มาลวงเรา อีกรู้ก็เป็นได้.....สองดู ไม่แน่ว่าเราแบ่งปัน วิธี “ฮี่” เหล้า กันเยอะๆ อนาคตสังคมของเรา ประเทศของเราจะเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นก็ได้...

ผู้ที่สนใจสามารถชมผลงานของน้องๆ ทีมแค่สาม “แชรวิธี่ “ฮี่” เหล้า” รวมถึงของน้องๆ ทีมอื่นในโครงการ ได้ที่

www.artculti4health.com

อย่าปล่อยให้ “เหล้า” มาลวงเรา..



เน้นวิธีในแบบเรา
แล้วแบบคุณละ เป็นยังไง
ไหนดูดี!

อย่าให้เหล้าลวงเรา

หลอก

เนื้อร้อง : หล่อลาภกระฉาดสร้อย

ทำนอง : หล่อลาภกระฉาดสร้อย

**“ ออกหักก็เพราะเขา โดนหลอกก็เพราะเขา
แล้วเธอไปลงกับเหล่าเพื่ออะไร
เขาหลอกยังไม่พอ แล้วให้เหล่ามาหลอกอีกทำไม
เพราะเหล่าคงไม่ทำ ให้ใคร ได้กลับมา ”**

นี่เป็นสุดยอดผลงาน ของน้องๆ เยาวชน ที่คว้ารางวัลชนะเลิศใน โครงการนักผลิตสื่อสร้างเสริมสุขภาพะ เด็กเข้าวัย 2 ประเภทสื่อ *jingle music* ประเภท “อย่าปล่อยให้เหล่ามาลงเรา” ภายใต้การสนับสนุนจากแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สสส. ที่ต้องการสื่อให้คนในสังคมรู้จักโทษทันของการดื่มเหล้าผ่านเสียงเพลง

แน่นอนว่า สื่อประเภท *jingle music* นี้ เป็นสื่อที่ได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่อง อาจเป็นเพราะการที่ตัวมันสามารถทำให้คนเข้าใจ เข้าถึงและติดหูได้ง่าย ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่จำเป็นต้องรวบรวมสิ่งที่ต้องการสื่อสาร ให้อยู่ในขอบเขตของเวลาที่จำกัด เพียง 30 วินาที ทำให้สื่อนี้ยังคงความนิยมอยู่อย่างต่อเนื่อง และนี่ก็เป็นอีกด้านหนึ่งความท้าทาย ของคนทำสื่อประเภทนี้ ...ซึ่งหลังจากประกาศเปิดใจทยอยออกไป มีน้องๆ เยาวชนสนใจส่งผลงานเข้ามามากถึง 54 ผลงานเพลง และจากการค้นหาสุดยอดผลงานมีเพลง 10 ทีมเท่านั้น ที่มีโอกาสได้เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการร่วมกับโครงการ และสร้างสรรค์เพลงให้ตรงกับโจทย์ “อย่าปล่อยให้เหล่ามาลงเรา” ต่อไป

อาจารย์ชัยบรรฑิต พิษผลทรัพย์ จากมหาวิทยาลัยศิลปกร เจ้าภาพดูแลการประกวดประเภทสื่อ *jingle music* บอกว่า สื่อประเภทนี้ เป็นสื่อเพลงที่มีขนาดสั้น ทั้งเนื้อร้อง และทำนองต้องสามารถสื่อสารให้ผู้ฟังเข้าใจภายใต้เวลาที่จำกัดเพียง 30 วินาที ด้วยความสั้นของเพลงทำให้ผู้ที่ต้องแต่งต้องทำการบ้านมากกว่าสื่ออื่น เพราะ ต้องพูดทุกอย่างภายในเวลาที่จำกัด ด้วยประโยคไม่กี่ประโยค ถือว่าน่าสนใจและท้าทาย ซึ่งการประกวดครั้งนี้ เยาวชนสามารถตีโจทย์ และแต่งเพลงออกมา ได้อย่างน่าสนใจทีเดียว โดยเฉพาะเพลง “หลอก” ของทีมหล่อลาภกระฉาดสร้อย ที่แต่งออกมาได้ตรงโจทย์จึงได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวดไป



โดย ทีมหล่อลากกระฉากสร้อย จาก คณะดุริยางคศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร นั้นมี นายณัฐดนัย อาลัยสุข, นายชณิน เลิศนิมิตพันธ์, นายปิยบุตร ศิริสัมพันธ์ และ นายพงศกร สมุทรธนาพันธ์ เป็นเจ้าของผลงาน ซึ่งกว่าจะมาเป็น *jingle* หลอก ได้นั้น ตัวแทนทีมหล่อลากกระฉากสร้อยเล่าว่า เพลง “หลอก” นั้น ได้แรงบันดาลใจมาจาก เรื่องของความรัก เพราะวัยรุ่นในปัจจุบัน มักให้ความสำคัญ จนบางครั้งมันมากเกิดไปจนเป็นผลร้าย และแน่นอนว่าเมื่อสิ่งที่เราให้ความสำคัญ มันไม่เป็นอย่างที่เราคาดหวังไว้ ด้วยความผิดหวังเสียใจ พวกเขามักหันไปหาที่พึ่งพิง “เหล้า” แทนสิ่งอื่นใด นี่จึงเป็นจุดเริ่มต้นการทำงานของเรา

“โดยในเนื้อหา เราอยากสื่อสารว่า การผิดหวัง ไม่สมหวัง หรืออกหักทุกครั้ง ไม่จำเป็นต้องหันไปดื่มเหล้า เบียร์ เพราะจริงๆ แล้ว เราสามารถหากิจกรรมทำคลายเครียดได้อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเล่นกีฬา แต่งเพลง หรือใช้เวลายุ่งกับครอบครัว ดีกว่าหันไปหาเหล้าที่ดื่มแล้วก็เมา เมาแล้วก็ทะเลาะวิวาท เกิดอุบัติเหตุรวมเสียสุขภาพ พุดได้คำเดียวว่าหาข้อดีแทบไม่ได้ แล้วแบบนี้จะดื่มเข้าไปทำไม” ตัวแทนทีมหล่อลากกระฉากสร้อย เล่า

ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ได้ร่วมทำกิจกรรม กับโครงการมานั้น ทางตัวแทนทีมหล่อลากกระฉากสร้อย บอกว่า ถือเป็นความโชคดีที่ได้ผ่านเข้ามา เพราะการเข้าร่วมกิจกรรมครั้งนี้ทำให้พวกเขาได้เรียนรู้ ได้ประสบการณ์มากมาย โดยเฉพาะเรื่องของการแต่งเพลง เพราะนี่ถือเป็นการเริ่มต้นการแต่งเพลง การทำเพลงครั้งแรกของพวกเขา ซึ่งประสบการณ์ครั้งนี้ก็ทำให้รู้ว่าใครๆ ก็สามารถทำเพลงได้ ไม่ว่าจะเรียนอะไรมา มันอยู่ที่ความตั้งใจ และที่สำคัญไปกว่านั้น คือทำให้พวกเขาได้รู้เท่าทัน โทษของเหล้ามากขึ้นด้วย

“ถ้าเป็นไปได้ เราก็คอยให้โครงการดีๆแบบนี้ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องเพราะนอกจากจะได้ความรู้แล้วเรายังได้ลงมือทำจริง ซึ่งโอกาสแบบนี้ไม่ใช่หาใครๆ ก็ทำได้” ตัวแทนทีมชนะเลิศ บอกเห็นแบบนี้แล้วหลายคนคงอยากรู้ว่า *Jingle* เพลง “หลอก” ของทีมหล่อลากกระฉากสร้อย จากมหาวิทยาลัยศิลปากรจะแจ้งขนาดไหน ลองเข้าไปหาฟังกันได้ www.artculture4health.com ซึ่งในนั้น นอกจากเพลง “หลอก” แล้ว ยังมีผลงานของน้องๆเยาวชนทีมอื่นๆ ให้ได้ลองฟังกันอีกมากมาย

ของดีๆ แบบนี้ อย่าลืมหืมแล้วต้องบอกต่อด้วยนะจ๊ะ...



"รู้ทัน"

ความสุขเกิดขึ้นได้ทุกที่ ทุกเวลา... เจกเช่นเดียวกับน้องๆ เยาวชนกลุ่มนี้ ที่เลือกสร้างสรรค์ความสุข มอบให้กับสังคม ด้วยผลงานและมีมือของตัวเองผ่าน การ "ปั้น" ... แม้จะเป็นเพียงแค่ การปั้น เชื้อโหม้!! ว่า การปั้นของพวกเขา ... "ไม่ธรรมดา"

"รู้ทัน" เป็นผลงานการปั้น แล้วนำมาสร้างสรรค์ เป็น Infographic animation ในหัวข้อ "อย่าปล่อยให้เหล้ามาลงเรา" ของน้องๆ นักศึกษา ทีม มนม เยาวชนจาก คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร นำโดย นางสาวธัญวลัย พรหมศิริวรรณ หรือน้องมด และ นางสาวสุชวสา ขาวบริสุทธิ์ หรือน้องไฉ่ โดยน้องๆ ทั้ง 2 คนนี้ได้บอกว่า ผลงานเรื่อง "รู้ทัน" เป็นการนำเอาเทคนิคการปั้นมาทำงานแบบ สตอปโมชัน (Stop motion) ซึ่งการทำงานแบบนี้เป็นแอนิเมชัน ที่อะนิเมเตอร์ต้องสร้างส่วนประกอบต่างๆ ของภาพขึ้นด้วยวิธีอื่น



นอกเหนือจากการวาดบนแผ่นกระดาษ หรือแผ่นเซล ซึ่งวิธีการนี้ ต้องใช้ความอดทนสูง เพราะต้องปั้นหุ่นออกมาจำนวนมาก แน่แน่นอนว่าต้องยอมเมื่อยมือ ขยับรูปร่างท่าทางของส่วนประกอบเหล่านั้น ทีละนิดๆ แล้วใช้กล้องถ่ายไว้ ทีละเฟรมๆ ซึ่งกว่าจะเป็น ผลงาน Infographic animation เรื่องนี้ได้มันต้องถ่ายภาพมากกว่า 1 พัน ภาพ และต้องปั้นหุ่นออกมามากกว่า 40 ฉาก ไม่ใช่เรื่องง่าย แต่เมื่อมองถึงผลลัพธ์ที่ออกมาแล้วยิ่งใหญ่มาก ถ้าผลงานเรื่องนี้ได้ ให้ทั้งความรู้ และความสุขให้กับคนที่ได้ดูได้ชมผลงานการปั้นชุดนี้



“เมื่อนำภาพ กว่า 1 พันภาพ มาประกอบเป็นฉาก กว่า 40 ฉาก แล้วนำมาใส่เทคนิคที่ได้รับความรู้จากวิทยาการจากโครงการแล้วทำให้ *Infographic animation* เรื่อง “รู้ทัน” นั้นน่าสนใจมาก โดยเนื้อหาของเรื่องนั้น เป็นการนำข้อมูลจริงมาพูดประกอบเป็นเรื่องราวว่า ...เราทุกคนคงเคยได้รับทราบเกี่ยวกับโทษของเหล้าจากสื่อสารธารณะสุข และแคมเปญรณรงค์ที่มีออกมามากมาย จนทราบกันดีแล้วใช่ไหมว่า เหล้ามีโทษร้ายแรงแค่ไหน

แต่เคยสงสัยไหม ว่าทำไมประเทศไทยของเรายังคงติดอันดับ 1 ใน 5 ประเทศที่ดื่มเหล้ามากที่สุด จากการจัดอันดับขององค์การอนามัยโลก และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ยังบอกอีกว่า นักดื่มหน้าใหม่เพิ่มขึ้น แถมนักดื่มหน้าใหม่เหล่านั้นยังมีอายุน้อยลงเรื่อยๆ นั่นอาจเป็นเพราะเรายังไม่รู้เท่าทันเหล้า และยังไม่ว่าเรากำลังถูกเหล้าลวงอยู่ในสังคมปัจจุบันวัยรุ่นได้รับสื่อจากหลายช่องทางและสะดวกยิ่งขึ้น เป็นโอกาสของบริษัผู้ผลิตเหล้าที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ได้โดยง่าย ทั้งการส่งเสริมการขาย ลด แลก แจก แถม พบบ่อยตามสถานบันเทิง อีวีวิธีที่เราเห็นได้บ่อยที่สุด ก็คงเป็นการโฆษณาทั้งทางโทรทัศน์ โดยแฝงเข้ามาอยู่กับกีฬา เช่น การซื้อสินค้าเพื่อร่วมสนุกทายผลบอล สื่อสังคมออนไลน์ การกดไลน์ กดแชร์รูปภาพหรือแฟ้มมากับดนตรีทางสื่อวิทยุ และตีชี่ด้วยการจัดคอนเสิร์ตหรือกิจกรรมที่เยาวชนชื่นชอบ โดยมีบริษัทผู้ผลิตเหล้าเป็นผู้สนับสนุน การกระทำเหล่านี้ ถือว่า ผิดกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ หรือแม้กระทั่งการทำกิจกรรมช่วยเหลือสังคมด้วยการบริจาคสิ่งของหรือเงินแก่ผู้ประสบภัย แจกอุปกรณ์การศึกษาหรืออุปกรณ์กีฬาให้กับโรงเรียน มูลนิธิต่างๆ ฟังดูเหมือนจะดี แต่นี่คือวิธีการตลาดที่เรียกว่าง่าย ๆ ว่า สร้างภาพนั้นเอง

วิธีการเหล่านี้เราทุกคนล้วนแล้วแต่เคยเห็นอยู่เป็นประจำ แต่จะมีสักกี่คนที่รู้ว่า นี่คือกลลวงของเหล้าที่กำลังหลอกเราอยู่ดังนั้นวิธีที่ดีที่สุด คือไม่ตกเป็นเป้าให้เหล้ามาลวงเรานั้นคือการรู้เท่าทันและไม่นำตัวเองเข้าไปเป็นเครื่องมือ ของบริษัทผู้ผลิต ไม่เผยแพร่ข้อมูลทางการตลาด หรือข้อมูลที่ขุยงให้เกิดการบริโภค ไม่กดไลน์ กดแชร์ และที่สำคัญต้องมีสติรู้ว่า ข้อมูลด้านดีที่ผู้ผลิตนำมาเสนอ นั้นเป็นเพียงสิ่งลวง เหล้ามีแต่โทษ เพียงเท่านี้เราก็มีสุภาพที่ดีมีชีวิตที่ปลอดภัย และไม่ตกให้เหล้ามาลวงเราอีกต่อไป..” ทิม มนม บอก

เรื่องราวทั้งหมดนี้เกิดขึ้นได้เพราะ “การปั้น” “การถ่ายภาพ” การนำภาพกว่าพันภาพมาทำให้เป็นภาพเคลื่อนไหว ไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ แต่ด้วยความมุมานะ และพยายามของน้องๆ ทำให้ผลงานชิ้นนี้ได้รับรางวัลชนะเลิศจากการประกวดในโครงการนักผลิตสื่อสร้างสรรค์เสริมสุขภาพฯ เด็กเข้าปี 2 ประเภทสื่อ *Infographic animation* หัวข้อ “อย่าปล่อยให้เหล้ามาลวงเรา” ภายใต้การสนับสนุนจากแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ สสส. มาได้

...เรื่องราวและความน่ารักนี้จะดำเนินเรื่องอย่างไรติดตามได้ที่ www.artculture4health.com รับรองเมื่อได้คุณจะถูกคิดขึ้นมาได้บ้างว่า “เหล้า” ล่อลวงและหลอกเราอยู่อย่างไร ...ไม่เพียงแต่ความรู้ ความน่ารัก ที่ได้จาก *Infographic animation* เรื่องนี้เท่านั้นเชื่อได้เลยว่า “ความสุข” จะเปลี่ยนเป็นรอยยิ้มให้เพื่อนบนใบหน้าคุณแน่นอน...

...ถ้าไม่เชื่อต้องเปิดดู!!!... เพราะความสุขเกิดขึ้นได้ทุกที่ ทุกเวลา... จริงๆ



จาก **60** วันพัก เป็น **1** นาที
 ผ่านจาก **60** นาที เป็น **1** ชั่วโมง
 ผ่านจาก **24** ชั่วโมง เป็น **1** วัน
 จาก **365** วัน กลายเป็น **1** ปี

...ซึ่งใน 1 ปีมีหลากหลายเรื่องราวผ่านเข้ามามากมาย เฉกเช่นเดียวกับการทำงานที่ผ่านไปอย่างรวดเร็ว
 ...วันนี้ก้าวเข้าสู่เดือนสิงหาคมแล้ว ...อีกแค่ 1 เดือน ก็จะครบ 1 ปี ในการทำงานของเครือข่ายต่างๆ
 ที่ทำงานภายใต้การสนับสนุนของ แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. กันแล้ว
 ซึ่งภายใต้การทำงานดังกล่าว แต่ละโครงการได้มีกิจกรรมมากมายเกิดขึ้น ซึ่งวันนี้
 “คนศิลปสร้างสุข” ...ได้เก็บภาพบรรยากาศกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นมาฝากกันอีกแล้ว



เริ่มที่ รับโล่ให้ฯ คุณวันงดดีมีสุราแห่งชาติ ปี2557 ประกาศเกียรติ

เป็นที่น่ายินดีกับการทำงานรณรงค์ให้ประชาชนได้ตระหนักถึง อันตรายจากการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กระตุ้นให้เกิดการลด ละ เลิก การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เน้นการสื่อสารสถานการณ์ ผลกระทบที่เกิดจาก การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ตามพระราชบัญญัติ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ.2551 และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง มาอย่างต่อเนื่องทำให้เมื่อวันเข้าพรรษาที่ผ่านมา นายदनัย หวังบุญชัย ผู้จัดการแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. ได้รับคัดเลือกจากคณะกรรมการ ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ให้เป็นหนึ่งในผู้ที่ทำคุณประโยชน์รณรงค์เรื่องดังกล่าว เนื่องในงาน “วันงดดื่มสุราแห่งชาติ” ประจำปี 2551

โดยจากการพิจารณาจากคณะกรรมการ มีมติ มอบรางวัลผู้ที่มีผลงานดีเด่นด้านการควบคุมการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ซึ่งในวันดังกล่าว นายदनัย หวังบุญชัย ผู้จัดการแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. ได้เข้ารับประทานโล่ให้ประกาศเกียรติคุณจาก พระเจ้าวรวงศ์เธอ พระองค์เจ้าโสมสวลี พระวรราชทินนิตดา มาดูลีนับเป็นอีกหนึ่งรางวัลของคนทำงานที่สังคมมองเห็นซึ่ง นีจะนับเป็นอีกหนึ่งขวัญกำลังใจให้คนทำงานทำงานรณรงค์เพื่อสังคมต่อไป...





คู่มือฉบับเด็ก

ภัยพิบัติ เป็นเรื่องใกล้ตัวเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา การลดความเสี่ยง หรือสร้างภูมิคุ้มกันในการช่วยเหลือตนเองแก่ชุมชน หรือกลุ่มเยาวชน ให้รู้จักการรับมือ จะเกิดประโยชน์มากกว่ารอจนกว่าเหตุการณ์เกิดขึ้น

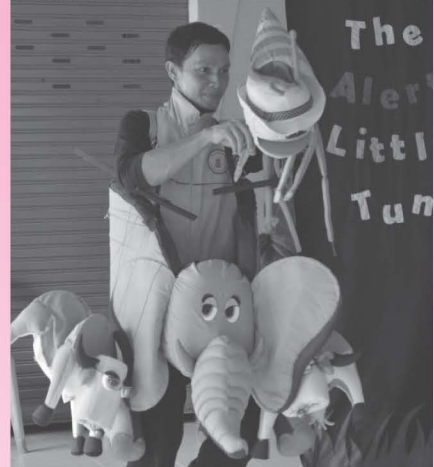
โครงการหุ่นน้อยตื่นตัว โครงการภายใต้การดูแลของ กลุ่มสื่อสร้างสรรค์ พระจันทร์พเนจร จึงได้เดินทางสัญจร ภายใต้การสนับสนุนจาก แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส. เพื่อสร้างความเข้าใจในการให้ความรู้ด้านการป้องกัน และลดความเสี่ยงภัยพิบัติ ในกลุ่มเด็กเล็ก-ประถม ว่า สามารถมีส่วนร่วมและสามารถเป็นกลุ่มศักยภาพ ที่รู้จักวิธีรับมือกับภัยพิบัติได้เช่นเดียวกับผู้ใหญ่ได้ ผ่านการกระตุ้นและจูงใจจากหุ่น

ซึ่งที่ผ่านมาได้ลงไปยังพื้นที่ประสบภัยพิบัติแล้ว อาทิ

- โรงเรียนบ้านบะ อำเภอกำแพง จังหวัดสุรินทร์
- โรงเรียนหนองโคง สุรวิทยาคม อำเภอมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์
- โรงเรียนดรุณวิทยัพูนพิณ แผนกประถม อำเภอบุณพิณ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- โรงเรียนบ้านหัวสะพาน มิตรภาพที่ 217 อำเภอเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- โรงเรียนบ้านน้ำกระจาย อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
- โรงเรียนวัดบ้านไร่ อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลา

ซึ่งต่อไป หุ่นน้อยตื่นตัว จะไปที่ไหนอีก

สามารถติดตามได้ที่ www.artculture4health.com





เสนาเครื่องข่ายทศกัณฐ์

เมื่อไม่นานมานี้ที่ หอวัฒนธรรมไทยวน จ.สระบุรี โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดทำสารคดีสั้นเพื่อการประชาสัมพันธ์เชิงวัฒนธรรม : เครื่องข่ายทศกัณฐ์ ได้จัดงาน เสนาเครื่องข่ายทศกัณฐ์ ต่อเนื่องไทยวนและเวียง ตอน ผู้ใหญ่ถ่ายทอด เด็กถ่ายทำขึ้น ซึ่งภายในงานนั้นนอกจากจะมีการฉายหนังสั้นที่ทางเยาวชนจากเครื่องข่าย ทศกัณฐ์ได้ผลิตเองแล้วยังมีการเสวนากันระหว่างเด็ก-ผู้ใหญ่ ในหัวข้อ “วัฒนธรรมใน มุมมองของคนรุ่นใหม่” การตั้งวงเสวนาในหัวข้อ วัฒนธรรม สื่อ คน : เมื่อเก่า และ ใหม่อยู่ร่วมกัน เพื่อแลกเปลี่ยนทัศนคติกัน ของคนทำงานเพื่อหาแนวทางในการทำงาน ร่วมกันอย่างยั่งยืนต่อไป จากนั้นมีแสดงศิลปวัฒนธรรมโดยเด็กและเยาวชนในโครงการ มากมาย อาทิ พ็อนไทยวน, พ็อนลาวเวียงวัดตะเฒ่า และการโขนสดหนองแซงด้วย

ไม่น่าเชื่อว่าทั้งสารคดีสั้น ทั้งการแสดงที่เกิดขึ้นนั้น เป็นฝีมือและการทำงาน ที่เด็กและเยาวชนในพื้นที่ ร่วมด้วยช่วยกันทำทั้งสิ้น งานนี้ผู้ใหญ่เป็นเพียงแค่ผู้ให้ความรู้ ถ่ายทอดและคอยอยู่ห่างๆเท่านั้น นอกจากจะเป็นการสืบสานศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เอาไว้แล้ว หนังสารคดีสั้นที่ได้นั้นยังช่วยประชาสัมพันธ์ความรู้ต่างๆ ในพื้นที่ไปยังเด็ก และเยาวชนใกล้เคียง และสังคมในวงกว้างได้นำสนใจ

ติดตามผลงานของพวกเขาแบบเต็มๆได้ที่ www.artculture4health.com แล้วคุณจะรู้ว่าแค่เด็กตัวเล็กๆ ก็สามารถเป็นฐานสำคัญของชุมชน เพื่อรักษารากเหง้า วัฒนธรรมเก่าแก่ไว้ได้อย่างน่าสนใจ...

นี่เป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งของกิจกรรมที่เกิดขึ้น ฉบับถัดไปติดตาม กิจกรรมอื่นๆ ในพื้นที่อื่นๆ ซึ่งมีความน่าสนใจและมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง แต่จะเป็นกิจกรรมอะไรอย่างไร พื้นที่ไหนห้ามพลาดนะ :)

ไขปัญหาประลองปัญญา กับ “ซูโดกุ” (SUDOKU)

เป็นอย่างไรกันบ้าง? กับเกมซูโดกุในแต่ละฉบับที่ผ่านมา ไขปัญหาออกกันบ้างหรือเปล่า? ลองเปลี่ยนมาเล่นซูโดกุที่ยาก ขึ้นดูไหม? วันนี้เรามีซูโดกุฉบับเบสิคซูโดกุ แบบทะแยงมุม มาให้ลองเล่นกัน... วิธีการเล่นเกมนี้ไม่ยากเลย เพียงแค่เติมตัวเลข 1-9 ลงในตารางขนาด 9x9 ทั้งสองตารางที่ซ้อนกันอยู่ โดยในแต่ละแถวแต่ละคอลัมน์แต่ละกรอบสี่เหลี่ยมย่อย ของตาราง 9x9 ทั้งสองตาราง ซึ่งจะมีเลข 1-9 ไม่ซ้ำกันเลย และต้องไม่ซ้ำกันในแนวทะแยงมุมด้วย

ลองนำตัวเลข 1-9 มาใส่ในช่องว่างกันดูนะจ๊ะ! โดย ทุกๆ ปริศนาของซูโดกุที่นำมาฝากกันนี้สามารถหาทางออกได้เสมอ ลองด้วยการค่อยๆ คิดหาคำตอบดูนะ.. แต่จำเอาไว้นะว่าไม่ควรใช้วิธีเดา เพราะ “ในแต่ละข้อ มีเพียงวิธีเดียวที่จะไขปริศนาได้” ถ้าลองแล้วมีตัวเลขที่ซ้ำกัน ต้องลองดูใหม่ เพราะถ้าทำผิดไว้ทีใดทีหนึ่ง จะผิดไปหมดทั้งตารางเลยนะ!!

ขอให้โชคดีและพยายาม ใจเย็นๆ กันนะ.. พร้อมหรือยัง ถ้าพร้อมแล้วมาเติมตัวเลขให้ครบถ้วนและถูก-ต้องกัน!!

5		6	7			2		
			5		7	9	3	
2		7		1	3		6	
	8				6		5	8
	6		5	8			9	6
	5	1			8	9		4
8			3	7			4	1
9		5			3		7	9
	7		2	5				6
			7		1	6	5	9
	6	5	9		2			
			1			9	6	7

เมื่อเติมครบทุกช่องแล้ว **ส่งคำตอบที่ถูกต้องพร้อมชื่อที่อยู่ชัดเจนเข้ามาที่** แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส.

เลขที่ 128/409 ชั้น 37 อาคารพญาไท พลาซ่า ถนนพญาไท แขวงทุ่งพญาไท เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400 (**วงเล็บมุมซองว่า ไขปัญหาประลองปัญญา**)

10 คนที่ตอบถูก (ด้วยการสุ่มจับรายชื่อ) จะได้รับสิทธิหนังสือในโครงการ “เล่าเรื่องโกง” เท้าทันการโกง (Corruption Literacy) และโครงการ “หนังสือสั้นเล่าเรื่องผู้บริโภครักษ์” ภายใต้ความร่วมมือของแผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สสส.ร่วมกับเครือข่ายศิลปินเพื่อการปฏิรูป, มูลนิธิเพื่อผู้บริโภค, องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย ส.ส.ท., สมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย และภาคีเครือข่าย รวม 13 ตอน ฟรี!!

ติดตามรายชื่อผู้ที่ตอบคำถามถูก และเฉลยของฉบับที่ผ่านมาได้ที่

www.facebook.com/art.culture4h จ้า!!



ใบสมัครสมาชิกจุลสารศิลปสร้างสุข

กรุณากรอกรายละเอียดให้ครบทุกข้อ (ไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆทั้งสิ้น)

ชื่อ.....นามสกุล.....ชื่อหน่วยงานของท่าน.....

เบอร์โทรศัพท์.....เบอร์แฟกซ์.....อีเมล.....

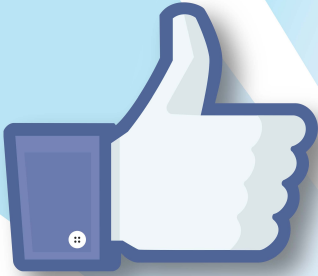
ที่อยู่เพื่อจัดส่ง.....เลขที่.....ซอย.....ถนน.....

ตำบล.....อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

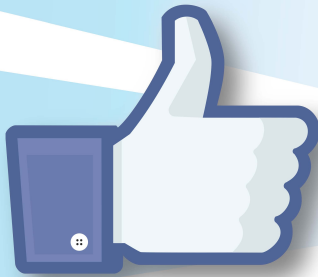
(สามารถถ่ายสำเนาได้)

มาเป็นครอบครัวเดียวกันกับเรา ด้วยการ กดถูกใจ FAN PAGE

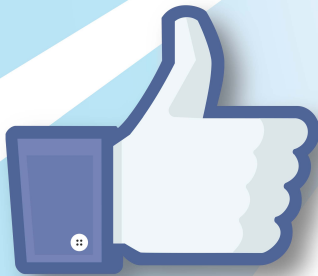
www.facebook.com/art.culture4h



www.facebook.com/pingsproject



www.facebook.com/ActiveCitizen.GenA



รับข่าวสาร พร้อมกิจกรรมดีๆ ก่อนใคร

เป็นกำลังใจให้กับเยาวชนและคนทำงานได้ง่ายๆ แค่ 1 ไลก์ 1 Like

ก็สามารถติดตามทุกการทำงาน ทุกกิจกรรมได้แล้ว... **อย่ารอช้า... กดเลย!**