

รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการครั้งที่ งานวิจัยและงานสร้างสรรค์ ทางนิเทศศาสตร์ 12



ผู้ทรงคุณวุฒิร่วมอภิปราย

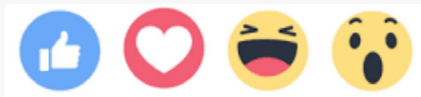
- รศ.ถิรนันท์ อนวัชศิริวงค์
- รศ.ดร. กฤษณ์ ทองเลิศ

- รศ. ดร.กุลธิดา ธรรมวิภังษ์
- รศ. ดร.นภวรรณ ตันติเวชกุล

- รศ. อวยพร พาณิช
- ผศ. ดร.ศศิพรรณ บิลมาโนชญ์

- ผศ. ดร. กาญจนา มีศิลปวิภักย์
- ผศ. สมเกียรติ รุ่งเรืองวิริยะ

- อ.มนต์ศักดิ์ เกษศิริรินทร์เทพ
- อ.สมคนเณ วรวิวัฒน์



INTERNET
COMMUNICATION

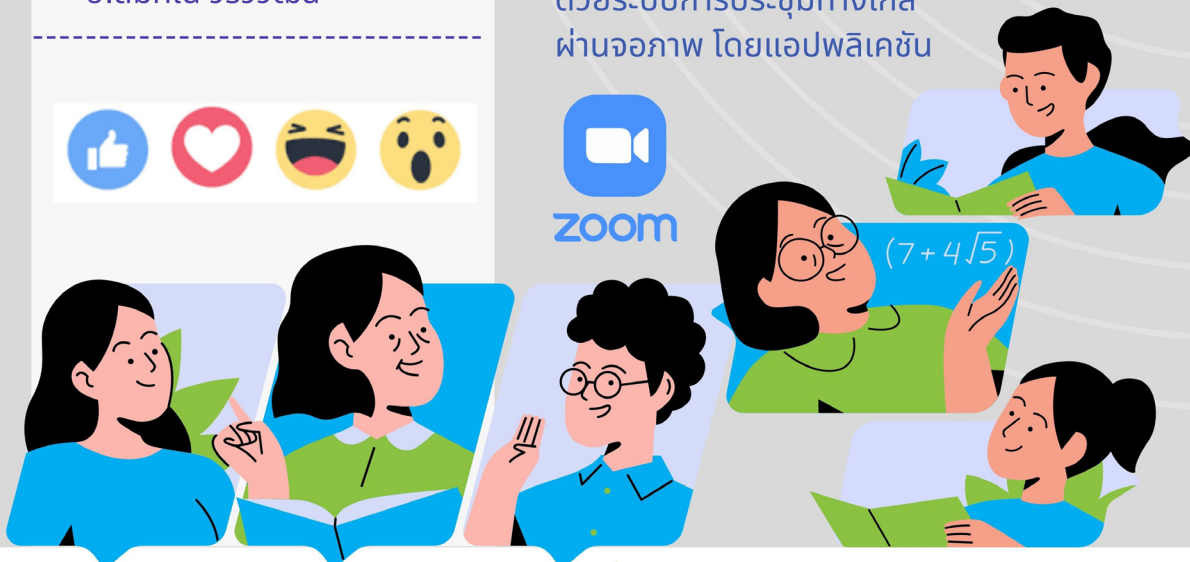
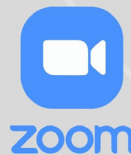
The Proceedings of the 12th Academic Conference on Communication Research and Creative Works

จัดโดย

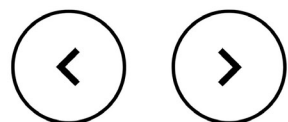
- เครือข่ายนิเทศศาสตร์
- สมาคมธุรกิจการถ่ายภาพ

วันศุกร์ที่ 8 กรกฎาคม 2565
เวลา 08.30 น. - 12.30 น.
ณ มหาวิทยาลัยสยาม

ด้วยระบบการประชุมทางไกล
ผ่านจอภาพ โดยแอปพลิเคชัน



เครือข่ายนิเทศศาสตร์
COMMUNICATION
CONSORTIUM



08 | 07 | 2022



ปัจจัยที่ทำให้ซาอุดีอาระเบียพาวิลเลียน ได้รับรางวัล “The Best Pavilion” ณ เอ็กซ์โป ดูไบ 2020

The Influenced Factors of Saudia Arabia Pavilion to Achieve “Best Pavilion” Award at Expo 2020 Dubai

ปัญญารัตน์ วันทอง, บริรักษ์ บุณยรัตพันธุ์, ดร.อัลฮุดา ชนิดพัฒนา,*

บทคัดย่อ

ในปี 2565 ดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ได้รับเลือกให้เป็นเมืองในการเป็นเจ้าภาพงานแสดงนวัตกรรม และเทคโนโลยีที่ใหญ่ที่สุดของโลก โดยมีประเทศที่เข้าร่วมแสดงในงานนี้กว่า 192 ประเทศ ตลอดระยะเวลาการจัดงานเป็นระยะเวลา 5 เดือน โดยประเทศที่ได้รับการคัดเลือกให้เป็นประเทศที่มีการจัดแสดงนิทรรศการ ณ เอ็กซ์โป ดูไบ 2020 ที่ได้รับรางวัลพาวิลเลียนที่ดีที่สุดในโลกคือ ประเทศซาอุดีอาระเบีย หรือ ซาอุดีอาระเบียพาวิลเลียน ทคความนี้จึงจัดทำขึ้นเพื่อวิเคราะห์พาวิลเลียนที่ได้รับการโหวตให้เป็นอันดับหนึ่งจากพาวิลเลียนทั้งหมด ซึ่งนั่นก็คือ “ซาอุดีอาระเบีย พาวิลเลียน” กล่าวคือ มีการใช้แนวคิดและรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลายมาใช้ในการจัดงาน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบที่ผสมผสานระหว่างความทันสมัยและดั้งเดิมอันเป็นธรรมชาติที่มีอยู่เป็นเอกลักษณ์ มีการวางลำดับการจัดแสดงเป็นอย่างดี รวมถึงมีความเป็นเอกภาพ แต่ในขณะเดียวกันก็มีความสมดุลของการออกแบบตามทฤษฎีการออกแบบนิทรรศการ ซึ่งทำออกมาได้อย่างลงตัวมาก ทั้งนี้ปัจจัยหลักจากการวิเคราะห์โดยการใช้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ การจัดนิทรรศการ, แนวคิดทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดทฤษฎีการใช้สื่อใหม่ พบว่าซาอุดีอาระเบียพาวิลเลียนมีปัจจัยสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีทั้งสามอันส่งผลให้ได้รับรางวัล “Best Pavilion” Award

คำสำคัญ : แนวคิดทฤษฎีการจัดนิทรรศการ, แนวคิดทฤษฎีการประชาสัมพันธ์, เอ็กซ์โป ดูไบ 2020, ซาอุดีอาระเบียพาวิลเลียน

Abstract

In 2022, Dubai was chosen to be the host of the World greatest exhibition called “Expo 2020 Dubai” which is the biggest show where the latest innovation and technology from all around the world were presented in one place. There were 192 countries participated during 5 months of the event. Among those 192 nations, “Saudi Arabia Pavilion” had won the “Best Pavilion” award. The factors which influenced Saudi Arabia Pavilion to achieve the best pavilion award are consisted in the theory of Exhibition Design, Public Relations and the use of new media.

* อาจารย์ประจำคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต

Keywords: Exhibition Design Theory, Public Relations Theory, Expo 2020 Dubai, Saudia Arabia Pavilion

บทนำ

นับตั้งแต่ปีค.ศ. 1851 ในระยะเวลาทุกๆ 5 ปีจะมีการจัดนิทรรศการใหญ่ระดับโลกซึ่งถูกจัดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้ชื่อนิทรรศการว่า “เวิลด์ เอ็กโป” (World Expo) ซึ่งเป็นการจัดงานขนาดใหญ่ที่ได้รวบรวมประเทศต่าง ๆ มาจัดแสดงสิ่งที่ประเทศนั้น ๆ ต้องการนำเสนอผ่านการสร้าง “ศาลา” (pavilion) ตามเอกลักษณ์ของประเทศนั้น ๆ รวมระยะเวลาการจัดแสดงทั้งหมด 6 เดือน โดยผลัดเปลี่ยนหมุนเวียนเจ้าภาพกันไปในแต่ละครั้งตามแต่ละประเทศโดยประเทศที่เป็นเจ้าภาพต้องผ่านการคัดเลือกจาก “องค์การนิทรรศการนานาชาติ”(Bureau of International Expositions) เสียก่อนจึงจะสามารถจัดงานได้ โดยงานเวิลด์ เอ็กโปนี้เป็นงานใหญ่ระดับโลกที่ผู้คนทั่วโลกต่างให้ความสนใจและต้องการเข้าร่วมงานรวมถึงเป็นส่วนหนึ่งในนิทรรศการระดับโลกนี้เป็นจำนวนมาก

ในปี ค.ศ. 2020 นั้น นิทรรศการระดับโลกอย่างเวิลด์ เอ็กโปถูกจัดขึ้น ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์ ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม ค.ศ.2021 ถึงวันที่ 31 มีนาคม ค.ศ.2022 เนื่องจากสถานการณ์ Covid-19 ทำให้เวิลด์ เอ็กโปในครั้งนี้ถูกเลื่อนจากกำหนดการเดิม คือวันที่ 20 ตุลาคม ค.ศ. 2020 ถึงวันที่ 10 เมษายน ค.ศ. 2021 เมื่อสถานการณ์ Covid-19 เริ่มคลี่คลายลง พบว่ามีจำนวนประเทศทั่วโลกเข้าร่วมงาน 192 ประเทศ ซึ่งถือว่ามีจำนวนมากที่สุดเท่าที่เคยจัดงานมา และบนพื้นที่กว่า 4.38 ตารางกิโลเมตร หรือเปรียบเทียบกับลานสนามฟุตบอล 600 สนามมาติดกัน ประเทศต่าง ๆ ได้จัดสร้าง “ศาลา” (pavilion) ของประเทศตนเองขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดหลัก คือ “Connecting Minds, Creating the Future” เชื่อมความคิด สร้างอนาคต โดยเน้นประเด็นสำคัญ 3 หัวข้อ ได้แก่ Opportunity (โอกาส) Mobility (การขับเคลื่อนไปข้างหน้า) และ

Sustainability (ความยั่งยืน) การเยี่ยมชมศาลาหรือ pavilion ในงานเวิลด์ เอ็กโป ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม เนื่องจากสามารถแสดงถึงศักยภาพในการนำเสนอความเป็นตัวตน แหล่งท่องเที่ยว จุดเด่นต่าง ๆ ตลอดจนวิสัยทัศน์และการพัฒนาประเทศผ่านการจัดนิทรรศการที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก เนื่องจากเวิลด์ เอ็กโป2020 ดูไบ ได้ถูกจัดขึ้นจนเสร็จสิ้นแล้ว ผู้เขียนจึงหยิบยกประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับเอกลักษณ์ แนวคิด และการเล่าเรื่องอย่างสร้างสรรค์ผ่านการจัดนิทรรศการในมุมมองของนิเทศศาสตร์ของประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งได้รับความนิยมสูงสุดตลอดระยะเวลาการจัดงาน (Best Pavilion) โดยมีคะแนนโหวตจากผู้เข้าชมงานทั้งสิ้น 24,102,967 คน มาศึกษาเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์เนื้อหาและการเล่าเรื่องอย่างสร้างสรรค์ผ่านการจัดนิทรรศการต่าง ๆ ในอนาคต ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความสำเร็จของซาอุดีอาระเบียว่าเหตุใดถึงได้รับการโหวตให้เป็นพาวีเลียนอันดับที่หนึ่ง

ความสำคัญของ งาน World Expo 2020 Dubai

นับตั้งแต่ปี ค.ศ.1851 มีการจัดงาน “World Expo” หรือที่เรียกว่า “นิทรรศการโลก” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมของชาติต่าง ๆ ทั่วโลก โดยเอกลักษณ์ที่สำคัญของนิทรรศการดังกล่าว คือการประชาสัมพันธ์ความเป็นตัวตนในรูปแบบต่าง ๆ และการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับประเทศของตนเองในรูปแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละปี ซึ่งแต่ละประเทศจะนำสิ่งที่น่าสนใจ นวัตกรรม รวมถึงวัฒนธรรมของตนเองออกมาจัดแสดงงาน “นิทรรศการโลก” นี้จะจัดขึ้น ๆ ทุก ๆ 5 ปี โดยหมุนเวียนประเทศเจ้าภาพกันไปทั่วทุกมุมโลก ตามบันทึกอย่างเป็นทางการแล้ว นิทรรศการโลกถูกจัดขึ้นเป็นครั้งแรก ณ กรุงลอนดอน ประเทศอังกฤษ โดยในช่วงแรกยังไม่ได้รับเสียงตอบรับจากชาติต่าง ๆ มากนัก

แม้ในช่วงแรกจะไม่ได้รับเสียงตอบรับจากชาติต่าง ๆ มากนัก เนื่องจากเน้นการจัดในประเทศยุโรปและอเมริกาเป็นหลัก แต่หลังจากนั้นในปี

ค.ศ.1970 ได้มีการเปลี่ยนแปลงมาจัดงานในประเทศแถบเอเชีย โดยประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศแรกที่ได้เป็นเจ้าภาพจากทวีปเอเชีย งาน World Expo มีจุดเด่นที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของงานคือ “Pavilion” หรือ “ศาลา” โดย pavilion เหล่านี้แสดงถึงนวัตกรรม ความก้าวหน้า และอัตลักษณ์ของประเทศนั้น ๆ โดยแต่ละประเทศจะมีการออกแบบ Pavilion ตามรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดึงดูดความสนใจให้กับผู้เข้าชมงาน

“World Expo” มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เนื่องจากถือเป็นการเปิดตัวนวัตกรรมระดับโลกมากมายที่ถูกกล่าวขานมาจนถึงปัจจุบัน อาทิ ในปี ค.ศ.1876 อเล็กซานเดอร์ เกรแฮม เบลล์ ได้เปิดตัวโทรศัพท์เครื่องแรกของโลกที่งาน Expo ณ เมืองฟิลาเดลเฟีย ประเทศสหรัฐอเมริกา หรือต้นแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ถูกเปิดตัวที่งาน World Expo ในปี ค.ศ. 1970 ณ ประเทศญี่ปุ่น นอกจากนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีแล้ว ด้านผลิตภัณฑ์อาหารยังได้รับความสนใจและเปิดตัวในงาน World Expo อยู่บ่อยครั้ง ซึ่งถือเป็นนวัตกรรมใหม่ในขณะนั้น โดยในปี ค.ศ.1893 World Expo ณ เมืองชิคาโก ประเทศสหรัฐอเมริกา บริษัทอเมริกันชื่อว่า “ไฮนซ์” (Heinz) ได้มีการนำผลิตภัณฑ์ใหม่มาเปิดตัวในงาน คือ “Catsup” (แคทซัพ) หรือ ซอสมะเขือเทศ ซึ่งได้รับเสียงตอบรับที่ดีเป็นอย่างมาก นอกจากนี้โคนไอศกรีม แฮมเบอร์เกอร์ ฮีตด็อก เนยถั่ว ขนมหอยนางรม และคลับแซนด์วิชก็ถูกเปิดตัวในงาน World Expo นี้เช่นกัน

นอกจากอาหารแล้ว อาคารสถานที่ต่างๆ ก็ได้มีการเปิดตัวในงานนี้เช่นกัน เช่น ใน World Expo ปีค.ศ. 1889 ณ กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส มีการเปิดตัว “หอไอเฟล” ขึ้นเป็นครั้งแรก โดยในตอนนั้น หอไอเฟล ถือเป็นสิ่งก่อสร้างที่สูงที่สุดในโลก ก่อนที่ภายหลังจะเสียอันดับ 1 ให้กับตึก “เบิร์จ คาลิฟา” จากเมืองดูไบ ซึ่งหอไอเฟลถือเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์สำคัญของประเทศฝรั่งเศสจนถึงปัจจุบัน หรือในงาน World Expo ปี ค.ศ. 1893 โลกยังได้รู้จักเครื่องเล่นขนาดใหญ่และกลายมาเป็นที่ยอมรับถึงปัจจุบัน

จากที่ได้กล่าวมานั้น จะเห็นได้ว่างาน World Expo มีความสำคัญกับโลกใบนี้เป็นอย่างมาก

เนื่องจากเป็นหนึ่งในตัวแทนของการแสดงออกด้านนวัตกรรมและตัวตนต่าง ๆ ของแต่ละประเทศ และมีการจัดงานขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาทุก ๆ 5 ปี โดยในครั้งล่าสุดนั้น World Expo ถูกจัดขึ้น ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์หรือยูเออี ซึ่งถือเป็นการจัดงาน World Expo ครั้งแรกของประเทศดังกล่าวด้วย โดย UAE ได้รับการขนานนามว่าเป็นประเทศที่เป็นที่สูงสุดในหลายๆ ด้าน อาทิ ตึกที่สูงที่สุดในโลกอย่าง เบิร์จ คาลิฟา หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ที่มีชื่อเสียงติดอันดับของโลก จึงทำให้การจัด World Expo ครั้งนี้ มีความสวยงามและตระการตาเป็นอย่างมาก รวมถึงนวัตกรรมต่าง ๆ ในแต่ละประเทศที่ได้ถูกนำเสนอขึ้นในงานนี้ ก็ได้รับเสียงตอบรับอย่างล้นหลามและหนึ่งใน pavilion ที่น่าสนใจและถูกพูดถึงตลอดการจัดงาน อีกทั้งเป็น pavilion ที่ได้รับการโหวตเป็นอันดับ 1 คือ Saudi Arabia Pavilion ที่ผู้เขียนมีความสนใจและหยิบยกมาเป็นประเด็นศึกษาในครั้งนี้

ความเป็นมาของ “Saudi Arabia Pavilion” ณ งาน Expo 2020 Dubai

เดือนเมษายน พ.ศ.2559 รัฐบาลซาอุดีอาระเบียได้ประกาศ “วิสัยทัศน์ 2030” (Vision 2030) โดย มกุฎราชกุมาร มุฮัมมัด บิน ซัลมาน ที่มอบหมายให้สภากิจการเศรษฐกิจและการพัฒนา (Council of Economic and Development Affairs: CEDA) ดำเนินการเพื่อปรับเปลี่ยนทิศทางการพัฒนาของประเทศ โดยเฉพาะลดการพึ่งพิงรายได้หลักจากการขายน้ำมันดิบ และสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยนโยบายดังกล่าวนี้ ประกอบไปด้วย 3 เสาหลักที่จะกลายเป็นการปฏิรูปประเทศซาอุดีอาระเบีย ได้แก่ การสร้างสังคมที่มีชีวิตชีวา (vibrant society) มีภาวะเศรษฐกิจที่เฟื่องฟู (thriving economy) และการเป็นชาติที่ทะเยอทะยาน (ambitious nation) (ไทยรัฐ, 2565)

จาก 3 เสาหลักในการปฏิรูปประเทศนั้น สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ไม่ว่าจะเป็นด้านวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของประชากร เช่น การ

อนุญาตให้ผู้หญิงขับรถยนต์ หรือการยกเลิกตำรวจศาสนา ในด้านเศรษฐกิจมีการออกแบบนโยบายเพื่อเอื้อต่อการหารายได้เข้าประเทศโดยลดการพึ่งพาการส่งออกน้ำมัน และยังมุ่งในการเปิดประเทศให้ชาวต่างชาติได้เข้ามาท่องเที่ยว และสร้างระบบเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการลงทุนต่อชาวต่างชาติ ที่สร้างความสนใจให้กับคนทั่วโลก และดึงดูดชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยว และลงทุนในประเทศซาอุดีอาระเบียในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา

ในการเป็นเจ้าภาพการจัดงาน World Expo 2020 ณ เมืองดูไบ ประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (ซึ่งถูกจัดขึ้นในปี 2022 เนื่องด้วยสถานการณ์โควิด 19 แต่คงใช้ชื่อ Expo 2020 Dubai) ที่ผ่านมา ถือเป็นครั้งแรกที่ประเทศในภูมิภาคตะวันออกกลาง หรือที่เรียกว่าประเทศอาหรับ ได้ก้าวขึ้นมาเป็นเจ้าภาพจัดงานใหญ่ระดับโลกอย่างอื่นที่ว่าเป็น 1 ใน 3 ของงานมหกรรมระดับโลก จุดประสงค์ในการจัดงานเพื่อ การนำ วัฒนธรรม เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีของกว่า 192 ประเทศทั่วโลกมาจัดแสดงในที่เดียว ระหว่างวันที่ 1 ตุลาคม 2021 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2022

จากความสำคัญของการแสดงอัตลักษณ์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีของการจัดงาน World Expo ซาอุดีอาระเบียได้นำพาวิสัยทัศน์ 2030 ที่ต้องการประชาสัมพันธ์ให้โลกได้รับรู้ และจดจำการเปลี่ยนแปลงของการปฏิรูปประเทศครั้งยิ่งใหญ่ กว่า 192 pavilion ที่จัดแสดง Saudi Arabia Pavilion ได้รับการโหวตให้เป็น “Best Pavilion” หรือประเทศที่จัดแสดงภายใน pavilion ที่ดีที่สุด และได้รับรางวัลพิเศษอีก 2 รางวัล คือ pavilion ที่มีการออกแบบการจัดแสดงภายนอกอาคารที่ดีที่สุด และเป็น pavilion มีคนเข้าชมมากที่สุดในงาน Expo 2020 Dubai (Time out Abu Dhabi, 2022) และยิ่งไปกว่านั้น ซาอุดีอาระเบียได้แสดงศักยภาพในการขอยื่นเจ้าภาพในการจัดงาน World Expo ในปี 2030 อีกด้วย Saudi Arabia Pavilion ถือเป็นงานจัดนิทรรศการระดับโลกที่น่าศึกษาในเชิงนิเทศศิลป์ การออกแบบ นิทรรศการ รวมถึงด้านการสื่อสารและการ

ประชาสัมพันธ์อย่างสร้างสรรค์ อันเป็นปัจจัยให้ Saudi Arabia Pavilion ประสบความสำเร็จในเวทีระดับโลก

แนวคิดของ “Saudi Arabia Pavilion”

Saudi Arabia Pavilion ตั้งอยู่ ณ Opportunity District ณ งาน Expo 2020 Dubai ถูกออกแบบโดย บริษัท Boris Micka Associates จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่า ส่วนของตัวอาคาร และเนื้อหาการจัดแสดงภายใน Pavilion การออกแบบของสถาปัตยกรรมภายนอกที่แสดงถึงฐานจากพื้นที่แคบไปสู่ยอดที่กว้างขึ้นสู่ท้องฟ้า อันแสดงให้เห็นถึงประเทศซาอุดีอาระเบียที่เป็นประเทศที่ยึดฐานรากมั่นคงทางวัฒนธรรมอย่างมั่นคง แต่ได้มีการเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาสู่อนาคตอย่างรวดเร็ว (Architecture, 2022)



ภาพที่ 1 บริเวณด้านหน้า Saudi Arabia Pavilion อัลฮุดา ซนิตพัฒนา, 2565

แนวคิดในการเล่าเรื่องราวต่าง ๆ ของ Saudi Arabia Pavilion เป็นการบอกเล่า “เรื่องราวดั้งเดิม” หรือ traditional content หมายถึง ประเพณี วัฒนธรรม และบทกลอน ผ่านการใช้การใช้เทคโนโลยีในการแสดงสื่อทางภาพและเสียง (audiovisual) จึงเป็นการหลอมรวมความดั้งเดิม และความทันสมัยในการเล่าเรื่องราวของซาอุดีอาระเบียได้อย่างลงตัว เพื่อให้ทำให้ผู้เข้าชมได้มีประสบการณ์แบบมีปฏิสัมพันธ์ตลอดการเข้าชม ในตัวอาคาร pavilion ถูกแบ่งออก

เป็น 8 โซนหลัก เพื่อวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร กิจกรรมต่างๆกับผู้รับชมให้เข้าใจมากขึ้น ดังนี้

1) โซนทางเข้า

บริเวณทางเข้าของ Saudi Arabia Pavilion เริ่มต้นจากลานด้านหน้า pavilion (ภาพที่ 1) ซึ่งเป็นจุดที่มีการแสดงพื้นเมือง หรือ live show ในช่วงเย็น ในส่วนของการแสดง live show เป็นสิ่งดึงดูดแรกที่ผู้ชมจะได้พบเห็น โดยจะมีการเต้นรำ การเล่นดนตรีพื้นเมือง และมีจอแสดงภาพ แสง สี บนตัวพื้นผิวของ pavilion อันแสดงให้เห็นความผสมกลมกลืน ระหว่างการแสดงทางวัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่นำมาใช้ตั้งแต่ทางเข้าด้านหน้า



ภาพที่ 2 บริเวณลานด้านหน้า Saudi Arabia Pavilion อัลฮุตา ชนิดพัฒนา, 2565

ภาพที่ 3 ม่านน้ำทรงกลมบริเวณทางเข้า Saudi Arabia Pavilion ปัญญรัตน์ วันทอง, 2565

เมื่อผ่านโซนการแสดงเข้ามาแล้ว ผู้ชมจะต้องเดินลงไปยังชั้นใต้ดินโดยผ่านม่านน้ำทรงกลม (ภาพที่ 3) ที่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เข้าชมให้

ร่วมเดินผ่านม่านน้ำ โดยพยายามไม่ให้เปียก นวัตกรรมและเทคโนโลยีการจัดแสดงของน้ำนั้น ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการจัดแสดงของ pavilion ต่าง ๆ ในงาน World Expo 2020 อาทิ Thai Pavilion และ DP World Pavilion เป็นต้น แต่สิ่งที่แตกต่างของการใช้เทคโนโลยีม่านน้ำของ Saudi Arabia Pavilion คือ การสร้างประสบการณ์แบบมีปฏิสัมพันธ์ แบบ interactive ทำให้ผู้เข้าชมที่รอต่อแถวยาวเพื่อเข้าชมเกิดความผ่อนคลาย และไม่รู้สึกรอคอยเหนื่อยต่อการรอคอยเพื่อเข้าภายในตัวอาคาร เมื่อผ่านม่านน้ำเข้ามาจะมีจอยาวขนาดใหญ่ แสดงภาพเสมือนของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของซาอุดีอาระเบีย ทำให้ผู้ที่รอต่อแถวได้มองเห็นภาพประเทศซาอุดีอาระเบีย ที่เพิ่งเริ่มต้นในการเปิดประเทศเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2564 ที่ผ่านมา และการออกแบบโซนทางเข้าสะท้อนให้เห็นถึงความละเอียดในการสร้างบรรยากาศ (ambience) ให้กับผู้ที่เข้าชมที่รอต่อแถว (ภาพที่ 4) ซึ่งในบางครั้งอาจรอหลายชั่วโมงให้ผ่อนคลายและเรียนรู้เกี่ยวกับประเทศซาอุดีอาระเบียเบื้องต้น



ภาพที่ 4 โถงทางเข้าแสดงให้เห็นจอยาว เพื่อแสดงทิวทัศน์ของประเทศซาอุดีอาระเบีย อัลฮุตา ชนิดพัฒนา, 2565

1. โซน “Heritage” (มรดก)

ในส่วนของโซนมรดกหรือ Heritage เป็นประติมากรรมของสถานที่สำคัญอันเป็นพื้นที่มรดกของซาอุดีอาระเบียทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งจัดเป็นมรดกของซาอุดีอาระเบียไว้ทั้งสองฝั่ง ผ่านสื่อ

ภาพเสมือนและเสียง (audiovisual) โดยมีการใช้ไฟ (lighting) ในการจัดแสดงเรื่องราวภาพประติมากรรมต่างๆ ซึ่งผู้รับชมจะยืนอยู่บนบันไดเลื่อนเพื่อขึ้นไปยังชั้นที่ 2 (ภาพที่ 5 และภาพที่ 6)



ภาพที่ 5 บันไดเลื่อนระหว่างโซน Heritage ปัญุวรรตน์ วันทอง, 2565

ภาพที่ 6 ประติมากรรมแสดงเรื่องราวในโซน Heritage ปัญุวรรตน์ วันทอง, 2565

2. โซน Land and People

(พื้นดิน และผู้คน) โซน “Land and People” ซึ่งเป็นโซนที่ 3 มีขนาดใหญ่แสดงผล 180 องศา รวมทั้งจอร์ปครึ่งทรงกลมแสดงเรื่องราวเชื่อมต่อไปพร้อม ๆ กัน จะแสดงอยู่บนพื้นของชั้นที่ 2 ในส่วนของภาพที่แสดงบนจอทั้ง 2 นั้นจะเป็นการแสดงสถานที่ เมืองสำคัญๆ และเรื่องราว หรือสินค้าที่สำคัญของเมืองนั้นๆ เช่น เมืองแมกกะฮ์ เป็นเรื่องราว

เกี่ยวกับการแสวงบุญ ฮัจย์ และอุมเราะห์ และเมืองตอเอฟ เป็นการแสดงเกี่ยวกับกุหลาบ น้ำกุหลาบ เป็นต้น เปรียบเสมือนการเรื่องเล่าต่อจากโซน Heritage อันเป็นมรดกของซาอุดีอาระเบีย เชื่อมโยงมาสู่โซน Land and People ซึ่งเป็นเรื่องราวปัจจุบันผ่านภาพจริง (ภาพที่ 7)



ภาพที่ 7 จอแสดงภาพสถานที่ที่ท่องเที่ยวโซน Land and People อัลฮุตา ชนิดพัฒนา, 2565

ภาพที่ 8 บันไดเลื่อนระหว่างโซน Identity – The Future ปัญุวรรตน์ วันทอง, 2565

3. โซน Identity – The Future (อัตลักษณ์ - อนาคต)

เมื่อผู้เข้าชมเดินลงบันไดเลื่อนที่มีจอขนาดใหญ่ทั้ง 2 ฝั่งเช่นเดียวกับในโซน Heritage แต่ความแตกต่างคือในโซน Heritage จากภาพที่ 7 และ 8 มีการใช้เทคโนโลยีการจัดแสดงไฟแล้วฉายภาพเสมือนจริงบนกำแพงทั้ง 2 ด้าน แต่ในโซน Identity – The Future จะเป็นการฉายภาพอนิเมชันบนจอ แสดง

ภาพเกี่ยวกับชาอูดีอาระเบียที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งเป็นหนึ่งในการเชื่อมต่อของการเล่าเรื่องอดีตในโซน Heritage, ปัจจุบันในโซน Land and People และอนาคตในโซน Identity – The Future

4. โซน Vision (วิสัยทัศน์)

โซนจัดแสดงศิลปะผ่านเทคโนโลยีการแสดงผลแบบ 360 องศา โดยมีจุดรวมศูนย์กลางอยู่ที่ไฟทรงกลมคล้ายพระอาทิตย์ขนาดใหญ่ ที่มีลวดลาย และการเคลื่อนไหวสอดคล้องกับแสงไปที่สาดลงทั่วห้องนิทรรศกาล โดยคอนเซ็ปต์ที่มาของห้อง Vision แสดงถึงงานศิลปะของศิลปินชาอูดีอาระเบียที่วาดไว้ และออกแบบลวดลายให้ไฟทรงกลม เพื่อแสดงถึงความก้าวหน้าด้านศิลปะของชาอูดีอาระเบีย และการอยู่ร่วมกันแบบพหุวัฒนธรรมที่ชาอูดีอาระเบียพยายามสนับสนุนให้เกิดขึ้นภายในประเทศ



ภาพที่ 9 โซน Vision อัลฮูดา ชนิดพัฒนา, 2565

ภาพที่ 10 โซน Vision อัลฮูดา ชนิดพัฒนา, 2565

5. โซนร้านค้าและของที่ระลึก

เมื่อชมโซน Vision เป็นที่เรียบร้อย ผู้ชมจะอยู่ด้านนอกตัวอาคารเพื่อลงบันไดเลื่อนอีกครั้งไปสู่โซนร้านค้า และของที่ระลึกของชาอูดีอาระเบีย โดย Saudi Arabia Pavilion ได้คงแนวความคิดการประชาสัมพันธ์ประเทศที่แฝงไว้ในสินค้าแต่ละประเภท จากวิสัยทัศน์ 2030 ชาอูดีอาระเบียต้องการเป็น “เมืองกาแฟ” จากภาพที่ 11 และภาพที่ 12 จะพบการแสดงสินค้าและหลากหลายสายพันธุ์ เมื่อเข้าไปในร้านค้าจะพบเมล็ดพันธุ์กาแฟต่าง ๆ ของชาอูดีอาระเบียจัดแสดงไว้ ถือเป็น การสร้างประกอบการและการจดจำให้ผู้เข้าชมเป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์กาแฟสำเร็จรูปที่จำหน่ายในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ดึงดูดให้ผู้เข้าชมซื้อเป็นที่ระลึก และทดลองกาแฟจากเมืองต่างๆของชาอูดีอาระเบีย



ภาพที่ 11 การจัดแสดงกาแฟในโซนร้านค้าและของที่ระลึก อัลฮูดา ชนิดพัฒนา, 2565

ภาพที่ 12 กาแฟหลากหลายในโซนร้านค้าและของที่ระลึก อัลฮูดา ชนิดพัฒนา, 2565

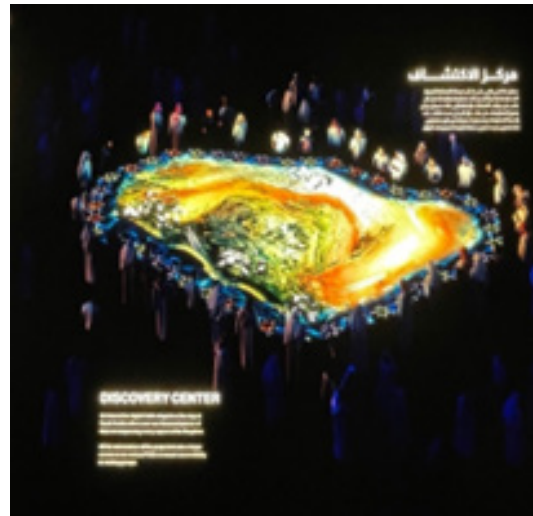
เมื่อออกมาหน้าร้านค้าจะมีม่านน้ำตกที่ผู้ชมสามารถเลือกได้ว่าให้น้ำตกลงมาเป็นรูปอะไรผ่านหน้าจอ (ภาพที่ 13) โดยผู้ชมสามารถเลือกชื่อเมืองและสามารถอ่านข้อมูล ความสำคัญของเมืองนั้นๆ พร้อมทั้งเลือกสัญลักษณ์ให้ม่านน้ำด้านหน้ากลายเป็นรูปนั้น ๆ อีกด้วย



ภาพที่ 13 ม่านน้ำตก Interactive หน้าโซนร้านค้า ปัญญรัตน์ วันทอง,2565

6. โซน Discovery (การค้นพบ)

ในโซนนี้เป็นโซนคล้ายห้องสมุดของ Saudi Arabia Pavilion โดยไม่มีหนังสือจัดแสดง แต่มีข้อมูลมากมาย ในส่วนแรกเป็นข้อมูลเกี่ยวกับ Saudi Arabia Pavilion ทั้งหมด ในส่วนที่สองเป็นพื้นที่ทำข้อมูลของซาอุดีอาระเบียผ่านนวัตกรรมใหม่กว่า 1,000 ข้อมูล (ภาพที่ 14 และภาพที่ 15) ซึ่งให้ผู้เข้าชมได้ค้นหาไม่ว่าจะเป็นเรื่องการท่องเที่ยว ภูมิประเทศของซาอุดีอาระเบีย หรือข้อมูลเกี่ยวกับประชากร ซึ่งเป็นเทคโนโลยีไร้สัมผัส เพียงเอามือวางเหนือแสงไฟบนข้อมูลที่ยากทราบ ก็จะมีการแสดงผลของข้อมูลนั้นปรากฏบนพื้นผิวที่รองรับข้อมูลจากเซ็นเซอร์ของโปรเจคเตอร์ (ภาพที่ 16 และภาพที่ 17)



ภาพที่ 14 Discovery Center อัลฮุตา ชนิดพัฒนา,2565

ภาพที่ 15 Discovery Center อัลฮุตา ชนิดพัฒนา,2565





ภาพที่ 16 โชนแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับซาอุดีอาระเบีย
ปัญญรัตน์ วันทอง,2565

ภาพที่ 17 โชนแสดงผลข้อมูลเกี่ยวกับซาอุดีอาระเบีย
ปัญญรัตน์ วันทอง,2565

8. ห้องรับชมภาพยนตร์สั้น

ห้องรับชมภาพยนตร์สั้น ถือเป็นโชนสุดท้าย เพื่อส่งผู้เยี่ยมชมผ่านความประทับใจ โดยภาพยนตร์ มีความยาวประมาณ 7 นาที แสดงเรื่องราว และมุมมองของซาอุดีอาระเบียในรูปแบบใหม่ เล่าเรื่องราวของสถานที่อันจัดเป็นมรดกโลกอย่าง Al Ula ผ่านการเล่าเรื่องของนักแสดง ให้ผู้รับชมมีความเข้าใจซาอุดีอาระเบียในมุมมองใหม่ที่เปิดกว้างมากขึ้นกว่าในอดีตที่ผ่านมา

นอกจากการได้รับเลือกให้เป็น “Best Pavilion” หรือประเทศที่จัดแสดงภายในพาวิลเลียนที่ดีที่สุด และได้รับรางวัลพิเศษอีก 2 รางวัล คือพาวิลเลียนที่มีการออกแบบการจัดแสดงภายนอกอาคารที่ดีที่สุด และเป็น pavilion ที่มีคนเข้าชมมากที่สุดในงาน Expo 2020 Dubai ถึง 4.9 ล้านคนในระยะเวลา 6 เดือน (Time out Abu Dhabi, 2022) ยังมีสถิติระดับโลกที่ได้รับการบันทึกจาก Guinness World Record คือ 1) เทคโนโลยีม่านน้ำแบบ interactive ยาวที่สุดในโลกถึง 32 เมตร, 2) จอกระจก LED ที่ใหญ่ที่สุดในโลกถึง 1,305.5 ตารางเมตร และ 3) ไฟแสดงภาพบนพื้นแบบ interactive ที่ใหญ่ที่สุดในโลกโดยใช้ไฟ LED กว่า 8,500 ดวง (Kraftwerk, 2021)

การสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ “Saudi Arabia Pavilion”

ในประเด็นเรื่องการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ Saudi Arabia Pavilion นั้นถูกแบ่งเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกเป็นการให้ข้อมูลทางการ (Official Data) จากศูนย์สื่อส่วนกลางของ Expo 2020 Media Center โดยมีการให้ข้อมูลผ่านทางเว็บไซต์หลักตั้งแต่ก่อนเริ่มมีการเปิดให้เข้าชม Expo 2020 ทางเว็บไซต์ <https://ksaexpo2020.sa/> เพื่อให้ประชาชนทั่วโลกได้เข้าถึงข้อมูลและศึกษาว่าแต่ละประเทศมีคอนเซปต์ในการนำเสนออย่างไร รวมถึงการแจ้งบอกพื้นที่ตั้งของพาวิลเลียนนั้นๆ โดย Expo 2020 Media Center จะเป็นศูนย์กลางการควบคุมการถ่ายทำ หรือการเสนอข้อมูลเกี่ยวกับแต่ละพาวิลเลียนต่อสาธารณะ หากมีการถ่ายทำข่าว หรือรายการอย่างเป็นทางการ จะต้องมีการแจ้งเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลสื่อมวลชนจากศูนย์ Expo 2020 Media Center เพื่อการอำนวยความสะดวกต่อการศึกษาและการถ่ายทำ

ในส่วนที่สอง ซาอุดีอาระเบียพาวิลเลียนมีการใช้สื่อภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว ในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media ช่องทางต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Twitter และ Instagram มีการใช้แฮชแทค #ksaexpo2020 และมีการทำ infographic ให้ความรู้เกี่ยวกับตัว pavilion อีกทั้งการประชาสัมพันธ์การจัดงานเฉลิมฉลองเทศกาลต่างๆบนสื่อออนไลน์ เพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ร่วมเข้าชม

สำหรับภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร Saudi Arabia Pavilion มีการสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นหลัก เนื่องด้วย World Expo เป็นงานมหกรรมระดับโลกที่ใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลาง แต่ทั้งนี้ในบางโพสต์ของการเผยแพร่ของสื่อออนไลน์ของ Saudi Arabia Pavilion ยังคงมีการใช้ภาษาอาหรับเพื่อเป็นการสื่อสารกับประชากรกลุ่มอาหรับที่เข้ามาเยี่ยมชม Saudi Arabia Pavilion โดยเฉพาะ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้เขียนขอหยิบยกแนวคิด ทฤษฎี ต่าง ๆ มาเพื่อประกอบการเขียนบทความนี้ให้สมบูรณ์โดยมีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดการออกแบบนิทรรศการ ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์ และแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวคิดการออกแบบนิทรรศการ

พยุภศิลป์ ประจุศิลป์ (2531) กล่าวถึงแนวคิดการออกนิทรรศการไว้ว่าใช้หลักการเช่นเดียวกับงานศิลปะทั่วไป แต่สิ่งสำคัญนั้นต้องเน้นการจัดงานไปที่ เนื้อหาการจัดแสดงที่จัดขึ้น โดยใช้หลักการในการออกแบบนิทรรศการซึ่งมีอยู่ 7 หลักการ ได้แก่

(1) ความเป็นเอกภาพ (Unity) หมายถึง การจัดรูปแบบของนิทรรศการให้มีลักษณะคล้ายตามกัน และมีความสัมพันธ์กันทั้งชิ้นงาน มองแล้วรู้สึกถึงความ เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่แตกแยก ดูแล้วรู้ว่ามาจากงานชนิดเดียวกัน

(2) ความสมดุล (Balancing) หมายถึง การจัดวัสดุสิ่งของในการจัดแสดงให้มองดูแล้ว สมดุลกัน ไม่โอนเอียงไปข้างใดข้างหนึ่ง

(3) การเน้น (Emphasis) หมายถึง การจัดนิทรรศการโดยให้ความสำคัญกับแก่นของงานเป็นหลักซึ่งไม่ควรเน้นหลายอย่างมากเกินไป มิเช่นนั้นจะทำให้งานขาดจุดเด่น

(4) ความแตกต่าง (Contrast) หมายถึง การแก้ปัญหาการจัดนิทรรศการที่เกิดรูปแบบการซ้ำซากกันเกิดขึ้น โดยมีการสร้างความขัดแย้งต่าง ๆ ให้ผู้ชมเกิดความสนใจและอยากติดตามและเข้าชมงานมากขึ้น

(5) ความกลมกลืน (Harmony) หมายถึง การที่แม้ว่าในนิทรรศการหนึ่งอาจจะมีการจัดแสดงงานหลาย ๆ ส่วน ผู้จัดงานก็ต้องควบคุมการจัดงานในหลาย ๆ ส่วนนั้นให้กลมกลืนไปในทางเดียวกัน

(6) ความเรียบง่าย (Simplicity) หมายถึง การจัดแสดงที่มุ่งเน้นความพอดีในการให้ข้อมูลแก่ผู้ชม ทั้งข้อมูลและการออกแบบ ไม่ให้มากเกินไปหรือน้อยไป

(7) ความสมบูรณ์ของงาน (Finish) หมายถึง การตรวจงานชิ้นสุดท้ายที่จะสรุปการออกแบบโดยมีผลโดยตรงต่อส่วนรวมทั้งหมด การตรวจดูว่า

งานเรานั้นเหมาะสมมั๊ย อยากจะปรับปรุงแก้ไขอย่างไร

จากแนวคิดข้างต้น เมื่อนำมาผนวกเข้ากับการออกแบบทั้งภายในและภายนอกของ pavilion ประเทศซาอุดีอาระเบีย พบว่า มีการออกแบบโครงสร้างและสถาปัตยกรรมที่เน้นการใช้พื้นที่ได้อย่างเหมาะสมและคุ้มค่า โดยเน้นการออกแบบฐานที่มีพื้นที่แคบไปสู่ยอดที่กว้างขึ้นสู่ท้องฟ้าได้อย่างสวยงาม มีความเป็นเอกภาพที่โดดเด่นเป็นอย่างมาก แต่ในความโดดเด่นก็มีความเรียบง่ายเข้าถึงได้ง่าย การออกแบบห้องนิทรรศการภายในมีความแตกต่างหลากหลาย ซึ่งแต่ละห้องก็ทำออกมาได้แตกต่างกัน แต่ลงตัวเป็นอย่างมาก ทำให้งานโดยรวมออกมาได้อย่างสมบูรณ์แบบ

นอกจากนี้ การจัดนิทรรศการ เป็นการนำเอาวัสดุอุปกรณ์และสื่อต่างๆ มาผสมผสานกันอย่าง เป็นระบบ เพื่อกระตุ้นต้องการและความสนใจของผู้ชมได้เร็วขึ้น เช่น การใช้เทคนิคทางคอมพิวเตอร์ แสง สี เสียงต่าง ๆ รวมไปถึงการใช้เอกสารประกอบการเล่าเรื่องเพราะการจัดงานนิทรรศการหนึ่งงานต้องมีการผสมผสานสื่อลงไป มิเช่นนั้นจะทำให้นิทรรศการนั้น ๆ ขาดความน่าสนใจไปได้ ถ้าหากว่าใช้สื่อเพียงแค่อudioเดียว

จินตรา มาศสุพจน์ (2540) ได้จัดประเภทของสื่อที่ใช้ประกอบงานนิทรรศการไว้ ดังนี้

วัสดุกราฟิก คือ สื่อที่ผลิตขึ้นโดยมีองค์ประกอบหลัก คือ เส้น ตัวอักษร คำ รูปภาพ สัญลักษณ์ และการจัดวางที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการสื่อความหมาย ซึ่งต้องสามารถอธิบายสารและข้อมูลได้ตามที่ออกแบบวัตถุประสงค์ไว้

วัสดุสามมิติ คือ วัสดุที่มีความกว้าง ยาว ลึก ใช้ในการออกแบบเพื่อสื่อความเสมือนจริง ในการจัดนิทรรศการรูปแบบต่าง ๆ

วัสดุประดับตกแต่ง คือ การสร้างบรรยากาศในนิทรรศการให้มีความสวยงาม มีชีวิตและกระตุ้นความสนใจให้กับผู้เข้าชม โดยต้องจัดเรื่องราวให้สอดคล้องกับงานนิทรรศการนั้น ๆ

สื่อกิจกรรม คือ การนำวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ

มาจัดแสดงรวมกันโดยใช้กิจกรรม หรือวิธีการเป็นหลัก สื่อชนิดนี้ทำให้กลุ่มเป้าหมายสามารถรับรู้ข้อมูลได้จากประสาทสัมผัสทั้ง 5 และทำให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ

สื่อนิทรรศการประเภทอื่น คือ สิ่งที่นอกเหนือจากที่กล่าวมา เช่น แสง สี เสียง การใช้สื่อคอมพิวเตอร์หรืออื่น ๆ ที่เหมาะสมกับงานนิทรรศการนั้น ๆ

การออกแบบ pavilion ของประเทศซาอุดีอาระเบียนั้นมีความโดดเด่นในด้านแสง สี เสียง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างง่ายดาย มีการผสมผสานวัสดุที่หลากหลายทั้งการใช้วัสดุจากธรรมชาติอย่าง น้ำ ดิน หิน ทราย ร่วมกับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างจอภาพขนาดใหญ่ ไฟ แสง สี เสียง เพื่อเล่าเรื่องราววัฒนธรรมอันยาวนานของประเทศซาอุดีอาระเบียได้อย่างดีเยี่ยม

2. วัตถุประสงค์ของการออกแบบนิทรรศการ

- 1) เพื่อกระตุ้นความสนใจ ให้ได้รับความรู้ และประสบการณ์จากการจัดนิทรรศการ
- 2) เพื่อเป็นการสร้างสรรค์รูปแบบของสื่อต่างๆ และเนื้อหาให้มีลักษณะกระชับ สวยงามตรงประเด็น เข้าใจง่าย
- 3) เพื่อเป็นการกระตุ้นและดึงดูดความสนใจ ให้ได้รับข้อมูล ข่าวสาร
- 4) การออกแบบที่ดีเป็นการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้ดูแปลกตา
- 5) เป็นการประหยัดเวลา งบประมาณ และแรงงานในการลองผิดลองถูกกับสถานที่ ซึ่งเป็นการเสี่ยงต่อความล้มเหลว

นอกจากนี้ ธีรศักดิ์ อัครบวร ได้กล่าวไว้ว่าการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของงานก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะการที่เราเข้าใจเป้าหมายในการจัดงานนั้นก็ทำให้เราสามารถกำหนดแนวทางการจัดงานได้อย่างชัดเจน ทำให้เมื่อผลิตงานออกมาแล้วก็จะตรงใจผู้บริโภค ทำให้งานจะประสบความสำเร็จได้โดยง่าย ซึ่งในเมื่อ Saudi Arabia Pavilion มีการออกแบบการสร้างที่ดีแล้ว การที่จะทำให้ผู้คนที่มาชมถึงรายละเอียด

งานนั้นก็คงหนีไม่พ้นการ “ประชาสัมพันธ์” แน่แน่นอน

2. ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

ซาอุดีอาระเบียได้รับการโหวตให้เป็นพาววิลเลียนอันดับที่ 1 โดยครองสถิติมากมายโดยเฉพาะการได้รับสถิติจากกินเนสเวิลด์เรคคอร์ด (Guinness World Records) ถึง 3 รายการเลยทีเดียว คือ 1. มีม่านน้ำที่สามารถตอบโต้กับคนดูได้ที่ยาวที่สุดในโลก 2. มีพื้นทางเดินที่สามารถตอบโต้กับคนดูได้ที่ยาวที่สุดในโลกและ 3. มีจอแสดงผลแบบดิจิทัลที่สามารถตอบโต้ได้ที่ใหญ่ที่สุดในโลก เหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้มาเยี่ยมชมที่พาววิลเลียนอย่างล้นหลาม ดังนั้นอีกหนึ่งทฤษฎีที่สำคัญมาก ๆ คือทฤษฎีการประชาสัมพันธ์

แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

วิรัช ลภีรัตนกุล (2549) ได้กล่าวไว้ว่า “ประชาสัมพันธ์” มาจากภาษาอังกฤษที่ว่า “Public Relations” หรือที่เรียกย่อ ๆ ว่า “PR” ซึ่งถ้าแปลตามรูปศัพท์แล้ว “Public” หมายถึง สาธารณชนหรือประชาชน และ “Relations” หมายถึง ความสัมพันธ์ ดังนั้นจะแปลได้ว่า “การประชาสัมพันธ์” จะหมายถึงการเกี่ยวข้องกับผู้คนหรือหน่วยงานและกลุ่มประชาชน

มาร์สตัน (1984) นักวิชาการชาวอเมริกันกล่าวว่า “การประชาสัมพันธ์นั้นเป็นการส่งสารที่ไม่น่าไว้วางใจ โดยมีการวางแผนเพื่อให้เกิดอิทธิพลต่อกลุ่มประชาชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย”

บอร์เนส์ (1952) ได้แสดงความคิดเห็นว่า การประชาสัมพันธ์มีความหมาย 3 ประการ คือ

- 1) เผยแพร่ ชี้แจง บอกกล่าวให้ประชาชนหรือกลุ่มคนได้รับทราบ
- 2) ชักชวนให้ประชาชนหรือกลุ่มคนให้มาร่วมด้วย หรือเห็นด้วยกับวัตถุประสงค์ที่ผู้ดำเนินงานต้องการจะนำเสนอ
- 3) ประสานความคิดเห็นของกลุ่มประชาชนที่เกี่ยวข้องให้เข้ากับจุดมุ่งหมายและวิธีการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์

ไซมอน (1984) ได้กล่าวเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวคิดด้านการประชาสัมพันธ์ ไว้ว่า

1) การประชาสัมพันธ์คือการสื่อสารที่มีการวางแผน และเป็นการสื่อสารที่มีการชักจูงใจ (persuasive communication) โดยการจัดวางรูปแบบขึ้น เพื่อให้มีอิทธิพลเหนือกลุ่มที่ต้องการจะส่งสารไปถึง

2) การประชาสัมพันธ์ คือ สถานการณ์ การกระทำหรือคำพูดใด ๆ ที่ส่งผลต่อผู้รับสาร

3) การประชาสัมพันธ์ คือศิลปะในการทำสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่ผู้ส่งสารต้องการให้เป็นที่ยอมรับและยกย่องนับถือของกลุ่มเป้าหมาย

4) การประชาสัมพันธ์ คือ การสื่อสารความคิดอย่างมีทักษะไปสู่ประชาชนกลุ่มต่างๆ โดยมีจุดมุ่งหมายให้ได้ผลอย่างที่เราต้องการและวางวัตถุประสงค์เอาไว้ให้ได้ผลสูงที่สุด

แนวคิดและทฤษฎีกระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ์

การที่จะดำเนินแผนการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จได้นั้นการดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ก็ถือเป็นสิ่งสำคัญ โดย สก็อต เอ็ม คิวลิป (1982) ได้กล่าวไว้ว่า

1) การวิจัย การรับฟังข้อคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย (Research - Listening) กล่าวคือ การทำวิจัย การประมวลผลข้อมูล การเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งในแง่ความรู้ความคิดเห็น ทศนคติ และพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากแผนการของการประชาสัมพันธ์

2) การวางแผน การตัดสินใจ (Action Planning - Decision Making) กล่าวคือ การวางแผนและการดำเนินงาน โดยอาศัยข้อมูลจากการวิจัยในข้อที่ 1 มาดูถึงปัญหา อุปสรรค เพื่อวางแผนและตัดสินใจ

3) การติดต่อสื่อสาร (Communication - Action) คือ การสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย หรือ กลุ่มคนที่ต้องทำงานด้วย

4) การประเมินผล (Evaluation) คือ การ

รวบรวมข้อมูลจากงานที่ได้จัดไปแล้วว่ามีผลตอบรับอย่างไร เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขในครั้งหน้า

เนื่องด้วยในปัจจุบันการประชาสัมพันธ์นั้นสามารถทำได้หลากหลายช่องทางมากขึ้นโดยสื่อชนิดหนึ่งที่มีอิทธิพลอย่างมากในยุคปัจจุบันนี้ก็คือ “สื่อออนไลน์” หรือที่เรียกอีกชื่อว่า “สื่อใหม่” จากที่ได้กล่าวมาซาอุดีอาระเบีย พาวลีเลียนมีการออกแบบการประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมเป็นวงกว้างทำให้สามารถเข้าถึงผู้คนได้อย่างกว้างขวาง

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อใหม่

แมคคิล (2000) ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ ว่า เป็นสื่อที่มีความหลากหลายและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สื่อใหม่มีช่องทางการสื่อสารที่คล้ายคลึงกันมาก แต่จะแตกต่างกันไปตามประเภทการใช้งาน เนื้อหา และบริบท ลักษณะสำคัญของสื่อใหม่มีอยู่ด้วยกัน 4 ประการคือ

1) สื่อเพื่อการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication Media) ได้แก่ โทรศัพท์เคลื่อนที่ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมแพร่หลายมาก ๆ รวมไปถึงจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) โดยทั้งสองอย่างทำให้โลกแคบลงและมีการติดต่อกันได้ง่ายขึ้น

2) สื่อปฏิสัมพันธ์เพื่อความเพลิดเพลิน (Interactive Play Media) ได้แก่ คอมพิวเตอร์และวิดีโอเกม รวมทั้งอุปกรณ์ใหม่ ๆ อย่างเสมือนจริง (Virtual Reality)

3) สื่อเพื่อการค้นหาข้อมูล (Information Search Media) เป็นประเภทที่มีสื่อหลายชนิด เช่น อินเทอร์เน็ตและเว็ลด์ไวต์เว็บ โดยจัดเป็นเสมือนห้องสมุดออนไลน์ และแหล่งข้อมูลที่ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องของข้อมูล ทำให้ในปัจจุบันคนสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่ายขึ้นเป็นอย่างมาก

4) สื่อเพื่อการมีส่วนร่วม (Collective Participatory Media) สื่อในกลุ่มนี้ประกอบด้วยการใช้ อินเทอร์เน็ตในการแบ่งปัน และแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ความคิด ประสบการณ์และสร้างความสัมพันธ์ หรือที่เรียกอีกอย่างว่าสื่อสังคมออนไลน์

(Social Media) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการทำงานในทุกวงการในยุคนี้ นั้นรวมถึงการประชาสัมพันธ์ด้วย สื่อใหม่นั้นมีลักษณะพิเศษอีกหลายอย่าง ยกตัวอย่างเช่น สื่อใหม่ต้องเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) สื่อใหม่่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ (Ease of Access to and Dissemination) สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous Learning) สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of Community) และ สื่อใหม่ต้องพกพาได้สะดวก (Portability)

จากการศึกษาพบว่า การประชาสัมพันธ์ของ Saudi Arabia Pavilion นั้นสามารถประชาสัมพันธ์ได้ครบทุกช่องทางทั้งทางออนไลน์และออฟไลน์ ทำให้เข้าถึงผู้รับสารหรือผู้เข้าชม เห็นได้จากการเข้าชม pavilion อย่างคับคั่งและเกิดการบอกปากต่อปาก จนกลายเป็น pavilion ยอดนิยมอันดับ 1 ประจำงาน World Expo 2020 Dubai

สรุป

World Expo 2020 มหกรรมนวัตกรรมระดับโลก ครั้งที่ 36 ณ เมืองดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (UAE) ที่ถูกจัดขึ้นหลังจากเลื่อนมา 1 ปี ด้วยผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดครั้งใหญ่ของ Covid-19 ถือเป็นหนึ่งในความภาคภูมิใจของประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สำหรับ World Expo 2020 Dubai นั้นได้เนรมิตรพื้นที่กว่า 4.38 ตารางกิโลเมตร ที่ประกอบไปด้วยสิ่งปลูกสร้างทั้งจากเจ้าภาพและประเทศที่เข้าร่วมอีก 192 ประเทศที่มาร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานที่แสดงนวัตกรรมขึ้นมาอย่างตระการตา ผ่านแนวคิด “Connecting Minds, Creating the Future” หรือ “เชื่อมความคิด สร้างอนาคต” ด้วยจุดประสงค์หลักในการนำเสนอความคิดสร้างสรรค์และเทรนด์ต่าง ๆ ของโลกและทิศทางของนวัตกรรมต่าง ๆ ในอนาคต รวมถึงเทรนด์ของสิ่งปลูกสร้างที่เน้นเรื่องความยั่งยืน (sustainable) ซึ่งแต่ละประเทศได้พยายามนำเสนอออกมาผ่านแนวคิดต่าง ๆ โดยเฉพาะประเทศซาอุดีอาระเบีย ที่ได้นำเสนอแนวคิดอันชาญฉลาดและแฝงด้วย 3 หลัก

นโยบายได้แก่ การสร้างสังคมที่มีชีวิตชีวา มีภาวะเศรษฐกิจที่เฟื่องฟู และการเป็นชาติที่ทะเยอทะยานผ่านสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่กลายเป็นหนึ่งในความภาคภูมิใจของประเทศ ภายใต้การออกแบบและก่อสร้างอาคารที่ได้คะแนนความยั่งยืนสูงสุดและได้รับการยอมรับระดับสากล

แนวคิดของ Saudi Arabia Pavilion ที่มีวิสัยทัศน์การสร้างแรงบันดาลใจของซาอุดีอาระเบียเพื่ออนาคตร่วมกัน เป็นการแสดงให้เห็นถึงเทคโนโลยีที่ผสานเข้ากับสถาปัตยกรรมที่ยั่งยืนได้อย่างลงตัว โดยนำเสนอความเป็นอารยธรรมแห่งอาณาจักรโบราณตั้งแต่อดีตไปจนถึงอนาคต ที่ไม่เพียงแต่การรักษารากเหง้าวัฒนธรรมและมรดกของประเทศ แต่ยังแสดงให้เห็นถึงความอัจฉริยะของภูมิทัศน์ธรรมชาติ ตลอดจนการขับเคลื่อนอย่างรวดเร็วและนวัตกรรมของความทะเยอทะยานในปัจจุบันและอนาคต ที่เน้นการเลือกใช้วัสดุก่อสร้างที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการออกแบบที่คำนึงถึงระบบนิเวศในท้องถิ่นและระดับภูมิภาคที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ประกอบกับความพยายามประชาสัมพันธ์และสื่อสารแนวคิดการมีส่วนร่วมกับผู้เข้าชมอย่างสร้างสรรค์ เน้นการสัมผัสกับประสบการณ์ผ่านเทคโนโลยีที่หลอมรวมเข้ากับสถาปัตยกรรม Saudi Arabia Pavilion จึงกลายเป็นหนึ่งในสถาปัตยกรรมที่ครองใจผู้เข้าชมจำนวนมาก และถือเป็นหนึ่งในสถานที่สำคัญที่ ผู้เข้าชม World Expo 2020 Dubai ไม่สามารถพลาดได้ด้วยประการทั้งปวง การศึกษาในครั้งนี้ สะท้อนให้เห็นถึงประโยชน์ของการสื่อสารที่ผนวกเข้ากับสถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้างที่ขับเคลื่อนให้เกิดความก้าวหน้าด้วยการเชื่อมโยงระหว่างผู้คน องค์กร และประเทศต่าง ๆ รวมถึงแบ่งปันความรู้ความก้าวหน้าทางนวัตกรรม เพื่อกระตุ้นให้เกิดแรงบันดาลใจในการร่วมมือสร้างสรรค์อนาคตให้เกิดความยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กฤษฎา อินทรสถิตย์ (2546) การเขียนแบบสถาปัตยกรรมภายใน กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 เกียรติกร กาญจนะโกคิน. 2555. Event Marketing. กรุงเทพฯ: กรุงเทพฯธุรกิจ.
- เกษม จันทรน้อย. สื่อประชาสัมพันธ์. กรุงเทพฯ : รุ่งแสงการพิมพ์, 2537
- จันทร์มา มาศสุพจน์, หลักการจัดนิทรรศการ กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์, 2540. หน้า 70-71
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. 2546. Event & Sponsorship. กรุงเทพมหานคร: นิตยสาร BrandAge.
- ธีรศักดิ์ อัครบวร (2537) นิทรรศการและการจัดแสดง กรุงเทพฯ
- ธีรศักดิ์ อัครบวร, นิทรรศการและการจัดแสดง กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชจำกัด , 2537. หน้า 63-64
- ผศ.จันทร์มา มาศสุพจน์ (2540) หลักนิทรรศการ . กรุงเทพฯ
- พญศักดิ์ ประจุศิลป์ , การออกแบบสำหรับนิทรรศการ กรุงเทพฯ : การพิมพ์, 2531.หน้า 27-29
- ภาสิต ลีนิวา (2555) ออกแบบนิทรรศการเบื้องต้น.กรุงเทพฯ:สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าลาดกระบัง
- วัฒนะ จุฑาวิภาต (2542) ศิลปะการจัดนิทรรศการ . กรุงเทพฯ
- วิจิตร อวระกุล. เทคนิคการประชาสัมพันธ์. กรุงเทพมหานคร :สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- เสรี วงษ์มณฑา. การประชาสัมพันธ์ : ทฤษฎีและปฏิบัติ. กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์ธีระฟิล์มและแท็กซ์ จำกัด, 2542.
- อภิชาต พุกสวัสดิ์. การประชาสัมพันธ์เพื่อการสร้างภาพลักษณ์. กรุงเทพฯ : บริษัท วี พรินท์ จำกัด, 2556.
- An Ultimate Guide to Expo 2020 Dubai – Facts & Statistics .2 เมษายน 2565.จาก <https://www.globalmediainsight.com/blog/dubai-expo-2020/>
- Dubai Expo 2020 in Numbers .5 สิงหาคม 2562.จาก <https://www.go-gulf.ae/dubai-expo-2020/>
- Expo 2020 Dubai recorded more than 24 million visits over its six months. 2 เมษายน 2565.จาก <https://gulfnnews.com/expo-2020/expo-2020-dubai-recorded-more-than-24-million-visits-over-its-six-months-1.86911202>
- Expo 2020 Dubai records more than 24 million visits after late surge .2 เมษายน 2565.จาก<https://www.thenationalnews.com/uae/expo-2020/2022/04/02/expo-2020-dubai-records-more-than-24-million-visits-after-late-surge-in-numbers/>
- Expo 2020 Dubai: Visitor numbers approach three million. 16 มกราคม 2565 จาก<https://english.alarabiya.net/News/gulf/2021/11/09/Expo-2020-Dubai-Visitor-numbers-approach-three-million->
- Expo 2020 visit numbers surge past the 17 million mark .8 มีนาคม 2565. www.thenationalnews.com/uae/expo-2020/2022/03/08/expo-2020-visitor-numbers-jump-by-1-million-to-cross-17-million-visits/
- “List of International Exhibitions” .14 กรกฎาคม 2549 จาก <https://www.bie-paris.org/site/en/page-not-found>
- KINGDOM SAUDI ARABIA PAVILION « Multimedia Technology for Expo 2020 Dubai 6 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.kraftwerk.at/reference/ksa-pavilion/>

Review : ซาอูฯ พาวิลเลียน...กับรางวัล The Best Pavilion ณ Expo 2020 Dubai 29 มีนาคม 2565. จาก <https://www.whattoseeindubai.com/post/review-ซาอูฯ-พาวิลเลียน-กับรางวัล-the-best-pavilion-ณ-expo-2020-dubai>

Saudi Arabia wins best pavilion award at Expo 2020 Dubai. 31 มีนาคม 2565. จาก <https://www.timeoutabudhabi.com/news/saudi-pavilion-expo-2020-dubai-wins>

Saudi Vision 2030 วิสัยทัศน์ใหม่ราชวงศ์รัฐริมาอ่าว พื้นความสัมพันธ์ 30 ปี หลังคดี ‘เพชรซาอูฯ’ 25 มกราคม 2565. จาก <https://plus.thairath.co.th/topic/speak/101013>

THE SAUDI ARABIA PAVILION AT EXPO 2020 .22 กุมภาพันธ์ 2565. จาก <https://www.itsliquid.com/saudiarabiapavilion-expo2020.html>

vision2030. 5 มิถุนายน 2565. จาก <https://www.vision2030.gov.sa>

การออกแบบนิทรรศการ. 19 มกราคม 2549. จาก <http://artd3507-wannisa.blogspot.com/2018/01/blog-post.html>

งาน EXPO คืออะไร ? .12 กุมภาพันธ์ 2565. จาก <https://www.blockdit.com/posts/6207e2c086a181ea0deb9ed1>

ย้อนประวัติศาสตร์ “World Expo” เวทีแจ้งเกิด “5 นวัตกรรม” พลิกโลก 1 ตุลาคม 2549 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/world/963468>
