



เรื่อง : รุ่งวัน แสงสิงห์, ณวัญ ศรีอรุณทัย
ภาพ : เวลิมพล ปิ่นนันทวาสกุล, Mayday

MAYDAY!

ดีไซน์ป้ายรถเมล์เพื่อมวลชน



เมื่อความฝันเล็กๆ พ่วงมาด้วยภารกิจอันยิ่งใหญ่ การรวมตัวในนาม MAYDAY! เพื่อสานต่อความฝันและผลักดันกิจกรรมต่อสังคมให้เกิดความเปลี่ยนแปลงบนท้องถนนจึงเกิดขึ้น

หากใครผ่านไปผ่านมามีบริเวณสถานที่แลนด์มาร์คของกรุงเทพมหานคร แล้วบังเอิญเหลือบไปเห็น ป้ายรถเมล์ดูดีที่มีกราฟิกดีไซน์ที่รสนิยมผิดหูผิดตา แต่ใช้งานได้จริงและมีฟังก์ชันการใช้งานที่

มากกว่าป้ายสีน้ำเงินแบบดั้งเดิมที่คุ้นตานั้นหมายความว่า เหล่านักเดินทาง ผู้ใช้ขนส่งสาธารณะได้พบกับป้ายรถเมล์ของกลุ่ม MAYDAY! เข้าใจแล้ว

แน่นอนว่ากว่าจะกลายมาเป็นป้ายรถเมล์ที่มีฟังก์ชันครบครันทั้งการบอกสายรถ เส้นทาง บอกป้ายต่อๆ ไป บนดีไซน์ที่เน้นการใช้งานและความสวยงามเหมือนใคร กลุ่ม MAYDAY! จะต้องเจอกับงานหินและโหดหลายแง่มุม

อัม-วิภาวี กิตติเธียร นักออกแบบผังเมืองที่ผันตัวและอาสาทำเรื่องใหญ่อย่างการเปลี่ยนเมืองโดยเริ่มต้นจากความฝันเล็กๆ อย่าง การทำให้ผู้คนหันมารักพื้นที่สาธารณะให้เหมือนกับรักห้องนอนตัวเอง เล่าว่า ทีมที่ทำโปรเจกต์นี้ร่วมกันมีความหลากหลายแต่คุ้นเคยกันมาก่อน

“เราเริ่มต้นจากโฮสเทล (Once Again Hostel) ที่เป็นออฟฟิศของทีม



ส่วนใหญ่เป็นเพื่อนกัน MAYDAY! ก่อตั้งขึ้นมาครั้งแรกในช่วงที่มีงานพระราชพิธีพระบรมศพ ในหลวงรัชกาลที่ 9 เนื่องจากมีผู้คนหลังไหลเดินทางมาร่วมงานเป็นจำนวนมาก เรามานั่งคุยๆ กันจนกระทั่งวันหนึ่งรู้สึกว่ายากทำเรื่องรถเมล์ให้จริงจัง”

MAYDAY! มีทั้งสมาชิกที่เป็นกราฟิกดีไซน์เนอร์ นักเขียนคอนเทนต์ วิศวกร นักออกแบบผังเมือง และคนที่ทำงานในบริษัทเอกชน

“เขาบอกว่า โจทย์ของการทำงานบริษัทเอกชนคือต้องทำเอาใจลูกค้า ในสิ่งที่พวกเขาไม่เชื่อว่ามันดี เขาเบื่อเขาก็เลยรู้สึกว่าพอมาทำงานตรงนี้นั้นมีคุณค่า ทำแล้วได้ถ่ายทอดให้สาธารณะเห็นและเป็นสิ่งที่เขาเชื่อ เขาแฮปปี้มากเลย เราก็รู้สึกว่าเราโชคดีที่คนทำกราฟิกกับสื่อสารมีดีหลายๆ คนมาอยู่ในทีม หรือเวลาที่เราเจอปัญหาที่คิดไม่ออก เราก็เอาคนอื่นมาช่วยคิด เช่นเราทำงานร่วมสมาคมกราฟิกดีไซน์เนอร์ (สมาคมนักออกแบบเรขศิลป์ไทย ThaiGa) บ่อยมาก”

Small Changes Big Move

การทำงานของทีมงานอยู่บนพื้นฐานของการพูดคุย ทั้งการปรึกษาหารือภายในทีม และการเก็บข้อมูลจากหน่วยงานจริง รวมถึงการเวิร์คชอปที่สร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกัน

“พวกเราไม่ใช่นักวิชาการ หรือบริษัท

ขนาดใหญ่ที่จะคอยบอกว่าโครงสร้างพื้นฐานของเมืองจะต้องเป็นอย่างนั้น เป็นอย่างนี้ เราทำได้ในส่วน of small change เปลี่ยนแปลงเล็กๆ ง่ายๆ เปลี่ยนแปลงได้เลย เราเข้าไปคุยกับผู้ใช้งาน ถ้าเราจัดเวิร์คชอปก็จะมีตั้งแต่คุณลุงที่อายุ 65 นั่งรถเมล์มาตั้งแต่เป็นหนุ่ม ไปจนถึง เด็ก ม.3 ชาวต่างชาติ เราก็เข้าใจว่าการจัดงานสเกลนี้นั้นยังไม่ครอบคลุมคนทั้งหมด แต่ผลที่ได้จากการเวิร์คชอปเราก็พยายามจะนำเสนอต่อสาธารณะให้ได้มากที่สุด ถ้าเราไปทำงานกับระบบขนส่งประเภทหนึ่ง เราต้องกวาดหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของเขาให้หมดจริงๆ การกวาดเอาส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งหมดมาอยู่ในกระบวนการรับรู้ร่วมกัน อย่างน้อยมันช่วยลดแรงเสียดทานกับสิ่งที่จะเกิดขึ้น แม้จะช้าไปบ้าง แต่อุ้มก็มองว่าช้าแต่ชัวร์น่าจะดีกว่า”

อุ้ม อธิบายยกตัวอย่างความยากของการทำงานว่า ป้ายรถเมล์หนึ่งป้ายมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 หน่วยงาน ได้แก่ หนึ่ง ขนส่งทางบก ผู้ระบุตำแหน่งป้าย สองคือ ศาลาว่าการกรุงเทพมหานคร กรณีที่ป้ายอยู่ในเขต กทม. และ สาม สายสัมปทานรถเมล์ที่วิ่งโดยองค์กรขนส่งมวลชนกรุงเทพ (ขสมก.)

“บางทีมันก็มีความรู้สึกเจ็บซ้ำเหมือนกัน เพราะไม่ใช่ทุกหน่วยงานรัฐจะเปิดใจ สมมติว่าทุกหน่วยงานเปิดใจ แต่ก็ไม่ใช่ทุกคนในหน่วยงานจะเปิดตาม ของแบบนี้ต้องใช้เวลา ค่อยๆ เริ่มไป แต่เรา



ก็รู้สึกว่าดีกว่าไม่ทำ เราไม่อยากตัดใครออกจากระบบการทำงาน เพราะสุดท้ายแล้ว ถ้ามันไม่เกิดการทำงานร่วมกันจริงๆ การเชื่อมต่อแบบไร้รอยต่อที่หลายคนอยากให้มันเป็นมันคงไม่เกิดขึ้น

กรุงเทพธุรกิจ Krungthep Turakij Circulation: 200,000 Ad Rate: 2,400	Section: จุดประกาย/-			
	วันที่: พุธที่ 28 พฤศจิกายน 2562			
	ปีที่: 33	ฉบับที่: 11389	หน้า: 2(บนขวา)	
	Col.Inch: 122.99	Ad Value: 295,176	PRValue (x3): 885,528	คลิป: สีสี่
คอลัมน์: กล้าดี: MAYDAY! ดีไซน์ป้ายรถเมล์เพื่อมวลชน				

การทำงานเชิงเทคนิคของ MAYDAY!
มีลักษณะคล้ายกับบริษัทเอเจนซีบริษัท
หนึ่งเลย ซึ่งบริษัทเอเจนซีจะมีคนทำ
คอนเทนต์ที่ทำประเด็นสื่อสารเก่งมาก
เราจึงสร้างข้อต่อรองรับๆ คือ ทุก
คอนเทนต์ต้องดัง พอมันดังรัฐบาลก็ฟัง
เพราะตอนนี้เขากลับโดนค่า ป้ายรถเมล์
ทุกป้ายที่เราทำต้องดัง ต้องมีอิมแพค
เราคุยกับน้องในทีมว่า พี่ขอป้ายนี้ให้
ดังนะ สังเกตดูจากเพจของเรา เราขาย
โฆษณาบ่อยมาก เราเลือกแล้วเลือกอีก
แต่อิมแพคของความดังที่ว่า มีหน้าที่เพื่อ
ต่อรองหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก เราก็จะ
เอายอด engage ให้เขาดู โพสต์นี้
คนดูห้าแสนคนนะคะ (หัวเราะ) เราก็
อาศัยมวลชนนี่แหละ”

อุ้มบอกว่า แม่เทรดการเดินทาง
ของผู้คนจะเปลี่ยนแปลงไปด้วยการ
หันมาใช้ Grab Taxi/ Grab Bike กัน
มากขึ้น แต่ขนส่งสาธารณะก็ยังเป็น
สิ่งสำคัญสำหรับคนกว่า 3 ล้านคนที่ใช้
รถเมล์ในหนึ่งวัน

“เขาต้องผจญภัยกับความ surreal
หลายรูปแบบมากๆ ไม่รู้ว่าวันนี้จะเจอ
อะไร ไม่รู้ว่าคนขับจะตีกันหรือเปล่า
บางครั้งบนรถเมล์หนึ่งคันก็เป็นเหมือน
ครอบครัวหนึ่งหลัง มีพ่อแม่ลูก เลี้ยงลูก
อยู่บนนั้น เราก็เลยรู้สึกว่า การทำให้มันดี
ขึ้นได้ ไม่ใช่มองว่าสักวันฉันรวย ฉันจะ
ขับรถของตัวเอง แต่ทำให้เขารู้สึกว่า
ขนส่งสาธารณะมันตอบโจทย์ชีวิตของ
เขาได้ และทำให้คนที่อยู่ในระบบส่วนตัว
รู้สึกขึ้นมาในวันหนึ่งว่า การเดินทาง
สาธารณะมันตอบโจทย์ได้นะ

สิ่งที่ MAYDAY! ทำมีอยู่สองอย่าง
หนึ่งคือทำให้คนที่รู้สึกสะดวกสบายใน
พื้นที่ส่วนตัว ได้ขยับเข้ามาในพื้นที่
สาธารณะมากยิ่งขึ้น สองคือ คนที่อยู่
ในพื้นที่สาธารณะเดิม จะทำอย่างไรให้
เขาสะดวกสบายได้มากขึ้น”

ติดตามเรื่องราวและกิจกรรม
ที่น่าสนใจเกี่ยวกับเด็กและเยาวชน
ได้ที่ www.thepotential.org และ
The Potential ทุกช่องทาง