



BUU NEWS

ขุมปัญญาตะวันออก เพื่ออนาคตของแผ่นดิน : Wisdom of the East for Future of the Nation

HUSO NEWS ฉบับที่ ๑๙๕/๒๕๖๑

ประจำวันที่ ๒๗ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๑

นิสิตภาควิชานิเทศศาสตร์ จำนวน 6 คน ผ่านเข้ารอบ “B.A.D STUDENT WORKSHOP 2018”



คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ขอแสดงความยินดีกับนิสิตภาควิชานิเทศศาสตร์ทั้ง 6 คน ได้แก่ นางสาวเมทินี ศรีคำภา นิสิตสาขาการประชาสัมพันธ์ชั้นปีที่ 4 นางสาวปวีณา ศิริโวหาร นางสาวบุษรินทร์ พรหมภักดี นางสาวรวีพร รอยหัตถกิจ นายปิยะรักษ์ โต๊ะกาเจ และนายศุภกร เรียวสถิธร นิสิตสาขาการสื่อสารตราสินค้า ชั้นปีที่ 3 ที่ส่งผลงานเข้าประกวด และได้เข้ารอบการอบรม B.A.D. Student Workshop 2018 จัดโดยสมาคมผู้กำกับศิลป์บางกอก (Bangkok Art Directors' Association) ซึ่งเป็นหนึ่งงานที่สำคัญของนักสร้างสรรค์โฆษณาไทย

โจทย์ในการประกวดสำหรับปีนี้ แบ่งออกเป็นสองโจทย์ได้แก่

1. การสร้างสรรค์ผลงานโฆษณา เรื่อง บ้านคนโสดให้น่าสนใจตอบโจทย์กลุ่มคนมิลเลนเนียล
2. สร้างสรรค์ผลงาน ภายใต้แนวคิด ครีเอทีฟชายตัว (เอง) เพื่อทำให้อาชีพครีเอทีฟโฆษณาเป็นอาชีพที่คนอยากทำ สำหรับรายละเอียดผลงานของนิสิตทั้ง 6 คน มีดังนี้

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา

16 ก.ค. 2561

นายปิยะรักษ์ โต๊ะกาเจ นิสิตสาขาการสื่อสารตราสินค้า ชั้นปีที่ 3 ทราบข่าวการประกวดจากอาจารย์แนะนำ โดยมีอาจารย์ให้คำแนะนำในการสร้างสรรค์ Big Idea โดยส่งผลงานประกวดในหัวข้อ ครีเอทีฟชายตัว (เอง) ชื่อผลงานที่ส่งเข้าประกวดคือ ฉ่อย IDOL CREATIVE ที่มาของแนวคิดคือ การเล่าเรื่องราวอาชีพไอดอลกับครีเอทีฟให้เป็นภาพเดียวกันผ่านการฉ่อย โดยทำเป็น Radio คลิปเสียง



“อยากให้น้องๆ และเพื่อน แสดงความกล้าในแบบของตัวเองออกมา
ทุกคนล้วนแต่แตกต่างแต่ความแตกต่างแบบเป็นตัวเองก็จะทำให้ประสบความสำเร็จได้”



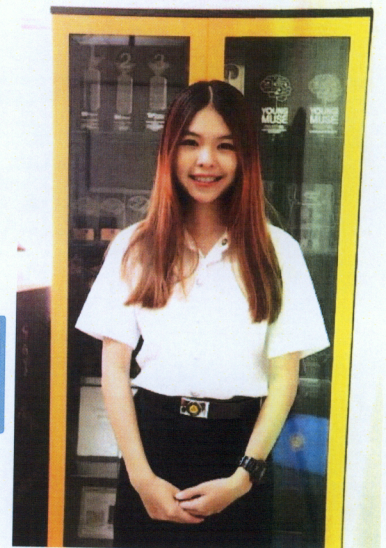
นายศุภกร เรียวสถิธร นิสิตสาขาการสื่อสารตราสินค้า ชั้นปีที่ 3 ทราบข่าวการประกวดจากอาจารย์ และรุ่นพี่แนะนำลองให้ส่งประกวด โดยมีอาจารย์ให้คำแนะนำไปศึกษาข้อมูลจากโจทย์ และinsight ของกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ผลงานเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น โดยตนเองส่งผลงานประกวดในหัวข้อ ครีเอทีฟขาย(ตัว) ชื่อผลงานที่ส่งเข้าประกวดคือ LIVE สด , เราเชื่อ... , ต้องนึกถึง

รายละเอียดผลงาน LIVE สด ไอเดียมาจากแนวคิดที่ว่า ถ้าครีเอทีฟโฆษณาหมดไป โฆษณาคงกลายเป็นแค่การ LIVE สด ขายของธรรมดา เพื่อให้คนรับสารนึกคิดว่า ครีเอทีฟเป็นอาชีพที่ทำให้โฆษณาน่าสนใจ ส่วนผลงานเราเชื่อ... ไอเดียมาจากการใช้สีกับคุณสมบัติของแบรนด์ตามที่ได้รับโจทย์มา กับสัญลักษณ์ที่คล้ายLogo มาให้คนคิดว่า สิ่งที่เรากำลังบอกสื่อถึงแบรนด์อะไร เพื่อให้คนรู้ว่า ครีเอทีฟ สร้างสรรค์ขนาดไหน และสำหรับผลงานต้องนึกถึง ไอเดียมาจากการใช้สีของแบรนด์กับคุณสมบัติของแบรนด์นั้นมาบอกว่า การรับรู้ของคุณมาจากความคิดสร้างสรรค์ของครีเอทีฟ

“น้องๆ และเพื่อนๆ คนอื่น ลองส่งงานประกวดดูนะครับ เมื่อผลงานที่คิดว่าอาจจะเข้าตากรรมการและอาจจะได้ ถ้าส่งแล้วแต่ไม่ติดอย่างน้อยถือว่าเป็นประสบการณ์ในการส่งงานประกวดครับ”

นางสาวรวิพร รอยหัตถกิจ นิสิตสาขาการสื่อสารตราสินค้า ชั้นปีที่ 3 ทราบข่าวการประกวดจากอาจารย์ และอาจารย์ได้ให้คำแนะนำเกี่ยวกับรูปแบบของการประกวด โดยประกวดในหัวข้อบ้านคนโสด ชื่อผลงานที่ส่งเข้าประกวดคือ Single area และ Happy area ที่มาของแนวคิดคือ เปลี่ยนพื้นที่โสดเป็นพื้นที่สุข โดยการนำ insight ของคนโสดมาสื่อให้เห็นว่ามีกิจกรรมอีกหลายอย่างที่มีความสุขกว่าการมีคู่

“อยากให้น้องๆ ถ้าวางใจจะคิดสร้างสรรค์ โชว์ไอเดียที่ตัวเองมีเยอะๆ เพื่อหาประสบการณ์ที่จะนำไปปรับใช้กับชีวิตการทำงาน”



นางสาวปวีณา ศิริโวหาร นิสิตสาขาการสื่อสารตราสินค้า ชั้นปีที่ 3 ทราบข่าวการประกวดจากอาจารย์ โดยมีอาจารย์ให้คำแนะนำวิธีคิดงานจากโจทย์ว่า ไม่ควรจมอยู่แค่ชื่อโจทย์ ควรตีความหมายออกไปกว้างๆ แต่ Key Message ยังอยู่ โดยประกวดในหัวข้อ บ้านคนโสด ชื่อผลงานที่ส่งเข้าประกวดคือ SPACE FOR YOU

แนวความคิดหลักคือ “SPACE FOR LOVE , SPACE FOR LIVE” เป็นการแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของพื้นที่ว่างในระยะห่างของความสัมพันธ์ของคู่รัก ที่ยิ่งกว้างก็ยังมีพื้นที่ในการใช้ชีวิตมากขึ้น เหมือนกับพื้นที่กว้างของห้องซึ่งเป็นจุดขายของบ้านคนโสดที่เป็น Product โดยนำเสนอผลงานเป็น TVC (ภาพยนตร์โฆษณา)

“อยากให้ทุกคนกล้าที่จะลงมือทำ แม้จะไม่มีเพื่อนมาทำเป็นเพื่อน ของแบบนี้ใครทำใครได้ อย่าปล่อยให้โอกาสผ่านไปด้วยคำว่า “ไม่มีเพื่อนทำ” เพราะถึงแม้เขาไม่ได้มาเหนื่อยเป็นเพื่อนเรา แต่เขาจะคอยอยู่ข้างๆ คอยเป็นแรงผลักดันให้เราแน่นอน”



นางสาวบุษรินทร์ พรหมภักดี นิสิตสาขาการสื่อสารตราสินค้า ชั้นปีที่ 3 ทราบข่าวการประกวดจากอาจารย์ โดยประกวดในหัวข้อ ครีเอทีฟขายตัว (เอง) ชื่อผลงานที่ส่งเข้าประกวดคือ ถ้าโลกนี้ไม่มีครีเอทีฟ

แนวคิดมาจากถ้าครีเอทีฟเป็นอาชีพที่ไม่สำคัญหรือไม่เป็นที่นิยม เพราะฉะนั้นแล้วก็จะสร้างให้โลกนี้ไม่มีครีเอทีฟ และผู้ชมจะต้องมาเจอกับโฆษณาที่ไม่ดึงดูดความสนใจ จะรู้สึกอย่างไร จะยังอยากใช้สินค้านั้นไหม จะยังอยากจะทำอุปโภคเพื่อน ๆ หรือเปล่า

“อยากให้น้องๆ เพื่อนๆ กล้าที่จะลงมือทำ หาโอกาสให้ตัวเอง
อย่างมีวแต่เก็บความคิด ความสามารถไว้คนเดียว
จงเอาออกมาให้คนอื่นได้เห็นและเชื่อมั่นว่าตัวเองทำได้”

นางสาวเมธินี ศรีคำภา นิสิตสาขาการประชาสัมพันธ์ ชั้นปีที่ 3 ทราบข่าวการประกวดจากพี่ที่ฝึกงาน โดยประกวดในหัวข้อบ้านคนโสด ชื่อผลงานที่ส่งเข้าประกวดคือ Knock Knock แนวคิดหลักคือ “เชื่อมต่อความสุข สนุกได้ที่บ้าน” โดยมีที่มาคือ เราได้พบว่า คนโสดเมื่อเขาเหงามักออกจากบ้านไปหาความสุขนอกบ้าน จึงคิดว่าจะดีแค่ไหนหากมีบ้านที่เข้าใจคนโสดให้คนโสดได้มีความสุขกับทุกพื้นที่ในบ้านมากยิ่งขึ้นโดยไม่ทำให้พวกเขาต้องเหงาอีกต่อไป โดยได้พัฒนา KNOCK KNOCK เครื่องมือสื่อสารประจำบ้านที่ช่วยให้คนโสดสามารถหาเพื่อนได้จากเพื่อนบ้านที่มีไลฟ์สไตล์เดียวกัน

“อยากให้น้อง ๆ เชื่อในความฝันของตัวเอง และทำให้เป็นจริง
อย่าท้อที่จะทำ อยากเป็นกำลังใจให้น้องๆ ค่ะ สู้ๆ นะคะ ฝันให้ไกล ไปให้ถึงค่ะ”



“B.A.D STUDENT WORKSHOP” จัดเป็นปีที่ 34 เป็นหนึ่งกิจกรรมหลัก ที่ทางสมาคมผู้กำกับศิลป์บางกอกให้ความสำคัญอย่างมาก และจัดกิจกรรมนี้มาอย่างต่อเนื่อง B.A.D Student Workshop เป็นสนามและพื้นที่สำหรับแสดงพลังความคิดสร้างสรรค์ของนิสิต นักศึกษา และคนรุ่นใหม่ เพื่อส่งเสริมและสร้างครีเอทีฟรุ่นใหม่ ๆ ให้กับวงการโฆษณาไทย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสรรหาและสร้างทรัพยากรบุคคล โดยเปิดโอกาสให้นิสิต นักศึกษาชั้นปีที่ 3-4 ของทุกมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ รวมทั้งผู้ที่สำเร็จการศึกษาแล้วไม่เกิน 2 ปี และทำงานใน Agency ยกเว้น Creative Department ส่งผลงานเข้าประกวด เพื่อคัดเลือกเข้าเรียนกับนักวิชาชีพที่มีประสบการณ์สูงมาถ่ายทอดความรู้และเทคนิคต่างๆ เพื่อเตรียมตัวทำงานในสายงานที่ชอบ โดยจะมุ่งเน้นเรื่องหลักสูตรที่ทันสมัย ก้าวทันโลกโฆษณาปัจจุบัน พร้อมทั้งการสร้างทัศนคติของครีเอทีฟรุ่นใหม่ เพื่อให้เด็กรุ่นใหม่มีค่านิยมที่ถูกต้องและเข้าใจในวิชาชีพ

งานประชาสัมพันธ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

โทร.๐ ๓๘๑๐ ๒๓๓๖ แฟกซ์ ๐ ๓๘๓๙ ๐๓๕๕



www.facebook.com/BUU.Huso

ภาพและข่าวโดย : สุปราณี อึ้งเจริญ นักประชาสัมพันธ์