

ปีที่ 29 ฉบับ 10177 วันพุธที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2559 หน้า 27

● **ลักษณะ วุฒิสักดิ์****UD เป็นมิตรกับ ‘ทุกคน’**

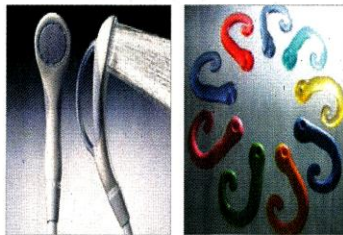
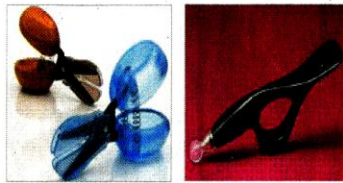
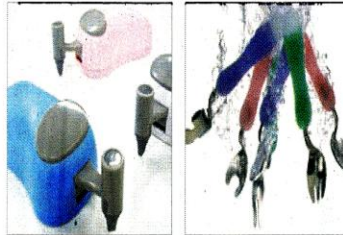
บันไดที่เป็นมิตรกับหญิงอุ้มท้อง ปากกาสำหรับผู้พิการแขน กรรไกรและคัตเตอร์ที่เด็กออทิสติกใช้ได้ปลอดภัย ตัวอย่างผลงานจากการออกแบบตามแนวคิดเพื่อคนทุกกลุ่มในสังคม (Universal Design หรือ UD) โดย “ซาโตชิ นาคากาวา” ดีไซน์เนอร์ผู้ริเริ่มและส่งเสริมแนวคิด UD ให้เป็นที่แพร่หลายในทวีปเอเชีย

แนวคิดด้านการออกแบบเพื่อคนทุกกลุ่มในสังคม เป็นสิ่งสำคัญกับการเตรียมพร้อมรับมือสังคมสูงวัยของไทยที่กำลังจะมาถึงในอีกไม่นานนี้ ขณะนี้จำนวนประชากรสูงวัยมีกว่า 8 ล้านคนในปัจจุบัน คิดเป็น 13% ของประชากรทั้งหมด และมีการคาดการณ์ว่าอีก 20 กว่าปีข้างหน้า (ปี 2583) จะเพิ่มเป็น 17 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนมากถึง 1 ใน 4 ของประชากรไทย

เริ่มตั้งแต่คิดออกแบบ

บันไดที่เป็นมิตรกับหญิงอุ้มท้องจากไอเดียของนาคากาวา คือ กว้างมากขึ้น สูงน้อยลง ติดแผ่นกันลื่นหรือใช้วัสดุกันลื่น ทำราวจับสองชั้นและแต่ละชั้นบันไดสลักสีต่างกันชัดเจน หรือผลงานปากกาที่ปลายด้ามจับแบนคล้ายคียบหางปลาเพื่อให้ปากจับแล้วเขียนแทนมือ หรือตรงกลางเป็นห่วงให้สอดนิ้วเท้ากรณีที่ใช้เขียนด้วยเท้า ผลงานด้ามจับฝักบัวรูปห่วงที่นิ้วมือสอดจับได้ กระชับป้องกันการหลุดมือ และผลงานกรรไกรที่รูปทรงคล้ายแม็กเย็บกระดาษ ใช้การกดแทนนิ้วบีบ

นาคากาวา กล่าวว่า UD คือการออกแบบผลิตภัณฑ์รวมถึงสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่เอื้อให้ทุกคนทุกกลุ่มทั้งผู้สูงอายุ เด็ก ผู้พิการ ผู้บาดเจ็บ รวมถึงคนที่มีข้อจำกัดด้านร่างกายต่างๆ แม้กระทั่งสตรีมีครรภ์สามารถใช้สิ่งของต่างๆ และดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างสะดวกง่ายดายหรือเสมอภาคกัน โดยไม่ต้องปรับแต่ง ดัดแปลง หรือออกแบบใหม่เป็นพิเศษ



ผลงานของซาโตชิ นาคากาวา ที่ออกแบบตามแนวคิด Universal Design

“คอนเซ็ปต์เบื้องหลังของ UD คือ ถ้าคุณเปลี่ยนแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเดิมที่คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่มลงเปลี่ยนมาคำนึงถึงความต้องการที่หลากหลายของผู้คนอย่างแท้จริง คุณก็จะไม่ต้องปรับแต่งหรือดัดแปลงงานออกแบบนั้นในภายหลังเลย ฉะนั้น งานออกแบบเพื่อคนทุกกลุ่มในสังคม จะทำให้ผู้ที่กำลังประสบกับความยากลำบากในการใช้ชีวิตประจำวัน มีอิสระที่จะเป็นตัวของตัวเองได้อย่างเต็มที่ลดการพึ่งพาคนอื่นและมีโอกาสที่จะไล่ตามความฝัน หรือทำตามความต้องการของตัวเองได้มากขึ้น” ดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ควรจะเปลี่ยนมุมมองความคิดโดยคำนึงถึงคนเหล่านี้ให้มากขึ้น”

ส่วนข้อกังวลในเรื่องการผลิตตามไอเดีย UD นั้น เขากล่าวว่า เทคโนโลยีการผลิตสามมิติทำให้การสร้างแม่พิมพ์ หรือโมเดลชิ้นงานต้นแบบกลายเป็นเรื่องง่าย

สังคมต้องรับรู้-ตระหนัก

นาคากาวา มีคำแนะนำสำหรับประเทศไทยในการส่งเสริมแนวคิด UD ว่า อันดับแรกวงการออกแบบและสื่อต้องช่วยกันสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย โดยการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง ยกตัวอย่าง คู่มือ แปรนตีอุปกรณ์ในห้องน้ำในไทยได้ริเริ่มโครงการประกวดออกแบบก๊อกน้ำตามแนวคิด UD เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนนักออกแบบไทยรุ่นใหม่ ออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อความเสมอภาคของทุกคนในสังคม และตอบโจทย์สังคมในอนาคตด้วย

นอกจากนี้ แต่ละมหาวิทยาลัยควรมีเวิร์กช็อป/ศูนย์วิจัย ทำหน้าที่จัดแสดงผลงานด้าน UD ตลอดจนทำการศึกษาวิจัย ขณะนี้ภาครัฐควรจัดทำไกด์ไลน์ของประเทศ เพื่อให้ภาคธุรกิจเอกชนใช้เป็นเกณฑ์การออกแบบและการประเมินสินค้า

ยกตัวอย่าง ผลงานต้องมีความเสมอภาคโดยไม่กีดกันคน ไม่ว่ากลุ่มใดๆ ออกจากการใช้งาน ผู้ใช้สามารถใช้งานสิ่งเหล่านั้นได้อย่างสะดวกสบายและไม่เกิดความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้า งานออกแบบนั้นควรจะลดอันตรายหรือลดผลกระทบจากการใช้งาน ในกรณีที่เกิดพลาด อุบัติเหตุ หรือการกระทำที่ไม่คาดคิด เป็นต้น

“คนญี่ปุ่น 75% รู้จักแนวคิด UD ส่วนหนึ่งเพราะผมเดินสายขึ้นเวทีบรรยายเกือบทุกวัน หรือรวมแล้วประมาณ 8 พันครั้ง ทั้งยังอาศัยสื่อซึ่งมีจำนวนมากช่วยเผยแพร่ ข้อมูลข่าวสารและสร้างการรับรู้ให้เกิดขึ้นจริง และที่สำคัญเป็นการปลูกฝังแนวคิดให้เกิดขึ้นกับดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่อีกด้วย” นาคากาวา กล่าวและว่า ผมอยากเห็นดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ของไทยเห็นความสำคัญของ UD ด้วยเช่นกัน