



©Disney

**UT GRAPHIC-T
UNIVERSE**

UT magazine

ISSUE 13 SPRING / SUMMER 2026

2026SS GRAPHIC-T LINE UP

- Ukiyo-e Blue
- Ukiyo-e Animal
- TOYOTA
- MANGA UT
- SHUEISHA 100th
- Musical Icons
- The Louvre
- Elliott Erwitt
- Pokémon
- Jason Polan
- MAGIC FOR ALL ICONS
- and more...



©Gap/Uniqlo/SHUEISHA



LifeWear

UT Graphic-T Universe

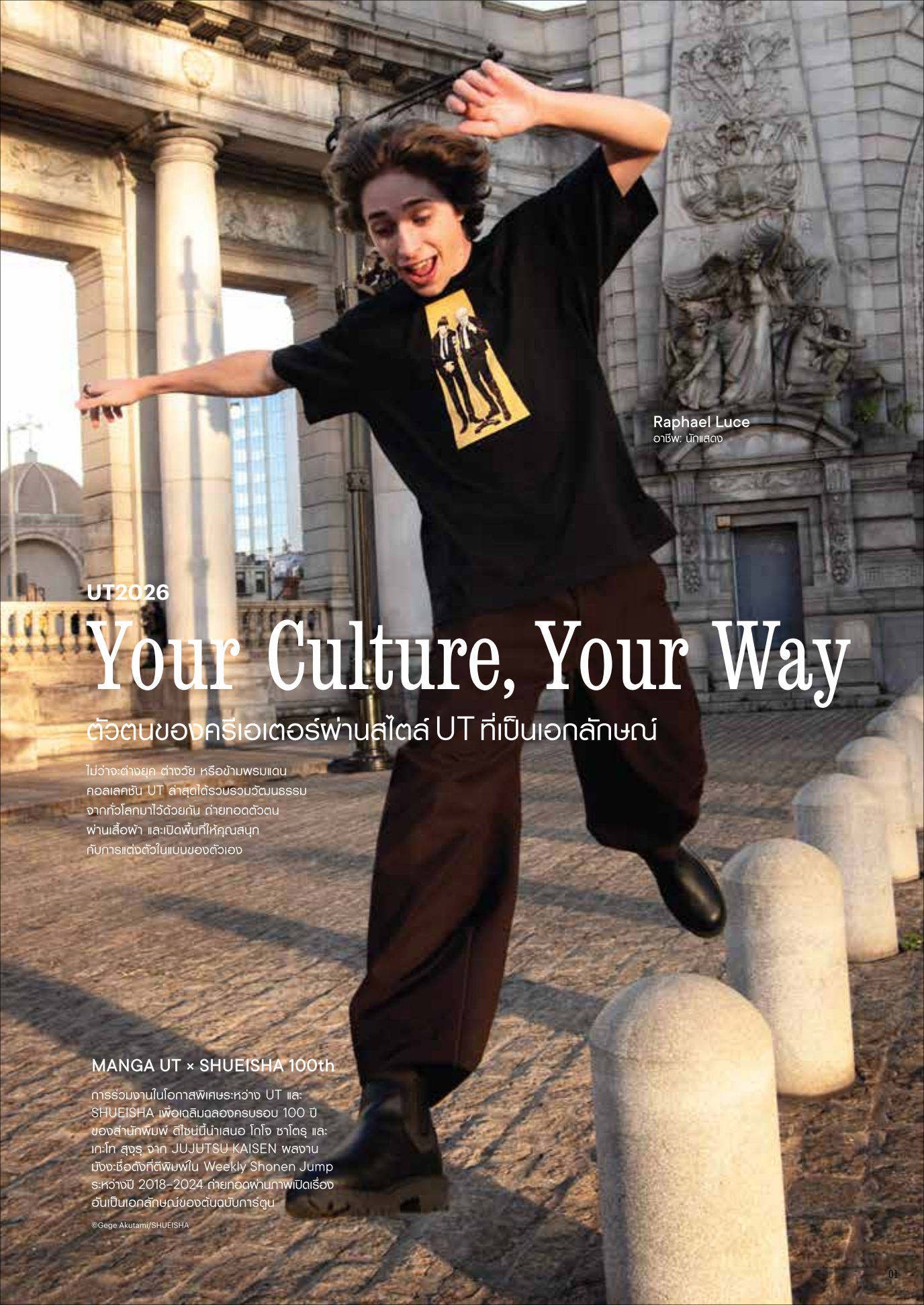
ที่รวบรวมวัฒนธรรมป๊อปจากทั่วโลก

ทั้งศิลปะ การ์ตูน ดนตรี เกม ภาพยนตร์ แฟชั่น
เติมพลังแห่งสร้างสรรค์ที่ไม่เหมือนใคร
คัดสรรแต่ละคอลเลกชันมา ให้สนุกได้อย่างไร้ขีดจำกัด
แล้วมาค้นหาสไตล์ที่เป็นคุณ

สารบัญ

| | |
|--|----|
| UT2026 วัฒนธรรมของคุณ สไตล์ของคุณ | 1 |
| Ukiyo-e Blue & Ukiyo-e Animals การเดินทางสู่โลกอุคิโยเอะ: Museum of Fine Arts, Boston..... | 14 |
| TOYOTA ทำความเข้าใจจิตวิญญาณการผลิตของ Toyota ผ่านยานยนต์ระดับตำนาน..... | 22 |
| MANGA UT SHUEISHA 100th ผลงานระดับมาสเตอร์พีซจาก Weekly Shonen Jump และ Weekly Young Jump..... | 26 |
| Special Talk: โคสุเกะ คาางามุระ x คัตสึฮิโระ โอบาโมะ..... | 37 |
| Musical Icons สุไลยกของละครเวทีคลาสสิก..... | 38 |
| The Louvre มองโลกผ่านศิลปะ: มองศิลปะผ่านผู้คน..... | 42 |
| Elliott Erwitt เอลเลียตต์ เออร์วิทต์: ค้นพบอารมณ์ขันในชีวิตประจำวัน..... | 48 |
| Pokémon นาโอมิ วาตานาเบะ: กับสิ่งที่เธอเรียนรู้จาก Pokémon และการตัดสินใจที่หล่อหลอมตัวตนของเธอ | 52 |
| Jason Polan เจสัน โพลาน และศิลปะแห่งความมหัศจรรย์ของชีวิตประจำวัน | 56 |
| MAGIC FOR ALL ICONS ตัวละครสุดน่ารักจาก Disney, Pixar, Marvel และ Star Wars | 58 |





Raphael Luce
อาชีพ: นักแสดง

UT2026

Your Culture, Your Way

ตัวตนของครีเอเตอร์ผ่านสไตล์ UT ที่เป็นเอกลักษณ์

ไม่ว่าจะต่างยุค ต่างวัย หรือข้ามพรมแดน
คอลเลกชัน UT ล่าสุดได้รวบรวมวัฒนธรรม
จากทั่วโลกมาไว้ด้วยกัน ถ่ายทอดตัวตน
ผ่านเสื้อผ้า และเปิดพื้นที่ให้คุณสนุก
กับการแต่งตัวในแบบของตัวเอง

MANGA UT × SHUEISHA 100th

การร่วมงานในโอกาสพิเศษระหว่าง UT และ
SHUEISHA เพื่อเฉลิมฉลองครบรอบ 100 ปี
ของสำนักพิมพ์ ตีพิมพ์นี้ นำเสนอ โทโจ ซาโตรุ และ
เกาะโท สุงรุ จาก JJJUTSU KAISEN พวงาน
มังงะชื่อดังที่ตีพิมพ์ใน Weekly Shonen Jump
ระหว่างปี 2018-2024 ถ่ายทอดผ่านภาพนิยายเรื่อง
อันเป็นเอกลักษณ์ของต้นฉบับการ์ตูน

©Gege Akutami/SHUEISHA

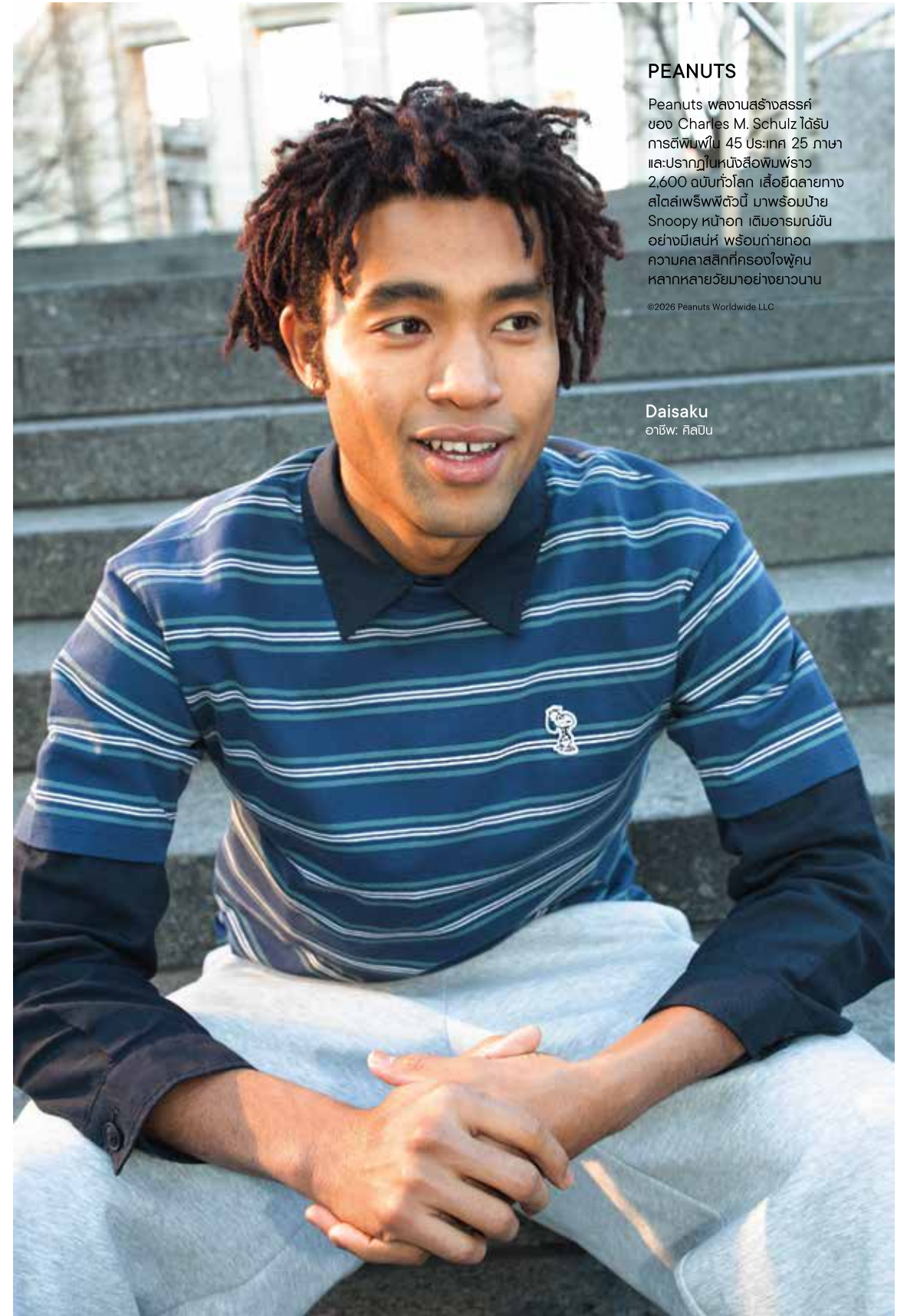


**MANGA UT × SHUEISHA
100th**

จากผลงานมหากาพย์ผจญภัย
ระดับตำนาน HUNTER×HUNTER
โดย Yoshihiro Togashi ซึ่งตีพิมพ์
ต่อเนื่องใน Weekly Shonen
Jump ตั้งแต่ปี 1998 ถ่ายทอด
ผ่านภาพกราฟิกรวมตัวละคร
สำคัญอย่าง คีโร่ แห่งตระกูลโซลนิก
อาร์ก: น้องสาวของเขา และอีกหนึ่ง
ตัวเด่นอย่าง นานิกะ ซึ่งล้วนเป็น
หัวใจหลักของเรื่องราว

©P1998-2026

LuceTiye Amenechi
อาชีพ: ผู้สร้างภาพยนตร์ / นักแสดง



PEANUTS

Peanuts ผลงานสร้างสรรค์
ของ Charles M. Schulz ได้รับ
การตีพิมพ์ใน 45 ประเทศ 25 ภาษา
และปรากฏในหนังสือพิมพ์ราว
2,600 ฉบับทั่วโลก เสื่อยึดลายทาง
สไตล์เพอร์ฟิวต์นี้ มาพร้อมป้าย
Snoopy น่ารัก เต็มอารมณ์ขัน
อย่างมีเสน่ห์ พร้อมถ่ายทอด
ความคลาสสิกที่ครองใจผู้คน
หลากหลายวัยมาอย่างยาวนาน

©2026 Peanuts Worldwide LLC

Daisaku
อาชีพ: ศิลปิน

miffy in bloom

Miffy กระต่ายน้อยแสนน่ารัก
ที่สร้างสรรค์โดย Dick Bruna
นักเขียนและนักออกแบบชาวฮอลันดา
ถ่ายทอดผ่านโทนสีพาสเทลอ่อน
ละมุนชวนให้นึกถึงบรรยากาศ
ของฤดูใบไม้ผลิ ทั้งตัวเสื้อและฉีก
ที่สะท้อนความเป็น Miffy แต่งแต้มสี
มาอย่างพอดี ให้ความรู้สึกอบอุ่น
อ่อนโยน และเป็นมิตร

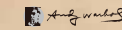
© Mercis bv

Anysia Kym
อาชีพ: นักดนตรี



NY POP ART

ผลงานที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก
Andy Warhol ผู้บุกเบิกศิลปะ
ป๊อปอาร์ตแห่งอเมริกา ดีไซน์หยิบ
กราฟิกจากผลงานประติมากรรมไม้
Brillo Box (1964) ของ Warhol
มาถ่ายทอดใหม่อย่างพิถีพิถัน
สะท้อนภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่
สิ้นค่าในชีวิตประจำวันได้อย่างชัดเจน
ในแบบที่ศิลปะและวัฒนธรรมป๊อป
มาบรรจบกันอย่างลงตัว



© 1971 The Andy Warhol Foundation for the
Visual Arts, Inc.
Brillo™ is a registered trademark of the Armaly
Sponge Company. All rights reserved.

Carlisle Aikens
อาชีพ: นักแสดงบรอด
เวย์ / นายแบบ



PEANUTS

ภาพประกอบสไตล์วินเทจที่ชวนให้
นึกถึงความทรงจำของ Linus และ
Snoopy สองตัวละครจาก Peanuts
อันเป็นที่รักของทุกคนทั่วโลก ถ่ายทอด
เสน่ห์เหนือกาลเวลา ที่ครองใจผู้คน
หลากหลายเจนเนอเรชันมาอย่าง
ยาวนาน

©2025 Peanuts Worldwide LLC

The Louvre

ความร่วมมือระหว่าง UT และ
พิพิธภัณฑ์ลูฟวร์ แหล่งรวม
คอลเลกชันศิลปะระดับโลก ผลงาน
ของช่างภาพ Martin Parr บันทึก
ช่วงเวลาของผู้คนขณะชื่นชมศิลปะ
ไอคอนิก ถ่ายทอดบรรยากาศ
เฉพาะตัวของพื้นที่ศิลปะและผู้คน
มาบรรจบกัน

© Martin Parr C/O DMB

Cheerful Characters (Care Bears™)

Care Bears™ ถือกำเนิดขึ้นในปี 1982
จากจุดเริ่มต้นในฐานะภาพประกอบสำหรับ
การ์ดอวยพร ก่อนจะเติบโตเป็นตัวละคร
ขวัญใจแฟน ๆ ด้วยใบหน้าที่เป็นมิตร และ
สัญลักษณ์สีสดใสบนหน้าท้องอันเป็น
เอกลักษณ์

Care Bears™ and related trademarks
TM & © 2026 Those Characters From Cleveland,
LLC. Used under license by UNIQLO CO., LTD.

NY POP ART (Keith Haring)

เสื้อยืดตัวนี้หยิบผลงานอันเป็นไอคอนิก
ของ Keith Haring ศิลปินผู้มีบทบาทสำคัญ
ในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมสตรีทอาร์ตของ
นิวยอร์กในช่วงทศวรรษ 1980 มาเรียบเรียง
และถ่ายทอดใหม่ กราฟฟิกที่เห็นคือผลงาน
จากภาพโปสเตอร์ซึ่งออกแบบขึ้นในปี 1984
สำหรับการแสดงต้น SECRET PASTURES
ของ Bill T. Jones / Arnie Zane Company
ถ่ายทอดพลังของศิลปะ การเคลื่อนไหว และ
วัฒนธรรมร่วมสมัยได้อย่างชัดเจนในสไตล์ UT

© Keith Haring Foundation.
Licensed by Arteslar, New York.

Stanley Barna
อาชีพ: นายแบบ

Lulu Yao Gioiello
อาชีพ: ผู้จัดการพันธมิตร
FAR-NEAR / ครีเอทีฟไดเรกเตอร์

Adam Easterling
อาชีพ: ศิลปิน / ดีไซน์เนอร์

Sabrina Fuentes
อาชีพ: นักดนตรี



Haze Kim
อาชีพ: พุ่อกแบบ
การเคลื่อนไหว /
นักออกแบบท่าเต้น /
นักเต้น

BABYMONSTER

BABYMONSTER เกิร์ลกรุ๊ป
K-POP สมาชิกนาชาติ 7 คน
จากเกาหลี ไทย และญี่ปุ่น เสือครอบ
ทรงหลวมตัวนี้โดดเด่นด้วยโลโก้
"BAEMON" ที่ถอดมาจากชื่อเล่น
ภาษาเกาหลีของวง ถ่ายทอดตัวตน
และพลังของ BABYMONSTER
ในสไตล์ที่สนุก เก๋ และเซ็ดเจเนแบบ UT



Toya Horiuchi
อาชีพ: ศิลปิน / ดีไซน์เนอร์

Elliott Erwitt

ผลงานชิ้นนี้ถ่ายทอดภาพถ่ายของ
Elliott Erwitt ช่างภาพระดับตำนาน
จาก Magnum Photos ผู้ได้แรงบันดาลใจ
ด้วยภาพถ่ายดำที่เบียมฮารนบรันชัน
และโทพรินเดา:ตัว เลือกใช้ภาพ
"FRANCE, PARIS, 1989." หรือที่
รู้จักกันในชื่อ "Umbrella Jump"
จากหนังสือภาพ Paris ซึ่งตีพิมพ์
ในปีเดียวกับวาระครบรอบ 100 ปี
ของหอไอเฟล

© Elliott Erwitt / Magnum Photos



Nathalie Nguyen
อาชีพ: CEO และผู้
HAPPY99

PEANUTS

Snoopy ในลุคเนียนพร้อมโบว์ไท จับคู่กับโลกที่ Peanuts แบบบิก และดีเทลพาดูบนลายทางบริเวณคอ และปลายแขน เดิมคาแรกเตอร์ให้ดูโดดเด่น สดุด และมีเอกลักษณ์ ในแบบ UT

©2026 Peanuts Worldwide LLC

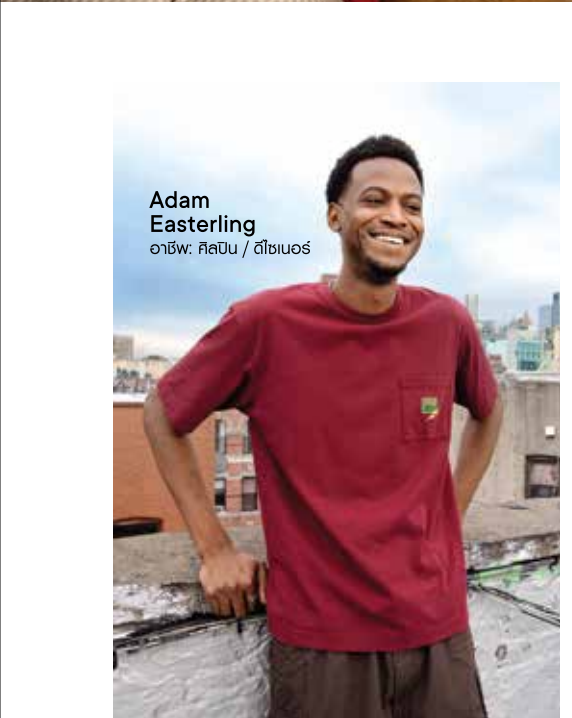


Rachel Wayne
อาชีพ: นักออกแบบดอกไม้ /
เจ้าของแบรนด์ BLXXM

Cheerful Characters (The Powerpuff Girls)

เสื้อยืดสไตล์ Ringer ที่ออกแบบ ด้วยความสนุก ถ่ายทอดเสน่ห์ของ Blossom, Bubbles และ Buttercup สามสาวพลังพิเศษจากแอนิเมชัน ระดับโลก The Powerpuff Girls ตัวละครไอคอนิกที่ครองใจผู้ชม มาแล้วหลากหลายยุคสมัย

THE POWERPUFF GIRLS and all related characters and elements © & TM Cartoon Network. (S26)



Adam Easterling
อาชีพ: ศิลปิน / ดีไซน์เนอร์

Ukiyo-e Blue

ความร่วมมือกับ Museum of Fine Arts, Boston แหล่งรวมคอลเลกชันศิลปะญี่ปุ่นระดับโลก ดีไซน์นี้ฟอกสีที่มีดีสี "bero-ai" หรือสีน้ำเงินปรัสเซียนอันสดชื่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของงานอุคิโยเอะ: ถ่ายทอดผลงาน Thirty-six Views of Mount Fuji: Suruga Satta Coast ของ Utagawa Hiroshige ฟานเอดสีน้ำเงินที่ใส่ระดับอย่างงดงาม

MFBoston



Nolan Zangas
อาชีพ:ช่างภาพ

MAGIC FOR ALL ICONS (Disney / Marvel / Pixar / Star Wars)

โปรเจกต์ UT ที่รวบรวมโลกแห่งจินตนาการจาก Disney, Marvel, Pixar และ Star Wars มาไว้ด้วยกัน โดย Marvel แบนด์จากโลกการ์ตูนอเมริกันที่สร้างอิทธิพลเป็นไอคอนอย่าง Iron Man และ Spider-Man มาอย่างยาวนานกว่า 85 ปี

©2026 MARVEL



Phum Viphurit
อาชีพ: นักดนตรี

MANGA UT x SHUEISHA 100th

ดีไซน์นี้หยิบ Phantom Troupe กลุ่มโจรผู้เป็นทีหวาดกลัว นำโดย Chrollo Lucilfer จากเรื่อง HUNTERxHUNTER ถ่ายทอดผ่านงานออกแบบที่อ้างอิงจากภาพเปิดเรื่องในฉบับการ์ตูน ซึ่งรวบรวมเหล่าตัวร้ายยอดนิยมของเรื่องไว้ด้วยกัน

©P1998-2026

POP MART

นำเสนอ MOLLY คาแรกเตอร์ ซิกเนเจอร์ที่สร้างสรรค์โดย Kenny Wong ศิลปินและนักออกแบบของเล่นชาวฮ่องกง ภาพพิมพ์ขึ้นนี้ออกแบบขึ้นเพื่อเฉลิมฉลองครบรอบ 20 ปีของ MOLLY โดยหยิบดีไซน์จากซีรีส์ฟิกเกอร์โรคราสติก "Twinkle Twinkle Little Moon" ที่เปิดตัวครั้งแรกในปี 2016 มาถ่ายทอดใหม่อย่างมีเสน่ห์

© POP MART. All rights reserved.

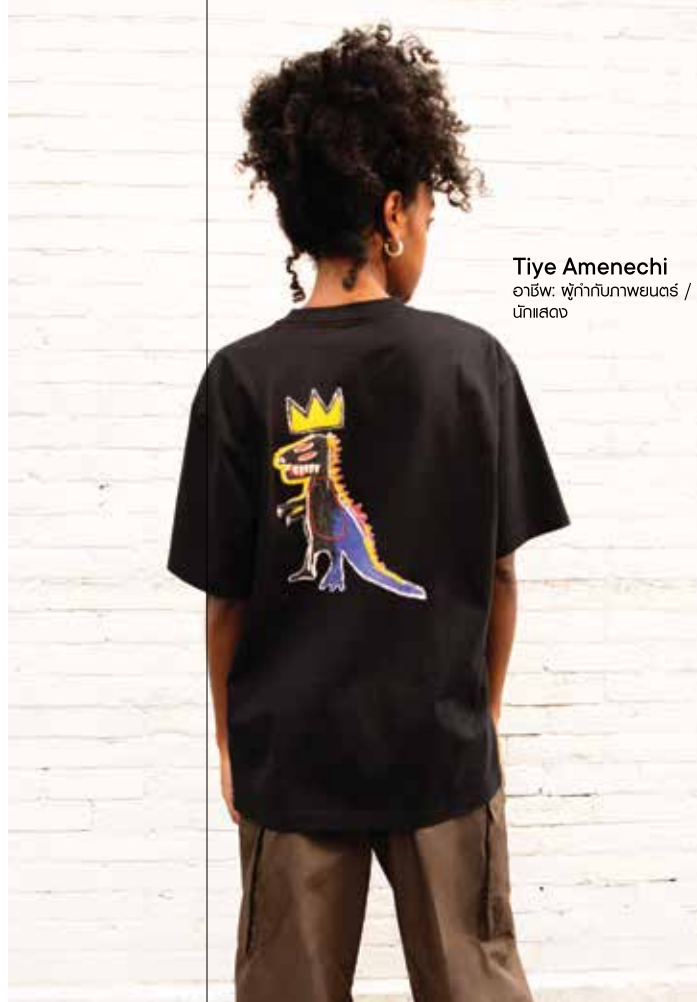


Isabella Burley
อาชีพ: ที่ปรึกษางานครีเอทีฟ

NY POP ART (Jean-Michel Basquiat)

ผลงานที่ได้แรงบันดาลใจจาก Jean-Michel Basquiat ศิลปินไอคอนิกแห่งนิวยอร์กในยุค 1980s ลายเส้นและสัญลักษณ์อันเป็นเอกลักษณ์ผสานกลิ่นอายสตรีทเข้ากับประวัติศาสตร์ศิลปะอย่างทรงพลัง จนทำให้เขากลายเป็นหนึ่งในบุคคลสำคัญของศิลปะร่วมสมัย

© Estate of Jean-Michel Basquiat. Licensed by Arterstar, New York.



Tiye Amenechi
อาชีพ: ผู้กำกับภาพยนตร์ / นักแสดง

ไอคอนทางดนตรี

คอลเลกชันที่ได้แรงบันดาลใจจากโปสเตอร์อันเป็นไอคอนิกของละครเวทีแนวมิวสิคัลระดับโลก ไม่ว่าจะเป็น The Phantom of the Opera, Les Misérables, Cats และ Wicked โดยกราฟิกจาก Cats ถ่ายทอดดวงตาแมวเรืองแสงอันโด่งดัง ซึ่งซ่อนรายละเอียดของเหล่าแมวที่กำลังร้องเพลงและเต้นรำอยู่ใต้แสงพระจันทร์เต็มดวง

© LW Entertainment Limited. All rights reserved. (S26)



Stanley Barna
อาชีพ: นายแบบ

Curated by Tate:
From the Collection

ความร่วมมือกับ Tate Modern
หนึ่งในเครือพิพิธภัณฑ์ Tate
แห่งสหราชอาณาจักร ดีไซน์นี้หยิบ
ผลงานเหนือจริงระดับมาสเตอร์พีซ
Lobster Telephone (1938) ของ
Salvador Dali มาถ่ายทอดในมุมมอง
ร่วมสมัย

© Salvador Dali, Gala-Salvador Dali Foundation/
Artists Rights Society (ARS), New York
© Tate 2026

Lulu Yao Gioiello

อาชีพ: ผู้จัดการผลิตภัณฑ์
FAR-NEAR / ครีเอทีฟไดเรกเตอร์



MoMA Poster
Art Collection

นับตั้งแต่ก่อตั้งในปี 1929
The Museum of Modern
Art (MoMA) ในนิวยอร์ก ได้จัด
นิทรรศการมาแล้วมากกว่า 3,000
ครั้ง เสียดตัวนี้มาดีไซน์โปสเตอร์
ของ MoMA มาตีความใหม่ โดยเลือก
หยิบโปสเตอร์จากนิทรรศการปี 1986
Vienna 1900: Art, Architecture
and Design ซึ่งจัดแสดงผลงาน
The Kiss ของ Gustav Klimt
มาถ่ายทอดเล่นหุ่นงคิลปะ-คลาสสิก
ในริบทที่ร่วมสมัย

The Museum of Modern Art, MoMA,
and related elements are trademarks of
The Museum of Modern Art.

Victor Montalvo

อาชีพ: นักเต้นเบรกแดนซ์
เจ้าของเหรียญทองแดงโอลิมปิก



Museum

A Journey into Ukiyo-e: Museum of Fine Arts, Boston

เมื่ออุคิโยะเอะมาบรรจบกับบอสตัน

นับตั้งแต่เริ่มต้นความร่วมมือกัน พิพิธภัณฑ์วิจิตรศิลป์ Museum of Fine Arts แห่งเมืองบอสตัน ในปี 2017 ยูนิโคล่ได้นำเสนอคอลเลกชันที่ได้รับแรงบันดาลใจจากศิลปะญี่ปุ่นอย่างต่อเนื่อง หนึ่งในนั้นคือคอลเลกชันที่พิถีพิถันที่ศิลปะ: อุคิโยะเอะ ซึ่งถือเป็นหนึ่งในคอลเลกชันที่โดดเด่นที่สุดของพิพิธภัณฑ์แห่งนี้ และยังได้รับความนิยมเป็นพิเศษมาโดยตลอด ในซีซั่นนี้ เสื้อยืดรุ่นใหม่เปิดตัวภายใต้ธีม "Blue" และ "Animals" ถ่ายทอดเสน่ห์ของอุคิโยะเอะผ่านภาพกราฟิกที่เรียบง่ายแต่ทรงพลัง



ใต้คลื่นยักษ์นอกฝั่งคานางาวะ:

พิพิธภัณฑ์ Museum of Fine Arts แห่งเมืองบอสตัน (MFA Boston) ก่อตั้งขึ้นในปี 1876 และย้ายมายังที่ตั้งปัจจุบันในปี 1909 อาคารด้านหน้าสไตล์โบซาร์ (Beaux-Arts) ออกแบบโดย กาย พาวเวลล์ สถาปนิกชาวบอสตัน พิพิธภัณฑ์แห่งนี้มีผลงานศิลปะกว่า 500,000 ชิ้น ตั้งแต่งานยุคก่อนประวัติศาสตร์ไปจนถึงศิลปะร่วมสมัย ผลงาน "The Great Wave" ของ กัตสึชิกะ โฮคุไซ หนึ่งในคอลเลกชันอุคิโยะเอะที่มีชื่อเสียงที่สุดของพิพิธภัณฑ์ MFA Boston

Vol.1 อุคิโยะเอะสีน้ำเงิน

เกียวโต: สะพานใหญ่

ภาพอุคิโยะเอะหนึ่งภาพสามารถพิมพ์ออกมาได้หลากหลายเฉดสี สะท้อนถึงความลึกของคอลเลกชันอุคิโยะเอะที่พิพิธภัณฑ์ MFA Boston ครอบคลุม ผลงาน aizuri-e หรือภาพพิมพ์โทนสีครามของ อุดางาวะ ฮิโรชิเงะ โดดงัน ด้วยการใส่เฉดสีอื่นที่กันอย่างละเอียดอ่อนภายในโลกทางเข้าของพิพิธภัณฑ์ ผลงาน *The Great Sanjō Bridge, Kyōto* จากชุด *The Fifty-three Stations of the Tōkaidō* ของฮิโรชิเงะ สอดรับกับโทนสีน้ำเงินของจิตรกรรมภาพผนังเหนือศีรษะโดย จอห์น ซิงเกอร์ ชาร์เจนต์ อย่างกลมกลืน



Vol.2 อุกิโยะเอะภาพสัตว์



ศึกสงครามระหว่างแมวกับหนู

ผลงานอุกิโยะเอะของ สึกิโอกะ โยชิโกะ
ถ่ายทอดภาพแม่ทัพหนูที่ขี้อุนัขท่าจาก
เปเปอร์มาเช่ นำกองทัพเข้าสู่สมรภูมิ
ขณะที่เหล่าแมวกำลังพลึงพล่าและ
ถอยทัพ ด้านหลังคือสถาปัตยกรรม
มีเอกลักษณ์อันสง่างามของพิพิธภัณฑ์

ช้างยักษ์จากอินเดีย

อิซึรูงิโช โยชิโกะ หรือที่รู้จักกันในชื่อ
อูดางาวะ โยชิโกะ เป็นที่ยอมรับจากผลงาน
ภาพสัตว์อันโดดเด่น ในผลงานชิ้นนี้ เขาทำยทอด
ภาพ "ช้าง" ซึ่งถือเป็นสัตว์หายากในสมัยนั้น
ผสานพลังอำนาจเข้ากับความรู้สึกอันมีเสน่ห์
ผลงานจัดแสดงในพื้นที่ใหม่ที่โปร่งสว่างของ
พิพิธภัณฑ์ ออกแบบโดย บอริเบม พอสเตอร์
เชื่อมโยงอดีตและปัจจุบันเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว





เบื้องหลัง: อุคิโยะเอะที่พิพิธภัณฑ์ MFA Boston

อุคิโยะเอะ ซึ่งเคยเป็นวัฒนธรรมยอดนิยมในสมัยเอโดะของญี่ปุ่น ได้เดินทางข้ามทะเลในศตวรรษที่ 19 แพร่หลายไปทั่วโลก และกลายเป็นงานศิลปะที่ได้รับความนิยมจากนักสะสม พิพิธภัณฑ์วิจิตรศิลป์แห่งบอสตัน (The Museum of Fine Arts, Boston) ครอบครองคอลเลกชันอุคิโยะเอะชั้นนำของโลก ทั้งในแง่คุณภาพและขนาด บทความนี้จะพาคุณไปสำรวจเบื้องหลังของพิพิธภัณฑ์ ผ่านมุมมองของภัณฑารักษ์ นักอนุรักษ์ และนักวิจัย ผู้ทุ่มเทให้กับศิลปะอุคิโยะเอะโดยเฉพาะ: พร้อมชวนค้นพบเรื่องราวของ "สี" ที่ไม่เคยถูกเล่ามาก่อน

เรื่องราวที่ซ่อนอยู่ของอุคิโยะเอะสีน้ำเงิน

"คุณรู้หรือไม่ว่า ผลงานชุด Thirty-six Views of Mount Fuji ของ คัตสึชิกะ โอคุโซ ในช่วงแรกเริ่มนั้น ถูกพิมพ์ออกมาเป็นสีน้ำเงินส่วนทั้งหมด" โจแอน โรด นักอนุรักษ์ศิลปะเอเชีย พาเราเปิดประตูเข้าสู่โลกของอุคิโยะเอะสีน้ำเงินอย่างลึกซึ้ง ด้วยการนำภาพพิมพ์สองเวอร์ชันของ Kaji Kazawa in Kai Province มาวางเทียบกัน ในทั้งสองภาพ



เราจะเห็นชาวประมงที่หวั่นไหวจากโศกนาฏกรรม ซึ่งปกคลุมไปด้วยพายุฝน เป็นเสียงวิงวอนที่อันงดงามที่ถูกบันทึกไว้ ภาพหนึ่งถ่ายถอดออกมาด้วยเฉดสีน้ำเงินล้วน ขณะที่อีกภาพซ้อนทับด้วยสีสันทากหลาย โรดอธิบายว่า "เวอร์ชันสีน้ำเงินให้ความรู้สึกเหมือนช่วงเช้าตรู่ที่มีหมอกลอยบรรยากาศเยือกเย็น ส่วนเวอร์ชันสีให้ความรู้สึกเหมือนช่วงบ่าย สร้างมิติให้กับองค์ประกอบด้วยจุดด่างสายตาที่ภูเขาฟูจิ" แม้จะเป็นเพียงการตีความส่วนตัวของเธอ แต่ทั้งคู่เสนอให้พิจารณาการใช้สีในภาพพิมพ์สามารถเปลี่ยนอารมณ์ของภาพได้อย่างชัดเจนจริงๆ และเมื่อเวอร์ชันสีของ View of Fuji จะถือกำเนิดขึ้นในภายหลัง กว่าสีน้ำเงินในช่วงแรกเริ่มนี้เอง คือสิ่งที่สร้างกระแสฮือฮาและขยายโลกของอุคิโยะเอะไปเวลานั้นอย่างแท้จริง

รู้จักกันในชื่อ ออิซุริเอะ (Aizuri-e) และกลายเป็นแนวทางศิลปะที่ได้รับความนิยมอย่างสูง ภาพพิมพ์สีน้ำเงินเหล่านี้ให้ความรู้สึกที่ดูร่วมสมัยเกินยุคสมัย และเริ่มได้รับการยอมรับเป็นครั้งแรกจากผลงานของ เคอิ เอ็นจิ ศิลปินร่วมสมัยกับ คัตสึชิกะ โอคุโซ "ไม่นานหลังจากเอาเซ็นเพยผลงานภาพหนึ่งคนิกานิในชุดลวดลายซันซันที่ถ่ายทอด

ด้วยโทนสีน้ำเงิน โอคุโซก็เริ่มนำสีน้ำเงินแบบเดียวกันมาใช้ และสร้างผลงานชุด Thirty-six Views of Mount Fuji ทั้ง 36 ชิ้นออกมาเป็นสีน้ำเงินทั้งหมด นั่นคือกระแสที่บูมมาจกจริงๆ"

คลื่นยักษ์สีน้ำเงินของ Hokusai

คอลเลกชัน UT ล่าสุดหยิบ "อุคิโยะเอะสีน้ำเงิน" มาเป็นหัวใจหลัก และหนึ่งในภาพพิมพ์ที่เป็นที่ชื่นชอบตลอดกาลอย่าง The Great Wave ของ คัตสึชิกะ โอคุโซ ก็โดดเด่นด้วยการใช้สีน้ำเงินอันเป็นเอกลักษณ์เช่นกัน ตั้งแต่ฟองคลื่นสีขาวฟุ้งของคลื่น ความลาดเอียงของภูเขาฟูจิในฉากหลัง ไปจนถึงชุดของฟูกุ เมืององกลุ่จะพบว่าในผลงานชิ้นเอกนี้มีการใช้เฉดสีน้ำเงินหลากหลายอย่างละเอียดอ่อนชวนให้สายตาค่อยๆ สำรวจรายละเอียดของภาพ "พิพิธภัณฑ์ของเรามีภาพพิมพ์ Under the Wave off Kanagawa อยู่ถึง 7 ชิ้น หรือที่รู้จักกันในชื่อ The Great Wave และวันนี้เราเลือกนำเวอร์ชันที่อยู่ในสภาพดีที่สุดมาให้คุณได้ชม"

ซาร่า ทอมป์สัน ภัณฑารักษ์ด้านภาพพิมพ์ญี่ปุ่น กล่าวด้วยน้ำเสียงตื่นเต้น และในขณะนั้นเองผลงานชิ้นนี้ก็กลายเป็นจุดศูนย์กลางที่ดึงดูดทุกสายตาในห้อง "พิพิธภัณฑ์วิจิตรศิลป์แห่งบอสตัน (Museum of Fine Arts, Boston) ครอบครองคอลเลกชันอุคิโยะเอะที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งของโลกนอกประเทศญี่ปุ่น ด้วยผลงานกว่า 50,000 ชิ้น และในจำนวนนี้ยังรวมถึงภาพหลายเวอร์ชัน ซึ่งช่วยเพิ่มทั้งปริมาณและความลึกให้กับคอลเลกชันอีกหลายพันชิ้น หนึ่งในภารกิจของเราคือการจัดทำแคตตาล็อกให้กับคอลเลกชันขนาดมหึมา ซึ่งยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องจนถึงทุกวันนี้" เธอยังเล่าถึงการร่วมงานกับนักอนุรักษ์ศิลปะอย่าง โจแอน โรด อย่างใกล้ชิด พร้อมกล่าวถึงความทุ่มเทของโรดในงานวิจัยด้านศิลปะอุคิโยะเอะ ซึ่งเริ่มต้นมาตั้งแต่ปี 1999 ตั้งแต่การศึกษารหัส ไปจนถึงวิธีการใช้สีในงานภาพพิมพ์ลวดลายไม้ญี่ปุ่น ทั้งหมดยังทำให้มุมมองของเธอเกี่ยวกับ "สี" มีความลึกซึ้งเป็นพิเศษ

วิวัฒนาการของสีน้ำเงิน

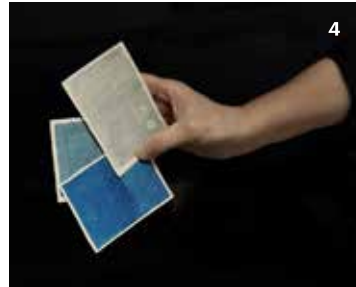
"เมื่อเราของภาพพิมพ์ในช่วงราวปี 1805 จะพบว่าสีน้ำเงินในยุคนี้มีสารให้สีหลักอยู่สองชนิด อย่างแรกคือดอกเดย์ฟลาวเวอร์ ซึ่งสกัดจากกลีบดอกไม้ในตระกูลสปีเดอร์เวิร์ด และอีกชนิดคืออินดิโก โดยทั้งสองมีคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน สีฟ้าจากดอกเดย์ฟลาวเวอร์เป็นสีที่ละลายน้ำได้และไม่คงทนไวต่อความชื้นและน้ำอย่างมาก จนสามารถเปลี่ยนเป็นโทนเขียวหม่นได้ง่าย ในอดีต ช่างย้อมผ้ายูเซ็น (Yuzen) นิยมใช้สีฟ้าจากดอกเดย์ฟลาวเวอร์เพื่อพิมพ์ลวดลายลงบนผ้า เพราะเมื่อกระบวนการย้อมเสร็จสิ้น เส้นสีน้ำเงินจางๆ จะถูกล้างออกด้วยน้ำ ขณะที่อินดิโกที่ทนน้ำเงินเข้มหม่นนั้น และเมื่อสีหม่นกว่า เมื่อเวลาผ่านไปมักเปลี่ยนไปเป็นเฉดเขียวอมเทา แม้จะเป็นสีที่ใช้งานยาก แต่ในมือของช่างพิมพ์ที่ชำนาญ หากควบคุมการลงสีได้ดี ก็สามารถสร้างโทนสว่างที่งดงามได้เช่นกัน เมื่อวางตัวอย่างสีทั้งสองไว้เคียงกัน จะเห็นว่าสีฟ้าจากเดย์ฟลาวเวอร์มีโทนม่วงจางๆ ผ่องอยู่ (สีม่วงบางเฉดในงานอุคิโยะเอะเกิดจากการผสมสีแดงฟลาวเวอร์กับสีเบนิฮานะ (Benihana) ซึ่งเป็นสารสีชมพูสด) และบริเวณขอบของสีอาจเห็นเฉดเหลืองอมเขียวเล็กน้อย ต่อมา มีการค้นพบสีน้ำเงินปรัสเซีย (Prussian blue) ในเยอรมนีช่วงต้นศตวรรษที่ 18 ซึ่งเป็นสีสังเคราะห์ทางเคมีชนิดแรกของโลก และสีนี้ก็ได้นำมาเปลี่ยนแปลงโลกศิลปะ: ในงานจิตรกรรมสีน้ำเงิน สีน้ำเงินชนิดนี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว แต่สำหรับอุคิโยะเอะ ซึ่งเป็นงานศิลปะราคาแพงที่ผลิตจำนวนมากในยุคนั้น สีน้ำเงินปรัสเซียกลับมีราคาสูงเกินไป จนกระทั่งเริ่มมีการผลิตในเอเชียในช่วงทศวรรษ 1820 สีชนิดนี้จึงถูกนำมาใช้ในงานภาพพิมพ์ และศิลปินอุคิโยะเอะคนแรกที่ใช้คือ เอเซ็นหลังจากนั้น สีน้ำเงินปรัสเซียก็กลายเป็นกระแสสำคัญในทศวรรษ 1830" "ฉันคิดว่าความเสถียรและความยืดหยุ่นของสีน้ำเงินปรัสเซีย ทำให้เกิดเฉดสีใหม่ๆ โดยเฉพาะบนพื้นผ้าและกระดาษ บางทีผลงาน The Great Wave ของ คัตสึชิกะ โอคุโซ ที่เราเห็นในวันนี้ ก็เป็นอย่างนี้ได้เพราะสีน้ำเงินชนิดนี้เอง สำหรับฉัน ระดับความเข้มและความอ่อนของสีน้ำเงินปรัสเซียช่างน่าอัศจรรย์ และเมื่อเปรียบเทียบกับอีกวิธีอย่างหนึ่ง โจแอน โรด กล่าวพร้อมทั้งยกตัวอย่างว่า "วิธีที่ช่างพิมพ์ปรัสเซียใช้ค่าความเข้มอ่อนเหล่านี้ได้อย่างลงตัว ให้ความรู้สึกคล้ายกับภาพถ่ายขาวดำเพื่อสัมผัสละเอียด คุณว่าไหม"

ต้นกำเนิดของสี

เมื่อการวิจัยด้านสารสียของอุคิโยะเอะกลายเป็นส่วนสำคัญของชีวิตการทำงานโจแอนโรดเราจึงไม่แปลกใจเลยที่ "สีน้ำเงิน" จะเป็นสิ่งที่สร้างความตื่นเต้นให้เธอเป็นพิเศษ "ในฐานะนักอนุรักษ์ศิลปะหน้าทึบของเราคือการดูแลคอลเลกชัน ดังนั้นเราจึงต้องใส่ใจกับการจัดเก็บและการอนุรักษ์ระบบการอนุรักษ์อยู่เสมอ งานอนุรักษ์ของเราเริ่มต้นไปควบคู่กับงานนิทรรศการ ทั้งนิทรรศการที่จัดแสดงภายในพิพิธภัณฑ์และนิทรรศการที่เดินทางไปจัดในที่ต่างๆ รวมถึงการจัดทำแคตตาล็อกคอลเลกชันจำนวนมหาศาลที่เพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลา ซึ่งทำให้เราอยู่อยู่เสมอ" "แต่สิ่งที่ฉันหลงใหลจริงๆ คือ "สี" โรดเล่าถึงพื้นฐานความสนใจของเธอ ตั้งแต่การศึกษาศาสตร์แสงเงาแบบอิตาเลียน หรือคืออาโรสคูโร (Chiaroscuro) ไปจนถึงเทคนิคภาพพิมพ์ เมซโซทินต์ (Mezzotint) ของฝรั่งเศส ซึ่งหล่อหลอมให้เธอสนใจเรื่องการพิมพ์และการจัดวางสีในรูปแบบต่างๆ เป็นพิเศษ ก่อนจะพาเธอมาหลงใหลการพิมพ์ภาพของญี่ปุ่น "วิธีการจัดทำหนังสือของภาพพิมพ์ญี่ปุ่นมีความซับซ้อนอย่างมาก รอยบาทที่แกะลงไปบนสีที่ไม่มีขี้ผึ้งให้การพิมพ์ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และกระบวนการทำให้สีชุ่มน้ำก่อนพิมพ์ก็เป็นสิ่งที่น่าสนใจมาก" จากการศึกษาข้อมูล โรดมักพบคำอธิบายถึง "ชุดสีมาตรฐาน" ที่ช่างพิมพ์กล่าวไว้ใช้กันทั่วไป แต่คำถามที่เธออยากรู้อย่างยิ่ง คือ สีเหล่านั้นทำมาจากอะไร ในช่วงเวลานั้นยังแทบไม่มีใครทำประวัติคร่าวๆ ทางเคมีต่อสารสีเหล่านี้จริงๆ เมื่อมีโอกาส

เดินทางไปที่ใดก็ตาม เธอจึงเข้าไปตามร้านขายสีย้อมเลือกซื้อวัตถุดิบที่เชื่อว่าเคยใช้ในงานภาพพิมพ์ญี่ปุ่น แล้วนำกลับมาทดลองร่วมกับนักเก็บภาพประวัติศาสตร์ด้านเคมี งานวิจัยเหล่านี้นำไปสู่ความร่วมมือกับมิเชล เดอริค จากฝ่ายวิจัยวิทยาศาสตร์ของพิพิธภัณฑ์ ผู้สามารถสังเคราะห์สารสีและพิมพ์ออกมาเป็นตัวอย่างได้จริง "ฉันทำงานจนหนักมากทำงานในวันหยุด เพราะฉันอยากรู้อย่างยิ่งว่าสีเหล่านี้คืออะไรกันแน่" ด้าน มิชิโกะ อาดาจิ นักอนุรักษ์ศิลปะเอเชียคนปัจจุบัน ซึ่งเคยเป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาที่ทำงานภายใต้การดูแลของโรดมาก่อน ปัจจุบันยังคงสานต่อภารกิจด้านสารสียของอุคิโยะเอะ และทำงานร่วมกับโรดอย่างใกล้ชิด แม้โรดจะเกษียณจากตำแหน่งในพิพิธภัณฑ์ไปแล้วก็ตาม

ดอกเดย์ฟลาวเวอร์:บานในยามเช้าตรู่ และเกษียณระงับกลิ่นดอกสีน้ำเงินเหล่านี้ในช่วงเวลาสั้นๆ ของวัน สีน้ำเงินละมุนจากดอกไม้ชนิดนี้เกิดปฏิกิริยาออกซิเดชันได้ง่าย จึงต้องผ่านกระบวนการแปรรูปอย่างระมัดระวัง ด้วยการบดสีบดลงในน้ำ เมื่อได้ความเข้มข้นที่ต้องการแล้ว จึงนำกระดาษญี่ปุ่นมาชุบสีด้วยการระบายเบาๆ ให้สีค่อยๆ ซึมเข้าไปในเนื้อกระดาษ กระบวนการสกัดสีจากดอกไม้ฟลาวเวอร์อันงดงามนี้กำลังเสื่อมหายไปตามกาลเวลา แต่ยังคงหลงเหลืออยู่บ้างผ่านกลุ่มเกษตรกรเลออร์คี่ไรส์สองหากำไรบางแห่งในญี่ปุ่น "การเข้าใจสี และเข้าใจว่ามันถูกสร้างขึ้นมาอย่างไร การได้ไปพบผู้ผลิตและเรียนรู้จากพวกเขาโดยตรง คือหัวใจสำคัญของงานวิจัย" อาดาจียืนยันด้วยน้ำเสียงหนักแน่น



1. ภาพแรกของงานภาพพิมพ์ The Great Wave โดย คัตสึชิกะ โอคุโซ ในภาพสมบูรณ์ที่สุดจากทั้งหมด 7 ชิ้น ซึ่งจัดเก็บอยู่ในคอลเลกชันของพิพิธภัณฑ์วิจิตรศิลป์แห่งบอสตัน (The Museum of Fine Arts, Boston) 2. ซาร่า ทอมป์สัน ภัณฑารักษ์ภาพพิมพ์ญี่ปุ่น 3. โจแอน โรด นักอนุรักษ์ศิลปะ: กำลังใช้หมอนพลงาน Series of Courtesans under Cherry Blossoms โดย อุตาทากะ คูนิฮาระ: (จากบนลงล่าง) ตัวอย่างสีจากดอกเดย์ฟลาวเวอร์ อินดิโก และสีน้ำเงินปรัสเซีย ซึ่งจัดทำขึ้นเพื่อการวิจัยด้านสารสียของอุคิโยะเอะ 5. งานศึกษารูปแบบศิลปะของ คัตสึชิกะ โอคุโซ ที่เผยให้เห็นความแตกต่างอย่างชัดเจนระหว่างสีน้ำเงินปรัสเซียกับ The Great Wave และสีน้ำเงินจากดอกเดย์ฟลาวเวอร์ในผลงาน Express Delivery Boats Rowing Through Waves 6. มิชิโกะ อาดาจิ ผู้สานต่อภารกิจด้านสารสียของอุคิโยะเอะสู่อนาคต



สานต่อมรดกของอุกิโยะเอะ:

พิพิธภัณฑ์อุกิโยะเอะ:

การเยี่ยมชมเมืองหลังพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เราได้รู้จักกับทีมผู้เชี่ยวชาญที่อยู่เบื้องหลังคอลเลกชันอุกิโยะเอะระดับโลก นำโดย (จากซ้าย) มิเชล เดอริค นักวิทยาศาสตร์ด้านการวิจัย, มิชิโกะ อาดาจิ นักอนุรักษ์ศิลปะ, ซาร่าห์ กอมป์สันภัณฑารักษ์ศิลปะพิพิธภัณฑ์ญี่ปุ่น และ โจแอน ไรต์ นักอนุรักษ์ศิลปะพิพิธภัณฑ์โครงการวิจัยศิลปะของอุกิโยะเอะ แม้ทั้งมิเชลและโจแอนจะเกษียณจากตำแหน่งในพิพิธภัณฑ์ไปแล้ว แต่ความหลงใหลในเรื่อง "สี" ยังคงขับเคลื่อนให้พวกเขาทำงานวิจัยอย่างต่อเนื่องมาจนถึงทุกวันนี้ ดังที่โจแอนเคยกล่าวไว้ว่า "ความหลงใหล คือสิ่งที่ทำให้ความรู้เข้าถึงได้" ด้วยความใส่ใจและความเชี่ยวชาญของทั้งนี้ คอลเลกชันอุกิโยะเอะระดับโลกจึงได้รับการดูแล ปกป้อง และเปิดให้เรียนรู้ร่วมกันอย่างรอบคอบ ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา พิพิธภัณฑ์ MFA Boston ยังได้ร่วมปรึกษากับ ไรจ์คส์มิวเซียม (Rijksmuseum) เพื่อจัดตั้งโครงการวิจัยศิลปะของตนเอง ผ่านฐานข้อมูลออนไลน์ CAMEO ซึ่งเป็นแหล่งรวมข้อมูลภาพพิมพ์สีอุกิโยะเอะ

(Ukiyo-e Print Colorant Database) พิพิธภัณฑ์ MFA Boston ได้แบ่งปันองค์ความรู้และผลการวิจัยล้ำสมัยให้กับนักวิชาการและสาธารณชนอย่างเปิดเผยและต่อเนื่องนับตั้งแต่ปี 1999

สำรวจพลังของสี

สองนาง Beauties of Yoshiwara พงงานจากปี 1770 ของ ชูชิโกะ ฮาโรโนะ ก็นอีกครั้ง ฮาโรโนะคือศิลปินคนแรกทีออกแบบภาพพิมพ์สีเต็มรูปแบบหรือที่รู้จักกันในชื่อ Nishiki-e ชุดผลงานนี้จึงไม่ต่างจากจุดเริ่มต้นของโลกการพิมพ์สี และยังทำหน้าที่เหมือน "สนามทดลอง" ที่ช่างพิมพ์ยุคนี้ได้ลองผสมสารสีหลากหลายแบบ เพื่อค้นหาความเป็นไปได้ใหม่ๆ บนแผ่นกระดาษ ขณะ โจแอน ไรต์ ค่อยๆ เปิดหน้าหนังสืออย่างระมัดระวัง มิชิโกะ อาดาจินักอนุรักษ์ศิลปะและศิษย์เอกของเธอในปัจจุบันก็ช่วยเสริมภาพให้ชัดเจนว่า ในเล่มแรกๆ ช่างพิมพ์ยังคงทดลองผสมสีเหลืองและสีน้ำเงินหลายชนิดเพื่อให้ได้สีเขียว แต่เมื่อเวลาผ่านไป พวกเขาเริ่มเลือกใช้ชุดสีที่ชัดเจนขึ้น เหลือเพียงอินดิก้าและ

ออร์พิมেন্ট ที่มีคุณสมบัติของสีย้อมด้านสีที่ค่อยๆ ตกผลึก การเปลี่ยนแปลงนี้ยังเห็นได้จากสีแดงและสีชมพู ในเล่มแรกใช้ เมนิยานะ หรือดอกคำฝอยเป็นหลัก ก่อนที่สีเม็ดงา มาจะเริ่มผสมสีจากต้นแมเดอร่าเข้าไปด้วย แม้เมนิยานะจะเป็นวัตถุดีบะราคาแพง แต่สีชมพูของดอกชาครุที่เพิ่งพัฒนาขึ้นเป็นสัญลักษณ์ของฤดูใบไม้ผลิ ก็ยังถูกถ่ายทอดด้วยเมนิยานะเพียงอย่างเดียว และในเล่มสุดท้ายสีแดงก็วนกลับมาใช้เมนิยานะ: ส่วนอีกครั้ง ราวกับเรื่องราวที่เริ่มต้นในฤดูใบไม้ผลิ และจบลงด้วยฤดูเดียวกัน อินดิก้าและแมเดอร่าเป็นสารสีที่ถูกใช้มายาวนานทั่วโลกเอกสารยุคเมจิที่รัดศึกษาเคยทำให้เชื่อว่าสีชมพูและสีแดงในอุกิโยะเอะมาจากเมนิยานะเท่านั้น แต่เมื่อได้วิเคราะห์สารสีจริงในคอลเลกชันของพิพิธภัณฑ์ MFA Boston กลับพบว่า แมเดอร่าถูกใช้ใช้อย่างแพร่หลายไม่น้อย อาดาจิมองว่านี่เป็นข้อค้นพบที่สมเหตุสมผลและแม้จะไม่พบตำราสูตรสีจากช่างพิมพ์ยุคใดโดยตรง การวิจัยเช่นนี้ก็คือการตั้งชื่อที่ชัดเจนให้เข้าใจถึงความจริงมากที่สุด



1. ส่วนหนึ่งของการวิจัยสารสีอุกิโยะเอะที่เริ่มต้นตั้งแต่ปี 1999 นักวิจัยได้ศึกษาวัสดุและทดลองสร้างตัวอย่างสีขึ้นใหม่ เพื่อทำความเข้าใจคุณสมบัติและพฤติกรรมของสารสีแต่ละชนิดอย่างลึกซึ้ง 2. หนังสือภาพพิมพ์สีอุกิโยะเอะ The Beautiful Women of the Yoshiwara พงงานของ ชูชิโกะ ฮาโรโนะ หนึ่งในชุดหมายสำคัญของประวัติศาสตร์ภาพพิมพ์ญี่ปุ่น 3. เทคโนโลยีวิเคราะห์สารสีด้วยการวัดแสงแบบส่องผ่านที่เรียกว่าไฟเบอร์ออปติกสเปกโทรสโกปี (Fiber Optics Reflectance Spectroscopy) เครื่องมือวิจัยล้ำสมัยที่ใช้ทางจริงในห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ภายในพิพิธภัณฑ์

ไฮไลต์อุกิโยะเอะที่ MFA Boston

ภาพสัตว์ที่ตราตรึงจินตนาการ

อุกิโยะเอะคือภาพสะท้อนชีวิตและบรรยากาศของเมืองโตเกียวยุคสมัย ถ่ายทอดทั้งชีวิตประจำวันและโมเมนต์พิเศษผ่านสไตล์เฉพาะตัวของศิลปินแต่ละคน หนึ่งในองค์ประกอบที่ปรากฏซ้ำอยู่เสมอคือ "สัตว์" ตั้งแต่สัตว์ใกล้ตัวไปจนถึงสัตว์แปลกตาอย่างช่าง ซึ่งนับว่าหายากมากในญี่ปุ่นยุคหนึ่ง บางครั้งสัตว์ถูกทำให้มีบุคลิกแบบมนุษย์ บางครั้งก็เต็มไปด้วยความขี้อ้อน กลายเป็นพื้นที่ที่เปิดให้ศิลปินได้ปล่อยจินตนาการอย่างอิสระ:

สองมอง "แมว" เป็นตัวอย่างในคอลเลกชัน UT ล่าสุด เราเลือกจากการต่อสู้จาก The War of Cats and Mice ผลงานของ สึกิโอะ โยชิโตะ ีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ล่าและเหยื่อคือภาพที่คนยุคเอาต์กรุ๊ปตา แต่ในผลงานชิ้นนี้เรื่องราวกลับถูกพลิก เมื่อเหล่าหุรุมพลงใช้กลยุทธ์เข้าควบคุมสถานการณ์ ขณะที่แมวกลับตกอยู่ในความโกลาหล ฉากโกลาหลนี้ถูกถ่ายทอดออกมาอย่างทรงพลังบนสื่อยัด

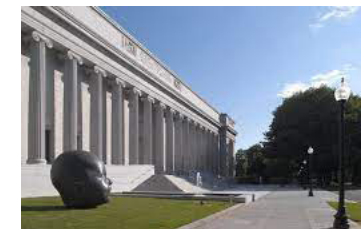
อีกหนึ่งผลงานคือ The Fifty-three Cats of the Ailurophile โดย อุทากาวะ คุมิโยชิ ที่นำเสนอภาพแมวในหลากหลายอิริยาบถ เต็มไปด้วยอารมณ์ขันและความน่ารัก แมวแต่ละตัวถูกตั้งชื่อตามสถานที่ต่างๆ บนเส้นทางที่โคโตะระหว่างเอโดะ (โตเกียว) และเกียวโต เป็นการเสียดสีตามสไตล์เฉพาะของคুমิโยชิ ที่แม้บางครั้งจะดูพิสดารแต่ก็สะท้อนความขี้อ้อนและความรักที่เขามีต่อแมวได้อย่างชัดเจน ความสามารถในการจัดองค์ประกอบและทำให้สัตว์ดูมีชีวิตชีวา คือหนึ่งในเหตุผลที่ผลงานของคุมิโยชิกลับมาได้รับความนิยมนักครั้ง "เพราะผู้คนมองเห็นความคล้ายกับตนเอง" ซาร่าห์ กอมป์สัน ภัณฑารักษ์ฝ่ายภาพพิมพ์ญี่ปุ่นของพิพิธภัณฑ์กล่าว "เราเพิ่งได้ผลงานชิ้นนี้มาไม่นานและยังไม่เคย

จัดแสดงอย่างเป็นทางการ แม้คุมิโยชิจะชื่นชอบเรื่องภาพแมว แต่เราไม่ได้มีผลงานชุดนี้ของเขามากนัก และด้วยความที่คอลเลกชันของ วิลเลียม สเตอร์เจิส บิกโลว์ คิดเป็นราว 60% ของอุกิโยะเอะทั้งหมดใน พิพิธภัณฑ์ MFA Boston ฉะนั้นแอมคิดว่ามันน่าจะเป็นที่ทางที่ดีกว่าแมวมกกว่านี้"

คอลเลกชัน Bigelow

คอลเลกชันอุกิโยะเอะของพิพิธภัณฑ์ MFA Boston เปิดให้ชมผ่านนิทรรศการหมุนเวียนซึ่งจะเปลี่ยนทุกๆ 6 เดือน ผลงานส่วนใหญ่มาจากยุคเอโดะ (ค.ศ. 1603-1868) และใช้สารสีจากพืชเป็นหลัก ทำให้งานมีความประณีตและไวต่อสภาพแวดล้อมเป็นพิเศษ พิพิธภัณฑ์จึงมีห้องจัดแสดงอุกิโยะเอะโดยเฉพาะ พร้อมแนวคิดการจัดแสดงรูปแบบใหม่ที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่การเข้ามาของนักอนุรักษ์ศิลปะ โจน ไรต์ หลังจบการจัดแสดงแต่ละครั้ง ผลงานทั้งหมดถูกนำกลับไปเก็บรักษาอย่างน้อย 5 ปี หรือมากกว่านั้น ไม่มีการไฟดูจัดแสดงถาวร เพราะความไวต่อแสงของสารสี และนั่นเองที่ยังคงยกย่องเสน่ห์ของอุกิโยะเอะ ในฐานะศิลปะแห่ง "โลกที่ล่องลอย" ความงามที่มิจจรัส และยังมีคุณค่าเมื่อได้พบเห็น

ภัณฑารักษ์เล่าด้วยน้ำเสียงภาคภูมิใจ คอลเลกชันอุกิโยะเอะของพิพิธภัณฑ์ MFA Boston เปิดให้ชมผ่านนิทรรศการหมุนเวียนซึ่งจะเปลี่ยนทุกๆ 6 เดือน ผลงานส่วนใหญ่มาจากยุคเอโดะ (ค.ศ. 1603-1868) และใช้สารสีจากพืชเป็นหลัก ทำให้งานมีความประณีตและไวต่อสภาพแวดล้อมเป็นพิเศษ พิพิธภัณฑ์จึงมีห้องจัดแสดงอุกิโยะเอะโดยเฉพาะ พร้อมแนวคิดการจัดแสดงรูปแบบใหม่ที่พัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่การเข้ามาของนักอนุรักษ์ศิลปะ โจน ไรต์ หลังจบการจัดแสดงแต่ละครั้ง ผลงานทั้งหมดถูกนำกลับไปเก็บรักษาอย่างน้อย 5 ปี หรือมากกว่านั้น ไม่มีการไฟดูจัดแสดงถาวร เพราะความไวต่อแสงของสารสี และนั่นเองที่ยังคงยกย่องเสน่ห์ของอุกิโยะเอะ ในฐานะศิลปะแห่ง "โลกที่ล่องลอย" ความงามที่มิจจรัส และยังมีคุณค่าเมื่อได้พบเห็น



Museum of Fine Arts Boston

ที่ตั้ง: 465 Huntington Avenue, Boston, MA 02115 สหรัฐอเมริกา
เวลาเปิดทำการ: 10.00-17.00 น.
วันปิดทำการ: วันอังคาร, วันขึ้นปีใหม่, Patriots' Day, วันชาติสหรัฐฯ (4 กรกฎาคม), วันขอบคุณพระเจ้า และวันคริสต์มาส
เว็บไซต์: www.mfa.org



4. ผลงานภาพพิมพ์ชุด The War of Cats and Mice โดย สึกิโอะ โยชิโตะ 5. ภาพพิมพ์สามเฟรมต่อเนื่อง (ทรูปติก) The Fifty-three Cats of the Ailurophile โดย อุทากาวะ คุมิโยชิ



LAND CRUISER (20 Series)
LAND CRUISER (1957)

เครื่องยนต์ 6 สูบ ขนาด 3,878 ซีซี กำลัง 105 แรงม้า ระบบขับเคลื่อน 4 ล้อ (4WD) พัฒนารุ่นต่อจากรุ่น BJ ในฐานะรถสำหรับการเดินทางบนเส้นทางทุรกันดาร ได้รับฉายาว่า "Land Cruiser" รถรุ่นนี้พัฒนาสู่ยานพาหนะที่พร้อมลุยได้ทุกที่ ด้วยสื่อยภาพการขับเคลื่อนที่ยืดหยุ่น ระบบช่วงล่างที่ให้ความสบาย และการใช้งานที่หลากหลาย ตั้งแต่การขนส่งผู้โดยสาร ไปจนถึงการใช้งานเฉพาะทางอย่างรถดับเพลิงและรถพยาบาล

The Brands

TOYOTA

เรื่องราวการออกแบบของ Toyota จากรถวินเทจยุคบุกเบิก

ในความร่วมมือระหว่าง UT คอลเลกชันนี้หยิบยกรถยนต์รุ่นบุกเบิกจำนวนสี่รุ่น ได้แก่ Land Cruiser, Corolla, Toyota 2000GT และ Toyota Hiace Delivery Van ซึ่งสะท้อนแนวคิดสำคัญในประวัติศาสตร์การออกแบบของ Toyota ตั้งแต่รถครอบครัว รถเพื่อการพาณิชย์ ไปจนถึงรถสปอร์ตระดับตำนาน ผ่านเสียงฟ้า และเปิดพื้นที่ให้คุณสนุกกับการแต่งตัวในแบบของตัวเอง เพื่อกอดรหัส DNA นี้ เราได้พูดคุยกับ ทากายูกิ นากาจิมะ ผู้จัดการทั่วไป ฝ่าย Vision Design Division ของ Toyota ถึงแก่นความคิดเบื้องหลังงานออกแบบ และวิธีที่ Toyota ยังคงยืนหยัดอยู่บนรากฐานเดิม ขณะก้าวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดนิ่ง

สนับสนุนภาพถ่ายโดย: พิพิธภัณฑ์โตโยต้า

จิตวิญญาณการผลิตของ Toyota: "เพื่อใครสักคน"

แนวคิดนี้สืบทอดมาจาก ซากุชิ โตโยดะ ผู้ก่อตั้ง Toyota และเป็นคำที่อาทิจิ โตโยดะ ประธานบริษัท มักหยิบยกขึ้นมากลางห้องอยู่เสมอ นี่คือรากฐานของ "โมโนซึกุริ" (Monozukuri) หรือศิลปะแห่งการสร้างสรรคของ Toyota โมโนซึกุริของ Toyota ตั้งอยู่บนหลักคิดที่ชัดเจนว่า ทุกสิ่งที่ทำขึ้นมี "คน" เป็นศูนย์กลาง คนต้องมาก่อนเสมอ กระบวนการออกแบบจึงเริ่มจากการตั้งคำถามว่า เรากำลังออกแบบให้ใคร และสิ่งนั้นจะช่วยชีวิตของเขาได้อย่างไร ก่อนที่ฟังก์ชัน รูปร่าง เทคโนโลยี หรือวิธีการแก้ปัญหาต่างๆ จะถูกพัฒนามา ประเด็นนี้คือรากฐานของงานฝีมือ Toyota และเป็นแก่นแท้ของการออกแบบ จากจุดเริ่มต้นนี้ กระบวนการออกแบบจึงเน้นการทำความเข้าใจผู้ใช้งานอย่างแท้จริง มากกว่าการยึดติดกับประวัติศาสตร์ของรถยนต์เพียงอย่างเดียว แทนที่จะเดินตามกรอบเดิม

ของอุตสาหกรรม Toyota เลือกเชื่อมโยงการออกแบบเข้ากับประวัติศาสตร์ของชีวิตประจำวัน สรรวหาทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดอยู่เสมอ พร้อมคำนึงถึงการเปลี่ยนแปลงของไลฟ์สไตล์และประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป เพื่อให้การออกแบบตอบโจทย์การใช้งานจริงในโลกปัจจุบัน และยังคงใช้ได้ในระยะยาว

แก่นของการออกแบบ: มองเห็นความตั้งใจ

สำหรับ Toyota การออกแบบคือการบอกเล่าเรื่องราวที่ซ่อนอยู่เบื้องหลัง สำหรับ Toyota การออกแบบคือการบอกเล่าเรื่องราวที่ซ่อนอยู่เบื้องหลัง สำหรับ Toyota การออกแบบคือการบอกเล่าเรื่องราวที่ซ่อนอยู่เบื้องหลัง สำหรับ Toyota การออกแบบคือการบอกเล่าเรื่องราวที่ซ่อนอยู่เบื้องหลัง



TOYOTA COROLLA
TOYOTA COROLLA (1966)

เครื่องยนต์ 1077 ซีซี กำลัง 60 แรงม้า รอบเครื่อง 6,000 รอบต่อนาที อัตราเร่ง 0-400 เมตร ใน 19.7 วินาที ความเร็วสูงสุด 140 กม./ชม. รถคอมแพคต์ 5 ที่นั่ง ออกแบบมาให้เหนือกว่ามาตรฐานยุโรป โดดเด่นด้วยไฟหน้าทรง "Leopard-Eye" พากรโปงหน้าโค้งสวย ดีไซน์ด้านท้ายคมชัด พื้นผิวโค้งมนรอบคัน ภายในกว้างขวาง ห้องโดยสารเรียบ และประหยัสน้ำมันเป็นเลิศ ทั้งหมดนี้ตอบโจทย์ความฝันของผู้ขับในชีวิตประจำวันได้อย่างครบครัน

มาอย่างเป็นรูปธรรม เพราะการตกเตียงเพียงอย่างเดียวไม่อาจนำไปสู่ความเข้าใจร่วมกันได้ ความเข้าใจที่แท้จริงเกิดขึ้นจากหลักคิด genchi-genbutsu ของ Toyota ที่ให้ความสำคัญกับการลงมือทำ ทดลอง และเห็นด้วยตนเอง การออกแบบจึงมีบทบาทสำคัญในการเลือกวิธีที่เหมาะสมที่สุด เพื่อสื่อสารแนวคิดออกมาให้ชัดเจนและตรงกัน การสร้างคอมแพคต์คือจุดเริ่มต้นของการออกแบบรถยนต์ และในขณะเดียวกัน การออกแบบประสมการณ์ด้านการเดินทางก็เป็นอีกหนึ่งรูปแบบของการทำให้ "ความตั้งใจของมนุษย์" ปรากฏชัดในโลกจริง

การออกแบบรถยนต์ที่เริ่มต้นจากการสร้างคอนเซปต์

กระบวนการออกแบบของ Toyota เริ่มต้นจากการตั้งคอนเซปต์ ไม่ใช่เพียงการสร้าง "รถที่เคลื่อนที่ได้" แต่คือการออกแบบยานพาหนะที่สามารถยกระดับชีวิตหรือการทำงานของใครสักคน ไม่ว่าจะเป็นการใช้งานเพื่อการพักผ่อนหรือเพื่อการทำงาน เป้าหมายที่แตกต่างกันจะนำไปสู่ทิศทางออกแบบที่แตกต่างอย่างสิ้นเชิง แม้ผู้ใช้งาน 100 คน จะมีคุณค่าและมุมมองแตกต่างกัน 100 แบบ สิ่งสำคัญคือการค้นหาความต้องการพื้นฐานร่วมกัน ก่อนจะเติมคุณค่าเฉพาะตัวลงไปในระดับถัดมา ความแตกต่างของโครงสร้างครอบครัวและช่วงวัย ทำให้รูปแบบการใช้งานแตกต่างกันออกไปหลากหลาย การกำหนดขอบเขตว่าอะไรคือสิ่งที่ต้องรองรับ และอะไรคือสิ่งที่ควรโฟกัส จึงเป็นขั้นตอนสำคัญของการออกแบบ

ก่อนจะพูดถึงรูปร่างภายนอกหรือสไตล์ สิ่งที่ต้องตัดสินใจก่อนคือ แพคเกจจิ้ง หรือโครงสร้างโดยรวมของรถทั้งหมด ตั้งแต่พื้นที่ผู้โดยสาร การจัดวางชิ้นส่วน รูปร่างที่นั่ง ไปจนถึงตำแหน่งเครื่องยนต์และล้อ ซึ่งทั้งหมดถูกกำหนดจากวัตถุประสงค์ของการใช้งานเป็นหลัก

"Plus-Alpha" เอกลักษณ์ของ Toyota

เมื่อคอนเซปต์ชัดเจนแล้ว Toyota จะมองหาสิ่งมากกว่าอยู่เสมอ หรือที่เรียกว่า คุณค่าแบบ "Plus-Alpha" ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ Corolla รุ่นแรก ในยุคที่รถยนต์ระดับเดียวกันมักใช้เครื่องยนต์ขนาด 1,000 ซีซี Toyota เลือกใช้เครื่องยนต์ขนาด 1,077 ซีซี เพื่อมอบสมรรถนะที่เหนือกว่า โดยยังคงอยู่ภายใต้กรอบของระดับเดียวกัน แนวคิดนี้ถูกถ่ายทอดมาสู่งานออกแบบรถยนต์เล็กที่เน้นพื้นที่ภายใน และมักมาพร้อมรูปร่างเหลี่ยมแบบกล่อง แต่ Corolla รุ่นแรกกลับเลือกใช้พื้นผิวที่โค้งมนและมีมิติ สร้างภาพลักษณ์ที่ดูประณีตและหรูหรายิ่งขึ้น ให้ความรู้สึกใกล้ชิดกับรถในระดับที่สูงกว่า

ความคิดสร้างสรรค์ที่ไม่หยุดนิ่ง

ความคิดสร้างสรรค์ของ Toyota เกิดขึ้นจากการทำงานอย่างใกล้ชิดระหว่างนักออกแบบและวิศวกร นักออกแบบมองหาความงาม ขณะที่วิศวกรมุ่งพัฒนาสมรรถนะ ทั้งสองฝ่ายต้องแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและทำงานร่วมกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อค้นหาคำตอบที่ดีที่สุด ตัวอย่างเช่น กระงะมองข้างขนาดเล็กรูปวงรีดูสวยงาม แต่สามารถลดทัศนวิสัย โดยเฉพาะสำหรับผู้ขับขี่ที่มีรูปร่างเล็ก Toyota จึงเลือกออกแบบให้ความสวยงามและการใช้งานสอดคล้องกับสมรรถนะ โดยไม่บังคับให้ผู้ใช้จำเป็นต้องเลือกเพียงอย่างเดียวอย่างหนึ่ง แม้จะเป็นเรื่องยากที่จะตอบโจทย์ทุกคนได้ครบ 100% แต่ Toyota พยายามเข้าใจจุดนั้นให้มากที่สุด ด้วยการพิจารณาดีไซน์จากมุมมอง และกระบวนการขัดกลานี้ไม่ได้สิ้นสุดเมื่อรถออกสู่ตลาด หากยังดำเนินต่อไปผ่านการอัปเดตและปรับปรุงรายละเอียดต่างๆ อยู่เสมอ ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นด้านความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งของ Toyota

รถ 4 รุ่นที่สร้างประวัติศาสตร์ให้ Toyota

เหตุผลที่รถทั้งสี่รุ่นนี้ได้รับเลือกมาเป็นดีไซน์ UT

รถยนต์ทั้งสี่รุ่นที่ได้รับเลือก ไม่ว่าจะเป็น Land Cruiser, Corolla, Hiace และ 2000GT ส่วนเป็นตัวแทน "จุดเริ่มต้น" ของ Toyota ในกลุ่มการใช้งานที่แตกต่างกัน แต่ละรุ่นไม่ได้เป็นเพียงพาหนะ หากคือ หนุมานสำคัญที่หล่อหลอมทั้งแนวคิดการออกแบบ เทคโนโลยี และบทบาทของรถยนต์ในชีวิตผู้คน

Corolla: สัญลักษณ์ของรถครอบครัวของชาติ และหนึ่งในรถที่ขายดีที่สุดในโลก Corolla คือศูนย์กลางของประวัติศาสตร์ Toyota รถที่ถูกออกแบบมาเพื่อชีวิตประจำวันของทุกคนอย่างแท้จริง

Land Cruiser: จุดกำเนิดของรถขับเคลื่อนสี่ล้อและ SUV ภายใต้แนวคิด "ไปได้ทุกที่ และกลับมาได้เสมอ" ความทนทาน สมรรถนะออฟโรด และความเชื่อที่อดิศักดิ์หัวใจหลัก ขณะทำงานออกแบบให้ความสำคัญกับทัศนวิสัยและการควบคุมที่ปลอดภัยในทุกเส้นทาง

Hiace: ผู้บุกเบิกรถแท็กซี่ที่รองรับทั้งการใช้งานเชิงพาณิชย์และส่วนบุคคล รถคันเดียวที่สามารถเป็นเครื่องมือทำงานในวันธรรมดา และพาหนะสำหรับการเดินทางพักผ่อนในวันหยุด สะท้อนบทบาทที่หลากหลายของชีวิตผู้ใช้งาน

2000GT: รถสปอร์ตสมรรถนะสูงระดับตำนานของญี่ปุ่น โมเดลที่แสดงให้โลกเห็นถึงความหลงใหลด้านยานยนต์ ศักยภาพทางวิศวกรรม และความเป็นเลิศด้านการออกแบบของ Toyota

รถทั้ง 4 รุ่นนี้ สะท้อนความหลากหลาย และความลึกซึ้งด้านงานฝีมือของ Toyota ได้อย่างชัดเจนที่สุด

การสร้างอนาคตที่ "เชื่อได้"

ไซมอน ฮัมฟรีส (Chief Branding Officer ของ Toyota) มีกล่าวอยู่เสมอว่า อนาคตที่ดีไม่จำเป็นต้องล้ำเกินจริง แต่ต้องเป็น "อนาคตที่เชื่อได้" รถต้นแบบที่ดูราวกับยานอวกาศอาจสร้างภาพฝันอันน่าตื่นตา แต่หากไม่เชื่อมโยงกับชีวิตจริงของผู้คน ก็ยากจะกลายเป็นคำตอบที่แท้จริง Toyota จึงเลือกใช้วิธีคิดแบบ "การคาดการณ์ย้อนกลับ" ด้วยการจินตนาการภาพอนาคตในอีก 20 ปีข้างหน้า ก่อนถอยกลับมาวางคอนเซปต์ให้สิ่งนั้นสามารถเกิดขึ้นได้จริงภายในช่วง 5 ปีถัดไป กระบวนการนี้ต้องอาศัยมากกว่าข้อมูลหรือการวิจัยพื้นฐาน สันนิษฐานของนักออกแบบมีบทบาทสำคัญไม่แพ้กัน แนวคิดใหม่ๆ มักเริ่มต้นจากการสังเกตสังกยานเล็กๆ ทางวัฒนธรรมและไลฟ์สไตล์ ที่กำลังก่อตัวขึ้นในหลากหลายสาขา ตัวอย่างหนึ่งคือการพัฒนา IMV Origin สำหรับตลาดเกิดใหม่ในแอฟริกา ทีมงานเดินทางไปยังชุมชนชาวมาไซ เพื่อทำการวิจัยในพื้นที่จริง การได้สัมผัสชีวิตประจำวันอย่างใกล้ชิดกลายเป็นกุญแจสำคัญในการค้นหาอนาคตที่ไม่ใช่แค่ล้ำสมัย แต่เป็นอนาคตที่ผู้คนสามารถเชื่อมโยงและใช้งานได้จริง

ความเร็วสูงสุด 220 กม./ชม. ความเร็วเดินทาง 205 กม./ชม. อัตราเร่ง 0-400 เมตร ใน 15.9 วินาที รถ GT สมรรถนะสูงระดับโลกที่พัฒนาร่วมกับ Yamaha Motor สร้างสถิติโลก 3 รายการ และสถิตินานาชาติอีก 13 รายการจากการทดสอบความทนทาน ลักษณะที่สั้นโฉบและไฮโดรไดนามิกช่วยลดแรงต้าน พร้อมสร้างรูปทรงที่งดงามเป็นเอกลักษณ์ เวอร์ชันเปิดประตูต้นแบบได้ปรากฏตัวในภาพยนตร์ James Bond: You Only Live Twice ทำให้รุ่นนี้กลายเป็นไอคอนระดับโลก



TOYOTA 2000GT
TOYOTA 2000GT (1967)

อนาคตของการเดินทาง

เส้นพื้นฐานของรถยนต์ในฐานะยานพาหนะสี่ล้อยังคงอยู่ แต่บางสิ่งจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลง สิ่งแรกคือ ต้นทุน เช่นเดียวกับ Corolla รุ่นแรก Toyota ต้องการทำให้รถยนต์กลับมาเป็นสิ่งที่ผู้คนเข้าถึงได้อีกครั้ง ไม่ใช่เพียงสำหรับคนบางกลุ่มเท่านั้น สิ่งถัดมาคือ ความหลากหลาย เมื่อความต้องการของผู้คนทั่วโลกแตกต่างกันมากขึ้น Toyota จึงมุ่งขยายไลน์อัพ เพื่อให้แต่ละคนสามารถค้นหาหนทางที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของตนเองได้จริง

ขณะเดียวกัน Toyota เดินหน้าสู่เป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอนผ่านแนวคิด Multi-Pathway โดยไม่จำกัดตัวเองไว้แค่รถยนต์ไฟฟ้า แต่เลือกนำเสนอระบบขับเคลื่อนที่หลากหลาย ทั้งเครื่องยนต์สันดาปไฮบริด เซลล์เชื้อเพลิง (FCV) และไฮโดรเจน เพราะศัตรูที่แท้จริงไม่ใช่เทคโนโลยีใดเทคโนโลยีหนึ่ง แต่คือก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂)

เมื่อแหล่งพลังงานและโครงสร้างพื้นฐานแตกต่างกันในแต่ละภูมิภาค คำตอบที่ดีที่สุดย่อมไม่เหมือนกัน การกิจของ Toyota คือการมอบรูปแบบการเดินทางที่เหมาะสมที่สุดให้กับแต่ละบริบท ยกเว้นความสะดวกสบายและคุณภาพชีวิตของผู้คน พร้อมร่วมกันสร้างอนาคตที่ไม่เพียงล้ำสมัย แต่เป็น อนาคตที่เชื่อได้



(จากภาพบนขวาตามเข็มนาฬิกา) สายกราฟิกได้แรงบันดาลใจจากภาพร่างวาดมือในการออกแบบของ Corolla รุ่นแรก ภาพงานศิลปะชิ้นส่วนของชิ้นส่วนต่างๆ เช่น เครื่องยนต์และโครงสร้างของรถ Hiace สายพิมพ์จากแบบร่างและแบบแปลนวาดมือของ 2000GT และสายกราฟิกของ Landcruiser เจนเนอเรชันที่ 2

ประวัติ
Takayuki Nakajima

เข้าร่วมงานกับ Toyota ในปี 1991 หลังสำเร็จการศึกษาจากเพนตากอน โรงเรียนเทคนิคโอจิ เขาทำงานออกแบบภายในให้กับรถยนต์หลากหลายรุ่น ตั้งแต่ Vitz รุ่นแรก Auris, AYGO, iQ, รถต้นแบบ JAPAN TAXI ไปจนถึง GranAce ระหว่างปี 2008-2011 เขาเป็นประจักษ์ที่ยุโรป และในปี 2015 ได้รับตำแหน่ง Chief Designer ของ YARIS รุ่นปัจจุบัน ก่อนจะเข้ารับตำแหน่งผู้อำนวยการฝ่าย Interior Design Studio ในปี 2017 และผู้จัดการทั่วไปตั้งแต่ปี 2021 เป็นต้นมา



เครื่องยนต์ 1,345 ซีซี รองรับน้ำหนัก 500-850 กิโลกรัม ออกแบบมาเป็นรถอเนกประสงค์สำหรับการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า พร้อมใช้งานได้ในทุกสภาพอากาศ โครงสร้างแบบโมโนค็อก (Monocoque) ช่วยให้พื้นรถอยู่ต่ำและสร้างพื้นที่บรรทุกที่กว้างขวางเป็นพิเศษ พลาสนประโยชน์ใช้สอยเชิงพาณิชย์เข้ากับความสะดวกสบายในแบบรถนั่ง สะท้อนแนวคิดการออกแบบที่ยึดมนุษย์เป็นศูนย์กลางของ Toyota อย่างชัดเจน



HIACE DELIVERY VAN
HIACE DELIVERY VAN (1967)

Manga & Anime

MANGA UT SHUEISHA 100th

ผลงานระดับมาสเตอร์พีซจากนิตยสาร Weekly Shonen Jump และ Weekly Young Jump

ฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน 2026 ความร่วมมือระหว่าง UT และ Shueisha กลับมาอีกครั้ง เพื่อฉลองครบรอบ 100 ปีของสำนักพิมพ์ผู้ถือครองวัฒนธรรมมังงะที่ใหญ่มาอย่างยาวนาน การเพิกถอนลิขสิทธิ์มังงะของ Shueisha ในต่างประเทศจะยังคงดำเนินต่อไปตามปกติ อย่างไรก็ตาม การเปิดตัวนิตยสารมังงะรายสัปดาห์ Shueisha 100th Manga UT จะยังคงดำเนินต่อไปตามปกติ



จากญี่ปุ่นสู่สายตาชาวโลก Shueisha ผู้นำระดับโลกแห่งวัฒนธรรมมังงะ

Shueisha ก่อตั้งขึ้นในปี 1926 ในฐานะสำนักพิมพ์รายสัปดาห์ของ Shogakukan และในปีถัดมาสำนักพิมพ์ก็ถูกซื้อโดย Shueisha การก้าวเข้าสู่วาระครบรอบ 100 ปี หรือหนึ่งศตวรรษของการเล่าเรื่องผ่านภาพและตัวอักษร ที่หล่อหลอมวัฒนธรรมมังงะญี่ปุ่นอย่างลึกซึ้ง เมื่อย้อนมองเส้นทางของมังงะผ่านประวัติศาสตร์อันยาวนาน Ribon เปิดตัวในปี 1955 ตามมาด้วย Weekly Margaret ในปี 1963 ก่อนที่ปี 1968 จะเป็นจุดเริ่มต้นของ Shonen Jump ซึ่งในปีถัดมาได้พัฒนาเป็น Weekly Shonen Jump พร้อมรูปแบบการตีพิมพ์รายสัปดาห์ที่เปลี่ยนโฉมวงการ

ไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานสักกี่ศตวรรษ Shueisha ไม่เพียงให้ความสำคัญกับระดับตำนานนับไม่ถ้วน แต่ยังเป็นพื้นที่กับเหล่าศิลปินและผู้เขียนความสามารถ ที่ขับเคลื่อนจินตนาการของผู้อ่านรุ่นแล้วรุ่นเล่า ในวันนี้ ผลงานของ Shueisha ถูกแปลเป็นหลากหลายภาษา และเผยแพร่ไปทั่วโลก พร้อมกับกระแสแอนิเมะและผลงานดัดแปลงฉบับคนแสดงที่เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา มังงะญี่ปุ่นจึงไม่ได้เป็นเพียงสื่อบันเทิงอีกต่อไป หากแต่กลายเป็นหนึ่งในภาษาทางวัฒนธรรมที่ผู้คนทั่วโลกหลงรัก และ Shueisha คือหนึ่งในแรงขับเคลื่อนสำคัญของปรากฏการณ์นั้น



©Gege Akutami/SHUEISHA
©NOBUHIRO WATSUKI/SHUEISHA
©Hiroya Oku/SHUEISHA
©OSAMU AKIMOTO, ATELIER BEEDAMA/SHUEISHA
©Yudetamago/Shueisha
©Yoichi Takahashi
©Masami Kurumada/SHUEISHA
©Yasuhisa Hara/SHUEISHA
©Satoru Noda/SHUEISHA
©P1998-2026
©YoshihiroTogashi1990-1994

EDITORS TALK: BEHIND THE MANGA

บทสัมภาษณ์บรรณาธิการบริหาร Weekly Shonen Jump และ Weekly Young Jump

การพบปะศิลปินและเสียงจาก
ผู้อ่าน—หัวใจของความ "สดใหม่"

Q. Weekly Shonen Jump และ Weekly Young Jump แตกต่างกันอย่างไร และอะไรคือเสน่ห์เฉพาะตัวที่ทำให้มีนิตยสารทั้งสองยังคงโดดเด่นมาจนถึงวันนี้?

ไซโต: แน่นอนว่านิตยสารสำหรับเด็กผู้ชายกับนิตยสารสำหรับเด็กผู้หญิงแตกต่างกันอยู่แล้ว แต่ถ้าพูดถึงแก่นแท้จริงๆ ทั้ง Shonen Jump และ Young Jump ต่างก็มีความปรารถนาเดียวกัน คือการนำเสนอ 'สิ่งใหม่' อยู่เสมอ พยายามทำให้มันน่าสนใจที่สุด GANTZ เริ่มตีพิมพ์ใน Young Jump ตอนนั้นผมยังเป็นแค่ผู้อ่าน และรู้สึกช็อกมาก คิดในใจว่า 'มีอะไรที่น่าสนใจเกิดขึ้นแล้ว' เวลาผ่านไป พอลองกลับไปอ่านอีกครั้ง ความรู้สึกสดใหม่แบบนั้นก็ยังไม่จางหาย มังงะเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการความสดใหม่อยู่ตลอดเวลา และนั่นคือเหตุผลที่นิตยสารทั้งสองเล่มต่างก็เติบโตในทิศทางเดียวกัน แม้จะใช้ภาษาคนละแบบก็ตาม

มาสุซาวะ: ถ้ามองในเชิงประวัติศาสตร์ Shonen Jump เปิดตัวในฐานะ Magazine ของ Kodansha และ Sunday ของ Shogakukan ถึงสิบปี ในช่วงแรก ศิลปินที่มีชื่อเสียงอยู่แล้วจึงไม่ค่อยเลือกเข้าร่วมกับ Jump นั่นทำให้ Jump ต้องหันไปค้นหาและผลักดันศิลปินหน้าใหม่ เรื่องนี้ไม่ได้เกิดจากแผนการอันสวยงาม แต่เกิดจาก 'ความจำเป็น' และความจำเป็นนั้นเองที่กลายเป็นรากฐานของความสำเร็จของ Jump ในเวลาต่อมา ในทางกลับกัน Young Jump เปิดตัวก่อน Young Magazine และ Young Sunday ผู้อ่าน

ที่เติบโตมากับมังงะโหมเริ่มก้าวเข้าสู่วัยผู้ใหญ่ พวกเขาต้องการเรื่องราวที่ไปไกลกว่าเด็ก ทั้งความรัก เรื่องเพศ ความรุนแรง หรือประเด็นที่ซับซ้อนขึ้น Young Jump จึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ด้วยการกำทาบขอบเขตเดิมๆ และก้าวเข้าสู่รูปแบบใหม่ของการเล่าเรื่อง

Q. Weekly Shonen Jump และ Weekly Young Jump พัฒนาและปรับตัวไปตามยุคสมัยอย่างไร?

ไซโต: แม้ยุคสมัยจะเปลี่ยนไปจากจุดเริ่มต้น แต่เป้าหมายหลักของเรายังคงเดิม นั่นคือการสนับสนุนผู้อ่านและตอบสนองต่อสิ่งที่พวกเขากำลังมองหา แรงขับเคลื่อนของนิตยสารแต่ละคนอาจแตกต่างกัน แต่สิ่งหนึ่งที่ศิลปินซึ่งประสบความสำเร็จร่วมกัน คือความมุ่งมั่นในการสร้างผลงานที่ทำให้คนอยากอ่าน เพราะเหตุนี้ นโยบายในการเฟ้นหาหรือเดอส์ และผลงานใหม่จึงไม่เคยเปลี่ยนไปนับตั้งแต่วันแรก และยังคงเป็นแก่นหลักของเราต่อไปในอนาคต

Q. อะไรคือแรงขับเคลื่อนที่ทำให้คุณสามารถปล่อยผลงานใหม่ออกมาได้อย่างต่อเนื่อง?

มาสุซาวะ: นอกจากการพบปะศิลปินแล้ว เรายังยึด 'นโยบายให้ความสำคัญกับพลวัตจากผู้อ่าน' เป็นหัวใจของการทำงาน ก่อนจะมาร่วมงานที่นี่ ผมเคยได้ยินบรรณาธิการรุ่นพี่พูดกันว่า 'ไม่ว่าศิลปินจะมีชื่อเสียงแค่ไหน ถ้าคะแนนโหวตไม่ได้ ชีรีส์นั้นก็จบลงทันที พอได้เข้ามาอยู่ในกองบรรณาธิการจริงๆ พวกเราก็เข้าใจความหมายของคำพูดนั้นทันที สองนิกภาพดูว่า หากครีเอเตอร์กับบรรณาธิการ

ใช้เวลาสองถึงสามปีในการเตรียมซีรีส์หนึ่งเรื่อง แต่พลตอบรับช่วงแรกออกมาไม่ดี ผู้บริหารอาจตัดสินใจภายในเวลาไม่ถึงสามสัปดาห์ว่า เรื่องนี้คงไปต่อไม่ได้

ครีเอเตอร์และบรรณาธิการ—สองบุคคลผู้หล่อหลอมเรื่องราว

Q. เมื่อมองหากริเอเตอร์คนใหม่ อะไรคือสิ่งสำคัญที่สุดสำหรับคุณ?

ไซโต: สำหรับบรรณาธิการบางคน บทพูดคือสิ่งสำคัญที่สุด ขณะที่ยังคนไหน่กับนักภาพงานศิลป์มากกว่า เราจึงเปิดพื้นที่ให้การตัดสินใจอยู่ที่บรรณาธิการซึ่งทำงานร่วมกับครีเอเตอร์โดยตรง หากบรรณาธิการที่ใกล้ชิดกับครีเอเตอร์คนนั้นมองเห็นศักยภาพ เราก็พร้อมจะเต็มใจ ไม่มีเกณฑ์ตายตัว มีเพียงกฎข้อเดียวคือบรรณาธิการแนวหน้าต้องเป็นคนตัดสินใจ

มาสุซาวะ: ในการประชุมพิจารณางานตีพิมพ์แบบรายตอน เราจะตรวจดูรายละเอียดต่างๆ ทั้งหมดสามตอน ผมเป็นคนตัดสินใจขั้นสุดท้ายในฐานะบรรณาธิการบริหาร แต่หลังจากนั้นจะมีเพียงบรรณาธิการที่ได้รับมอบหมายเท่านั้นที่รู้เนื้อหา ด้วยเดดไลน์แบบรายสัปดาห์ ผมไม่สามารถตรวจดูรายละเอียดทุกอย่างได้ หากบรรณาธิการบอกว่า 'ผ่าน' เรื่องราวและงานภาพก็เดินหน้าต่อกัน แต่ถ้าบอกว่า 'ไม่ผ่าน' งานทั้งหมดก็ต้องกลับไปแก้ไข และในกรณีพิเศษที่สุด บางครั้งจะมีเพียงครีเอเตอร์หน้าใหม่ที่อาจยังเป็นวัยรุ่นกับบรรณาธิการจบใหม่แค่สองคนเท่านั้น ที่ร่วมกันสร้างผลงานซึ่งได้ตีพิมพ์ใน Jump หรือ Young Jump ความสำเร็จหรือการยุติของซีรีส์ขึ้นอยู่กับ 'การตัดสินใจ' ของทั้งสองคนนั้นเพียงอย่างเดียว ความรับผิดชอบจึงหนักหนายิ่ง แต่ในขณะเดียวกัน อีสรภาพและความตื่นเต้นที่ได้รับ ก็ไม่มีสิ่งใดมาเทียบได้

ไซโต: ภาพยนตร์หรืออนิเมะต้องอาศัยทีมงานนับร้อยนับพันชีวิต แต่มังงะโดยเนื้อแท้แล้ว มีเพียงศิลปินกับบรรณาธิการแค่สองคนเท่านั้น ความเรียบง่ายนี้เองที่ทำให้เอกลักษณ์ของผลงานยังคง

คมชัด ไม่ถูกลดทอนระหว่างทาง ไม่ว่าความคิดนั้นจะบอกรอบคอบแค่ไหน หากศิลปินและบรรณาธิการเชื่อว่ามันน่าสนใจ เราก็สามารถส่งมันออกสู่สายตาชาวโลกได้ เอกลักษณ์เฉพาะตัวคือหัวใจของความโดดเด่น และเป็นเหตุผลที่มังงะยังคงยืนหยัดเคียงข้างสื่อบันเทิงแขนงอื่น เราจึงตั้งใจรักษาหลักการนี้ไว้ในระบบการทำงานของเรา

ความหลากหลายของศิลปินที่ไม่น่าเชื่อว่ามาจากนิตยสารเล่มเดียวกัน

Q. ความร่วมมือครั้งแรกของ UT ครั้งนี้ รอบรวมผลงานตั้งแต่ทศวรรษ 1970 จนถึงปัจจุบัน คุณรู้สึกอย่างไรเมื่อได้ย้อนกลับไปมองผลงานเหล่านั้นอีกครั้ง?

มาสุซาวะ: ผลงานอย่าง KochiKame, Kinnikuman, Captain Tsubasa และ Saint Seiya ส่วนถูกตีพิมพ์ใน Jump ภายใต้ระบบการแข่งขันจากพลโหวต ผู้อ่านแบบรายสัปดาห์ ส่วนใน Young Jump ก็มีทั้ง GANTZ, Kingdom ต่อด้วย Golden Kamuy ก่อนจะวนกลับมาที่ GANTZ อีกครั้ง ความนิยมของผลงานเหล่านี้คือสิ่งที่หล่อหลอมประวัติศาสตร์ของนิตยสาร พอได้เห็นผลงานทั้งหมดมาอยู่รวมกันบนสื่อชนิดเดียวกันให้บรรยากาศของการแข่งขันในช่วงเวลานั้นหนักกลับมาอีกครั้ง และเป็นความรู้สึกที่ตื่นเต้นมากจริงๆ

ไซโต: ความหลากหลายของสไตส์งานศิลป์เป็นสิ่งที่น่าทึ่งมาก จนคุณแทบไม่อยากเชื่อว่างานทั้งหมดนี้มาจากนิตยสารเล่มเดียวกัน ในฐานะผู้อ่าน เราอาจไม่ได้คิดถึงเรื่องนี้นักนัก แต่เมื่อได้กลับมามอง KochiKame อีกครั้งในฐานะบรรณาธิการ ผมรู้สึกทั้งในลายเส้นของอาจารย์อาคิโมโตะอย่างแท้จริง แม้ Jump จะตีพิมพ์ด้วยมังงะอีกซันและงานภาพที่หวือหวา แต่ KochiKame ก็ไม่เคยเป็นรองในแง่พลังและความแข็งแกร่งของงานศิลป์เลย

ศิลปะที่เกิดขึ้นจากแรงกดดัน:พลังของเส้นสายสีขาวและดำ

Q. อะไรคือเสน่ห์ของมังงะออริจินอลเมื่อเทียบกับอนิเมะ?

ไซโต: อนิเมะส่วนใหญ่คือโลกของภาพสี แต่มังงะถูกสร้างขึ้นจากเพียงสีขาวและดำ เป็นเหมือนการนำงานโมโนโครมไปขึ้นประชันกับสีสันเต็มรูปแบบ เคยมีคนบอกว่ามังงะญี่ปุ่นไม่มีทางไปสู่ระดับโลกได้ เพราะใช้แค่ขาวดำ แต่นั่นไม่ใช่เรื่องจริงเลย Saint Seiya คือหนึ่งในตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด *โกเ็นริ์คของอาจารย์คุรุมาเดะทรงพลังมาก คุรุมาเดะถูกถ่ายทอดออกมาอย่างชัดเจนผ่านโกเ็นริ์คที่ลือลั่นทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นการตัด การขูด หรือการแต้มสีขาวด้วยมือ งานดิจิทัลสามารถแก้ไขได้เสมอ แต่งานโกเ็นริ์คมีโอกาสเพียงครั้งเดียว และคุณสามารถสัมผัสถึงแรงกดดันนั้นได้โดยตรง มังงะจากทศวรรษ 1970 และ 80 มีพลังงานแบบนี้อยู่เต็มเปี่ยม และพลังนั้นก็ยิ่งส่งต่อได้ แม้จะถูกถ่ายทอดลงบนสื่อชนิดก็ตาม

มาสุซาวะ: มังงะอาจเป็นสินค้าประเภทหนึ่ง แต่แตกต่างจากอนิเมะที่ต้องอาศัยทีมงานจำนวนมาก เพราะมังงะแต่ละหน้าถูกวาดขึ้นโดยศิลปินเพียงคนเดียว และนี่เองที่ทำให้มังงะมีสถานะใกล้ชิดกับงานศิลปะ: มันมีร่องรอยของมือความคิด และการตัดสินใจของคนเพียงคนเดียวในทุกเส้นสาย

Q. ถ้าอยากดูมังงะให้สนุก ควรสังเกตรองไหนเป็นพิเศษ?

ไซโต: การพิมพ์ย่อมทำให้รายละเอียดบางอย่างหายไป เช่น โทนสีหรือการไล่เฉดสี หรือฟุ้งเล็กน้อย ไม่ว่าคุณจะใช้เครื่องมือพิมพ์คุณภาพสูงแค่ไหนก็ตาม แต่ภาพวาดออริจินอลนั้นสวยงามกว่าที่ผู้อ่านได้เห็นบนหน้ากระดาษมาก การสร้างมังงะสัปดาห์ละ 20 หน้าเป็นงานที่หนักอย่างยิ่ง และแรงกดดันด้านเวลานี้อาจก่อให้เกิดพลังงาน ความเร็ว ความดิบ และความ

รุนแรงในแบบที่หาไม่ได้จากที่อื่น มังงะรายสัปดาห์จึงมีพลังพิเศษบางอย่างซ่อนอยู่ ถ้าสื่อชนิดเหล่านี้ช่วยให้ผู้คนได้ค้นพบความงามของภาพวาดออริจินอลเหล่านั้นอีกครั้ง พวกเราก็มีความสุขมาก



ประวัติ
ยู ไซโต:

ยู ไซโต: เกิดในปี 1982 และเข้าร่วม Shueisha ในปี 2005 หลังจากส่งสมประ:สภการณ์ทั้งในกองบรรณาธิการ Weekly Shonen Jump และฝ่ายธุรกิจตัวละคร เขาได้รับการแต่งตั้งเป็นบรรณาธิการบริหารของ Weekly Shonen Jump ในเดือนมิถุนายน 2024 ผลงานซีรีส์เด่นที่เขาเคยดูแล ได้แก่ Eyeshield 21, Gintama, Kuroko's Basketball, HUNTER×HUNTER, Nisekoi, World Trigger และอีกมากมาย—ผลงานที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์มังงะโหมร่วมสมัย



ประวัติ
โยชิคาซึ
มาสุซาวะ:

โยชิคาซึ มาสุซาวะ: เข้าร่วม Shueisha ในปี 1997 และอุทิศเส้นทางอาชีพทั้งหมดให้กับกองบรรณาธิการมังงะแนวชายเป็น เขาเคยดำรงตำแหน่งรองบรรณาธิการของ Weekly Shonen Jump และ Grand Jump ก่อนจะได้รับการแต่งตั้งเป็นบรรณาธิการบริหารของ Grand Jump ในปี 2017 และก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งบรรณาธิการบริหารของ Weekly Young Jump ในปี 2021 ปัจจุบัน มาสุซาวะยังดำรงตำแหน่งรองผู้จัดการทั่วไปของฝ่ายบรรณาธิการที่ 4 (กลุ่มมังงะชายเป็น) และเป็นผู้ดูแลผลงานของนักเขียนระดับแถวหน้าจำนวนมาก อาทิ ฮิโรชิ โนดะ, โนริฟูสึ มิซึ, โทโมโกะ ซึเนมียะ, อาคิโกะ ฮิซาฮิเมะ, คาซึมิ ยามาฮิระ, โคจิ โคอิชิ, โนบุรุ ทาคาฮาชิ และเก็นสึ สึซึ

*โกเ็นริ์ค: การสร้างเส้นขาว พื้นผิว มิติ และทัศนียภาพด้วยการขีดหรือจุดลงบนพื้นที่เป็นพื้นผิวที่พิมพ์ลงอย่างละเอียด

2000s-2010s –



Jujutsu Kaisen

(Weekly Shonen Jump, 2018–2024)

เกาะ: อากุตามิ

คำสาปที่ถือกำเนิดจากอารมณ์ด้านมืดของมนุษย์ ไม่ว่าจะเป็นความริบปด ความสยอง หรือความอับอาย ได้แปรเปลี่ยนเป็นพลังทำลายล้างและความตายในโลกที่ไสยศาสตร์ดำรงอยู่ เมื่อนักของ "เครื่องมือไสยเวท" ถูกคลายออก ยูจิ อิตาไดริ นักเรียนมัธยมปลายได้ก้าวเข้าสู่โรงเรียนเวทมนตร์ทางไสยศาสตร์แห่งนครโตเกียว สถาบันที่พิทาศาสตร์เพื่อเปิดป่าวังนรกมากร้าย ยูจิและเพื่อนร่วมชั้นต้องเผชิญการต่อสู้อย่างดุเดือดในโลกลงคำสาป พลังงานเวทมนตร์เพนตาธิเรื่องนี้โดดเด่นด้วยจังหวะการเล่าเรื่องที่กระชับ การตีความระหว่างความสัมพันธ์แห่งความหวัง และวิสัยทัศน์เฉพาะตัวของผู้สร้าง ซีรีส์ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางจากการดัดแปลงเป็นทีวีอนิเมะในปี 2020 และภาพยนตร์ในปี 2021 โดยเรื่องราวในซีซั่น 3 Shibuya Incident Arc – Part 1 เริ่มออกอากาศในเดือนมกราคม 2026

©Gege Akutami/SHUEISHA

Golden Kamuy

(Weekly Young Jump, 2014–2022)

ซาโตรุ โนดะ

โชจิ สุกิโมโตะ การพำนักศึกษาจากสงครามรัสเซีย-ญี่ปุ่น ผู้ได้รับสมญา "สุกิมโตะคนอมตะ" เดินทางสู่ออกโตเพื่อตามหาสมบัติที่เชื่อมโยงกับการก่อวินาศกรรม ที่นั่นเขาได้พบเบาะแสเกี่ยวกับแผนของค่ายของชาวอินูที่ถูกซ่อนไว้ การเดินทางเต็มไปด้วยอุปสรรค ทั้งธรรมชาติอันโหดร้าย นักโทษประหาร และกองกำลังทหาร การพบกับนักอาชญากร เด็กสาวชาวอินูเป็นฉากเรื่องราวการเอาชีวิตรอดที่ผสานการผจญภัย ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และอาหารพื้นถิ่นเข้าไว้ด้วยกัน โดยมีฉากหลังเป็นอกโทไกและซาฮาลินในช่วงปลายยุคเมจิ ซีรีส์สิ้นสุดการออกอากาศในเดือนมกราคม 2026 ต่อเนื่องจากความสำเร็จของอนิเมะ: แลภาพยนตร์ฉบับคนแสดง รวมถึงภาพยนตร์ภาคต่อที่เข้าฉายในเดือนมีนาคม 2026

©Satoru Noda/SHUEISHA



Kingdom (Weekly Young Jump, 2006)

ยาสุฮิสะ ฮาระ

เรื่องราวที่เกิดขึ้นในยุคสงครามระหว่างรัฐของจีน ยุคแห่งความขัดแย้งยาวนานกว่า 500 ปี ถ่ายทอดเส้นทางของกษัตริย์หนุ่มผู้ยิ่งใหญ่ในร่มโพธิ์ดิน และศึกทำพราสาทสงครามที่ไม่ยอมจำนนต่อโชคชะตา ความฝันของทั้งสองค่อยๆ เชื่อมโยงเข้ากับชะตากรรมของเจ็ดแคว้นและตัวละครจำนวนมาก หลอมรวมเป็นมหากาพย์สงครามประวัติศาสตร์ขนาดใหญ่ ซีรีส์ได้รับการยกย่องอย่างสูง และครบรอบ 20 ปีในเดือนมกราคม 2026 เคยได้รับรางวัล Tezuka Osamu Cultural Prize Manga Award ครั้งที่ 17 (ปี 2013) พร้อมการดัดแปลงเป็นทีวีอนิเมะ: 6 ซีซั่น แลภาพยนตร์คนแสดงภาคที่ 5 ซึ่งมีกำหนดเข้าฉายในฤดูร้อนปี 2026

©Yasuhiro Hara/SHUEISHA

1990s-2000s –

Rurouni Kenshin: เรื่องราวความรักของ นักดาบแห่งยุคเมจิ (Weekly Shonen Jump, 1994–1999)

โนบุฮิโระ วาสึกิ

ฮิโร: เคนชิน อดีตมือสังหารแห่งคณะปฏิวัติ พูเป็น ที่รู้จักในนาม "มือพิฆาตตัวเดียว" ได้สาบานว่าจะไม่พรากรชีวิตใครอีกต่อไป และออกเดินทางในฐานะซามูไรเพื่อฆาตกรรมคนด่าใน (ตามสลับคม) หรือ ตามที่หันคมเข้าด้านใน กำกับกลางสังคมญี่ปุ่นในยุคเมจิที่กำลังเปลี่ยนแปลง เมื่อเขาต้องเผชิญหน้ากับอดีตของตนเองไปพร้อมกับ การปกป้องผู้คนรอบข้าง เรื่องราวของความยุติธรรม การไต่ถาม และพลังใจอันเปี่ยมเหลือล้น เปิดเพียงออกมา ภาคต่อ Rurouni Kenshin: Hokkaido Arc เริ่มตีพิมพ์ ในนิตยสาร Jump SQ ตั้งแต่ปี 2017 พรหมลิขิตยังคง นำไปดัดแปลงเป็นอนิเมะและภาพยนตร์จนหลายภาค ซึ่งได้รับเสียงชื่นชมอย่างกว้างขวาง

©NOBUHIRO WATSUKI/SHUEISHA



GANTZ

(Weekly Young Jump, 2000–2013)

ฮิโรยะ โอบุ

ซีรีส์แอ็คชั่นไซไฟที่สร้างแรงสั่นสะเทือนด้วยพล็อตเรื่อง อันเทกนอล พุคบุรุษนรกที่ถูกระงับเสียชีวิตไปแล้ว ถูกเรียกตัวโดย "GANTZ" และถูกบังคับให้เข้าร่วม การต่อสู้กับอสูรกาย ภายใต้กติกาที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ งานภาพที่พิถีพิถันและการนำเทคนิค 3DCG มาใช้ไม่เชิง บทบาท ได้กลายเป็นส่วนสำคัญที่กำหนดเอกลักษณ์ของ ผลงานชุดนี้ หลังถูกรังแกโดย เคย์ คุโรโระ และมาซารุ คาโตะ เพื่อนสมัยเด็ก พินขึ้นมากับอาหารตามต้นฉบับริคคา ภายใต้คำสั่งของทรงกลมสีดำ ทั้งสองถูกผลักเข้าสู่ การทำงานอันตรายที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่องและยาก: ทำความเข้าใจ พลังงานเรื่องนี้ถูกดัดแปลงเป็นทีวีอนิเมะ ในปี 2004 ภาพยนตร์อนิเมะสองภาคในปี 2011 และ ภาพยนตร์อนิเมะ 3DCG เซ็นจูบแบบ GANTZ: O ในปี 2016 นับตั้งแต่ปี 2020 ภาคแยกในชุดแอนิเมะ GANTZ: E ได้รับการตีพิมพ์ผ่านแอนิเม "Young Jump+" โดยมีบทประพันธ์โดยโอบุ และงานภาพโดยชิน ทากิเกสึ

©Hiroya Oku/SHUEISHA

HUNTER × HUNTER

(Weekly Shonen Jump, 1998–)

โยชิฮิโระ โทงาชิ

กอร์น เด็กหนุ่มจากเกาะวาฟ พบพ่อของเขา ฮันเตอร์ ระดับตำนานที่เคยเชื่อว่าเสียชีวิตไปแล้ว ยังคงมีชีวิตอยู่ เพื่อเดินทางรอยพ่อและหวังจะได้พบกับอีกครึ่ง กอร์นออกเดินทางสู่โลกภายนอก โดยมีจุดเริ่มต้นคือการสอบฮันเตอร์อันดับสองชื่อ รันด้วย เบลอ ลีโอ คุราปิก้า และ คีโร่ เขาต้องเผชิญบททดสอบที่โหดร้ายและ ซับซ้อน เรื่องราวที่ก่อทั้งมิตรภาพ การทรยศ การล้างแค้น และ ความขัดแย้งทางอารมณ์ ที่ก้าวข้ามพรมแดนของแฟนฟิชชั่นและ ศิลปิน ในฐานะผลงานศิลปะระดับนาสเซอร์ที่ได้รับความนิยม ทั่วโลก ซีรีส์นี้ถูกดัดแปลงเป็นทีวีอนิเมะสองเวอร์ชันในปี 1999 และ 2011 รวมถึงการแสดงบนเวทีในปี 2023

©P1998-2026



1970s-1980s-1990s –

Saint Seiya

(Weekly Shonen Jump, 1985–1990)

มาซามิ คูรุมาดา:

เซย์ย่า เด็กหนุ่มจากสถานรับเลี้ยงเด็กกำพร้า ถูกตระกูลคิตโตฟูทงอัคริพลส่งไปฝึกฝนอย่างเข้มงวดที่ประเทศกรีซ จนได้รับบรอนซ์คลอสและก้าวขึ้นเป็นเซนต์ หลังจากกลับสู่ประเทศไทย เขาต้องเข้าร่วมการต่อสู้แบบเทคนอยุทธระหว่างเหล่าเซนต์ ชุดเกราะที่ได้รับแรงบันดาลใจจากหมู่ดาว และการเล่าเรื่องที่อ้างอิงเทพปกรณัมกรีก ทำให้ Saint Seiya กลายเป็นผลงานไอคอนิกแห่งทศวรรษที่ 1980 เวอร์ชันอนิเมะซึ่งเริ่มออกอากาศในปี 1986 ได้รับการเผยแพร่ในกว่า 80 ประเทศทั่วโลก และได้รับเสียงชื่นชมอย่างกว้างขวาง

©Masami Kurumada/SHUEISHA



Yu Yu Hakusho

(Weekly Shonen Jump, 1990–1994)

โยชิฮิโร โทงาชิ

ยูซึกะ อูราเมชิ เด็กหนุ่มจอมเทรเสี่ยชีวิตก๊นหัน ขณะพยายามช่วยเหลือเด็กคนหนึ่ง และได้กลายเป็นวิญญาณ เมื่อได้รับโอกาสให้กลับมามีชีวิตอีกครั้งจากโคเอ็นมา บุตรของจอมเวทย์มาส ยูซึกะซึ่งฟื้นคืนชีพในฐานะ "นิกัสโลกวิญญาณ" เพื่อร่วมมือกับภูตเงา: คุราเมะ และโอเอย์ ในการต่อสู้กับเหล่าปีศาจอันแข็งแกร่ง และกลายกษัตริย์เหนือธรรมชาติที่เข้มงวดนี้เองที่ผลงานเรื่องนี้ได้รับรางวัล Shogakukan Manga Award ครั้งที่ 39 ในปี 1993 และถูกดัดแปลงเป็นทีวีอนิเมะ ภาพยนตร์ ส-ครทีวี รวมถึงซีรีส์ Netflix อนิเมะชุดในปี 2023

©YoshihiroTogashi1990–1994

Kochira Katsushika-ku Kameari Kōen-mae Hashutsujo (KochiKame)

(Weekly Shonen Jump, 1976–2016)

โอซามุ อาคิโมโตะ:

หรือที่รู้จักกันในชื่อ KochiKame คอมเมดี้ระดับตำนานที่ถ่ายทอดชีวิตประจำวันอันโกลาหลของคังคิจิ เรียวสึ ตำรวจหน้าซนจอมเท่ก๊ก และเหล่าตัวละครสีสันสดใสที่สอดรับกับตำรวจคาเมอาริ ผลงานชิ้นนี้สร้างสถิติด้วยการตีพิมพ์ต่อเนื่องยาวนานถึง 40 ปี รวมทั้งหมด 201 เล่ม หรือถูกดัดแปลงเป็นอนิเมะ ภาพยนตร์ และยังคงเป็นหนึ่งในสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงสุดในบรรดาซีรีส์มังงะในปัจจุบัน ปัจจุบันมีการเผยแพร่ลงบนเว็บไซต์ออนไลน์ Shueisha Online

©OSAMU AKIMOTO,ATELIER BEEDAMA/SHUEISHA



Captain Tsubasa

(Weekly Shonen Jump, 1981–)

โยอิชิ ทาคาฮาชิ

เรื่องราวของสึบาสะ โยโซะ: อัจฉริยะลูกหนังผู้เติบโตผ่านการแข่งขันอันดุเดือดตั้งแต่วัยเด็กและค่อยๆ ก้าวสู่เวทีฟุตบอลระดับนานาชาติ ผลงานชุดนี้ถ่ายทอดพลังของความรัก ความพยายาม และการแข่งขันอย่างไม่ย่อท้อ หลังจากมีผลงานสปอนเซอร์หลากหลายเรื่องตีพิมพ์ใน Young Jump, Grand Jump และ Captain Tsubasa Magazine ภาคล่าสุด Captain Tsubasa: Rising Sun FINALS ได้รับการเผยแพร่ในรูปแบบสตูดิโอแอนิเมชันเว็บไซต์ "Captain Tsubasa WORLD" ซีรีส์นี้มีบทบาทสำคัญในการจุดกระแสฟุตบอลในญี่ปุ่น และสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักฟุตบอลอาชีพทั่วโลก

©Yoichi Takahashi

Kinnikuman

(Weekly Shonen Jump, 1979–1987; 2011–)

ยูเดะ ทามาโกะ:

ผลงานระดับตำนานที่สร้างชื่อให้ยูเดะ ทามาโกะ เล่าเรื่องราวของซูกรู กิมมิก ยอดมนุษย์จากดาวกิมมิก ฟูตองงะในตอนที่แรก แต่ค่อยๆ เติบโตผ่านการต่อสู้ที่เข้มข้นและมีมิตรภาพอันลึกซึ้ง เพื่อก้าวผ่านตัวเองและกลายเป็นฮีโร่ที่แท้จริง ภาคชื่อ Kinnikuman Nisei ตีพิมพ์ตั้งแต่ปี 1998 ถึง 2011 ก่อนที่ซีรีส์อนิเมะจะกลับมาดำเนินต่อไปในปี 2011 และตีพิมพ์อย่างต่อเนื่องใน Weekly Playboy และ Weekly Playboy News

©Yudetamago/Shueisha

การถ่ายภาพครั้งนี้จัดขึ้นที่สตูดิโอภายในบ้านของโอโตโมะ พื้นที่ให้ความรู้สึกราวกับฐานลับส่วนตัวบนโซฟาในห้องนั่งเล่นซึ่งทั้งสองนั่งเคียงข้างกัน มีหมอนอิงลายคอลลาจของคาว่ามูระวางอยู่เป็นผลงานที่โอโตโมะใช้งานเป็นประจำและเก็บไว้ใกล้ตัวเสมอ



นำเสนอโดย Kosuke Kawamura สนทนากับ: Katsuhiko Otomo

บรรณาธิการแห่งการออกแบบที่ Kosuke Kawamura รับช่วงต่อจาก Katsuhiko Otomo

นับตั้งแต่การสร้างภาพหลักให้กับนิทรรศการ Katsuhiko Otomo Genga Exhibition ในปี 2012 ความสัมพันธ์ระหว่างโคสุเกะ คาว่ามูระ ครีเอทีฟไดเรกเตอร์ของ UT และศิลปินมังงะระดับตำนานอย่าง คัตสึฮิโระ โอโตโมะ ก็พัฒนาอย่างลึกซึ้ง ทั้งในฐานะการร่วมงานและความผูกพันส่วนตัว ในวันที่ทั้งสองพบกันครั้งแรก คาว่ามูระยังเป็นครีเอเตอร์หนุ่มที่แทบไม่มีใครรู้จัก แต่วันนี้เขาเติบโตขึ้นเป็นศิลปินที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ บางที อาจเป็นเพราะเขาได้รับแรงส่งทางความคิดบางอย่างจากโอโตโมะ ผู้เป็นแรงบันดาลใจให้กับครีเอเตอร์ทั่วโลก เมื่อมองย้อนกลับไปที่คาว่ามูระนิยามโอโตโมะว่าเป็น "ครูทางจิตวิญญาณ" พร้อมกับความทรงจำของผลงานหลากหลายชิ้นที่ทั้งสองร่วมกันสร้างตลอดหลายปีที่ผ่านมามีสำหรับบทสัมภาษณ์ฉบับเต็ม สามารถติดตามได้ที่เว็บไซต์ UT Magazine หรือ hypebeast.com/jp

โอโตโมะใหม่ๆ มักไม่เข้าใจได้ในทันที

คาว่ามูระ: ตั้งแต่ผมได้รับความไว้วางใจให้สร้างภาพหลักของ Genga Exhibition ในปี 2012 ผมก็มีโอกาสได้ร่วมงานกับโอโตโมะในอีกหลายโปรเจกต์ ตอนที่เรารู้จักกันครั้งแรก แทบไม่มีใครรู้จักผม และผมก็ไม่เคยรับงานใหญ่ระดับนั้นมาก่อน แต่เขากลับมอบนิทรรศการคอลลาจที่ผมทำขึ้น ซึ่งเป็นสไตล์ที่ผมรักที่สุด โดยไม่แก้ไขอะไรเลย ตอนนั้นผมกังวลมาก คิดในใจว่า "มันจะโอเคจริงๆ หรือ" แต่สิ่งที่เขาพูดกับผมในวันนั้นยังคงติดอยู่ในความทรงจำเสมอ "คุณสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมา นั่นหมายความว่าผู้คนจะยังไม่เข้าใจมันทันที ให้เวลามันสักหกเดือน แล้วมันจะค่อยๆ แพร่กระจายไปทั่วโลก"

โอโตโมะ: ภายหลังที่สุด ผลงานชิ้นนี้ก็พิสูจน์แล้วว่าป็นตัวลือที่ใช่ที่สุด
คาว่ามูระ: ผลงาน INSIDE BABEL (2017) ซึ่งจัดแสดงในนิทรรศการ Tower of Babel เป็นโปรเจกต์ที่ยากที่สุดเท่าที่ผมเคยทำมา แต่ก็สนุกมาก โอโตโมะคำนวณทุกอย่างอย่างละเอียด ตั้งแต่โครงสร้างภายในของหอคอย ความชื้นของไม้ฉนวน ไปจนถึงตำแหน่งทางเข้า

โอโตโมะ: เราตัดสินใจผ่าตรงกลางของหอคอย เพื่อเปิดให้เห็นโครงสร้างด้านใน ผมตัดทั้งภาพสเก็ตช์ของตัวเองและภาพถ่ายผลงานภาพวาดของบรรดากลุ่มคนมาเป็นชิ้นเล็กๆ แล้วให้คาว่ามูระนำทุกชิ้นมาประกอบเข้าด้วยกัน ใช่ มันคือคอลลาจ

คาว่ามูระ: ผมตัดทุกอย่างออกมาเป็นชิ้นๆ ขนาด 12 พิกเซล เพื่อสร้างลายพิกเซลขึ้นมาใหม่ในรูปแบบดิจิทัล มันแทบจะเหมือนงานพิกเซลอาร์ต ไฟล์สุดท้ายมีมากถึง 25,000 เลเยอร์ ความรู้สึกมันไม่เหมือนการทำคอลลาจเลย แต่มันเหมือนกับการ "วาดภาพ" เป็นครั้งแรกในชีวิต สิ่งที่ทำให้ผมทึ่งที่สุดคือ โอโตโมะระบุทุกอย่างออกมาเป็นตัวเลขเปอร์เซ็นต์ แม้กระทั่งการใส่ระดับสี ทั้งที่เขามีดีท่างานดิจิทัลเป็นหลัก แต่พอผมทำตามทุกอย่างกลับลงสีออกอย่างสมบูรณ์แบบ จนถึงตอนนี้ผมก็ยังสงสัยอยู่เลยว่าสมองของเขากำหนดงานอย่างไร และอีกอย่างคือไม่มีเส้นต้นฉบับของโอโตโมะเหลืออยู่เลย เราลบมันทิ้งทั้งหมด ความเด็ดขาดแบบนั้นน่าทึ่งมากจริงๆ

หัวใจของภาษาการออกแบบแบบ คัตสึฮิโระ โอโตโมะ

คาว่ามูระ: งานออกแบบสื่อฮาร์ดแวร์ของผมบ้างจริงๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อ MEMORIES หรือสื่อฮาร์ดแวร์ในชุด Complete Works ภาพของทั้งสองชิ้นทรงพลังมาก พอเราได้ทำสื่อ INSIDE BABEL ด้วยกัน ผมก็รู้สึกแบบนั้นอีกครั้ง สไตลิ่งวางเลย์เอาต์ของคุณยอดเยี่ยมมาก แม้แต่การเลือกตัวสื่อ และขนาดก็คิดมาอย่างละเอียด คุณมองภาพรวมของชิ้นงานทั้งหมด และคำนวณสมดุลของมันอย่างแม่นยำ คุณยังออกแบบปกหนังสือด้วย ซึ่งพูดตามตรง นักออกแบบส่วนใหญ่ก็ทำไม่ได้ วันนี้มีโอกาสได้ติดตามจริงๆ เลยอยากรู้ว่า เวลาที่คุณวาดภาพกับเวลาที่ออกแบบสื่อฮาร์ดแวร์ วิธีคิดมันเปลี่ยนไปไหม? หรือคุณรู้สึกว่าการใช้สมองคนละส่วนกันหรือเปล่า?



ภาพหลักสำหรับนิทรรศการ Katsuhiko Otomo Genga Exhibition ปี 2012 คอลลาจโดย โคสุเกะ คาว่ามูระ คัตสึฮิโระ โอโตโมะ; INSIDE BABEL ดิจิทัลคอลลาจโดย โคสุเกะ คาว่ามูระ (2017) ภาพพิมพ์ดิจิทัลบนกระดาษ

โอโตโมะ: ก็น่าจะใช่เนี่ย ถ้าเป็นเรื่องการออกแบบ ผมคิดว่าตัวเองได้รับอิทธิพลจากปกอัลบั้มเพลงร็อกยุคเก่า

คาว่ามูระ: เข้าใจเลย
โอโตโมะ: ปกแผ่นเสียงสมัยนั้นที่มาก ผมโตมากับการ์ตูน ชื่อ ศึกษา และ ซิมซิมมันตั้งแต่ยังเด็ก จนมันกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

คาว่ามูระ: อ้อ ขึ้นสื่อฮาร์ดแวร์หรือคก็คือรากฐานของสุนทรียะแบบนี้ใช่ไหม?
โอโตโมะ: ประมาณนั้นแหละ แต่ทุกวันนี้ดนตรีส่วนใหญ่เป็นแบบสตรีมมิ่ง ทุกคนไม่ได้จับปกแผ่นเสียงกันอีกต่อไปแล้ว มันก็น่าเศร้านิดหน่อย สมัยก่อนมีช่วงเวลาแบบนั้น ที่เราซื้อแผ่นเสียงเพราะชอบปก หรือที่เรียกว่า "เลือกชื่อจากปก" แล้วค่อยไปฟังดนตรีข้างในทีหลัง ตอนนั้นแทบไม่มีแล้ว คนรุ่นใหม่มีโอกาสน้อยลงที่จะได้มีปฏิสัมพันธ์กับงานออกแบบด้วยความตั้งใจของตัวเอง นั่นเองที่เราเห็นงานออกแบบของคนอื่นระหว่างเดินไปตามเมือง แต่ส่วนใหญ่ก็แค่เดินผ่านไป หากเราไม่ได้เลือกสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยตัวเอง หรือไม่ได้สัมผัสมันอย่างใกล้ชิด งานออกแบบก็ยากที่จะพัฒนาไปได้

ประวัติ Katsuhiko Otomo

เกิดปี 1954 จังหวัดมิยาซึ ศิลปินมังงะและผู้ที่กำกับภาพยนตร์ เปิดตัวปี 1973 ด้วยผลงาน Gunshot ในนิตยสาร Manga Action Special Edition (สำนักพิมพ์พญาบาท); ผลงานเด่น ได้แก่ Domu และ AKIRA ในปี 1988 ภาพยนตร์อนิเมชัน AKIRA ที่กำกับด้วยตนเอง เข้าฉายในโรงภาพยนตร์ และส่งอิทธิพลอย่างกว้างขวางต่อวงการมังงะและอนิเมชันตั้งแต่ทศวรรษ 1980 เป็นต้นมา ตั้งแต่ปี 2022 Katsuhiko Otomo Complete Works ซึ่งวางแผงพร้อมทั้งหมด 42 เล่ม ได้เริ่มตีพิมพ์โดยสำนักพิมพ์โคดันฉะ





The Phantom of the Opera โรแมนติกแห่งความรักและความโหดเดี้ยวภายใต้หน้ากาก

"The Phantom of the Opera" ผลงานมีวลีลึกลับของ แอนดรูว์ ลอยด์ เวบเบอร์ ดัดแปลงจากนวนิยายของ กาสตง เลอรูซ์ (1910) เรื่องราวเกี่ยวกับชายลึกลับสวมหน้ากากที่ซ่อนตัวในโรงอุปรากรปารีสและใช้ความหวาดกลัวครอบงำผู้คน เขาหลงรักนักร้องสาว คริสติน ดาโอ และอุทิศตัวเพื่อหล่อหลอมพรสวรรค์ของเธอ ตั้งแต่เปิดการแสดงในปี 1986 The Phantom of the Opera ได้แสดงใน 205 เมือง 58 ภูมิภาค และ 23 ภาษา ตลอด 40 ปี มีผู้ชมกว่า 160 ล้านคนทั่วโลก บทเพลงของ แอนดรูว์ ลอยด์ เวบเบอร์ เช่น "The Music of the Night," "All I Ask of You," และ "Masquerade" ช่วยจับใจเรื่องราวและสร้างความประทับใจ นอกจากนี้ ในปี 2026 ลครเพลงเรื่องนี้จะครบรอบ 40 ปี และยังคงเป็นผลงานระดับตำนานที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง

โรงละคร His Majesty's Theatre

โรงละคร His Majesty's Theatre ตั้งอยู่บนถนน Haymarket เปิดทำการครั้งแรกในปี 1705 นับเป็นหนึ่งในโรงละครที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของเมืองนี้ เดิมรู้จักกันในชื่อ The Queen's Theatre โรงละครแห่งแรกที่ตั้งอยู่บนพื้นที่นี้สร้างขึ้นโดยจอห์น เวนนุทรี และได้รับพระราชทานนามโดยได้รับพระราชทานจากสมเด็จพระราชินีแอนน์ในการตั้งชื่อ นับตั้งแต่บัดนั้นมา โรงละครแห่งนี้ได้รับการสร้างขึ้นใหม่ถึงสามครั้ง และมีการเปลี่ยนชื่อให้สอดคล้องกับพระมหากษัตริย์อังกฤษในแต่ละรัชสมัย อาคารปัจจุบันซึ่งออกแบบโดยชาร์ลส์ เจ. ฟินส์ และก่อสร้างเสร็จในปี 1897 ได้รับการตั้งชื่อว่า Her Majesty's Theatre เพื่อถวายพระเกียรติแด่สมเด็จพระราชินีนาถวิกตอเรีย ต่อมาเมื่อพระเจ้าเอ็ดเวิร์ดที่ 7 เสด็จขึ้นครองราชย์และได้รับพระบรมราชานุญาต ชื่อโรงละครจึงเปลี่ยนเป็น His Majesty's Theatre และเมื่อเริ่มต้นรัชสมัยของสมเด็จพระราชินีนาถเอลิซาเบธที่ 2 ก็มีการเปลี่ยนชื่ออีกครั้งภายใต้พระบรมราชานุญาตเช่นเดียวกัน ในปี 2023 โรงละครได้รับการเปลี่ยนชื่ออีกครั้งภายใต้พิธีบรมราชาภิเษกของสมเด็จพระราชินีชาร์ลอตต์ที่ 3 ภายใต้โรงละครประดับด้วยพรมและที่นั่งกำมะหยี่สีแดงสอดรับกับลวดลายตกแต่งบนเพดานและผนังอย่างวิจิตรตระการตา สร้างบรรยากาศหรูหราที่ช่วยให้ผู้มาเยือนต้องตื่นตา ลครเพลงเรื่อง The Phantom of the Opera ผลงานของแอนดรูว์ ลอยด์ เวบเบอร์ ได้จัดแสดง ณ ที่แห่งนี้อย่างต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 1986



57 Haymarket, London SW1Y 4QL, United Kingdom HP: <https://lwtheatres.co.uk/>



Wicked การค้นหาความกล้าที่จะเป็นตัวของตัวเอง

ก่อนที่ โดโรธี จะก้าวเข้าสู่ดินแดนอ้อซ ยังมีอีกหนึ่งเรื่องราวที่ไม่เคยถูกเล่า Wicked ตีความโลกของ พ่อมดแห่งอ้อซ ฟานนิดาที่ไม่น่าจะเกิดขึ้น ระหว่าง เอลฟาบา หญิงสาวผิวสีเขียวผู้ถูกพลีชีพ ซึ่งโชคชะตาพาให้เธอกลายเป็น "แม่มดร้ายแห่งทิศตะวันตก" และ กลินดา หญิงสาวผู้ปลงประภาย ที่ต่อมาจะเป็นที่รู้จักในนาม "กลินดา แม่มดดี" ด้วยภาพการแสดงอันตระการตาและอารมณ์ที่เข้มข้น Wicked ทำการทลายความคิดเรื่องความดีและความชั่ว ฟานนิดาที่ยืนหยัดของเอลฟาบา ต่ออคติและการกดขี่ บทเพลงไอคอนิกอย่าง Defying Gravity เปรียบเสมือนดั่งมือแห่งการยืนยันตัวตน ที่ทำให้ผู้ชมแทบสิ้นหายใจ และทำให้วลีลึกลับเรื่องนีกลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลก จนถูกดัดแปลงเป็นภาพยนตร์สองภาค Wicked และ Wicked: For Good

คู่มือสู่ละครเวทีระดับตำนานที่คนทั้งโลกหลงรัก

ลครเพลงคือศิลปะที่ถักทอเสียงดนตรี การแสดง และการเต้นรำเข้าไว้เป็นหนึ่งเดียว บางครั้งยังผสานกายกรรม ดนตรีแจ๊ซ หรือกลอุบายทางภาพเพื่อสร้างโลกเหนือจินตนาการด้วย ตั้งแต่มหากาพย์ประวัติศาสตร์อันยาว งานแสดงสุดล้ำด้วยเทคโนโลยี ไปจนถึงผลงานเรียบง่ายแต่กล้าทำทางศิลปะ: ความหลากหลายนั้นช่างน่าทึ่ง เพียงคุณนั่งลงบนที่นั่ง การเดินทางข้ามกาลเวลาและสถานที่ก็เริ่มต้นขึ้นทันที

หัวใจของทุกสิ่งคือบทเพลง เพราะอารมณ์ของเหล่าตัวละครจะถูกถ่ายทอดออกมาผ่านเสียงดนตรี และเมื่อบางเรื่องจบลงแล้ว ท่วงทำนองนั้นก็ยังคงดังก้องอยู่ในใจ ซึ่งไม่ว่าคุณอาจจะเพลงอันไพเราะระหว่างทางกลับบ้านก็ได้ การแสดงเช่นนี้เยี่ยม

ที่สุดมักเพียงหนึ่งใหม่ในทุกครั้งที่รับชม ซึ่งตั้งดูดีให้ผู้ชมกลับมาอีกครั้งแล้วครั้งเล่า และพลังดึงดูดเช่นนี้เองที่ทำให้ผลงานคลาสสิกสามารถแสดงได้อย่างยืนยาว นานนับทศวรรษ

ลครเพลงจำนวนมากยังเชื่อมโยงกับเหตุการณ์จริง บุคคลสำคัญทางประวัติศาสตร์ และประเด็นสังคมร่วมสมัยอันสอดคล้องกับแนวคิดของเชกสเปียร์ ที่มองว่าโรงละครคือกระจกสะท้อนสังคม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องราวแฟนตาซีและความรัก อันชวนปลื้มปริ่มไปจนถึงโศกนาฏกรรมที่บีบคั้นหัวใจ และผลงานสุดเข้มข้นที่ตั้งคำถามต่อสังคม ลครเพลงพร้อมมอบความรู้สึกอันน่าประทับใจ ซึ่งคู่ควรแก่การสัมผัสอย่างยิ่ง



Museum

The Louvre × Martin Parr

มองโลกผ่านศิลปะ: มองศิลปะผ่านโลก

ยูนิโคลส์ออร์มัลลิกถึง มาร์ติน พาร์ ช่างภาพระดับตำนาน ผู้ทิ้งผลงานและมุมมองอันเป็นเอกลักษณ์ไว้ให้โลกศิลปะ: ภายหลังจากความร่วมมือพิเศษครั้งนี้ พาร์ได้พูดคุยกับเราเกี่ยวกับประสบการณ์การถ่ายภาพภายในพิพิธภัณฑ์ลูฟวร์ พื้นที่ซึ่งศิลปะ: ประวัติศาสตร์ และชีวิตร่วมสมัยมาบรรจบกัน สำหรับโปรเจกต์นี้ ภาพถ่ายที่เปี่ยมด้วยอิโหวพริบ อารมณ์ขัน และสายตาด้านเทคนิคของเขา ยังคงสะท้อนวิธีมองโลกผ่านศิลปะ: และมองศิลปะผ่านผู้คน ผลงานเหล่านี้ ไม่ได้หยุดอยู่แค่ในช่วงเวลาหนึ่ง แต่ยังคงสร้างแรงบันดาลใจและมอบความเพลิดเพลินให้กับผู้ชมทั่วโลกต่อไปอีกหลายเจเนอเรชัน

Q. ขอบคุณมากที่สุดเวลาพูดคุยกับเราในวันนี้ อยากเริ่มต้นด้วยโปรเจกต์ UT x Louvre ประสบการณ์การทำงานครั้งนี้เป็นอย่างไรบ้าง?
 ดีมากเลย สิ่งที่สำคัญที่สุดคือแทบไม่มีพุงจน ผมเคยถ่ายภาพลูฟวร์ในช่วงที่พุงผมแน่นเต็มพีก่อน ดังนั้นการได้เห็นสถานที่แห่งนี้ในบรรยากาศที่โล่งและเขียวสงบจึงให้ความรู้สึกพิเศษมาก เราสามารถเดินไปที่ไหนก็ได้พร้อมกับนายแบบและนางแบบ ได้ใช้เวลาอย่างเต็มที่ ทุกอย่างเป็นไปอย่างสบายๆ และสนุกมาก

Q. การได้ทำงานในพิพิธภัณฑ์ที่ไม่มีคน ให้ความรู้สึกแตกต่างจากการถ่ายภาพแนวสตรีทที่คุณคุ้นเคยหรือไม่?
 แตกต่างมาก ถ้าผมถ่ายภาพเพื่อตัวเอง ผมคงอยากให้มีผู้คนอยู่ในเฟรม เพราะนั่นคือสิ่งที่ผมสนใจมาโดยตลอด แต่สำหรับครั้งนี้ หัวใจสำคัญคือการได้เข้าถึงพื้นที่ในแบบพิเศษ โดยแทบไม่มีผู้คนเลย จากจุดนั้น คุณต้องหาสมดุลให้ได้ ระหว่างนายแบบและนางแบบกับพื้นที่ ระหว่างสื่อพิกเซลกับผลงานศิลปะ โดยที่ภาพยังคงพลังของมันเอาไว้ หลังจากถ่ายภาพมานานกว่าห้าสัปดาห์ การตัดสินใจแบบนี้เกิดขึ้นกับผมอย่างเป็นธรรมชาติแทบจะทันที

Q. คุณถ่ายภาพหน้าโมนาลิซ่าในลักษณะเดียวกับผลงานก่อนหน้านี้ ตั้งใจให้เป็นแบบนี้หรือไม่?
 ถ้าคุณอยู่ในห้องโมนาลิซ่า คุณก็แทบจะทำแบบนี้อยู่แล้ว คุณถ่ายภาพภาพวาด ส่วนผมถ่ายภาพผู้คนที่ยืนอยู่ตรงหน้าภาพวาดเหล่านั้น มันแทบจะหลีกเลี่ยงไม่ได้เลย

Q. คุณรู้สึกอย่างไรกับภาพที่ถ่ายออกมา รวมถึงการที่ภาพเหล่านี้จะถูกนำไปพิมพ์ลงบนเสื้อยืด?
 ผมพอใจกับมันนะ และก็ชอบไอเดียที่ภาพของผมจะไปอยู่บนเสื้อยืดด้วยท่าไม่ว่าไม่ได้ล่ะ ผมเคยบอกไว้แล้วว่าผมเป็นช่างภาพที่ "ไม่เลือกที่อยู่" เอาまくๆ ผมสนุกกับการได้เห็นภาพของตัวเองไปอยู่บนอะไรก็ได้ ไม่ว่าจะไปบนการ์ด จั๊กจ๊วต ฟันหนังพริกแห้ง และตอนนี้ก็เสื้อฟ้า ถ้า

วันหนึ่งผมเห็นใครสักคนใส่เสื้อที่มีภาพของผมเดินอยู่บนถนนผมคงเดินเข้าไปหาเขา แล้วบอกว่า "ผมเป็นคนถ่ายภาพนี่เอง"

Q. สามารถโฟกัสเปลี่ยนพฤติกรรมของคุณไปมากสิ่งนี้เปลี่ยนความสนใจของคุณในการถ่ายภาพผู้คนด้วยไหม?
 สามารถโฟกัสเปลี่ยนทุกอย่างจริงๆ ผมตั้งกับทำหนังสือถึงเล่มจากภาพผู้คนที่ใช้โทรศัพท์และถ่ายเซลฟี่ ผมเลือกใช้ประโยชน์จากทุกสิ่งที่เกิดขึ้นมากกว่า ไม่เคยกังวลเลยว่าคนถ่ายภาพจะเป็นมือสมัครเล่นหรือมืออาชีพ สำหรับผมมีแค่คำถามเดียวคือ ภาพนั้นดีหรือไม่ดี แค่นั้นเอง ส่วนอินสตาแกรมก็เป็นพื้นที่ที่มีประโยชน์มาก ช่วยให้เราได้ค้นพบคนใหม่ๆ หน้าใหม่อยู่ตลอดเวลา

Q. แล้วคุณนิยามคำว่า "ภาพถ่ายที่ดี" อย่างไร?
 ผมอธิบายไม่ได้จริงๆ ถ้าผมรู้ว่าต้องอธิบายภาพถ่ายที่ดีอย่างไร ผมคงเลิกเป็นช่างภาพไปนานแล้ว กระบวนการทำงานของผมเรียบง่ายมาก ผมถ่ายภาพ ประทับใจ จากนั้นเลือกพิมพ์ออกมาประมาณสิบเปอร์เซ็นต์ ในขนาด 20 x 30 เซนติเมตร แล้วค่อยกลับมาเลือกและปรับจากภาพพิมพ์เหล่านั้นอีกครั้ง สำหรับผม ถ้าในหนึ่งปีได้ภาพที่รู้สึกว่าเป็น "ดีจริงๆ" สักสิบภาพ แค่นั้นก็ถือว่าเยอะมากแล้ว

Q. คุณเคยบอกว่าการถ่ายภาพเหมือนเป็นการบำบัดสำหรับคุณ หมายความว่าอย่างไร?
 ความสัมพันธ์ของผมกับประเทศบ้านเกิดอย่างอังกฤษค่อนข้างซับซ้อน ผมทั้งรักและเกลียดมันในเวลาเดียวกัน และการถ่ายภาพคือพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้ผมได้สำรวจความรู้สึกขัดแย้งเหล่านั้น บางแง่มุมของประเทศนี้ทำให้ผมรู้สึกอึดอัด โดยเฉพาะเรื่องการเมือง แต่ขณะเดียวกันก็มีสิ่งเล็กๆ ที่ผมรักมาก ไม่ว่าจะเป็นการดื่มชา การไปงานแสดงการเกษตร หรือการใช้เวลาเริ่มทะเล ความรู้สึกแบบนี้อธิบายออกมาเป็นคำพูดได้ยาก แต่ภาพถ่ายกลับถ่ายทอดมันได้ดีกว่า เพราะสุดท้ายแล้ว ผมเป็นช่างภาพ ไม่ใช่ นักเขียน

"ถ้าในหนึ่งปี ผมได้ภาพที่ดีจริงๆ สักสิบภาพ นั่นก็ถือว่าเยอะแล้ว"



(เรียงตามเข็มนาฬิกาจากด้านซ้ายบน)
 ดีไซน์ที่ 1 ได้รับแรงบันดาลใจจากแฟนเพจภายในพิพิธภัณฑ์ลูฟวร์
 ถ่ายทอดภาพถ่ายพื้นที่จัดแสดง Winged Victory of Samothrace ในปีค.ศ. 1868 ห้อง 703 ด้วยสไตล์ที่ชวนให้นึกถึงโปสเตอร์ภาพยนตร์สารคดีซึ่งเป็นลายเซ็นของศิลปิน
 อีกด้านหนึ่งคือจากอุโมงค์หัวใจ เมื่อเด็กหญิงยืนพร้อมบิดาในภาพ Portrait of Caroline Rivière ของฌ็อง-โฌแซ็ฟ-โฌแซ็ฟ อ็องทรี
 ขณะที่ภาพถ่ายอีกชุดบันทึกการเคลื่อนไหวของหุ่นที่พิพิธภัณฑ์ประติมากรรมกรีก-โรมันโบราณ Athena Parthenos หรือที่รู้จักกันในชื่อ Minerva with a Necklace
 และแน่นอนว่าขาดไม่ได้กับการจำลองบรรยากาศของนักท่องเที่ยวที่กำลังถ่ายภาพ Mona Lisa ในห้อง 711 หนึ่งในพื้นที่ที่คึกคักที่สุดของลูฟวร์ ภาพของหุ่นที่ยกสามารถโฟกัสพร้อมกัน กลายเป็นภาพสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างศิลปะ-กาลาสติกกับวัฒนธรรมร่วมสมัยในยุคปัจจุบัน



Q. คุณมองความรับผิดชอบของตัวเองในฐานะช่างภาพอย่างไร โดยเฉพาะในแง่ของการบันทึกโลกและการดูแลรักษาผลงานเหล่านี้? ผมรู้สึกว่ามีความรับผิดชอบอยู่พอสมควร ยังมีอีกหลายสิ่งในโลกนี้ที่ผมยังไม่ได้ถ่ายภาพ และผมก็รู้ว่าไม่มีทางบันทึกทุกอย่างไว้ได้ทั้งหมด แต่ผมก็ยังถ่ายต่อไป เพราะอย่างน้อยผมอยากเก็บภาพในสิ่งที่ผมทำได้ ตลอดหลายปีที่ผ่านไป ผมสร้างคลังภาพขนาดใหญ่ขึ้นมาราว 56,000 ภาพ และตอนนี้ผมใส่คีวีเวิร์ดให้กับทุกภาพ จัดระเบียบอย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถค้นหาและเข้าถึงได้ง่าย สำหรับผม การเก็บรักษาผลงานในรูปแบบที่ผู้คนในอนาคตยังสามารถดูและใช้งานได้ เป็นเรื่องสำคัญมาก นั่นจึงเป็นเหตุผลที่เราก่อตั้ง Martin Parr Foundation ขึ้นที่เมืองบริสตอล

Q. คุณเป็นพี่เลี้ยงให้กับช่างภาพรุ่นใหม่ผ่านมูลนิธิของคุณ คุณให้คำแนะนำอะไรกับพวกเขาบ้าง?

การถ่ายภาพไม่ใช่เรื่องง่าย หลายคนคิดว่ามันง่าย แต่จริงๆ แล้วต้องใช้ความพยายามมากกว่าจะค้นหา "เสียง" ของตัวเองเจอ คนส่วนใหญ่มักกุมทักไม่มากพอ คุณต้องหมกมุ่นกับมัน และต้องออกไปถ่ายภาพอยู่ตลอดเวลา เวลาที่ผมให้คำปรึกษา ผมมักถามช่างภาพว่า ภาพไหนในแฟ้มผลงานของเขาน่าสนใจที่สุด และเพราะอะไร คำตอบนั้นบอกอะไรได้หลายอย่างเกี่ยวกับวิถีคิดของเขา และเมื่อใครสักคนทำงานออกมาเยอะพอ คุณจะมองออกทันทีว่าผลงานนั้นไปถึงจุดไหนแล้ว

Q. ฤดูใบไม้ผลินี้ คุณไปถ่ายภาพเที่ยวในช่วงซากุระบานสำหรับ Kyotographie เป็นอย่างไรบ้าง?

ยอดเยี่ยมมาก ความคลั่งใคล้ซากุระของญี่ปุ่นเป็นสิ่งที่ผมรู้สึกว่ามันทั้งเสมอ

ปีนี้อากาศดีมาก และผู้คนก็หนาแน่นจนแทบจะยัดตัวไม่ได้ ความอลหม่านแบบนี้เหมาะกับการถ่ายภาพมาก ตัวนิทรรศการเองก็สนุกดี เพราะทั้งผู้ชมของ Kyotographie และนักท่องเที่ยวก่อตัวต่างก็แวะเวียนเข้ามาดูงาน ทำให้พื้นที่เต็มไปด้วยพลังและการเคลื่อนไหวตลอดเวลา

Q. แล้วคุณจะไปสี่ล้อ UT ไหม?

มีความเป็นไปได้สูงเลยนะ:หวังว่าเขาจะส่งอะไรมาให้ผมบ้าง



"ยังมีอีกหลายอย่างในโลกนี้ที่ผมยังไม่ได้ถ่ายภาพ และผมก็รู้ว่าไม่มีทางเก็บทุกอย่างได้หมด แต่ผมก็ยังถ่ายต่อไป เพราะผมอยากเก็บภาพในสิ่งที่ผมเก็บได้"



Notes on Martin Parr เกี่ยวกับ Martin Parr



(above) Martin Parr, Martin Parr Foundation, Bristol, England, 2025
© Martin Parr Foundation
(below) Install shot of the Martin Parr exhibition Chew Stoke, Martin Parr Foundation, Bristol, England, 2023
© Martin Parr Foundation

Martin Parr Foundation

Martin Parr Foundation

Martin Parr Foundation คือองค์กรการกุศลที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนทั้งช่างภาพรุ่นใหม่ ช่างภาพที่เป็นที่ยอมรับ และช่างภาพที่มักถูกมองข้าม โดยให้ความสำคัญกับผลงานที่สะท้อนเรื่องราวของสหราชอาณาจักรและไอร์แลนด์ การศึกษาของมูลนิธิคือการอนุรักษ์ผลงานภาพถ่ายที่มีคุณค่าควบคู่กับการผลักดันให้การถ่ายภาพเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เข้าถึงได้ มูลนิธิเปิดทำการที่เมืองบริสตอลในปี 2017 และเป็นทั้งเก็บรวบรวมคอลเลกชันด้านการถ่ายภาพซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งภาพพิมพ์ ต้นแบบหนังสือภาพ (book dummies) แฟ้มผลงาน และคลังภาพสำคัญ อาทิ ผลงานของ เดวิด เอิร์น, วาล วิลเลียมส์ และคริส คิลลิป คอลเลกชันเหล่านี้ได้รับการดูแลรักษาในฐานะแหล่งข้อมูลระยะยาวสำหรับการชมและการค้นคว้าวิจัย เพื่อให้คนรุ่นต่อไปยังสามารถเข้าถึงได้ Martin Parr Foundation จัดนิทรรศการเข้าชมฟรีเป็นประจำ พร้อมกิจกรรมเสวนาและเวิร์กช็อปที่สะท้อนความหลากหลายของวัฒนธรรมอังกฤษและไอร์แลนด์ นอกจากนี้ยังมีห้องสมุดหนังสือภาพถ่ายเฉพาะทาง โดยการเป็นสมาชิกช่วยสนับสนุนภารกิจของมูลนิธิ และมอบสิทธิเข้าถึงพื้นที่และโปรแกรมต่างๆ ก่อนใคร

แกลเลอรีเปิดให้เข้าชมวันพฤหัสบดี-อาทิตย์ เวลา 10.00-17.00 น. และสามารถนัดหมายเข้าชมนอกเหนือจากเวลาทำการได้

address: 316 Paintworks, Bristol BS4 3AR United Kingdom



(above) The Golden Pavilion, Temple Kyoto, Japan, 1993
© Martin Parr / Magnum Photos
(below) Cherry Blossom, Kyoto, Japan, 2025
© Martin Parr / Magnum Photos

Kyotographie 2025

KYOTOGRAPHIE

KYOTOGRAPHIE เป็นเทศกาลภาพถ่ายระดับนานาชาติที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในฤดูใบไม้ผลิ ณ เมืองเกียวโต โดยนำเสนอผลงานของศิลปินญี่ปุ่นและศิลปินนานาชาติที่ทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และพื้นที่ร่วมสมัยทั่วทั้งเมือง เทศกาลครั้งที่ 13 ภายใต้หัวข้อ Humanity จัดขึ้นระหว่างวันที่ 12 เมษายน - 11 พฤษภาคม 2025 นำเสนอผลงานของศิลปินและกลุ่มศิลปินจำนวน 14 รายจากทั่วโลก เพื่อสำรวจมิติที่หลากหลายของประสบการณ์ความเป็นมนุษย์ผ่านภาพถ่าย หนึ่งในศิลปินที่เข้าร่วมคือ มาร์ติน พาร์ โดยนิทรรศการของเขาจัดแสดงที่ TIME'S อาคารแลนด์มาร์คชื่อดังแบบโมเดิร์น ทาดาโอะ อันโด ตั้งอยู่ในย่านท่องเที่ยวที่คึกคักที่สุดแห่งหนึ่งของเกียวโต การจัดแสดงครั้งนี้นำภาพพิมพ์ขนาดใหญ่จากชุดผลงาน Small World ซึ่งเขากำหนดอย่างยาวนาน มารวมกับสไลด์โชว์ภาพถ่ายชุดใหม่ที่ถ่ายในช่วงฤดูซากุระบาน ถ่ายทอดมุมมองอันละเอียดละบางและเพ่งอารมณ์ขึ้นต่อปรากฏการณ์ของนักท่องเที่ยวจำนวนมากมหาศาลที่หลั่งไหลเข้ามา ในการให้สัมภาษณ์ มาร์ติน พาร์ กล่าวถึงช่วงเวลาที่เขาใช้ชีวิตอยู่ในเกียวโตว่า เขาได้พบและพูดคุยกับผู้คนจำนวนมากที่หลงใหลการถ่ายภาพ ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่เขารู้สึกพลัดพลัดและประทับใจอย่างยิ่ง

ประวัติ Martin Parr

มาร์ติน พาร์ (1952-2025) คือหนึ่งในศิลปินผู้มีแนวทางโดดเด่นและชัดเจนที่สุดของวัฒนธรรมภาพร่วมสมัย เขาคิดที่เมืองเซปป์ รัฐเวอร์จิเนีย และพัฒนางานถ่ายภาพขึ้นเป็นเอกลักษณ์จากการใช้สีสับจัดจ้านควบคู่กับมุมมองเสียดสีสังคม เขาเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มช่างภาพ แม็กนัม โฟโต้ส์ (Magnum Photos) ในปี 1994 และได้รับเลือกเป็นประธานกลุ่มระหว่างปี 2013-2017 ผลงานของเขามักถ่ายทอดภาพการพักผ่อน การบริโภค และพฤติกรรมทางสังคม และถูกจัดแสดงในสถาบันศิลปะสำคัญทั่วโลก ในฐานะช่างภาพที่สร้างสรรค์ผลงานอย่างต่อเนื่อง มาร์ติน พาร์ ตีพิมพ์หนังสือภาพถ่ายมากกว่า 140 เล่ม และทำหน้าที่บรรณาธิการให้กับหนังสืออีกกว่า 30 เล่ม เขาได้รับรางวัลมากมาย รวมถึงเครื่องราชอิสริยาภรณ์ในปี 2021 ปี 2017 เขาก่อตั้ง มาร์ติน พาร์ ฟาวนด์ชัน (Martin Parr Foundation) ที่เมืองบริสตอล และในเดือนธันวาคม 2025 มาร์ติน พาร์ ถึงแก่อสัญกรรมที่เมืองบริสตอล ท่ามกลางความอาลัยจากผู้คนในแวดวงศิลปะและการถ่ายภาพทั่วโลก



Elliott *Erwitt*

Art & Design

Elliott Erwitt: ค้นพบอารมณ์ขันในชีวิตประจำวัน

ช่างภาพแห่ง Magnum Photos อย่าง เอลเลียต เออร์วิตต์ ได้รับฉายาว่า "Erwitt the Wit" จากสายตาดูคนและอารมณ์ขันอันเป็นเอกลักษณ์ ผลงานภาพถ่ายขาวดำของเขาจับช่วงเวลาธรรมดาในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมือนขึ้น ทั้งเรียบง่าย ชบช่น และจริงใจ คอลเลกชัน UT ครั้งนี้ ชวนเราสัมผัสมุมมองแบบเออร์วิตต์ ผ่านผลงานระดับไอคอนิกที่ถูกถ่ายทอดลงบนเสื้อยืด ให้ศิลปะคลาสสิกกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันอีกครั้ง

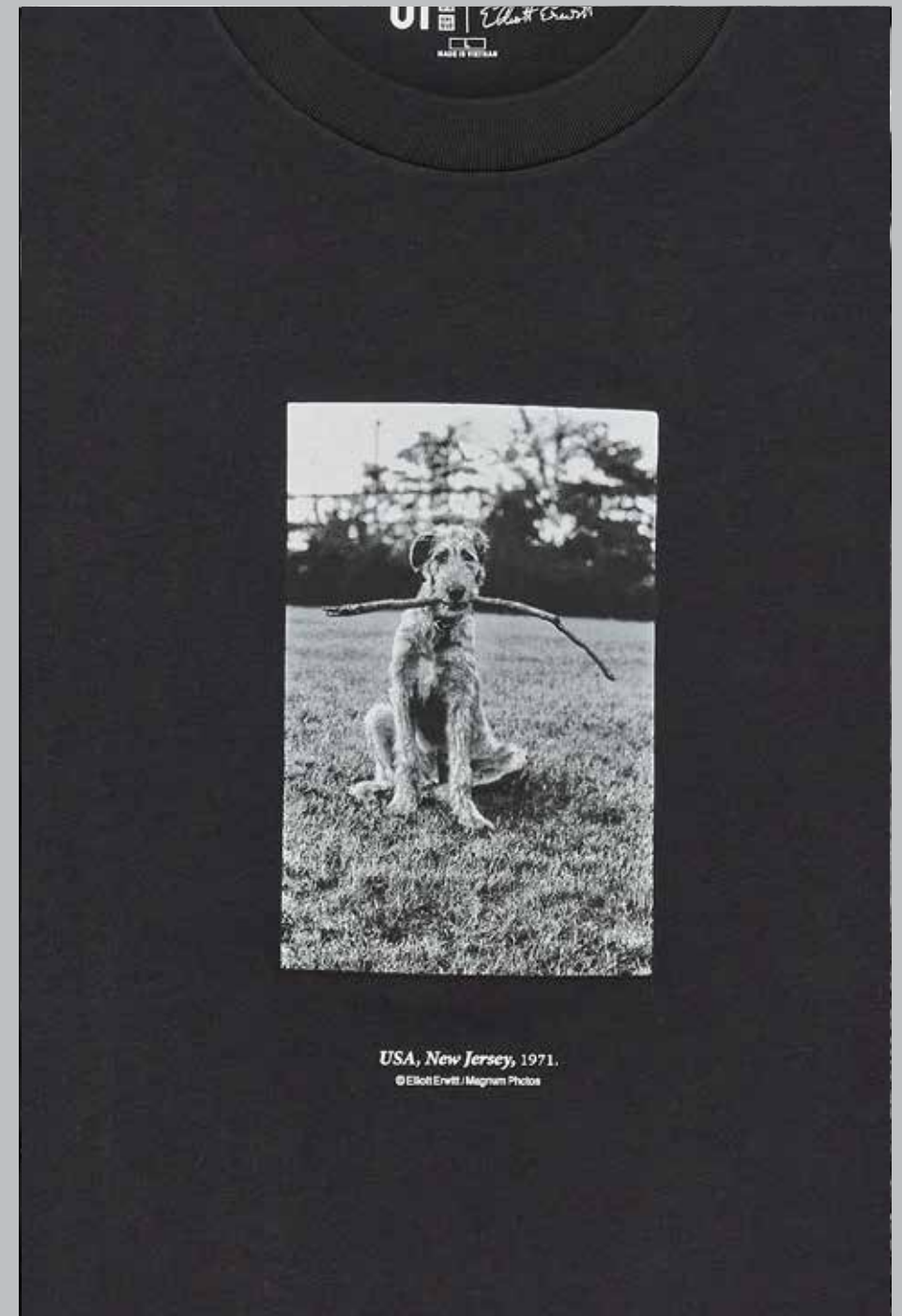
เอลเลียต เออร์วิตต์ (1928–2023) คือหนึ่งในช่างภาพผู้ทรงอิทธิพลที่สุดแห่งศตวรรษที่ 20 เขาเกิดที่กรุงปารีส ในครอบครัวผู้อพยพชาวรัสเซีย ก่อนจะย้ายไปสหรัฐอเมริกาท่ามกลางความปั่นป่วนของยุโรปก่อนสงครามโลกครั้งที่สอง เมื่ออายุราว 11 ปี ในช่วงเรียนมัธยมที่ออกลิสต์ เออร์วิตต์เริ่มหลงใหลการถ่ายภาพ เขากำงานในห้องเสื้อล้างฟิล์มและรับถ่ายภาพนิตยสารแฟชั่นเพื่อเลี้ยงตัวเอง ก่อนจะย้ายไปนิวยอร์กและเริ่มต้นเส้นทางช่างภาพมืออาชีพอย่างจริงจัง ที่นั่น เขาได้รับความสนใจจากบุคคลสำคัญในวงการอย่าง เอ็ดเวิร์ด ไชเคน แต่จุดเปลี่ยนสำคัญที่สุดเกิดขึ้นเมื่อเขาได้พบกับ โรเบิร์ต คาปา

Magnum Photos คือกลุ่มช่างภาพผู้ยิ่งใหญ่เพื่อเสรีภาพทางความคิด สร้างสรรค์และสิทธิ์ในผลงานของศิลปิน ก่อตั้งขึ้นในปี 1947 โดยเออร์วิตต์ได้รับการรับรองเป็นสมาชิกเต็มตัวในปี 1953 ขณะมีอายุเพียง 25 ปี โดยมีคาปาเป็นผู้ผลักดันด้วยตัวเอง ตลอดหลายทศวรรษต่อมา เขากำงาน

ครอบคลุมทั้งภาพถ่าย โฆษณา และงานบรรณาธิการ พร้อมสร้างภาพถ่ายระดับไอคอนิกที่จับจิตวิญญาณของยุคสมัยไว้ได้อย่างเฉียบคม

หากต้องสรุปเอกลักษณ์ของเออร์วิตต์เป็นสองคำ คงหนีไม่พ้น "ไหวพริบ และอารมณ์ขัน" ภาพถ่ายของเขาเต็มไปด้วยการเสียดสีความหมาย ตั้งแต่ท่าทางจริงจังของมนุษย์ในสถานการณ์ชวนขำ ไปจนถึงความคล้ายคลึงอย่างน่าประหลาดระหว่างคนกับสัตว์ โดยเฉพาะ "สุนัข" ที่ปรากฏในผลงานของเขาแทบตลอดชีวิต สุนัขของเออร์วิตต์บางครั้งดูครุ่นคิด บางครั้งดูโลโซ แต่ล้วนสะท้อนบุคลิกและอารมณ์ไม่ต่างจากมนุษย์

ในคำนำหนังสือภาพถ่ายปี 1990 Personal Exposures เขาเคยเขียนไว้ว่า "การทำให้ผู้คนหัวเราะ คือหนึ่งในความสำคัญที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของมนุษย์" และนั่นคือหัวใจของผลงาน เอลเลียต เออร์วิตต์ อารมณ์ขันที่ค่อยๆ เปิดเผยความจริงอันลึกซึ้งเกี่ยวกับการเป็นมนุษย์ ผ่านภาพถ่ายที่ยังคงร่วมสมัยไม่ว่ายุคสมัยจะเปลี่ยนไปเพียงใด



สหรัฐอเมริกา, นิวยอร์ก 1974

หนึ่งในภาพถ่ายสุนัขที่โด่งดังที่สุดของเออร์วิตต์ ซึ่งเดิมทีถูกว่าจ้างให้ถ่ายเพื่อโฆษณารองเท้า ชิวาว่าและเกรตเดน (เห็นเพียงขาหน้า) ยืนประจบรองเท้าบูตหนึ่งคู่ ในระดับสายตาสายตาของพวกเขา ภาพกลับดึงดูดความสนใจของฟุซุมโบที่รองเท้าได้ทรงพลังกว่านางแบบมนุษย์คนใด

สหรัฐอเมริกา, นิวเจอร์ซีย์ 1971

ไอริช วูล์ฟฮาวด์ สุนัขที่สูงที่สุดในบรรดาทุกสายพันธุ์ เป็นที่รู้จักในเรื่องความซื่อสัตย์ และอายุยืนอันสั้นที่น่าสร้างความเศร้าให้เจ้าของ ภาพนี้จับช่วงเวลาที่เป็นดินกลับมาพร้อมใบไม้ในปากอย่างเรียบง่ายแต่เขียนอารมณ์



Elliott Erwitt, 1982

การใช้เงาของตัวเองเป็นภาพถ่ายบุคคลคือเทคนิคคลาสสิกของช่างภาพ วิธีการปรากฏตัวโดยไม่เปิดเผยตัวตน ภาพนี้ถ่ายในช่วงที่เออร์วิตต์อายุ 50 กว่า และเริ่มหันมาสำรวจงานส่วนตัวมากขึ้น สหกิจอีกด้านหนึ่งที่เขียนขริบและไคร์ครวนของศิลปิน

ฝรั่งเศส, ปารีส 1989

ภาพที่รู้จักกันในชื่อ Umbrella Jump สัมพันธ์กับหนังสือ Paris ซึ่งจัดทำขึ้นในวาระครบรอบ 100 ปีหอไอเฟล องค์ประกอบที่ประสานกันอย่างแม่นยำคือ การแสดงความเคารพต่อ อ็องรี การ์ตีเย-แบรซงช่างภาพผู้มีอิทธิพลต่อเออร์วิตต์มากที่สุด



Elliott Erwitt

ประวัติ

Elliott Erwitt

เกิดที่กรุงปารีสในปี 1928 ก่อนอพยพไปสหรัฐอเมริกาเมื่ออายุ 11 ปี ศึกษาด้านการถ่ายภาพและภาพยนตร์ที่ Los Angeles City College ในปี 1953 เขาได้รับการรับรองเป็นสมาชิกเต็มตัวของ Magnum Photos ตามคำแนะนำของ โรเบิร์ต คาปา และต่อมาดำรงตำแหน่งประธานถึงสามสมัย ตลอดเส้นทางกว่า 70 ปีในอาชีพเออร์วิตต์สร้างสรรค์ภาพถ่ายที่เปี่ยมด้วยความอบอุ่นและอารมณ์ขัน ผลงานหนังสือที่เป็นที่รู้จัก ได้แก่ Son of Bitch และอีกหลายเล่ม เขาเสียชีวิตที่แมนฮัตตันในเดือนพฤศจิกายน 2023 ด้วยวัย 95 ปี

เมื่อการเดินทางดำเนินไป
Pokémon ก็เติบโตไปพร้อมกับ
ประสบการณ์ ความสามารถค่อยๆ
เพิ่มพูนและพัฒนาเป็นขั้นต่อไป
ฮัตคาเงะจะจัดฉากการร่าง
เริ่มต้น สู่ซีรีส์วิดีโอ: พู่กันไฟ
และก้าวสู่ร่างสุดท้ายอย่าง
ซีรีส์ตอน ที่มาพร้อมปีก
และพลังอันแข็งแกร่ง



ประวัติ
นาโอมิ วาตานาเบะ:

นาโอมิ วาตานาเบะ — นักแสดงตลก
เกิดปี 1987 ที่จังหวัดฮิโรชิมา ประเทศ
ญี่ปุ่น ย้ายมาสู่กรุงโตเกียวในปี 2006
เพื่อติดตามเส้นทางสายตลก และเปิดตัว
อย่างเป็นทางการในปี 2007 ก่อนจะ
เป็นที่รู้จักในวงกว้างจากการเลียนแบบ
Beyoncé อันเป็นเอกลักษณ์
นับตั้งแต่เริ่ม เธอได้ขยายบทบาทการ
ทำงานอย่างหลากหลาย ครอบคลุมทั้ง
โทรทัศน์ วิทยุ เวทีการแสดง โฆษณา
YouTube ภาพยนตร์ สคริปต์ ไปจนถึง
วงการแฟชั่น เริ่มใช้ชีวิตอิสระระหว่าง
โตเกียวและนิวยอร์กในปี 2019 และย้าย
ไปพำนักที่สหรัฐอเมริกาอย่างจริงจัง
ในปี 2021 ในปี 2023 นาโอมิจัด
คอนเสิร์ตใน 7 เมืองทั่วสหรัฐอเมริกา
และในปี 2026 เธอกำลังจะขึ้นแสดง
เดี่ยวที่โตเกียวโดม พร้อมออกทัวร์
FROM TOKYO ครอบคลุม 18 เมือง
ในสหรัฐอเมริกาและแคนาดา

Game

POKÉMON

สิ่งที่ นาโอมิ วาตานาเบะ เรียนรู้จากโปเกมอน และบทเรียนชีวิตที่หล่อหลอมตัวตนของเธอในวันนี้

Pokémon กำลังจะเฉลิมฉลองครบรอบ 30 ปีในปี 2026 และสำหรับคอลเลกชัน UT ครั้งนี้ เราขอย้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้นของตำนาน ด้วย Pokémon Red และ Pokémon Green ภาคออริจินอล ถ่ายทอดอารมณ์วีรกรรมบนทางทหารในสไตล์สีน้ำเงินคลาสสิก ที่จับใจอุ่นและอบอุ่นให้ถึงความทรงจำในวันแรกที่เรานอกจากเป็น Pokémon Trainer โลกสมัย UT ชวน นาโอมิ วาตานาเบะ แฟนพันธุ์แท้ของโปเกมอนที่ติดตามซีรีส์นี้มาเกือบ 30 ปี มาถึงพูดคุยถึงบทเรียนชีวิตที่เธอได้เรียนรู้จากโลกของโปเกมอน และการ "เลือก" ในช่วงเวลาสำคัญของชีวิต ทั้งในฐานะนักแสดงตลก นักแสดง และแฟนไอคอนระดับโลก ที่ยังคงยืนหยัดเดินทางในเส้นทางของตัวเอง เหมือน Pokémon Trainer ที่ไม่เคยหยุดพัฒนา



งานศิลปะสไตล์สีน้ำเงินคอลเลกชันนี้เขียนโดย พุทธิภาดา: ฮัตคาเงะ และชินามิ: Pokémon เริ่มต้นจาก Pokémon Red & Green ภาคออริจินอลที่วางจำหน่ายครั้งแรกในปี 1996 นำเสนอธีมในมุมมองที่สดใสและร่วมสมัย

“มาได้รู้จัก Pokémon เมื่อ 30 ปี ก่อนคือหนึ่งในสิ่งที่ฉันภาคภูมิใจ”

Q. คุณได้รู้จัก Pokémon ครั้งแรกตอนไหน?
น่าจะตอนอยู่ประมาณ ป.3 หรือ ป.4 ค่ะ ตอนนั้น เพื่อนๆ รอบตัวต่างก็คลั่ง Pokémon Red กับ Pokémon Green ที่เพิ่งออกบนเครื่อง Game Boy ทั้งหมด เกมดังมากจนขายหมดแทบทุกร้าน แต่สุดท้ายฉันก็หาซื้อภาค Green มาได้จนสำเร็จ โปเกมอนตัวแรกที่ฉันเลือกคือ ฮัตคาเงะ (Charmander) แต่เห็นครั้งแรกก็ตกหลุมรักทันที ตอนเด็กๆ ฉันให้ความสำคัญกับ “ความน่ารัก” มากกว่าความเก่ง เลยจัดทีมแบบไม่ค่อยสมดุล และก็ไม่เคยเล่นฟาร์ม Lavender Town ได้เลยสักครั้ง จนถึงทุกวันนี้ ฉันก็ยังเล่น Pokémon Green เวอร์ชันออริจินอลอยู่ บนเครื่อง Nintendo 2DS สี Clear Yellow แต่ต่างจากตอนเด็ก ตอนนี้นั้นจัดทีมด้วยเหตุผลมากขึ้น ฉันจะมี พิกachu (Pikachu) อยู่ในทีมเสมอ เพื่อช่วยเสริมพลังให้ฮัตคาเงะที่พัฒนาไปแล้ว ฉันคิดว่ามันน่าจะเป็นสิ่งที่ได้เรียนรู้จากการเป็น Pokémon Trainer มาหลายปี แต่ก็ยังมีบันทึกอยู่นะ: เพราะการจะได้ เทนการ์ด (Gengar) ต้องเทรดกับเพื่อนเท่านั้น ซึ่งเดี๋ยวนี้แทบไม่มีใคร

เล่น Pokémon บนเครื่อง 2DS แล้ว ฉันถึงขั้นลองโพสต์ตามในโซเชียลมีเดีย แต่ก็ยังไม่เคยเจอใครที่อยากเทรดการ์ดกับฉันเลยสักคน

Q. ปัจจุบันนี้คุณเล่น Pokémon ช่วงไหนบ้าง?
สำหรับฉัน Pokémon คือวิถีชีวิตตัวเองที่ลงตัวที่สุดในช่วงพักจากการทำงาน เมื่อไหร่ที่รู้สึกสมองตัน คิดไม่ออก ฉันก็จะสลับไปเล่น Pokémon เพื่อปล่อยความคิดให้โล่งขึ้น การได้เก็บเลเวลให้ทีมแบบไม่ต้องคิดอะไรซับซ้อน ช่วยจัดระเบียบความคิดได้อย่างเป็นธรรมชาติ แล้วไอเดียใหม่ๆ ก็จะมาเรื่อยๆ โพล์ซันมาเองการต่อสู้ใน Pokémon พาฉันออกจากโหมดการทำงานไปอย่างสิ้นเชิง มันเหมือนการเปลี่ยนคลื่นความคิด ซึ่งอาจเป็นเหตุผลว่าทำไมความคิดสร้างสรรค์ถึงไหลมาได้ง่ายขึ้น พูดตรงๆ เลยก็คือ มุกตลกหลายอย่างที่ฉันคิดได้ เริ่มต้นขึ้นระหว่างเล่น Pokémon นี้แหละ Pokémon ไม่ได้เป็นแค่เกมสำหรับฉัน แต่เป็นพลังเล็กๆ ที่คอยสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์อยู่เสมอ

Q. พอโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่ วิธีการเล่น Pokémon ของคุณเปลี่ยนไปอย่างไรบ้าง?
แน่นอนว่ามันเปลี่ยนไปมากเลย: ทุกวันนี้ก่อนที่

ศัตรูตัวใหญ่จะโผล่มา ฉันจะเก็บเลเวลแบบจริงจังมาก พอเล่นมานานเข้า ฉันแทบจะไม่ได้กินทีวี่วี่วี่ เมื่อไหร่ที่ศัตรูสุดโหดกำลังจะปรากฏ และหลังจากสู้เสร็จ ถ้า HP เหลือน้อย ฉันจะไม่พิน แต่เลือกพัก รักษาตัวเองให้พร้อม ก่อนจะลุยต่อ ตอนเป็นเด็ก ฉันอยากไปให้ไกลที่สุดให้เร็วที่สุด แต่พอโตขึ้น ฉันกลับสนุกกับการเล่นไปเรื่อยๆ มากกว่า นั่นอาจจะเป็นวิธีเล่นเกมแบบผู้ใหญ่ของฉันก็ได้ อีกอย่างหนึ่งที่มาพร้อมความเป็นผู้ใหญ่คือ “การสะสม” ตอนนี้นั้นมีเครื่อง Game Boy รุ่นออริจินอลพร้อมเกม Pokémon Red & Green ครบเซตถึงสองชุด ชุดหนึ่งเอาไว้เล่นอีกชุดเก็บไว้โชว์ในกล่อง ห้องของฉันเต็มไปด้วยสินค้า Pokémon และฉันที่ฉันรักที่สุดคือโปสเตอร์หลังรูปพิคาชู รุ่นปี 1999 ที่ได้มาจากนักสะสม สมัยเด็กฉันไม่มีเงินซื้อของเหล่านี้ แต่พอโตขึ้น ฉันก็ได้สนุกกับสิ่งที่เรียกว่า “การซื้อของแบบผู้ใหญ่” อย่างเต็มที่

Q. อะไรคือสิ่งที่ทำให้ Pokémon มีความพิเศษ?
ความพิเศษของ Pokémon คือความมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใคร เริ่มต้นจากโปเกมอน 151 ตัวในยุคแรก จนถึงนี้มีมากกว่า 1,000 สปีชีส์ แต่ละตัวมีนิสัย คาแรกเตอร์ และเสน่ห์เฉพาะตัว นั่นคือ

เหตุผลที่ทำให้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ยังรู้สึกตื่นเต้นกับโลกของ Pokémon ได้เสมอ ฉันมักคุยเรื่อง Pokémon กับสถาปนิกเด็ก ๆ อยู่บ่อยๆ มีคนเคยถามฉันด้วยว่า “เล่น Pokémon ภาคใหม่บน Nintendo Switch 2 แล้วหรือยัง” ซึ่งความจริงก็คือ...ฉันยังไม่ Switch 2 เลย ต้องรีบตามให้ทันแล้วล่ะ! วันนี้ Pokémon กลายเป็นสิ่งที่คนทั่วโลกรัก แต่สำหรับฉัน มันพิเศษตรงที่ได้เติบโตมาพร้อมกับมันตั้งแต่ยุคแรกเมื่อเกือบ 30 ปีก่อน และเชื่อว่าผู้ใหญ่หลายคนก็คงรู้สึกแบบเดียวกัน นั่นเลยเป็นเหตุผลที่ฉันชอบมากที่คอลเลคชัน UT ลาย Pokémon เจเนอเรชันแรกครั้งนี้ มีให้เลือกทั้งโฮสต์เด็กและผู้ใหญ่ เพราะมันคือโลกใบเดียวกันที่ทุกคนโตมาด้วยกัน คุณยังสามารถสนุกกับการจัดสแต็คได้หลากหลาย จะจับคู่เสื้อยืดกับกระโปรงสีวอนเทรนด์ หรือเลือกแมสลายไฟของลิซาร์ดอน (Charizard) กับกระโปรงสีเท็ดดี้ดูเดิ้ลก็ไม่แพ้กัน ฉันเองก็ชอบโลโก้ Pokémon มากเป็นพิเศษด้วย! เวลาที่ฉันใส่เสื้อยืดลาย Pokémon เดินอยู่ที่นิวยอร์ก มักมีคนเข้ามาทักและชวนคุยเสมอ ทุกครั้งที่ได้เห็นความโด่งดังของ Pokémon ในระดับโลกด้วยสายตาตัวเอง ฉันจะรู้สึกภูมิใจขึ้นมาแปลกๆ ราวกับว่าเป็นความสำเร็จของตัวเองเลย

“ความสุข” เป็นเหตุผลในสิ่งที่ฉันเลือกเสมอ

Q. สิ่งที่ทำให้คุณเลือกเดินเส้นทางของนักแสดงคืออะไร

ฉันเป็นคนที่ชอบอะไรสนุกๆ มาโดยตลอด และที่ชอบทำให้คนอื่นหัวเราะ แต่ในขณะเดียวกัน ฉันก็รับรู้ความเป็นจริงอยู่เหมือนกันว่าการเป็นนักแสดงมันอาจเป็นไปได้แค่ “ความฝัน” เท่านั้น จนกระทั่งตอนฉันอยู่ชั้นมัธยมต้นปีสอง วันหนึ่งหลังจากครูได้ยื่นข่าวลือว่าฉันชอบทำเสียงเลียนแบบให้เพื่อนๆ ฟัง คุณครูก็พูดขึ้นกลางห้องว่า “เธอยังเหลือเวลาอีก 10 นาที เดี่ยวให้ Naomi มาทำเสียงเลียนแบบให้ทุกคนดูกัน!” ตอนนั้นฉันอยู่ในวัยกำลังโต เป็นช่วงที่รู้สึกเขินอายกับทุกอย่างเลยสิงเลยเหมือนกัน แต่แล้วเด็กหนุ่มสายเกสรประจำห้องที่ชื่อ Suguru ก็พิมพ์ขึ้นมาว่า “ฉันฉันไปละ” ก่อนจะลุกขึ้นทำท่าจะเดินออกจากห้องฉันตกใจมาก ก็เลยบอกลุงของออกมาแบบไม่ลัง และเขาก็หัวเราะออกมามองฉัน ฉันก็นั่งเองที่ฉันรู้สึกได้ชัดเจนว่า นั่นแหละ คือสิ่งที่ฉันอยากทำ และนั่นก็เป็นจุดที่ทำให้ฉันตัดสินใจได้ว่า ฉันจะเป็นนักแสดง

Q. ทำไมคุณถึงตัดสินใจมาอเมริกา
สมัยฉันเรียนอยู่ชั้นประถม สมุดโปรไฟล์เป็นอะไรที่ยืดมาก ตอนอยู่ ป.5 ในช่วง “ความฝันในอนาคต” ฉันเขียนเอาไว้ว่า “เข้าสังกัด Yoshimoto / ไดออกรายการ Waratte litomo! / แสดงรายการตลกสั้นๆ / แล้วก็ไปอเมริกา” ส่วนช่อง “บุคคล

มีชื่อเสียงที่อยากพบ” ฉันเขียนชื่อ “Tamori” ลงไปตรงๆ แบบไม่มีคำว่า “คุณ” นำหน้าเลย เพราะตอนนั้นยังเป็นเด็กอยู่ (หัวเราะ) ฉันหลงใหลอเมริกาอยู่สักๆ มาตั้งแต่ตอนนั้น แต่ก็ไม่เคยคิดจะไปตามความฝันอย่างจริงจัง จุดเริ่มต้นของการตัดสินใจไปเรียนต่อต่างประเทศในตอนแรกก็ไม่ได้ยิ่งใหญ่อะไรเลย แต่อยากสร้างเรื่องราวต้นฉบับสัก 100 เรื่อง เพื่อนำกลับมาใช้ในรายการทีวีที่ญี่ปุ่นเท่านั้นเอง ช่วงนั้นโซเนียลมีเดียกำลังเติบโตไปทั่วโลก ฉันเลยเริ่มได้รับข้อเสนอจากต่างประเทศมากขึ้น แต่ด้วยความที่งานในญี่ปุ่นแน่นมาก ฉันก็ต้องปฏิเสธโอกาสเหล่านั้นไปเรื่อยๆ จนวันหนึ่งฉันคิดว่า สองสัปดาห์มันจะเป็นอะไรไป สุดท้าย มันจึงกลายเป็นเหตุผลที่ทำให้ฉันตัดสินใจย้ายมาอยู่ที่อเมริกา และเริ่มทำงานอย่างจริงจังไม่เส้นทางของตัวเอง

Q. ในปี 2026 คุณจะขึ้นแสดงที่โตเกียวโดม และเดินสายในทวีปอเมริกาเหนือ ทำไมคุณถึงตัดสินใจเพิ่ขกับความท้าทายครั้งนี้?

ปีนี้เป็นปีที่ 20 บนเส้นทางอาชีพนักแสดงตลกของฉัน และการได้จัดการแสดงเดี่ยวในสถานที่ขนาดใหญ่มหากาฬอย่างโตเกียวโดม คือประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตอย่างแท้จริง พอคิดว่าถ้าจะขึ้นโชว์ใหญ่ที่โตเกียวโดมเดือนกุมภาพันธ์แล้ว ฉันก็อยากทำอะไรบางอย่างที่อเมริกาควบคู่ไปด้วย ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ถึงมิถุนายน ฉันจะออกเดินสายแสดงในสหรัฐอเมริกา และแคนาดา รวมทั้งหมด 18 เมือง การได้เพิ่ขกับความท้าทายใหม่ๆ ในวัย 38 ปี ทำให้ฉันรู้สึกซาบซึ้งใจมาก เพราะฉันเชื่อเสมอว่าทุกความท้าทายจะพาเราไปพบความท้าทายครั้งถัดไป ครั้งแรกของปีนี่จึงเต็มไปด้วยการแสดงที่โตเกียวโดมและที่ต่างประเทศ ฉันตั้งใจจะทุ่มสุดตัวให้กับช่วงเวลานี้ และหลังจากนั้นก็ขอให้รางวัลตัวเอง ด้วยการได้พักผ่อนและสนุกกับฤดูร้อนอย่างเต็มที่

Q. สิ่งที่เป็นแรงกระตุ้นให้ทำการตัดสินใจที่สำคัญคืออะไร?

ถ้าข้อเสนอใหม่ทำให้ฉันรู้สึกตื่นเต้น นั่นแหละคือสิ่งที่สำคัญที่สุด แต่ฉันก็ไม่ได้ตัดสินใจจากสัญชาตญาณเพียงอย่างเดียว ฉันจะชั่งน้ำหนักข้อดีข้อเสียอย่างรวดเร็วภายในไม่กี่วินาที ถ้ามีความเสี่ยงแต่รู้สึกว่าจะต้องรับมือได้ ฉันก็พร้อมลุยทันที มันไม่ต่างจาก Pokémon เพราะไม่มีอะไรที่เรียกว่า “ปลอดภัย” อยู่แล้ว ความสมดุลก็สำคัญไม่แพ้กัน หากชีวิตเริ่มเอนไปด้านใดด้านหนึ่งมากเกินไปจนกระทบสิ่งรอบตัว ฉันจะเลือกดึงตัวเองกลับมาให้อยู่ตรงกลาง การมีชีวิตที่รู้สึกเติมเต็มได้ ต้องยอมรับทั้งอารมณ์ด้านบวกและด้านลบ และถ้าเมื่อไหร่ที่ความรู้สึกด้านลบเริ่มมากเกินไป ฉันก็จะเล่น Pokémon หรือซื้อสินค้า Pokémon เพื่อรีเซ็ตตัวเอง เมื่ออายุมากขึ้น ฉันก็เรียนรู้ว่าร่างกายต้องใช้เวลาฟื้นฟู

ตัวจากความเหนื่อยล้ามากกว่าเดิม ฉันเลยเริ่มพักผ่อนทำงานมากขึ้น แทนที่จะพยายามลุยทุกอย่างคนเดียว Pokémon สอนฉันว่า การก้าวไปข้างหน้าด้วยกัน สำคัญไม่แพ้การก้าวไปให้เร็วที่สุด

Q. อะไรคือการตัดสินใจที่มีความหมายที่สุดในชีวิตของคุณจนถึงตอนนี้?

การบอกสิ่งที่ตัวเองต้องการไปตรงๆ ค่ะ ฉันเป็นคนพูดตามที่คิดมาตลอด แต่ในช่วงอายุที่ยังเด็กกว่าตอนที่รู้สึกว่าจะตัวเองไม่ไหว ฉันก็พูดออกมาเลย ว่า “ฉันอยากพัก” ในตอนนั้น การลาพักยังถูกมองว่าเป็นเรื่องไม่ดี คุณค่าของนักแสดงตลกถูกวัดจากจำนวนเวทีและการการที่ทีวีได้ขึ้นแสดงพอฉันยังเป็นนักแสดงตลกกลุ่มใหม่พูดว่าอยากพัก ก็โดนบ่นหนักมากจนแทบจะเซ็นทรัล แต่สุดท้ายแล้ว ทุกคนก็ยอมให้ฉันพักจริงๆ วันนี้ยุคสมัยเปลี่ยนไปแล้ว การสื่อสารความต้องการของตัวเองกลายเป็นเรื่องปกติ หากคุณเลือกจะเจ็บและเสียสละอยู่ฝ่ายเดียว ก็คงไม่มีอะไรเปลี่ยนแปลง การพูดคุยกันตรงไปตรงมาช่วยสร้างความเข้าใจ ทำให้การทำงานเป็นทีมดีขึ้น และท้ายที่สุดก็ทำให้ชีวิตมีความสุขมากขึ้นด้วย

วิธีสนุกกับโปเกมอนในแบบของ Naomi Watanabe

ฉันเริ่มต้นด้วยฮัตคาเงะเสมอ สมัยเด็กฉันมักเลือก Pokémon จากความน่ารักก่อนเสมอ อย่างฟูริ (Jigglypuff) เลยทำให้ฉันไม่ค่อยสมดุลเท่าไร แต่เมื่อโตขึ้น วิธีคิดก็เปลี่ยนไป ตอนนี้ฉันจะสลับบาร์ตี้ตามคัตชูโร่ที่ชอบ สิบซาร์โดะกับพิคาชูคือคู่หูที่ขาดไม่ได้ เพราะความสามารถของทั้งสองช่วยเสริมกันได้ดี และถ้าจะให้ทีมสมบูรณ์แบบจริงๆ ก็ต้องมีเทกการ์ สตาร์บี ดักกริโอ และ Pokémon ในตำนานอย่างมีวูกูอยู่ด้วย ฉันชอบอัฟเฟิลอส Pokémon แบบน้อยเป็นคือเยอะมากกว่าการใช้โลกเพื่อนะริวๆ พิกachuเป็นตัวหลักที่ใช้งานได้แทบทุกสถานการณ์ ส่วน Bubble Beam ของสตาร์บีก็เป็นที่ฉันมีไว้เสมอ คู่ปรับที่โหดที่สุดสำหรับฉันคือหลานของ Professor Oak เพราะเขามักโผล่มาแบบไม่ให้เห็น และโจมตีจุดอ่อนของฉันตรงๆ ทุกครั้ง ทำให้การต่อสู้เต็มไปด้วยความตื่นเต้นเสมอ

Strategy: สิบซาร์โดะ + พิกachu คือคอมโบพื้นฐานที่ต้องมี ใช้พิคาชูหรือ Thunderbolt สอนสับการโจมตีของเชนิคามา

Tip: อย่านับ ค่อยๆ เก็บเลเวลก่อนเข้าสู่ศึกใหญ่

Party: สิบซาร์โดะ / พิกachu / เทกการ์ / สตาร์บี / ดักกริโอ / มีวูกู

MVP: พิกachu ใช้งานได้หลากหลายที่สุด และยังเป็นตัวที่ฉันกำลังทุ่มเทอัฟเฟิลอสอย่างจริงจังในตอนนี้



ในการพจนานุกรมของ Pokémon ทุกเรื่องราวจะเริ่มต้นขึ้นเมื่อ Professor Oak มอบ Pokémon คู่ใจตัวแรกให้กับคุณ

หัวมุมถนนที่คุณเดินผ่านทุกวัน คนแปลกหน้าที่เดินเฉียดกันบนทางเท้า เราแทบไม่ทันสังเกตเห็นช่วงเวลาเหล่านี้ แต่ความจริงแล้วทุกช่วงเวลาล้วนมีค่า เต็มไปด้วยความมหัศจรรย์ หากคุณรู้จักมอง Jason Polan คือศิลปินที่สอนให้เรามองเห็นสิ่งเหล่านั้น

"วาดทุกคนในนิวยอร์ก" ด้วยการพจนานุกรมศัพท์ Strathmore หนึ่งเล่ม และเป้าหมายที่ทะเยอทะยานของเขา Jason ตั้งใจจะวาดภาพทุกที่ ตั้งแต่หัวมุมถนน เชนชาลารถไฟใต้ดิน พิพิธภัณฑ์ ร้านอาหาร ไปจนถึง "Every Person in New York" กลายเป็นผลงานที่มีขนาดตัวตนของเขา และได้รับการยกย่อง ไม่เพียงความพยายามสุดขั้วในการวาดคอลเลกชันดาวทั้งหมดของ MoMA สายเส้นที่เรียบง่ายแต่เปี่ยมความอบอุ่นของ Jason ถ่ายทอดชีวิตเมืองในทุกรูปแบบ: ชายคนหนึ่งนั่งอยู่บนม้า นั่งหญิงสาวกำลังกินคุกกี้ เด็กคนหนึ่งจดจ่อกับรูบิกคิวบ์ คนขับแท็กซี่ พนักงานไปรษณีย์ ไปจนถึงคนดัง รวมแล้วมากกว่า 30,000 คน เป็นตัวเลขที่เยอะมาก! แต่คงเป็นเพียงเศษเสี้ยวของจำนวนมหาศาลที่จะเกิดขึ้น หากเขา

มีชีวิตอยู่ต่อ คุณอาจเป็นหนึ่งในคนเหล่านั้นก็ได้ และคุณอาจยังอยู่ที่ไหนสักแห่งในหน้ากระดาษเหล่านั้นจนถึงวันนี้ ภาพวาดของ Jason เพียวเพอร์ทั้งบนบล็อก หนังสือพิมพ์ และหนังสือ และได้รับคำชื่นชมพร้อมๆ กับสร้างรอยยิ้มให้เด็กๆ

บิวออร์กเปล่งประกายด้วยความรักเมื่อผ่านสายตาของ Jason ความเชื่อของเขาที่ว่าศิลปะเป็นของทุกคนชัดเจนที่สุดในกิจกรรม Taco Bell Drawing Club พื้นที่มีดรายส์ปาดห์ ที่ใครก็สามารถเดินเข้าไปนั่งวาดรูปด้วยกันในร้านพาสต์ฟู้ดได้ ไม่ต้องมีพื้นฐาน ไม่ต้องรู้สีกะกรัง การร่วมงานกับ UNIQLO ผ่านกิจกรรมวาดรูปและเวิร์กช็อปสำหรับเด็กในร้านสาขาต่างๆ ทั่วโลก ไม่กี่ครั้ง ก็ถ่ายทอดจิตวิญญาณเดียวกัน ทุกอย่างชี้ไปที่ความจริงเพียงข้อเดียว: Jason ทำงานศิลปะ: โดยไม่แสวงหา การวาดรูป เขารักผู้คน และผู้คนก็รักเขา วันนี้ผลงานของเขาโลดแล่นอยู่บนเสื้อยืด และได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของจังหวะชีวิตประจำวันของผู้คนทั่วโลก สิ่งที่เขาตั้งใจให้คนข้างหลังสิ่งนี้ ไม่มีอะไรที่เหน็ดเหนื่อยไปกว่านี้อีกแล้ว



Jason Polan และศิลปะแห่งความมหัศจรรย์ของชีวิตประจำวัน

ตลอดเวลากว่าสิบปี Jason Polan วาดภาพชาวบิวออร์กทุกที่ที่เจอ ไม่ว่าจะตรงหัวมุมถนน ในคาเฟ่ หรือบนรถไฟใต้ดิน งานศิลปะของเขาผสมผสานความมหัศจรรย์แบบขี้เล่นและความอบอุ่นอย่างอ่อนโยน เพื่อสื่อว่าช่วงเวลาแสนธรรมดาพิเศษได้ พรสวรรค์ที่แท้จริงของ Jason คืออะไรนะหรือ? คือการทำให้เราเห็นว่าชีวิตเองก็คืองานศิลปะ: และใครๆ ก็สามารถเป็นศิลปินได้ ลองสวมเสื้อที่เต็มไปด้วยพลังบวกจากผลงานของเขา แล้วมองโลกในแบบที่ต่างออกไปตั้งแต่วันนี้

Art & Design

JASON POLAN



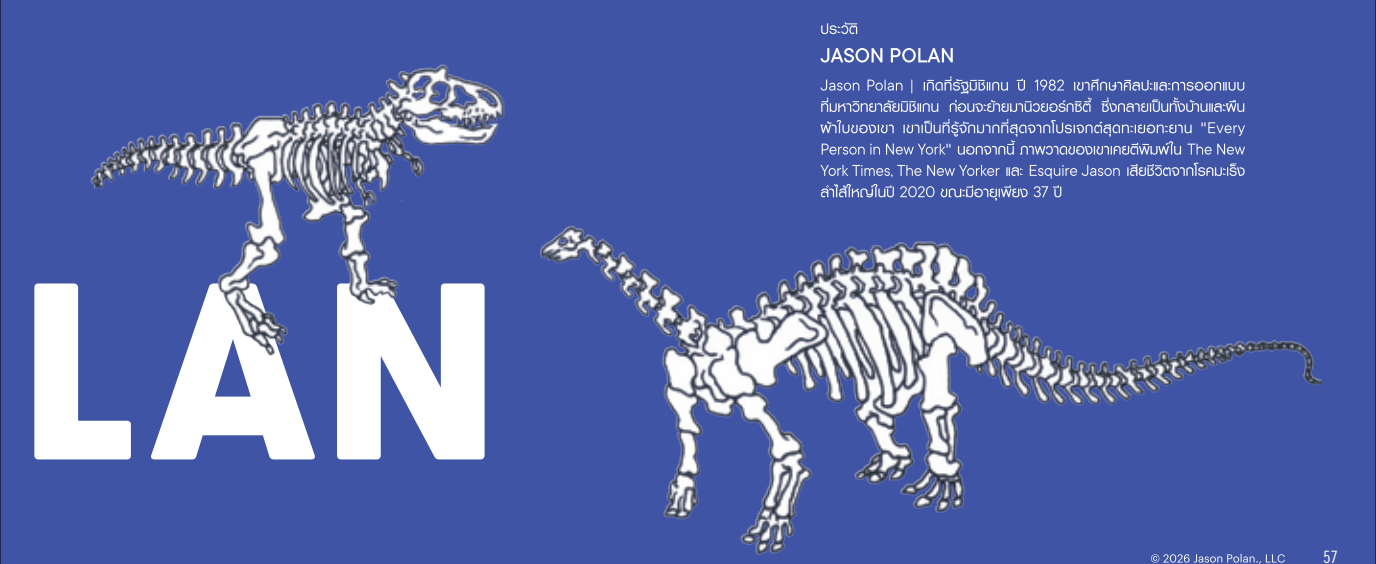
Space

จิตวิญญาณความเป็นเด็กของ Jason ไม่เคยหายไปไหน และมันสะท้อนอยู่ในทุกภาพวาดของเขา ผลงานชิ้นนี้เตือนใจเราว่า เรายังสามารถพูดว่า "ฉันอยากเป็นนักบินอวกาศ!" ได้ในทุกช่วงวัย และหมายความตามนั้นจริงๆ



Dinosaur

"ไดโนเสาร์" อาจเป็นคำเดียว แต่สายพันธุ์มีนับไม่ถ้วน และโครงสร้างแต่ละแบบก็แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง มีอะไรให้ค้นพบอีกมาก! ชิงของนาน ก็ยิ่งสนุก



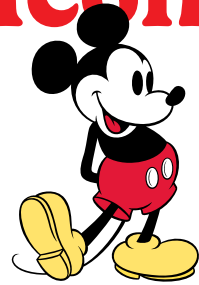
ประวัติ
JASON POLAN

Jason Polan | เกิดที่รัฐมิชิแกน ปี 1982 เขาศึกษาศิลปะและการออกแบบที่มหาวิทยาลัยมิชิแกน ก่อนจะย้ายมาบิวออร์กซิตี้ ซึ่งกลายเป็นทั้งบ้านและพื้นที่ในใจของเขา เขาเป็นที่รู้จักมากที่สุดจากโปรเจกต์สุดท้ายออกงาน "Every Person in New York" นอกจากนี้ ภาพวาดของเขาเคยตีพิมพ์ใน The New York Times, The New Yorker และ Esquire Jason เสียชีวิตจากโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ในปี 2020 ขณะมีอายุเพียง 37 ปี

MAGIC FOR ALL Icons

คาแรกเตอร์แสนสดใสที่โลดเล่นออกมาจาก UT

MAGIC FOR ALL คือโปรเจกต์ที่ยูนิโคล์พัฒนาขึ้นภายใต้ความร่วมมือกับ The Walt Disney Company และได้นำเสนอคอลเลกชันหลากหลายออกสู่สายตาผู้คนทั่วโลกอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2015 เพียงสวมใส่เสื้อยืด UT คุณก็สามารถดำดิ่งเข้าสู่โลกอันน่าตื่นตาของ Disney, Pixar, Marvel และ Star Wars พร้อมพบพาความสนุกและจินตนาการติดตัวไปได้ในทุกวัน



โลกแห่งเวทมนตร์และความฝันของ Disney พร้อมนำพาความสุขมาให้กับทุกคน

ตัวละครของ Disney ที่เปี่ยมด้วยเสน่ห์เฉพาะตัวและการเล่าเรื่องอันเป็นเอกลักษณ์ ยังคงครองใจผู้คนทุกยุคทุกวัยมาอย่างยาวนาน นับตั้งแต่การก่อตั้ง The Walt Disney Company ซึ่งได้ผลิตผลงานครบรอบ 100 ปีในปี 2023 ในซีซั่นนี้ โอลด์สก็๊ฟที่ Mickey Mouse, Donald Duck และ Stitch เจ้าอสูรน้อยแสนน่ารักจากภาพยนตร์ Lilo & Stitch ที่เปิดตัวครั้งแรกในปี 2002 ความน่ารัก ความตื่นเต้น และเหนือสิ่งอื่นใดคือความสุขที่คาแรกเตอร์เหล่านี้ถ่ายทอดออกมา ไม่ได้ส่งต่อเพียงถึงผู้สวมใส่เท่านั้น แต่ยังแผ่ขยายไปถึงทุกคนรอบข้าง ด้วยสไตล์การสร้างสรรค์อันเป็นเอกลักษณ์ในแบบฉบับของ Disney งานภาพบนเสื้อยืด UT ดูเรียลจนน่าอัศจรรย์ ปลูกชีวิตวัยเยาว์ของเหล่าคาแรกเตอร์ให้เด่นชัด ราวกับว่าพวกเขากำลังเคลื่อนไหวอยู่ตรงหน้าทุกคน: บนตราวิเศษจาก Disney ซึ่งไม่ใช่แค่เรื่องราวในจอ แต่กลายเป็นพลังเล็กๆ ที่ช่วยเติมเต็มให้ทุกคนสดใสและเปี่ยมไปด้วยความสุขมากยิ่งขึ้น

MAGIC FOR ALL คือโปรเจกต์ที่มุ่งเน้นในการถ่ายทอดความพิเศษและความมหัศจรรย์เหนือจินตนาการไปสู่ผู้คนมากมายทั่วโลกด้วยเสื้อผ้า



MAGIC FOR ALL คือโปรเจกต์ที่พัฒนาแนวคิด LifeWear ของยูนิโคล์เข้ากับโลกแห่งความฝันและเวทมนตร์ของ Disney เอกลักษณ์ของ MARVEL การผจญภัยของ STAR WARS และความสร้างสรรค์ของ PIXAR ไว้ด้วยกัน นับตั้งแต่จุดเริ่มต้นในปี 2015 โปรเจกต์นี้สร้างสรรค์ชีวิตและมอบประสบการณ์สุดพิเศษที่ไม่มีใครเหมือนให้กับผู้คนมากมายทั่วโลก



เพื่อนคู่ใจที่ส่งต่อพลัง ความกล้าหาญ และจินตนาการไม่รู้จบ



Pixar Animation Studios สร้างสรรค์ภาพยนตร์แอนิเมชันเรื่องยาวมาอย่างมากมาย ด้วยการใช้เทคโนโลยี CG และ 3DCG สุดล้ำสมัย ผ่านผลงานออกมามากกว่า 30 เรื่อง เช่น Toy Story, Cars และ Inside Out อดีตลูกหนังเฉพาะตัวของ Pixar ไม่ได้มีเพียงแค่เทคโนโลยีด้านภาพอันล้ำสมัยเท่านั้น แต่ยังรวมทั้งคาแรกเตอร์ที่ไม่เหมือนใครและการเล่าเรื่องที่เปี่ยมไปด้วยจินตนาการเหนือความคาดหมาย ซึ่งสามารถส่งต่อได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ในวัยต่างๆ กัน เหล่าคาแรกเตอร์ทั้งหลายแสดงให้เห็นถึงด้านที่กล้าหาญ และด้านที่เปราะบางของมนุษย์ในบางครั้ง เรื่องราวที่จับใจเขียนด้วยเสียงหัวเราะสามารถทำให้ท้ายอกความรู้สึกได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งสอดแทรกอารมณ์ไว้ในเนื้อหนังของหุ่นตัวเล็กๆ ของเรา



แอ็คชั่นสุดมันของเหล่าซูเปอร์ฮีโร่พุ่งทะลุพลัง

ประวัติศาสตร์ของ Marvel เริ่มต้นขึ้นในปี 1939 ด้วยการเปิดตัว Marvel Comics ตลอดกว่า 85 ปี Marvel ยังคงยืนหยัดอย่างสง่างามในฐานะหนึ่งในผู้วางวัฒนธรรมป๊อปอเมริกัน จากสำนักพิมพ์คอมิกส์ระดับโลก สู่การขยายจักรวาล Marvel Cinematic Universe ภายใต้การสร้างสรรค์ของ Marvel Studios เหล่าซูเปอร์ฮีโร่ระดับโลกมีมากมายได้ถือกำเนิดขึ้น พร้อมสร้างแรงบันดาลใจของเด็กรุ่นใหม่ได้อย่างชัดเจน Captain America เปิดตัวในปี 1941 กับเรื่องราวของ สตีฟ โรเจอร์ส ชายผู้เปี่ยมด้วยความกล้าหาญ พยายามเข้ารับการทดลองเพื่อแลกกับพลังแห่งมนุษย์ และยืนหยัดต่อสู้เพื่ออุดมการณ์ของตน ในทศวรรษ 1960 โทนี่ สตาร์ก มหาเศรษฐีอัจฉริยะนักประดิษฐ์ ผู้สวมชุดเกราะอวกาศในนาม Iron Man ได้ปรากฏตัวขึ้น ตามมาด้วย Spider-Man ฮีโร่วัยใสสุดลูกที่ไร้พั้งพลังพิเศษจากแมงมุมอวกาศกับนวัตกรรมประดิษฐ์ Ant-Man ชายธรรมดาที่สามารถปลิวชีวิตของตนเอง กลายเป็นฮีโร่ตัวจิ๋วสูงเพียง 1.5 เซนติเมตร ซูเปอร์ฮีโร่เหล่านี้ไม่ได้มีเพียงความเกรี้ยวกราดเท่านั้น แต่ยังมีบุคลิกที่เป็นมนุษย์ ความน่ารัก และความพิเศษเฉพาะตัวที่ทำให้พวกเขาเข้าถึงได้ง่าย และครองใจผู้คนมาอย่างยาวนาน



มหากาพย์ฟอร์มยักษ์กับการผจญภัยข้ามกาแล็กซี

MFA ICONS "Star Wars" ภาพยนตร์ที่พาพร้อมเรย์เปิดเรื่องอันเป็นเอกลักษณ์ว่า "กาแล็กซีอันไกลโพ้น..." Star Wars เปิดฉากการเดินทางในปี 1977 ด้วยภาพยนตร์เรื่องแรกชื่อ Episode I: A New Hope ไล่มา Episode IV ถึง VI ภายหลังเรื่องราวการผจญภัยของ ลุค สกายวอล์คเกอร์ ก็พาผู้ชมท่องไปทั่วจักรวาลอวกาศ จากนั้นก็มีซีรีส์ต่อเนื่องกันมา Episode I : The Phantom Menace ซึ่งเล่าเรื่องราวของการเปลี่ยนแปลงและความเป็นผู้ใหญ่ของ ออบีวัน โคโนยี่ สกายวอล์คเกอร์ ก่อนที่มหากาพย์จะขยายขอบเขตออกไปสู่โลกภาคใหม่แห่งอนาคต รวมถึงซีรีส์ภาคแยกจากจักรวาลอวกาศที่ครองใจแฟนทั่วโลกรวมทั้งภาพยนตร์ซีรีส์แอนิเมชันอย่าง Star Wars: The Clone Wars และ Star Wars: The Force Awakens เหล่าตัวละครดั่งดาวเด่นบนหน้าจอและบนจอทีวีพร้อมพินกับหมวกฮาร์นีย์ที่หลากหลาย ทั้งความสุข ความเมตตา ความรัก ความกล้า ความกล้าหาญ และความซื่อสัตย์ ซึ่งล้วนแต่มีความดีและด้านมืด ความรักและความกล้าหาญที่ผลักดันให้พวกเขาลุกขึ้นต่อสู้เพื่อสันติภาพและอนาคต โลกอนันต์ทางปรัชญาที่ชวนย้อนถวิลถึงแก่นแท้ของความเป็นมนุษย์อย่างลึกซึ้ง และแน่นอนว่ามหากาพย์สุดยิ่งใหญ่จะไม่สมบูรณ์หากขาดตัวละครอันน่าจดจำอย่าง ดาร์ต เวเดอร์, อาน โซโล, ชิวแบ็กก้า, โยดา, ซี-ทีโอ, อาร์ที้-ดีดี้ รวมถึงเครื่องจักร อานอวกาศ และฐานทัพที่ถูกออกแบบอย่างน่าตื่นตาตื่นใจ

2026

คอลเลกชัน

ฤดูใบไม้ผลิ & ฤดูร้อน

UT ตารางราคา

P.14 Ukiyo-e Blue & Ukiyo-e Animal
ผู้ใหญ่ ฿490

P.22 TOYOTA
ผู้ใหญ่ ฿490

P.26 MANGA UT SHUEISHA 100th
ผู้ใหญ่ ฿490

P.38 Musical Icons
ผู้ใหญ่ ฿490

P.42 The Louvre
ผู้ใหญ่ ฿490

P.48 Elliott Erwitt
ผู้ใหญ่ ฿490

P.52 Pokémon
ผู้ใหญ่ ฿490

P.56 Jason Polan
เด็ก ฿290

P.58 MAGIC FOR ALL ICONS
ผู้ใหญ่ ฿490 / เด็ก ฿290

Cover

MANGA UT SHUEISHA 100th / ผู้ใหญ่ ฿490

Back Cover

MAGIC FOR ALL ICONS / ผู้ใหญ่ ฿490

<Right Page>

Ukiyo-e Blue / ผู้ใหญ่ ฿490



**UT magazine,
New Digital**

Proofreading: Shuchishia

ราคาสินค้าทั้งหมดเป็นราคาปัจจุบัน ณ วันที่ 6 มีนาคม 2026 และรวมภาษีการขายแล้ว ดูรายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับเงื่อนไขและเงื่อนไขในการใช้ UT สินค้าอาจมีและราคาอาจแตกต่างกันไป
สินค้าบางรายการอาจมีจำนวนจำกัดในบางสาขาหรือบางประเทศ หรืออาจจำหน่ายหมดแล้ว สินค้าอื่นที่อาจ
อาจแตกต่างกันจากที่พิมพ์ในเล่ม ขนาดที่ระบุทั้งหมดเป็นขนาดญี่ปุ่น โฉมที่มิได้ระบุราคาเป็นของโปรด
พิมพ์ครั้งที่: 6 มีนาคม 2026
จัดพิมพ์โดย UNIQLO CO., LTD.