

การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย

นางสาวประภัสสร จันทร์สถิตย์พร

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์ดุสิต

สาขาวิชานิติศาสตร์

คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)
เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

MESSAGE CREATION OF GOVERNMENTAL ORGANIZATION TO ENHANCE
THE CREATIVE ECONOMY CONCEPT IN THAILAND

MISS PRAPASSORN CHANSATITPORN

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Doctor of Philosophy Program in Communication Arts

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2011

Copyright of Chulalongkorn University

| | |
|---------------------------------|--|
| หัวข้อวิทยานิพนธ์ | การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ |
| | หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย |
| โดย | นางสาวประภัสสร จันทรสถิตย์พร |
| สาขาวิชา | นิเทศศาสตร์ |
| อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก | อาจารย์ ดร.จรรย์ฤทธิ์ สิ้นธุพันธ์ |

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยเป็นส่วนหนึ่ง
ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาตรีบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก
(อาจารย์ ดร.จรรย์ฤทธิ์ สิ้นธุพันธ์)

..... กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ม.ล.วิภูรธร จิระประวัติ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว)

ประภัสสร จันทรสถิตย์พร : การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย. (MESSAGE CREATION OF THAI GOVERNMENTAL
ORGANIZATION TO ENHANCETHE CREATIVE ECONOMY CONCEPT IN THAILAND)
อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : อ.ดร.จิริยuth์ สิ้นธุ์พันธ์, 347 หน้า.

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาและวิเคราะห์การเล่าเรื่องเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ที่สื่อสารโดยหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย 2.ศึกษาและวิเคราะห์การสร้างสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆ
ที่หน่วยงานเลือกใช้และ 3.สร้างแบบจำลองการสร้างสารของหน่วยงานภาครัฐเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ในประเทศไทย มุ่งหมายให้เกิดการค้นพบองค์ประกอบของเรื่องเล่าและเนื้อหาสารที่ปรากฏจากสื่อ
ต่างๆที่เหมาะสมสำหรับการเสริมให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความเด่นชัดขึ้น หน่วยงานภาครัฐใน
การศึกษาครั้งนี้ได้แก่ หน่วยงานภายใต้การกำกับของสำนักงานบริหารจัดการองค์ความรู้ 3 หน่วยงานคือ สำนัก
อุทยานการเรียนรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และ สถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ วิเคราะห์บท
สัมภาษณ์บุคคลในตำแหน่งผู้อำนวยการหรือผู้รับผิดชอบการกำหนดเนื้อหาสารของหน่วยงานทั้งสิ้น 7 คนด้วย
แนวคิดองค์ประกอบและการประเมินเรื่องเล่าประกอบกับวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏจากสื่อต่างๆที่หน่วยงาน
ใช้ได้แก่ สื่อพื้นที่ สื่อนิทรรศการ สื่อเว็บไซต์ สื่อกิจกรรมและสื่อนิตยสารระหว่างเดือนพฤษภาคม 2553 - เมษายน
2554 ภายใต้แนวคิดเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ

ผลการวิจัยพบว่า แต่ละหน่วยงานมีองค์ประกอบในการเล่าเรื่องซึ่งได้แก่ ตัวละคร แก่นเรื่อง ผู้เล่าเรื่อง
ฉาก เหตุการณ์ ผู้ฟัง ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล และความสัมพันธ์เชิงเวลา แตกต่างกันทุกองค์ประกอบตาม
บทบาทหน้าที่และพันธกิจของแต่ละหน่วยงาน ส่งผลให้การเล่าเรื่องไม่มีเอกภาพและไม่มีทิศทางที่ชัดเจนมาก
พอที่จะเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขณะที่เนื้อหาสารที่ปรากฏในแต่ละสื่อ เมื่อพิจารณา
จุดเน้นเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการซึ่งได้แก่ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทาง
โครงสร้าง ทุกหน่วยงานเน้นเนื้อหาเหมือนกันเพียงด้านเดียวคือ ทุนทางมนุษย์เนื่องจากบทบาทการเป็นศูนย์การ
เรียนรู้ ส่วนเนื้อหาสารด้านทุนประเภทอื่นๆ จะมีความแตกต่างกันไปในตามเอกลักษณ์เฉพาะของหน่วยงาน โดย
สำนักอุทยานการเรียนรู้เน้นเนื้อหาเรื่องทุนทางสังคม ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบเน้นเนื้อหาเรื่องทุนทาง
โครงสร้าง และสถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้เน้นเรื่องทุนทางวัฒนธรรม ขณะที่พิจารณาตามแต่ละสื่อ สื่อกิจกรรม
สะท้อนทุนทางสังคมมากที่สุด สื่อนิทรรศการและสื่อพื้นที่สะท้อนเรื่องทุนทางวัฒนธรรมมากที่สุด สื่อเว็บไซต์
และสื่อนิตยสารสะท้อนทุนทางโครงสร้างมากที่สุดขณะที่แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่านั้นสร้างจากการบูรณาการหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชนและภาคประชาชนเข้า
ด้วยกันด้วยองค์ประกอบการเล่าเรื่องและเนื้อหาสารที่สะท้อนทุนสร้างสรรค์ 4 ประการที่เป็นเอกภาพ

สาขาวิชา..... นิเทศศาสตร์..... ลายมือชื่อนิสิต.....

ปีการศึกษา..... 2554..... ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

##5085105728 : MAJOR COMMUNICATION ARTS

KEYWORDS : MESSAGE CREATION / CREATIVE ECONOMY CONCEPT / NARRATIVE

PRAPASSORN CHANSATITPORN : MESSAGE CREATION OF THAI GOVERNMENTAL ORGANIZATION TO ENHANCE THE CREATIVE ECONOMY CONCEPT IN THAILAND. ADVISOR : JIRAYUDH SINTUBHAN, Ph. D. , 347 pp.

This research is a qualitative study aimed at 1) studying and analyzing the narration of creative economy communicated by governmental organization in Thailand; 2) studying and analyzing the creation of message as appeared in a variety of media selected by the organization and 3) building a model for the message creation of the governmental organization in order to support the creative economy in Thailand. The study is planned to uncover elements of the narration as well as its contents shown in any media that are appropriate to be used to uphold the creative economy concept. The governmental organizations participating in this study are those under the supervision of the Office of Knowledge Management namely Thailand Knowledge Park Office, Thailand Creative & Design Center, and National Discovery Museum Institute. The study was conducted by analyzing the interview of 7 persons that are either Director or those who are responsible for the message contents of the organization with concepts, elements, and narration assessment. The message contents appeared in different media used by the organization i.e. spaces, exhibitions, websites, activities, and magazines published or held during May 2010-April 2011 under the concept of "4 Constructive Capitals" were also analyzed.

The study confirms that each organization retains elements of narration i.e. characters, theme, narrator, scene, incident, audience as well as logical and temporal relationship that are inherently diverse pertaining to their roles and commitments. This results in a discrepancy of narration, and is deprived of a clear direction that is sufficient to promote understanding in creative economy. Meanwhile, when considering message's contents shown in each kind of media by emphasizing on the 4 Creative Capitals i.e. human capital, social capital, cultural capital, and structural capital, every organization mainly focuses on one content namely human capital due to its role as a learning center. Message's contents of other capital categories are diverse in accordance with each organization's specific identity. The Thailand Knowledge Park Office underlines the social capital related matters while Thailand Creative & Design Center, and National Discovery Museum Institute lay emphasis on structural capital, and cultural capital respectively. Nevertheless, once being considered each category of media separately, activity related media reflects social capital the most at the same time as exhibition and space related media reflect cultural capital the most, and website and magazine related media reflect structural capital the most at the same time as a model for the message creation supporting the creative economy concept through narration concept is conducted from an integration of governmental, private, and public sectors containing the elements of narration and message's contents that echoes the unified 4 constructive capitals.

Field of Study: Communication Arts..... Student's Signature

Academic Year: 2011..... Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยชิ้นนี้ได้รับทุนสนับสนุนทั้งสิ้น 3 ส่วน ได้แก่ ทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รุ่นที่ 15, ทุนกองทุนประติศรัฐร์ กัลย์จาฤก และทุนสนับสนุนของนิสิตป.เอก-โทไปเสนอผลงานวิชาการในต่างประเทศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้แก่ รศ.ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ ประธานสอบซึ่งเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะที่มีประโยชน์ทั้งในฐานะอาจารย์และในฐานะผู้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ ผศ.ดร.ม.ล.วิภากรธร จิรประวัติ ที่กรุณาให้แนวทางในการพิจารณาแนวคิดทฤษฎีและข้อมูลรวมทั้งให้กำลังใจตลอดการศึกษา ผศ.ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้วกรรมการภายนอกซึ่งกรุณาสละเวลาและให้ข้อเสนอแนะที่ช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ของงานวิจัย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรศ.ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์ ผู้ให้คำปรึกษาในการจัดการบริหารเวลาทั้งการทำงานและการเรียนรวมทั้งให้มุมมองในการพิจารณาข้อมูลในการศึกษาที่หลากหลาย และสำคัญที่สุดผู้วิจัยต้องขอกราบขอบพระคุณอ.ดร.จิริยุทธ์ สีนุพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้ร่วมเดินทางมากับผู้วิจัยตลอดเส้นทางการศึกษานับตั้งแต่เริ่มต้นหาประเด็นในการศึกษาวิจัยและช่วยกรอบแนวทางในการวิจัยให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้นจนสมบูรณ์ได้

การดำเนินชีวิตการเรียนไปพร้อมกับการทำงานเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความอดทนและความสามารถในการบริหารจัดการเวลาซึ่งมิใช่เฉพาะส่วนตัวผู้เรียนเท่านั้น ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณคณาจารย์ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดงทุกท่าน รวมถึงคณาจารย์ เจ้าหน้าที่คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ให้ความเข้าใจและให้ความสนับสนุนการเรียนของผู้วิจัยอย่างเต็มที่ในทุกๆ ด้าน ขอขอบคุณ ผศ.สุกัญญา สมไพบูลย์ ,อ.วิทวัส สังสะกิจ,อ.ปอรรักษ์ ยอดเนตร พี่ที่รักและเคารพที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและความมีวินัยในการเรียน อ.ลักษณะนัย ทรงเสียงไชย อ.อนรรฆอร บุรมัธยานนท์ ผู้ช่วยเหลือด้านการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ขอขอบคุณข้อคิดและกำลังใจจากพี่ๆ เพื่อนๆ ร่วมรุ่นปริญญาเอกนิเทศศาสตร์ทุกท่าน รวมทั้งนิสิตปริญญาโทที่ให้กำลังใจในฐานะผู้เรียนด้วยกัน นอกจากนี้ในฐานะนิสิตในโครงการจุฬาฯ-ชนบท รุ่นที่ 18 ผู้วิจัยขอระลึกถึงพระคุณของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่ได้ให้ทุนการศึกษาในระดับปริญญาตรีแก่ผู้วิจัย โอกาสทางการศึกษาจากวันนั้นเป็นรากฐานที่สำคัญอันส่งผลถึงความก้าวหน้าและมั่นคงในอาชีพการงานจนถึงปัจจุบัน

การประสบผลสำเร็จทางการศึกษาอาจมีคุณค่าไม่สมบูรณ์ได้หากเป็นเหตุไปสู่การบั่นทอนความมั่นคงด้านอื่นๆ ของชีวิตโดยเฉพาะครอบครัว ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณ ผศ.ดร.คันสนีย์ จันทร์สถิตย์พร คุณอาผู้มีพระคุณที่เลี้ยงดู ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้วิจัยตระหนักถึงคุณค่าของการศึกษาว่าจะเป็นสมบัติอันล้ำค่าติดตัวผู้วิจัยตั้งแต่เด็กจนกระทั่งถึงขั้นสูงสุด ขอขอบคุณ ร.ต.อ.สิริวัฒน์ สิริพศุตม์ สามีผู้ให้กำลังใจซึ่งมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการปรับเปลี่ยนอุปสรรคต่างๆ ในชีวิตให้เป็นโอกาสสำหรับผู้วิจัยได้เสมอถือเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งที่ทำให้คุณค่าของการศึกษาในระดับปริญญาเอกของผู้วิจัยสมบูรณ์

สารบัญ

หน้า

| | |
|---|-----------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | ง |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | จ |
| กิตติกรรมประกาศ..... | ฉ |
| สารบัญ..... | ช |
| สารบัญตาราง..... | ญ |
| สารบัญภาพ..... | ฎ |
| | |
| บทที่ 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| คำถาม/ปัญหาในการวิจัย..... | 6 |
| วัตถุประสงค์การศึกษา..... | 6 |
| ขอบเขตของการวิจัย..... | 7 |
| เงื่อนไขด้านเวลา..... | 8 |
| นิยามศัพท์ที่ใช้ในการศึกษา..... | 8 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 10 |
| | |
| บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 11 |
| แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์..... | 11 |
| 1. สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย..... | 11 |
| 2. หน่วยงานภาครัฐของไทยที่สื่อสารเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์..... | 14 |
| แนวคิดการเล่าเรื่องในฐานะที่เป็นการสร้างสาร..... | 23 |
| แนวคิดเรื่องทุนและทุนที่สร้างสรรค์..... | 33 |
| 1. ทุนมนุษย์ (Human Capital)..... | 34 |
| 2. ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)..... | 34 |
| 3. ทุนทางสังคม (Social Capital)..... | 35 |

| | |
|---|------------|
| 4.ทุนทางโครงสร้างหรือทุนทางสถาบัน (Structural or Institutional Capital)... | 35 |
| การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง..... | 36 |
| บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย..... | 44 |
| ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก..... | 44 |
| ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เอกสาร..... | 47 |
| บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล..... | 50 |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์บุคคล..... | 53 |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร..... | 136 |
| บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ..... | 234 |
| สรุปผลการวิจัย..... | 235 |
| ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษาเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้จาก การสัมภาษณ์บุคลากรของหน่วยงาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์ เรื่องการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ ในประเทศไทย..... | 235 |
| ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารจากสื่อต่างๆ ที่หน่วยงาน ใช้สื่อสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์..... | 245 |
| ส่วนที่ 3 การนำเสนอแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์..... | 250 |
| อภิปรายผล..... | 257 |
| ส่วนที่ 1 อภิปรายผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ หน่วยงานภาครัฐ..... | 257 |
| ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารจากสื่อต่างๆ ที่หน่วยงาน ใช้สื่อสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์..... | 258 |

| | |
|--|-----|
| ส่วนที่ 3 การอภิปรายผลการเสนอแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริม | |
| แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ..... | 261 |
| ข้อเสนอแนะในการวิจัย..... | 267 |
| ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ..... | 267 |
| ข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน..... | 268 |
| ข้อเสนอแนะต่อภาควิชาการและการศึกษา..... | 269 |
| รายการอ้างอิง..... | 270 |
| ภาคผนวก..... | 273 |
| ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์..... | 347 |

สารบัญตาราง

| ตารางที่ | | หน้า |
|----------|---|------|
| 1 | ผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของ OKMD | 98 |
| 2 | ผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของ TK Park | 106 |
| 3 | ผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของ TCDC | 117 |
| 4 | ผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของ Museum Siam | 132 |
| 5 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park | 138 |
| 6 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park | 142 |
| 7 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park | 151 |
| 8 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ TCDC | 161 |
| 9 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของ TCDC | 166 |
| 10 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ TCDC | 174 |
| 11 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาขานิตยสารของ TCDC | 181 |
| 12 | ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC | 187 |
| 13 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ Museum Siam | 206 |
| 14 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ Museum Siam | 210 |
| 15 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของ Museum Siam | 215 |
| 16 | ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam | 221 |

สารบัญภาพ

| ภาพประกอบ | หน้า |
|---|------|
| 1 แผนภูมิเส้นทางจากเศรษฐกิจยุคเก่าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่..... | 12 |
| 2 กระบวนการดำเนินการวิจัย การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย..... | 42 |
| 3 กรอบการศึกษาวิจัย การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย..... | 43 |
| 4 กรอบความเชื่อมโยงเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลเพื่อการสร้าง แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์..... | 231 |
| 5 แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอุทยาน การเรียนรู้ TK Park..... | 251 |
| 6 แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC..... | 253 |
| 7 แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam..... | 255 |
| 8 แบบจำลองการผสานความร่วมมือในการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย..... | 266 |

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จุดเริ่มต้นของความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่องการสร้างสรรค์เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยนั้น เริ่มจากการที่ผู้วิจัยได้เห็นการทำงานของวลีสำคัญๆ 2 ประโยคที่มีผลต่อกระบวนการตั้งคำถามหรือตั้งประเด็นในการศึกษาของตนเอง วลีแรกคือ “เมืองไทย เมืองสร้างสรรค์” หรือ “Creative Thailand” เมื่อครั้งการประกาศพันธะสัญญาในการบริหารราชการของรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยมีการบรรจุเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ อยู่ในคำแถลงนโยบายของรัฐมนตรีต่อรัฐสภาเมื่อ 29 ธันวาคม 2551 มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และสร้างนวัตกรรม สร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการไทย สร้างมาตรฐานทางธุรกิจ พัฒนาการตลาดและพัฒนาบุคลากรให้ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางรวมความสร้างสรรค์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อที่จะสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของไทย ไม่ให้ต้องพึ่งพาแต่เพียงการส่งออกสินค้าที่ต้องผันแปรตามสถานการณ์ตลาดโลกแต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2551)

จากวลีสำคัญนี้ที่สะท้อนว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือ Creative Economy ซึ่งมีที่มาสำคัญจากการเสนอแนะโดยที่ประชุมองค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนาระหว่างประเทศหรือ UNCTAD Creative Economy Report 2008 ว่าเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของโลกยุคใหม่นั้น ได้เข้ามามีบทบาทและสร้างความเคลื่อนไหวในการรับรู้ต่อผู้คนในสังคมไทยในช่วงเวลาที่ผ่านมาอย่างเป็นทางการแล้ว วลีที่สองคือ “We live on a story we are told” ของ W.Fisher ซึ่งเป็นวลีที่ดึงดูดความสนใจเกี่ยวกับการเล่าเรื่อง (narration) ซึ่งถือเป็นความรู้พื้นฐานและสนใจเดิมของผู้วิจัยว่าจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดความเข้าใจและการดำเนินชีวิตของผู้คนที่อยู่ในเรื่องเล่าเหล่านั้น หากสังคมไทยกำลังได้รับการกำหนดให้ต้องพึ่ง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในฐานะที่เป็นเรื่องเล่า (story) หน่วยงานภาครัฐไทยที่ต้องสื่อสารเรื่องเล่านี้ จะมีวิธีการในการสร้างสรรค์ (message creation) อย่างไรเพื่อสะท้อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความเป็นรูปธรรม ด้วยการอาศัยแนวคิด การเล่าเรื่องซึ่งมีเกณฑ์ในการศึกษาและวิเคราะห์ที่ชัดเจน มีองค์ประกอบและมีวิธีการประเมินองค์ประกอบอย่างเป็นขั้นตอนผู้วิจัยจึงเห็นว่า การเล่า

เรื่องนี้สามารถใช้เป็นแนววิเคราะห์เพื่อหา การสร้างสรรค์เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐสร้างขึ้นได้

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วพบว่า ประเทศไทยอาศัยการเรียนรู้ความสำเร็จภายใต้โครงการต่างๆ ของนานาชาติ ไม่ว่าจะเป็น “Creative Nation Initiative in 1994” ของประเทศออสเตรเลียที่สร้างตัวละครแรงงานรุ่นใหม่และเยาวชนให้พิจารณางานทางด้านทักษะอาชีพที่มีรากฐานจากเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตนเป็นวิถีชีวิตแบบใหม่ โครงการ “Creative Britain: New talents for the new economy” ของประเทศอังกฤษที่ส่งเสริมให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคให้เข้ากับการใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจสำคัญเช่นการปฏิรูปการศึกษา ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารหรือด้านการบริหารงานภาครัฐและเอกชน (Andrew White, 2009) หรือกระทั่งความตื่นตัวต่อความสำเร็จอย่างก้าวกระโดดของเกาหลีใต้ในโครงการ “Seoul Creative City” ที่มุ่งเน้นการผลิตเนื้อหาที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบวิถีชีวิตเช่น อาหาร เสื้อผ้า ดนตรี ผ่านศักยภาพในการมีความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย และการรุดหน้าของสิงคโปร์ในการสร้างความตระหนักแก่พลเมืองของประเทศให้ก้าวเข้าสู่อการเป็นเมืองแห่งการออกแบบภายใต้โครงการ “Design Singapore”

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จในกรณีศึกษาของต่างประเทศมิได้เกิดขึ้นเพียงเพราะการสร้างแนวคิดหรือ “สโลแกน” ด้วยถ้อยคำสวยงามเพื่อให้ติดหูหากแต่ภายใต้ชื่อโครงการเหล่านั้น มีกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำงานอยู่เบื้องหลัง ซึ่งเกิดจากการประกบกันระหว่างองค์ประกอบหลายอย่าง เช่นมีการกำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบในการสื่อสารหลัก มีการกำหนดแก่นความคิดหลักที่จะใช้สื่อสาร มีการสร้างปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพของสังคม สำคัญที่สุดคือมีการกำหนดทิศทางการสร้างเนื้อหาสาระว่าจะเป็นไปอย่างไร หรืออาจกล่าวได้ว่าเราสามารถเห็นความพยายามในการ “เล่าเรื่อง” เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกรณีศึกษาต่างประเทศได้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงเกิดความสงสัยว่าในบริบทของประเทศไทยนั้น การสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้เป็นไปในลักษณะใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดดังกล่าวให้เด่นชัดหรือส่งผลต่อความตื่นตัวหรือความเคลื่อนไหวในสังคม แท้จริงแล้วเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรณีของ

ประเทศไทยนั้นคืออะไร หน่วยงานภาครัฐของไทยในฐานะผู้รับผิดชอบโดยตรงสร้างสารเหล่านี้ และส่งต่อผู้คนในสังคมไทยอย่างไร จึงเป็นที่มาเบื้องต้นของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

จากปัจจัยที่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการผสานกันระหว่าง “เศรษฐศาสตร์” และ “ความคิดสร้างสรรค์” เนื้อหาของแนวคิดประกอบไปด้วยข้อมูลที่มีอิทธิพลกับการรับรู้และการเรียนรู้ของผู้คนทั้งทางปัญญาและทางอารมณ์ เพราะความคิดสร้างสรรค์นั้นกินความหมายกว้างขวางไม่เฉพาะแต่เพียงความใหม่หรือสิ่งที่เป็นต้นฉบับในเชิงศิลปะ แต่เทคโนโลยี นวัตกรรม หรือความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์หลายอย่างก็ล้วนเกิดขึ้นภายใต้ความคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยจึงพิจารณาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็น “สาร” ที่มีได้หมายถึงเพียงองค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์แต่เปรียบเสมือนปรากฏการณ์การหลอมรวมกันของเนื้อหาสารที่มีความหลากหลายในบริบทของทั้งสังคมและเศรษฐกิจ และถือเป็น “เรื่องเล่า” เรื่องหนึ่งที่กำลังดำเนินอยู่เพราะส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้คนในวงกว้าง สำหรับผู้วิจัยแล้ว “สาร” เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมีความเฉพาะตัวตรงที่มีความเป็นนามธรรมสูงและเกี่ยวข้องกับทั้งมิติด้านหลักคิดกับมิติด้านการปฏิบัติใช้ มีลักษณะที่กระทบทั้งกลไกเชิงปัญญา จินตนาการสร้างสรรค์และกลไกเชิงพฤติกรรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงกระบวนการ “เล่าเรื่อง” เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ปรากฏในสารที่ถูกส่งจากหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีหน้าที่รับผิดชอบว่าได้ใช้องค์ประกอบและวิธีการเช่นไรในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้สู่สาธารณะ

วลีที่ว่า “We live on the story we are told” ของ “Walter Fisher นักวิชาการผู้ตั้งต้นให้การเล่าเรื่องมีฐานะที่เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งมาจากงานศึกษาของ Fisher เรื่อง Human Communication as Narration : Philosophy of Reason, Value and Action ในปี 1987 เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ความสนใจรูปแบบการสื่อสารที่ว่าด้วยการเล่าเรื่องนั้นขยายอาณาเขตจากเรื่องแต่งหรือ fiction มาสู่ เรื่องจริง หรือ non-fiction เพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยวิธีการยืนยันความสอดคล้องของการศึกษาศาสตร์ว่าด้วยการเล่าเรื่องของ Fisher ที่สามารถใช้สำหรับวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารของทั้งเนื้อหาที่เป็นจินตคติและสารัตถคติได้นั้นเพราะ “ที่ใดมีมนุษย์ ที่นั่นย่อมมีการเล่าเรื่อง” ดังนั้นเรื่องเล่าจึงสามารถไปปรากฏในรูปแบบการสื่อสารศาสตร์หนักๆ อื่นเช่นวิทยาศาสตร์ รัฐศาสตร์ได้เช่นกัน (W.Fisher 1987 อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ 2553) วลีนี้เองที่เป็นหลักคิดพื้นฐานของการกำหนดมุมมองในการศึกษาของผู้วิจัยว่าการเล่าเรื่องนั้นมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงความรู้และเข้าใจของผู้คนกับเนื้อหาที่ตนเองในฐานะผู้รับฟังเรื่องเล่าเหล่านั้น ด้วยการ

อาศัยแนวคิดการเล่าเรื่อง (Narration) ซึ่งมีหน้าที่หลากหลายดังที่ Fisher ได้สรุปไว้ว่า มนุษย์มีคุณสมบัติในการเล่าเรื่อง (narrative being) เป็นพื้นฐานกว่าคุณสมบัติอื่นๆ ดังนั้นเรื่องราวต่างๆ รอบตัวของมนุษย์รวมทั้งเรื่องราวที่เป็นสสาร (non fiction) ก็สามารถศึกษาได้ด้วยการเล่าเรื่องทั้งสิ้น

Fisher กล่าวว่า การเล่าเรื่องมีหน้าที่ต่อยอดความคิดหรืออุดมการณ์เดิมๆ ต่างๆ ให้มั่นคงและสร้างความเป็นกลุ่มหรือความรู้สึกร่วม ทำหน้าที่ให้คำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ ประกอบสร้างความจริงเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้คนและสังคม ตามนิยามของ Fisher การเล่าเรื่องจึงเป็นกระบวนการเชิงสัญลักษณ์ มีลำดับขั้นตอนของการพูดหรือการกระทำ มีความหมายสำหรับผู้เล่าและผู้ฟังเรื่องเล่า สารที่ปรากฏในเรื่องเล่าจะเป็นตัวกำหนดวิถีทางการดำรงชีวิตอยู่ของผู้คน การศึกษาเรื่องเล่าตามแนวคิดของ Fisher นี้จึงให้ความสนใจกับการสร้างความหมาย (construction of meaning) ต่อสิ่งต่างๆ รอบตัวของมนุษย์ รวมทั้งการให้คุณค่า (value) ทางด้านอารมณ์หรือสุนทรียะหรือลีลาที่ใช้ในการเล่ามากด้วย ดังนั้นการเล่าเรื่องตามเป้าหมายเช่นนี้ จึงมีวิธีการศึกษาที่เน้นกลวิธีในการเล่าว่าเป็นอย่างไร (How to narrate) มากกว่าที่จะสนใจว่าเล่าเรื่องอะไร (What to narrate)

เมื่อย้อนไปถึงจุดเริ่มต้นของการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยนั้น เกิดขึ้นพร้อมกับการปฏิรูปแนวทางการพัฒนาประเทศไทยภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่มุ่งสร้างเสริมการพัฒนาคนให้เป็นทรัพยากรที่สำคัญของชาติ และปรากฏต่อเนื่องมาจนฉบับที่ 11 โดยอาศัยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์ความรู้ในฐานะที่เป็นเครื่องมือสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ได้จัดตั้งขึ้นคือ หน่วยงานหนึ่งที่ผู้วิจัยถือว่ามีความสำคัญเกี่ยวกับการรับแนวนโยบายเรื่องการพัฒนาคนของประเทศไทยจากภาครัฐเพื่อสื่อสารสู่สาธารณะนั้นคือสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Office of Knowledge Management and Development (Public Organization) หรือเป็นที่รู้จักกันในนาม OKMD วัตถุประสงค์คือเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาและพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มความรู้สร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพความคิดของผู้คน OKMD ประกอบไปด้วยส่วนงานภายในซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แต่สำหรับผู้วิจัยแล้วมีหน่วยงาน 3 หน่วยที่ดำเนินนโยบายและมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อน

แนวคิดหรือสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในมิติที่เน้นการสื่อสารเป็นหลัก ได้แก่

1. **อุทยานการเรียนรู้ หรือ Thailand Knowledge Park หรือTK Park** ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบที่ให้บริการหนังสือและมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมให้การอ่านและกาเรียนรู้เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาทักษะโดยเฉพาะการคิดวิเคราะห์เพื่อให้ผู้คนเกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

2. **สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand Creative and Design Center หรือTCDC** เป็นแหล่งทรัพยากรข้อมูลการเรียนรู้ด้านการออกแบบที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้คนไทยปลดปล่อยพลังสร้างสรรค์ที่ได้จากการพิจารณาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาสร้างสินค้าใหม่หรือผลงานที่เป็นต้นฉบับ

3. **สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติหรือ Museum Siam** ศูนย์การศึกษาที่จัดแสดงนิทรรศการสร้างสรรค์โดยใช้นวัตกรรมใหม่ในการเล่าเรื่องราวของชนชาติ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเศรษฐกิจไทยในรูปแบบมีชีวิต ที่สามารถจุดประกายความอยากรู้ การตั้งคำถามและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนิทรรศการกับผู้ชมเพื่อเกิดทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและพัฒนาประเทศโดยรวม

ผู้วิจัยเห็นว่าหน่วยงานทั้ง 3 มีบทบาทหน้าที่โดยตรงในฐานะผู้ส่งถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารสนับสนุนและก่อให้เกิดการขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์ในระดับต่างๆ คือตั้งแต่ ระดับปฐมวัยหรือระยะต้นที่ TK Park จะต้องสร้างสังคมของการส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้แก่เด็กและเยาวชน ขณะที่ TCDC คือผู้สนับสนุนและพัฒนาในระยะกลางหรือวัยรุ่นและวัยทำงานเมื่อความคิดสร้างสรรค์ได้ถูกพัฒนาผสมผสานกับการออกแบบจนสามารถกลายเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าได้ ส่วน Museum Siam นั้นเสมือนผู้สนับสนุนระดับการศึกษาต่อเนื่องคือ ทำหน้าที่เผยแพร่รากเหง้าต้นกำเนิดของวัฒนธรรมประเพณีที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์หรือวิถีคิดภูมิปัญญาต่างๆ ของคนไทย

หน่วยงานภาครัฐเหล่านี้ในฐานะที่เป็นผู้ส่งสารหลักในสังคมไทยสร้างสารจากระดับนโยบายหรือแนวคิดสู่การปฏิบัติที่ปรากฏตามเนื้อหาในสื่อต่างๆ อย่างไรก็ตาม การสื่อสารแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ถูกสื่อผ่านหน่วยงานเหล่านี้ควรเป็นอย่างไร จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาหาคำตอบเพื่อจะนำไปสู่การเข้าสู่สังคมความคิดสร้างสรรค์ที่จะพัฒนาขึ้นไปเป็นพลังในการ

ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ทัดเทียมนานาประเทศภายใต้บริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่กำลังดำเนินอยู่ในขณะนี้ ทั้งนี้ได้อาศัยการรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบหรือปัจจัยที่เสริมให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เน้นเฉพาะเรื่องทุนสร้างสรรค์ (the Creative Capital) 4 ประเภทซึ่ง UNCTAD ได้สรุปไว้ว่าความคิดสร้างสรรค์ของคนอันจะส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจนั้นต้องเกิดจากการพัฒนาหรือส่งเสริมทุนทั้งสิ้น 4 ด้าน อันได้แก่ ทุนมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) และทุนทางโครงสร้างหรือทุนทางสถาบัน (Structural and Institutional Capital) มาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาสาระด้วย เพื่อทำที่สุดจะสามารถแสวงหาแบบจำลองการสร้างสรรที่เหมาะสมสำหรับหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีหน้าที่รับผิดชอบการสื่อสารแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นไปในอนาคต

คำถาม/ปัญหาในการวิจัย

1. โดยอาศัยอัตรียบบริบทเรื่องทุนสร้างสรรค์ หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างไร เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
2. การสร้างสรรค์ผ่านสื่อของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีลักษณะอย่างไรเมื่อวิเคราะห์จากกรอบทุนสร้างสรรค์
3. แบบจำลองการสร้างสรรของหน่วยงานภาครัฐเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้บริบทเรื่องทุนสร้างสรรค์ที่สื่อสารโดยหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การสร้างสรรที่ปรากฏในสื่อประเภทต่างๆที่หน่วยงานภาครัฐใช้
3. เพื่อสร้างแบบจำลองการสร้างสรรของหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

หน่วยของการศึกษา

ศึกษาหน่วยงานภาครัฐในฐานะผู้ส่งสารเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับของสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ Office of Knowledge Management and Development (Public Organization) OKMD 3 หน่วยได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ หรือ Thailand Knowledge Park (TK Park) ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ Thailand Creative Design Center (TCDC) และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (Museum Siam)

ข้อมูลและวิธีศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลประเภทบุคคล ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) และวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ด้วยแนวคิดการเล่าเรื่อง (Narrative) กำหนดกรอบในการวิเคราะห์เรื่องเล่าด้วยคิดทุนสร้างสรรค์ (Creative Capital) ผู้ให้สัมภาษณ์คือผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐระดับผู้อำนวยการและหัวหน้างานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ OKMD ในฐานะหน่วยงานแม่ อุทยานการเรียนรู้ TK Park ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam จำนวนทั้งสิ้น 7 ท่านได้แก่

1. คุณอารายะ มาอินทร์ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนและรักษาการผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ OKMD
2. คุณทัศนัย วงศ์พิเศษกุล ผู้อำนวยการสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park
3. คุณวัฒน์ชัย วีนิจจะกุล หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park
4. คุณอภิสิทธิ์ ไส้ตู่กุล ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC
5. คุณพิชิต วีรังคบุตร หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้ หัวหน้าฝ่ายนิทรรศการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC
6. ม.ล.อรอำไพ พนานุรัตน์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam
7. คุณรณฤทธิ ธนโกเศศ ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam

ข้อมูลประเภทเอกสาร ศึกษาวิเคราะห์เอกสาร(Documentary Analysis) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยอาศัยกรอบแนวคิดทุนสร้างสรรค์ (Creative Capital) เป็นเกณฑ์การวิเคราะห์ สื่อต่างๆที่หน่วยงานแต่ละหน่วยเลือกใช้เนื่องจากหน่วยงานทั้ง 3 หน่วยงานมีลักษณะเป็นศูนย์ เป็นพิพิธภัณฑ์สื่อต่างๆ ที่ใช้จึงประกอบไปด้วย สื่อสถานที่ สื่อเว็บไซต์ สื่อกิจกรรม สื่อนิตยสาร และ สื่อนิทรรศการ

เงื่อนไขด้านเวลา

กรอบเวลาในการศึกษาแนวคิดหรือวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ให้นับตั้งแต่ปี 2548 จนถึงปัจจุบัน เพราะเป็นปีแรกที่มีการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยอย่างเป็นทางการ การเลือกเอกสารจากสื่อต่างๆ เพื่อวิเคราะห์เอกสารคือช่วงระหว่างเดือน พฤษภาคม 2553 - เมษายน 2554 เท่านั้น

นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หมายถึง แนวคิดเกี่ยวกับระบบเศรษฐกิจที่เน้นการส่งเสริมให้เกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ สินค้า และบริการที่มีรากฐานจากการผสมผสานองค์ประกอบทางความคิดสร้างสรรค์ ศิลปวัฒนธรรม และการออกแบบซึ่งสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ก่อให้เกิดมูลค่า

การเล่าเรื่อง หมายถึง วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและรูปแบบขององค์ประกอบเรื่องเล่า ได้แก่ ผู้เล่าเรื่อง ตัวละคร แก่นเรื่อง เหตุการณ์ ฉาก ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล ความสัมพันธ์เชิงเวลา และผู้ฟัง ที่ใช้เพื่อถ่ายทอดสาระแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สาร หมายถึง เนื้อหา สาระที่เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งส่งจากหน่วยงานภาครัฐมาสู่ผู้รับสาร

การสร้างสาร หมายถึง การสร้างเนื้อหาสารที่มีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้ง 2 ระดับคือ ระดับแนวคิดพิจารณาตามองค์ประกอบ 8 ประการของการเล่าเรื่อง และระดับปฏิบัติการที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ ซึ่งหน่วยงานเลือกใช้พิจารณาตามองค์ประกอบเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ

ทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ หมายถึงแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต้องอาศัยทุนหรือคุณสมบัติตั้งต้น 4 ประการได้แก่ ทุนทางมนุษย์ (Human Capital) ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) ทุนทางสังคม (Social Capital) ทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน (Structural or Institutional Capital)

ทุนทางมนุษย์ หมายถึง คุณสมบัติเฉพาะที่บรรจุอยู่ในแต่ละบุคคลในรูปของความรู้ ศักยภาพหรือสมรรถนะด้านความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ สุขภาพที่แฝงอยู่ในตัวและการนำศักยภาพหรือสมรรถนะเหล่านั้นไปใช้เพื่อการสร้างสรรค์และผลิตผลงาน

ทุนทางวัฒนธรรม หมายถึง คุณค่าเชิงนามธรรม เช่นความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียม วิถีชีวิต และคุณค่าเชิงรูปธรรมเช่น สิ่งของ เครื่องใช้ ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ปัจจัย 4 ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสังคมซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต

ทุนทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างกันในรูปแบบต่างๆ ของคนหรือการที่คนแต่ละคนนำทุนทางมนุษย์ของตนมาใช้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนกันจนเกิดเป็นกลุ่มเป็นเครือข่ายที่ส่งผลต่อการศักยภาพที่จะขับเคลื่อนปรากฏการณ์ต่างๆ

ทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน หมายถึง ทุนพื้นฐานที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้การดำเนินไปขององค์ประกอบอื่นๆ ในสังคมเช่น ผู้คน สามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้ ทั้งนี้หมายรวมทั้งทุนทางด้านกายภาพเช่นอาคาร สถานที่ พื้นที่ ระบบการสื่อสาร ขนส่ง และทุนทางการบริหารจัดการเช่น กฎหมาย ระเบียบ รูปแบบการเปิดรับและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการตรวจสอบ

สื่อ หมายถึง เครื่องมือที่หน่วยงานภาครัฐใช้สำหรับสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในที่นี้หมายถึง สื่อสถานที่สื่อเว็บไซต์ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อนิทรรศการและสื่อกิจกรรม

หน่วยงานภาครัฐ หมายถึง คน กลุ่มคน และหน่วยงานการบริหารจัดการที่เป็นทางการ อันมีบทบาทและภาระหน้าที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในงานวิจัยนี้

กำหนดไว้ 3 หน่วยงาน คือ อุทยานการเรียนรู้ TK Park ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC และ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่ได้รับต่อภาครัฐ ผลการศึกษาวิจัยนี้เป็นการแสดงสถานภาพของความรู้ เรื่องการสร้างสาร โดยเฉพาะการสร้างสรรค์เนื้อหาสาระ ที่มีบทบาทต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในประเทศไทย และสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการดำเนินการเชิงเผยแพร่ ความรู้และนโยบายของหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในฐานะสังสารและผู้ดำเนินนโยบายเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อสาธารณะได้

ประโยชน์ที่ได้รับต่อภาคเอกชน องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อน เศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการสร้างสาร เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งผสมผสานความร่วมมือในการสนับสนุนเนื้อหา ความคิดที่เกี่ยวข้องที่ขาดหายไปจากการดำเนินการเผยแพร่ความรู้และนโยบายของภาครัฐเพื่อให้เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในประเทศไทยปฏิบัติการได้จริง

ประโยชน์ที่ได้รับต่อภาควิชาการและการศึกษา ผลการศึกษานี้เกิดจากใช้มุมมอง เชิงคุณภาพที่มีฐานคิดจากการเล่าเรื่อง ศึกษาการสร้างสารเพื่อเสริมเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ที่ถือเป็นแนวคิดที่ทันสมัยและจะมีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งการศึกษาวเคราะห์ ด้วยแนวทางคิดการเล่าเรื่องและการสร้างสาร จนทดลองกำหนดเป็นแบบจำลองการสร้างสารเพื่อ เสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น จะมีคุณค่าเชิงวิชาการที่สาขาวิชานิติศาสตร์จะเข้าไปมีส่วนในการพัฒนา ปรับปรุงหรือส่งเสริมการปฏิบัติการสื่อสารความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และ อาจขยายไปสู่การดำเนินกิจกรรมหรือนโยบายลักษณะอื่นๆ ของหน่วยงานอื่นๆ ของภาครัฐได้ ต่อไปในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย” เป็นการศึกษาที่ให้ความสนใจกับการสร้างสาร (message creation) ที่หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบใช้ในการดำเนินการสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ใช้แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แนวคิดการเล่าเรื่องในฐานะที่เป็นการสร้างสาร และแนวคิดเรื่องทุนและทุนที่สร้างสรรค์ รวมถึงการศึกษาตัวอย่างงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นกรอบหลักในการวิจัย ดังจะกล่าวในรายละเอียดต่อไปนี้

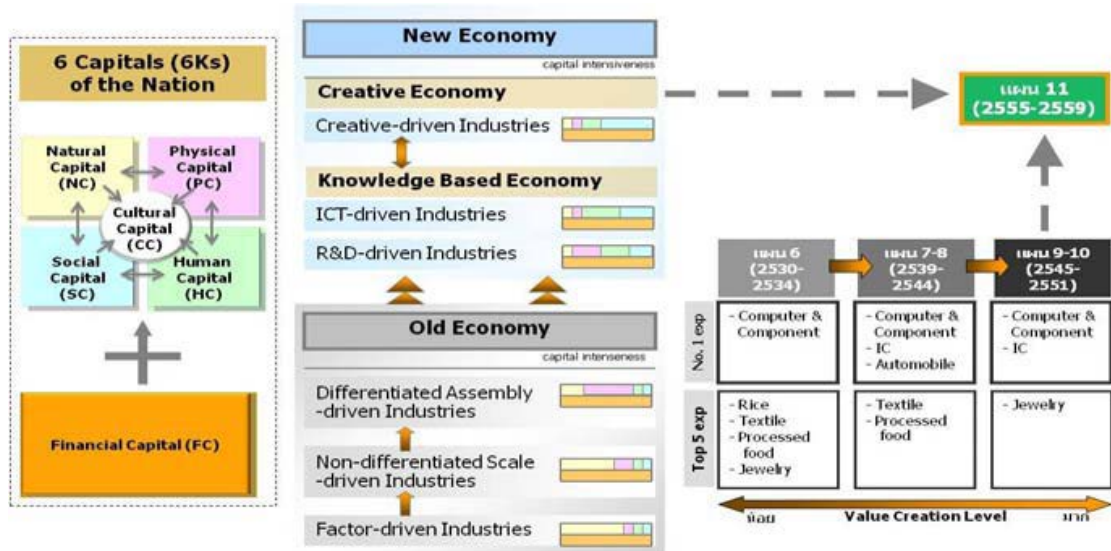
แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การศึกษาเรื่อง การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย มีแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Creative Economy เป็นบริบทสำคัญของการศึกษา โดยอาศัยแนวคิดเกี่ยวกับทุนสร้างสรรค์ 4 ประการและการวิเคราะห์ด้วยแนวคิดการเล่าเรื่องเป็นกรอบเพื่อศึกษาการสร้างสาร ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปประเด็นความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อนำมาใช้ประกอบการศึกษาโดยแยกเป็น 2 ประเด็นได้แก่ (1) สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยและ (2) หน่วยงานภาครัฐของไทยที่สื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1. สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

จุดเริ่มต้นของการให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย จะเริ่มต้นอย่างเป็นทางการเมื่อเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านจากเศรษฐกิจยุคเก่าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ระหว่างปี 2555 - 2559 ดังแผนภาพเส้นทางเศรษฐกิจยุคเก่าสู่ยุคใหม่ของไทยสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจเช่นนี้ถูกระบุให้เป็นบริบทสำคัญของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

แผนภาพที่ 1 เส้นทางจากเศรษฐกิจยุคเก่าสู่เศรษฐกิจยุคใหม่



ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

สำหรับประเทศไทย แม้ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจนในแผนพัฒนา ฉบับที่ 10 ทำให้ขาดการมองภาพรวมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตามการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิต บนหลักการพื้นฐานของแนวคิดการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยมีภาครัฐเป็นหัวใจสำคัญตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ขณะที่รัฐบาลภายใต้การบริหารงานของนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นนโยบายสำคัญของประเทศ ด้วยการบรรจุเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ไว้ในคำแถลงนโยบายของรัฐมนตรีต่อรัฐสภาเมื่อ 29 ธันวาคม 2551 มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และสร้างนวัตกรรม สร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการไทยสร้างมาตรฐานทางธุรกิจ พัฒนาการตลาดและพัฒนาบุคลากร (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2551)

การศึกษาจุดเริ่มต้นของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย ผู้วิจัยพบว่านโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของรัฐบาล ได้เริ่มปรากฏให้เห็นมาตั้งแต่ปี 2545 โดยมีการจัดตั้งองค์กรอิสระที่ทำหน้าที่พัฒนาองค์ความรู้และดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์หลายองค์กร เช่น สำนักงานพัฒนาองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรคงานออกแบบ องค์การพิพิธภัณฑท์วิทยาศาสตร์แห่งชาติ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ เพื่อเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของแต่ละกลุ่มในระยะยาว ด้วยความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวขององค์กรเหล่านี้ การสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงดำเนินไปอย่างไม่เป็นเอกภาพ

อย่างไรก็ตามมีการสรุปถึงประเด็นจุดแข็งและจุดอ่อนของประเทศไทยในสถานการณ์ปัจจุบันว่าจะสามารถเข้าสู่การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นระบบเศรษฐกิจที่สำคัญในการสร้างมูลค่าทางการค้าให้แก่ประเทศได้หรือไม่ไว้เป็นแนวทางในการพิจารณาถึงโอกาสและอุปสรรค อีกทั้งยังได้เสนอยุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยไว้ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552 : 70)

ประเด็นจุดแข็งและโอกาส (1) ความหลากหลายทางวัฒนธรรมประเพณี (2) การขยายตัวของความต้องการสินค้าทางวัฒนธรรมของเอเชีย (3) ความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีการเชื่อมโยงเครือข่ายและโอกาส (4) มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญาไว้ระดับหนึ่ง เช่น การจัดตั้งหน่วยงานต่างๆ และ (5) หน่วยงานภาครัฐเป็นกลไกสำคัญในการให้ความรู้และสนับสนุนด้านการตลาด รวมทั้งเป็นแหล่งเงินทุนที่สำคัญ

ส่วนประเด็นปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยมีอยู่ 4 ประเด็นอันได้แก่ (1) การขาดแคลนทรัพยากรบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ (2) ขาดกลไกการบูรณาการทำงานรวมทั้งขาดการเชื่อมโยงการทำงานขององค์กรหรือหน่วยงานที่สนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ขาดช่องทางแลกเปลี่ยนความรู้ความคิดเห็น การปฏิบัติงานมีทิศทางที่ต่างกัน แยกส่วนขาดการสนับสนุนกัน (3) การบริหารจัดการสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะประเด็นข้อกฎหมายและการวิจัยและพัฒนา (4) ขาดระบบฐานข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลที่ทันสมัย การจำแนกประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

ประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเทศไทยควรดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศตามแนวทางดังนี้ (1) พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ควบคู่กับการพัฒนาการศึกษา ให้ความสำคัญกับการสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (2) กำหนดกรอบนโยบายที่ชัดเจนและส่งเสริมการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน (3) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสภาพแวดล้อมในประเทศทั้งในเชิงข้อกฎหมาย ระบบฐานข้อมูลการสื่อสารและการคมนาคม (4) ให้ความสำคัญกับทรัพย์สินทางปัญญาและความคิดสร้างสรรค์ (5) พัฒนาผู้ประกอบการให้สร้างงานบนฐานความคิดสร้างสรรค์ (6) เพิ่มการศึกษาวิจัยเชิงลึกในสาขาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และทุนวัฒนธรรม (7) พัฒนาการติดตามประเมินผลที่เป็นรูปธรรม (8) ปรับโครงสร้างการผลิตและบริการของประเทศสม่ำเสมอและต่อเนื่องบูรณาการเศรษฐกิจทั้งภาคเกษตร บริการ อุตสาหกรรมต่างๆ ให้ใช้รากฐานจากวัฒนธรรม วัฒนธรรมและความสร้างสรรค์ และ (9) พัฒนาและบูรณาการสถาบันหน่วยงานต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ เอกชน ภาคการศึกษา

2. หน่วยงานภาครัฐของไทยที่สื่อสารเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้

จากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีบทบาทสนับสนุนส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เด่นชัดคือสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) หรือตัวย่อว่า สปร. มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Office of Knowledge Management and Development (Public Organization) ใช้ตัวย่อว่า OKMD

OKMD จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2547 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) พ.ศ.2547 เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาและพัฒนาความรู้ความสามารถเพื่อเพิ่มความรู้สร้างสรรค์และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนและเยาวชน ให้เป็น “คนรุ่นใหม่” ที่พร้อมรับมือกับสถานการณ์โลกที่กำลังมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและกำลังเกิดการแข่งขันทางด้านความคิดสร้างสรรค์ที่สูงขึ้น

OKMD เป็นองค์กรนำในการผลักดันสังคมไทยให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้ด้วยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ทำสินค้าและบริการให้เกิดความแตกต่างมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งจะนำพาเศรษฐกิจไทยให้ก้าวขึ้นสู่ความเป็นประเทศชั้นนำทั้งในภาคเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างศักยภาพในการแข่งขันของประเทศตามแนวคิดเศรษฐกิจ

ความคิดสร้างสรรค์ (Creative Economy) การพัฒนาแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ การส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ที่มีความหลากหลาย การส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดขยายผล และการพัฒนานโยบายและความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ลักษณะโครงการที่ปรากฏเป็นรูปธรรมเกี่ยวกับการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD คือ

โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์: OKMD Creative Awards

“OKMD Creative Awards” เกิดขึ้นเพื่อเป็นเวทีมอบรางวัลแก่ผู้ประกอบการและบุคลากรวิชาชีพที่มีผลงานสร้างสรรค์ เพื่อค้นหาผู้ประกอบการและบุคลากรวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์ดีเด่นในแต่ละสาขาเป็นประจำต่อเนื่องทุกปี และทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผลการดำเนินงานที่ได้รับรางวัลต่อสาธารณชน เพื่อเป็นการช่วยสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้ประกอบการและบุคลากรวิชาชีพเชิงสร้างสรรค์อื่นๆ ให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ และมีความอุตสาหกรรมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการเชิงสร้างสรรค์ จนนำไปสู่การพัฒนายกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค จนเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศในปีแรกจะมอบรางวัลกับธุรกิจเชิงสร้างสรรค์ 2 กลุ่มอุตสาหกรรม ได้แก่ (1) งานฝีมือและหัตถกรรม และ (2) งานออกแบบ

โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์: ฝึกอบรมหลักสูตรผู้บริหารด้านเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Executive CE)

ด้วยแนวคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่มีขอบเขตกว้างขวาง หลากหลาย และมีองค์ความรู้ใหม่ๆ เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา การพัฒนาให้ผู้ประกอบการไทยมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องตระหนักถึงความสำคัญของแนวคิดเชิงสร้างสรรค์และมีศักยภาพที่จะพัฒนาธุรกิจของตนให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเข้มแข็งนั้นจึงเป็นเรื่องจำเป็น

โครงการนี้ได้ร่วมมือกับสถาบันอุดมศึกษาที่มีความเชี่ยวชาญ จัดทำ “Executive CE” ขึ้นเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และทักษะในการประยุกต์ใช้ให้แก่ผู้บริหารในอุตสาหกรรมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ และส่งเสริมให้ผู้บริหารด้านเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่ผ่านการอบรมมีการประสานความร่วมมืออย่างเป็นเครือข่ายในการ

พัฒนาอุตสาหกรรม และสร้างเครือข่าย ตัวแทนของ OKMD ในการทำหน้าที่เผยแพร่แนวคิด เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ให้กระจายสู่ภาคธุรกิจและสาธารณชนอย่างกว้างขวาง

โครงการถ่ายทอดองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์: สร้างสรรค์สัญจร (Creative Mobile)

โครงการนี้มีเป้าหมายเพื่อกระตุ้นคนไทยให้เห็นคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์อันนำไปสู่ การสร้างมูลค่าจากความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่ โครงการนี้เน้นการกระจาย องค์ความรู้เรื่อง Creative Economy สู่ประชาชนในส่วนภูมิภาค โดยจัดให้มีเวทีนำเสนอผลงานที่ เกิดจากแนวคิดสร้างสรรค์ของตนเองด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้ สานิต และสร้างการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมสร้างสรรค์ โดยจัดเป็นกิจกรรมสัญจรไปในส่วนภูมิภาค

โครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์: พัฒนาและประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ Creative Economy

โครงการให้บริการข้อมูลข่าวสารพร้อมสื่อสารแก่กลุ่มเป้าหมาย ในลักษณะรวบรวม ข้อมูล ผลงานวิจัย บทความ เกร็ดความรู้ ข้อมูลทางธุรกิจ และอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ ประสพการณ์นำเสนอในรูปแบบของบทความความรู้ทุกแขนงสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งมีพื้นที่ แลกเปลี่ยนบนอินเทอร์เน็ต เกิดเป็นเครือข่าย ทั้งภาคประชาชน หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา

จากการศึกษาโครงการต่างๆ หน่วยงานที่มีบทบาทสำคัญในฐานะผู้สื่อสารและเผยแพร่ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณะ มีทั้งสิ้น 3 หน่วยงานคือ อุทยานการเรียนรู้ หรือ Thailand Knowledge Park ตัวย่อว่า TK Park สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand Creative Design Center ตัวย่อว่า TCDC และสถาบันพิพิธภัณฑ์และการเรียนรู้แห่งชาติ หรือ Museum Siam

อุทยานการเรียนรู้

อุทยานการเรียนรู้ หรือสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ หรือใช้ตัวย่อว่า สอว. ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Thailand Knowledge Park ใช้ตัวย่อว่า TK Park กำหนดวิสัยทัศน์การดำเนินการคือ “ร่วมสร้างสรรค์สังคมการเรียนรู้” และกำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ในการสร้างทัศนคติและนิสัยรักการอ่านการแสวงหาความรู้ในกลุ่มเด็กและเยาวชน เป็นผู้พัฒนาต้นแบบแหล่งการเรียนรู้ที่เน้นการปลูกฝังและส่งเสริมนิสัยรักการอ่านและแสวงหาความรู้ในบรรยากาศการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ ทันสมัย ในรูปแบบ “ห้องสมุดมีชีวิต” นอกจากนี้ยังได้ผนวกศูนย์การเรียนรู้ ICT แห่งชาติ (National ICT Learning Center) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาการเรียนรู้ของบุคคล โดยมีการพัฒนาต้นแบบห้องสมุดมีชีวิตในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

อุทยานการเรียนรู้ต้นแบบและบริการ

เป็นศูนย์ศึกษาและวิจัยห้องสมุดมีชีวิต (R&D Center) ส่วนพื้นที่หลักสำหรับการส่งเสริมการอ่านการเรียนรู้สาธารณะอย่างสร้างสรรค์ ตั้งอยู่บริเวณชั้น 8 อาคารศูนย์การค้าเซ็นทรัลเวิลด์ ประกอบด้วยพื้นที่ต่างๆ ได้แก่ ห้องเด็ก (Kid's room) ห้องเงียบหรือห้องอ้างอิงเพื่อการค้นคว้าส่วนบุคคล (Quiet Room) ห้องสมุดดนตรี (Music Library) ห้องสมุดไอที (IT Library) ห้องเสมือนจริง (Virtual Reality Room) ห้องฉายภาพยนตร์ขนาดเล็ก (Mini Theatre) ห้องปฏิบัติการด้านเทคโนโลยี (IT Training) ลานสานฝัน (Open Square) และศูนย์การเรียนรู้อเนกประสงค์ (Learning Auditorium)

แหล่งเรียนรู้บนโลกไซเบอร์ในรูปแบบอุทยานการเรียนรู้เสมือน (Digital TK) ใช้ชื่อ www.tkpark.or.th

ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารและการพัฒนานวัตกรรม จัดทำระบบข้อมูลและเชื่อมโยงเครือข่ายเพื่อกระจายความรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ที่เด็กและเยาวชนเข้าถึงได้จากทุกพื้นที่ในประเทศไทย โดยนำเสนอเนื้อหาสาระความรู้ได้จากการประมวลกิจกรรมที่จัดขึ้นในอุทยานการเรียนรู้ต้นแบบและข้อมูลความรู้หลากหลายแขนงสำหรับเด็กเยาวชน ให้บริการยืม-คืนหนังสือออนไลน์ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และหนังสือเสียง รวมทั้ง e-Learning เพื่อให้ผู้สนใจสามารถเข้าใช้บริการและร่วมเป็นส่วนหนึ่งใน “ชุมชนการเรียนรู้ออนไลน์”

พื้นที่สื่อสร้างสรรค์ โครงการเสริมทักษะและจินตนาการเพื่อสร้างสรรค์สื่อ (รายการ TK Teen)

พื้นที่ส่วนนี้ออกแบบเพื่อกลุ่มเป้าหมายหลักคือเยาวชนระดับมัธยมศึกษาตอนปลายและระดับอุดมศึกษาที่สนใจด้านการสร้างสรรค์สื่อ ได้เรียนรู้วิธีการสื่อสารและถ่ายทอดความคิดผ่านกระบวนการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง โดยเยาวชนได้รับการพัฒนาทักษะและมีส่วนร่วมสร้างสรรค์สื่อในฐานะผู้ผลิต ตามกระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ ได้แก่ ขั้นตอนการผลิต อาทิ การเลือกประเด็นหัวข้อ การเขียนบท ขั้นตอนการผลิต ได้แก่ การเป็นพิธีกรและผู้แสดง รวมถึงขั้นตอนหลังการผลิต โดยผลงานเยาวชนที่มาร่วมตัวกันสร้างสรรค์สื่อดังกล่าว ได้รับการเผยแพร่สู่สาธารณชนผ่านรายการ TK Teen ทางสถานีโทรทัศน์กรมประชาสัมพันธ์ ช่อง 11 ทุกวันเสาร์เวลา 10.10 น.

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือตัวย่อว่า สคบ. ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า Thailand Creative and Design Center ใช้ตัวย่อว่า TCDC มีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึง “ความรู้” เพื่อที่จะเป็นแรงบันดาลใจให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ และเปิดโอกาสให้ประชาชนได้สัมผัส และสนุกกับการดักตวงประสบการณ์จากผลงาน และความสำเร็จของนักคิด นักออกแบบจากทั่วโลก เป็นแหล่งทรัพยากรด้านการออกแบบและการสร้างสรรค์ ส่งเสริมสนับสนุนความรู้ด้านการออกแบบกับการใช้ชีวิตประจำวันรวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดกระบวนการสร้างสรรค์ในการสร้างผลงานหรือสินค้าและบริการใหม่ๆ โดยเฉพาะงานที่เป็นต้นแบบ เน้นจัดการและให้บริการทั้งความรู้จากสื่อชนิดต่างๆ เช่นหนังสือ และมัลติมีเดีย อีกทั้งยังให้บริการด้านการอบรม สัมมนา การสร้างกิจกรรมเพื่อกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจผ่านจากนิทรรศการ การประกวดและสนับสนุนการสร้างโอกาสในการจัดแสดงหรือจัดจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ด้วย

ทั้งนี้ TCDC ร่วมมือโดยตรงกับภาครัฐกิจ ผู้ประกอบการ SME และนักออกแบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้คนไทยได้ตระหนักถึงคุณค่าของการนำการออกแบบมาใช้ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ ตลอดจนส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานออกแบบของนักออกแบบไทยให้เป็นที่รู้จักทั้งภายใน และต่างประเทศ โดยมีการนำเสนอทรัพยากรต่างๆ ไว้ดังนี้

ห้องสมุดเฉพาะด้านการออกแบบ

เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และแหล่งค้นคว้าข้อมูลด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์ สำหรับนักออกแบบ นักศึกษา ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถของนักออกแบบไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้อย่างภาคภูมิ ทรัพยากรสารสนเทศของ TCDC Resource Center ประกอบด้วย หนังสือด้านการออกแบบ ครอบคลุมทุกหัวข้อความสนใจ อาทิ ประวัติศาสตร์ศิลปะ ตกแต่งภายใน สถาปัตยกรรม แฟชั่นและสิ่งทอ เรขศิลป์ ภาพนิ่งและภาพยนตร์ เป็นต้น นิตยสารและวารสาร สื่อมัลติมีเดีย ฐานข้อมูลออนไลน์ เช่น ART bibliographies Modern (ABM) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการเสริม อาทิ ห้องอ่านหนังสือ ห้องชมภาพยนตร์ และการบรรเลงดนตรีในวันหยุดสุดสัปดาห์ ฯลฯ

ห้องสมุดวัสดุเพื่อการออกแบบ

เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลวัสดุที่น่าสนใจและมีนวัตกรรมใหม่ๆระดับโลก แรกแรกของเอเชีย มีจุดมุ่งหมายในการเปิดโอกาสให้นักออกแบบ ผู้ประกอบการ นักเรียน นักศึกษา ได้สัมผัสวัสดุที่นักออกแบบและบริษัทชั้นนำต่างๆ ระดับโลกใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อให้ได้ทันต่อความเปลี่ยนแปลงในโลกของวัสดุเพื่อการออกแบบ ทั้งนี้ Material ConneXion Bangkok เป็นสาขาของ Material ConneXion ซึ่งมี 5 สาขาทั่วโลก ได้แก่ นิวยอร์ก มิลาน โคโลญ แดกู และกรุงเทพฯ ซึ่งทำงานร่วมกันเป็นเครือข่ายทั่วโลก

ห้องสมุดวัสดุเพื่อการออกแบบ (Material ConneXion Bangkok) เป็นหน่วยงานหนึ่งของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างโอกาสให้ประชาชนได้เข้าถึง “ความรู้” โดยเฉพาะด้านวัสดุ ซึ่งเป็นความร่วมมือโดยตรงกับภาครัฐกิจผู้ประกอบการ SMEs และนักออกแบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนให้คนไทยได้มีโอกาสสำรวจความหลากหลายทางวัสดุต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในคิดต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการของตนเอง ลักษณะของห้องสมุดวัสดุเพื่อการออกแบบนี้จะเน้นการนำเสนอต้นแบบวัสดุต่างๆ ในรูปแบบของการจัดแสดงวัสดุเหล่านั้นให้สามารถใช้ประสาทสัมผัสต่างๆ เข้าไปมีประสบการณ์ร่วมได้

The Shop @TCDC

The Shop @TCDC ใช้รูปแบบการสรรหาผลิตภัณฑ์ สินค้าออกแบบของทั้งนักออกแบบไทยและจากทั่วโลกที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ ประโยชน์ใช้สอย และเทคนิคการผลิต จุดประสงค์หลักของร้านคือการสนับสนุนให้นักศึกษา นักออกแบบ และผู้ประกอบการหน้าใหม่กล้าคิดค้นและสร้างผลงานสู่ท้องตลาด โดยเสนอโอกาสและพื้นที่นำสินค้าสร้างสรรค์มาทดลองตลาด ทั้งยังมีบริการให้คำแนะนำและพัฒนาสินค้าออกแบบใหม่โดยคนไทย สินค้าใหม่ๆ ทั้งจากในประเทศและต่างประเทศที่ทางร้านนำเสนอช่วยสร้างความตื่นตัวให้วงการออกแบบไทย ให้นักออกแบบได้เรียนรู้ด้านการตลาดและ ผลิตภัณฑ์แปลกใหม่ที่ The Shop @TCDC รวบรวมมา นำเสนอจากทั่วทุกมุมโลกล้วนแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของคำว่า “การออกแบบ” และความสำคัญของการออกแบบที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างโดดเด่น และเกิดเป็นมูลค่าทางธุรกิจอย่างชัดเจน

กิจกรรมเสริมสร้างสนับสนุนความรู้ด้านการออกแบบและการสร้างสรรค์

TCDC มีกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างสนับสนุนความรู้เพื่อการสร้างความตระหนักถึง “คุณค่าของการออกแบบ” ผ่านกิจกรรมทั้งการจัดแสดงนิทรรศการในห้องนิทรรศการถาวรซึ่งนำเสนอความเคลื่อนไหวและความรู้เกี่ยวกับการออกแบบด้วยการประมวลในรูปแบบของการตั้งคำถามว่า ต้องมีอะไรถึงออกแบบได้ มีส่วนการจัดนิทรรศการชั่วคราวและหมุนเวียน เพื่อตอบสนองความต้องการของทั้งตลาดและการสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันของสังคม ใช้การสร้างกิจกรรมสนับสนุนหรือสอดคล้องไปกับการจัดแสดงนิทรรศการด้วยการบรรยาย การสัมมนา การเสวนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมเผยแพร่ความรู้ สร้างแรงบันดาลใจอีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้สนใจด้านงานออกแบบได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่างๆ ร่วมกัน อีกทั้งยังเชื่อมโยงเข้าสู่การสร้างเครือข่ายระหว่างกันด้วย นอกเหนือจากนั้นยังมีกิจกรรมการเยี่ยมชมสถานที่ ทัศนศึกษาและการให้คำปรึกษาตามความต้องการเฉพาะเช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการพัฒนาธุรกิจด้วย

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ หรือตัวย่อว่า สพร. ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า National Discovery Museum Institute ใช้ตัวย่อว่า NDMI รู้จักกันในชื่อว่า Museum Siam นั้น มีบทบาทหน้าที่ถ่ายทอดความรู้สาขาต่างๆ ผ่านนิทรรศการซึ่งสร้างสรรค์โดยใช้นวัตกรรมใหม่ในการเล่า

เรื่องราวของชนชาติ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาและเศรษฐกิจไทยในรูปแบบมีชีวิตที่สามารถจดประกาย ความอยากรู้ การตั้งคำถามและปฏิสัมพันธ์ระหว่างนิทรรศการกับผู้ชม เพื่อเกิดทักษะการเรียนรู้ ด้วยตนเอง สร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและพัฒนาประเทศโดยรวมดำเนินงานโดยเน้นการสร้าง เครือข่ายและพัฒนาธุรกิจโดยการเปิดบริการร้านค้าพิพิธภัณฑ์ (Muse Shop, Muse Kitchen, Muse Café) และเปิดให้บริการพื้นที่ (Venue Hiring) เพื่อจัดการสัมมนา งานเปิดตัวสินค้า งาน เลี้ยงรับรอง เพื่อเป็นการหารายได้ให้แก่สถาบัน

ส่วนแสดงนิทรรศการ

ถือเป็นพื้นที่สำคัญหลักของพิพิธภัณฑ์ เพราะหน้าที่หลักของพิพิธภัณฑ์คือส่วนการแสดง เนื้อหาสาระด้วยรูปแบบการจัดนิทรรศการ แต่เนื่องจากนิทรรศการที่ Museum Siam เลือกใช้ถูก สร้างขึ้นเพื่อรองรับแนวคิด “พิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต” เน้นเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างเนื้อหาที่จัด แสดงกับผู้เข้าชม แบ่งการจัดแสดงนิทรรศการเป็น 4 ส่วน **ส่วนที่ 1** นิทรรศการถาวร ซึ่งนำเสนอ ภายใต้อาณาเขต “เรียงความประเทศไทย” เน้นการสื่อสารเรื่องภูมิปัญญาไทยผ่านการนำเสนอด้วย กรอบของยุคและสมัยที่ “ความเป็นไทย” ถูกส่งผ่าน ถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยอาศัยกรอบของ การอยู่บนภูมิศาสตร์ที่เชื่อมโยงกันของภาคพื้นสุวรรณภูมิ ซึ่งเต็มไปด้วยความหลากหลายระหว่าง เชื้อชาติ ศาสนา ทรัพยากร **ส่วนที่ 2** นิทรรศการชั่วคราว เป็นการนำเสนอเนื้อหาที่กว้างขวาง ออกไปจากส่วนนิทรรศการหลัก เน้นการเลือกประเด็นจากบริบททางสังคมที่เกิดขึ้นในระยะเวลา นั้น **ส่วนที่ 3** นิทรรศการเคลื่อนที่ เน้นการนำรูปแบบการจัดนิทรรศการที่เน้นการมีปฏิสัมพันธ์ เคลื่อนไปสู่สาธารณะเพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหวและสื่อสารกับหน่วยงานภายนอกทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด **ส่วนที่ 4** นิทรรศการพิเศษ เป็นนิทรรศการที่จัดขึ้นโดยความร่วมมือกับหน่วยงาน ภายนอกหรือการเป็นส่วนสนับสนุนด้านสถานที่ให้กับกิจกรรมพิเศษกับหน่วยงานภายนอก และ นิทรรศการ 360 องศา การทดลองจัดแสดงนิทรรศการในรูปแบบเว็บไซต์แสดงเนื้อหาด้วยการ กำหนดมุมมองแบบรอบด้านคล้ายกับการได้เข้าชมสถานที่จริง

สัมมนา/เสวนาวิชาการ

Museum Siam ได้จัดเสวนาวิชาการเพื่อเน้นการเสริมสร้างองค์ความรู้และความเข้าใจ การอยู่ร่วมกันบนความหลากหลาย ลักษณะการจัดงานสัมมนาใช้การเชิญนักวิชาการจากหลาย ภูมิภาคทั้งระดับประเทศและระดับโลกมาแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ภายใต้ประเด็นที่

น่าสนใจ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความรู้ทั้งทางด้านศิลปะ วัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาต่างๆ อีกทั้งยังสามารถส่งเสริมให้เกิดกระบวนการเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตด้วย

ห้องคลังความรู้ และการสรรหาหนังสือ

มีการให้บริการ “ห้องคลังความรู้” ซึ่งเป็นแหล่งข้อมูลสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาความรู้เพิ่มเติมจากนิทรรศการ หรือผู้ที่ต้องการสืบค้นข้อมูลเชิงลึก ภายในห้องคลังความรู้ประกอบด้วย หนังสือและสื่ออิเล็กทรอนิกส์จำนวนมากเกี่ยวกับความเป็นมาของผู้คนและดินแดนสุวรรณภูมิ ที่ต่อมากลายเป็นประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

งานฐานข้อมูลเครือข่ายพิพิธภัณฑ์

ดำเนินการสร้างฐานข้อมูลเครือข่ายพิพิธภัณฑ์ไทยอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลา 3 ปี เพื่อรวบรวมข้อมูลรายละเอียดต่างๆ สำหรับใช้ในการพัฒนาพิพิธภัณฑ์เช่น ตำแหน่งที่ตั้ง วิธีการเดินทาง วัตถุประสงค์แสดงชิ้นเด่น จุดแข็ง - จุดอ่อน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการจัดทำพิพิธภัณฑ์

กิจกรรมพิเศษ

กิจกรรมต่างๆ จะแบ่งเป็น 3 ประเภท

- 1) กิจกรรมประจำสัปดาห์-พิพิธภัณฑ์พอลิน จัดทุกวันหยุดสุดสัปดาห์ คือ วันเสาร์และวันอาทิตย์ซึ่งจะมีการกำหนดหัวข้อใหญ่ (Theme) ของกิจกรรมในแต่ละเดือนแตกต่างกันไป
- 2) กิจกรรมวันศุกร์ (กิจกรรมการแสดง) มีจุดประสงค์หลักเพื่อให้ผู้ชมได้เรียนรู้วัฒนธรรมแบบต่างๆ ซึ่งถือเป็นการเพิ่มมิติของพิพิธภัณฑ์ ทำให้เกิดความเคลื่อนไหว นอกจากนี้ ยังเป็นการสืบสานและเป็นการสร้างพื้นที่สาธารณะที่ทุกคนมีสิทธิในการนำเสนอการแสดงแบบของตนเอง รวมทั้งมีสิทธิที่จะได้รับแรงบันดาลใจอย่างเต็มเปี่ยมอันนำไปสู่กระบวนการเรียนรู้ที่สามารถระดมต่อมคิดของผู้ชม และพัฒนาสู่การเรียนรู้ การยกระดับจิตใจของคนในสังคมในภาพรวมต่อไป

3) กิจกรรมพิเศษ เป็นกิจกรรมใหญ่ อาจเป็นการจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลสำคัญ เพื่อให้ Museum Siam ได้เป็นแหล่งเรียนรู้อย่างครบครัน แสดงศักยภาพของการจัดกิจกรรมที่เน้นการให้ความรู้พร้อมความสนุกสนาน

แนวคิดการเล่าเรื่องในฐานะที่เป็นการสร้างสรรค์

การศึกษาศาสตร์การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยด้วยแนวคิดเรื่องเล่าผู้วิจัยมีเหตุผลสำคัญในการพิจารณาว่าการเรื่องเล่าคือการสื่อสารลักษณะหนึ่ง (Narration is a Communication) ที่มีลักษณะเฉพาะตัวที่สามารถสร้างอิทธิพลต่ออารมณ์ ความรู้สึก ความนึกคิดและจินตนาการรวมทั้งพฤติกรรมของทั้งผู้เล่าและผู้ฟังเรื่องเล่าให้เกิดขึ้นได้ ทั้งนี้ผู้วิจัยพิจารณาว่า เรื่องที่ใช้เล่านั้นคือกระบวนการสร้างสรรค์ (message creation) รูปแบบหนึ่ง ดังนั้นการพิจารณาการสร้างสารในความหมายของผู้วิจัยจึงหมายถึงการพิจารณาถึงองค์ประกอบของเรื่องเล่าหรือเนื้อหาและวิธีการใช้องค์ประกอบในการเล่าเรื่องหรือรูปแบบ รวมทั้งการประเมินความสัมพันธ์ระหว่างทั้งเนื้อหาสาระและรูปแบบเหล่านั้นเป็นสำคัญ

ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า สถานการณ์ของระบบเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์นั้น เน้นการสื่อสารเชิงนามธรรมและเชิงคุณค่าของกระบวนการผลิตและบริการที่อยู่บนฐานของความคิดสร้างสรรค์ ดังนั้นการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภาครัฐสู่สาธารณะซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินนโยบายนี้ก็ต้องอาศัยเครื่องมือการสื่อสารที่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้รับสารเกิดอารมณ์ เกิดความรู้สึก เกิดการเห็นคุณค่าหรือเกิดการรับรู้และความเข้าใจต่อแนวคิดนั้นด้วยวิธีเชิงนามธรรมและเชิงคุณค่าด้วยเช่นกัน เรื่องเล่าจึงเป็นหนึ่งในวิธีสื่อสารที่ผู้วิจัยเห็นว่าสามารถส่งเสริมให้การสื่อสารในกรณีนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารเชิงการนิยามหรือการให้ความหมายเกี่ยวกับคุณค่าเชิงจินตนาการหรือคุณค่าเชิงสร้างสรรค์ประสบความสำเร็จ

การเล่าเรื่อง (Narration) หมายถึง การบรรยายเหตุการณ์ ทั้งที่เกิดขึ้นจริง หรือเหตุการณ์ที่สร้างขึ้นเองที่บุคคลต้องการถ่ายทอดโดยอาศัยภาษาเป็นเครื่องมือหรือให้เป็นสื่อในการบอกรายละเอียดต่างๆ ภายใต้เหตุการณ์เหล่านั้น ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกแนวคิดการศึกษาเรื่องเล่าจากการได้ศึกษาแนวคิดเรื่องเล่าในฐานะที่เป็นการสื่อสารของมนุษย์ หรือ Human Communication as Narration ของ Walter Fisher (1987) เชื่อว่ามนุษย์สื่อสาร สร้างความหมาย และทำความเข้าใจโลกรอบตนเองโดยอาศัยเรื่องราวที่เขาเหล่านั้นเล่าเกี่ยวกับสิ่งต่างๆรอบตัว

เช่นเดียวกับที่แนวคิดวาทวิทยาแนวเรื่องเล่า (Narratives Criticism) บอกเราว่า มนุษย์เราทำความเข้าใจโลกของเราด้วยเรื่องราวที่บอกเล่าเกี่ยวกับเรา ประสบการณ์ของเรา และของคนอื่นที่เราปฏิสัมพันธ์ด้วย แนวคิดนี้เชื่อว่ามนุษย์เป็นนักเล่าเรื่อง (narrator) ดังนั้นมนุษย์จึงใช้ความสามารถทางภาษาและความสามารถในการแสดงเหตุผลด้วยภาษาเป็นเครื่องมือในการเล่าเรื่อง

ตามหลักการในกระบวนการทัศน์ของการศึกษาการสื่อสารด้วยแนวคิดเรื่องเล่าของ Fisher จากหนังสือเรื่อง Human Communication as Narration : Toward a Philosophy of Reason, Value, and Action ฉบับปี 1987 (อ้างถึงใน กาญจนนา แก้วเทพ 2553) ระบุว่า เรื่องเล่านั้นคือกระบวนการสร้างความหมายและการสร้างสรรค์วิธีการสื่อสาร เพราะมนุษย์เป็นสัตว์ที่เล่าเรื่อง เรื่องเล่าจะส่งผลกระทบต่อการอธิบายปรากฏการณ์ต่างๆ รอบตัวของเรา ส่งผลให้เกิดการกำหนดและการสร้างความหมาย จนอาจพัฒนาเป็นฉันทามติหรืออุดมคติของผู้คนในสังคม นอกจากนั้นเรื่องเล่ายังส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตของผู้คนเนื่องจากการสร้างอิทธิพลทางความหมายเฉพาะในแต่ละชุมชน สังคมอีกด้วย ข้อเสนอสรุปการเล่าเรื่องของ Fisher (Fisher, 1987) นั้นมีดังนี้

1. มนุษย์เราเป็นสัตว์ที่เล่าเรื่อง เรามักจะได้ยินว่า มนุษย์เราเป็นสัตว์ที่มีเหตุผล (rational being) หรือเป็นสัตว์ที่อยากรู้อยากเห็น (curious being) หรือแม้เป็นสัตว์ที่รู้จักใช้สัญลักษณ์ (symbol using being) แต่สำหรับในทัศนะของFisher แล้วเขาเห็นว่าคุณสมบัติที่สำคัญที่สุดก็คือ มนุษย์เราเป็นสัตว์ที่เล่าเรื่อง (narrative being) การเล่าเรื่องเป็นคุณสมบัติที่พื้นฐานกว่าคุณสมบัติอื่นๆ ของความเป็นมนุษย์ การเล่าเรื่องและเรื่องที่เราเล่าทำหน้าที่ต่างๆ มากมาย เช่น

- เรื่องเล่าในสังคมโบราณที่มักจะมีพบในเรื่องศาสนาและพิธีกรรม ทุกครั้งที่มนุษย์เกิดข้อสงสัย ผู้สืบทอดศาสนาก็จะนำเอาเรื่องต่างๆ มาเล่าให้สาวกฟัง เช่น บรรดาชาดกต่างๆ ฉะนั้น หน้าที่ของเรื่องเล่าเหล่านี้ก็เพื่อกระตุ้นให้สมาชิกยึดมั่นศรัทธากับคำสั่งของศาสดา

- เรื่องเล่าที่เกี่ยวกับต้นกำเนิดของมนุษย์นั้นช่วยสร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกัน มีต้นกำเนิดมาจากที่เดียวกัน

- เรื่องเล่าจำนวนมากให้คำอธิบายเกี่ยวกับปรากฏการณ์ต่างๆ คนไทยสมัยโบราณอธิบายเหตุการณ์ที่เกิดแผ่นดินไหวจากเรื่องเล่าของปลาอานนท์ที่พลิกตัว เป็นต้น

- เรื่องเล่าสามารถประกอบสร้างความเป็นจริงเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของผู้คน สิ่งของ สถานที่ การกระทำ ฯลฯ ดังตัวอย่างมนุษย์กินคนที่ได้เล่าไปแล้ว

2. กระบวนทัศน์แห่งการเล่าเรื่อง ในช่วงปี 1987 บรรยากาศในแวดวงวิชาการจะมี “กระบวนทัศน์เชิงเหตุผล” (Rationality paradigm) เป็นกระบวนทัศน์กระแสหลัก กระบวนทัศน์นี้จะมองว่ามนุษย์เป็นสัตว์ที่ใช้เหตุผล ใช้ตรรกะในการคิดและตัดสินใจ การพิสูจน์ความเป็นจริง จึงต้องใช้หลักฐานมาพิสูจน์ กระบวนทัศน์นี้ใช้กันเป็นหลักในศาสตร์แบบหนักๆ เช่น กฎหมาย เศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และแผ่ขยายอิทธิพลเข้ามาในศาสตร์อื่นๆ เช่น สังคมศาสตร์ แม้แต่มนุษยศาสตร์ Fisher ได้พยายามนำเสนอ “กระบวนทัศน์แห่งการเล่าเรื่อง” เพื่อมาคานสมดุลกับกระบวนทัศน์เชิงเหตุผล ด้วยการนำเสนอว่า มนุษย์เรานั้นเป็นสัตว์ที่มีประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรม และมีการเล่าเรื่อง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาหรือการสื่อสารในเรื่องอะไร ก็ล้วนแล้วแต่เป็น “การเล่าเรื่อง” ทั้งสิ้น ไม่ยกเว้นแม้แต่ในศาสตร์แบบหนักๆ ที่กล่าวมา ถึงแม้ว่าวิธีการเล่าเรื่องในแต่ละศาสตร์จะแตกต่างกันออกไปก็ตาม แต่หากที่ใดมีมนุษย์ ที่นั่นย่อมมีการเล่าเรื่อง

คำว่า “การเล่าเรื่อง” เป็นการกระทำเชิงสัญลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นการพูดหรือการกระทำก็ตามที่มีลำดับขั้นตอนและมีความหมายสำหรับผู้ที่ชีวิตอยู่หรืออาศัยอยู่ในเรื่องเล่านั้น ไม่ว่าผู้อาศัยนั้นจะเป็นผู้สร้างเรื่องเล่า หรือเป็นผู้ฟัง ผู้ตีความเรื่องเล่านั้นก็ตาม ทั้งนี้ หน้าที่ของข่าวสารจากเรื่องเล่า นั้น ก็จะเป็นตัวกำหนดวิถีทางที่เราจะมีชีวิตอยู่ในเรื่องเล่าของเราเอง ในบทสรุปภาษาอังกฤษที่ว่า We live on the story we are told

ส่วนกรอบแนวคิดที่ถูกนำมาใช้เป็นหลักในการรับรู้เกี่ยวกับเรื่องเล่าของFisher นั้นเชื่อว่า “ความหมายนั้นไม่ได้อยู่ที่ตัววัตถุหากแต่อยู่ที่ความคิดและความเข้าใจของผู้รับรู้” กรอบแนวคิดดังกล่าวจะให้คำอธิบายเกี่ยวกับการสร้างการประกอบ การปรับตัว การนำเสนอ รวมทั้งการรับข่าวสารเชิงสัญลักษณ์ของแต่ละคน/แต่ละกลุ่ม ผู้วิจัยสรุปแนวคิดนี้ตามแนวทางของ Fisher ได้ว่า เรื่องเล่าในอดีตนั้นอาจหมายถึงเฉพาะสิ่งที่เป็นเรื่องแต่ง (Fiction) หรือการแสดงออกทางมุขปาฐะหรือวรรณกรรมเท่านั้น ขณะที่ปัจจุบันทุกสิ่งรอบตัวเป็นเรื่องเล่าได้ทั้งสิ้น จุดสนใจที่สำคัญอย่างยิ่ง

ของแนวคิดเรื่องเล่าในฐานะการสื่อสารของมนุษย์ได้ย้ายจากการที่เราจะเล่าอะไร (What to tell) มาสู่เราจะเล่ามันอย่างไร (How to tell) โดยสรุปก็คือการศึกษาเรื่องเล่าในปัจจุบันจะช่วยอธิบาย การสร้างความหมายของผู้เล่าสู่ผู้ฟังได้แยบยลขึ้นกว่าแค่การสนใจความสวยงามทางภาษา เรื่องเล่าในปัจจุบันถูกสื่อสารผ่านสื่อต่างๆ มากมายไม่ใช่เพียงแค่ภาษาพูดหรือภาษาเขียนในอดีต

ดังนั้นการวิเคราะห์สื่อด้วยแนวคิดเรื่องเล่าก็จะให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ภาษาของ สื่อ Media Language การวิเคราะห์เรื่องเล่าตามแนวทางของ Fisher นั้น เราสามารถศึกษาเรื่องเล่าได้ด้วยกระบวนการวิเคราะห์ 3 ขั้นตอนของการวิเคราะห์เรื่องเล่าซึ่งประกอบไปด้วย (1) การวิเคราะห์สาระหรือเนื้อหาของเรื่องเล่า (analysis of substance of narrative) (2) การวิเคราะห์รูปแบบของการเล่าเรื่อง (analysis of the form of narrative) (3) การประเมินเรื่อง (evaluation of the narrative) โดยการใช้เกณฑ์ที่กำหนดขึ้นทั้ง 8 องค์ประกอบเพื่อประเมินเรื่องเล่าทั้งในแง่สาระ และรูปแบบว่าสอดคล้องกันหรือไม่อย่างไร สำหรับองค์ประกอบในการพิจารณาเพื่อวิเคราะห์การเล่าเรื่องนั้นมีทั้งสิ้น 8 ประการได้แก่

1. **ผู้เล่าเรื่อง (narrator)** การพิจารณาการเล่าเรื่องในแง่ของผู้เล่าเรื่องนั้น ต้องหาคำตอบว่าใครคือผู้เล่าเรื่อง เรื่องเล่านี้สื่อสารโดยตรงไปยังผู้ฟังหรือผ่านกระบวนการทางความคิดของผู้เล่า

2. **แก่นของเรื่อง (theme)** คือประเด็นหรือเนื้อหาหลักที่แสดงออกจากเรื่องที่เล่า โดยพิจารณาให้ได้ว่ามีความเกี่ยวข้องกับอะไร เป็นแก่นความคิดในระดับไหน

3. **เหตุการณ์ (event)** หมายถึง การกระทำ การเกิดขึ้น หรือการเปลี่ยนแปลงของผู้คน หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สภาวะใดสภาวะหนึ่ง เหตุการณ์นี้จะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงหรือดำเนินไปของเรื่อง

4. **ตัวละคร (characters)** เป็นองค์ประกอบที่เน้นไปที่บุคคลหรือสิ่งซึ่งทำหน้าที่ถ่ายทอดแก่นของเรื่องหรือสื่อสารความคิดหลักของเรื่อง ข้อควรพิจารณาเกี่ยวกับตัวละครคือ บุคลิกลักษณะที่ปรากฏของตัวละครในเรื่องเป็นอย่างไร ส่งผลอย่างไรต่อเรื่องที่ดำเนินไป

5. **ฉาก (setting)** คือการระบุถึงทั้งเวลาและสถานที่ที่ส่งผลให้เหตุการณ์เกิดขึ้น ฉากจะมีอิทธิพลต่อบรรยากาศของเรื่อง ข้อควรพิจารณาคือฉากได้ส่งเสริมหรือสร้างประโยชน์ต่อโครงเรื่องหรือตัวละครในเหตุการณ์ต่างๆ หรือไม่

6. **ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations)** เป็นการพิจารณาการดำเนินไปของเหตุการณ์ว่ากินเวลายาวนานเท่าใด เกิดขึ้นในลักษณะสั้นกระชับหรือต่อเนื่องยาวนาน และแต่ละเหตุการณ์เรียงลำดับเวลาอย่างต่อเนื่องหรือไม่

7. **ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations)** เป็นปัจจัยที่ใช้พิจารณาว่าเหตุการณ์ในเรื่องที่ดำเนินไปมีลักษณะเป็นเหตุเป็นผลกันอย่างไร อาจจะเป็นการสัมพันธ์แบบเหตุไปผล หรือผลไปเหตุก็ได้

8. **ผู้ฟัง (audience)** คือบุคคลที่ผู้เล่าเรื่องต้องการให้เรื่องที่เล่านั้นไปถึง อาจเป็นเพียงคนใดคนหนึ่งหรือเป็นกลุ่มคนก็ได้

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทดลองเลือกกรณีศึกษาในต่างประเทศ 4 กรณี ได้แก่ MICA (Ministry of information, Communication and the Arts) ของสิงคโปร์ The Center for Creative Industries in the Macau ของเขตการปกครองพิเศษแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนมาเก๊า KOCCA หรือ The Korea Creative Content Agency ของสาธารณรัฐเกาหลีใต้ และ 798 space ของนครปักกิ่ง สาธารณรัฐประชาชนจีน เพื่อสะท้อนถึงวิธีการสร้างสรรค์สสารการเสริมเนื้อหาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละประเทศ เหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกทดลองพิจารณาด้วยแนวการวิเคราะห์เรื่องเล่าเชิงวิพากษ์นั้น ก็เพื่อให้เห็นมิติของการสร้างสรรค์ในรูปแบบของการเล่าเรื่องที่จะสื่อถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่แต่ละประเทศได้ทำขึ้นทั้งในลักษณะที่เป็นหน่วยงานของภาครัฐโดยตรงและเป็นลักษณะการรวมตัวของชุมชนหรือกลุ่มคนที่มีภาครัฐสนับสนุน ดังตัวอย่างต่อไปนี้

KOCCA หรือ The Korea Creative Content Agency : เรื่องเล่าเกาหลีอินเตอร์

Korea Creative Content Agency หรือ KOCCA เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ก่อตั้งขึ้นตั้งแต่ปี ค.ศ.2001 มีหน้าที่หลักในการจัดหาและนำเสนอเนื้อหาความเป็นชาติเกาหลี (Korea Content)

สอดแทรกผ่านกระบวนการผลิตงานสร้างสรรค์กลุ่มภาพยนตร์ เกม ศิลปะ ดนตรี หรือการ์ตูน และยังเป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่กำหนดนโยบายสนับสนุนการให้บริการทางเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการแสดงผลทางความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ ส่งเสริมการผลิต และกำหนดกลยุทธ์การส่งออก เพื่อให้เกิดการพัฒนาครบด้าน การสร้างเนื้อหาแบบชาติเกาหลีนั้น ส่งผลให้คนเกาหลีหันกลับมาดูภาพยนตร์เกาหลีเพิ่มขึ้นร้อยละ 50 เมื่อเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาแล้ว ประชาชนของประเทศเหล่านั้นจะดูภาพยนตร์ของชาติตนเองเพียงร้อยละ 10 - 20 เท่านั้น

การดำเนินงานของ KOCCA นั้นได้มีการพัฒนานโยบายเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรม Content และ ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ซึ่งเป็นจุดสำคัญของการเกิดความคิดสร้างสรรค์ มีการสนับสนุนการพัฒนาด้าน Culture Technology (CT) รวมทั้งการวางแผน การพัฒนา และการพาณิชย์ของ Content นอกจากนี้ KOCCA ได้ดำเนินการในโครงการหลากหลายโครงการเพื่อสนับสนุนการขยายตลาดวัฒนธรรมไปยังต่างประเทศเพื่อเป็นธุรกิจส่งออก ซึ่งปัจจุบันมีแผนกเกี่ยวกับส่งออก 4 สาขา ใน 4 ประเทศด้วยกัน คือ ญี่ปุ่น จีน อเมริกา และอังกฤษ เพื่อส่งออกติดตามกระแสของสินค้าทางวัฒนธรรม และรับข้อมูลต่างๆ จากประเทศอื่นๆ มีการสนับสนุน ส่งเสริมและช่วยผลักดันเรื่องการตลาดให้กับผู้ประกอบการ แต่ไม่ได้ให้เงินไปลงทุนโดยตรง

จากหน้าที่ของ KOCCA ที่ได้ดำเนินงานอย่างมีเป้าหมายและมีการวางแผนทางยุทธศาสตร์ไว้ในระยะยาวเพื่อให้การส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านความคิดสร้างสรรค์และวัฒนธรรมมีการส่งผลอย่างต่อเนื่อง โดย KOCCA ได้มีการสนับสนุนในหลายๆ ด้านเพื่อให้มีความ globalization ของอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมของเกาหลีได้ โดยเน้นการสนับสนุนและพัฒนาตลาดทั้งภายในประเทศและเพื่อการส่งออกวัฒนธรรมเกาหลีได้ไปในต่างประเทศ

KOCCA มีการสนับสนุนการส่งออกโดยมีการทำตลาดต่างประเทศ และการแลกเปลี่ยนกับนานาชาติ เช่น การจัดตั้ง Korea Pavilion สำหรับการออกงานในต่างประเทศ มีแนวทางในการเผยแพร่และจำหน่ายโดยการเปิดและเข้าร่วมงานแสดงสินค้าต่างๆ และมีการมอบรางวัลให้กับผู้สนับสนุนในการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้นของอุตสาหกรรม Content ของเกาหลี เข้าสู่ตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนทางด้านการลงทุนและการเงิน ให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น การจัดฝึกอบรม การตั้งกองทุน การช่วยในระบบเผยแพร่และจัดจำหน่าย

(www.koreacontent.org/weben/etc/kocca.jsp)

การทดลองวิเคราะห์ด้วยองค์ประกอบการเล่าเรื่อง กรณีของ KOCCA นั้นสะท้อนให้เห็นว่า กระบวนการสื่อสารความคิดสร้างสรรค์ผ่านผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านต่างๆ ต้องอาศัยการสร้างและกำหนดเนื้อหาที่แสดงถึงความเป็นชาติเกาหลี โดยมีเป้าหมายที่จะสื่อสารไปยังนานาชาติด้วย เรื่องเล่าของเกาหลีจึงมี รัฐเป็นผู้เล่าเรื่อง และมี KOCCA เป็นตัวละครหลักที่ทำหน้าที่เสมือนพระเอกหรือฮีโร่ที่คอยให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือทั้งภาคการศึกษาและภาคเอกชน ซึ่งในที่นี่คือผู้ฟังหลักของเรื่อง ในการดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สถานการณ์ของเรื่องเล่าแบบ KOCCA ตั้งอยู่บนแก่นเรื่องคือความเป็นเกาหลีจะต้องก้าวไปสู่ตลาดโลก สร้างสถานการณ์และฉากของเรื่องด้วยการสนับสนุนเงินทุนและความรู้ต่างๆ การร่วมมือและการตั้งสาขาในต่างประเทศ ภาพของความเป็นนานาชาติของเกาหลีจึงปรากฏชัดเจน

MICA Ministry of Information, Communication and the Arts : เรื่องเล่าสิงคโปร์ เทคโนโลยี

MICA เป็นหน่วยงานของรัฐบาลประเทศสิงคโปร์เทียบเท่ากระทรวง มีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อพัฒนาประเทศสิงคโปร์ให้เป็นเมืองแห่งเศรษฐกิจสร้างสรรค์ Creative City โดยมีมุ่งเป็นผู้นำด้านสารสนเทศ การสื่อสารและศิลปะของโลก พร้อมทั้งสร้างระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยใช้เอกลักษณ์ความเป็นสิงคโปร์ และการเป็นสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป้าหมายคือ (1) ผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สิงคโปร์โดยการสร้างงานและผลักดันแรงงานด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การออกแบบ website ภาพยนตร์ โทรทัศน์ แฟชั่นโฆษณา และเพลง ผ่านโครงการที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินงานได้แก่ The Renaissance City 2.0, Design Singapore and Media 21 Programs (2) พัฒนาระบบโครงข่ายการสื่อสารและสารสนเทศของประเทศ และผลักดันให้เกิดการร่วมกลุ่มของกลุ่มธุรกิจด้านสื่อสารสนเทศเพื่อให้เกิดการวิจัยเพื่อการพัฒนาเครือข่ายสารสนเทศให้มีความทันสมัยมากขึ้น (3) สร้างประเทศสิงคโปร์ให้เป็นเมืองแห่งงานศิลปะ และการสร้างสรรค์งานศิลปะจากวัฒนธรรม พร้อมทั้งสร้างให้สิงคโปร์เป็นสังคมฐานความรู้ในอนาคตซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศ(<http://www.designsingapore.org/pdf>, <http://www.mica.gov.sg>)

การทดลองวิเคราะห์ด้วยองค์ประกอบการเล่าเรื่อง กรณีของ MICA นั้น สร้างเนื้อหาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านหน่วยงานรัฐคือกระทรวง เป็นผู้เล่าเรื่อง โดยกำหนดให้การสื่อสารสารสนเทศและศิลปะมาหลอมรวมอยู่ด้วยกัน แก่นของเรื่องที่สิงคโปร์ใช้คือการสะท้อน

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีความทันสมัยบนความคิดสร้างสรรค์และหลากหลายทางวัฒนธรรมแบบสิงคโปร์ สร้างสถานการณ์และฉากของเรื่องด้วยการใช้โครงข่ายการสื่อสารและกำหนดโครงการและวางระบบเมืองให้เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยศิลปะ การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์และการให้บริการด้านการศึกษาวิจัย ผู้ฟังหลักของเรื่องนี้คือประชาชนในชาติและต่างชาติที่สามารถแสวงหาโอกาสทางการงานหรือโอกาสทางความรู้ที่รัฐเตรียมไว้ให้

The Center for Creative Industries in the Macau : เรื่องเล่ามาเก๋านำการเข้าและอำนวยความสะดวกอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

The Center for Creative in the Macau เป็นหน่วยงานพิเศษของเขตปกครองพิเศษมาเก๋ ภายใต้อำนวยการบริหารงานของ the Institute of European Studies of Macau มีภารกิจสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของมาเก๋ให้พัฒนาไปอย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งการสร้างอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐกิจ และภาคประชาชน The Center for Creative Industries in the Macau มีนโยบายในการสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนและเอื้อต่อการเกิดอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยการให้สิทธิประโยชน์ด้านค่าเช่าพื้นที่ในการเปิดห้องแสดง (Show Room) สำหรับการดำเนินธุรกิจด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นอกจากนี้ยังสร้างความตระหนักให้แก่ประชาชนถึงความสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อการพัฒนาประเทศ และเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้นำเสนอผลงานของตน อีกทั้งยังเป็นตัวกลางในการประสานการทำงานระหว่างผู้สร้างงานกับภาครัฐกิจเพื่อให้เกิดการดำเนินงานสร้างสรรค์มาพัฒนาให้เป็นธุรกิจอย่างเป็นรูปธรรม

มีการให้ความช่วยเหลือวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนทั้งในด้านคุณภาพของสินค้าและการบริหารจัดการ ยิ่งไปกว่านั้นองค์กรยังมุ่งประสานการทำงานร่วมกันระหว่างผู้ผลิตภายในประเทศ และผู้ผลิตต่างประเทศโดยเฉพาะจากกลุ่มสหภาพยุโรป โดยการแสวงหาช่องทางในการลงทุนร่วมกันในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ตลอดจนการปกป้องทรัพย์สินทางปัญญา (<http://www.creativemacau.org.mo/EN/overview.php>)

การทดลองวิเคราะห์ด้วยองค์ประกอบการเล่าเรื่อง ในกรณีของมาเก๋านั้น สิ่งที่เป็นหัวใจสำคัญของเรื่องเล่าคือ การกำหนดฉากและสถานการณ์ของเรื่องด้วยการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและนำเข้าทั้งผู้ผลิตและเทคโนโลยีจากต่างประเทศโดยเฉพาะอย่างยิ่งยุโรป แก่นของ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของมาเก๊าจึงเป็นเรื่องระดับนานาชาติ อาจเป็นเพราะพื้นฐานทางประวัติศาสตร์ของมาเก๊าที่มีความสัมพันธ์กับกลุ่มประเทศในแถบยุโรปและได้รับอิทธิพลจากทั้งศิลปะและวัฒนธรรมแบบยุโรปเข้ามา เช่นเดียวกับเกาหลีและสิงคโปร์ มาเก๊าใช้รัฐเป็นผู้เล่าเรื่องผ่านสถานการณ์และฉากที่สะท้อนความสะเทือนสลายและเอื้ออำนวยต่อการสร้างสรรค์ที่เป็นรูปธรรม ผู้ฟังของมาเก๊านั้นไม่ใช่แต่เพียงนักธุรกิจแต่นับรวมถึงประชาชนโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่สร้างจุดสนใจจากการพัฒนาธุรกิจในกลุ่มขนาดกลางและขนาดย่อม และขยายเป้าหมายของผู้ฟังให้กว้างขวางออกไปยังระดับนานาชาติ

798 Space, Beijing, China : เรื่องเล่า เบาเฮาส์ อวองการ์ด กับพื้นที่ชุมชนคนศิลปะ

พื้นที่แห่งนี้เป็นที่ชุมชนศิลปะขนาดใหญ่ ตั้งอยู่ในเขตเจ้าหยาง (Chao Yang) ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของกรุงปักกิ่ง 798 space เกิดจากการรวมตัวกันของศิลปินในปักกิ่งกลุ่มหนึ่งพยายามสรรหาสถานที่เช่าทำสตูดิโอส่วนตัวที่ราคาไม่แพงและมีบรรยากาศที่เหมาะสมแก่การทำงาน จึงได้มาพบกับโรงงานของบริษัท Beijing Seven stars Science and Technology จำกัด ซึ่งได้ถูกปล่อยให้ทิ้งร้างไว้ตั้งปี 1990

กลุ่มศิลปินเข้ามาบุกเบิกที่นี่ในปี ค.ศ. 2000 นำโดย Sui Jianguo ซึ่งได้เลือกเอาห้องเครื่องจักรเป็นสตูดิโอของตัวเอง และในปีเดียวกัน Hong Haung หญิงเจ้าของสำนักพิมพ์ชื่อดังก็ย้ายออฟฟิศของเธอมาที่นี่ และย้ายมาพักที่นี่ด้วย ตามด้วยนักดนตรีและนักเขียนแนวอวองการ์ดชื่อ Liu Suola จากนั้น Robert Bernell ได้เข้ามาเปิดร้าน Time Zone 8 Art Books ขึ้นในปี 2001 พร้อมกับชักชวนเพื่อนศิลปิน อาทิ Huang Rui, Xu Yong, Bai Yiluo, Chen Lingyang และอีกบางคนให้ย้ายเข้ามาเปิดสตูดิโอส่วนตัวขึ้นที่นี่ เพราะมีบรรยากาศที่ดี และราคาเช่าไม่แพง และทุกคนต่างชื่นชอบกับสถาปัตยกรรมแบบเบาเฮาส์ของโรงงาน 798 แห่งนี้

ในปี 2003 หนังสือพิมพ์นิวยอร์ก ของอเมริกาได้บรรยายไว้ว่า “ปักกิ่งเป็น 1 ใน 12 เมืองที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของโลก โดยเฉพาะชุมชนศิลปะ 798 มีส่วนสำคัญยิ่งที่ฉายให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของปักกิ่ง จากโรงงานเก่าแก่ที่กลับกลายเป็นพื้นที่ที่มีชื่อเสียงระดับโลก ปัจจุบันชุมชนศิลปะ 798 คือตัวอย่างของเมืองที่มีความหลากหลาย และการผสมผสานกับวัฒนธรรมสมัยใหม่อย่างมีสุนทรียภาพและล้ำสุด ในการจัดลำดับประเทศที่มีการซื้อขายศิลปะมากที่สุดในโลก จีน

ขยับขึ้นมาเป็นลำดับที่ 3 รองจากฝรั่งเศสและอิตาลี บุคคลสำคัญของโลกเมื่อมาเยือนปักกิ่งต่างก็ต้องเดินทางมาที่นี่ ทั้งนักการเมือง มหาเศรษฐี เหล่าดาราดาราและนางแบบชื่อดังของโลกเป็นต้นต่างก็มาชมชมนักศิลปะปะแห่งนี้ และศิลปินที่มีชื่อเสียงจากประเทศต่างๆ ก็เวียนมาจัดแสดงที่นี่ รวมถึงบรรดานักสะสมผลงานศิลปะมาที่นี่กันอย่างต่อเนื่องเพื่อดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (http://www.798space.com/index_en.asp)

การทดลองวิเคราะห์ด้วยองค์ประกอบการเล่าเรื่อง 798 Space ของปักกิ่งนั้น เป็นตัวอย่างของการเล่าเรื่องที่เต็มไปด้วยกลิ่นอายของความน่าค้นหาของศิลปะร่วมสมัยแบบจีนยุคใหม่ แม้ว่าผู้เล่าเรื่องของ 789 จะไม่ใช่หน่วยงานภาครัฐเหมือน 3 กรณีแรกที่ถูกวิพากษ์มา แต่จุดเด่นของการสร้างแก่นเรื่องของ 789 ที่เสนอความร่วมมือของศิลปินวัฒนธรรมแบบจีนที่มีรากฐานจากระบบสังคมนิยมผ่านอาคารรังก้านั้น กลุ่มศิลปินจีนที่มารวมตัวกันได้ผสมผสานเสียงเล่าเรื่องที่สร้างความตื่นตาตื่นใจให้แก่ผู้คนทั่วโลก การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในการสร้างสรรค์งานศิลปะรวมทั้งการใช้ชีวิตและรักษาความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรมแบบเบาเฮาส์ที่หายากเป็นฉากและสถานการณ์ที่เข้ายวนให้ศิลปินจีนมากมายหลากหลายรวมถึงผู้คนจากทั่วโลกให้เข้ามาสร้างสรรค์ผลงานและชีวิตชีวาให้แก่สถานที่นี้

การสร้างตัวละครเป็นศิลปินและผู้มีชื่อเสียงจากหลากหลายวงการทั่วโลก เสริมให้เรื่องเล่า 798 ฉีกภาพความเข้าใจแบบเดิมๆ ที่ผู้คนมีต่อประเทศจีนว่าเป็นประเทศสังคมนิยมที่ปิดกั้นสู่การเปิดเผยความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่จะนำมาซึ่งบรรยากาศการค้าการลงทุนที่มีสุนทรีย์ภาพด้วย

จากเรื่องเล่าต่างๆ ที่ผู้วิพากษ์ยกตัวอย่างมา สะท้อนว่า การสร้างสารมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้และทำความเข้าใจสถานการณ์ของการพัฒนาแนวคิดแก่ผู้คนทั้งในระดับชาติและระดับนานาชาติ การพัฒนาแนวคิดหรือนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นกำลังหลักของระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศไม่ได้มีเพียงมิติด้านการขายหรือการส่งออกเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการบูรณาการผู้คน หน่วยงาน ทั้งในฐานะผู้รับและผู้ส่งสารที่เต็มไปด้วยความคิดสร้างสรรค์ที่มีรากฐานจากความเป็นชาติ จากศิลปวัฒนธรรมของตนเอง

การเล่าเรื่องหรือการสร้างสารที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมีแง่มุมที่หลากหลายมีแก่นที่ต่างกัน เช่นเน้นการผลิต การสร้างสรรค์ เน้นมูลค่าในการสร้างรายได้ การส่งออก กำหนดตัวละครเป็นนักสร้างสรรค์หรือศิลปิน นักลงทุน คนรุ่นใหม่ หรือการสร้างฉากหรือสถานการณ์เช่น สร้างสิ่งแวดล้อมหรือบรรยากาศ การผสมผสานสื่อหลายรูปแบบ การสื่อสารด้วยการสร้างพื้นที่ การจัดกิจกรรมหรือหลักสูตรอบรม การสื่อผ่านผลิตภัณฑ์ไฮเทคที่ต่าง ๆ เป็นต้น นอกจากนี้ยังผนวกการให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ การศึกษา การส่งเสริมและพัฒนาโครงสร้างและการเข้าถึงเทคโนโลยีการสื่อสารเพื่อให้เกิดพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงคุณค่าที่สร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจองค์ประกอบของเรื่องเล่าเหล่านี้สามารถใช้เป็นวิธีการวิเคราะห์การสร้างเนื้อหาสารได้ ดังนั้นเมื่อจะพิจารณาการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ก็น่าจะสามารถึงมุมมองหรือวิธีการดังกล่าวมาทดลองได้เช่นกัน

แนวคิดเรื่องทุนและทุนที่สร้างสรรค์

ทุน หรือที่มีความหมายถึง ปัจจัยการผลิตชนิดหนึ่งเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ร่วมกับปัจจัยการผลิตอื่น ๆ เพื่อการดำเนินการผลิตสินค้าหรือบริการต่างๆ แม้ว่าคำว่าทุนจะมีความหมายในเชิงเศรษฐกิจเป็นหลัก แต่ในการเล็งเห็นความสำคัญเรื่องทุนนั้น ก็มีความหลากหลายมากพอที่จะกล่าวได้ว่าทุนไม่ใช่ปัจจัยที่ใช้งานสำหรับปัจจุบันแต่อาจหมายถึงปัจจัยที่สืบเนื่องจากอดีตและปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่ออนาคตของการผลิตต่างๆ

ทุนจึงเป็นแนวคิดที่มีความเกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมื่อกล่าวถึงเรื่องทุน ในช่วงหนึ่งของรายงานสรุปการประชุม Creative Economy Report ของ UNCTAD ปี 2008 (UNCTAD 2008) กล่าวไว้ว่า ความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญส่งผลให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในการวัดความเติบโตดังกล่าวนี้ต้องอาศัยตัวชี้วัดที่แสดงออกถึงความคิดสร้างสรรค์ได้จริง แนวคิดหลักที่ UNCTAD เสนอคือเรื่องการพิจารณาผลลัพธ์หรือผลผลิตซึ่งได้มาจากการเชื่อมโยงทุนพื้นฐาน 4 ประการของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งมีการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องทุนไว้ในความหมายและรายละเอียดต่างๆมากมาย ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเลือกทุนที่มีความเกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงสู่การพิจารณาว่าสามารถเป็นทุนสำหรับการเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ไว้ทั้งสิ้น 4 ประการได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างหรือทุนทางสถาบัน คำนิยามที่ UNCTAD ได้เสนอไว้เกี่ยวกับทุนทั้งหลายนั้นสรุปได้ดังนี้

1. ทุณมนุษย์ (Human Capital)

ทุนมนุษย์ มีลักษณะพิเศษและมีความโดดเด่นเนื่องจากถูกมองว่าเป็นคุณสมบัติเฉพาะที่บรรจุกอยู่ในแต่ละคน ลักษณะเฉพาะที่สำคัญมากสิ่งหนึ่งคือทุนมนุษย์เป็นการสะสมและต้องอาศัยกระบวนการพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพของตนได้ ขอบเขตและประโยชน์จากการเพิ่มหรือพัฒนาทุนจึงไม่มีขีดจำกัด

เทียนฉาย กิระนันท์ (2544) อธิบายว่า นักเศรษฐศาสตร์จะมองเศรษฐกิจเกี่ยวกับ “คน” ในรูปของ ความรู้ความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ สุขภาพ ที่แฝงอยู่ในตัว ด้วยศักยภาพของคนเพียงอย่างเดียวอาจไม่สามารถสร้างผลผลิตได้มากนัก แต่ศักยภาพทางเศรษฐกิจในตัวคนนั่นเองต่างหากที่จะมีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์ผลผลิตจึงได้มีการวิเคราะห์ว่า ศักยภาพทางเศรษฐกิจของคนลักษณะนี้เองว่าเป็น “ทุนมนุษย์” หรือ Human Capital

ทุนมนุษย์นั้นพิจารณาได้ 2 ด้านคือ ทุนที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา สุขภาพและการฝึกทักษะความสามารถของมนุษย์ อีกด้านหนึ่งคือ การนำศักยภาพหรือสมรรถนะเหล่านั้นไปใช้เพื่อการสร้างสรรค์และผลิตผลงาน การพิจารณาเรื่องศักยภาพของคนมิติที่เป็นทุนมนุษย์เช่นนี้จึงมุ่งเน้นที่การพัฒนาศักยภาพการผลิตคน เพื่อจะได้มีคนที่สามารถเข้าสู่การผลิตผลงานได้ การศึกษาจึงกลายเป็นตัวชี้วัดสำคัญอย่างหนึ่งโดยเมื่อคนได้รับการศึกษาก็จะทำให้สังคมพัฒนามากขึ้นได้ การรวมกันของคนที่มีศักยภาพมาก ๆ ในแต่ละด้านจึงเป็นกระบวนการสร้างพลัง การต่อยอด และเกิดอำนาจในการผลักดันให้เกิดความเคลื่อนไหวต่างๆ

2. ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital)

ทุนทางวัฒนธรรม ถือเป็นทุนที่มีอิทธิพลต่อการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยิ่ง เพราะวัฒนธรรมเป็นเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตโดยตรง ทั้งนี้มีหลายกรณีที่มองว่าทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมเป็นเรื่องที่ไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เพราะวัฒนธรรมนั้นสิ่งที่มีอยู่ในสังคมมนุษย์ ดังนั้นวัฒนธรรมและสังคมจึงเป็นปัจจัยที่ส่งผลถึงความแตกต่างระหว่างกันของผู้คน อันสามารถเรียกได้ว่าเป็นทุนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมาก

ขณะที่นักเศรษฐศาสตร์อาจพิจารณาทุนทางวัฒนธรรมว่าเมื่อวัฒนธรรมเป็นวิถีชีวิต ดังนั้นท่ามกลางระบบทุนนิยมโลกที่ดำเนินไปอุตสาหกรรมต่างๆ ที่สร้างขึ้นเพื่อรองรับวิถีชีวิตของมนุษย์จึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าวัฒนธรรมต้องเข้าไปอยู่ในทั้งภาคอุตสาหกรรมการผลิตและอุตสาหกรรมบริการ สินค้าที่มีมิติทางวัฒนธรรมจะได้รับความนิยมเนื่องจากความสะดวกก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศที่จะส่งผลให้วัฒนธรรมหนึ่งอาจเข้าไปหรือได้รับการยอมรับเหนือจากวัฒนธรรมอื่นๆ (รังสรรค์ ณะพรพันธุ์, 2546)

อีกด้านหนึ่ง ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2540) ใช้มุมมองทางรัฐศาสตร์อธิบายว่า วัฒนธรรมคือทุน ดังนั้นผู้ที่ร่ำรวยซึ่งวัฒนธรรมจะได้เปรียบ การที่ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่สั่งสมมานานถือเป็นทุนที่สำคัญมากเป็นบทบาทที่สังคมไทยทั้งหมดสามารถมองเห็นและตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมที่มากกว่าการเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจได้ ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงทุนทางวัฒนธรรมจึงมีมิติที่เป็นนามธรรม

3. ทุนทางสังคม (Social Capital)

ประเวศ วะสี (2542) นิยามว่า ทุนทางสังคมนั้นหมายถึง การที่คน ซึ่งมีทุนมนุษย์ติดตัวมา มารวมกัน เอาความดีของตนมารวมกัน เอาความรู้ของคนมารวมกัน เรียกว่าเกิดทุนทางสังคมที่จะนำไปแปรเป็นพลังเพื่อเกิดการแก้ปัญหาต่างๆ ได้ ดังนั้นมิติของทุนทางสังคมคือการที่เราสามารถรวมกลุ่มหรือสร้างเครือข่าย ความเข้มแข็งของชุมชน ทั้งนี้การรวมกลุ่มเหล่านี้จะเกิดเป็นโครงข่ายทางสังคม อาจเรียกได้ว่าทุนทางสังคมหมายถึง “ความสัมพันธ์ทางสังคม” ในรูปแบบต่างๆ แนวคิดทุนทางสังคมมีฐานะเป็นแนวคิดที่ผสมระหว่างมิติทางเศรษฐศาสตร์กับสังคมวิทยา ว่าภายใต้การขยายเติบโตของระบบทุนนิยมอุตสาหกรรมนั้น สิ่งที่จะต้องพัฒนาไปพร้อมกันคือการผสมรักษาความสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้คนในสังคม ซึ่งนั่นจะกลายเป็นทุนที่มีคุณค่าในการผสมความเป็นสังคมมนุษย์ไว้

4. ทุนทางโครงสร้างหรือทุนทางสถาบัน (Structural or Institutional Capital)

ทุนทางโครงสร้างหรือทุนทางสถาบัน มีความหมายในทางที่คล้ายคลึงกับ ทุนโครงสร้างพื้นฐาน ที่เป็นปัจจัยเชื้อหรือสนับสนุนส่งเสริมให้การดำเนินไปขององค์ประกอบอื่นๆ เช่น ผู้คนและสังคม ราบรื่น สามารถไปถึงเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้ ทั้งในด้านทุนทางกายภาพ

และทุนทางการบริหารจัดการ เช่น ระบบสารสนเทศ พื้นที่สาธารณะ ถนน ระบบขนส่งมวลชน เป็นต้น นอกจากนี้ทุนทางสถาบันยังหมายถึงโครงสร้างของการเปิดทั้งรับและส่งออกของข้อมูลข่าวสาร การมีกฎระเบียบที่ปฏิบัติได้จริงและตรวจสอบได้เป็นธรรม ในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนทางโครงสร้างหรือสถาบันอาจมีความเฉพาะตัวโดยเฉพาะด้านการคุ้มครองความคิดสร้างสรรค์ หรือการส่งเสริมการไหลเข้าออกของข้อมูลข่าวสารและผู้คนระหว่างกันของแต่ละสังคมรวมทั้งเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา

โดยสรุป ทุนทางมนุษย์ จึงหมายถึงคุณสมบัติเฉพาะที่บรรจุอยู่ในแต่ละบุคคลในรูปของความรู้ศักยภาพหรือสมรรถนะด้านความสามารถ ทักษะ ประสบการณ์ สุขภาพที่แฝงอยู่ในตัวและการนำศักยภาพหรือสมรรถนะเหล่านั้นไปใช้เพื่อการสร้างสรรค์และผลิตผลงาน ขณะที่ทุนทางวัฒนธรรม อาจหมายถึง คุณค่าเชิงนามธรรม เช่นความเชื่อ ค่านิยม ขนบธรรมเนียม วิถีชีวิต และคุณค่าเชิงรูปธรรมเช่น สิ่งของ เครื่องใช้ ศิลปกรรม สถาปัตยกรรม ปัจจัย 4 ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละสังคมซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต ส่วนทุนทางสังคม นั้นควรเป็นทุนที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างกันในรูปแบบต่างๆ ของคนหรือการที่คนแต่ละคนนำทุนทางมนุษย์ของตนมาใช้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนกันจนเกิดเป็นกลุ่มเป็นเครือข่ายที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพที่จะขับเคลื่อนปรากฏการณ์ต่างๆ และเมื่อกล่าวถึงทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน จึงต้องมีมิติของการเป็นทุนพื้นฐานที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้การดำเนินไปขององค์ประกอบอื่นๆ ในสังคมเช่น ผู้คน สามารถบรรลุเป้าหมายในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้ทั้งนี้หมายรวมทั้งทุนทางด้านกายภาพเช่นอาคารสถานที่ พื้นที่ ระบบการสื่อสารขนส่ง และทุนทางการบริหารจัดการเช่น กฎหมาย ระเบียบรูปแบบการเปิดรับและเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและการตรวจสอบผู้วิจัยต้องการใช้แนวคิดเรื่องทุนสร้างสรรค์ทั้ง 4 ประการนี้เพื่อมาเป็นเกณฑ์สำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ปรากฏจากสื่อต่างๆ ของแต่ละหน่วยงานเพื่อหาว่าสารที่ถูกสร้างขึ้นนั้นสะท้อนเรื่องทุนด้านใดหรือไม่อย่างไรด้วย

การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยต่างประเทศ

ในรายงานการวิจัยของ Kong, Gibson, Khoo และ Semple (2006) ได้มีการสรุปถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรมและเศรษฐกิจว่ามีใช้ความสัมพันธ์ใหม่แต่อย่างไรก็ตามมีลักษณะปรากฏอย่างต่อเนื่องยาวนาน เพียงแค่ในช่วง 20 - 30 ปีที่ผ่านมาซึ่ง

ประชาคมโลกล้วนประสบปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจ แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะในแง่ของการกำหนดให้เมืองสำคัญๆ ในภูมิภาคเอเชีย อย่าง ฮองกง สิงคโปร์ ไทเป และโซลกลายเป็นเมืองสำคัญของโลก (World City) ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นความเคลื่อนไหวของการวางนโยบายและการผลักดันแนวคิดเรื่องนี้ให้ขยายวงออกจากยุโรปและอเมริกามายังภูมิภาคเอเชีย

การศึกษาวิจัยอีกชิ้นหนึ่งที่นำเสนอประเด็นกรณีการเป็นต้นแบบของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศเกาหลีใต้คืองานของ Tung และ Wan (2009) ด้วยการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นอุตสาหกรรมซึ่งเกาหลีแบ่งออกเป็น 2 มิติคือ มิติสื่อสร้างสรรค์สมัยใหม่ในปัจจุบันกับมิติวัฒนธรรมประเพณีดั้งเดิมจากอดีต อาศัยศักยภาพโครงสร้างพื้นฐานโดยเฉพาะเทคโนโลยีขั้นสูงของประเทศ ทั้งในแง่กระบวนการผลิตและช่องทางในการนำเสนอหรือจัดจำหน่าย นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐร่วมกับสถาบันทั้งภาคการศึกษาและภาคธุรกิจเอกชนเป็นอย่างดีทำให้เกาหลีใต้กลายเป็นผู้นำในการพัฒนานโยบายอุตสาหกรรมวัฒนธรรมให้แก่ประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียได้

บทความของ Throsby (2007) นำเสนอแบบจำลองอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถจัดเป็นประเภทไว้ได้ 6 ประเภท ได้แก่แบบจำลองของประเทศอังกฤษ (UK DCMS Model) แบบจำลองโดยใช้วัฒนธรรมเป็นหลัก (Symbolic Texts Model) แบบจำลองโดยใช้ศิลปะเป็นหลัก (Concentric Circle Model) แบบจำลองขององค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO Copyright Model) แบบจำลองของ UNESCO และแบบจำลองของสถาบันศิลปะแห่งอเมริกา (Americans for the Arts) ซึ่งแบบจำลองต่างๆ จะเป็นเครื่องมือในการปรับประยุกต์และอธิบายจุดสำคัญหรือจุดเน้นขององค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่แตกต่างกันในแต่ละมิติได้

นอกจากนี้ การศึกษาวิจัยในต่างประเทศเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นพบได้หลากหลายลักษณะเช่นมิติทางด้านการศึกษากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของอังกฤษ ของ David Hartly (2003) ที่ผลักดันให้เรื่องการศึกษาเป็นส่วนหนึ่งของ ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยศึกษาวิเคราะห์นโยบายทางด้านการจัดการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับประถมศึกษาให้เน้นที่การคิดสร้างสรรค์ แก้ไขปัญหา เปลี่ยนระบบการสอนแบบทั้งชั้นเรียนมาเป็นแบบเด็กคนต่อคน และพยายามส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เป้าหมายและทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศตั้งแต่วัย

เยาว์ แต่ผลการศึกษาก็ได้เสนอข้อคิดเห็นว่าการจัดการเรียนการสอนแบบเฉพาะตัวเช่นนี้ต้องใช้ต้นทุนสูงและไม่สามารถประกันได้ว่าจะส่งเสริมสังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้จริง การเน้นการเรียนการสอนให้มีมิติทางวัฒนธรรมและกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์แม้ว่าจะยังเป็นการสอนแบบทั้งชั้นก็ควรยังได้รับการยอมรับถึงประสิทธิภาพอยู่

ออสเตรเลียเป็นหนึ่งในประเทศที่มีงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแนวนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์และถือเป็นประเทศแรกในโลกที่ประกาศใช้นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยการอาศัยนโยบายวัฒนธรรมของเครือจักรภพ (Commonwealth Cultural Policy) รายงานของ Australian Council (1994) ระบุถึงเรื่องการพัฒนาแนวนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า (1) นโยบายเชิงวัฒนธรรมต้องครอบคลุมนโยบายทุกด้านของรัฐบาล (2) นโยบายเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องเป็นนโยบายด้านเศรษฐกิจ (3) ระดับความคิดสร้างสรรค์ของปัจเจกบุคคลจะเป็นตัวกำหนดความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจโลกในอนาคตต่อไป

ยังมีรายงานของ Queensland Government Australia (2002) ได้ประกาศใช้นโยบายวัฒนธรรมฉบับแรกที่มุ่งส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายหลักที่จะพัฒนาให้รัฐของตนเป็นรัฐแห่งความเป็นเลิศ (Smart State) เน้นการดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรมทุกรูปแบบที่จะสนับสนุนให้คนเกิดการเรียนรู้ พัฒนาวัตถกรรม เน้นยุทธศาสตร์ 5 ด้าน คือ ศิลปะและวัฒนธรรมของชาติ เด็กและเยาวชน ชุมชนระดับภูมิภาค งานพัฒนาทักษะที่จำเป็น และการพัฒนาผู้ประกอบการในธุรกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งยังมีการดำเนินการศึกษาวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลจัดทำแบบจำลองการพัฒนานโยบายวัฒนธรรมทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติ

มีการศึกษาเรื่องเล่าเป้าหมายในชีวิตของเยาวชนในออสเตรเลียที่ได้รับอิทธิพลจากเศรษฐกิจระบบใหม่หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ George Morgan (2006) ที่สะท้อนว่าเยาวชนในออสเตรเลียเล่าเรื่องราวของตนเองภายใต้บริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า มีทั้งช่วยส่งเสริมความมั่นใจในการมีอิสระทางความคิดและการประกอบอาชีพอิสระตามความถนัด ในทางตรงข้ามมีเยาวชนที่สะท้อนว่าในระบบเศรษฐกิจใหม่นั้นส่งผลให้การพยายามรักษาความมั่นคงทางการงานท่ามกลางการจ้างงานที่ลดลงเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง

งานวิจัยแนววิพากษ์ของ Chris และ Natascha (2005) ศึกษาการเปลี่ยนผ่านทางวัฒนธรรมของออสเตรเลียด้วยการวิเคราะห์วาทกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจ การศึกษาชั้นนี้พบว่าความคิดสร้างสรรค์ภายใต้ระบบเศรษฐกิจที่อาศัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เป็นหัวใจหลักจะส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของภูมิภาคออสเตรเลีย โดยเฉพาะแนวคิดแบบเสรีนิยมแนวใหม่ (Neo liberalization) การใช้เกณฑ์วัดความคิดสร้างสรรค์แบบอเมริกันโดยเฉพาะการอพยพพลเมืองเข้าเพื่อนำมาสู่การเข้าสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์จะส่งผลต่อการปิดกั้นความคิดสร้างสรรค์แบบทางเลือกอื่นๆ ที่ออสเตรเลียจะผลิตขึ้นเองได้

การศึกษาของ Michael Keane (2004) ที่ทำการวิเคราะห์การพัฒนาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจีนตามแนวทางเปรียบเทียบกับเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ฮังกอน ไต้หวันและสิงคโปร์ โดยศึกษาถึงการส่งเสริมการผลิต การแพร่กระจายและบริโภคสินค้าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของจีน ซึ่งเคยได้ขึ้นชื่อว่าเป็นประเทศที่มีการควบคุมทางวัฒนธรรมสูงและมักได้รับการกล่าวหาว่ามีการลอกเลียนแบบสินค้าลิขสิทธิ์มากมาย ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า จีนได้ปรับเปลี่ยนตนเองภายหลังจากการเข้าร่วมเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก เปลี่ยนภาพลักษณ์จากการเป็นประเทศที่เป็นฐานแรงงานราคาถูกในการผลิตสู่การเป็นผู้สร้างสรรค์และพยายามลดการลอกเลียนแบบรวมทั้งส่งเสริมการจ้างงานทั้งจากภายในและนอกประเทศในการผลิตสินค้าและบริการสร้างสรรค์ต่างๆ และเร่งส่งเสริมการศึกษา การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและมาตรการทางภาษีต่างๆ โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาตนเองไปสู่ตลาดโลก

ขณะที่งานวิจัยเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสิงคโปร์ของ Ooi Can Seng (2006) ที่ศึกษาการพัฒนาให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายหลักของประเทศ ผลการศึกษาพบว่าหน่วยงานภาครัฐของสิงคโปร์ดำเนินกลยุทธ์ไม่ต่างจากหลายๆ ประเทศที่เร่งการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การให้ความสนใจกับมูลค่าทางเศรษฐกิจ การสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการจ้างแรงงานในกลุ่มสินค้าและบริการสร้างสรรค์ทั้งภายในและนำเข้าแรงงานจากต่างประเทศ การสนับสนุนการศึกษาทั้งในและนอกระบบ มีการจัดพื้นที่สาธารณะต่างๆ ให้เอื้อต่อการแสดงออกทางศิลปวัฒนธรรม แต่ผลการศึกษาได้วิพากษ์บริบททางสังคมวัฒนธรรมและการเมืองของสิงคโปร์ว่ายังมีข้อจำกัดในการแสดงออกซึ่งความแตกต่างทางเชื้อชาติและความเชื่อทางศาสนา รัฐบาลสิงคโปร์ละเลยการเพิ่มอิสระให้แก่คนกลุ่มที่แตกต่างเนื่องจากคนกลุ่มนี้ไม่มีส่วนในการพัฒนาเศรษฐกิจภายใต้ระบบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

Sufern Hoe (2009) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความมุ่งมั่นของสิงคโปร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตนให้แข่งขันกับตลาดโลก พบว่าสิงคโปร์ใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เช่น นักลงทุนและผู้คนในท้องถิ่นให้กลายเป็นนักออกแบบในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ นักออกแบบที่สิงคโปร์สร้างขึ้นจะต้องสามารถเป็นผู้ผลิต ผู้บริหารและนักสร้างสรรค์กิจการของตนเองได้ ภายใต้กรอบการสนับสนุนของภาครัฐว่าการออกแบบหรือนักออกแบบกลุ่มใดคือหัวใจของการส่งเสริมของภาครัฐ การบริหารจัดการทรัพยากรนักออกแบบของภาครัฐจึงเป็นการทำงานแบบบนลงล่าง เป็นเรื่องของการปิดกั้นความสร้างสรรค์บางชนิด ส่งผลให้มีเพียงนักออกแบบไม่กี่กลุ่มที่สามารถเข้าสู่กระบวนการคัดสรรของภาครัฐได้

โดยสรุป การศึกษาวิจัยในต่างประเทศเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่านักวิจัยให้ความสำคัญกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในหลายมิติ ทั้งที่เป็นการวิเคราะห์มิติของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของผู้คน ทั้งการศึกษา การดำรงชีวิตและวัฒนธรรมเช่นการศึกษาวิจัยของออสเตรเลีย ขณะที่การศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศจีนได้แสดงให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนนโยบายของภาครัฐหลายๆ ด้านที่เคยได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ให้เข้าสู่มาตรฐานของความเป็นสากล โดยใช้การเปรียบเทียบกับหลายๆ ประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน

ส่วนการศึกษาวิจัยของสิงคโปร์ก็สะท้อนให้เห็นการวิพากษ์การทำงานของภาครัฐเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ส่งผลกระทบต่อทั้งภาคการผลิตหรือนักออกแบบที่ไม่ได้อยู่ในแผนของภาครัฐหรือการตัดกลุ่มคนที่มีความแตกต่างทางความคิดความเชื่อทางการเมือง ศาสนาออกจากแผนการพัฒนาเพราะไม่สามารถส่งเสริมให้คนเหล่านั้นสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ได้เป็นต้น

งานวิจัยในประเทศ

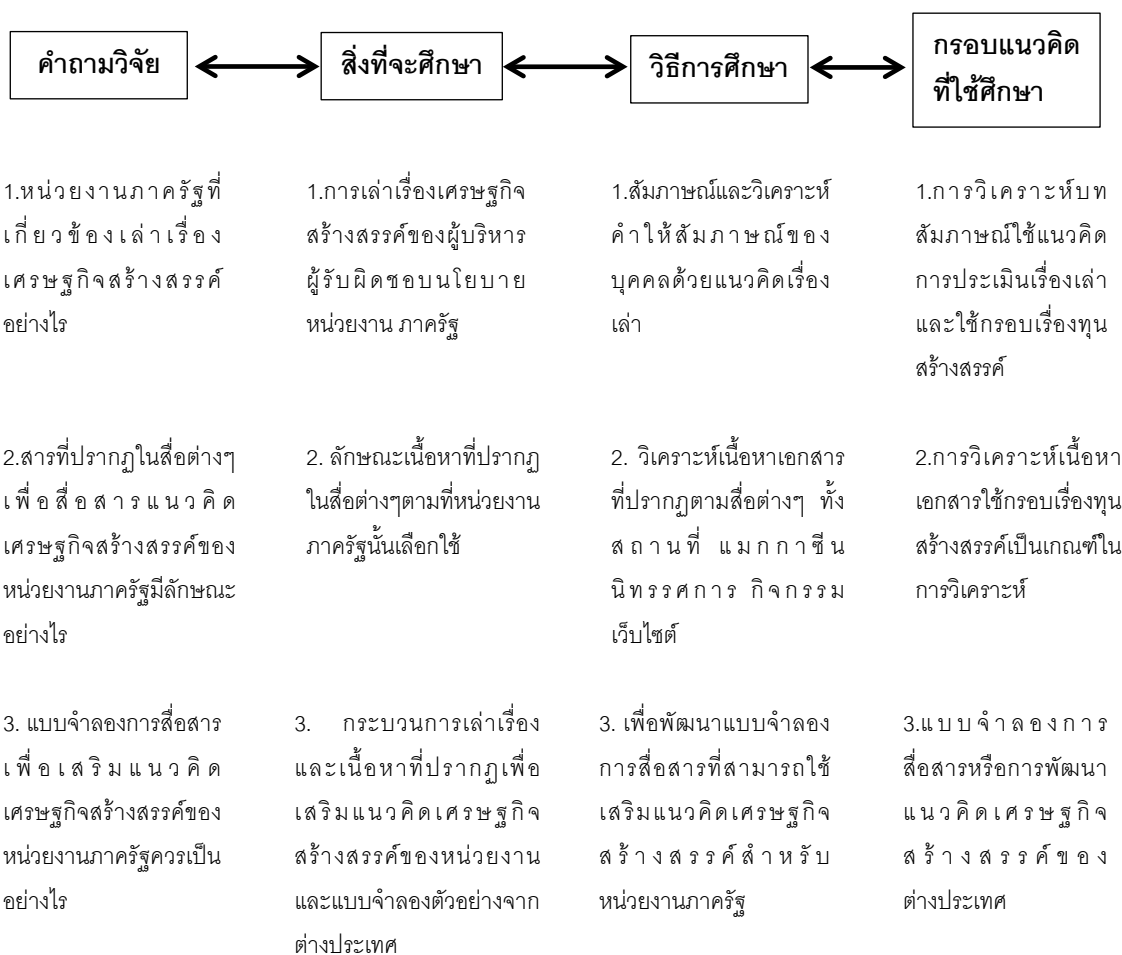
มีการศึกษาวิจัยเรื่องสถานภาพองค์ความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของมนทิรา ธาดาอำนวยชัย (2552) จากข้อสรุปการศึกษาต่อนึ่งพบว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความเกี่ยวข้องกับทั้งด้านเศรษฐกิจศาสตร์ สื่อและวัฒนธรรมศึกษาซึ่งความหมายเชิงเศรษฐกิจศาสตร์จะมุ่งเน้นเรื่องอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจการจ้างงานและการสร้างรายได้ผลกำไรจากการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมจึงเป็นสินค้าในการบริโภคประเภทหนึ่ง ขณะที่มุมมองสื่อและวัฒนธรรม

ศึกษาจะพิจารณากับผู้ผลิตทางวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนความหมายที่เกิดขึ้น ถือว่า ความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับความสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มต้นของเศรษฐกิจแบบใหม่ เป็นโอกาสในการสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนและมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมสร้างและรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้

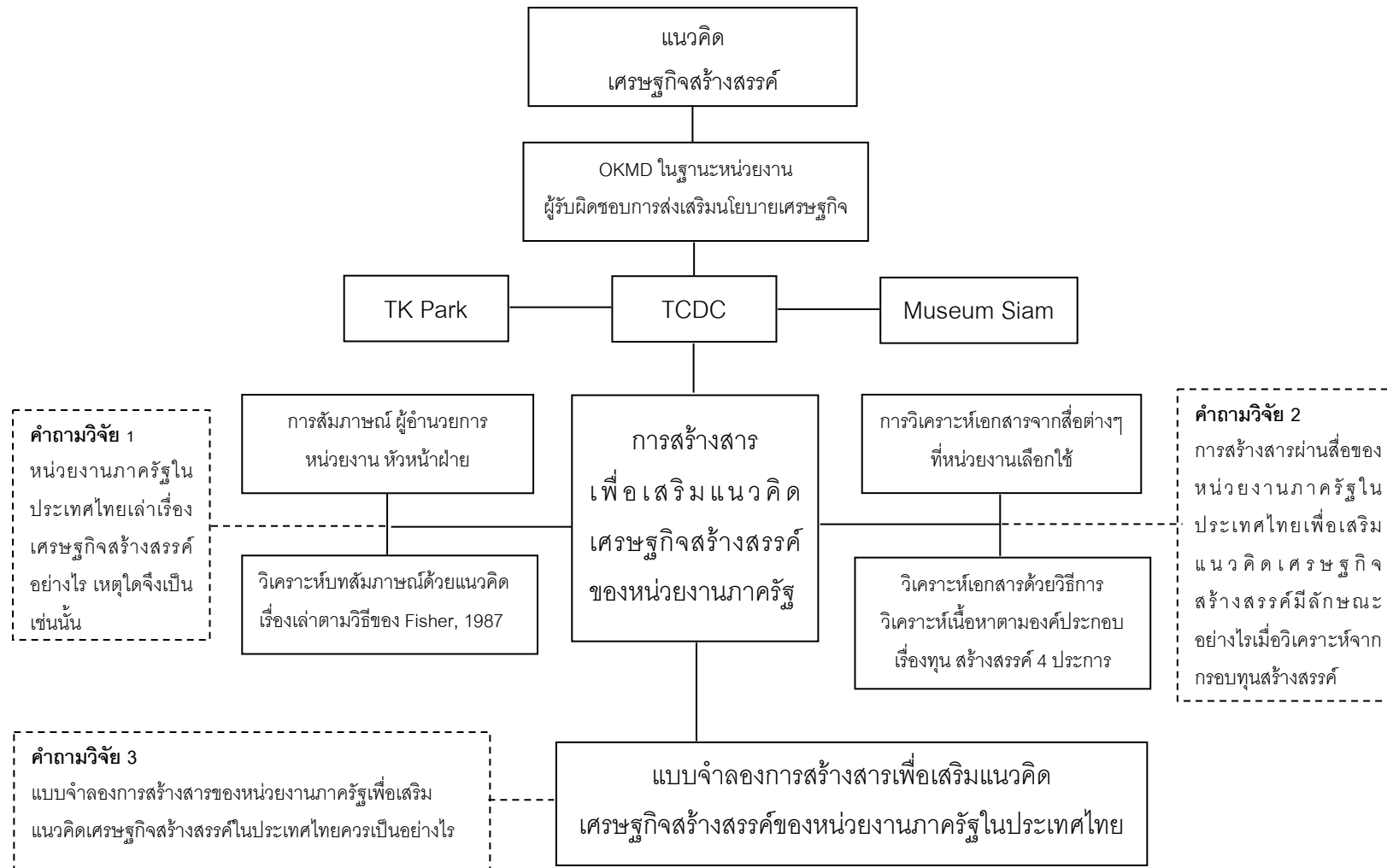
จากการค้นคว้าของผู้วิจัยพบว่า สถานการณ์การศึกษาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย มิติของการสื่อสารนั้นยังไม่ปรากฏ จะพบแต่การเผยแพร่หนังสือหรือสิ่งพิมพ์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อประชาสัมพันธ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามบทบาทหน้าที่ของตนเองเท่านั้น เช่น นิตยสาร “Creative Thailand” และหนังสือที่ได้รับการแปลจากต่างประเทศ เช่น “เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เขามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร” ที่ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบได้จัดทำขึ้น

ผู้วิจัยพบการวิพากษ์หรือวิเคราะห์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามบทความใน หนังสือพิมพ์หรือนิตยสารเฉพาะกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ การออกแบบหรือการตลาดเท่านั้น การศึกษาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติของการสื่อสารโดยเฉพาะจากหน่วยงานภาครัฐในฐานะ ผู้รับผิดชอบการดำเนินนโยบายจากภาครัฐสู่สาธารณะจึงเป็นหัวข้อที่น่าสนใจตามความเห็นของผู้วิจัย

**แผนภาพที่ 2 กระบวนการดำเนินการวิจัยการสร้างสรรค์เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย**



ภาพที่ 3 กรอบการศึกษาวิจัยการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย



บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างสารเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย” เป็นการศึกษาด้วยวิธีการเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) แบ่งเนื้อหาในการศึกษาเป็น 2 ส่วนหลักๆ คือ ส่วนที่ 1 ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) บุคคลที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ ผู้บริหารหน่วยงานและหรือหัวหน้าฝ่ายที่ในฐานะผู้กำหนดนโยบายการสร้างสารที่ใช้ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ใช้การวิเคราะห์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่าในฐานะที่เป็นการสร้างสาร

ส่วนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) อันได้แก่สื่อต่างๆ ที่หน่วยงานภาครัฐสร้างขึ้นในการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ สื่อพื้นที่ สื่อนิทรรศการ สื่อเว็บไซต์ สื่อกิจกรรม และสื่อนิตยสาร ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาร (Content Analysis) ด้วยเกณฑ์ที่ได้จากการศึกษากรอบแนวคิดเรื่องทุนสร้างสรรค์

เมื่อวิเคราะห์การสร้างสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆ แล้วนำผลการศึกษา 2 ส่วน มาเป็นข้อมูลเพื่อสร้างเป็นแบบจำลองการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย (Thai's Creative Economy Model of Communication) โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

แหล่งข้อมูล

แหล่งข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยดำเนินการขอสัมภาษณ์ผู้บริหารสูงสุดหรือหัวหน้าฝ่ายผู้รับผิดชอบการดำเนินการกำหนดเนื้อหาของหน่วยงานภาครัฐที่เลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 3 หน่วยงานคือ อุทยานการเรียนรู้หรือ TK Park ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ TCDC และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติหรือ Museum Siam ในฐานะผู้ส่งสารและเป็นผู้วางนโยบายและต้องสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือส่งเสริมการสร้างสรรคในมิติต่างๆ

กำหนดบุคคลที่จะสัมภาษณ์ด้วยวิธีการเลือกอย่างเจาะจง กำหนดเกณฑ์โดยตำแหน่ง ผู้อำนวยการและหรือหัวหน้าฝ่ายเนื้อหาหรือฝ่ายที่รับผิดชอบการกำหนดสาระในการสื่อสารเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ขององค์กร ทั้งสิ้น 7 คนดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ OKMD

1. คุณอารยะ มาอินทร์ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนและรักษาการผู้อำนวยการ สำนักโครงการและการจัดการความรู้ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ OKMD ประสานงาน ผ่าน เลขานุการ ได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2554 ที่สำนักงาน สบร. ชั้น 18 อาคารวิทยาลัย การจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล เวลา 14.00 น.

สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park

2. คุณทัศนัย วงศ์พิเศษกุล ผู้อำนวยการสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park ส่งหนังสือ นัดสัมภาษณ์ตามขั้นตอน และได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 19 สิงหาคม 2554 อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ชั้น 8 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์ เวลา 10.00 น.

3. คุณวัฒน์ชัย วินิจจะกุล หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park ส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์และส่งหนังสือขอสัมภาษณ์ ได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2554 อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ชั้น 17 อาคารสำนักงานเซ็นทรัลเวิลด์ เวลา 10.00 น.

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC

4. คุณอภิสิทธิ์ ไส้ตู่ไกล ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC ส่งหนังสือขอ สัมภาษณ์ตามขั้นตอน ได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 6 พฤษภาคม 2554 ที่สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งาน ออกแบบ ชั้น 24 อาคารเอ็มโพเรียม เวลา 15.00 น.

5. คุณพิชิต วีรังคบุตร หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้ หัวหน้าฝ่ายนิทรรศการศูนย์ สรรค์สร้างงานออกแบบ TCDC ส่งหนังสือขอสัมภาษณ์ตามขั้นตอน ได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2554 ที่ สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ชั้น 24 อาคารเอ็มโพเรียม เวลา 14.00 น.

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam

6. มล.อรุณไพโรจน์ พานานุรัตน์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam ส่งหนังสือถึงผู้อำนวยการ แต่มีการมอบหมายให้ผู้จัดการเป็นผู้ให้ข้อมูล ได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม 2554 ที่ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ชั้น 4 อาคารสำนักงาน เวลา 10.00 น.

7. คุณรณฤทธิ์ ธนโกเศศ ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam นัดโดยการแนะนำต่อจากมล.อรุณไพโรจน์ ได้สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 สิงหาคม 2554 ณ ห้องเอนกประสงค์ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ เวลา 16.00 น.

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกนั้น ผู้วิจัยออกแบบแนวคำถามโดยมีวัตถุประสงค์ให้ได้ข้อมูลสำหรับวิเคราะห์การสร้างสรรค์เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ อาศัยแนวคิดเกี่ยวกับเรื่องทุนสร้างสรรค์ในการตั้งคำถาม ข้อคำถามจะเน้นที่เรื่องบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การกำหนดแก่นเรื่อง การเล่าเรื่อง การเน้นประเด็นสำคัญในการสื่อสาร ลักษณะของการสร้างสรรค์เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อที่แต่ละหน่วยงานเลือกใช้ โดยมีแนวคำถามดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง หน่วยงานหรือลักษณะงานที่ทำ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น

1. ลักษณะทั่วไปของหน่วยงาน ภารกิจ บทบาทที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. สถานการณ์ของแนวคิดหรือความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันจากมุมมองของหน่วยงาน ความสำคัญต่อหน่วยงาน หรือความสัมพันธ์ต่อหน่วยงาน
3. ความหมายหลักหรือแก่นคิดหลักเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวนโยบายของหน่วยงานที่สื่อสารออกไปเป็นอย่างไร
4. การสร้างเนื้อหาหรือลักษณะสารที่ปรากฏตามสื่อแต่ละประเภทของแต่ละหน่วยงานเป็นอย่างไร

5. สื่อที่ใช้และการให้นำหน้าหนังสือสารในแต่ละสื่อเน้นที่ประเด็นใดเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
6. จากการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นแล้วเป็นอย่างไร ทิศทางการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานจะเป็นอย่างไรต่อไป

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแนวคำถามให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารเป็นผู้พิจารณาพร้อมทั้งปรับแนวคำถามให้มีความชัดเจนและครอบคลุมวัตถุประสงค์การศึกษามากขึ้น อาศัยแนวคิดเรื่องเล่าและเกณฑ์เรื่องทุนสร้างสรรค์เป็นกรอบในการสร้างคำถาม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้องคือ ผู้บริหารหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องระหว่างเดือน พฤษภาคม 2554 - กันยายน 2554

การประมวลผล การวิเคราะห์ และการนำเสนอข้อมูล

การสัมภาษณ์เชิงลึกนี้ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่า (Narrative) เพื่ออธิบายเนื้อหาส่วนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแก่นหรือการให้การดำเนินเรื่องราวเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่ามีเนื้อหาหลักเป็นอย่างไร โดยนำเสนอผลในบทที่ 4

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์เอกสาร

แหล่งข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เอกสารซึ่งได้แก่สื่อต่างๆที่หน่วยงานภาครัฐใช้นั้นการวิเคราะห์สารที่ใช้เพื่อการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

(Content Analysis) โดยพิจารณาสารที่ปรากฏในสื่อหน่วยงานภาครัฐเลือกใช้ไม่ว่าจะเป็น สื่อ
สถานที่ สื่อนิทรรศการ สื่อนิตยสาร สื่อกิจกรรมและสื่อเว็บไซต์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์การสร้างสรรค์

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์เนื้อหาการสร้างสรรค์ที่ปรากฏด้วยแบบวิเคราะห์วิเคราะห์เนื้อหาสาร
ที่ปรากฏในสื่อต่างๆ โดยอาศัยกรอบเรื่องทุนสร้างสรรค์เป็นเกณฑ์ อาศัยการวิเคราะห์สิ่งที่ได้จาก
การสังเกตและการมีส่วนร่วมกับกิจกรรมและการทดลองรับสื่อเหล่านั้นเป็นวิธีการเสริมใน
การวิเคราะห์

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบสำหรับการวิเคราะห์เนื้อหาสาร ผู้วิจัยได้ทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content
Validity) โดยนำแบบวิเคราะห์ให้อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการสื่อสารพิจารณาโดยอาศัยกรอบ
แนวคิดเกี่ยวกับเรื่องเล่าและเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการเป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลการสร้างสรรค์สื่อที่หน่วยงานภาครัฐจัดทำขึ้นเพื่อใช้ส่งเสริม
แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ปรากฏตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2553 - เมษายน 2554

การประมวลผล วิเคราะห์และนำเสนอข้อมูล

การวิเคราะห์การสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐใช้สำหรับการสื่อสารเพื่อเสริมแนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการศึกษาคั้งนี้จะอาศัยการวิเคราะห์สื่อทั้งเนื้อหาและรูปแบบ (content &
form) ด้วยการอาศัยกรอบเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ อันได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนทางสังคม ทุนทาง
วัฒนธรรมและทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน เป็นหลักในการวิเคราะห์ พร้อมทั้งอาศัยเทคนิคการ
สังเกต (observation technique) และการมีส่วนร่วม (participatory) กับสื่อประเภทกิจกรรมที่
หน่วยงานภาครัฐจัดขึ้น นำเสนอข้อมูลในลักษณะบรรยายจำแนกตามประเภทของสื่อ ลักษณะ
สารที่ปรากฏเป็นรายหัวข้อ และอธิบายภาพรวมของสารที่ปรากฏ แยกเป็นหน่วยงาน แล้วนำมา

สังเคราะห์เป็นภาพรวม โดยจะนำเสนอข้อมูลในบทที่ 4 แล้วนำข้อมูลผลการศึกษาทั้งสองส่วนไปสรุปและอภิปรายเพื่อสร้างเป็นแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐและข้อเสนอต่างๆ ในบทที่ 5 ต่อไป

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย” ผู้วิจัยให้ความสนใจกับการสร้างสาร (message creation) ที่หน่วยงานภาครัฐของไทยใช้ในการดำเนินการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณะ ตั้งแต่ระดับวิถีคิดจากผู้รับผิดชอบนโยบายจนถึงแนวปฏิบัติที่พบและตรวจสอบได้จากเนื้อหาที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานเลือกใช้สื่อสาร นับตั้งแต่หน่วยงานเริ่มให้ความสำคัญกับการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จนถึงปัจจุบัน (ปี 2554) ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาได้แก่หน่วยงานภายใต้สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) 3 หน่วยงาน คือ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ ศูนย์ส่งเสริมการออกแบบ และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ หรือที่ผู้วิจัยจะใช้เรียกด้วยชื่อตามภาษาอังกฤษต่อไปว่า TK Park, TCDC และ Museum Siam ตามลำดับ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยแบ่งประเภทข้อมูลที่ใช้สำหรับการศึกษาเป็น 2 ส่วนหลักคือข้อมูลประเภทบุคคล เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่าเพื่อตอบคำถามวิจัยว่าเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละหน่วยงานมีองค์ประกอบและลักษณะเป็นอย่างไรและส่วนที่ 2 คือ ข้อมูลประเภทเอกสารอันได้แก่ สื่อสถานที่ สื่อกิจกรรม สื่อนิทรรศการ สื่อเว็บไซต์ และสื่อนิตยสาร เก็บข้อมูลด้วยการรวบรวมเอกสารและใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เอกสาร ใช้เกณฑ์เรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการเป็นกรอบในการวิเคราะห์เพื่อหาคำถามวิจัยว่าเนื้อหาสาระหลักที่พบในการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างไร ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้ง 2 ส่วนมาเชื่อมโยงเพื่อหาข้อสรุปและอภิปรายผลการศึกษาที่จะนำไปสู่การตอบคำถามวิจัยว่าแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐของไทยควรมีลักษณะอย่างไร ซึ่งนำเสนอผลในบทที่ 5 เป็นลำดับสุดท้าย

ข้อคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์แบ่งเป็น 2 ส่วนส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล เช่น ชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง หน่วยงานหรือ ลักษณะงานที่ทำ ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะ

นำเสนอรายละเอียดไว้ในส่วนภาคผนวก ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สื่อเพื่อใช้ในการสื่อสารเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งสิ้น 6 คำถาม

1. ลักษณะทั่วไปของหน่วยงาน ภารกิจ บทบาทที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. สถานการณ์ของแนวคิดหรือความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันจากมุมมองของหน่วยงาน ความสำคัญต่อหน่วยงาน หรือความสัมพันธ์ต่อหน่วยงาน
3. แก่นคิดหลักเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวนโยบายของหน่วยงานที่สื่อสารออกไปเป็นอย่างไร
4. การสร้างเนื้อหาหรือลักษณะสารที่ปรากฏตามสื่อแต่ละประเภทของแต่ละหน่วยงานเป็นอย่างไร
5. สื่อที่ใช้และการให้นำนักสารในแต่ละสื่อเน้นที่ประเด็นใดเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
6. จากการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นแล้วเป็นอย่างไร ทิศทางการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานจะเป็นอย่างไรต่อไป

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลอื่นได้แก่ ผู้อำนวยการหน่วยงานและหัวหน้าฝ่ายที่รับผิดชอบงานด้านเนื้อหาหรือองค์ความรู้ที่มีบทบาทในการกำหนดแนวคิดในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลทั้งหมด 7 ท่าน จะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่าเพื่อหาองค์ประกอบและลักษณะการเล่าเรื่องที่แต่ละหน่วยงานใช้ตามวิธีของ Fisher (W.Fisher,1989) อันมีองค์ประกอบในการวิเคราะห์ 8 ประการ ได้แก่ (1) ผู้เล่าเรื่อง (narrator) (2) แก่นของเรื่อง (theme) (3) เหตุการณ์ (event) (4) ตัวละคร (characters) (5) ฉาก (setting) (6) ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations) (7) ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations) และ (8) ผู้ฟัง (audience) และวิธีการวิเคราะห์มีทั้งสิ้น 3 ส่วนคือ

1. วิเคราะห์สาระหรือเนื้อหาของเรื่องเล่า (analysis of substance of narrative)
2. วิเคราะห์รูปแบบของการเล่าเรื่อง (analysis of the form of narrative)

3. การประเมินเรื่อง (evaluation of the narrative) คือการใช้เกณฑ์ที่กำหนดขึ้นทั้ง 8 องค์ประกอบเพื่อประเมินเรื่องเล่าทั้งในแง่สาระและรูปแบบว่าสอดคล้องกันหรือไม่ หรือสื่อสารอย่างไร

เมื่อวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่าจากกลุ่มตัวอย่างประเภทบุคคลทั้งหมดแล้วจะสามารถนำผลที่ได้มาข้อสรุปเพื่อประกอบการวิเคราะห์สื่อที่แต่ละหน่วยงานใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณะในลำดับถัดไป ผลการวิเคราะห์การสัมภาษณ์เชิงลึกบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้ง 7 ท่านจะนำเสนอเรียงตามข้อคำถามและเรียงตามลำดับหน่วยงานดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ OKMD ในฐานะหน่วยงานแม่

1. คุณอารายะ มาอินทร์ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนและรักษาการผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ OKMD

สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park

2. คุณทัศนัย วงศ์พิเศษกุล ผู้อำนวยการสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park
3. คุณวิวัฒน์ชัย วีนิจจะกุล หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC

4. คุณอภิสิทธิ์ ไส้สัตว์ไกล ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC
5. คุณพิชิต วีรังคบุตร หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้ หัวหน้าฝ่ายนิทรรศการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC

สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam

6. มล.อรอาไพ พนานุรัตน์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam
7. คุณรณฤทธิ์ ธนโกเศศ ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์บุคคล

ข้อคำถามที่ 1 ลักษณะทั่วไปของหน่วยงาน ภารกิจ บทบาทที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากการที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ คุณอารยะ มาอินทร์ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน และรักษาการผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ หรือ OKMD พบว่า OKMD มีบทบาทในฐานะหน่วยงานของภาครัฐที่รับผิดชอบการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยเหตุที่ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” นั้นจัดได้ว่าเป็น “ความรู้” อย่างหนึ่ง ภายใต้บริบทนโยบาย สำคัญของรัฐที่ต้องการสร้าง “สังคมแห่งการเรียนรู้”

OKMD มีพัฒนาการและความพยายามอย่างต่อเนื่องที่จะมีบทบาทในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งกระบวนการเรียนรู้ของคนไทยให้สามารถพัฒนาความรู้ และความคิดสร้างสรรค์อันมีรากฐานจากเอกลักษณ์ทางสังคมและวัฒนธรรมของไทยมาเชื่อมโยง เข้ากับการส่งเสริมการพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเพื่อให้คนไทยสามารถดำรงตนอยู่ใน สภาวะการเปลี่ยนแปลงต่างๆทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก มีรูปแบบการดำเนินงานด้วยการ ให้บริการและสนับสนุนส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ผ่านวิธีการสร้าง “ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบ” ที่มีความเฉพาะทางด้านต่างๆ คุณอารยะได้สรุปที่มาของ OKMD ไว้ดังนี้ (อารยะ มาอินทร์,สัมภาษณ์ 29 กันยายน 2554)

ช่วงปี 2547 ทางรัฐบาลมีนโยบายการจัดตั้งสำนักงานบริหารพัฒนาองค์ความรู้ องค์การมหาชน หลักก็เพื่ออยากจะทำปฏิรูปการเรียนรู้ผ่านการเรียนรู้สาธารณะ นอกเหนือจากการเรียนรู้ผ่านกระทรวงศึกษาธิการตามปกติ การปฏิรูปการเรียนรู้ถ้าเป็น แบบทางการมันช้า รัฐบาลในสมัยนั้นเลยคิดว่าควรมีช่องทางควบคู่กันคือ การจัดตั้ง หน่วยงานนี้เพื่อสร้างแหล่งเรียนรู้นอกระบบเพื่อขับเคลื่อนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ เช่น TK Park ,TCDC

ส่วน *creative economy* สำหรับเรา เริ่มต้นนี้มีมาตั้งแต่สมัยประมาณปี 2548 - 2549 แต่ช่วงนั้นเราเรียกมันว่าเป็นแนวคิด *value creation* หรือการสร้างคุณค่าเพิ่ม คือดูศักยภาพของเราเพื่อจะสร้างคุณค่าบางอย่างเพิ่มเติมให้กับตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตอนนั้นยังไม่มีแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในช่วงต่อมาสักปี 2550 - 2551 แนวคิดเรื่องนี้มันได้รับอิทธิพลจากความเป็นสากลเข้ามาเพิ่ม คืออันที่จริงต่างประเทศเค้าทำมาก่อนสัก 10 กว่าปีได้เช่นที่ชัดเจนก็อังกฤษนะครับเค้าจะเริ่มมาตั้งแต่ปี 2540 ได้ เรายังพยายามมองตามเค้ามาแล้วก็เอามาปรับ

ขณะที่ข้อมูลจากสำนักอุทยานการเรียนรู้ TK Park ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ คุณทัศนัย วงศ์พิเศษกุล ผู้อำนวยการ และคุณวิวัฒน์ชัย วิโนจจะกุล หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park ผู้วิจัยพบว่า TK Park วางบทบาทของตนในฐานะหน่วยงานย่อยของ OKMD และดำเนินนโยบายตามแนวทางของ OKMD คือการปฏิรูปการศึกษาในลักษณะการทำงานนอกระบบหรือการศึกษาตามอัธยาศัย ไม่มีภาระรับผิดชอบโดยตรงต่อเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่ประเด็นการพัฒนาการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ถือเป็นภารกิจหลักของ TK Park การปฏิวัติห้องสมุดในฐานะแหล่งเรียนรู้ของประชาชนเพื่อเป็นพื้นที่ในการเข้าถึงและสัมผัสประสบการณ์การเรียนรู้ที่แตกต่างด้วยการใช้สื่อและกิจกรรมที่หลากหลาย ดังที่ทัศนัยได้เล่าว่า (ทัศนัย วงศ์พิเศษกุล, สัมภาษณ์ 19 สิงหาคม 2554)

วัตถุประสงค์ของเราเป็นศูนย์การเรียนรู้ การส่งเสริมการอ่าน การเรียนรู้ ที่จะปรับเปลี่ยนทัศนคติและกิริยาพฤติกรรมเกี่ยวกับการอ่านการเรียนรู้ของคน แล้วเราก็ยังเป็นศูนย์ส่งเสริมการสร้างสรรค์โดยเป็นเหมือนเวทีเปิดให้กับเด็กและเยาวชนประชาชนทั่วไปให้เกิดการแสดงออกให้เค้าแสดงความสามารถหรือผลิตนวัตกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ แล้วเมื่อทั้งหมดมาขมวดกันแล้วเราก็จะย้ายมันไปเป็นเรื่องของการขยายผลแนวปฏิบัติอื่นๆ ต่อไป

ในฐานะผู้อำนวยการ คุณทัศนัย ชี้ให้เห็นว่าแม้เศรษฐกิจสร้างสรรค์อาจไม่ใช่เนื้อหาหลักที่ TK Park ต้องการสื่อสาร หากแต่ว่าด้วยโครงสร้างการทำงานที่เป็นหน่วยงานย่อยของ OKMD

นโยบายเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นประเด็นหนึ่งที่ TK Park ต้องหยิบขึ้นมาเป็นประเด็นในการสื่อสารเช่นกัน

ส่วนคุณวัฒนชัย ได้เสนอความเห็นเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ของ TK Park ในฐานะหน่วยงานย่อยของ OKMD ไว้ในลักษณะที่ค่อนข้างแตกต่างและไม่ได้เน้นการเชื่อมโยงบทบาทของตนในฐานะผู้รับผิดชอบแนวนโยบายเกี่ยวกับเนื้อหาและองค์ความรู้ของ TK Park กับแนวนโยบายเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่าใดนัก (วัฒนชัย วิจิระกุล, สัมภาษณ์ 1 กันยายน 2554)

เราต้องเข้าใจก่อนว่า ศูนย์การเรียนรู้หรือแหล่งการเรียนรู้อย่าง TK Park นี้ตั้งต้นจากการคิดถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการเรียนรู้แบบนอกระบบ คือถ้าจะถามเกี่ยวกับโครงสร้างที่เราเป็นหน่วยงานลูกของ OKMD ก็คือเค้าเป็นองค์กรที่ส่งเสริมการพัฒนาและการจัดการความรู้ในรูปแบบต่างๆ ของผู้คน เราก็เลยเป็นกลไกหนึ่งของการพัฒนาคนด้วยการให้บริการในฐานะที่เป็นห้องสมุด แต่เราเชื่อว่าห้องสมุดแบบเดิมมันอาจไม่พอและมันมีปัญหาอยู่ เราอยากให้งานห้องสมุดซึ่งเรามองว่านี่คือ content หลักของ TK Park งานห้องสมุดต้องเปลี่ยน ต้องสร้างสรรค์กว่าที่เคย

จากจุดนี้อาจกล่าวได้ว่า TK Park ให้ความสำคัญกับบทบาทของตนเองที่เป็นศูนย์การเรียนรู้ โดยเฉพาะส่วนงานห้องสมุดมีชีวิตเป็นสำคัญ ส่วนในระดับนโยบายที่ต้องดำเนินให้สอดคล้องกับภาครัฐโดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น อาจไม่สามารถอธิบายรูปธรรมได้ชัดเจนหรือไม่ใช่หน้าที่หลักของตน

ข้อมูลจากศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์คุณอภิสิทธิ์ ไกล่สัตย์กุล ผู้อำนวยการและคุณพิชิต วีรังคบุตร หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้และหัวหน้าฝ่ายนิทรรศการ ผู้วิจัยพบว่า TCDC วางบทบาทของตนในฐานะหน่วยงานที่เป็น “ผู้สนับสนุนและส่งเสริมให้ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจ”

มีการสะท้อนความคาดหวังของหน่วยงานว่าต้องการกระตุ้นให้ระบบเศรษฐกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตระหนักถึงการใช้ทักษะด้านการออกแบบให้มากขึ้นรวมทั้งเห็นว่าการออกแบบเป็นเรื่องพื้นฐานของกระบวนการคิด TCDC ต้องการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างโดยเฉพาะเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้เป็นทุนใหม่ในระบบเศรษฐกิจที่ไม่สามารถแข่งขันได้ด้วยเรื่องการลดต้นทุนแบบเดิมๆ เช่นทุนแรงงาน เมื่อผนวกกับกระแสการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหลายประเทศในโลกก็ถือว่ามีอิทธิพลต่อพัฒนาการการทำงานของ TCDC ในฐานะที่เป็นหน่วยงานภายใต้นโยบายการส่งเสริมทุนทางความคิดให้กับสังคมไทยซึ่งเป็นกรอบนโยบายใหญ่ของรัฐบาลระหว่างปี 2547 เป็นต้นมา โดยมี OKMD เป็นหน่วยงานแม่

ทั้งนี้คุณอภิสิทธิ์ ในฐานะผู้อำนวยการได้สรุปความคิดเห็นเกี่ยวกับที่มาและภารกิจหลักของ TCDC ไว้ว่า (อภิสิทธิ์ ไล่ศัตรูไกล, สัมภาษณ์ 6 พฤษภาคม 2554)

ประมาณปี 47 มันมีการพูดถึงความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของประเทศที่ถดถอยลง ในขณะที่ประเทศกำลังปรับตัวใหม่ เช่น จีนหรือกลุ่มประเทศในอเมริกาใต้ คือพอประเทศเหล่านี้ขยับตัว การแข่งขันในสินค้าที่มันเป็นสินค้าพื้นฐาน สินค้าที่มันอาศัยแรงงานเป็นวัตถุดิบมันก็ถดถอยลง ในช่วงนั้นรัฐบาลเอง ตัวนายกฯเองหรือทีมเองก็คงสังเกตเห็นแล้วว่าเราคงสู้ในวิถีเดิมๆ ไม่ได้แล้ว เราต้องการเครื่องมือใหม่ๆ เข้ามาช่วย เครื่องมือใหม่ๆ ที่ว่ามันก็คือ “วิถีคิด” เรามีความได้เปรียบอะไรบ้างนอกเหนือจากเรื่องแรงงาน ก็สรุปได้ว่าใช้ความรู้ที่เราที่มีอยู่ใน part ทั่วไป เช่น วิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์เราก็ไม่ได้เก่งมาก ที่นี้พอมาเอาความรู้เฉพาะด้านโดยอาศัยความสามารถในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ เรามีความได้เปรียบในแง่ของประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม รวมถึงวิถีคิดเรื่องการบริการ ก็นำลองเอาสิ่งเหล่านี้เข้าไปปรับเข้ากับทั้งผลิตภัณฑ์และการบริการเพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้มันน่าจะเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจอันหนึ่งที่จะแทนที่เมื่อก่อนเรา value added แต่ถ้าเราเปลี่ยนเป็น value กว่าจะอธิบายความได้ มันก็ต้องค่อยขยับตัวทั้งนี้มันก็สอดคล้องไปกับสถานการณ์ของโลก เพราะว่าในช่วงนั้น หลายประเทศก็เริ่มขยับตัว คือเค้าก็ต่าง

รู้ตัวว่าปัญหามันส่งผลยังไง ตัวอย่างที่เห็นได้ ในอเมริกาเค้าก็พยายามขยายเรื่อง ของวิถีคิดเขยิบมา export เรื่องของวิถีคิด เรื่อง Life Style อย่างในเอเชียเองก็ เริ่มมองอย่างนั้นเช่นเกาหลีใต้ ไต้หวัน สิงคโปร์ ฮองกง ประเทศเหล่านี้ก็ขยับ เค้า มองเห็นความสำคัญของงานออกแบบว่าเป็นเครื่องมือตัวหนึ่งในการพัฒนาทั้ง ชีวิตและเศรษฐกิจ ผมว่าในลักษณะนี้ไทยเราก็คือเห็นว่าเป็นนโยบาย หลังจาก นั้นก็มีการฟอร์มทีมทำงานขึ้น

ขณะที่คุณพิชิต ในฐานะผู้รับผิดชอบงานด้านความรู้ ด้านเนื้อหาและด้านการจัดแสดง นิทรรศการ ก็ได้เสนอความคิดเกี่ยวกับภาพรวมบทบาทหน้าที่ของ TCDC ในลักษณะที่สอดคล้อง กัน มีการพยายามเชื่อมโยงกระบวนการออกแบบในฐานะที่เป็นวิถีคิดกับการพัฒนาทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบุคคลว่าเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาคุณภาพ ชีวิตและเศรษฐกิจ มีการสะท้อนให้เห็นความเคลื่อนไหวของกลุ่มเป้าหมายของหน่วยงานว่าแม้จะ ไม่ได้รับการตอบรับอย่างดีมากนักจากกลุ่มเป้าหมายหลัก แต่กระบวนการทำงานในลำดับต่อไป จะมีการพุ่งเป้าความสำคัญไปที่กลุ่มเป้าหมายหลักคือกลุ่มผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจขนาด กลางขนาดย่อมมากขึ้น ดังตอนหนึ่งของบทสัมภาษณ์ว่า (พิชิต วิรัชคนุต,สัมภาษณ์ 28 กรกฎาคม 2554)

ความตั้งใจจริงของเราเน้นที่การต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ให้ ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs แต่ที่นี้ก็คือนักเรียนนิสิตต่างๆ เค้าก็เป็นกลุ่มที่ ให้ความสนใจกับการเข้ามาใช้ความรู้หรือมาร่วมกิจกรรมกับเรามาก ขณะนี้เราก็ พยายามทำวิจัยเพื่อที่จะหาคำตอบเกี่ยวกับความต้องการว่าภาคอุตสาหกรรม อยากรได้อะไรจากเรา ด้วยความที่ผู้ประกอบการของเราอยู่ในระบบที่ทุนนิยมมัน แข็งแรงมาก คนก็ไม่อยากเสียเวลาทำมาหาเงินเพื่อมาร่วมหรือมาใช้บริการกับ เรา ในภาพกว้างเค้ามาแล้วอาจไม่พบว่าการออกแบบหรือ TCDC จะไปช่วยหรือ เชื่อมโยงอะไรกับเค้าได้ แต่ในกลุ่มหนึ่งเราก็พบว่าเค้าเข้ามาแล้วถึงเห็นว่าการ ออกแบบมันไปช่วยพัฒนาสิ่งที่เค้ามีอยู่เดิมได้ มันอาจต้องใช้ต้นทุนบางอย่างที่ เพิ่มขึ้นบ้างในระยะแรกแต่เค้าก็จะพบว่าเมื่อมันเริ่มเข้าที่เข้าทางผลประกอบการ ก็จะมีเริ่มดี คือจริงๆ ไม่ใช่ไม่มีเลยนะครับ มันก็มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้ามา

แม้ว่าอาจจะเป็นแค่สัก 5% แต่เราก็จะพบว่ามันเป็นส่วนที่ครีมจริงๆ คือเข้ามาด้วยความมุ่งมั่นที่จะมาพัฒนาต่อยอดจริงๆ คืออาจจะไม่ได้มาประจำแต่คำก็มาแล้วได้ประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมจริง

บทบาทของสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ มล.อรอัมไพ พนานุรัตน์ ในฐานะผู้จัดการและคุณรณฤทธิ์ ธนโกเศศ ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ผู้วิจัยพบว่า Museum Siam วางบทบาทของตนในฐานะหน่วยงานที่เป็น “ผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้และส่งเสริมให้ภูมิปัญญาไทย ในอดีตเป็นวิถีชีวิตร่วมสมัยของคนไทยในปัจจุบัน”

จากการได้สัมภาษณ์บุคคลทั้งสองท่าน ผู้วิจัยพบบทบาทของว่า Museum Siam ในฐานะที่เป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD นั้น เป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมให้เกิดการจัดตั้งหน่วยงานสนับสนุนการเรียนรู้แบบนอกระบบและการเรียนรู้ตามอัธยาศัยมีลักษณะคล้ายศูนย์การเรียนรู้รูปแบบหนึ่งหากแต่ใช้การนำเสนอในรูปแบบของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งส่งผลให้ Museum Siam มีลักษณะเฉพาะที่ต่างจากหน่วยงานอื่นอย่าง TK Park หรือ TCDC

เอกลักษณ์อย่างหนึ่งของ Museum Siam คือการใช้วิธีการนำเสนอเนื้อหาด้วยรูปแบบพิพิธภัณฑ์แบบมีชีวิต หรือ Living Museum ที่ส่งเสริมให้ผู้เข้าชมมีประสบการณ์ตรงจากการดู อ่าน สัมผัสจับต้อง และเรียนรู้เนื้อหา สิ่งของหรือกระทั่งกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างอิสระ มุ่งหวังให้เกิดกระบวนการเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่จะทำให้พิพิธภัณฑ์เป็นเรื่องใกล้ตัวและสามารถเชื่อมโยงกับชีวิตของผู้คนได้ง่ายขึ้น

คุณรณฤทธิ์ ธนโกเศศ ผู้เชี่ยวชาญด้านสถาปัตยกรรม โบราณคดีและประวัติศาสตร์ร่วมสมัย ซึ่งมีบทบาทอย่างมากในครั้งก่อตั้งหน่วยงาน และเป็นหนึ่งในคณะทำงานเพื่อวางทิศทางและกำหนดเนื้อหา รวมถึงรูปแบบของ Museum Siam ได้ตั้งข้อสังเกตและอธิบายถึงเรื่องนี้ไว้ว่า (รณฤทธิ์ ธนโกเศศ, สัมภาษณ์ 17 สิงหาคม 2554)

เราเคยแต่ตั้งคำถามกันว่า พิพิธภัณฑ์นี้ คนเรามากันทำไม ทำไมคนไทยไม่เข้า พิพิธภัณฑ์ ไปอยู่ไหนกัน แต่เราลองตั้งคำถามใหม่ใหม่ว่า พิพิธภัณฑ์แบบไหนกันที่คนไทยอยากเข้า อยากมา เราจะต่างอย่างไร ทำอย่างไรให้ Museum Siam เป็นพิพิธภัณฑ์ที่แตกต่าง หรือ “ทันสมัย” เพราะเราจะพบว่า พิพิธภัณฑ์ที่เอาของไปวาง ไปตั้ง มันไม่ตอบคำถามในกรณีที่ว่า “แล้วไง” มันมีที่มาที่ไปยังไง เกี่ยวข้องอย่างไรกับชีวิตหรือผู้คน ผมว่ามันคืออะไรไม่สำคัญเท่ากับมันมีความสัมพันธ์กับคนยังไง เพราะฉะนั้นนั่นคือจุดเริ่มของเรา เราพยายามเอา “ความรู้หรือภูมิปัญญาในอดีต” มาสู่ “ปัจจุบัน” แล้วนำเสนอหรือจัดแสดงในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ที่เราคิดว่าต้องแตกต่างตรงคนที่มาดูมาชมแล้วต้องเกิดการเรียนรู้ เกิดการใช้ความคิด ค้นพบอะไรบางอย่างด้วยตนเอง

สาระของที่เราตั้งต้นมาตั้งแต่ปี 2548 คือ “คนไทยมาจากไหน” เวลาที่เราจะนำเสนอหรืออยากให้คนเข้าใจเรื่องนี้ เราอยากให้คนไทยคิดหรือมองว่าเราต้องสนใจเรื่อง “คน” เรื่อง “พื้นที่” ซึ่งคนกับพื้นที่เมื่อรวมกันจะก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ภูมิปัญญา” ที่เกิดจากความสัมพันธ์ของสองสิ่งนี้ เกิดจากการเรียนรู้ของคนกับพื้นที่กลายเป็นความรู้ ซึ่งอันนี้เรามองว่านี่คือต้นน้ำ คือหน้าที่เราเลย แต่วันหนึ่งก็มีการถามเราถึงเรื่องการต่อยอด ซึ่งการต่อยอดนี่คือการเอาไปใช้ เอาไปทำมาหากิน ยังไงล่ะที่นี้ เราก็คิดถึงเรื่องการถอดรหัส เพราะเราเป็นหน่วยงานที่ให้ความรู้เป็นสำคัญ สิ่งที่เราต้องทำต่อคือ อูบายอะไรละ ตัวช่วยอะไรละที่จะก่อให้เกิดเรื่องพวกนี้ แต่ส่วนที่เราต้องทำเพิ่มเนื่องจากเราเป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD ก็คือเราอยากให้คนที่มาหาเราได้เกิดกระบวนการเรียนรู้ต่อด้วยตนเอง ซึ่งเราเชื่อว่ามันมีความเป็นไปได้อยู่ว่าวิธีการมองตนเอง ค้นหาตนเองหรือการมองโลกแบบที่ “ไทย” ไม่ใช่เราคนเดียวแต่มากมายหลากหลายนี้ อาจจะเป็นปัจจัยที่จะสร้างความสามารถในการคิดทำมาหากินหรือที่เรียกว่าเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์นี้ก็ต้องตามกันต่อ

ขณะที่ม.ล.อรอำไพ พนานุรัตน์ในฐานะผู้จัดการพิพิธภัณฑ์ได้กล่าวถึงความเป็นมาของ Museum Siam และบทบาทที่จะไปเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่า (อรอำไพ พนานุรัตน์, สัมภาษณ์ 9 สิงหาคม 2554)

เราเป็นหน่วยงานที่มีความตั้งใจมาก อยากบอกสาธารณชนว่ามาหาเราเพื่อ *Discovering History, Discovering You* เราเล่าเรื่องคนไทย เราเน้นให้คนไทย มาค้นหา ตัวตนความเป็น “คนไทย” ที่นี้ เราใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบกึ่งๆ นิทาน โดยมีเนื้อหาหลักๆ เพื่อให้คนเรียนรู้ความเป็นไทยที่หลากหลายอย่างมีที่มาที่ไป ผ่านการเรียนรู้จากการสัมผัส การเล่น การชมนิทรรศการที่ถ่ายทอดออกมาตามห้องต่างๆ เราอยากบอกว่า เรามี “ราก” นะแต่รากของเราอย่าไปเหมาะว่าเรามีเราเป็นของเราขึ้นมาเอง อยู่ๆ มันก็เป็นเอง บางอย่างเราก็ผสมผสาน บางอย่างเราก็เห็นจากคนอื่นแล้วมาดัดแปลง แต่เราไม่ได้รับมาเฉยๆ เรามีการคิด การเลือก ตามแบบของเรา พุดไปพร้อมๆ กับอธิบายบริบทแวดล้อม เช่น การเมือง ความเปลี่ยนแปลงของโลก ของสภาพทางภูมิศาสตร์ที่มากกระทบต่อสิ่งต่างๆ เหล่านั้น เราอยากให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการดำเนินชีวิตแบบคนไทยที่มีที่มาไป จากสิ่งต่างๆ รอบตัวเรามากมาย

ถ้าจะให้ตอบคำถามที่เกี่ยวข้องในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรามีโครงการที่กำลัง อยู่ และทำแล้วก็ทำมาสองปีแล้ว เนื่องจากว่าเรามีร้าน Muse โดยตัวมันเป็นร้านขายของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องหรือได้แรงบันดาลใจมาจากพิพิธภัณฑ์ ผลงาน ผลิตภัณฑ์ สิ่งของที่เราคัดเลือกเข้ามาว่ามันพุดเรื่องความเป็นไทยเรื่องภูมิปัญญาที่ใกล้เคียงกับเราก็เลยมีความคิดว่า จะจัดประกวดออกแบบและผลิตภัณฑ์เพื่อมาวางขาย โดยที่งานต่างๆ เหล่านั้นควรเกิดมาจากแรงบันดาลใจเมื่อได้มาหาเรา อันนี้ก็อาจจะสอดคล้องกับแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรงเลย คือมันมีการคิดต่อยอดและก็วางขายได้

จากข้อมูลที่ทั้ง 2 ท่านได้สรุปนำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องการนิยามความเป็นไทยของ Museum Siam ว่าจะเป็หัวใจสำคัญของการปรับเปลี่ยนการเรียนรู้ของผู้คนให้เข้าใจคำว่า เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ด้วยกระบวนการตั้งคำถามจากสิ่งที่มาเรียนรู้จากนิทรรศการทั้งถาวรและชั่วคราวที่ Museum Siam พยายามออกแบบไว้ ซึ่งหากสามารถเชื่อมต่อหรือคิดต่อยอดจากการได้ เข้ามา Museum Siam ก็อาจถือได้ว่า การทำงานภายใต้ OKMD เพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจ สรรค์นั้นมีความเป็นไปได้อยู่มาก

ข้อคำถามที่ 2 สถานการณ์ของแนวคิดหรือความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในปัจจุบันจากมุมมองของหน่วยงาน ความสำคัญต่อหน่วยงาน หรือความสัมพันธ์ต่อหน่วยงาน

ผู้วิจัยพบว่า สำหรับ OKMD ปัจจุบันด้านการกำหนดให้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น “วาระแห่งชาติ” ในสมัยรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ ส่งผลให้เกิดความตื่นตัวเกี่ยวกับการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นอย่างมากประกอบกับการดำเนินงานภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทั้งฉบับที่ 10 และ ฉบับที่ 11 ก็ยังระบุให้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่องดังนั้นก็เห็นความพยายามที่จะทำให้ “สาร” เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ เข้ามามีบทบาทต่อคนหลายกลุ่ม ทั้งเด็กและเยาวชน นิสิตนักศึกษาผู้ประกอบการหรือกระทั่งประชาชนทั่วไป หลายแวดวงทั้งวิชาการและวิชาชีพ ทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งแบบที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ขึ้นอยู่กับการผสมความร่วมมือระหว่างสำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้กับหน่วยงานย่อยหรือเครือข่ายความร่วมมือต่างๆ ดังที่คุณอารยะ ได้ย้ำให้เห็นประเด็นนี้ไว้ว่า

เราเริ่มใช้คำว่า *creative economy* ที่แปลเป็นไทยว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ นี้คือช่วงรัฐบาลคุณอภิสิทธิ์ซึ่งก็ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ด้วยอยู่แล้วนะครับ โดยสภาพพัฒนากับ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ เป็นแกนเสนอรายงานวิจัยชิ้นหนึ่งขึ้นมา ถือว่าเป็นยุคแรกๆ ผลการวิจัยก็ได้เป็นนิยามและก็การจัดแบ่งกลุ่มประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ออกมาตามความหมายแบบไทย ใช้แนวคิดของต่างประเทศหลายส่วนมาปรับ รัฐบาลเองก็พยายามขับเคลื่อนแนวคิดนี้แต่ว่าผ่านทางกรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลัก ก็พยายามทำงาน ให้งบประมาณมาต่อเนื่องนะครับ จนมารัฐบาลนี้ก็ ผมคิดว่ายังให้ความสำคัญอยู่นะครับ เพราะอย่างไรก็ตามเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ยังปรากฏในแผนฯ 11 อยู่อย่างชัดเจนรวมทั้งการแถลงนโยบาย 4 ปีของรัฐบาลด้วย

สำหรับ TK Park ในฐานะหน่วยงานเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยการอ่านพิจารณาเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่าไม่สอดคล้องโดยตรงกับภาระหน้าที่ของตนเองเท่าใดนัก จากคำให้

สัมภาษณ์ของทั้งคุณทัศนัยในฐานะผู้อำนวยการและคุณวัฒน์ชัยหัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้ได้สรุปไว้

คือเราต้องย้อนกันไปถึงจุดเริ่มที่เราเป็นหนึ่งในหน่วยงานภายใต้ OKMD คือถ้าจะพูดถึงแนวทางเกี่ยวกับ *Creative Economy* เราอาจไม่ได้มีภาระหรือบทบาทที่ชัดเจนมากเท่ากับที่ TCDC เค้าทำ เพราะแม้ว่าหน่วยงานทั้ง 3 หน่วยคือเรา TCDC และ *Museum Siam* ก็จะมีวิสัยทัศน์ พันธกิจที่แตกต่างกันแต่ก็มีลักษณะผสมกันอยู่เช่นเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต แต่เราต้องเน้นว่าเราทำงานกับคนกว้างมาก ทุกช่วงวัย แต่เราเน้นเรื่องการเรียนรู้ เรื่องการตอบสนองการเรียนรู้ตามอัธยาศัย ดังนั้นเราจึงเปรียบเสมือนคนทำงานต้นทางคือเราเน้นเรื่องการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ สำหรับเราอันนั้นจะเป็นเครื่องมือได้หรือเปล่านั้นกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เราคิดว่าอันนี้อาจไกลสักหน่อยถ้าจะให้ตอบว่าเราเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นนโยบายรัฐที่พูดกันขณะนี้อย่างไร งานของฝ่ายวิชาการหรือฝ่ายองค์ความรู้เราไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องนี้และเรามองว่าเราไกลมากจากการเป็นกลไกของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแง่การสร้างรายได้หรือธุรกิจ แต่เราต้องการเป็นตัวจริงที่พูดเรื่องห้องสมุดมีชีวิต ศูนย์การเรียนรู้ที่จะส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของคน

ขณะที่ TCDC สะท้อนภาระหน้าที่ในการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเกิดขึ้นพร้อมๆ กันไปกับการสื่อสารเรื่องการออกแบบ เนื่องจากโครงสร้างการเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับของ OKMD ซึ่งแน่นอนว่าได้รับอิทธิพลจากนโยบายของรัฐบาล ซึ่งในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาการดำเนินงานก็ส่งผลต่อรูปแบบและเนื้อหาของงานที่ต้องทำโดยตรงแม้ว่าจะมีการคาบเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของรัฐอยู่ตลอดเวลา สิ่งที่ TCDC สื่อสารสู่สาธารณะจึงมีความเกี่ยวข้องหรืออาจกล่าวได้ว่าเนื้อหาของงานของ TCDC นั้นเกี่ยวพันกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ระดับนโยบายและปฏิบัติทั้งในด้านองค์ความรู้และการนำไปใช้ คุณอนิสิทธิ์ ได้ชี้แจงถึงความเชื่อมโยงระหว่างการออกแบบกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า

จริงๆ เมืองไทยพูดเรื่องนี้มานานประมาณ 20 ปีได้ เช่นผ่านกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก เพียงแต่ว่ามันยังไม่เป็นนโยบายที่ชัดเจน มันเป็นแค่ความคิด มันไม่ปรากฏหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ส่วนใหญ่มันก็เป็นลักษณะแบบกรมนี่กรมนั้นมันก็ไม่มีแรงพอที่จะพูดถึงเรื่องการออกแบบในระดับประเทศ ถามว่าจะทำให้มันชัด ผมว่ามันทำไม่ได้ มันยังไม่ชัด มันเป็นลักษณะเฉพาะของประเทศไทยเอง คือหน่วยงานที่อยู่รอบข้างเรื่องเหล่านี้มันไม่แข็งแรงพอ ถ้าทุกคนหรือหน่วยงานต่างๆ รอบข้างมันแข็งแรงมีความเป็นรูปธรรมมันก็จะจุด focus ให้มันชัดเจนได้ผมว่ามันควรจะมี ความหมายตรงกัน คือผมเข้าใจว่า การเกิดความแตกต่างทางความหมายเรื่องเศรษฐกิจ สร้างสรรค์เนื่องจากโครงสร้างของสิ่งนี้มันไม่ตรงที่คือสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มัน ควรจะเป็นสำนักงานกลาง ไม่ควรจะไปอยู่กับกระทรวงไหน พอไปอยู่กับกระทรวง พาณิชย์โดยเฉพาะกรมทรัพย์สินทางปัญญาเลยทำให้การอธิบายคำว่าเศรษฐกิจ สร้างสรรค์มันทำได้ยาก เพราะคำนี้เป็นคำใหม่ในสังคมไทย เราควรจะมีคนที่สามารถ กำหนดทิศทางหรืออธิบายได้เป็นเอกภาพ มันต้องการการอธิบายซ้ำๆ ง่ายๆ เชื่อมโยงชีวิต เพราะหน่วยงานอย่างกรมทรัพย์สินคือกลุ่มคนที่ควบคุม จัดระเบียบ มันมา อธิบายเรื่องความคิดสร้างสรรค์ เรื่องวิถีการดำเนินชีวิต ผมว่ามันก็ลำบาก

TCDC เองตระหนักเรื่องนี้ใน 2 ปีแรก เราจะพูดถึงตัวเราเองเป็นหลัก พอเข้ามาปีที่ 3 ก็มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารประเทศ เราก็เลยมาทบทวนว่าเราควรจะปรับเปลี่ยนอะไรบ้าง เราก็ได้มาคิดว่าเราพูดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากขึ้นไหม สนับสนุนให้มันเป็น เครื่องมือสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ เราก็เริ่มศึกษาอย่างจริงจัง ในขณะที่เราใช้การ ส่งคนไปต่างประเทศไปเรียนรู้ ไปฝึกอบรม สัมมนา เชิญคนมาจากที่ต่างๆ เข้ามาจนในที่สุดเราก็ไปคุยกับสภาพพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติซึ่งเป็นกุญแจสำคัญหลักของ การกำหนดทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจชาติและก็เศรษฐกิจสร้างสรรค์รวมอยู่ด้วย เราก็ เริ่มปักหลักรายงานการศึกษาต่างๆ มันก็มีตัวเลขที่มีนัยยะว่าความเข้าใจต่อเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้มันมีความหมายก็เกิดรายงานที่ศึกษาร่วมกันแล้วก็เหมือนเราก็ได้ สภาพพัฒนฯ เข้ามาเชื่อมโยงเราก็กับรัฐบาล

ดังนั้นเมื่อพูดถึงคำว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในลักษณะนโยบายมันก็ไปได้เร็ว กระจายไปได้ สภาพพัฒนาก็เสนอรัฐบาล รัฐบาลก็ขานรับ เริ่มต้นก็สมัยคุณสมัครเป็น นายก คุณสมชายสั้นมาก จนช่วงคุณอภิสิทธิ์เข้ามารับตำแหน่งได้มีการกำหนดให้ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นวาระแห่งชาติ เป็นนโยบายชัดเจน มันก็เลยทำให้การ แพร่กระจายของคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้มันไปทั่ว มันก็ส่งผลให้กระทรวงต่างๆ ก็รับไป มีการตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนจะปฏิบัติได้ไม่ได้ก็อีกเรื่องหนึ่ง แต่มัน กระจายไป หลายคนรู้แต่ความหมาย ตรงกันไม่ตรงกันนี่อีกเรื่องหนึ่ง ซึ่งอันนี้เป็นอีก อุปสรรคหนึ่ง

ขณะที่เมื่อกล่าวถึงเรื่องสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับความสำคัญและ สัมพันธ์กับ Museum Siam คุณรณฤทธิ์ได้สะท้อนบทบาทของหน่วยงานกับการทำหน้าที่ เผยแพร่หรือสื่อสารนโยบายนี้ในฐานะที่เป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD ไว้ว่า

เรื่องการสร้างรายได้หรือต่อยอดนี้ ผมว่า Museum Siam ทำเองไม่ได้ พูดย่างๆ เราคือคนต้นน้ำ เราเห็นว่า TCDC ไรต่อยอด เราเป็นองค์กรภายใต้ OKMD ด้วยกัน แต่ เราก็พบอีกว่าทุกวันนี้ TCDC เค้าก็ทำงานผ่านนิทรรศการด้วย แล้วทำไมไม่ทำร่วมกัน ต่างคนก็ต่างเติบโตไปทั้งๆ ที่เรื่องมันควรหรือมันจะต้องเชื่อมโยงกัน เรามีต้นน้ำให้ เรา อยากให้ดึงข้อมูลภูมิปัญญาไทยของเราไปใช้ให้มากกว่านี้ อยากให้มาเชื่อมกับงานเรา มากขึ้นอีก ให้ขึ้นไปทั้งสังคม ไม่ใช่เรื่องของรสนิยมหรือเรื่องความสนใจเฉพาะบุคคล เช่น เรายังไม่เคยมองกันเองเรื่องเครือข่ายอื่นที่ไม่เฉพาะพิพิธภัณฑ์ เช่น สถาบันการศึกษา หรือ ชุมชน อย่างชาวบ้านต่างๆ ที่จริงเค้านี้แหละใกล้ขีดภูมิปัญญาต่างๆ มาก หรือกรม ศิลปากรเอง บางทีเราก็มาร่วมกันเองต่างมองกันเป็นคู่แข่ง ตอนนี้นี้เราควรจับมือคนให้ มากกว่านี้

ด้าน มล.อรอาไพ ในฐานะผู้จัดการพิพิธภัณฑ์ ซึ่งเป็นผู้รับนโยบายและประสานงานการ ทำงานของทุกฝ่ายในหน่วยงานทั้งด้านบุคลากรด้านเนื้อหาและด้านกายภาพ ก็ได้กล่าวถึงข้อ แตกต่างและข้อจำกัดเฉพาะของหน่วยงานซึ่งอาจส่งผลต่อการสื่อสารหรือสร้างเสริมให้แนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์เด่นชัดขึ้นไว้ว่า

เรามีทีมงานหลายฝ่าย ต้องมีการประชุมร่วมกัน ในลักษณะวางแผนล่วงหน้า ประมาณ 1 ปี เช่นนิทรรศการชั่วคราว จะทำปีละ 3 ครั้งจะทำเรื่องอะไรบ้างก็มานั่งดูนั่งคิด พิจารณาแล้วก็ตกลงกัน ในการวางแผน การออกแบบแนวคิดของเราก็จะเป็นที่ทีมงานภายในซึ่งเราจะใช้วิธีคุยกับทีมที่ปรึกษาซึ่งมาจากหลายด้าน เช่น คุณจิระนันท์ พิตรปรีชา เป็นที่ปรึกษาเราด้านงานประชาสัมพันธ์ คุณรณฤทธิ์ ธนโกเศศ ซึ่งเป็นนักอนุรักษ์ก็จะดูเรื่องประเด็นเรื่องเนื้อหาให้เรา เราตั้ง Theme งานจากที่ประชุมซึ่งต้องมาพร้อมกันหมดทุกฝ่ายเลย เพราะเราต้องพยายามให้มันสอดคล้องกันไป เราต้องทำเป็นรายปีเพราะเราใช้วิธีต้องเขียนโครงการเพื่อเสนอขอของบประมาณ ดังนั้นต้องเขียนโครงการออกมาให้ได้ถึงจะได้เงินมาทำ อย่างตอนนี้เราเริ่มมาตั้งแต่ปีที่แล้วว่า ในหนึ่งปีเราอยากให้มี event ใหญ่ของปี อย่างปีที่แล้วเราลองทำ Night at the museum เป็นครั้งแรกโดยอยากทำให้เป็นสีสันก็เลือก theme หิมพานต์ แต่ปีนี้เรามีประเด็นน่าสนใจคือครบรอบ 500 ปี ความสัมพันธ์ไทย-โปรตุเกส เราก็จะหยิบเรื่องนี้มาทำ เรื่องพวกนี้เราต้องคิดเพื่อให้มันสอดคล้องกับการที่เราต้องตอบโจทย์การเข้ามาใช้ซ้ำหรือเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ คือมาแล้วต้องมาอีก ที่นี้พอเราต้องมาพูดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เราก็ต้องคิดต่อกันแล้วว่าจะทำอย่างไร ตอนนี้ที่ทำได้ทันทีและทำแล้วก็คือโครงการจัดประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับแรงบันดาลใจจากการมาชมนิทรรศการของเรา เราก็คงเข้าไปมีส่วนร่วมได้ในตรงนี้

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยพบว่า Museum Siam เห็นว่าการสื่อสารหรือการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อันเป็นนโยบายที่ได้รับมอบหมายมาจากหน่วยงานแม่เป็นภารกิจที่ค่อนข้างท้าทายและยังอยู่ระหว่างการหาจุดเชื่อมโยงกับลักษณะการดำเนินการของหน่วยงาน

ข้อคำถามที่ 3 แก่นคิดหลักเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวนโยบายของหน่วยงานที่สื่อสารออกไปเป็นอย่างไร

บทบาทหน้าที่หลักของ OKMD ในด้านการเป็น “ผู้ให้ความรู้” เกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แก่สังคมเป็นบทบาทที่ต้องอาศัยการรวบรวม สร้างและพัฒนาเนื้อหา กำหนดวิธีการ

เรียนรู้ กระจายช่องทางเข้าถึงความรู้ผ่านหน่วยงานย่อยของตน กำหนดเป็นแผนการปฏิบัติงาน ภายใต้โครงการต่างๆ แต่ล้วนมีเป้าหมายให้เกิดแรงกระเพื่อมทางความรู้ ความคิดของผู้คนในสังคมด้วยวิสัยทัศน์ที่เชื่อว่า “ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างมูลค่าและคุณค่าได้ต้องอาศัยความรู้เป็นฐาน” คุณอารยะสรุปประเด็นแก่นหลักของ OKMD ที่ใช้สื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า

เราเป็นหน่วยงานที่ต้องบริหารจัดการองค์ความรู้ ดังนั้นความรู้เรื่อง creative economy ซึ่งถือเป็นองค์ความรู้ที่สำคัญ เป็นเรื่องใหม่ ก็จะเป็นเรื่องที่มีบทบาทความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เราก็ต้องทำหน้าที่ของเราอย่างเต็มที่ในเรื่องนี้ เราจึงมองว่า การจะทำให้คนเข้าใจเรื่องนี้มันต้องเกิดบนพื้นฐานเรื่องความรู้ “ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์” จะเป็นเครื่องมือใหม่สำหรับการพัฒนา นี่คือบทบาทของเรา OKMD เองนอกจากจะทำเรื่องการสร้างความรู้ความเข้าใจแล้ว ผมมองว่าเราทำหน้าที่จุดประกาย สร้างแรงบันดาลใจ ให้ผู้คนเห็นความสำคัญของ creative economy ในฐานะองค์กรแม่ เพื่อรองรับนโยบายระดับประเทศ

ขณะที่ TK Park ก็มีบทบาทชัดเจนในการทำหน้าที่เป็นหน่วยงานส่งเสริมการเรียนรู้โดยมีแก่นคิดหลักเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแนวนโยบายของที่ได้รับจาก OKMD โดยเน้นจุดเด่นของหน่วยงานตนเองเป็นกลไกในการสื่อสาร

แก่นหลักของเราเราบอกว่า หนังสือ คนตรี กิจกรรม และมัลติมีเดียบวกกันคือจินตนาการไม่รู้จบ นี่คือ Tools ส่วนกระบวนการ Run คือความคิดสร้างสรรค์ ถ้ามองว่าเราไปถึงการทำมาหากินหรือมิติทางเศรษฐกิจอย่างเป็นรูปธรรมใหม่ ยังหรรหาคะ แต่เรามองว่าเราคือฐาน เราคือฐานทุนที่สร้างได้ จากจุดตั้งต้นของแต่ละคน เราเป็นห้องสมุดประชาชนนะคะ มันจะมีลักษณะทั่วไปที่มันไม่เหมือนห้องสมุดมหาวิทยาลัยหรือห้องสมุดอื่นๆ เพราะฉะนั้นสื่อสาระการเรียนรู้ของเราก็จะเป็นความรู้ทั่วไปมาก แต่ที่ต่างก็คือหนังสือเราใหม่และเปลี่ยนหรือเอามาเพิ่มได้ตลอดเวลา เพราะเราจะมีเวลาค่อยๆ ในการจัดซื้อ หนังสือเราจะซื้อทุกเดือน อีกส่วนหนึ่งคือเราเปิดโอกาสให้คนที่เข้ามาใช้บริการได้เลือกหนังสือ สามารถเขียนบอกเราได้ว่าต้องการเล่มไหนอย่างไร ถ้าไม่เข้ากับเราเราจะ

สั่งซื้อได้ทันทีและก็มีกำลังให้ทราบด้วยว่าหนังสือที่ต้องการมาแล้ว ทั้งนี้ก็อยู่ในการพิจารณาถึงประโยชน์ที่จะได้จากหนังสือด้วย

เราเชื่อว่ากระบวนการใส่ใจมันจะเปลี่ยนรูปแบบของห้องสมุดเดิมๆ ได้ แต่เนื่องจากเราเป็นมากกว่าห้องสมุด เราจึงไม่สามารถจำกัดตัวเองเฉพาะงานห้องสมุด เรายังมองว่าสิ่งที่จะทำให้ศูนย์การเรียนรู้มีชีวิตก็คือ “กิจกรรม” เราวางแนวทางของการดำเนินกิจกรรมทุกอย่างของเราไว้ 4 แนวทาง คือ 1. การส่งเสริมการอ่านการเรียนรู้ ซึ่งเราส่งเสริมการเรียนรู้ทุกช่วงวัย คือตลอดชีวิตตั้งแต่ปฐมวัยจนเกษียณ 2. กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเรามองทั้งของไทยและเทศ ถ้ามันจะเป็นต้นแบบ เป็นตัวอย่างได้เราก็จะนำเสนอให้น้อยกว่าค่าได้ดูได้เห็น เมื่อได้ดูได้เห็นค่าก็จะคิดเป็นแล้วเราก็หวังว่าวันหนึ่งเค้าอาจจะอยากทำเองหรือทำเองได้ เหมือนเป็นแรงบันดาลใจ ส่วนที่ 3. คือกิจกรรมส่งเสริมทักษะชีวิต คือที่มุ่งเน้นเรื่องการฝึกการดู การคิด การทำและถ่ายทอดได้ ส่วนที่ 4. ก็จะเสริมทักษะทางด้าน ICT เข้าไปเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

จากการดำเนินงานในฐานะหน่วยงานที่ส่งเสริมสนับสนุนด้านการออกแบบ ผู้วิจัยพบว่า TCDC ตั้งข้อสังเกตการทำงานของตนภายใต้เงื่อนไขที่บริบทของสังคมไทยซึ่งส่วนหนึ่งมีทัศนคติหรือมุมมองเรื่องการออกแบบว่าไม่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการรับรู้การทำความเข้าใจหรือกระทั่งการตระหนักถึงคุณค่าหรือคุณประโยชน์ของการออกแบบที่ไม่ถูกต้อง อาจมีอิทธิพลต่อการทำความเข้าใจหรือตระหนักถึงเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย ในตอนหนึ่งของการสัมภาษณ์ คุณอภิสิทธิ์ ซึ่งได้มีโอกาสสัมผัสกับบุคคลและหน่วยงานหลายหน่วยที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แสดงความคิดเห็นไว้อย่างน่าสนใจว่า

ผมว่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จริงๆ มันอยู่บนพื้นฐานเดียวกันหมด ทุกกลุ่ม ทุกประเภทเงื่อนไขหลักมันไปด้วยกันได้ คือเราต้องบอกสังคมให้ได้ว่า การออกแบบคือเรื่องของการพัฒนาวิถีคิดที่จะสามารถนำไปใช้ได้กับทุกคนทุกเงื่อนไข แล้วเมื่อเราพยายามชี้ให้เรื่องการออกแบบซึ่งเป็นวิถีคิดโยงไปกับเรื่องเศรษฐกิจให้ได้ เพราะผมว่าเวลาที่เราอธิบายเรื่องการออกแบบแล้วไม่มีมิติทางเศรษฐกิจ คนก็จะตั้งคำถามว่า มันจำเป็นหรือ

เปล่า แต่ถ้าเราอธิบายได้ในแง่ของเศรษฐกิจด้วย คนก็จะเข้าใจได้ ผู้ประกอบการจะรับเอาไปได้แล้วก็จะเห็นได้ว่ามันเป็นเครื่องมือเครื่องมือหนึ่งของการพัฒนาโดยเฉพาะเศรษฐกิจ ที่นี้พอเราเขยิบต่อไปถึงเรื่องลักษณะพื้นฐานต่างๆ ที่เรามีเรื่องภาษา วัฒนธรรม ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ความหลากหลายต่างๆ ตรงนี้มันก็เข้าไปสอดรับกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้หมด

ส่วน Museum Siam มีวิธีการวิธีการกำหนดเนื้อหาสาระที่มีเอกลักษณ์เฉพาะเมื่อเทียบกับหน่วยงานอื่นเรื่องหนึ่งที่ต้องกล่าวถึงคือการกำหนดเนื้อหาและการกำหนดรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาของพิพิธภัณฑ์ ผู้วิจัยพบว่าการกำหนดให้เรื่องความเป็นไทยเป็นแก่นหลักนั้นกว้างขวางมาก หมายรวมถึงพื้นที่และผู้คนที่รวมกันเป็นภูมิภาคที่เรียกว่า “สุวรรณภูมิ” ซึ่งเป็นประเด็นที่ Museum Siam เชื่อว่าจะเป็นเครื่องมือสำคัญของการเรียนรู้ “ภูมิปัญญาไทย” ในฐานะที่เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตในทุกๆ ด้าน ผ่านการมองเห็นที่มาและผลงานทางความแตกต่างกว่าจะมาเป็นความเป็นไทยเช่นปัจจุบัน

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าความพยายามของ Museum Siam ในการสร้างความตระหนักและเข้าใจมิติของความสัมพันธ์ระหว่าง “คน” กับ “พื้นที่” นั้นเป็นการแสดงถึง “กระบวนการสร้างและรักษาองค์ความรู้” ที่คนในพื้นที่นั้นต้องเรียนรู้และถ่ายทอดอย่างต่อเนื่อง เพื่อจะพัฒนาไปสู่ “ภูมิปัญญา” ของแต่ละชนชาติได้ ทั้งนี้การนำเสนอเรื่อง “คนไทย” และ “ภูมิศาสตร์ไทย” ของ Museum Siam จึงเน้นไปที่การชี้ให้เห็นความหลากหลายและการหลอมรวมความหลากหลายของเชื้อชาติ ศาสนา อาณาเขตต่างๆ ว่าต่างมีอิทธิพลต่อความเป็นไทยทั้งสิ้น ดังที่คุณธรรณฤทธิ์ได้อธิบายว่า

ความรู้แบบไทยของเราต้องเน้นว่าไทยของเราคือหลากหลาย จุดเน้นของที่นี่คือ “ภูมิภาคสุวรรณภูมิ” นี่เป็นส่วนสำคัญในการสลายพรมแดนอย่างแท้จริง เราทำได้ไหมเรื่องที่ว่าความเป็นไทยไม่ใช่ไทยเดี่ยวๆ วัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาไทยนั้นมันคือภูมิภาคนี้ทั้งหมด มันคือลาว เขมร พม่า อินโด หมดนี่ละ เช่นตอนนี้เรากำลังจะรวมอาเซียน แต่เรามีประวัติศาสตร์พระนเรศวรที่หลากหลายพอไหม เรายังเกลียดพม่าอยู่หรือเปล่า เรายังมองจากมุมเราว่าเราคืออยู่คนเดียวอยู่ไหม เรายังพยายามทำแม้ว่าจะมีการตั้งคำถามเรา

ก็ต้องพยายามหาคำอธิบาย อย่างในห้องประเทศไทยเราบอกว่าเราไม่พูดถึงสุขุขทัย เราบอกว่าอาณาจักรสุโขทัยก็คืออาณาจักรสุโขทัย อาณาจักรอยุธยาก็คืออาณาจักรอยุธยา ไม่ใช่ราชธานีของประเทศไทย ประเทศไทยเกิดเมื่อไหร่ เมื่อสมัยรัตนโกสินทร์นี่เอง เพราะฉะนั้นอยุธยาคือรัฐ ประเทศไทยเราไม่เคยรบพม่า สุโขทัยไม่ใช่ราชธานีของไทย อย่างนี้เราพูด เราต้องพยายามพูด พูดแล้วมีเรื่อง มีปัญหาเราก็พยายามพูด เราอยากให้คนไปค้นต่อ ตั้งคำถามกันไปอีก นั่นถึงจะเรียกว่าเกิดการเรียนรู้

การพยายามกำหนดให้ ความเป็นคนไทยและภูมิปัญญาไทย ซึ่งเป็นเนื้อหาหลักการสื่อสารของตนเองในฐานะที่เป็นพิพิธภัณฑ์ มาเป็นส่วนหนึ่งของการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam นั้นส่งผลให้แก่นเรื่องมีลักษณะกว้างขวางและครอบคลุมเนื้อหาในหลายมิติ ทั้งสังคม การเมือง เศรษฐกิจและวัฒนธรรมดังนั้นจึงอาจถือได้ว่า แก่นคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam อยู่บนแก่นเดียวกับบทบาทหน้าที่หลักของตนเอง

ข้อคำถามที่ 4 ลักษณะสารที่ปรากฏตามสื่อแต่ละประเภทของแต่ละหน่วยงาน เป็นอย่างไร

คุณอารยะสรุปถึงลักษณะสารที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ ที่ OKMD ใช้ไว้ว่า เป็นการสื่อสารผ่านหน่วยงานลูกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวตามแต่ละหน่วยงาน สารที่สื่อออกไปจึงผ่านไปในรูปของโครงการหรือกิจกรรมการสื่อสารต่างๆ ของหน่วยงานย่อยอีกทอดหนึ่ง

เราใช้วิธีการเชื่อมโยงหรืออธิบายแนวคิดหรือขยายความรู้เรื่องนี้ด้วยตัวโครงการตัวและแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับ *creative economy* ต่างๆ นี้ผ่านหน่วยงานย่อยของเรา เช่น TCDC นี้จะทำหน้าที่หลักเลยโดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์และการออกแบบ อันนี้มีบทบาทมาก ส่วนในแง่ของ TK Park บทบาทหลักคือการเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชนเป็นหลัก งานที่สำคัญคือการสร้างวิถีคิด การปลูกฝังการคิดแบบสร้างสรรค์ การใช้ *Brain Based* เป็นต้น ในช่วงหลังนี้ก็จะมามีกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับการเข้าสู่ความถนัดเพื่อจะพัฒนาเป็นอาชีพต่างๆ ให้ได้ทดลองทำด้วยนะครับ ก็ถือเป็นการเตรียมความพร้อมได้ หรืออย่าง

Museum Siam แน่นอนที่สุดมันเป็นแหล่งเรียนรู้แนวใหม่เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต ให้ความรู้ให้มุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับความเป็นชาติไทย แต่ที่สำคัญในแง่ของความเชื่อมโยงกับ creative economy นี่คือน่าสำคัญตรงที่ วัฒนธรรมมันคือวิถีชีวิตนะครับแล้ววิถีชีวิตมันดำเนินไปได้ด้วยแต่ขณะเดียวกันมันมีทั้งคุณค่าและมูลค่า โดยเฉพาะประเด็นทรัพย์สินทางวัฒนธรรมเป็นต้น

ขณะที่ TK Park มีกระบวนการในการสร้างเนื้อหาที่เป็นระบบมีเอกลักษณ์เพราะสามารถผลิตเนื้อหาต้นฉบับต่างๆ ได้เองเนื่องจากเป็นหน่วยงานที่เน้นการสร้างเสริมการเรียนรู้ด้วยการอ่าน ซึ่งการอ่านในที่นี้ไม่เพียงแค่อ่านหนังสือแต่เป็นการอ่านผ่านสื่อต่างๆ ทั้งในรูปแบบของกิจกรรม มัลติมีเดีย ฯลฯ

ผมมองว่างานฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้เป็นงานส่วนสนับสนุน งานที่เราต้องทำคืองานวิจัย งานบริการวิชาการ และงานด้านการผลิตสร้างสรรค์สื่อการเรียนรู้ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเราเชื่อว่าจะเป็นสื่อที่ช่วยเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

เราดำเนินกิจกรรมหลายรูปแบบ ทั้งที่เราทำเอง หรือจะเป็นกิจกรรมที่ใหญ่หรือระยะเวลาดำเนินงานยาวขึ้นก็จะร่วมกับคนอื่นทั้งในลักษณะที่เชิญหรือขอความร่วมมือ แต่โดยหลักและแนวคิดเราจะเป็นคนกำหนดเอง แล้วก็ใช้วิธีหาคนทำงานซึ่งเราใช้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนโดยดูว่างานจะเหมาะกับทีมไหนอย่างไร กับอีกส่วนคือเรามีภาคีของเรา อันนี้เราจะไม่จ้างเป็นการร่วมกันทำ ที่นี้เราอยู่ตรงไหนใน Creative Economy คือเรามองว่าเรื่อง Creative Economy นี้คือปลายทางแล้วละ เราเองเรามองว่าอยู่ต้นทางคือเราส่งเสริมให้คนคิดเป็น แล้วจะทำได้จะสร้างสรรค์ได้เค้าต้องคิดเป็น ในกิจกรรมต่างๆเราจะใช้กลวิธีที่เน้นความสนุกสนาน อันนี้คือโจทย์สำหรับที่นี้เรามีกิจกรรม 600 กว่ากิจกรรมต่อปี ตั้งแต่กลุ่มปฐมวัย 0 - 6 ขวบซึ่งถือเป็นช่วงอายุที่สำคัญมากในการส่งเสริมการเรียนรู้ หรือกลุ่มอายุ 9 - 12 ปี เราจะเน้นเรื่องการให้ความรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต การรู้จักตนเองทั้งร่างกายและจิตใจ เราหาวิธีทั้งที่เป็น Academic และ Non Academic เราก็จะเสริมเรื่องการพัฒนาตนเองผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยเน้นให้เกิดการ

เรียนรู้แบบไม่รู้ตัว เรียนรู้จากการเล่นไม่ใช่การสอน ช่วงวัยรุ่น วัยรุ่นสนใจอะไร เน้นการหาความถนัด หาความเชี่ยวชาญนำเสนอทางเลือกให้เค้า เราอยู่ในการเรียนรู้แบบนอกระบบ

จะยกตัวอย่าง เช่น เราได้ดำเนินโครงการ “แจ๊สเกิด” ซึ่งเราเน้นรับเยาวชนระหว่าง 15 - 25 ปี คือ ม. 4-first jobber อย่างโครงการที่ประสบความสำเร็จคือโครงการสร้างนักเขียน แล้วมาถึงวันนี้เราก็ได้มีผลงาน I-Book คือเค้ามาอบรมการเป็นนักเขียนกับเรา นานนะคะหลายเดือน แล้วก็ประกวดเพื่อให้เห็นว่าคนที่เอาจริงเค้าควรได้ผลิตผลงาน ซึ่งตอนนี้เค้าทำ Read Me ให้เราอยู่เป็นต้น หรืออย่างด้านดนตรีเรามีโครงการ “คนดนตรี” คือไม่ต้องเป็นนักดนตรีอาชีพ แต่มาฝึกฝนมาแสดงออกกันที่นี่ เราจะได้ความสด ความใหม่ เพราะเราจะไม่ได้สอนเป็นเพลงๆ ให้เค้าแต่เราสอนวิธีเล่นแล้วเค้าผลิตเพลงใหม่ ซึ่งตอนนี้เราก็มี TK Band ซึ่งเค้าก็จะดำเนินกิจกรรมไปกันอย่างต่อเนื่อง เค้าก็อยากทำ Voice Me บ้าง เป็นดนตรีออนไลน์ทำนองนี้ ซึ่งมันเป็นโครงการที่เด็กๆ เค้าคิดเองแล้วเราก็มาช่วยสนับสนุนกระตุ้นเค้าให้ทำให้มันเกิด

อีกโครงการหนึ่งคือโครงการ “ซัดเงา” เอาผลงานศิลปะนิพนธ์หรืออะไรที่เค้าทำสำหรับการจะเรียนจบ ซึ่งโดยมากก็จะจบแค่ในมหาวิทยาลัยแต่เราเสียดายเราอยากให้เค้าได้มีโอกาสเรียนรู้ เราก็เชิญผู้ประกอบการ วิทยากรมาช่วยอบรมให้ข้อเสนอแนะพัฒนางานต่อ จากงานเค้าแล้วก็จัดประกวดให้มีกำลังใจ มีชื่อขึ้นมา เราก็จะเพิ่มให้เค้าได้เรื่องการบริหารจัดการความคิด การต่อยอด รวมทั้งการทำงานเป็นทีม เราอยากให้พอสุดท้ายโครงการต่างๆ ทุกอันมาสูมหัวกัน มานั่งคุยกันว่าจะทำอะไรต่อได้อีกหรือจะไปขยายผลอะไรกับใคร คือเราอยากให้เค้าเข้าใจว่าเมื่อลงมือทำงานสร้างสรรค์ มันไม่ใช่งาน mass ใช้นิยม มันเป็นงานที่เกิดจากความคิดเฉพาะ แต่อยากให้เค้าได้เห็นมิติที่ว่ามันต้องเกิดจากการความสุขด้วย คือพอเราเกิดความสุขเกิดความรักเราจะทุ่มสุดตัวนะเราอยากมุ่งมั่นทำตรงนี้ ซึ่งนี่คือ Role ของเราในกระบวนการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ค่ะ

แนวทางดำเนินกิจกรรมดังกล่าวเป็นแกนหลักในการทำงานของ TK Park ซึ่งผู้วิจัยมองว่ากิจกรรมดังกล่าวคือสื่อหนึ่งที่ TK Park เลือกใช้สำหรับสื่อสารแนวคิดเรื่อง “การเรียนรู้ตลอดชีวิต”

ทั้งนี้ในระดับของบริหารจัดการ ความหลากหลายของกิจกรรมต่างๆ ทำขึ้นเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ใช้บริการทุกวัยตามความคาดหวังของหน่วยงาน

ข้อสังเกตที่น่าสนใจดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นเกี่ยวกับมุมมองบทบาทหน้าที่ของตนเองของ TK Park ที่ไม่เห็นว่ามีมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกี่ยวข้องกับพันธกิจของตนเองอย่างชัดเจนนั้น เป็นที่น่าเสียดาย เพราะอันที่จริงแล้วการให้ข้อมูลของคุณทัศนัยสะท้อนว่า โครงสร้างการจัดการแหล่งเรียนรู้ลักษณะห้องสมุดมีชีวิตนั้นเป็นแนวคิดที่เน้นเรื่องความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเกิดขึ้นระหว่างกระบวนการเรียนรู้ของผู้ให้และผู้ให้บริการเป็นหลัก การให้บริการของห้องสมุดมีชีวิตต้องอาศัยความหลากหลายของสื่อที่ให้ความรู้ ที่ไม่จำกัดเฉพาะหนังสือ ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการมีปฏิสัมพันธ์กัน ผู้ใช้บริการเป็นผู้เสนอความต้องการของตนเองได้ มีการอาศัยเทคโนโลยีในการบริการซึ่งเหล่านี้ล้วนเป็นองค์ประกอบภายใต้การบริการแบบมีความคิดสร้างสรรค์เป็นฐานทั้งสิ้น

ดังนั้นผู้วิจัยมองว่าหาก TK Park สามารถนิยามตนเองให้เป็นหน่วยงานภาคบริการของรัฐที่ใช้กระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิตโดยมีห้องสมุดมีชีวิตเป็นเครื่องมือแล้วเห็นมิติของการบริหารจัดการให้หน่วยงานของตนเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ การแข่งขันหรือการขยายตัวเกี่ยวกับแนวคิดการให้บริการห้องสมุดแก่ประชาชนย่อมต้องสร้างสรรค์และเติบโตขึ้นได้อย่างมากซึ่งจะส่งผลในเชิงการเสริมสร้างให้สังคมไทยเข้าสู่การเชื่อมโยงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้ากับวิถีชีวิตประจำวันได้สมบูรณ์มากขึ้น

ขณะที่ TCDC นั้นมีวิธีการในการกำหนดแก่นคิดและทิศทางในการสื่อเนื้อหาสาระเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นระบบและสามารถเชื่อมโยงสื่อที่เลือกใช้กันได้อย่างกลมกลืนภายใต้การดึงจุดเด่นของภารกิจหน่วยงานตนเองนั้นคือการออกแบบมาเป็นแกนได้อย่างครอบคลุม

เราใช้วิธีเสนอประเด็นในการทำงานว่า มาจาก 2 ทางนะครับ ทางหนึ่งคือตอบใจทย์ทั่วไปเลยว่าตอนนี้อุตสาหกรรมต้องการอะไร เช่น ตอนนี้เรื่องพัฒนาวัสดุ ตอนนี้เรื่องพัฒนาแพชั่น ตอนนี้ทำเรื่องที่เป็นการนำเสนอแรงบันดาลใจ ส่วนอีกทางหนึ่งคือเราไปคิดกันมาไปแสวงหามาว่าอยากเล่าอะไรอยากบอกอะไร สนุกเรื่องอะไร ลองปั้นกันมาแล้ว

มาประกบกับความต้องการของอุตสาหกรรมอยู่ดี คือมันต้องเห็นว่าแล้วทำได้จริงยังไ
เช่น ยกตัวอย่างนิทรรศการ คือไม่ว่านิทรรศการไหนที่ทำมันก็จะเหมือนกับการหยิบ
สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เรื่องใกล้ตัว โอกาส ความเป็นไปได้ที่คนอาจหลงลืมหรือมองข้าม
ไป เอามาผ่านกระบวนการออกแบบ กระบวนการสร้างสรรค์เพื่อให้มันได้เงิน ได้รายได้
หรือที่ได้อยู่แล้วต้องได้เพิ่มไปอีก มันมีแกนของการทำงานของเราลักษณะนี้ แล้วมันก็
น่าจะเป็นหลักที่สอดคล้องกับ *creative economy* เราจะทำอยู่เท่านี้ คือมันต้องชัดเจน
ครับแล้วเราโชคดีที่เราเองมันชัดเจนนี้ได้ว่าความสัมพันธ์ของความคิด การออกแบบแล้ว
งต่อไป แล้วมันต้องต่อยอดเพื่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่าไปพร้อมๆ กัน คือถ้าเราหาเจอว่าเรา
มีสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมที่มันหยิบจับด้วยความคิดสร้างสรรค์และการต่อยอดมันจะเกิด
รายได้ อย่างนิทรรศการของเรามันจะเหมือนตัว *kick off* นะครับ พอเสร็จ แต่ละส่วนงาน
ก็จะร่วมกันมากำหนด *Direction* ให้มันไปทางเดียวกันเพราะฉะนั้นมันก็จะเหมือน
ระบบโดยปริยาย ว่าจากการเริ่มเรื่องนี้ แต่ละฝ่ายจะไปทำอะไรได้ต่อ

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า จากข้อคำถามที่เน้นถึงลักษณะเนื้อหาของสาร ขณะที่ TCDC มี
ความชัดเจนและเป็นระบบในการกำหนดวิธีการสร้างสารลักษณะสารที่ปรากฏจึงสอดคล้อง
ต่อเนื่องกันไปในทุกสื่อ ส่วนการทำงานของ Museum Siam ซึ่งมีสื่อหลักคือนิทรรศการที่มุ่งหวังให้
เกิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงของผู้มาใช้บริการจึงยังต้องการการปรับเปลี่ยนและเรียนรู้ที่จะ
พัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง

เราเน้นการให้การศึกษาภูมิเก่าแล้วกระตุ้นให้คนมาคิดต่อว่ามันจะมีคุณค่า
อะไรได้ในปัจจุบัน กระบวนการนี้สำคัญมากเพราะฉะนั้นเราก็ต้องแสวงหาวิธีที่
หลากหลาย ตอนนี่เราก็พยายามสรุปว่า ถ้าจะต่อยอดมันทำได้ 2 ระดับคือ ระดับที่ 1 ต่
ยอดแบบง่าย คือภูมิปัญญาไหนเป็นภูมิปัญญานั้น ผ้าเป็นผ้า เครื่องทอที่นั่นมาทอที่นี่
ตรงๆ อันนี้แบบแรก ระดับที่ 2 คือต่อยอดแบบถอดรหัสหรือตีความ อันนี้เราขาดมาก ซึ่ง
ที่จริงเราทำได้อีกเยอะ เราเป็นสังคมที่มองภูมิปัญญาได้หยุดนิ่งมาก ยังไม่คิดต่อ
โดยเฉพาะกับโลกที่เทคโนโลยีมันเข้าถึงง่ายขนาดนี้ ยกตัวอย่างที่ญี่ปุ่นเค้าแปลความเรื่อง
กล่องข้าวหรือเบนโตะของเค้า มาคิดต่อเป็นเรื่อง *mobile* มาเป็นการผลิต *Walkman* คือ
การเคลื่อนย้ายไปไหนก็ได้ของสิ่งต่างๆ เหมือนที่เค้าพกกล่องข้าวไปไหนมาไหน ซึ่งขั้นนี้

คือสุดยอดเลย ต่อยอดแบบถอดรหัสเห็น function แล้วไม่ใช่เฉพาะรูปแบบ ทำยังไงดีเรา
อยากให้คนไทยต่อยอดถึงขั้นนี้

ข้อคำถามที่ 5 สื่อที่ใช้และการให้นำนักสารในแต่ละสื่อเน้นที่ประเด็นใดเพื่อ ส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เนื้อหาสาระเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ปรากฏอยู่ตามหน่วยงานย่อย
เหล่านั้นแต่มีลักษณะเฉพาะที่ต่างกัน โดยเน้นที่กลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ระดับ เด็กและเยาวชน นิสิต
นักศึกษาหรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และกลุ่มช่างฝีมือศิลปินนักออกแบบต่างๆ ที่มีความเชื่อมโยง
กับการสร้างสรรค์ผลงานหรือผลิตภัณฑ์ที่สร้างมูลค่าจากความคิดเชิงศิลปวัฒนธรรมหรือ
นวัตกรรม แหล่งเรียนรู้หรือศูนย์การเรียนรู้รูปแบบต่างๆ ที่ถูกสร้างขึ้นจึงต้องทำงานให้สอดคล้องกับ
เป้าหมายดังกล่าว ทั้งนี้ลักษณะงานที่สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้กำหนดขึ้นเพื่อสื่อสาร
แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นเสมือนงานที่เข้าหากกลุ่มเป้าหมายอื่น สร้างผลกระทบอื่นที่
นอกเหนือจากการให้ความรู้ปกติ ก่อให้เกิดเครือข่ายหรือสร้างความเคลื่อนไหวในระดับสังคมที่
กว้างขวางออกไป

เรามีโครงการหลักๆ เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ 4 ด้านเพื่อสร้างความรู้
ความเข้าใจให้แก่บุคคลที่เรามองว่าเกี่ยวข้อง ด้านที่ 1 คือการอบรม creative economy
แก่ผู้บริหารระดับสูง ด้านที่ 2 คือโครงการรางวัลไทยสร้างสรรค์ รางวัลพระราชทาน อันนี้
ถือเป็นการนำเสนอตัวอย่างกรณีศึกษาการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์โดยผ่านการสังเคราะห์
ข้อมูลการบริหารธุรกิจสร้างสรรค์เหล่านี้ออกมาเพื่อเป็นต้นแบบ เป็นแนวทาง เป็นแรง
บันดาลใจให้กับผู้อื่นด้วย ด้านที่ 3 คือ Creative Mobile คือโครงการต่างๆ ที่เราจะ
กระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปสู่ภูมิภาค เพื่อไม่ให้เรื่องนี้ระดมกระจุกตัว
อยู่แต่ในนี้ ด้านที่ 4 คือโครงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ อันแรกคือเว็บไซต์ตอนนี้เราใช้
ชื่อ creativeokmd.com เราจะมี theme ในแต่ละเดือน โดยใช้ประเภทของ creative
economy เป็นเกณฑ์ ที่จริงผมมองว่างานเรื่อง creative economy ที่เรากำลังสื่อสารอยู่
นี้เพิ่งเริ่มต้นแล้วก็เป็นงานที่ยากพอสมควรโดยเฉพาะในแง่การสื่อสาร แต่เราก็คิดว่าด้าน

การเลือกสื่อสารนี้คงต้องเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มันเฉพาะเจาะจงหน่อยจะควบคุมงบประมาณได้ดีกว่า

ด้วยลักษณะการเป็นห้องสมุดของ TK Park คุณวิวัฒน์ชัย ชี้ให้เห็นความสำคัญกับกระบวนการระหว่างการอ่าน ความคิดวิจารณ์ ความคิดวิพากษ์และกระบวนการแลกเปลี่ยนความคิด ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เองที่ผู้วิจัยพบว่าเป็นเนื้อหาที่สังคมต้องสร้างเสริมขึ้นหากจะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้ คุณวิวัฒน์ชัยยังเชื่อมโยงบทบาทหน้าที่ของ TK Park ในฐานะผู้ให้บริการความรู้ไว้ว่าเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยระยะเวลาในการตกผลึกและรอคอยให้ผู้มาใช้บริการได้สั่งสมประสบการณ์จากการเรียนรู้ของตน จนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการเรียนรู้ทั้งระดับตนเองจนไปถึงสังคมวงกว้างได้

หนังสือดีของ TK คือหนังสือที่อ่านสนุกเนื้อหาตรงและเหมาะสมกับวัยของผู้อ่าน อันนี้สำคัญมาก สนุกตามวัยและเนื้อหาเหมาะสมตามวัย หนังสือต้องมีสาระให้คิดต่อได้ ดีความได้ตามศักยภาพของผู้อ่านในช่วงวัยนั้นๆ ซึ่งเราต้องอาศัยกิจกรรมที่กล่าวมานี้ละเพิ่มเข้าไปเพื่อให้เกิดการแสดงออกที่ต่อยอดจากการอ่าน ที่มันมันจะไปยังไงต่อ คือต้องพูดถึงการเรียนรู้ที่ไม่ติดอยู่กับการเรียนแบบจดจำเพียงอย่างเดียว ต้องสนับสนุนให้การเรียนรู้ของคนในสังคมปัจจุบันก้าวผ่านความจริงแบบอมตะชุดเดียวที่ไม่มีใครล้มล้างได้ คือการเรียนรู้ต้องกล้าตั้งคำถามเมื่อเราถาม เราจะแสวงหา พอเราแสวงหา กระบวนการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้มันก็จะตามมาแล้วที่นี้การอ่านมันอยู่ตรงนี้ ไม่ใช่อ่านหนังสือนะ แต่มันคือการอ่านความจริง อ่านความรู้ อ่านข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย ในช่วงแรกมันอาจจะมีการปะทะกันอยู่ระหว่างความจริงหลายๆ อันนะครับแต่ผมเชื่อว่าอีกสัก 10 ปี สังคมเราจะเป็นสังคมแห่งการคิดสร้างสรรค์ได้ เราจะเรียนรู้ที่จะเข้าใจความจริงที่หลากหลายสำหรับเราเองและคนรอบข้างได้ดีขึ้น เราต้องตั้งความหวังแบบนั้น

การอ่านเยอะขึ้นนั้นดีมาก อาจเป็นเป้าหมายในระดับหนึ่งที่แหล่งสร้างเสริมการเรียนรู้ต้องการแต่ไม่ได้รับประกันว่าการอ่านเยอะจะนำมาซึ่งความคิดหรือกระบวนการสร้างสรรค์ต่างๆ ดังนั้นเราต้องการเห็นกระบวนการที่หนังสือทำงานกับความคิดของคน ซึ่งเราอาจเรียกว่า “การตีความ” กระบวนการตีความคือเครื่องมือในการกระตุ้นความคิด

สร้างสรรค์ ซึ่งกว่าจะอ่านได้อะไรบ้างเป็นปัจจัย ผมมองว่า หนังสือเล่มที่คนอยากอ่านมันต้อง “สนุก” ก่อน เหมือนกับต้องสร้างความต้องการที่จะอ่านให้เกิดขึ้นให้ได้ก่อน การอ่านอย่างสร้างสรรค์ก็จะเป็นสิ่งที่ต้องมาคิดต่อว่าจะใช้กิจกรรมหรือรูปแบบหรือกลไกอะไรเข้าไปเสริม

เรื่องการอ่านไม่ใช่อ่านจบแล้วจบ กระบวนการอ่านที่จะนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์คือ อ่านแล้วยังไงต่อ อ่านจบแล้วตกผลึกความคิดอะไรได้บ้าง คิดเห็นรู้สึกอย่างไรกับสิ่งที่ได้อ่านมา ดังนั้นผมจึงอยากให้อีกกิจกรรมเช่นการวิจารณ์หรือการมี book club มีเพิ่มมากขึ้นซึ่งอันนี้เราก็มีทำอยู่แต่เป็นลักษณะผู้อ่านเค้ารวมกันเอง แต่ผมอยากให้ TK Park สนับสนุนกิจกรรมต่อยอดจากการอ่านในลักษณะนี้ให้มากขึ้นอีก เพราะเมื่อเราเกิดพื้นที่ของการวิจารณ์อย่างถูกต้องนะ ผมต้องเน้นว่าสังคมไทยต้องได้เกิดกระบวนการวิจารณ์ที่ได้จากการตกผลึกทางความคิดไม่ใช่ฟังเค้ามาแล้วมาวิจารณ์ คือการฟังมันเป็นการแสวงหาความรู้ชนิดหนึ่งก็จริง แต่การอ่านมันก่อให้เกิดการใคร่ครวญที่มากขึ้น ผมว่ามันจะเป็นกระบวนการที่สร้างสรรค์มาก

คุณอภิสิทธิ์ ในฐานะผู้อำนวยการฯ TCDC ก็ได้สรุปภาพรวมเกี่ยวกับการเน้นหนักให้เนื้อหาสารของ TCDC ไปที่การสร้างความตื่นตัวและตระหนักต่อคุณค่าของการออกแบบว่าจะ เป็นวิถีคิดที่สำคัญในการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งจะเป็นหนทางของการสร้างความมั่นคงทางชีวิตและความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจไปพร้อมกันได้

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ด้วยกระบวนการสื่อสารที่ต่อเนื่องและชัดเจนในบทบาทหน้าที่ของตนเอง รวมทั้งความเชี่ยวชาญและชำนาญในด้านการส่งเสริมการออกแบบทั้งด้านการให้ความรู้ การอำนวยความสะดวก การประสานความร่วมมือและการสร้างโอกาส ทำให้การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ไม่ได้ถูกมองเป็นเรื่องเฉพาะกิจของหน่วยงานหากแต่เป็นส่วนหนึ่งของเนื้อหาที่ต้องพัฒนาต่อเนื่องไปภายใต้อิทธิพลของนโยบายรัฐบาลและประชาคมโลก

ที่ผ่านมา ก็มีทั้งคนที่เข้าใจและไม่เข้าใจเรา อย่างบางคนก็จะมองว่าเราคงเป็นหน่วยงานแบบหรรษา ทำไมมาตั้งในห้าง แต่ผมก็พบว่าหลายที่ที่สถานใหญ่โตมโหฬารแต่ไม่มีคนไปเพราะห่างไกลเดินทางลำบาก ความรู้ของเราเป็นความรู้ที่เชื่อมกับเศรษฐกิจ เราต้องอยู่ในแหล่งสังคม แหล่งที่มันก่อให้เกิดการคิดต่อเกี่ยวกับการลงทุน คือผมคิดว่าเราคิดไม่ผิดที่มาอยู่ในห้าง เพราะเราทำมา 5 ปี คนที่เห็นงานเรา ใครได้ประโยชน์จากเรา บ้างมันก็ช่วยสะท้อนได้ ผมว่า messages ต่างๆ ที่เราส่งออกไป ซึ่งมันเป็นแบบไม่เป็นทางการ ไม่ว่าจะจากนิทรรศการ นิทรรศการ เว็บไซต์หรือการฝึกอบรม ในเนื้อหาผู้คนคงเชื่อเรามาก เชื่อเราทั้งๆ ที่เราไม่ใช่คนที่จะพูดเรื่องนี้โดยเฉพาะเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ ทั้งๆที่เราไม่ใช่คนที่ทำงานหลัก เราไม่ได้รับงบประมาณเพื่อทำเรื่องนี้โดยตรง แต่ผมคิดว่าด้วยวิธีการทำงานของเราทำให้คนฟังเรา เราพูดเรื่องนี้ด้วยการยกตัวอย่างเรื่องการออกแบบให้คนเข้าใจถึงวิถีคิด สิ่งที่สำคัญในเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือวิถีคิด สมบัติอยู่ตรงนี้

การออกแบบที่เรายกขึ้นมาในรูปของวัตถุต่างๆ ที่จับต้องได้ มันคือวิถีคิด เราอธิบายวิถีคิดด้วยตัวมันเองโดยไม่ต้องยกตัวอย่างไม่ได้ เราใช้การออกแบบสิ่งต่างๆ ทั้งหมดที่เราสรรหามาเล่าให้ฟังเพื่อให้คนเข้าใจเรื่องวิถีคิด เข้าใจว่าความคิดและความสร้างสรรค์มันนำไปให้เกิด ซึ่งมันเป็นกระบวนการเบื้องหลังของสิ่งที่เราเห็นว่ามันสร้างสรรค์ต่างๆ ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจต่างๆ

เมื่อกล่าวถึงเรื่องการใช้สื่อและการกำหนดน้ำหนักสารในแต่ละสื่อเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ผู้วิจัยพบว่าลักษณะเฉพาะจากการเป็นแหล่งเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่เน้นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงด้วยวิธีการนำเสนอผ่านพิพิธภัณฑ์นั้นเป็นทั้งจุดเด่นและข้อจำกัดที่ทำให้การสร้างสรรอาจไม่ครอบคลุมและหลากหลายพอที่จะสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม ตรงไปตรงมา อย่างเช่น TCDC ได้ เพราะจุดเริ่มต้นของหน่วยงานเน้นไปที่เรื่องการศึกษาภูมิปัญญาและความเป็นไทยซึ่งมีเนื้อหากว้างขวางมาก ดังนั้นคุณธนฤทธิ์จึงตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการสื่อสารของ Museum Siam ว่าตัวกระบวนการน่าจะสำคัญกว่าตัวเนื้อหาสารที่จะใช้สื่อหากจะเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

อยากให้สังคมเราเข้าใจเรื่อง *non object museum, but story museum* ซึ่งเราเพิ่งเริ่มทำความรู้จักกับมันและหลายคนยังไม่เข้าใจเรื่องนี้ว่าพิพิธภัณฑ์ไม่ต้องมีของมาตั้งมากมายก็ได้ หรือการเรียนรู้ไม่ต้องเกิดจากการตั้งวัตถุแล้วขึ้นป้ายอธิบายวิธีเดียวก็ได้ แต่เราต้องเน้นการ “เล่าเรื่อง” วิธีที่ *Museum Siam* พยายามทำก็สอดคล้องกับปรัชญาเราคือ อย่างถ้าเรามีอาคารเก่าเราก็ต้องเสริมด้วยอาคารใหม่ เก่าคืออดีต การผสมผสาน เก่ากับใหม่มารวมกันคือปัจจุบัน เก่าคืออดีต ใหม่คือปัจจุบันที่ขาดอดีต เก่ากับใหม่รวมกันคือปัจจุบันที่มีราก คือถ้าเราอยากพัฒนาอย่างยั่งยืนเราต้องย้อนกลับไปดูอดีตอย่างต่อเนื่องเพื่อมาอธิบายปัจจุบันแล้วมองไปข้างหน้า

เราต้องมองเรื่อง *narrative based design* เป็นสำคัญด้วย มันต้องมีสาระด้วย มีแก่นด้วยว่าเราจะบอกอะไร อันนั้นเรายังขาดอยู่ใหม่หรือตกหล่นใหม่ เราเน้นแต่อธิบายแต่ในรายละเอียดเล็กๆ มีใหม่ เช่น มองเรื่อง *outdoor installation* ต่างๆ มันอาจจะเป็นอธิบายที่ต้องการเรื่องราวด้วยใหม่ อย่างภูมิศาสตร์ของเราหมายถึงสถานที่ที่ตั้งนี้คือเกาะรัตนโกสินทร์ ถ้าจะพูดเรื่องเศรษฐกิจหรือเรื่องปากท้องทำมาหากิน เอาแค่ปัจจัย 4 แล้วเรามาทำให้เป็น *interpretation in landscape* อย่างเรื่องอาหาร เราไปเลยทำเตียน หรือปากคลองตลาด เรื่องยา เรื่องการรักษาโรค เรามีวัดโพธิ์เป็น *site* เลย เรื่องเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม มีทั้งพาดูรด สำเพ็ง เราจะประกาศตัวใหม่ว่าเราจะเป็นผู้สร้าง *living museum* กัน *TK Park* คำก็ถูกทางแล้วเรื่อง *media text* คือมันไม่ใช่แค่อธิบายแล้วแต่มันคือสาระที่อยากเล่ามันเล่าผ่านอะไรได้บ้างคำก็ไปพัฒนาหาสื่อ ไปสร้างเครื่องมือ มันต่างกันตรงนี้ เราต้องประเมินแล้วว่าเราจะใช้งบประมาณอย่างไรให้กระบวนการเรียนรู้มันมีเรื่องราวด้วยแล้วได้ประสบการณ์ด้วย

ยกตัวอย่างอีกเรื่อง อันนี้ระดับสังคม เช่น เรามีโบราณสถานเยอะมากที่ตั้งป้ายบอก มันไม่พอแล้วอุตสาหกรรมที่อยู่เสียเงินบำรุงรักษากันมากมาย เราต้องพัฒนาเรื่องเครื่องมือในการสื่อสารของพวกนี้ให้มี *story* ต่อด้วยการผสมผสานสื่ออื่นๆ เช่น ดนตรี ศิลปะหรือการแสดงที่ไม่ใช่ขายแสงสีเสียง ดังนั้นเราก็พยายามเล่าเรื่องนะแต่เราอาจจะยังขาดการพัฒนาเรื่องสื่อที่หลากหลาย เราต้องการการเชื่อมโยงเรื่องครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ เพื่อพัฒนา “กระบวนการเรียนรู้” เพื่อเกิดการเชื่อมโยงและก็ต่อยอด เรา

อาจไม่ถึงคนทุกกลุ่ม การสร้างเรื่องราวหรือสร้างตัวละครเพื่อจะเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันเป็นวิธีที่เราพยายามทำ คือเราก็พบว่าคนที่มาหาเราได้รับความเพลิดเพลิน อาจได้เรื่องแต่ยังไม่ได้รับความรู้ ซึ่งจริงๆ ความรู้คือแกนของเรา เพราะเราอยากให้เห็นภูมิปัญญา ซึ่งเค้าต้องถอดรหัสให้ได้

จากจุดนี้เอง ผู้วิจัยถือว่ากระบวนการที่ Museum Siam ได้สรุปไว้ดังกล่าว เป็นองค์ประกอบหลักของการมีสังคมที่เอื้อต่อการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์คือการยอมรับความแตกต่างและมีฐานคิดจากลักษณะเฉพาะของภูมิศาสตร์และสังคมศาสตร์ หรือความสัมพันธ์ระหว่างคนกับถิ่นที่อยู่ ที่อาจเรียกได้ว่าเป็นสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ซึ่งหากสามารถต่อยอดไปสู่การเป็นวิถีทางเศรษฐกิจได้ ก็อาจถือว่ากระบวนการทำงานของ Museum Siam นั้นสามารถรองรับนโยบายเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐได้

ข้อคำถามที่ 6 จากการสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้นแล้วเป็นอย่างไร ทิศทางการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานจะเป็นอย่างไรต่อไป

สำหรับ OKMD หน่วยงานย่อยต่างๆ ภายใต้สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานที่ผู้วิจัยเลือกเป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาทั้ง 3 หน่วยงานคือ อุทยานการเรียนรู้ TK Park, ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam เปรียบเสมือนเป็นช่องทางในการสื่อสารองค์ความรู้หรือแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปยังสาธารณะ ดำเนินการสอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ ซึ่งแม้จะมีการเปลี่ยนผ่านรัฐบาลหรือการบริหารงานในระดับนโยบายแต่ทิศทางของการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ยังคงต้องดำเนินต่อไปตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทั้งฉบับที่ 10 - 11 ระบุไว้

ผมจะขออธิบายอย่างนี้นะครับ เอาเฉพาะเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เราสามารถพูดได้ว่ารัฐบาลชุดคุณอภิสิทธิ์ มีความพยายามที่เป็นรูปธรรม มีการประกาศคำมั่นสัญญาว่าเรื่อง creative economy จะเป็นหนึ่งคือ แกนหลักในการพัฒนา GDP สองคืออยากให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเรื่อง creative economy ในอาเซียน ทั้งสองเป้าหมายหลัก มีแถลงการณ์พันธะสัญญาย่อยๆ เพื่อสนับสนุนคำประกาศนี้ทั้งด้าน

การศึกษา ด้านกฎหมาย ด้านการพัฒนาคน ด้านการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่ง OKMD เองเป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับภาระหน้าที่ให้สร้างความรู้ความเข้าใจต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องนี้โดยตรง ส่วนในขั้นตอนของการทำงานเราก็จะมีการจัดสรรงบประมาณของเราเองอยู่ เพียงแต่ว่าในเมื่อเราเป็นหน่วยงานที่ต้องบริหารจัดการองค์ความรู้ ความรู้เรื่อง creative economy เองก็เป็นองค์ความรู้ที่สำคัญ เป็นเรื่องใหม่ เป็นเรื่องที่มีบทบาท ความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เราก็ต้องทำหน้าที่ของเราอย่างเต็มที่ในเรื่องนี้ นี่คื บทบาทของเรา แง่นโยบายเราก็คิดว่ายังต่อเนื่อง ยังชัดเจน ส่วนการนำไปปฏิบัติก็อยู่ใน ขั้นตอนการทำคำขอ โครงการต่างๆ ของแต่ละหน่วยงานก็ถูกส่งเข้ามา อยู่ระหว่างการจัดทำ โครงการ เพื่อของบประมาณ เดิมเนื้องานด้านนี้มีกระทรวงพาณิชย์เป็นหลัก แต่ว่ารัฐบาล คุณยิ่งลักษณ์นี่ก็ยังไม่ปรากฏชัดเจนนะครับว่าจะนำไปปฏิบัติอย่างไร ก็ต้องรอความ ชัดเจน

คุณทัศนัย ได้สรุปการสื่อสารที่ผ่านมาของ TK Park รวมทั้งแนวทางในการดำเนินการ สื่อสารในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นที่จะเสริมกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า

ทุกอย่างที่เราทำที่เราดำเนินกิจกรรมเรามีการถอดกระบวนการหมดทั้ง 3 ระดับ เช่นประเมินประเมินผลกันเอง ให้คนนอกหรือที่มาจากมหาวิทยาลัยนักวิจัยต่างๆ มาช่วย เรา และก็รวมถึงการประเมินความพึงพอใจ สิ่งที่คุณยกการเรียนรู้มีภาษีดีกว่าที่อื่นคือ เรามี โอกาสที่เราจะอยู่กับผู้ใช้บริการตั้งแต่เด็กจนเค้าโตหรือแก่ไปกับเรา นอกจากนี้ กระบวนการสื่อสารเราก็หลากหลายนะคะ เรามี TK Teen ซึ่งให้เห็นว่าเยาวชนสร้างสรรค์ สื่อได้ออกอากาศทางโทรทัศน์อยู่ นอกเหนือจากนี้เราก็มี social network ต่างๆ อีกหน่อย เราก็จะพัฒนาให้เป็น Web TV และ Web Radio ในรูปของ TV TK และ Radio TK ด้วย แต่เราก็โดนหนักในช่วงการชุมนุมนะคะที่เราหายไป 9 เดือนมันก็ส่งผลถึงพฤติกรรมหรือ ความต่อเนื่องไปเหมือนกันแต่เราก็ถือว่าเราได้กลับมาตั้งต้น ทบทวนกันใหม่ก็ต้องทำ กันต่อไป

การดำเนินงานทางด้านเนื้อหาและองค์ความรู้จะต้องออกแบบเนื้อหาและองค์ความรู้ที่ ผ่านการพิจารณาแล้วว่า “สนุก” น่าเรียนรู้ มาผนวกกับการดำเนินกิจกรรมทั้ง 4 แนวทาง ซึ่งจาก

จุดนี้เองผู้วิจัยพบข้อคิดเห็นที่แตกต่างกันระหว่างการบริหารจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่ได้ทำไปกับการทำงานของฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้ตรงที่งานส่วนการบริหารจัดการกิจกรรมอาจขาดการสรุปประเด็นที่เป็นบทบาทหน้าที่หลักคือ “ส่งเสริมการเรียนรู้” ว่าผู้มาใช้บริการนั้นเกิดการเรียนรู้อะไรมากขึ้นหรือไม่อย่างไร

คุณวัฒน์ชัย เล็งเห็นว่ากิจกรรมที่ TK Park ดำเนินอยู่ อาจต้องเสริมเพิ่มเติมไปนอกเหนือจากกิจกรรมที่ดำเนินอยู่แล้วคือเรื่องการฝึกการอ่านอย่างสร้างสรรค์ (Creative Reading) เพื่อก่อให้เกิดกระบวนการต่อยอดจากการอ่าน คือการคิดวิพากษ์และคิดวิจารณ์อันถือเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สำคัญ ผู้วิจัยเห็นว่าเรื่องการสร้างสังคมของการวิพากษ์วิจารณ์นั้นเป็นพื้นฐานสำคัญของการเกิดสังคมความคิดสร้างสรรค์ เพราะพื้นฐานของสังคมความคิดสร้างสรรค์คือการยอมรับและการมีเสรีภาพในการสื่อสารความรู้สึกนึกคิดของตนอย่างใคร่ครวญและเกิดการแลกเปลี่ยนอย่างเท่าเทียม ปัจจุบันเองเช่นกันที่หาก TK Park สามารถดึงขึ้นเป็นกุญแจสำคัญของกิจกรรมต่างๆ ที่ให้บริการประชาชนอยู่ ความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทหน้าที่ของการเป็นผู้สนับสนุนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การผลิตสื่อสร้างสรรค์ต่างๆ ผู้มาใช้บริการก็จะเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ไม่ยาก

งานของเรามีลักษณะเป็น back office มากกว่า เราเป็นงานส่วนสนับสนุนให้เกิดการดำเนินงานส่วนที่เรารับผิดชอบหรือพัฒนาแล้วไปใช้ แต่ที่นี้ถ้าจะให้พูดถึงการจัดการความรู้ การประเมินเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ว่าแล้วคนรู้มากขึ้นไหม เรียนรู้ดีขึ้นไหมจากเรา ยังไม่มีข้อมูลที่เป็นรูปธรรมมากพอ เราคิดว่าต้องทำงานต่อโดยเฉพาะหลังจากที่เราเพิ่งทำงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องมือ 5 มาตรฐานตัวชี้วัดที่ว่าด้วยการจัดการความรู้มา เรากำลังต้องเดินหน้าต่อที่จะเอาเครื่องมือตัวชี้วัดซึ่งมีมากกว่าร้อยตัวไปใช้ทั้งกับ TK Park เองและกับเครือข่ายของเรา เราต้องต่อภาพที่มันยังไม่ปะติดปะต่อให้ชัดเจนขึ้นว่า ศูนย์การเรียนรู้ หรือห้องสมุดมีชีวิตนี้ทำงานให้กับผู้คนที่เกิดการเรียนรู้เพิ่มเติมเหมาะสมสอดคล้องแล้วหรือยัง พุดง่าย ๆ คือทำยังไงให้คนไทยอ่านเยอะขึ้น อ่านดีขึ้น คือไม่ใช่จำนวนเป็นเกณฑ์แต่อ่านอย่างวิเคราะห์ได้ อ่านแล้วเกิดการเรียนรู้ได้ตามหลักหรือตามตัวชี้วัดที่เราศึกษา มา คือถ้าเราตั้งใจที่ได้ว่าอ่านอย่างสร้างสรรค์ เอาละตรงนี้อาจจะสอดคล้องกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตรงที่คนเรียนรู้จากการอ่านที่ไม่ใช่แค่อ่านออก

เขียนได้ แต่อ่านอย่างต่อเนื่อง วิเคราะห์ วิพากษ์ได้ ซึ่งเราอาจเรียกว่า อ่านอย่างสร้างสรรค์ (Creative Reading)

ส่วนคุณพิชิตได้ให้ข้อสรุปเกี่ยวกับการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ไว้ว่า เป็นการสร้างเคลื่อนไหวหรือความตื่นตัวของกลุ่มคนเฉพาะกลุ่มซึ่งอาจก่อให้เกิดแรงขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่ยิ่งใหญ่ได้ หากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ให้เกิดกระบวนการเรียนรู้วิถีคิดโดยเฉพาะการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์นั้นจะเป็นอาวุธสำคัญสำหรับการเข้าสู่การแข่งขันทางเศรษฐกิจในระดับนานาชาติ

คนที่น่าจะได้ประโยชน์มากที่สุดคือประเทศครับ คือขอแค่มีคนหนึ่งคนที่นี่ แล้วคิดว่าอยากทำอะไร จะทำอย่างไร เราหาช่องทางให้ เค้าไปจ้างคนหรือโรงงานทำ มันก็ไปกระตุ้นระบบเศรษฐกิจแล้วนะครับ นักออกแบบคนเดียวไม่ได้ ต้องจ้างนักการเงิน ต้องคุยกับนักการตลาด คือมันหมุนนะครับ มันส่งผลสะท้อน ก่อให้เกิดการทำมาหากิน เป็นวงจรไป เราคิดว่าเรายังมุ่งหน้าไปในเส้นทางนี้ คือ Design and Creativity ที่เราให้เป็นความรู้หรือแนวคิดแก่ผู้คนแล้วมันไปส่งผลต่อ economic movement ต่างๆ มันก็จะสะท้อนงานที่เราต้องทำได้เป็นอย่างดีอยู่แล้ว

แม้ว่าในปีแรกๆ เราจะผ่านการวิพากษ์วิจารณ์มาพอสมควรเรื่องความฟุ่มเฟือย เรื่องความหรูหราอะไรทำนองนี้ แต่พอผ่านมาเข้าปีที่ 5 นี้เราพบว่าสิ่งที่เราเป็นมันเริ่มเซ็กซี่ครับ มันเริ่มเก๋ มันไม่ได้ใหม่อะไรแล้ว มันไม่ได้หรูหราอะไรแล้ว มันอาจเคยดูเก๋แต่มันไม่ใช่อย่างนั้นอีกต่อไปแล้ว ซึ่งผมมองว่าเป็นข้อดีนะครับ คนที่เข้ามาหาเราก็คือเริ่มง่ายขึ้น คือผมมีความรู้สึกที่ว่าบางทีของเรื่องของ design หรือพอพูดถึงเรื่องการออกแบบ คำว่าออกแบบมากๆ นี้คืออาจจะไม่ใช่นิสัยคนไทยหรือเปล่า มันก็จะเป็นข้อดีที่สิ่งที่มันเคยอาจเป็นอุปสรรคเมื่อก่อน มันก็จะลดทอนลงไปแล้ว

สิ่งที่เรายังต้องตามต่อคือ นักเรียนนิสิตต่างๆ ที่เค้ามาอยู่กับเรา 4-5 ปีตั้งแต่เริ่มตั้งต้นเค้ามาสมาเสมอ ที่นี้พอเค้าเรียนจบจะยังไงต่อ คือตอนนี้เรามีเค้าอยู่ประมาณ 800 คนนะครับตั้งแต่เริ่มต้นเข้าเรียนมาเลยก็มาใช้ห้องสมุดหรือมาเป็นสมาชิกเรา ที่นี้เราก้

น่าจะติดตามว่าพอเค้าจบแล้วจะยังมาไหม มันก็อาจจะพบอะไรได้ว่าสิ่งที่ขาดไปหรือปัจจัยอะไรที่ทำให้เมื่อคนทำงานหรือเป็นผู้ประกอบการแล้วอาจจะไม่กลับมา เราอาจจะพบข้อค้นพบอะไรได้ ผมว่า TCDC เราเองก็ยังไม่มาก 5 ปีที่ผ่านมาและยังมีสิ่งที่ต้องเรียนรู้ปรับปรุงอีกมาก เพื่อจะต้องมาปรับแผนกันอีกทีหนึ่ง มันอาจจะเร็วไปที่จะสรุปอะไรในตอนนี้ มันมีลักษณะองค์กรที่ยังไม่ตายตัว ซึ่งผมว่ามันเป็นลักษณะที่ดีนะครับ มันต้องปรับอยู่ตลอดเวลา

คุณอภิสิทธิ์ในฐานะผู้อำนวยการฯ มองว่า TCDC ที่ผ่านมามีได้กำหนดบทบาททิศทางการสื่อสารของตนเองไว้แล้ว แต่ยังเสนอแนวคิดสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะในระดับผู้กำหนดนโยบายไว้ค่อนข้างเป็นรูปธรรมว่า

ทั้งในแง่ภาพกว้าง โครงสร้าง หรือวิธีคิดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการออกแบบอะไรพวกนี้ เราก็ต้องพูดถึงการลงรายละเอียดหรือการยกตัวอย่างเล็กๆ ทั้งหลายเพื่อให้คนต่อติด ภาพใหญ่เราก็ทำ ภาพเล็กเราก็ทำ เพียงแต่ว่าโครงการที่เป็นลักษณะต่อเนื่องต่างๆ ที่ใช้งบประมาณลงทุนเยอะๆ เราก็ไม่สามารถทำได้ เช่นโครงการเพื่อเสริมสร้างความเป็นรูปธรรมของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผมมองว่าเราต้องลงทุนในแง่ Infrastructure ซึ่ง TCDC ก็ไม่สามารถทำได้แต่เราอยากให้เกิด

Infrastructure ที่ผมพูดถึง มันไม่ใช่แค่ ถนน ไฟฟ้า ระบบคมนาคมขนส่งอะไรพวกนั้นอย่างเดียว แต่ Infrastructure ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มันจะมีลักษณะเฉพาะของมัน เช่น ศูนย์การเรียนรู้ มันต้องมีห้องสมุดเฉพาะทาง มันต้องมีศูนย์ฝึกอบรม มันต้องมีพื้นที่หรือแหล่งสร้างสรรค์ต่างๆ มันต้องมีพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้คนทำงานได้ มันต้องต่างจากพื้นที่ทั่วไป ต้องมีพิพธิภณณ์ต่างๆ ที่เป็นแหล่งกระตุ้นความรู้ ความคิด หาสมบัติต่างๆ มาใส่ลงไปให้คนได้เห็น ได้เรียนรู้ มันควรจะต้องมีโรงละคร ต้องมีพื้นที่การแสดงใหม่ เพราะเรามีศิลปะการแสดงมีศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มาก แล้วเรามีพื้นที่หรือเวทีให้เกิดการแสดงออกอย่างเพียงพอใหม่ เกิดการประลองใหม่ มีโรงดนตรีไว้แสดงดนตรีใหม่ คือเราได้แต่พูดว่าเรามีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ด้าน แบ่งประเภทไว้ มีอะไรบ้าง แต่เราไม่มีเวทีให้เค้า ไม่มีแหล่งอบรมเรียนรู้ให้เค้า แล้วเค้าจะเรียนรู้ได้ไง การเรียนบางอย่าง

ต้องลงทุนต้องใช้อุปกรณ์ เรามีการคิดจะลงทุนบางอย่างให้เค้าใหม่ รัฐฯ เองก็ต้องมองตรงนี้ คือสิ่งเหล่านี้ไม่มีใครทำ เราใช้เวลาในการเรียนรู้นโยบายนานเกินไป เราควรต้องเร่งลงทุนกับโครงสร้างพื้นฐานมากกว่า และต้องลงมือทำได้แล้ว

อยากเห็น *National Design Policy* ซึ่งอันนี้สำคัญมาก มันควรมีทิศทางที่ชัดเจนว่าอีก 5 ปี 10 ปี เราจะต้องไปทางไหนอย่างไร อันที่สองผมอยากเห็น *Space* สาธารณะเพื่อการออกแบบทั้งกระบวนการ เช่นแหล่งเรียนรู้ แหล่งฝึกอบรม แหล่งแสดงผลงาน แหล่งค้าขาย ให้ *demand* กับ *supply* มันมาเจอกันเยอะๆ อาจจะใช้คำว่า *Creative Space* ก็ได้ ให้มันเกิดความรู้สึกแบบ *Creative Community* คือคนที่สร้างสรรค์ด้านต่างๆ ได้มาเจอกัน ทั้งคนที่อยากแสดงออกและคนที่อยากดูอยากได้ ผมไม่ได้ต้องการตลาดนัดขายของหรือการจัดงานแฟร์ขายของ แต่มันต้องมี *element* อื่นๆ โดยเฉพาะแหล่งเรียนรู้ด้วย ซึ่งมันทำให้ก่อให้เกิดรายได้ไปพร้อมกับการเรียนรู้ได้ด้วย

หลังจากที่เราพูดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างกว้างขวางมากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เราก็อยากกลับมาพูดเรื่องที่แคบลงคือเรื่องการออกแบบ แต่ไปไปถึงคนที่กว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะในแง่ของการพูดถึงทั้งเรื่องของเศรษฐกิจคือมันอยู่ได้ สร้างรายได้และที่สำคัญอีกแง่คือเรื่องคุณภาพชีวิต คือมันต้องพูดถึงสองด้านให้คนเห็นเป็นรูปธรรมว่ามันเกิดจากการออกแบบ เราพยายามลบความหมายเดิมๆ ของคำว่า การออกแบบที่สังคมหรือสื่อสร้างไว้ว่ามันหรูหรา แต่ไหนแต่ไรสังคมไทยก็อธิบายความหมายของการออกแบบว่าเป็นเรื่องหรูหราฟุ่มเฟือยตลอดเวลา ทีนี้มันก็ยากเมื่อถึงเวลาที่เรารู้สึกว่ามันเป็นเรื่องของชีวิตประจำวัน เราก็เลยพยายามชี้ให้เห็นทั้งสองฝั่งคือมันเป็นเครื่องมือทางเศรษฐกิจและอีกฝั่งก็คือมันเป็นเรื่องของคุณภาพชีวิต ตอนนี้เราพยายามทำให้มันเป็นวาระกับประเทศ อยากมีการออกนโยบายการออกแบบแห่งชาติ คือเอากการออกแบบไปวางถึงกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ ให้ได้ คือประเทศชาติเราจะใช้การออกแบบไปสร้างประโยชน์อย่างไร รัฐจะเชื่อมโยงอย่างไรระหว่างกัน ผมอยากเห็นสิ่งนี้

จากข้อมูลคำสัมภาษณ์ดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่า TCDC นั้นเป็นหน่วยงานที่สามารถสร้างสารเพื่อเสริมเนื้อหาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้โดยอาศัยกลไกการสื่อสารต่างๆ ที่มีอยู่เดิมผนวกเข้า

กับภารกิจหลักในการส่งเสริมความรู้ด้านการออกแบบของตนเองและประเมินตนเองในฐานะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างชัดเจน

สำหรับ Museum Siam นั้น มีภารกิจที่ต้องส่งเสริมการเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยหรือองค์ความรู้ของไทยภายใต้เงื่อนไขที่ต้องเกิดการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงด้วยการใช้พิพิธภัณฑ์เป็นเครื่องมือหลัก อาจทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างทั้งกระบวนการสื่อสารและเนื้อหาที่ต้องเข้าไปเสริมกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างตรงไปตรงมาไม่ได้ง่ายนัก แต่กระบวนการศึกษาองค์ความรู้เรื่องภูมิปัญญาไทยทั้งกระบวนการที่เน้นเรื่องความแตกต่าง หลากหลายและความความสัมพันธ์กันระหว่างคนกับพื้นที่นี้อาจเป็นต้นทางของการเข้าสู่สังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า Museum Siam ต้องเน้นเนื้อหาสาระส่วนนี้ให้มากเป็นพิเศษ

เราก็อยากสะท้อนให้ราชการเห็นใจเราเหมือนกันว่า การตั้งเกณฑ์การวัดหรือประกันคุณภาพบางครั้งมันไม่สามารถใช้เกณฑ์เดียวกันได้นะคะ อย่างเรา กับ TK Park หรือ TCDC อันนี้สะท้อนได้ว่าเรื่องการวัดการกลับมาใช้ซ้ำ เราอาจจะน้อยกว่ามากเพราะทั้ง 2 หน่วยงานนั้นเป็นลักษณะห้องสมุด เป็นศูนย์การเรียนรู้เต็มรูปแบบ แต่เราเป็นพิพิธภัณฑ์ มันเลยต้องทำงานเพิ่มขึ้นเรื่องการจัดกิจกรรมให้หลากหลายเพื่อให้คนเค้ากลับมา อย่างระบบสมาชิก เราก็ยังหาจุดที่เราจะให้สมาชิกอย่างถึงที่สุดไม่ได้ เช่น เป็นสมาชิกแล้วได้เข้าชมฟรี ซึ่งเราก็ให้เข้าชมฟรีอยู่แล้ว กิจกรรมต่างๆ ก็จัดให้ฟรีเกือบทั้งหมดอันนี้ยังเป็นโจทย์หนักอยู่

อยากให้สังคมเกิดการเรียนรู้เชิงประจักษ์เยอะๆ ยกตัวอย่างเรื่องการใช้กระบวนการเรียนรู้แบบโบราณคดีในประเทศไทยอังกฤษที่เค้าสนับสนุนให้เด็กและเยาวชนเกิดการเรียนรู้จากการฝึกฝนด้วยกระบวนการสำรวจแบบนักโบราณคดีให้เด็กรู้จักการสังเกต การขุด การพิสูจน์อะไรต่างๆ มันไม่สำคัญว่าเค้าจะเห็นหรือขุดเจออะไรแต่กระบวนการเรียนรู้มันสอนให้เด็กเข้าใจสภาพหรือสิ่งแวดล้อมรอบตัว รู้จักแสวงหาคำตอบที่ไปที่ไป วันหนึ่งเด็กและเยาวชนหรือกระทั่งผู้ประกอบการที่ได้มีประสบการณ์เรื่องนี้จะเป็นพลังที่ช่วยเหลือภาครัฐได้ เค้าจะตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งต่างๆ รอบตัว วันหนึ่งเค้าไปพบเห็น ขุดเจออะไรเข้า เค้าก็จะนำมาส่งเข้าสู่ส่วนกลางเป็นมรดกของชาติต่อไป ซึ่งเรายัง

ทำได้ไม่มาก เรายังไม่มีแนวคิดแบบที่ท้องถิ่น ชุมชน หรือครอบครัวเป็นฐานเข้าสู่ ส่วนกลาง เรายังคิดจากส่วนกลางเยอะ ในต่างประเทศก่อนเกิดสังคมนิยม ก็มีการให้ความรู้มีการทำงานร่วมกันระหว่างเด็ก ผู้ใหญ่ พ่อแม่ มันทำให้เกิดสังคมนิยม ตั้งแต่ระดับครอบครัว ซึ่งมันต้องอาศัยการสื่อสารสองทางหรือการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม

ภาพการพัฒนาภูมิปัญญาไทยให้กลับมามันต้องแสดงความเป็นไทยในแง่ Function ให้มากกว่า Form คือถ้าเราติดอยู่แค่รูปแบบเราก็จะหาคำอธิบายไม่เจอ ถอดรหัสไม่ได้ สร้างสรรค์ไม่ออก เราจะถูกรอบด้วยวัฒนธรรมเชิงสัญลักษณ์มากเกินไป ทั้งที่มันควรเป็นวัฒนธรรมเชิงวิถีชีวิต เราไม่ต้องมาบอกหรือบอกว่าวัฒนธรรมของชาติคือการยิ้มและยกมือไหว้ เพราะเราเป็นคนไทยในแบบนั้นอยู่แล้ว หน้ายิ้ม มีสัมมาคารวะเรา คือเราอยู่แล้ว

เรื่องความรู้เก่าที่เราเคยมีแล้วเราจะเลยมันไปมันเป็นอย่างไร อันที่จริงเราควรหันกลับไปศึกษาภูมิปัญญาเดิมเราหรือไม่เพื่อตอบสนองการแก้ปัญหาหรือการใช้ชีวิตซึ่งแต่เดิมหลายปัญหามันก็เกิดขึ้นแล้ว แต่เราคนไทยในอดีตผ่านมาได้ ในขณะที่เรามีความก้าวหน้าทางวัสดุมากมายที่เราน่าจะปรับมันแล้วสามารถแก้ไขหรือป้องกันปัญหาหลายอย่างได้ บางอย่างมันถูกละเลยไปเพราะเราได้รับความรู้จากแหล่งอื่นจากภายนอกแล้วมองข้าม “ภูมิ” เดิมของเราหรือไม่ ที่มีวิเศษสยามพยายามให้เราลองย้อนกลับไปหาภูมิปัญญาเหล่านั้นของเราที่มันสามารถอยู่ในรูปแบบร่วมสมัยได้ ซึ่งตรงนั้นต้องการการต่อยอดการถอดรหัส อย่างเรื่อง “เมืองน้ำ” จริงๆ คนไทยอยู่กับน้ำ เรากำลังเผชิญปัญหาน้ำท่วม ถามว่าสมัยก่อนน้ำท่วมหรือไม่ คำตอบก็คือท่วม เราจะหาว่ามันท่วมหนักกว่าเดิม คือมันก็อาจเคยหนักกว่านี้ ทำไมเนเธอร์แลนด์ ถึงเอาบ้าน โรงแรม เอาโรงงาน เอาพาร์ตเมนต์ขึ้นแพหมดแล้ว เพราะเค้าต้องอยู่กับน้ำ เค้าเป็นสังคมเมืองน้ำเหมือนเรา อันนี้เป็นตัวอย่างเรื่องหนึ่งเลยว่าเราจะเลยลืมนิยมของเราหรือเปล่า จากภูมิปัญญาคือความรู้ที่คนสร้างขึ้นในพื้นที่ที่เราอยู่ เราอยู่กันนี้ เราจะต่อยอดอะไรได้ เช่นถ้าจะถามเรื่องการออกแบบ นี่เราออกแบบอะไรกันบ้างในสังคมไทย แค่เรื่องเมืองน้ำนี้สำคัญมาก เราได้รับการกระตุ้นอะไรบ้างไหมจากธรรมชาติที่เราลืมนิยมเมืองน้ำของเราไปไหม

แม้ว่าการทำงานของ Museum Siam จะดำเนินภายใต้กรอบคิดที่เน้นการสร้างกระบวนการเรียนรู้เรื่องภูมิปัญญาไทย เรื่องความเป็นไทย ผ่านการมีประสบการณ์ตรงกับนิทรรศการต่างๆ แต่ภายใต้สถานการณ์ที่กำลังต้องกระตุ้นให้สังคมไทยเกิดมุมมองแบบเปิดกว้าง และรอบด้านต่อความรู้ในอดีตเพื่อเชื่อมโยงให้เข้ากับวิถีการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน Museum Siam สะท้อนความต้องการการประสานความร่วมมือทางด้านเครือข่ายของตนและยังชี้ให้เห็นภาพรวมของการประสานความร่วมมือทางด้านต่างๆ ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้สังคมก้าวสู่การเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ทั้งระบบได้ ตอบบทบาทการเป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD ที่ต้องมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยคุณภรณ์ฤทธิได้แสดงทรรศนะไว้ตอนหนึ่งว่า

เราต้องการการสื่อสารระหว่างกันมากขึ้น อย่าง 3 องค์กร TK Park, TCDC, Museum Siam ต้องทำงานร่วมกัน เราต้องการเพื่อน เราต้องสร้างเครือข่าย การเรียนรู้ การออกแบบบนพื้นฐานของ “ภูมิปัญญาไทย” ในบริบทของสังคมเลยนะไม่ใช่ปัจเจก เราควรช่วยกันทำ เช่น สมัยสุโขทัย มันมีการออกแบบอะไรใหม่ ในระบบทุกระบบเลยนะ กินอยู่ การปกครอง สังคม ศาสนา ทุกอย่างมันเป็นภูมิปัญญา มันเคยมีการออกแบบให้อยู่รอดได้ไหม เราเอาอะไรมาใช้ในวันนี้ได้ไหม ต่อยอดอะไรได้อีก ไฉไลเรียงมา

อีกเรื่องที่ยากฝากเพิ่มเติมในฐานะที่ ทั้ง 3 หน่วยงานคือ TK Park, TCDC และ Museum Siam เองต้องช่วยกันทำคือการผลิตและถ่ายทอดความรู้แบบไทยเองไม่ใช่แปลเค้ามาหรือซื้อความรู้จากต่างประเทศมาอย่างเดียว คือเราอาจเอามาเพื่อเป็นกรณีศึกษาได้ แต่มันต้องไม่ลั่นจนเผลอลืมไปว่าบางเรื่องเราพูดมาตั้งนานแล้ว พูดมาก่อนเค้าอีก เราก็มีของเราเอง ซึ่งการจะทำได้อาจจะต้องเร่งสร้างความสัมพันธ์และเครือข่ายกับผู้คน กับนักคิดนักปราชญ์ซึ่งมีอยู่มากมาย ระวังอย่าให้ภูมิสูญไปกับบุคคลเหล่านี้เฉยๆ ทำงานกับชุมชน กับท้องถิ่นต่างๆ มากขึ้น กับหน่วยงานอื่นๆ มากขึ้น ถ้าเราคิดแบบภาพรวมคิดแบบสังคมโดยรวมทั้งหมดด้วย เรื่องที่เราจะพูดก็จะมีพลังมากขึ้นอีก

เมื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคคลทั้งหมดมาวิเคราะห์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่า ตามองค์ประกอบ 8 ประการและขั้นตอนการวิเคราะห์ของ W.Fisher (1989) จะมีรายละเอียดเรียงตามลำดับหน่วยงาน ดังนี้

การวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD

ขั้นตอนที่ 1 สารหรือเนื้อหาของเรื่องเล่า (analysis of substance of narrative) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD

1. **ผู้เล่าเรื่อง (narrator) OKMD** มีมุมมองว่าตนเองเป็นผู้บริหารจัดการความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จัดได้ว่าเป็นผู้เล่าประเภท Objective แบบเน้นความเป็นกลาง โดยนำเสนอ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในฐานะองค์ความรู้อย่างหนึ่ง ดังนั้นกระบวนการที่ผู้เล่าเรื่องใช้จึงเป็นการให้ข้อมูล ให้ความรู้หรือนำเสนอความรู้ในรูปแบบของการสนับสนุน (support) หน่วยงานภายใต้การดูแลของตน

2. **แก่นของเรื่อง (theme)** จากบทบาทผู้เล่าเรื่องด้วยการเป็น “ผู้บริหารจัดการความรู้” OKMD มีการกำหนดแก่นของเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยอาศัยความเป็นผู้เล่าเรื่องที่ชำนาญการบริหารจัดการข้อมูล ข่าวสารและความรู้ของตน นำเสนอแก่นความคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็น “ทางรอดใหม่ของเศรษฐกิจไทยภายใต้สังคมแห่งความคิดสร้างสรรค์” กำหนดให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะองค์ความรู้ใหม่เป็นเครื่องมือในการสร้างความได้เปรียบทางเศรษฐกิจ ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการความคิดสร้างสรรค์เป็นพื้นฐาน แก่นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD จึงเป็นมุมมองในระดับแนวคิดหรือหลักคิด (conceptual) มากเป็นพิเศษ

3. **เหตุการณ์ (event)** เหตุการณ์ที่ OKMD ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีลักษณะเป็นเหตุการณ์ที่สร้างความเคลื่อนไหวทางความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น เหตุการณ์ประเภทการประชุมสัมมนา การอบรมระยะสั้นระยะยาว การเผยแพร่สิ่งพิมพ์หรือข้อเขียนทางวิชาการ และการประกาศรางวัล เพื่อสอดคล้องกับการนำเสนอแก่นของเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในระดับแนวคิดหรือระดับหลักการ อีกทั้งการดำเนินเหตุการณ์ของเรื่องจะเป็นลักษณะนำเสนอปัญหา

จุดอ่อน ความคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจแบบเก่าหรือความรู้เก่าแล้วเปรียบเทียบกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะความรู้ใหม่

4. **ตัวละคร (characters)** ตัวละครหลักที่ OKMD ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มี 3 ประเภทคือ (1) ผู้นำความคิด นักวิชาการโดยเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์ (2) นักออกแบบ ศิลปินหรือช่างฝีมือ และ (3) นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ ตัวละครเหล่านี้ ถูกใช้ในการเล่าเรื่องในบทบาทที่ต่างกันโดยให้เห็นความเชื่อมโยงของการเคลื่อนไหวทางความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ถูกส่งผ่าน จาก OKMD ไปยังสาธารณะ โดยตัวละครทั้งหมดมีหน้าที่ นำเสนอคุณค่าของความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามมุมมองของแต่ละตัวละคร

5. **ฉาก (setting)** ฉากที่ OKMD สร้างขึ้นในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณะ นั้น เป็นฉากที่ประกอบขึ้นจากการเคลื่อนไหวทางความรู้ระดับโลกสู่ระดับประเทศ (Global to Local setting) ผลกระทบจากการตื่นตัวเกี่ยวกับความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับโลก ส่งผลให้ประเทศไทยจำเป็นต้องเข้าสู่การเรียนรู้ความรู้ชุดใหม่นี้เช่นกัน

6. **ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations)** การนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD มีเงื่อนไขที่ต่อเนื่องจากการกำหนดฉากซึ่งได้รับอิทธิพลจากการเคลื่อนไหวของความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับโลกสู่ระดับประเทศ โดยอาศัยรอยต่อของยุคทางเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับทุนทางความคิด ในช่วงปลายทศวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ดังนั้น การกำหนดเงื่อนไขย้อนไป 10 กว่าปีที่ขนานไปกับสังคมโลกจึงส่งผลให้เกิดร่องรอยของความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต่อเนื่องยาวนาน

7. **ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations)** ปัจจัยด้านความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าที่ OKMD ใช้เป็นหลักนั้นเชื่อมโยงจากการกำหนดฉากและการกำหนดความสัมพันธ์เชิงเวลาเช่นเดียวกันอิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจระดับโลก ช่วงเวลาปลายทศวรรษที่ 19 หรือช่วงปี 2540 ของประเทศไทย มีการศึกษาวิจัยทั้งในระดับนานาชาติและในระดับท้องถิ่น ทั้งในกลุ่มประเทศตะวันตก กลุ่มประเทศเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่

ชี้ให้เห็นถึงโอกาส ความเป็นไปได้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะระบบเศรษฐกิจใหม่ ผ่านตัวเลขทางสถิติด้านต่างๆ ทั้งรายได้ประชาชาติ ตัวเลขมูลค่าการส่งออกที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

8. **ผู้ฟัง (audience)** ผู้ฟังหรือผู้ชมเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD หรือในที่นี้คือผู้รับสารหลักนั้น พบว่ามี 2 ระดับ คือระดับที่รับสารจาก OKMD โดยตรงและระดับที่รับสารโดยอ้อมจากหน่วยงานภายใต้การกำกับของ OKMD ในระดับแรกที่รับสารโดยตรงจะสอดคล้องกับตัวละครที่ OKMD สร้างขึ้น 3 กลุ่มคือ กลุ่มแรกคือผู้ฟังกลุ่มวิชาการเช่นนักวิชาการ นิสิตนักศึกษา กลุ่มที่สองคือผู้ฟังกลุ่มนักวิชาชีพเช่นศิลปิน ช่างฝีมือ และกลุ่มที่สามผู้ฟังกลุ่มธุรกิจเช่นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ โดย OKMD กำหนดให้ผู้ฟังเหล่านี้จะเป็นผู้สร้างเครือข่ายความรู้ในระดับที่กว้างขวางออกไป ส่วนระดับที่รับสารโดยอ้อมจะขึ้นอยู่กับการกำหนดผู้รับสารเป้าหมายของหน่วยงานย่อยภายใต้การกำกับของ OKMD อีกทอดหนึ่ง

ขั้นตอนที่ 2 รูปแบบของการเล่าเรื่อง (analysis of the form of narrative) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD

การวิเคราะห์รูปแบบของการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ใช้องค์ประกอบ 8 องค์ประกอบเช่นเดียวกับการวิเคราะห์สาระของเรื่องเล่าข้างต้น แต่จะเน้นที่กลวิธีหรือกระบวนการของแต่ละองค์ประกอบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **ผู้เล่าเรื่อง (narrator)** OKMD มีมุมมองว่าตนเองเป็นผู้บริหารจัดการความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จัดได้ว่าเป็นผู้เล่าประเภท Objective กระบวนการที่ผู้เล่าเรื่องใช้จึงเป็นการให้ข้อมูล ให้ความรู้หรือนำเสนอความรู้เพื่อสร้างความตื่นตัวในการรับรู้ให้แก่ผู้รับสาร การกำหนดบทบาทของตนเองในฐานะผู้เล่าเรื่องที่เป็นผู้เชี่ยวชาญจึงไม่ได้เน้นที่เรื่องของความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์แต่เป็นผู้เล่าเรื่องที่ “มีความรู้” เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และสามารถ “บริหารจัดการความรู้” ให้เหมาะสม สอดคล้องกับผู้รับสารต่างๆ ได้

นอกจากนั้น บทบาทแบบเป็นกลางเน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร การนำเสนอข้อเท็จจริงเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งในกรณีที่ประสบความสำเร็จและกรณีที่กำลังพัฒนาที่เป็นวิธีการเล่าเรื่องที่อยู่บนฐานของข้อมูล ผู้เล่าไม่ได้วางตนยึดเยียดหรือต้องการโน้มน้าวให้ผู้รับสารเชื่อหรือยอมรับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างตรงไปตรงมา แต่ผู้เล่าใช้การกระตุ้นให้ผู้รับสารเกิดการคิดต่อยอดและตัดสินใจรวมทั้งประเมินศักยภาพของแนวคิดกับศักยภาพของตนเองก่อนที่จะนำแนวคิดมาปรับใช้มากกว่า

2. แก่นของเรื่อง (theme) จากบทบาทผู้เล่าเรื่องด้วยการเป็น “ผู้บริหารจัดการความรู้” OKMD มีแก่นความคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็น “ทางรอดใหม่ของเศรษฐกิจไทยภายใต้สังคมแห่งความคิดสร้างสรรค์” แก่นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD มีมุมมองในระดับแนวคิดหรือหลักคิด (conceptual) มากเป็นพิเศษ สะท้อนได้จากการนำเสนอแก่นของเรื่องที่เน้นให้เห็นกระบวนการใช้ความคิดที่เชื่อมโยงกันระหว่าง ปัจจัยทางความคิดสร้างสรรค์ ปัจจัยทางศิลปวัฒนธรรม ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์และปัจจัยด้านเทคโนโลยี เป็นรากฐานสำคัญของการทำความเข้าใจแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แก่นของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD จึงเน้นให้ผู้รับเกิดการมองเห็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็น “องค์ความรู้” ที่เกิดจากกระบวนการทำความเข้าใจและคิดต่อยอดจากปัจจัยที่เชื่อมโยงกันดังกล่าว

3. เหตุการณ์ (event) เหตุการณ์ที่ OKMD ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีลักษณะเป็นเหตุการณ์ที่แสดงออกถึงความเคลื่อนไหวทางความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากการนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD เน้นแก่นเรื่องในระดับ “หลักคิด” เป็นหลัก ดังนั้น เหตุการณ์ที่ถูกใช้ในการเล่าเรื่องจึงเป็นเหตุการณ์ที่เน้นการติดตามหลักคิดหรือแนวคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่เริ่มต้น มีการชี้ให้เห็นเห็นความสำคัญ พัฒนาการ การเคลื่อนย้ายความรู้จากนานาชาติโดยเฉพาะจากชาติตะวันตกสู่ภูมิภาคเอเชีย

จะเห็นว่า OKMD นำเสนอเหตุการณ์รูปแบบต่างๆ เพื่อนำไปสู่การใช้ความคิด และการเข้าสู่กระบวนการเรียนรู้ เช่น การนำเสนอบทความ รายงานการวิจัยในรูปแบบของสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ การจัดอบรมแลกเปลี่ยนและให้ความรู้ การจัดเสวนาสัมมนา เพื่อให้แก่นของเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ปรากฏในลักษณะที่เป็น “องค์ความรู้” สำหรับผู้รับสารเพื่อใช้เป็น “หลักคิด” ได้

นอกจากนี้ยังสร้างเหตุการณ์ประเภทกระตุ้นและสร้างแรงบันดาลใจด้วยการดำเนินโครงการ “รางวัลไทยสร้างสรรค์” ที่เป็นเสมือนเหตุการณ์ที่สร้างความเป็นรูปธรรมของ “หลักคิด” เรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ปรากฏว่าเป็นแนวคิดที่สามารถต่อยอดให้ประสบความสำเร็จได้จริงไปพร้อมกันด้วย หรือกรณีของรายการโทรทัศน์ชุด กระตุกต่อมคิด ที่นำเสนอกรณีศึกษาและการให้ข้อเสนอแนะจากนักออกแบบหรือนักสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แก่ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ที่เริ่มเข้าสู่การผลิตสินค้าหรือบริการสร้างสรรค์ต่างๆ ซึ่งเหตุการณ์ลักษณะนี้จะช่วยสร้างความเชื่อมโยงหรือความเข้าใจที่มีต่อเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้รับสารได้มากขึ้น เพราะแก่นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ในระดับ “หลักคิด” นี้อยู่บนฐานของการให้ความรู้ เหตุการณ์ต่างๆ จึงถูกนำเสนอในรูปแบบกึ่งวิชาการเป็นหลัก

4. **ตัวละคร (characters)** จากตัวละครหลักทั้ง 3 ประเภท คือ (1) ผู้นำความคิด นักวิชาการ (โดยเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์) (2) นักออกแบบ ศิลปินหรือช่างฝีมือ และ (3) นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ OKMD ใช้ตัวละครเหล่านี้ เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยรูปแบบที่ต่างกันออกไป แต่มีเป้าหมายของตัวละครไม่ต่างกันคือเพื่อเป็นตัวแทนของ “ผู้ให้ความรู้” เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะพบว่าผู้นำความคิดหรือนักวิชาการจะเน้นการใช้บทความ รายงานการวิจัยเป็นเครื่องมือในการสื่อสาร การสวมบทบาทเป็นผู้ให้ความรู้ของตัวละครกลุ่มแรก จะมีความเป็นทางการ มีท่วงท่าในการนำเสนอแก่นเรื่องแบบวิชาการ สร้างความกระจ่าง กระตุ้นให้เกิดการติดตามและมีบทบาทในการส่งเสริมให้เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความสำคัญ มีคุณค่า เน้นที่ข้อเท็จจริง การอ้างอิงแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

ขณะที่ตัวละครกลุ่มนักออกแบบ ศิลปินหรือช่างฝีมือจะเน้นการใช้ผลงานผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ต่างๆ ที่มาจากประสบการณ์จากการทดลองนำแนวคิดไปปฏิบัติเป็นเครื่องมือ การสวมบทบาทในการให้ความรู้จะเน้นความไม่เป็นทางการ ท่วงท่าในการนำเสนอแก่นเรื่องแบบวิชาชีพ สร้างแรงบันดาลใจ กระตุ้นให้เกิดกำลังใจและมีบทบาทในการส่งเสริมให้เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีเสน่ห์ มีความเป็นไปได้ เน้นที่ข้อคิดเห็น การให้คุณค่าเชิงทัศนคติ

ตัวละครกลุ่มนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์จะเน้นการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจเป็นเครื่องมือ การสวมบทบาทในการให้ความรู้จะเน้นความกึ่งทางการ ท่วงท่าในการ

นำเสนอแก่นเรื่องเป็นการผสมผสานระหว่างวิชาการและวิชาชีพ สร้างความตื่นตัวเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ ส่งเสริมความน่าเชื่อถือของแนวคิด กระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาคธุรกิจ เน้นที่การสร้างมูลค่าเพิ่ม การลดต้นทุน การสร้างโอกาสและช่องทางในการแข่งขันใหม่ๆ

5. **ฉาก (setting)** ฉากที่ OKMD สร้างขึ้นในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณะ นั้น เป็นฉากที่ประกอบขึ้นจากการเคลื่อนตัวทางความรู้ระดับโลกสู่ระดับประเทศ (Global to Local setting) รูปแบบการกำหนดฉากของเรื่องเล่ามีลักษณะถ่ายโอนและคู่ขนานระหว่างปัจจัยภายนอกคือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในนานาประเทศ เช่น อเมริกา อังกฤษ ออสเตรเลีย หรือกลุ่มประเทศในเอเชีย อย่าง เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฮองกงหรือจีนและไต้หวัน ให้ความสนใจและยึดถือแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นนโยบายในการบริหารประเทศ

ฉากที่สร้างขึ้นมีอิทธิพลต่อการรับรู้เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมาก โดยเฉพาะกรณีที่น่าเสนอข้อมูลเชิงบวกเกี่ยวกับความก้าวหน้าหรือประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจเมื่อปรับเปลี่ยนแนวคิดจากเศรษฐกิจที่เน้นการแข่งขันเรื่องการลดต้นทุนมาสู่การสร้างคุณค่าเพิ่ม (value creation) ให้กับผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ เป็นแนวคิดที่เพิ่มความเป็นสากลมากขึ้นเรื่อยๆ ปัจจัยเสริมเนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้ความรู้ถ่ายทอดและเข้าถึงประเทศไทยได้อย่างไม่ยาก

ฉากหนึ่งที่สำคัญอย่างยิ่งคือการแสดงภาพภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจทั่วโลก ที่แน่นอนที่สุดส่งผลกระทบต่อประเทศไทยทำให้การกำหนดฉากของรับเรื่องเล่าเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความจำเป็นถือได้ว่าเป็นฉากหลักของเรื่อง ในทำนองที่ว่าท่ามกลางฉากความไม่แน่นอนในระบบเศรษฐกิจแบบเก่า หลายประเทศต่างหันตัวเองเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เหตุใดประเทศไทยจึงจะปฏิเสธแนวคิดนี้

นอกจากนั้นยังมีการกำหนดฉากเกี่ยวกับความได้เปรียบหากไทยเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ที่สร้างขึ้นโดยอาศัยกลวิธีดึงดูดต่างจากต่างประเทศเกี่ยวกับรากเหง้าวิถีชีวิตทางศิลปวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองว่าจะเป็นหนทางให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นปรับใช้ได้จริงกับสังคมไทย

6. **ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations)** การนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD เริ่มจากการอ้างถึงช่วงปลายทศวรรษที่ 19 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่ประเทศไทยเกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจปี 2540 หลายประเทศที่เป็นฉากหน้านานาชาติหรือในที่นี่อาจเรียกได้ว่าเป็นอิทธิพลภายนอกเรื่องเล่าล้วนประสบปัญหาเศรษฐกิจ ส่งผลให้ ณ ช่วงเวลาใกล้เคียงกันนั้นปัจจัยดังกล่าวส่งผลเป็นอิทธิพลภายในเรื่องเล่า การกำหนดเงื่อนไขย้อนไป 10 กว่าปีที่ขานานไปกับสังคมโลกจึงส่งผลให้เกิดร่องรอยของความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ต่อเนื่องยาวนานและช่วยสร้างให้เรื่องเล่ามีพัฒนาการ

ช่วงเวลาในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD มีลักษณะเป็นลำดับขั้น ต่อเนื่อง และเรียงตามเวลาแบบปกติคือไม่ข้ามไปมา แต่อาศัยการเล่าย้อนถึงปมปัญหาของช่วงเวลาในอดีตเกี่ยวกับสังคมและเศรษฐกิจดังที่กล่าวมาว่าได้รับปัจจัยจากระดับสากล ดังนั้นความสัมพันธ์เชิงเวลาของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD จึงอยู่บนเส้นขนานระหว่างเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยและเหตุการณ์ในอีกหลายประเทศ

กรณีของการใช้ระยะเวลาในการเข้าสู่แนวคิดหรือขับเคลื่อนแนวคิดก็ถือเป็นความสัมพันธ์เชิงเวลาที่ต้องกล่าวถึงเพราะ มีการเล่าถึงระยะเวลาของแต่ละประเทศที่ใช้สำหรับการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีการระบุนกรอบเวลานับตั้งแต่เริ่มต้นเข้าสู่แนวคิดจนกระทั่งถึงประสบความสำเร็จ ซึ่งโดยเฉลี่ยจะอยู่ที่ 10 ปี ส่วนประเทศไทย OKMD ได้ระบุว่าเข้าสู่แนวคิดนี้อย่างเป็นทางการในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมา ความสัมพันธ์เช่นนี้สะท้อนว่าเรื่องเล่านี้ยังดำเนินอยู่และการกำหนดอนาคตหรือทิศทางต่อไปจะต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่ง

7. **ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations)** ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าที่ OKMD ใช้เป็นหลักนั้นอาจกล่าวได้ว่าเป็นอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจระดับโลก ช่วงเวลาปลายทศวรรษที่ 19 หรือ พ.ศ. 2540 ของประเทศไทยซึ่งก็คือความสัมพันธ์เชิงเวลาข้างต้น มีการศึกษาวิจัยทั้งในระดับนานาชาติและในระดับท้องถิ่น ทั้งในกลุ่มประเทศตะวันตก กลุ่มประเทศเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ชี้ให้เห็นถึงโอกาสความเป็นไปได้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะระบบเศรษฐกิจใหม่ ผ่านตัวเลขทางสถิติด้านต่างๆ ทั้งรายได้ประชาชาติ ตัวเลขมูลค่าการส่งออกที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ซึ่ง

สามารถแก้ไขปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจในหลายประเทศได้มาแล้ว ดังที่กล่าวมาในช่วงของการวิเคราะห์ฉากของเรื่องเล่าแล้ว สาเหตุของเหตุการณ์และวิธีการแสดงออกของตัวละครต่างเกิดและได้รับอิทธิพลจากบริบทสังคมโลก ประเทศไทยในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของสมาคมโลกจึงจำเป็นต้องปรับตัวเช่นกัน

ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลนี้เป็นรากฐานของการอธิบายความสำคัญของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD เป็นอย่างยิ่ง เพราะการสร้างความสำเร็จเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารที่จะพัฒนาเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้นั้นต้องอาศัยกระบวนการระบุสาเหตุและคาดการณ์ผลที่จะเกิดขึ้นที่เชื่อถือได้

เมื่อได้วิเคราะห์ฉากของเรื่องเล่าที่มีมิติสังคมวัฒนธรรม นอกเหนือจากฉากของตัวละครทางสถิติที่สะท้อนคุณค่าของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้แล้ว ในกรณีของความสัมพันธ์เชิงเหตุผลจึงเชื่อมโยงมาเช่นกันว่า OKMD ระบุว่าเหตุจากความหลากหลายทางวัฒนธรรมและสินทรัพย์ทางความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ของคนไทย ก็เป็นคุณสมบัติที่จะส่งผลให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เหมาะกับการนำไปปรับใช้กับสังคมไทยได้

8. ผู้ฟัง (audience) จากขั้นตอนการวิเคราะห์สาระของเรื่อง ผู้ฟังหรือผู้รับสารเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ซึ่งในหัวข้อนี้จะกล่าวถึงเฉพาะผู้รับสารหลัก คือระดับที่รับสารจาก OKMD โดยตรงรูปแบบของผู้ฟังหรือผู้รับสารจะมีความสัมพันธ์ไปกับตัวละครที่ OKMD สร้างขึ้น 3 กลุ่มคือ กลุ่มแรกคือผู้ฟังกลุ่มวงวิชาการ กลุ่มที่สองคือผู้ฟังกลุ่มนักวิชาชีพ และกลุ่มที่สามคือผู้ฟังกลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ โดยผู้ฟังเหล่านี้จะถูกกำหนดให้รับเรื่องราวในท่วงท่าและวิธีการสื่อสารที่ต่างกัน รูปแบบของผู้ฟังของ OKMD จึงครอบคลุมสอดคล้องไปกับการกำหนดตัวละครที่เป็นตัวแทนของคนเล่าเรื่อง

ผู้วิจัยสังเกตว่า บทบาทของตัวละครกลุ่มนักวิชาการซึ่ง OKMD มองว่าเป็นกลุ่มผู้นำความคิดนั้นมีอิทธิพลมากต่อการสร้างสารของหน่วยงานเพราะเมื่อพิจารณาทั้งในแง่ปริมาณที่มีกว่า 300 คน และกระบวนการคัดเลือกบุคคลที่จะเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการซึ่งกินเวลานานนับเดือนที่ OKMD ได้จัดขึ้นนั้น ความคาดหวังของ OKMD คือเพื่อเพิ่มเครือข่ายทางความรู้ผ่านตัว

ละครกลุ่มนี้ อาจนับได้ว่าเป็นการกำหนดตัวละครและกลุ่มผู้ฟังที่สนองตอบภารกิจของหน่วยงาน ในฐานะผู้บริหารจัดการความรู้ได้เป็นอย่างดี ส่วนผู้ฟังกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจก็เป็นกลุ่มที่ OKMD พยายามแสวงหาเพื่อสร้างกรณีศึกษาสำหรับถ่ายทอดเป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ตรงซึ่งทำยที่สุดจะสามารถกลายเป็นชุดความรู้ที่เป็นรูปธรรมเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ต่อไป สำหรับกลุ่มผู้ฟังที่เป็นนักออกแบบหรือศิลปินสร้างสรรค์ต่างๆ นั้น ผู้วิจัยพบว่านอกจากการประกาศและมอบรางวัลไทยสร้างสรรค์แล้ว OKMD เองยังไม่ได้ใช้ตัวละครกลุ่มนี้สร้างอิทธิพลและเครือข่ายต่อผู้ฟังหรือผู้รับสารที่เป็นนักวิชาชีพหรือช่างฝีมือเท่าใดนัก กระบวนการถอดองค์ความรู้จากศิลปินเหล่านั้นจะได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการความรู้ของ OKMD ให้มากขึ้น อย่างไรก็ตามการสื่อสารผ่านทางสื่อโทรทัศน์ในรายการระดมความคิด ก็เป็นวิธีการขยายพื้นที่ให้ทั้งตัวละครและกลุ่มผู้ฟังที่เป็นศิลปินต่างได้มีปฏิสัมพันธ์ต่อเรื่องเล่าได้มากขึ้น

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาสาระและรูปแบบของเรื่องเล่าด้วยองค์ประกอบทั้ง 8 แล้ว ในขั้นตอนต่อไปจะเป็นการประเมินเรื่องเล่าโดยอาศัยการวิพากษ์ส่วนประกอบทั้งเนื้อหาสาระและรูปแบบ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินเรื่อง (evaluation of narrative)

การประเมินเรื่องเล่าในแง่เนื้อหาสาระ เมื่อประมวลเนื้อหาของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD แล้ว ผู้วิจัยพบว่า เรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ของ OKMD ถือเป็นองค์ความรู้หนึ่งและเป็น “องค์ความรู้ใหม่” ที่จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตโดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจให้ดีขึ้นได้ ซึ่งการกำหนดมุมมองในการเล่าและแก่นเรื่องเช่นนี้ ส่งผลดีต่อกระบวนการทำงานโดยเฉพาะกระบวนการสื่อสารของ OKMD เพราะถือว่าการบริหารจัดการความรู้เป็นความถนัดเฉพาะของหน่วยงาน หากเพียงแต่ว่าการนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในฐานะ “องค์ความรู้ใหม่” นั้นอาจก่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับผู้คนในสังคมได้น้อยและอาจส่งผลต่อความคลาดเคลื่อนต่อความหมายโดยเฉพาะมิติทางด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งอันที่จริงนั้นเป็นเพียงส่วนประกอบด้านหนึ่งของ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่านั้น

การกำหนดตัวละครแม้ว่าจะมีความครอบคลุมกับผู้ฟังหรือผู้รับสารที่ต้องการจะสื่อสารด้วยแล้วคือ 3 กลุ่มทั้งนักคิด นักวิชาการ ศิลปินและช่างฝีมือ และนักธุรกิจและผู้ประกอบการธุรกิจ

สร้างสรรค์แต่เรื่องเล่าจะดำเนินไปอย่างสามเส้นเรื่องคืออาจมีแก่นเรื่องเดียวกันแต่ต่างมุมมอง ซึ่งก็เป็นความหลากหลายของเรื่องเล่า เพียงแต่อาจส่งผลต่อความชัดเจนของแก่นเรื่องได้

ด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลนั้น เมื่อพิจารณาร่วมกับการกำหนดฉากและเหตุการณ์แล้วถือว่ามีลำดับขั้นตอน มีความน่าเชื่อถือสอดคล้องสมเหตุสมผล จากการอ้างอิงถึงสถิติ การศึกษาวิจัยต่างๆ ความเหมาะสมของการสร้างฉากด้านตัวเลขกับฉากด้านศิลปวัฒนธรรมทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับความคิดสร้างสรรค์ว่าสามารถรวมกันได้ หากแต่เหตุการณ์ที่ดำเนินไปนั้นเกิดขึ้นบนฉากด้านเศรษฐกิจมากกว่าสังคมวัฒนธรรม ซึ่งอาจทำให้ความเข้าใจและการปรับประยุกต์ใช้ข้อได้เปรียบทางด้านสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมต่างๆ ยังไม่เพียงพอ ซึ่งก็จะส่งผลต่อผู้ฟังด้วยเช่นเดียวกัน

การประเมินเรื่องเล่าในแง่รูปแบบ ผู้เล่าเรื่องวางบทบาทและมุมมองในการเล่าแบบเป็นกลางเป็นผู้ที่เสมือน “ผู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการความรู้” และผู้กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นความรู้อย่างหนึ่ง บทบาทเช่นนี้ส่งผลให้เหตุการณ์และตัวละครกลุ่มนักวิชาการ นักคิด โดยเฉพาะด้านเศรษฐศาสตร์ซึ่ง OKMD เลือกลงใช้มีบทบาทอย่างมาก และมีความชัดเจนในการดำเนินเรื่องมากกว่าตัวละครกลุ่ม ศิลปินหรือช่างฝีมือ และกลุ่มนักธุรกิจและผู้ประกอบการ ผู้วิจัยพบว่าการจัดอบรม สัมมนา ให้ความรู้ ใช้บทความ สิ่งพิมพ์ หรือรายงาน การวิจัยต่างๆ เป็นเหตุการณ์หลักที่ OKMD สื่อสารบ่อยที่สุดเนื่องด้วยอาจเป็นเพราะในความถนัดเฉพาะทางของหน่วยงาน OKMD จึงเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นความรู้ที่ยังไม่ไปสู่วิถีชีวิตของผู้คนมากนัก

กลวิธีการนำเสนอฉากเกี่ยวกับสังคมวัฒนธรรมนั้นไม่มีบทบาทโดดเด่นเท่ากับฉากที่ว่าด้วยเรื่องผลกำไรหรือตัวเลขทางเศรษฐกิจ สังเกตได้จากตัวละครที่เป็นนักวิชาการ นักธุรกิจจะมีบทบาทโดดเด่นกว่าศิลปินหรือช่างฝีมือในการเล่าเรื่อง เรื่องเล่าที่มีฉากกรายได้และกำไรมีปริมาณและความถี่ที่มากกว่าเรื่องเล่าที่มีฉากเป็นความงามหรือความคิด

สามารถสรุปรายละเอียดการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ในรูปของตารางได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของ OKMD

| องค์ประกอบเรื่องเล่า | การวิเคราะห์สาระ | การวิเคราะห์รูปแบบ |
|------------------------|--|--|
| ผู้เล่าเรื่อง | ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการความรู้ | ผู้เล่าแบบเป็นกลาง Objective |
| แก่นของเรื่อง | เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือทางรอดใหม่ของเศรษฐกิจไทยภายใต้สังคมแห่งการเรียนรู้ | แก่นเรื่องระดับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นองค์ความรู้ใหม่ |
| เหตุการณ์ | เสนอความเคลื่อนไหวทางความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | ใช้การให้ข้อมูลข่าวสาร เสนอบทความ รายงานการวิจัยในรูปของสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อเว็บไซต์และโทรทัศน์ การจัดอบรม สัมมนา และการมอบรางวัล |
| ตัวละคร | 1) ผู้นำความคิด นักวิชาการ 2) นักออกแบบ ศิลปินหรือช่างฝีมือ 3) นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการ | 1) ใช้รายงานทางวิชาการ สื่อสารอย่างเป็นทางการ เน้นการให้ข้อมูล 2) ใช้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ สื่อสารไม่เป็นทางการ เน้นการให้แรงบันดาลใจ 3) ใช้ประสบการณ์ สื่อสารกึ่งทางการ เน้นการให้แนวทางและสร้างความตื่นตัว |
| ฉาก | ฉากเศรษฐกิจโลก และฉากวิกฤติเศรษฐกิจภายใน | อิทธิพลและกรณีศึกษาการปรับใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์จากนานาชาติส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนสังคมไทย |
| ความสัมพันธ์เชิงเวลา | ปลายศตวรรษที่ 19 กับ พ.ศ.2540 ระยะเวลาเข้าสู่แนวคิดของต่างชาติ ประมาณ 10 ปี /ของไทย 5 ปี | อิทธิพลการเคลื่อนไหวของแนวคิดจากชาติตะวันตกมาสู่ไทย เราดำเนินการช้ากว่าอยู่ประมาณ 5 ปี |
| ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล | กรณีศึกษาจากต่างชาติ เปรียบเทียบกับของไทย ความสำเร็จทางเศรษฐกิจ /สถิติ/ ปัจจัยเอื้อเช่น ด้านเอกลักษณ์ วัฒนธรรม | การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมโลกส่งผลให้ไทยต้องปรับตัว/ความสำเร็จจากชาติอื่นๆ ทำทนายให้ไทยควรเปลี่ยนสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ |
| ผู้ฟัง | 1) กลุ่มวิชาการ 2) กลุ่มวิชาชีพ 3) กลุ่มธุรกิจ | 1) ศึกษาแนวคิด ความรู้เพิ่มเติม 2) ต่อยอด สร้างสรรค์ผลงาน 3) ทดลองเอาหลักคิด ไปปรับใช้ |

เมื่อพิจารณาการวิเคราะห์และประเมินทั้งเนื้อหาสาระและรูปแบบแล้วพบว่า ในกระบวนการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ที่กำหนดให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นองค์ความรู้ใหม่ในสังคมไทยนั้น ด้านสาระของเรื่องมีความเหมาะสมและอยู่บนมุมมองที่ผู้เล่าเรื่องมีความเชี่ยวชาญ มีการกำหนดตัวละครและฉากที่จะใช้ดำเนินเหตุการณ์ได้อย่างหลากหลายและสอดคล้องกัน การแสดงความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลเน้นการอ้างอิงอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกและมูลค่าของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลให้เห็นด้านรูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD จึงเน้นไปที่การใช้ตัวละครกลุ่มนักคิด นักวิชาการ เป็นอันดับต้น รองลงมาคือนักธุรกิจและผู้ประกอบการส่วนศิลปินหรือช่างฝีมือจะมีพื้นที่ของการดำเนินเหตุการณ์ในเรื่องน้อยที่สุด ผ่านฉากทางด้านตัวเลขหรือมิติทางเศรษฐศาสตร์มากกว่าฉากด้านความคิดสร้างสรรค์หรือมิติทางสังคมวัฒนธรรม

การวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ที่ผ่านไประหว่างนี้ ผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะใช้เป็นกรอบในการอธิบายและอภิปรายถึงการเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับ OKMD ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อการสร้างสารของหน่วยงานต่างๆ ที่ผู้วิจัยเลือกมาศึกษาว่ามีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันหรือไม่อย่างไร ในลำดับถัดไปจะเสนอการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของหน่วยงานทั้ง 3 คือ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park, ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC และ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam

การวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park

ขั้นตอนที่ 1 สาระหรือเนื้อหาของเรื่องเล่า (analysis of substance of narrative) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park

1. ผู้เล่าเรื่อง (narrator) TK Park มีมุมมองว่าตนเองเป็นผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไม่ได้เป็นเนื้อหาหลักที่ผู้เล่าเรื่องให้ความสำคัญเท่ากับการสร้าง “กระบวนการเรียนรู้” ที่อาศัยสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายผนวกกับการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องเหมาะสมกับความแตกต่างของผู้ใช้บริการ ซึ่ง TK Park นิยามว่าเป็นการเรียนรู้ตามอัธยาศัยและเรียนรู้ตลอดชีวิต เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park จึงผ่าน

มุมมองของผู้เล่าเรื่องแบบบุคคลที่ 3 และมองเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไกลจากเรื่องการเสริมสร้าง “การเรียนรู้ตามอัธยาศัยและเรียนรู้ตลอดชีวิต” ซึ่งเป็นเนื้อหาหลักของตน

2. แก่นของเรื่อง (theme) จากบทบาทผู้เล่าเรื่องด้วยการเป็น “ผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์” TK Park ไม่ได้พิจารณาว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเนื้อหาหลักในเรื่องเล่าของตน แก่นของเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกระบวนการสร้างสรรค์ของ TK Park จึงไปปรากฏในระดับปัจเจก คือต้องอาศัยการเชื่อมโยงระหว่างกันได้ผ่านกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ที่ได้รับจาก TK Park ของผู้ใช้บริการแต่ละคน จึงจะสามารถเข้าถึงแก่นความคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ อาจกล่าวได้ว่า แก่นของเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park มีลักษณะเป็นพฤติกรรมเฉพาะมากกว่าแนวคิด หรืออาจสรุปได้ว่าแก่นเรื่องของ TK Park คือ “บุคคลจะต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เมื่อผ่านกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์”

3. เหตุการณ์ (event) เหตุการณ์ที่ TK Park ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีลักษณะเป็นเหตุการณ์ต่อเนื่องที่ต้ออาศัยการเกิดเหตุการณ์อื่นๆ ที่สร้างขึ้นก่อนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ เหตุการณ์ที่จะมาอธิบายเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะเป็นส่วนขยายเหตุการณ์ที่เคยเกิดขึ้นก่อนหน้านี้แล้ว เช่นเมื่อมีการให้บริการด้วยสื่อการเรียนรู้ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ ดนตรี มัลติมีเดีย จะมีการอบรม การแจกใจทย์เพื่อประกวดและมอบรางวัล แล้วนำผลงานเช่น งานเขียน การผลิตดนตรี หรืองานผลิตภาพยนตร์สั้นไปทดลองเผยแพร่ การทดลองเผยแพร่ผลงานนี้จะเป็นเหตุการณ์ที่ชี้ให้เห็นว่ากระบวนการเรียนรู้ก่อนหน้าซึ่ง TK Park ส่งเสริมให้เกิดขึ้นนั้น สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพหรือก่อให้เกิดรายได้แก่ตนได้

4. ตัวละคร (characters) ตัวละครหลักที่ TK Park ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น มี 2 กลุ่มคือตัวละครที่เป็นผู้อำนวยการเรียนรู้ กับผู้เรียนรู้ เมื่อพิจารณาจากการดำเนินเหตุการณ์แล้วจะพบว่า TK Park ให้ความสำคัญกับตัวละครผู้ใช้บริการ กลุ่มวัยรุ่นช่วงมัธยมปลายถึง First Jobber ในช่วงอายุ 15-25 ปีเพราะเหตุการณ์ที่ดำเนินไปในเรื่องเล่าเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นล้วนเปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้เข้าร่วม อาศัยการได้มีประสบการณ์ตรงของแต่ละบุคคลเป็นหลักในการดำเนินเรื่องต่อไป ขณะที่ตัวละครกลุ่มผู้อำนวยการเรียนรู้นั้นจะเป็นตัวละคร

ที่เสมือนอยู่เบื้องหลังคอยสนับสนุนให้ตัวละครหลักได้มีบทบาทในเรื่องเล่าด้วยการอาศัยประสบการณ์ที่จะได้จากการเข้าไปสู่เหตุการณ์ที่ผู้เล่าเรื่องสร้างไว้ให้

5. **ฉาก (setting)** ฉากที่ TK Park สร้างขึ้นในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณชนนั้น เป็นฉากที่ประกอบขึ้นจากการดำเนินเหตุการณ์ที่ต่อเนื่องจากบทบาทหน้าที่หลักในการเป็นผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของตน นั่นคือการกำหนดให้ “ห้องสมุด” กลายเป็นพื้นที่เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์หรือ “ห้องสมุดมีชีวิต” คือหากจะเกิดการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์สู่ภาคเศรษฐกิจได้ ย่อมต้องเกิดภายใต้บรรยากาศของการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ก่อนห้องสมุดมีชีวิตจึงถือเป็นฉากสำคัญหลักที่ก่อให้เกิดกระบวนการต่อยอดทั้งหมดได้

6. **ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations)** การนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park มีเงื่อนไขที่ต่อเนื่องจากการกำหนดฉากซึ่งได้รับอิทธิพลจากการเคลื่อนไหวของนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลที่ถูกส่งผ่านมาจาก OKMD ดังนั้นกล่าวได้ว่าการเริ่มต้นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK เกิดขึ้นภายหลังการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากหน่วยงานแม่คือช่วงเริ่มก่อตั้งหน่วยงานตั้งแต่ปี 2548 และมากล่าวถึงเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ชัดเจนมากขึ้นในปี 2550 เป็นต้นมา

7. **ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations)** ปัจจัยด้านความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าที่ TK Park ใช้เป็นหลักนั้นเชื่อมโยงจากการกำหนดฉากและการกำหนดความสัมพันธ์เชิงเวลาที่ต่อเนื่องมาจากนโยบายระดับบนของ OKMD แต่ทั้งนี้ TK Park เองมีการกำหนดบทบาทในการเล่าเรื่องของตนอย่างเด่นชัดว่าไม่ใช่หน่วยงานที่พูดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหลักอย่างตรงไปตรงมา หากแต่เหตุของการได้ปรับเปลี่ยนการเรียนรู้ของผู้คนไปสู่กระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ที่ TK Park ได้สนับสนุนนั้นจะส่งผลให้สังคมต่อยอดความคิดสร้างสรรค์สู่กิจกรรมทางเศรษฐกิจได้

8. **ผู้ฟัง (audience)** ผู้ฟังหรือผู้ชมเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park หรือในที่นี้คือผู้รับสารหลัก พบว่ามีความหลากหลายแต่อาจสามารถแบ่งเป็นผู้รับสารหวังผลระยะทันที กับผู้รับสารหวังผลระยะยาว จะเห็นว่าเหตุการณ์ที่ดำเนินไปในเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK

Park นั้น มีตัวละครกลุ่มที่เป็น First jobber เป็นผู้รับสารระยะหวังผลทันที เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเข้าสู่กระบวนการสร้างรายได้ ต่อยอดจากกิจกรรมความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ขณะที่ผู้รับสารกลุ่มอื่นๆ เช่น เด็กปฐมวัย วันรุ่นหรือผู้ใหญ่ คือผู้รับสารหวังผลระยะยาวคือต้องอาศัยระยะเวลาในการเชื่อมโยงหรือเข้าสู่กระบวนการสร้างรายได้ที่นานหรือช้ากว่า

ขั้นตอนที่ 2 รูปแบบของการเล่าเรื่อง (analysis of the form of narrative) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD

การวิเคราะห์รูปแบบของการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ใช้องค์ประกอบ 8 องค์ประกอบเช่นเดียวกับการวิเคราะห์สาระของเรื่องเล่าข้างต้น แต่จะเน้นที่กลวิธีหรือกระบวนการของแต่ละองค์ประกอบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **ผู้เล่าเรื่อง (narrator)** TK Park มีมุมมองว่าตนเองเป็นผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ตัวเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงถูกเล่าผ่าน “กระบวนการเรียนรู้” ที่ถูกออกแบบขึ้นมากกว่าการเล่าเรื่องจริงๆ จุดนี้เอง ผู้วิจัยพบว่า TK Park วางบทบาทตนเองในฐานะผู้เล่าเรื่องที่อยู่ภายในเรื่องเล่าไปพร้อมกันในฐานะ “ผู้ให้บริการการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์” ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า TK Park เป็นผู้เล่าเรื่องแบบมีส่วนร่วม (Participated) กับเรื่องเล่า คือเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปพร้อมกับผู้ฟังที่ต้องการสื่อสารด้วย

2. **แก่นของเรื่อง (theme)** จากบทบาทผู้เล่าเรื่องด้วยการเป็นผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ TK Park มีแก่นความคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็คือ บุคคลจะต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เมื่อผ่านการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ แก่นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park มีมุมมองในระดับปัจเจก (Individual) มากเป็นพิเศษ สะท้อนได้จากการนำเสนอแก่นของเรื่องที่เน้นให้เห็นว่ากระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ จะทำงานกับการปรับเปลี่ยนความคิดและพฤติกรรมของมนุษย์ ดังนั้นหากบุคคลได้รับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม การเรียนรู้ บุคคลจะมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทางความคิดไปสู่ขั้นที่สามารถคิดสร้างสรรค์ได้ ผู้วิจัยจึงเห็นว่า TK Park นำเสนอแก่นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการชี้ให้เห็นว่าหากบุคคลใด

สามารถเชื่อมโยงต่อยอดไปสู่แง่มุมทางด้านเศรษฐกิจก็จะสามารถเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เช่นกัน

3. เหตุการณ์ (event) เหตุการณ์ที่ TK Park ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีลักษณะเฉพาะตัวสูง คือมีลักษณะที่ถ่ายทอดผ่านกระบวนการเรียนรู้ผ่านสื่อและเครื่องมือต่างๆ ของตนเอง เหตุการณ์จึงดำเนินไปด้วยการอาศัยสื่อ เช่น หนังสือ ดนตรี กิจกรรมหรือมัลติมีเดีย ประกอบกับการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการซึ่งเป็นตัวละครหลักที่ดำเนินเรื่อง

เนื่องจากการนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park เน้นแก่นเรื่องในระดับปัจเจกเป็นหลัก ดังนั้นเหตุการณ์ที่ถูกใช้ในการเล่าเรื่องจึงเป็นเหตุการณ์ที่เน้นการลงมือทำ การส่งเสริมให้เกิดประสบการณ์ตรงที่จะเกิดจากสื่อการเรียนรู้ต่างๆ ที่หน่วยงานได้จัดไว้ให้ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า เหตุการณ์ที่ใช้สื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีเป็นลักษณะที่เรียกว่า “ผลพลอยได้” หรือ “การต่อยอด” ที่พัฒนาจากการสร้างกระบวนการคิด การทดลองทำ แล้วจึงนำไปสู่การปรับเป็นพฤติกรรมเฉพาะตามความถนัดของแต่ละคนตามความสนใจในสื่อหรือเครื่องมือแต่ละอย่าง การดำเนินเหตุการณ์ของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park จึงดำเนินไปอย่างเป็นขั้นตอนจากกระบวนการตั้งแต่เตรียมแหล่งเรียนรู้และผู้ให้ความรู้ เชิญเชิญผู้เรียนรู้ สร้างกระบวนการเรียนรู้ และสร้างโอกาสให้ผู้เรียนรู้นำความรู้ไปปรับใช้เพื่อสร้างรายได้หรือต่อยอดทางเศรษฐกิจ

4. ตัวละคร (characters) จากตัวละครหลักทั้ง 2 ประเภท คือ ผู้อำนวยการเรียนรู้และผู้เรียนรู้ผู้วิจัยพบว่าตัวละครผู้อำนวยการเรียนรู้จะมีบทบาทในการสนับสนุนให้การดำเนินเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดขึ้นกับผู้เรียนรู้ เนื่องจากการกำหนดมุมมองในการเล่าเรื่อง เหตุการณ์ต่างๆ ที่ผู้เล่าเรื่องสร้างขึ้นนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมของตัวละครกลุ่มผู้เรียนรู้ต่อการนำความรู้ที่ได้ไปปรับใช้ด้วยตนเอง

ด้านบทบาทตัวละครผู้อำนวยการเรียนรู้จะเป็นผู้สร้างบรรยากาศหรือผู้กระตุ้นให้ผู้เรียนเข้าสู่สถานการณ์การเรียนรู้หลากหลายรูปแบบซึ่งเป็นเครื่องมือที่ผู้เล่าเรื่องได้วางและออกแบบไว้ให้ การสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ต่างๆ ต่อตัวละครกลุ่มผู้เรียนรู้จะส่งผลให้ผู้เรียนรู้แต่ละคนเลือกที่จะนำเอาความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้เอง ซึ่งตัวละครกลุ่มผู้อำนวยการเรียนรู้จะเข้ามามีบทบาท

อีกครั้งในสถานการณ์การสร้างโอกาสหรือเปิดเวทีรวมทั้งจัดหาช่องทางให้ตัวละครกลุ่มผู้เรียนรู้นี้สามารถใช้ความรู้ที่ได้ตกผลึกจนเป็นความสามารถเฉพาะของตนแสดงศักยภาพผ่านช่องทางต่างๆ ได้

5. **ฉาก (setting)** ฉากที่ TK Park สร้างขึ้นในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณชนนั้น เป็นฉากที่ประกอบขึ้นจากการกำหนดให้พื้นที่รับผิดชอบหลักของตนคือ “ห้องสมุดมีชีวิต” บรรจุเนื้อหาความรู้มากมายภายใต้การใช้สื่อการเรียนรู้ที่หลากหลาย รองรับด้วยการกำหนดให้ตัวละครทั้งผู้อำนวยการเรียนรู้และผู้เรียนรู้ที่เข้าสู่ฉากต้องสัมพันธ์กัน ฉากห้องสมุดมีชีวิตนี้มีส่วนสำคัญต่อการดำเนินเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมากโดยเฉพาะในแง่บรรยากาศสร้างสรรค์ (creative space) ที่ถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ไม่ใช่เพียงแง่ของพื้นที่แต่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ และคนกับคนที่มาอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ซึ่งผู้วิจัยอยากสะท้อนประเด็นนี้ว่าเป็นฉากรองรับเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สำคัญมากเพราะหากเราไม่พยายามหรือไม่ตระหนักถึงเรื่องการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับคนในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งที่มาอยู่รวมกัน การถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์ระหว่างกันจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ จะด้วยความตั้งใจหรือไม่ก็ตาม TK Park ได้สร้างฉาก “ห้องสมุดมีชีวิต” ไว้รองรับเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วเพียงแต่กระบวนการดำเนินเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ต้องอาศัยการเข้ามาปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวละครกับฉากในเรื่องให้เกิดเป็นประสบการณ์ร่วมกันอย่างเป็นขั้นตอนจึงจะสามารถกลายเป็นเรื่องเล่าที่สมบูรณ์ได้

6. **ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations)** การนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ได้รับอิทธิพลจากการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ซึ่งเป็นหน่วยงานแม่ ระยะเวลาจึงคาบเกี่ยวกับการปรับเปลี่ยนแนวคิดเรื่องการพัฒนาทุนความคิด ซึ่งเป็นต้นทุนในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่เพิ่งเกิดขึ้นประมาณ 10 กว่าปีที่ผ่านมา ขณะที่การนิยามตนเองว่าเป็นผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ทำให้ TK Park คำนึงถึงบทบาทของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเรียนรู้ของผู้คนในสังคมที่จำกัดเฉพาะการเรียนรู้ในระบบให้ไปสู่การเรียนรู้ตามอัธยาศัยการเรียนรู้สาธารณะ ที่ถือเป็นนโยบายของการก่อตั้งหน่วยงานขึ้นในราว 5-7 ปีก่อน

7. **ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations)** ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าที่ TK Park ใช้เป็นหลักนั้นผู้วิจัยเห็นว่าเกิดจากอิทธิพลของการปรับเปลี่ยนแนวคิดเกี่ยวกับการเรียนรู้ของคนหรือการปฏิรูปการศึกษาซึ่งได้รับอิทธิพลจากสังคมตะวันตกในช่วงปลายทศวรรษที่ 19 หรือปี 2540 ของประเทศไทย จากความสัมพันธ์เชิงเวลาข้างต้น ก่อให้เกิดการพูดถึงเรื่อง ทุนความคิด การหันมาพิจารณาว่ามนุษย์สามารถพัฒนาตนเองให้เป็นต้นทุนในการผลิตได้ เป็นเหตุของการปรับเปลี่ยนวิธีการการศึกษาและเรียนรู้ ขณะเดียวกันการกล่าวถึงเรื่อง ทุนความคิด อันเป็นเครื่องมือของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ส่งผลให้การส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคคลกลายเป็นภารกิจหลักของ TK Park ด้วยเหตุนี้เอง ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park จึงเป็นความสอดคล้องกันระหว่างการพัฒนาส่งเสริมให้ผู้คนเกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์กับการต่อยอดสู่ความคิดที่จะสามารถผลิตหรือสร้างรายได้จากกระบวนการคิดและลงมือทำของตนได้

8. **ผู้ฟัง (audience)** จากขั้นตอนการวิเคราะห์สาระของเรื่อง ผู้วิจัยพบว่าผู้ฟังหรือผู้รับสารเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park จากในมุมมองของผู้เล่าเรื่องที่มีการระบุถึงตัวละคร 2 กลุ่มคือ ผู้อำนวยการเรียนรู้ กับผู้เรียนรู้ ตัวละครทั้ง 2 กลุ่มต่างต้องมีปฏิสัมพันธ์กันในเหตุการณ์ และจากที่ผู้เล่าเรื่องกำหนด ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นว่า ผู้ฟังเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามการนำเสนอของ TK Park นั้น หมายถึงรวมถึงทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ คือขณะที่ผู้เรียนรู้ได้เข้าสู่กระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ตามที่ TK Park โดยผู้อำนวยการเรียนรู้จัดสรรไว้ให้ นั้น ทั้ง 2 ต่างเป็นผู้ฟังเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยกันเพียงแต่ฝ่ายผู้อำนวยการเรียนรู้เป็นผู้จัดหาสนับสนุน อำนวยความสะดวกความรู้และสื่อต่างๆให้แก่ผู้เรียนรู้ได้เลือก ทดลองใช้ ผักผ่อนจนเกิดเป็นความถนัดตามความสนใจของตน เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับผู้ฟังทั้ง 2 ฝ่ายจึงเป็นเรื่องเล่าระหว่างกระบวนการเรียนรู้แลกเปลี่ยนของกันและกัน

สามารถสรุปรายละเอียดการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ในรูปของตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของ TK Park

| องค์ประกอบเรื่องเล่า | การวิเคราะห์สาระ | การวิเคราะห์รูปแบบ |
|------------------------|--|---|
| ผู้เล่าเรื่อง | ผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ อย่างสร้างสรรค์ | ผู้เล่าเรื่องแบบมีส่วนร่วม participatory |
| แก่นของเรื่อง | บุคคลจะต่อยอดสู่เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ได้เมื่อผ่านการเรียนรู้อย่าง สร้างสรรค์ | แก่นเรื่องระดับปัจเจก เศรษฐกิจสร้างสรรค์เกิดจากการต่อยอด ของแต่ละบุคคล |
| เหตุการณ์ | เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือเหตุการณ์ ต่อเนื่องจากการได้รับการส่งเสริมให้ เกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ | เน้นเหตุการณ์ที่แสดง การลงมือทำ เรียนรู้จากประสบการณ์ตรงที่ได้รับจาก สื่อต่างๆ จัดให้บริการไว้ |
| ตัวละคร | 1) ผู้อำนวยการเรียนรู้ 2) ผู้เรียนรู้ | ปฏิสัมพันธ์กันในฐานะผู้เรียนรู้เรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปพร้อมกัน |
| ฉาก | ห้องสมุดมีชีวิต | พื้นที่ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้อย่าง สร้างสรรค์ อันจะเป็นต้นทางของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ |
| ความสัมพันธ์เชิงเวลา | 10 ปีที่ผ่านมาเริ่มปฏิรูปสังคมสู่สังคม แห่งการเรียนรู้ และ 5-7 ปีที่ผ่านมา เริ่มพูดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | ปรับตัวตามหน่วยงานแม่คือ OKMD เมื่อ หน่วยงานแม่ปรับจึงปรับตัวตาม |
| ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล | ความคิดสร้างสรรค์จากการเรียนรู้ที่ เหมาะสมเกิดเป็นทุนทางความคิดอัน เป็นเหตุหรือเครื่องมือของการเข้าสู่ ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | การพัฒนาส่งเสริมให้ผู้คนเกิดการ เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ส่งผลต่อ ความสามารถทางการคิดสร้างสรรค์และ ต่อยอดสู่การสร้างรายได้ |
| ผู้ฟัง | 1) ผู้ให้บริการ 2) ผู้รับบริการ | ปฏิสัมพันธ์กันในฐานะผู้เรียนรู้เรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปพร้อมกัน |

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินเรื่อง (evaluation of narrative)

การประเมินเรื่องเล่าในแง่เนื้อหาสาระ เมื่อประมวลเนื้อหาของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park แล้วผู้วิจัยพบว่า เรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ถือเป็นจุดหมายปลายทางเฉพาะบุคคลของผู้ที่ได้เข้าสู่กระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ซึ่ง TK Park ในฐานะผู้อำนวยการเรียนรู้ได้ส่งเสริม นั่นคือ “บุคคลจะต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เมื่อผ่านการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์” การกำหนดมุมมองในการเล่าและแก่นเรื่องเช่นนี้ส่งผลต่อกระบวนการทำงานโดยเฉพาะกระบวนการสื่อสารของ TK Park เพราะจะไม่เน้นหรือลงรายละเอียดกับการนิยามหรือให้ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะ “องค์ความรู้” แต่จะเน้นการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนและผู้อำนวยการเรียนรู้ไปพร้อมกัน

การกำหนดตัวละครหลัก 2 กลุ่ม คือผู้อำนวยการเรียนรู้และผู้เรียนรู้เป็นวิธีการที่ช่วยให้การกำหนดมุมมองและทิศทางในการเล่าเรื่องมีความชัดเจนอยู่ในกรอบของบทบาทของผู้เล่าเรื่องว่าเป็น “ผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์” จากบทบาทของผู้เล่าเรื่องเช่นนี้จะทำให้ตัวละครทั้ง 2 กลุ่มต่างเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ด้วยกันทั้งคู่ บัณฑิตเรื่องความคิดสร้างสรรค์เป็นเสมือนกุญแจสำคัญของการเรียนรู้ที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้การวางตัวละครให้กลุ่มหนึ่งเป็นผู้สนับสนุนย่อมส่งผลให้เกิดบทบาทที่เด่นชัดขึ้นเกี่ยวกับการได้เรียนรู้ภายใต้การมีประสบการณ์ตรงให้กับอีกกลุ่มหนึ่งนั่นก็คือ กลุ่มผู้เรียนนั่นเอง

ด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและความสัมพันธ์เชิงเหตุผลนั้น เมื่อพิจารณาร่วมกับการกำหนดฉากและเหตุการณ์แล้วถือว่ามีความสมเหตุสมผล ส่งผลให้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความน่าสนใจ ติดตาม อาจมิได้ถูกเสนอให้เป็นเหตุผลต่อกันโดยตรง แต่การจัดวางฉากห้องสมุดมีชีวิตให้เป็นฉากหลังที่บรรจุความรู้ที่หลากหลายรวมถึงวิธีการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล กับกระบวนการต่อยอดสู่การปรับนำไปใช้ ซึ่งท้ายที่สุดแม้อาจจะไม่ได้นำไปสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงแต่กระบวนการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งและเป็นสัญญาณว่าการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการบ่มเพาะบุคคลเป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานที่สังคมที่ต้องการเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องสร้างให้เกิดขึ้นจนเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมให้ได้

การประเมินเรื่องชีวิตเล่าในแง่รูปแบบ ผู้เล่าเรื่องวางบทบาทและมุมมองในการเล่าแบบมีส่วนร่วม คือเป็นผู้เล่าเรื่องพัฒนาเรื่อง “แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไปพร้อมกันกับผู้ฟัง อีกทั้งยังกำหนดให้ตนเป็น “ผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์” บทบาทเช่นนี้ส่งผลให้เหตุการณ์และตัวละครที่ TK Park กำหนดไว้ในการเล่าเรื่องอันได้แก่ ผู้อำนวยการเรียนรู้และผู้เรียนรู้ มีบทบาทในลักษณะที่เน้นเรื่องการเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งผู้เล่าเรื่องถือว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันนี้เองเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์อันเป็นเนื้อหาหลักของการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ TK Park

ผู้วิจัยพบว่าจากการให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์เป็นหลัก ส่งผลให้เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ไม่ได้มีแก่นเรื่องเด่นชัดอยู่ในระดับแนวคิดหากแต่เป็นแก่นเรื่องในระดับพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่จะเกิดขึ้นจากการผ่านกระบวนการเรียนรู้ดังกล่าวมากกว่า ซึ่งในกรณีนี้จุดเด่นอยู่ที่กระบวนการอำนวยความสะดวกที่เน้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบการเรียนรู้มีหลากหลาย ผู้เรียนรู้แต่ละคนจะรับประสบการณ์ตรงแตกต่างกันตามความถนัดและความสนใจซึ่งค่อนข้างกว้างขวาง มิติของการต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงไม่เด่นชัดแต่ TK Park เสนอให้การเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์คือการเตรียมความพร้อมสู่การเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบนั่นเอง

กลวิธีการนำเสนอฉากในการเล่าเรื่องอาศัยการนำ “ห้องสมุดมีชีวิต” มาเป็นฉากหลักซึ่งส่งผลต่อการสร้างสถานการณ์ที่ตัวละครจะเข้ามาเผชิญคืออยู่ภายใต้กรอบของพื้นที่การเรียนรู้แห่งนี้ ทั้งนี้แม้จะมีฉากในการเล่าเรื่องที่มีกรอบชัดเจนในแง่กายภาพ หากแต่กระบวนการสร้างเหตุการณ์ภายใต้ฉากแห่งนี้ TK Park อาศัยกลวิธีในการใช้องค์ประกอบหรือสื่อในการเรียนรู้ที่หลากหลายเข้ามาเป็นข้อได้เปรียบอันเป็นเอกลักษณ์ทั้งสื่อหนังสือ สื่อดนตรี สื่อกิจกรรมและมัลติมีเดีย เพื่อรองรับการดำเนินเหตุการณ์ในเรื่องให้สอดคล้องกับความต้องการของตัวละครและตัวผู้ฟัง อีกทั้งยังนำเสนอว่าผู้ให้และผู้รับบริการต้องเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ในสายตาของผู้วิจัยพบว่ากลวิธีดังกล่าวนี้มีบทบาทอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ ซึ่งองค์ประกอบเรื่องพื้นที่สร้างสรรค์นั้นถือเป็นปัจจัยต้นๆในการจะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจากรูปแบบฉาก เหตุการณ์และตัวละครของเรื่องเล่าของ TK Park เช่นนี้ยังจะต้อง

เน้นให้เห็นว่างานของ TK Park นั้นมีบทบาทสอดคล้องและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ด้านสาระของเรื่องมีความเหมาะสมและอยู่บนมุมมองที่ผู้เล่าเรื่องมีความเชี่ยวชาญ มีการกำหนด ตัวละครและฉากที่จะใช้ดำเนินเหตุการณ์ได้อย่างเป็นเอกลักษณ์เพราะเน้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวละครผู้อำนวยการเรียนรู้และผู้เรียนรู้ การแสดงความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลเน้นการอ้างอิงอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาตามอรรถาธิบายและกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ส่งผลให้ในด้านรูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park จึงเน้นไปที่การใช้ตัวปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวละครที่เข้าสู่เหตุการณ์หรือสถานการณ์ การเรียนรู้ที่ออกแบบขึ้นอย่างหลากหลายเป็นสิ่งสะท้อนในลักษณะที่เป็นเหตุเป็นผลสืบเนื่องกัน คือเมื่อผู้เรียนรู้ได้เข้ามาสู่กระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ที่มีผู้อำนวยการเรียนรู้และฉาก “ห้องสมุดชีวิต” รองรับจะส่งผลให้ผู้เรียนรู้เกิดกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ซึ่งอาจต่อยอดสู่การสร้างรายได้ สร้างงานของแต่ละบุคคลได้

จากการประเมินเรื่องเล่าทั้ง 2 ส่วนคือ เนื้อหาสาระและรูปแบบแล้ว ในกระบวนการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ผู้วิจัยเห็นว่าการใช้ฉากห้องสมุดมีชีวิตที่ต่างจากห้องสมุดทั่วไปดำเนินเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้ในฐานะต้นทางของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือเป็นรูปแบบการเล่าเรื่องที่สร้างความเฉพาะตัวของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตนได้เป็นอย่างดี TK Park จึงควรพิจารณาว่าตนเองเป็นผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงในฐานะกลไกหนึ่งของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บทบาทในการเป็นหน่วยงานของรัฐที่พูดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ก็จะต้องมีความเด่นชัดมากขึ้นได้

ในช่วงหนึ่งของการสัมภาษณ์บุคคลจาก TK Park ผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 2 ต่างกล่าวถึงศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC ว่ามีบทบาทสำคัญในการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณะเด่นชัดมากกว่าหน่วยงานอื่นๆ ที่อยู่ภายใต้การกำกับของ OKMD ด้วยกัน ในลำดับถัดไป ผู้วิจัยจะนำเสนอการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

การวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC

ขั้นตอนที่ 1 สารหรือเนื้อหาของเรื่องเล่า (analysis of substance of narrative) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC

1. **ผู้เล่าเรื่อง (narrator)** TCDC มีมุมมองว่าตนเองเป็น “ผู้ส่งเสริมให้ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นวิถีชีวิตที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้” จัดได้ว่าเป็นผู้เล่าประเภทสนับสนุนเนื้อหาของเรื่องเล่าอย่างเต็มที่โดยนำเสนอ “การออกแบบและความคิดสร้างสรรค์” ว่าเป็นส่วนสำคัญให้เกิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เป็นระบบได้ ดังนั้นผู้เล่าเรื่องจึงใช้การให้ข้อมูล ให้ความรู้หรือนำเสนอคุณค่าคุณประโยชน์ของทั้งการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความตระหนัก

2. **แก่นของเรื่อง (theme)** จากบทบาทผู้เล่าเรื่องด้วยการเป็น “ผู้ส่งเสริมการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์” TCDC มีการกำหนดแก่นของเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ตนจะเล่าไว้โดยอาศัยความเป็นผู้เล่าเรื่องที่สนับสนุนและกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อเรื่องนี้ นำเสนอแก่นความคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือวิถีชีวิตที่ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เพื่อก่อให้เกิดรายได้” กำหนดให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นบริบทที่ผลักดันให้ผู้คนต้องอาศัยการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของการดำเนินชีวิต

3. **เหตุการณ์ (event)** เหตุการณ์ที่ TCDC ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีลักษณะเป็นเหตุการณ์ที่สร้าง “ความตื่นตัวเกี่ยวกับการใช้การออกแบบผนวกกับการคิดสร้างสรรค์เพื่อทำมาหากินได้” เช่น การสร้างสรรค์การจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ การนำเสนอบทความ ความรู้ ข้อคิดเห็นในนิตยสารรายเดือน การจัดโครงการบริการวิชาการเช่น อบรม สัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติการ กระทั่งการจัดสถานที่หรือบริเวณพื้นที่ของ TCDC เอง

4. **ตัวละคร (characters)** ตัวละครหลักที่ TCDC ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มี 3 ประเภทคือ (1) ผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ (2) ศิลปิน นักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์ และ (3) ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจออกแบบ ตัวละครเหล่านี้ ถูกใช้ในการเล่าเรื่องในบทบาทที่ต่างกันโดยให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างคุณค่าทางด้านศิลปะของงานออกแบบและการรู้จักคิด

สร้างสรรค์และการนำไปปรับประยุกต์ใช้กับการบริหารจัดการธุรกิจ ตัวละครจะถูกนำเสนอผ่านเหตุการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น

5. **ฉาก (setting)** ฉากที่ TCDC สร้างขึ้นในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณะ นั้น เป็นฉากที่ประกอบจากการกำหนดพื้นที่ซึ่งอยู่ในห้างสรรพสินค้าให้เป็นตัวอย่างของการออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ TCDC ใช้ “ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ” ซึ่งเป็นพื้นที่ของตน คือมีห้องสมุดเฉพาะทาง ห้องจัดแสดงผลงาน นิทรรศการ ร้านค้า ร้านอาหาร นำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ตามความเหมาะสมสอดคล้องระหว่างพื้นที่ที่ออกแบบไว้กับสิ่งที่จะสื่อสาร

6. **ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations)** การนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC มีเงื่อนไขที่ต่อเนื่องจากการเป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD ลักษณะของความสัมพันธ์เชิงเวลาของเหตุการณ์ที่ดำเนินไปนั้นจะเกิดขึ้นอย่างเป็นลำดับหลังจากการจัดตั้งหน่วยงานแม่ขึ้นและมีการกำหนดภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมให้ประเทศไทยมีศูนย์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาคน เช่น TK Park และ TCDC ดังนั้นเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC จึงเกิดขึ้นภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงนั้นคือตั้งแต่ระหว่างปี 2548 เป็นต้นมา

7. **ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations)** ปัจจัยด้านความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าที่ TCDC ใช้เป็นหลักนั้น อาศัยบริบทของฉากและการกำหนดความสัมพันธ์เชิงเวลา ส่งผลให้การสร้างเหตุว่าหากมีการนำความรู้เรื่องการออกแบบ เรื่องการคิดสร้างสรรค์ไปปรับใช้กับการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆแล้วจะส่งผลให้เกิดการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นวิธิต่างเศรษฐกิจแบบใหม่ที่สร้างโอกาสในการแข่งขันได้ดีกว่า

8. **ผู้ฟัง (audience)** ผู้ฟังหรือผู้ชมเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC พบว่ามี 2 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มแรกคือกลุ่มนักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์ กลุ่มที่สองคือนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการธุรกิจ โดย TCDC กำหนดให้ผู้ฟังเหล่านี้เป็นผู้พัฒนาตนเองเข้าสู่กระบวนการคิดสร้างสรรค์และใช้การออกแบบที่ต่างกันคือกลุ่มที่หนึ่งใช้การทักษะการออกแบบเพื่อต่อยอด

ความคิดสร้างสรรค์ซึ่งเป็นต้นทุนเดิมเข้าสู่การบริหารจัดการเชิงธุรกิจ ขณะที่กลุ่มที่สองจะต้องเกิดกระบวนการออกแบบและคิดสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดธุรกิจที่ตนเองดำเนินอยู่ให้แตกต่าง

ขั้นตอนที่ 2 รูปแบบของการเล่าเรื่อง (analysis of the form of narrative) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC

การวิเคราะห์รูปแบบของการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ใช้องค์ประกอบ 8 องค์ประกอบเช่นเดียวกับการวิเคราะห์สาระของเรื่องเล่าข้างต้น แต่จะเน้นที่กลวิธีหรือกระบวนการของแต่ละองค์ประกอบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **ผู้เล่าเรื่อง (narrator)** TCDC มีมุมมองว่าตนเองเป็นผู้ส่งเสริมให้ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นวิถีชีวิตที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ จัดได้ว่าเป็นผู้เล่าประเภทสนับสนุน(Supportive) เนื้อหาที่ตนเองเล่าเล่าอย่างเต็มที่ มุมมองในการเล่าเช่นนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นมุมมองที่มองแบบเน้นให้เกิดการคล้อยตาม ส่งผลให้ท่าทีในการเล่าเรื่องเป็นไปในลักษณะเสนอคุณค่า คุณประโยชน์ ยกข้อดี เป็นผู้เล่าเรื่องที่มองเรื่องการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์แบบ Positive ดังนั้นกระบวนการเล่าเรื่องของผู้เล่าจึงต้องอาศัยทักษะการเปรียบเทียบให้เห็นหรือยกตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน

2. **แก่นของเรื่อง (theme)** จากบทบาทผู้เล่าเรื่องด้วยการเป็น “ผู้ส่งเสริมการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์” TCDC มีการกำหนดแก่นของเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ตนจะเล่าไว้ว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือวิถีชีวิตที่ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เพื่อก่อให้เกิดรายได้” ข้อเด่นของการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC นั่นคือวิธีการกำหนดแก่นของเรื่องที่ครอบคลุมทั้ง 3 ระดับของความสัมพันธ์ของแก่นเรื่องกับผู้คนคือตั้งแต่ระดับที่เป็น “ปรัชญา” ระดับ “สังคม” และระดับ “ปัจเจก”

การกำหนดแก่นเรื่องเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นแม้มีลักษณะเป็น “วิถีคิด” หรือ “conceptual” มากแต่ TCDC ก็ระบุการเชื่อมโยงให้เกิดกระบวนการปรับวิถีคิดดังกล่าวมาสู่ “พฤติกรรม” เฉพาะบุคคลได้และยังเชื่อมโยงบุคคลกับ “สังคม” ไว้ได้ด้วยการจับให้ วิถีชีวิตเป็นแก่นสำคัญในการสร้างแก่นเรื่อง โดยมีตัวรายได้เป็นเป้าหมายปลายทางของการเชื่อมโยงมิติด้าน

“วิธีคิดสู่การปฏิบัติ” ผู้วิจัยมองว่าแก่นเรื่องลักษณะนี้จะเอื้ออำนวยต่อการทำความเข้าใจ การติดตามเรื่องราวได้ง่ายและมีน้ำหนักกว่าการใช้แก่นเรื่องในระดับปรัชญาความคิดเพียงอย่างเดียว

3. เหตุการณ์ (event) เหตุการณ์ที่ TCDC ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีลักษณะเป็นเหตุการณ์ที่สร้าง “ความตื่นตัวเกี่ยวกับการใช้การออกแบบผนวกกับการคิดสร้างสรรค์เพื่อทำมาหากินได้” ลักษณะกระบวนการออกแบบเหตุการณ์จะเริ่มต้นจากการใช้นิทรรศการเป็นตัวเปิดประเด็นหรือสร้างความสนใจ วิธีคิดในการออกนิทรรศการแต่ละครั้ง จะพิจารณาจากสถานการณ์แวดล้อมทางสังคมหรือการตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจ อุตสาหกรรม อาศัยการระดมตัวละครหลักคือทั้งจากมิติด้านการออกแบบสร้างสรรค์และภาคธุรกิจ รวมทั้งการนำเสนอตัวอย่างผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ เป็นตัวชูโรง

เมื่อนิทรรศการจัดแสดงขึ้น TCDC จะใช้สร้างเหตุการณ์สนับสนุนอื่นๆ เช่น การจัดการบริการทางวิชาการ (educational program) ที่มาในรูปของการสัมมนา การอบรมเชิงปฏิบัติการ หรือการออกสื่อสิ่งพิมพ์เข้ามาเป็นเหตุการณ์ต่อเนื่องให้บรรยากาศของเรื่องมีความเข้มข้นหนักแน่น ผู้วิจัยยังตั้งข้อสังเกตว่า ในบางช่วงเวลาที่มิใช่ประเด็นร้อน เช่น ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม TCDC ก็จะทำอาศัยการเชื่อมโยงเหตุการณ์เหล่านั้นแล้วกำหนดให้การออกแบบและการคิดอย่างสร้างสรรค์เป็นเสมือน “ตัวเอก” ของเรื่องที่จะมาคลี่คลายปัญหาเหล่านั้นได้เป็นต้น

4. ตัวละคร (characters) ตัวละครหลักที่ TCDC ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มี 3 ประเภทคือ (1) ผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์ (2) ศิลปิน นักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์ และ (3) ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์และธุรกิจออกแบบ ตัวละครเหล่านี้ ถูกใช้ในการเล่าเรื่องในบทบาทที่ต่างกัน กลวิธีในการเล่าเรื่องของตัวละครแต่ละประเภทก็จะแตกต่างกันไปตามเหตุการณ์แต่ละประเภทด้วย

ตัวละครประเภทผลิตภัณฑ์หรือบริการสร้างสรรค์นั้น จัดได้ว่าเป็นตัวละครเอกที่สร้างความเป็นรูปธรรมเมื่อกล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ชัดเจนที่สุด ผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการต่างๆ จะถูกนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งการเป็นส่วนหนึ่งของนิทรรศการ การไปปรากฏอยู่ในนิตยสาร หรือการจับมาเป็นกรณีศึกษาในการอบรม สัมมนาต่างๆ ตัวละครกลุ่มนี้ จะถูก

กำหนดให้นำเสนอแก่นเรื่องแบบจับต้องได้ อย่างมีรูปธรรม กระตุ้นให้เกิดการคิดตามและมีบทบาทในการส่งเสริมให้เกิดแรงสงสัย เกิดการตั้งคำถาม เช่น สิ่งนี้มันมาได้อย่างไร คิดได้อย่างไร ทำไมถึงออกมาเป็นแบบนี้ อีกทั้งยังมีการจัดแสดงผลภัณฑ์ต่างๆ ในฉากร้าน The Shop @ TCDC ด้วย ยิ่งเป็นการเสริมให้เหตุการณ์มีความสมบูรณ์เมื่อก้าวถึงเรื่องการออกแบบ การคิดสร้างสรรค์กับการก่อให้เกิดตรายได้อีกด้วย

ตัวละครประเภทศิลปิน นักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์ เป็นตัวละครอีกกลุ่มหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะจะใช้นำเสนอวิธีคิด ทศนคติหรือมุมมองของตัวละครที่มีต่อการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์จากประสบการณ์ของตนเอง การนำเสนอตัวละครเหล่านี้มักไปปรากฏอยู่ในเหตุการณ์ประเภทการบริการวิชาการ เช่น การอบรมให้ความรู้ การสร้างแรงบันดาลใจจากการสนทนาหรือเสวนา การแลกเปลี่ยนแนวคิดจากการสัมมนา เป็นต้น อีกทั้งยังอาศัยการใช้บทความหรือบทสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดความคิดของตัวละครเหล่านี้ เพื่อให้เรื่องเล่าเกี่ยวกับการออกแบบและการสร้างสรรค์ออกมาในมิติที่ไม่เป็นทางการ ส่งเสริมความทะยานอยากหรือกระตุ้นแรงขับเคลื่อนเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ของผู้คน นอกจากนั้นตัวละครกลุ่มนี้ จะใช้เชื่อมโยงกับตัวละครกลุ่มผลิตภัณฑ์ สินค้าหรือบริการได้อีก เพราะครั้งที่ตัวละครกลุ่มนักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์เองก็เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ หรือบริการต่างๆ ด้วย

ตัวละครกลุ่มที่ 3 คือกลุ่มนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการ โดยเฉพาะรุ่นใหม่ในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่อยู่ในอุตสาหกรรมอยู่แล้วจะใช้บทบาทของตนในการสร้างความน่าเชื่อถือ และชี้ให้เห็นประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการนำการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ไปปรับใช้กับการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจของตน ท่วงท่าในการนำเสนอเรื่องเล่าของตัวละครกลุ่มนี้จะมีความเป็นกึ่งทางการคือ การชี้แจง การแตกประเด็นในเรื่องการวางแผนปรับประยุกต์เรื่องการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ให้เกิดรายได้เพิ่ม การลดต้นทุน การต่อยอดผลิตภัณฑ์หรือบริการให้แตกต่างหรือแตกต่างจากสินค้าหรือบริการเดิมๆ ที่ตนมีอยู่ การนำเสนอเรื่องเล่าจะต้องมีการกล่าวถึงความเปลี่ยนแปลง ซึ่งมักเป็นไปในทางที่ดีขึ้น โดยเฉพาะผลกำไรหรือยอดการผลิต ยอดการขาย หากไม่เพียงแต่เรื่องผลกำไรแต่ผลพลอยได้เช่น เรื่องภาพลักษณ์ ความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม หรือกระทั่งผลกระทบต่อทางความรู้สึกของผู้คนที่เกี่ยวข้องเช่น แรงงาน ลูกค้า การ

นำเสนอของตัวละครกลุ่มนี้พบมากที่สุดในการเสวนาหรือสัมมนาเพราะจะต้องถ่ายทอดประสบการณ์ของตน นอกจากนั้นอาจพบได้ในการสื่อผ่านบทความ บทสัมภาษณ์

5. **ฉาก (setting)** ฉากที่ TCDC สร้างขึ้นในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณะนั้นคือ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ที่ตั้งอยู่บนชั้น 6 ของอาคารสรรพสินค้า The Emporium การเลือกพื้นที่ภายในห้างสรรพสินค้า เป็นความตั้งใจให้เรื่องเล่าของตนไม่ถูกแยกออกจากชีวิตประจำวัน (ของคนเมือง) เป็นพื้นที่ที่ TCDC เองเชื่อว่าจะสามารถเชื่อมมิติของงานสร้างสรรค์กับเศรษฐกิจได้

ผู้วิจัยพบว่า การใช้ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบเป็นฉากของเรื่องนี้เป็นกระบวนการกำหนดฉากในการเล่าเรื่องที่สามารถเล่าเรื่องเอกลักษณ์และความเชี่ยวชาญของตนเองด้วยอยู่ในที่เนื่องจาก TCDC ใช้การออกแบบพื้นที่ที่รับผิดชอบของตนให้มีมิติของการใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์และอาศัยการออกแบบมาเป็นเครื่องมือในการจัดวาง ฉากต่างๆ ที่จะรองรับเหตุการณ์ที่ตนเองจะใช้ในการนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ด้วย

ฉากของ TCDC จะประกอบไปด้วย ห้องแสดงนิทรรศการ ห้องสมุดเพื่อการออกแบบ ห้องสัมมนา ห้องสมุดวัสดุ ร้านอาหาร ร้านแสดงสินค้า ซึ่งห้องเหล่านี้จะถูกสร้างเหตุการณ์ให้มีการพบปะกันของตัวละครต่างๆที่จะสื่อสารเรื่องเล่าไปสู่กลุ่มผู้ฟังที่จะสอดคล้องกันไปตามแต่ละเหตุการณ์ อาศัยเครื่องมือหรือสื่อที่ประกอบฉากให้มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับเหตุการณ์ เช่น หนังสือ มัลติมีเดียต่างๆ สิ่งของ กระทั่งสื่อบุคคล ผู้วิจัยมองว่า TCDC มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบฉากเพื่อรองรับเรื่องเล่าของตนเอง โดยใช้ทักษะที่ตนเองถนัดเป็นเครื่องมือ ส่งผลให้ฉากสำหรับเรื่องเล่าที่มีความถาวรในแง่ “พื้นที่” เพื่อการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ไปพร้อมกันในตัว

6. **ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations)** การนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC มีเงื่อนไขที่ต่อเนื่องจากการเป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD เกิดขึ้นภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงนั้นคือตั้งแต่ระหว่างปี 2548 เป็นต้นมา

จากการศึกษาเอกสารผู้วิจัยพบว่า TCDC เป็นหน่วยงานที่อาศัยความสัมพันธ์เชิงเวลาในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม เพราะในรอบ 5 ปีที่ผ่านมา TCDC ได้ประมวลผลการปฏิบัติงานรายปีของตนเช่นเดียวกับหน่วยงานอื่นทั่วไป แต่ TCDC ได้ใช้ข้อมูลเหล่านี้เพื่อกำหนดทิศทางการทำงานและการประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของตนเองแล้วพบว่าในปีที่ 5 นี้ TCDC ใช้ความสัมพันธ์เชิงเวลาของการครบรอบ 5 ปี กำหนดให้เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตนซึ่งก่อนหน้านี้ได้เน้นไปที่การสร้างความตระหนัก ความตื่นตัวและการทำความเข้าใจความหมายและหลักคิดของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาก จากนั้นไป TCDC จะเดินหน้าสู่การมีทิศทางเน้นหนักที่ความถนัดของตนคือ “การออกแบบ” ในเชิงลึกขึ้น

ผู้วิจัยเห็นว่า การสร้างจุดเปลี่ยนด้านเวลาจากการเสนอว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์คืออะไรมาตลอดอาจทำให้ TCDC ได้ตกผลึกความเชี่ยวชาญของตนว่าถึงเวลาที่ต้องกำหนดให้ “การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์” เป็นหัวใจสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากกว่าการกล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพียงลำพังอย่างเดียว

7. ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC อาศัยการกำหนดฉากและเหตุการณ์ที่นำเสนอคุณค่าคุณประโยชน์ของการใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจ ดังนั้น TCDC จึงต้องอาศัยตัวละครต่างๆ เพื่อสร้างความสอดคล้อง ความน่าเชื่อถือที่จะส่งผลต่อการทำความเข้าใจหรือยอมรับเรื่องเล่าของผู้ฟังได้

การพยายามชี้ให้เห็นคุณลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของการมอง “การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์” เป็นวิถีดำเนินชีวิตที่สามารถสร้างรายได้หรือส่งผลทางเศรษฐกิจได้ จึงเป็นรูปแบบความสัมพันธ์เชิงเหตุผลที่ TCDC ใช้ในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

8. ผู้ฟัง (audience) ผู้ฟังหรือผู้รับสารเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC พบว่ามี 2 กลุ่มใหญ่ คือ (1) กลุ่มนักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์รุ่นใหม่ (2) นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ผู้ฟังทั้ง 2 กลุ่มเป็นกลุ่มที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ TCDC ต้องการสื่อสารด้วยเพราะมีลักษณะ

เฉพาะที่จะตอบสนองเนื้อหาของการทำงานของ TCDC ได้โดยตรง ทั้งนี้ด้วยการกำหนดฉากของการเป็นศูนย์การเรียนรู้ด้านการออกแบบของตนเอง

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ฟังหรือผู้รับสารของ TCDC นั้นมีลักษณะคล้ายกับตัวละครหลักที่ TCDC เลือกมาใช้เป็นผู้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่ แต่จุดต่างก็คือในขณะที่ตัวละครกลุ่มนักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์ที่จะมาเป็นผู้เล่าเรื่องต้องเต็มไปด้วยประสบการณ์ ทักษะคติ ที่สั่งสมมาทางด้านการออกแบบ การคิดสร้างสรรค์ กลุ่มนักออกแบบและนักคิดสร้างสรรค์ที่เป็นผู้ฟังหรือผู้รับสารอาจเป็นกลุ่มที่กำลังศึกษาอยู่หรือเพิ่งเริ่มเข้าสู่วงการหรือกระทั่งกำลังประสบปัญหา ขาดแรงบันดาลใจ ขาดจินตนาการ ส่วนผู้ฟังกลุ่มนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่กำลังแสวงหาแนวคิดในการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ กำลังประสบปัญหาหรือเพิ่งเริ่มเข้าสู่ธุรกิจเป็นผู้ประกอบการหน้าใหม่ซึ่งต้องการการถ่ายทอดกระบวนการคิด การแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับกลุ่มนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จหรือได้ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นวิถีในการดำเนินธุรกิจของตนมาแล้ว

จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่า สามารถสรุปรายละเอียดการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ในรูปของตารางได้ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของ TCDC

| องค์ประกอบเรื่องเล่า | การวิเคราะห์สาระ | การวิเคราะห์รูปแบบ |
|----------------------|--|---|
| ผู้เล่าเรื่อง | ผู้ส่งเสริมให้ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นวิถีชีวิตที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ | ผู้เล่าประเภทสนับสนุน Supportive |
| แก่นของเรื่อง | เศรษฐกิจสร้างสรรค์คือวิถีชีวิตที่ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เพื่อก่อให้เกิดรายได้ | แก่นเรื่องคลุม 3 ระดับ ตั้งแต่ “แนวคิด” “สังคม” และระดับ “ปัจเจก” |

| องค์ประกอบเรื่องเล่า (ต่อ) | การวิเคราะห์สาระ (ต่อ) | การวิเคราะห์รูปแบบ (ต่อ) |
|-------------------------------|---|---|
| เหตุการณ์ | ความตื่นตัวเกี่ยวกับการใช้การ ออกแบบผนวกกับการคิดสร้างสรรค์ เพื่อทำมาหากินได้ | จัดแสดงนิทรรศการแล้วสร้างเหตุการณ์ สนับสนุนอื่นๆ เช่น การจัดการบริการ ทางวิชาการ (educational program) หรือการออกสื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์เข้ามา เป็นเหตุการณ์ต่อเนื่อง |
| ตัวละคร | 1) ผลิตภัณฑหรือบริการสร้างสรรค์ 2) ศิลปิน นักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจ | 1) แสดงผ่านนิทรรศการ นิติสาร หรือ กรณีศึกษาในการอบรม สัมมนาต่างๆ มี รูปธรรม กระตุ้นให้เกิดการคิดตาม เกิด การตั้งคำถาม 2) เสนอวิธีคิด มุมมอง ใช้การอบรมให้ ความรู้ การสร้างแรงบันดาลใจจากการ เสวนา การแลกเปลี่ยนแนวคิดจากการ สัมมนาและการใช้บทความหรือบท สัมภาษณ์ 3) เสนอการปรับประยุกต์การออกแบบ และการคิดสร้างสรรค์กับการดำเนิน กิจกรรมทางธุรกิจ ผ่านการอบรม สัมมนาแลกเปลี่ยนแนวคิดและการใช้ บทความหรือบทสัมภาษณ์ |
| ฉาก | ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ | พื้นที่บริการความรู้และสร้างแรงบันดาลใจ ใจเกี่ยวกับงานออกแบบ |
| ความสัมพันธ์เชิงเวลา | จากการเริ่มก่อตั้ง 5 ปี ทำงานใน ฐานะหน่วยงานย่อยของ OKMD | พื้นที่ 5 ปีจะเน้นหนักที่การสื่อสารความ ถนัดของตนคือ “การออกแบบ” ในเชิง ลึกขึ้น |

| องค์ประกอบเรื่องเล่า (ต่อ) | การวิเคราะห์สาระ (ต่อ) | การวิเคราะห์รูปแบบ (ต่อ) |
|-------------------------------|---|---|
| ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล | เหตุจากคุณประโยชน์ของการใช้การ ออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็น เครื่องมือก่อให้เกิดการพัฒนา คุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจ | ส่งเสริมให้การออกแบบและการคิด สร้างสรรค์อยู่ในวิถีชีวิตของผู้คนได้ |
| ผู้ฟัง | 1) กลุ่มนักออกแบบสร้างสรรค์รุ่นใหม่ 2) นักธุรกิจหรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ | 1) ศึกษาแนวคิด ความรู้เพิ่มเติม 2) ทดลองเอาหลักคิด ไปปรับใช้ ทั้ง 2 กลุ่มต้องต่อยอดจากเรื่องการ ออกแบบและคิดสร้างสรรค์ |

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาสาระและรูปแบบของเรื่องเล่าด้วยองค์ประกอบทั้ง 8 แล้ว ในขั้นตอนต่อไปจะเป็นการประเมินเรื่องเล่าโดยอาศัยการวิพากษ์ส่วนประกอบทั้งเนื้อหาสาระและรูปแบบดังนี้

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินเรื่อง (evaluation if narrative)

การประเมินเรื่องเล่าในแง่เนื้อหาสาระ เมื่อประมวลเนื้อหาของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC แล้ว ผู้วิจัยพบว่าเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ของ TCDC อยู่บนเงื่อนไขของการเชื่อมโยง การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ให้กลายเป็นวิถีชีวิต จึงจะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางเศรษฐกิจให้ดีขึ้นได้และเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ซึ่งการกำหนดมุมมองในการเล่าและแก่นเรื่องเช่นนี้ส่งผลดีต่อกระบวนการทำงานโดยเฉพาะกระบวนการสื่อสารของ TCDC เพราะถือว่าการส่งเสริมเรื่องการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นความถนัดเฉพาะของหน่วยงาน อีกทั้งการนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะ วิถีชีวิตที่มีทั้งคุณภาพชีวิตและมูลค่าทางเศรษฐกิจ นั้นจะยิ่งส่งเสริมให้การเชื่อมโยงคุณค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการนำไปปรับใช้ของผู้คนง่ายขึ้น

การกำหนดตัวละครมีความครอบคลุมกับผู้ฟังหรือผู้รับสารที่ต้องการจะสื่อสารด้วย ตัวละครทั้ง 3 กลุ่มคือผลิตภัณฑ์และบริการ นักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์ และกลุ่มนักธุรกิจและผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ต่างดำเนินบทบาทของตนอย่างมีปฏิสัมพันธ์ เพราะการดำเนินเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ครบทั้งมิติของคุณค่าเชิงความคิดสร้างสรรค์กับมูลค่าเชิงเศรษฐกิจต้องอาศัยตัวละครทุกตัว

ด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลนั้น เมื่อพิจารณาร่วมกับการกำหนดฉากและเหตุการณ์แล้วถือว่ามีลำดับขั้นตอน มีความน่าเชื่อถือสอดคล้องสมเหตุสมผล ความเหมาะสมของการสร้างฉากที่เป็นพื้นที่ถาวรของหน่วยงานที่รองรับเหตุการณ์ที่จะนำเสนอ

การประเมินเรื่องเล่าในแง่รูปแบบ ผู้เล่าเรื่องวางบทบาทและมุมมองในการเล่าแบบมีส่วนร่วม สนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมาก TCDC วางตนเป็น ผู้กระตุ้นให้ตระหนักถึงคุณประโยชน์ของการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ในฐานะเป็นเครื่องมือในการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลให้เหตุการณ์และตัวละครดำเนินไปภายใต้การปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตและกิจกรรมทางธุรกิจที่ต้องอาศัย “วิถีคิด” บนพื้นฐานการออกแบบและสร้างสรรค์อย่างครบวงจร

ผู้วิจัยพบว่าการจัดแสดงนิทรรศการ การบริการวิชาการเช่นการอบรม สัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติการ การให้บทความ บทสัมภาษณ์ในสิ่งพิมพ์ การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ สินค้าบริการ เป็นเหตุการณ์หลักที่ TCDC ใช้สื่อสารผ่านการออกแบบภายใต้ฉากพื้นที่ของตนซึ่งถือเป็นทักษะเฉพาะที่ TCDC ในฐานะ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบทำออกมาได้อย่างดีและมีส่วนเสริมให้เนื้อหาเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เล่าผ่าน TCDC มีความชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์

กลวิธีการนำเสนอเหตุการณ์มีความน่าติดตามเพราะกลวิธีในการวางตัวละครแต่ละกลุ่มทั้งตัวผลิตภัณฑ์และบริการ นักออกแบบนักคิดสร้างสรรค์และนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการ ล้วนมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและยังครอบคลุมมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งด้าน การคิดการออกแบบด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วย นอกจากนี้การกำหนดกลุ่มผู้ฟังหรือผู้รับสารที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้สอดคล้องกับกลุ่มตัวละครที่มาเป็นผู้เล่าเรื่อง ก็เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ของ TCDC ในการเป็น

ศูนย์สนับสนุนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนเรื่องการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยพบว่าประเด็นที่เป็นข้ออุปสรรคอย่างหนึ่งของการเข้าถึงเหตุการณ์โดยเฉพาะกิจกรรมอบรมสัมมนาของ TCDC คือเรื่องความต้องการอาศัยระบบลงทะเบียนทางอินเทอร์เน็ตและการบรรยายด้วยภาษาอังกฤษ อาจเป็นข้อจำกัดในการตัดสินใจเข้าร่วมของผู้ฟังที่ไม่สามารถเข้าถึงเรื่องเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหรือภาษาอังกฤษ ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าปัจจัยนี้อาจเกี่ยวข้องกับการรับรู้เรื่องการออกแบบว่าเป็นความหรูหรา ไกลตัวและเข้าถึงยาก

เมื่อพิจารณาการประเมินเรื่องทั้ง 2 ส่วนคือ เนื้อหาสาระและรูปแบบแล้วพบว่า ในกระบวนการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ในฐานะการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือของการเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ด้านสาระของเรื่องมีความเหมาะสมและอยู่บนมุมมองที่ผู้เล่าเรื่องมีเชี่ยวชาญ มีการกำหนดตัวละครและฉากที่จะใช้ดำเนินเหตุการณ์ได้ครอบคลุมและสอดคล้องกัน การแสดงความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลเน้นการอ้างอิงถึงอิทธิพลของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้รับจากบริบทโลก และใช้กระบวนการออกแบบและกระบวนการคิดสร้างสรรค์เป็นเหตุผลหลักของการจะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากกว่าการกล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง ส่งผลให้ในด้านรูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC จึงเน้นไปที่การใช้ตัวละครกลุ่ม นักออกแบบ นักสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการใช้ตัวละครกลุ่มนักธุรกิจและผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินเหตุการณ์ในเรื่องทั้งเหตุการณ์ที่เป็นการให้ความรู้และการสร้างแรงบันดาลใจ ผ่านฉากพื้นที่ของ TCDC ซึ่งจัดไว้รองรับเหตุการณ์ต่างๆ เช่นพื้นที่แสดงนิทรรศการ ห้องสมุดเฉพาะการออกแบบ ห้องอบรมสัมมนา เป็นต้น

TCDC เองได้ระบุไว้ว่าตนเองเป็นหน่วยงานขนาดเล็กที่ไม่มีความรับผิดชอบโดยตรงต่อการสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หน้าที่หลักคือต้องการสื่อสารให้เกิดความตระหนักและให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์กับคนเฉพาะกลุ่ม เพราะฉะนั้นเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC จึงอาจส่งผลได้ในวงจำกัด อย่างไรก็ตามก็ได้มีการกล่าวถึงข้อจำกัดนี้และแสดงความคาดหวังต่อการพัฒนาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าต้องอาศัยหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบโดยตรงและมีแผนการทำงานอย่างเป็นรูปธรรมในระดับประเทศ

การนำเสนอผลการศึกษาส่งต่อไป ผู้วิจัยได้วิเคราะห์บทสัมภาษณ์บุคคลจาก สถาบันพิพิธภัณฑสถานการเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam ด้วยแนวคิดเรื่องเล่า เพื่อหาการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับของ OKMD อีกหน่วยงานหนึ่งดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

การวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam

ขั้นตอนที่ 1 สารหรือเนื้อหาของเรื่องเล่า (analysis of substance of narrative) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam

1. ผู้เล่าเรื่อง (narrator) Museum Siam มีมุมมองว่าตนเองเป็น “ผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้ความเป็นไทยอย่างร่วมสมัย ในรูปของพิพิธภัณฑสถานมีชีวิต เพื่อส่งเสริมให้คนไทยใช้ภูมิปัญญาในชีวิตประจำวัน” นำเสนอการใช้กระบวนการเรียนรู้เชิงประจักษ์ ศึกษาความเป็นมาและความสัมพันธ์ระหว่างคนไทยกับพื้นที่หรือถิ่นที่อยู่ ว่าเป็นส่วนสำคัญให้เกิดองค์ความรู้แบบไทยหรือ ภูมิปัญญาไทย ซึ่งจะสามารถเป็นเครื่องมือสำหรับการเรียนรู้แนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ที่เป็นระบบได้ ดังนั้นผู้เล่าเรื่องจึงใช้การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้แก่ผู้ชม ทั้งผ่านการดู การฟัง การเห็นและการสัมผัส ให้ข้อมูล และให้ความรู้เกี่ยวกับคนไทยและความเป็นไทย เน้นการเล่าเรื่องในมุมมองใหม่ๆ เช่น การกล่าวถึงความหมายรวมถึงภูมิภาคสุวรรณภูมิ และการหลอมรวมความเป็นไทยจากความหลากหลายของผู้คนในพื้นที่ เป็นต้น

2. แก่นของเรื่อง (theme) จากบทบาทผู้เล่าเรื่องด้วยการเป็น “ผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้ความเป็นไทยอย่างร่วมสมัย ในรูปของพิพิธภัณฑสถานมีชีวิต” Museum Siam มีการกำหนดแก่นของเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ตนจะเล่าว่า “การเรียนรู้ความเป็นไทยอย่างรอบด้านและร่วมสมัยคือทุนทางภูมิปัญญาเพื่อต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” โดยอาศัยความเป็นผู้เล่าเรื่องที่สนับสนุนและกระตุ้นให้เกิดความตระหนักต่อวิธีการเรียนรู้ที่ต้องเกิดประสบการณ์ตรงต่อสิ่งที่ได้เรียน เน้นเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยในอดีตที่สามารถเชื่อมโยงกับการใช้ชีวิตของผู้คนในปัจจุบันได้ แก่นความคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam อยู่บนฐานคิดของทั้งกระบวนการเรียนรู้ของผู้คนที่ต้องเปลี่ยนแปลงและความสามารถต่อยอดภูมิปัญญาเก่าในอดีตมาปรับใช้กับปัจจุบันได้

3. **เหตุการณ์ (event)** เหตุการณ์ที่ Museum Siam ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะมีลักษณะเป็นเหตุการณ์ที่ส่งเสริม “การค้นหาคุณค่าของภูมิปัญญาไทยในมิติต่างๆ” ผ่านการจัดแสดงผ่านเรื่องเล่า และนิทรรศการถาวรเป็นหลัก อาศัยการจัดโครงการพิเศษ เช่น กิจกรรมต่างๆ และนิทรรศการหมุนเวียน รวมทั้งการจัดสถานที่หรือบริเวณพื้นที่ของ Museum Siam เอง เช่น ร้าน Muse

4. **ตัวละคร (characters)** ตัวละครหลักที่ Museum Siam ใช้ต่างจากตัวละครในหน่วยงานอื่น ตรงที่ Museum Siam นั้นใช้ “การเล่าเรื่องผ่านนิทรรศการ” เป็นวิธีหลักในการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้เกิดกับผู้เข้าชมหรือผู้มาใช้บริการอยู่แล้ว การมีเรื่องเล่าเป็นของตนเองจึงทำให้ ตัวละครที่ Museum Siam ใช้สำหรับสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็คือ (1) คนไทย (2) พื้นที่สุวรรณภูมิ และ (3) ภูมิปัญญาไทย ตัวละครเหล่านี้ ถูกใช้ในการเล่าเรื่องในลักษณะที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างกัน คนกับพื้นที่อันหมายถึงทั้งลักษณะทางกายภาพและสังคม แวดล้อมเมื่อเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันจึงเกิดเป็นองค์ความรู้ที่สั่งสม เรียกว่า “ภูมิปัญญา”

5. **ฉาก (setting)** ฉากที่ Museum Siam สร้างขึ้นในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่สาธารณชนนั้นคือ “อาคารพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ” เป็นฉากที่ประกอบจากการกำหนดพื้นที่ซึ่งอยู่ในอาคารไทยโบราณร่วมสมัย คืออาคารกระทรวงพาณิชย์เดิม ซึ่งถือเป็นการกำหนดให้ฉากรองรับกระบวนการนำเสนอการต่อยอดระหว่างภูมิปัญญาเก่ากับปัจจุบันไปในตัว ใช้ห้องแสดงนิทรรศการซึ่งเป็นพื้นที่หลักของอาคาร ร้านค้า และลานด้านหน้าอาคารนำเสนอเหตุการณ์ต่างๆ ตามความเหมาะสมสอดคล้องระหว่างพื้นที่ที่ออกแบบไว้กับสิ่งที่จะสื่อสาร

6. **ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations)** การนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam มีเงื่อนไขที่ต่างจากการเป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD แม้ว่าลักษณะของความสัมพันธ์เชิงเวลาของเหตุการณ์ที่ดำเนินไปนั้นจะเกิดขึ้นอย่างเป็นลำดับหลังจากการจัดตั้งหน่วยงานแม้อันและการกำหนดภารกิจเกี่ยวกับการส่งเสริมให้ประเทศไทยมีศูนย์การเรียนรู้เพื่อพัฒนาคน เช่นเดียวกับ TK Park และ TCDC แต่เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam มีลักษณะความสัมพันธ์เชิงเวลาที่ย้อนไปในอดีตมากขึ้นไปกว่า 2 หน่วยงานแรก เนื่องจาก เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam นั้นต้องอาศัยการเล่าย้อนอดีตเพื่อนำ

เนื้อหาเกี่ยวกับภูมิปัญญาและความเป็นมาของไทยมานำเสนอก่อนในฐานะที่เป็นความรู้เดิมของไทยแต่ก่อนที่จะกล่าวถึงการปรับเปลี่ยนนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วย

7. **ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations)** ปัจจัยด้านความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าที่ Museum Siam ใช้เป็นหลักนั้น อาศัยบริบทของฉากและการกำหนดความสัมพันธ์เชิงเวลาส่งผลให้การสร้างเหตุว่าหากมีการนำความรู้เรื่องความเป็นไทย การได้หวนกลับไปทบทวนภูมิปัญญาไทยอย่างเข้าใจแล้วจะพบว่า สามารถนำสิ่งเหล่านั้นไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตประจำวันทุกด้านได้ ซึ่งเมื่อขยายเข้าสู่การใช้เป็นวิถีชีวิตแล้วย่อมสามารถทำให้เกิดการปรับใช้ทางเศรษฐกิจได้

8. **ผู้ฟัง (audience)** ผู้ฟังหรือผู้ชมเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ตามภารกิจหลัก พบว่ากลุ่มหลักคือ กลุ่มวัยรุ่นเยาวชนระหว่าง 15-25 ปี กำหนดให้ผู้ฟังกลุ่มนี้เป็นผู้จะเชื่อมต่อและพัฒนาตนเองเข้าสู่กระบวนการค้นหา และค้นคว้าความเป็นไทยและคนไทยในมิติใหม่ที่รอบด้านหลากหลาย เพื่อต่อยอดความรู้เหล่านั้นเป็นทุนทางภูมิปัญญา ที่จะเป็นเครื่องมือในการสร้างงานสร้างรายได้ได้

ขั้นตอนที่ 2 รูปแบบของการเล่าเรื่อง (analysis of the form of narrative) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam

การวิเคราะห์รูปแบบของการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ใช้องค์ประกอบ 8 องค์ประกอบเช่นเดียวกับการวิเคราะห์สาระของเรื่องเล่าข้างต้น แต่จะเน้นที่กลวิธีหรือกระบวนการของแต่ละองค์ประกอบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. **ผู้เล่าเรื่อง (narrator)** Museum Siam มีมุมมองว่าตนเองเป็น ผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้ความเป็นไทยอย่างร่วมสมัยในรูปของพิพิธภัณฑ์มีชีวิต จัดได้ว่าเป็นผู้เล่าประเภทสนับสนุน (Supportive) ทั้งเนื้อหาความเป็นไทย กระบวนการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรงและกระตุ้นให้เกิดการปรับเปลี่ยนการเรียนรู้เรื่องความเป็นไทยในมุมมองใหม่ มุมมองในการเล่าเช่นนี้อาจกล่าวได้ว่าเป็นมุมมองที่ส่งเสริมให้ผู้ชมเกิดการเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยตนเอง ส่งผลให้ทำที่ใน

การเล่าเรื่องเป็นไปในลักษณะนำเสนอข้อเท็จจริง ให้ข้อมูลและความรู้ เป็นผู้เล่าเรื่องที่มองเรื่องภูมิปัญญาไทยแบบเชิงบวก ดังนั้นกระบวนการเล่าเรื่องของผู้เล่าจึงต้องอาศัยทักษะการเชิญชวน กระตุ้นให้เกิดความตระหนัก ใช้การเล่าเรื่องเป็นกุศโลบายในการนำเสนอ ดังนั้นจึงเป็นบทบาทที่สำคัญของผู้เล่าเรื่องที่จะต้องสรรหาวิธีการเล่าหรือเรื่องเล่าที่สามารถส่งผลกระทบต่อ การสงสัยใคร่รู้และการย้อนไปตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาไทย โดยเฉพาะเมื่อต้องการให้ประเด็นนี้เป็นหัวใจสำคัญที่จะขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

2. **แก่นของเรื่อง (theme)** จากบทบาทผู้เล่าเรื่องด้วยการเป็น “ผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้ความเป็นไทยอย่างร่วมสมัย ในรูปของพิพิธภัณฑ์มีชีวิต แก่นเรื่องของ Museum Siam ในการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงเป็นลักษณะเชื่อมโยงการลงทุนทางด้านองค์ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยให้เป็นเครื่องมือของการสร้างรายได้ แก่นเรื่องของ Museum Siam ที่ว่า “การเรียนรู้ความเป็นไทยอย่างรอบด้านและร่วมสมัยคือทุนทางภูมิปัญญา เพื่อต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” จึงเป็นแก่นเรื่องที่เน้นเนื้อหาหลักของการสื่อสารของหน่วยงาน นั่นคือการนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทยเป็นหลักมากกว่าการนำเสนอแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างตรงไปตรงมา กำหนดให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นบริบทที่ผลักดันให้ผู้คนต้องตระหนักถึงภูมิปัญญาไทยในรูปแบบที่ต่อเนื่อง เข้าใจมิติความหลากหลายและเห็นความสัมพันธ์ระหว่างคนไทยกับภูมิภาคที่อยู่อาศัยของตน อันจะสามารถนำไปขยายต่อในมิติทางเศรษฐกิจได้

การกำหนดแก่นเรื่องเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam มีมุมมองที่เน้นความเป็นสังคมโดยรวมมากกว่าปัจเจก เป็นแก่นเรื่องในระดับ “วิถีคิด” หรือ “conceptual” มาก ซึ่ง Museum Siam ระบุการเชื่อมโยงให้กระบวนการปรับวิถีคิดหรือวิธีการเรียนรู้ของผู้คนเกี่ยวกับความเป็นไทยนั้นต้องทำไปพร้อมกับการเชื่อมโยง “สังคม” ทั้งระบบ จับให้ความเป็นไทยนั้นแสดงออกผ่านการดำเนินชีวิตของผู้คนในทุกมิติทั้งเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ศาสนา โดยมีตัวรายได้เป็นเพียงผลกำไร หรือผลพลอยได้ของการเชื่อมโยงมิติด้าน “วิถีคิดสู่การปฏิบัติ” ผู้วิจัยมองว่าแก่นเรื่องลักษณะนี้จะเอื้ออำนวยต่อการปรับเปลี่ยนวิธีการเรียนรู้ ปรับเปลี่ยนมุมมองต่อเรื่องความเป็นไทยและสร้างการยอมรับและตระหนักว่าภูมิปัญญาไทยมีความสำคัญได้ หากแต่ยังไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการเชื่อมโยงความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้มากนัก

3. เหตุการณ์ (event) เหตุการณ์ที่ Museum Siam ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น เหตุการณ์ที่ต้องอาศัยการเล่าเรื่อง “คนไทยและภูมิปัญญาไทย” ซึ่งเป็นเรื่องเล่าหลัก ที่จัดแสดง ผ่านรูปแบบนิทรรศการซึ่งเป็นสื่อหลักของพิพิธภัณฑ์ ซึ่งเนื้อหาของนิทรรศการที่นำเสนอการเรียนรู้ ผ่านประสบการณ์ของผู้ชมจะมีความเกี่ยวข้องกับพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม ของผู้คนที่หลากหลายในภูมิภาคสุวรรณภูมิ ก่อนที่จะมาถึงการเกิดเป็น “ไทย” ในปัจจุบัน โดย Museum Siam คาดหวังว่าการใช้เหตุการณ์ดังกล่าวจะกระตุ้นให้ผู้ชมเกิดความตระหนักถึงคุณค่า ของ “ภูมิปัญญาไทย” นำมาปรับใช้กับการดำเนินชีวิตในทุกมิติรวมทั้งมิติทางเศรษฐกิจด้วย

เหตุการณ์ของเรื่องเล่าชุด “เรียงความประเทศไทย” ที่นำเสนอเป็นนิทรรศการถาวรนั้น อาศัยตัวละครกลุ่มคนที่เต็มไปด้วยความหลากหลาย ทั้งทางชนชาติ ชนชั้น ที่เล่าเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับชุมชนกับพื้นที่และกับสังคมแวดล้อม ผ่านการนำเสนอด้วยจอภาพ ในรูปแบบภาพยนตร์สั้นหลายเรื่องที่เกี่ยวข้องกันจากอดีตจนผ่านช่วงเวลาสำคัญๆต่าง มาสู่ปัจจุบัน เหตุการณ์ต่างๆ จะดำเนินไปได้ก็ต่อเมื่อเกิดการสัมผัสหรือกระตุ้นจากผู้ชม ซึ่งกระบวนการ นำเสนอเหตุการณ์ลักษณะนี้ช่วยให้ผู้ชมเกิดการมีส่วนร่วมได้ จากจุดนี้ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ภาพยนตร์แต่ละช่วงนั้นใช้เวลาในการดำเนินเรื่องค่อนข้างนาน จึงเกิดความเบื่อหน่ายและลูกเล่น หรือการเลือกเปิดภาพยนตร์เมื่อถึงจุดหนึ่งก็จะซ้ำ แม้จะไม่จำเป็นต้องชมภาพยนตร์ต่ออย่างกัน เรียงลำดับ แต่การพลาดหรือไม่ได้ชมภาพยนตร์บางช่วงก็อาจทำให้ตามเหตุการณ์ได้ไม่ครบถ้วน โดยสรุปคือหากต้องการติดตามเรื่องราวเพื่อให้ได้เนื้อหาครบถ้วนจะต้องมีเวลาหรือมีผู้แนะนำการ ติดตามเหตุการณ์ที่นำเสนอด้วยเช่นกัน

เมื่อเหตุการณ์ที่นำเสนอผ่านนิทรรศการจัดแสดงขึ้น Museum Siam ไม่ได้ตอบโจทย์เรื่อง การสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างชัดเจนนัก จึงต้องสร้างเหตุการณ์สนับสนุนอื่นๆเช่น การจัด โครงการประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ Museum Take Away อันได้รับแนวคิดและแรงบันดาลใจจากการได้รับชมเรื่องราวของนิทรรศการหรือการได้เข้ามามีปฏิสัมพันธ์กับ Museum Siam เหตุการณ์ลักษณะนี้จะสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายหลักของหน่วยงานและทำให้เห็นการต่อยอดองค์ ความรู้แบบไทยสู่การนำไปใช้มากขึ้น ขณะเดียวกันก็สามารถขยายผลทั้งระดับภายในหน่วยงาน คือได้ผลิตภัณฑ์ที่สามารถวางจำหน่ายในร้าน Muse ซึ่งเป็นร้านขายของที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ ส่วนผลลัพธ์ระดับภายนอกหน่วยงานก็สามารถเชื่อมต่อกับกระบวนการเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยให้

เข้ากับการดำเนินชีวิตของผู้คนได้มากขึ้น ซึ่งทั้งสองส่วนล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้เกิดการเสริมให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เด่นชัด

4. **ตัวละคร (characters)** ตัวละครหลักที่ Museum Siam ใช้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นใช้ตัวละครหลักที่เล่าเรื่องความเป็นไทยอย่างร่วมสมัย นั่นคือ (1) คนไทย (2) พื้นที่สุวรรณภูมิ และ (3) ภูมิปัญญาไทย ตัวละครเหล่านี้ ถูกใช้เพื่อสะท้อนให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างกัน อันจะส่งผลให้เกิดเป็นองค์ความรู้ซึ่งเรียกว่าภูมิปัญญา ซึ่งกว่าจะเกิดเป็นภูมิปัญญาไทยที่ได้รับการถ่ายทอดกันมานั้น “คน” ที่อาศัยอยู่ใน “พื้นที่” ที่เรียกว่าสุวรรณภูมินั้นต้องค้นคว้าศึกษาปรับเปลี่ยนการอยู่ร่วมกันทั้งระหว่างคนกับคนด้วยกันและระหว่างคนกับสภาพแวดล้อมเพื่อลดหรือแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่จะมาเป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิต ดังนั้นตัวละครทั้ง 3 ตัวจะเป็นภาพจำลองของการย้อนกลับไปพิจารณา “ภูมิปัญญาไทย” ในอดีต

ตัวละครกลุ่มคนไทยใช้การเลือกมาทั้งสิ้น 7 ตัวละครหลัก นั้น จัดได้ว่าเป็นตัวละครเอกที่สร้างความรู้สึกเชื่อมโยงกับผู้ชมได้ชัดเจนที่สุด ผ่านวิธีการปรับเปลี่ยนวิถีของตัวละครจากยุคหนึ่งสู่ยุคหนึ่ง จะเห็นได้ในการนำเสนอภาพยนตร์ที่ตัวละครทุกตัวซึ่งมีความแตกต่างหลากหลายกัน เช่น พ่อค้าอาหารตามสั่งในยุคปัจจุบันคือชายรับจ้างในยุคชุดหินแร่เป็นต้น

ตัวละครกลุ่มพื้นที่สุวรรณภูมิ นำเสนอในรูปแบบของแผนที่พื้นสีสว่างที่มีดวงไฟระยิบระยับกระพริบบอกอาณาเขตประเทศไทยในแต่ละยุคแต่ละสมัย ภาพกว้างขนาดใหญ่เพื่อให้เห็นความต่อเนื่องเชื่อมโยงกันในเชิงกายภาพ รวมทั้งยังให้ตัวละครกลุ่มนี้นำเสนอในรูปแบบของเกมแผนที่ให้ผู้ชมได้เล่นเป็นผู้วาดกำหนดอาณาเขตประเทศของตนได้ การใช้ตัวละครพื้นที่นี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้และการทำความเข้าใจเรื่องความเป็นหนึ่งเดียวกันของภูมิภาค ที่แม้จะผ่านการแบ่งแยก หรือลิตรอน ระหว่างกันเองหรือด้วยปัจจัยจากสงครามหรือการล่าอาณานิคมตะวันตก แต่ภายใต้แผนที่นี้มีทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ เช่น แร่ ทองคำ ป่าไม้ ภูเขาหรือกระทั่งทรัพยากรทางน้ำ เช่น แม่น้ำ ลำคลองหรือทะเลที่คล้ายคลึงและเชื่อมต่อกันอย่างใกล้ชิดมาก ซึ่งหากได้ตั้งใจพิจารณาเนื้อหาที่ตัวละครกลุ่มนี้ต้องการสื่อสารจะพบประเด็นความแตกต่างบนความคล้ายคลึงระหว่างกันของภูมิภาคนี้อย่างมาก

ตัวละครกลุ่มภูมิปัญญาไทยนั้น เป็นตัวละครที่กระจัดกระจายอยู่ทั่วทั้งบริเวณนิทรรศการ สอดแทรกอยู่ในทุกห้องทุกพื้นที่การจัดแสดง ลักษณะการนำเสนอตัวละครกลุ่มนี้จะเน้นไปที่การเล่าเป็นภาพจำลองความรู้หรือเทคโนโลยีต่างๆ ของคนไทย แบ่งเป็นยุค เป็นลำดับเวลา ตั้งแต่สมัย โบราณจนถึงยุคสมัยใหม่ เช่น Model จำลอง เรือหลวง เรือราษฎร์ อาวุธสงคราม การทำนา การ ทำมาค้าขาย เครื่องไม้เครื่องมือในการทำมาหากิน หรือกระทั่งเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม และเทคโนโลยี การสื่อสารอย่างวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ การนำเสนอตัวละครกลุ่มนี้จะไม่ใช้การบอก กล่าวอย่างตรงไปตรงมาว่าสิ่งเหล่านี้คือภูมิปัญญา แต่ใช้กระบวนการให้ผู้ชมได้สัมผัส จับหรือ ทดลองเล่นเพื่อเรียนรู้การทำงานกับเทคโนโลยีต่างๆ ในอดีตดังนั้นเงื่อนไขของตัวละครกลุ่มนี้คือจะ ทำงานได้เมื่อเกิดปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมก่อน

5. ฉาก (setting) ฉากที่ Museum Siam สร้างขึ้นในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่ สาธารณะนั้นต้องอาศัยฉากที่ใช้สำหรับการเล่าเรื่องภูมิปัญญาไทย เพราะแก่นเรื่องหลักของ Museum Siam เน้นไปที่เรื่องนั้น แต่จุดที่โดดเด่นเรื่องฉากซึ่งทำให้กระบวนการสื่อสารเรื่องความ เป็นไทยและภูมิปัญญาไทยมีเอกลักษณ์แตกต่างโดดเด่นจากหน่วยงานอื่นคือ Museum Siam ใช้ อาคารเก่าคืออาคารสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ (เดิม) ซึ่งสร้างขึ้นในสมัยรัชการที่ 6 เป็น อาคารพิพิธภัณฑ์ ระหว่างดำเนินการบูรณะปรับอาคารเพื่อเป็นพิพิธภัณฑ์ได้มีการค้นพบความ หลักลมอันเป็นเอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาด้านสถาปัตยกรรมและงานช่างของสถาปนิกสมัยก่อน สมัยก่อน จึงได้มีการขุดค้นทางโบราณคดีในพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่การค้นพบรากฐานของวังในสมัยรัช การที่ 3 และรัชกาลที่ 5 ในบริเวณดังกล่าว ใช้ฉากผ่านการจัดห้องแสดงนิทรรศการจำนวน 16 ห้อง และอีก 1 ห้องพิเศษ ที่จะเล่าถึงที่มาของ Museum Siam

ผู้วิจัยพบว่า ห้องตึกเก่าเล่าเรื่องนี้เองที่เล่าเรื่องราวความเป็นมาของการใช้อาคารเก่าแห่ง นี้มาปรับเปลี่ยนเป็นพิพิธภัณฑ์ เป็นห้องที่สามารถสะท้อนวิถีคิดเกี่ยวกับการศึกษาหรือการเรียนรู้ เชิงประจักษ์ซึ่งเป็นงานทางด้านโบราณคดีที่ Museum Siam เชื่อมมันว่าจะเป็นวิธีการเรียนรู้ที่ นำไปสู่การเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ของหน่วยงานอีกทั้งหากนำเสนอให้เป็นฉากหลักของการเล่า เรื่องของตนเองแล้วก็จะยังสามารถขยายความหมายเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของการต่อยอดภูมิ ปัญญาเก่าให้นำไปสู่การนำไปปรับประยุกต์ใช้กับชีวิตประจำวันได้ง่ายยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยพบว่า กระบวนการสร้างฉากให้เหตุการณ์และตัวละครสามารถดำเนินไปเพื่อเล่าเรื่องเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยจากฉากทั้งหมดซึ่งประกอบไปด้วย 16 ห้องนิทรรศการภายใต้ชุดเรื่องความประเทศไทย และ 1 ห้องพิเศษคือห้องตีเก่าเล่าเรื่องที่กล่าวมานั้นอยู่บนฐานคิดที่ต้องการเสนอมุมมองใหม่ทั้งด้านเนื้อหาและวิธีการเรียนรู้เนื้อหาที่ผู้เข้ามาชมควรได้รับ ปัญหาที่ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตต่อกระบวนการใช้ฉากดังกล่าวคือ อาจมีบางห้องที่สามารถดึงความสนใจทางด้านรูปแบบหรือวิธีการเรียนรู้ได้มากแต่อาจไม่สามารถเชื่อมโยงหรือเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการสื่อสารได้ เช่น ห้องพุทธปัญญาที่ใช้สื่อเสียงและการจัดบรรยากาศห้องให้เน้นความมืดและสงบจนความมืดอาจเป็นอุปสรรคในการอ่านข้อความต่างๆ มีดอกบัวทองสูงที่ฐานนั้นสร้างขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าชมสามารถนั่งพักหรือทำสมาธิได้ แต่การเรียนรู้เนื้อหาที่ว่าด้วยหลักคิดทางพุทธศาสนานั้น ไม่ได้สัมพันธ์กับรูปแบบการนำเสนอดังกล่าวสักเท่าไร

6. ความสัมพันธ์เชิงเวลา (temporal relations) การนำเสนอเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam แม้จะเป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD ที่มีระยะเวลาในการเริ่มนำเสนอแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตั้งแต่ปี 2548 เป็นต้นมา แต่ความสัมพันธ์เชิงเวลาของเรื่องเล่าของ Museum Siam นั้นจะมีความเฉพาะตัวกว่าหน่วยงานอื่นๆ ตรงที่ประเด็นหรือแก่นหลักในการเล่าเรื่องต่างจากหน่วยงานอื่นมากเพราะเน้นไปที่เรื่องการย้อนอดีต การค้นหารากเหง้าทางภูมิปัญญาของคนไทย ซึ่งมีใช้เพียงช่วงเวลาสิบปีหรือร้อยปี หากแต่การใช้การลำดับเวลาจากยุคโบราณนั้นย้อนไปกว่า 3,000 ปี ดังนั้นการเล่าเรื่องของ Museum Siam จึงกินเวลายาวนานซึ่งส่งผลให้ปรากฏเหตุการณ์มากมายหลากหลาย มีลักษณะเป็นวิวัฒนาการแสดงออกถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

เวลาในเรื่องเล่าจะแบ่งเป็น 3 ช่วง **ช่วงที่ 1 “สุวรรณภูมิ”** นำเสนอเรื่องราวของดินแดนสุวรรณภูมิและประเทศไทยในปัจจุบัน ย้อนกลับไปราว 3,000 ปีก่อนการรับพุทธศาสนาและศาสนาฮินดูเข้ามา จนกระทั่งกลายเป็นศาสนาหลักจนถึงปัจจุบัน **ช่วงที่ 2 “สยามประเทศไทย”** นำเสนอเรื่องราวการสถาปนากรุงศรีอยุธยา ซึ่งถือเป็นอาณาจักรใหญ่ที่ครอบคลุมดินแดนที่เป็นประเทศไทยในปัจจุบันเกือบทั้งหมด อีกทั้งยังเป็นจุดเปลี่ยนผ่านสำคัญในการกำเนิดขึ้นของ “สยามประเทศไทย” **ช่วงที่ 3 “ประเทศไทย”** นำเสนอพัฒนาการของดินแดน ผู้คน และสังคมจากแบบจารีตมาสู่สังคมสมัยใหม่ในปัจจุบัน

จากจุดนี้เอง ผู้วิจัยพบว่า Museum Siam ไม่สามารถอาศัยความสัมพันธ์เชิงเวลาในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เช่นเดียวกับ TK Park หรือ TCDC ว่ามีจุดเริ่มต้นจากการปฏิรูปหน่วยงานภาครัฐที่หันมาเน้นการพัฒนาคนตามแนวคิดสังคมแห่งความรู้ ในช่วงปี 2548 เป็นต้นมา ภายใต้โครงสร้างการเป็นศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้แต่เพียงประเด็นเดียวได้ เพราะภารกิจของหน่วยงานในฐานะพิพิธภัณฑ์ที่ต้องจัดแสดง “ความเป็นไทย” จึงส่งผลให้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมุมมองของ Museum Siam ไม่ใช่เรื่องใหม่ที่เพิ่งเกิดขึ้น แต่อาจถือได้ว่าเป็นเรื่องที่อยู่ในรากฐานของการดำรงชีวิตตามภูมิปัญญาอย่างไทยตั้งแต่ครั้งอดีตแล้ว

7. ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causal relations) ปัจจัยด้านความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam อาศัยการกำหนดฉากและเหตุการณ์ที่นำเสนอคุณค่า คุณประโยชน์ขององค์ความรู้ของไทยหรือภูมิปัญญาไทยในด้านต่างๆ ว่าเป็นเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตในทุกด้าน รวมทั้งด้านเศรษฐกิจ

ผู้วิจัยพบว่า การแสดงเหตุและผลในการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ใช้ตัวละครอันประกอบด้วย ผู้คน พื้นที่และความรู้รูปแบบต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้เพื่อปรับเปลี่ยนและดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับพื้นที่เหล่านั้น เช่น คำว่า “เมืองน้ำ” เป็นตัวอย่างคำที่เสนอบทบาทด้วยการสาธิตหรือจำลองให้เห็นถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างคนกับพื้นที่และความรู้ที่เกิดขึ้นอันเนื่องจากการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างคนกับพื้นที่เหล่านั้น ความรู้ที่เกิดขึ้นแสดงให้เห็นกระบวนการที่คนได้พยายามแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการดำรงชีวิตอยู่ สิ่งสมมติเป็นสิ่งที่เรียกว่า “ภูมิปัญญา” ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam มีเหตุจากภูมิปัญญาไทยนี้เองเป็นปัจจัยส่งเสริมให้สังคมไทยพัฒนาเข้าสู่การเป็นสังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

8. ผู้ฟัง (audience) จากการสัมภาษณ์ ผู้ฟังหรือผู้รับสารเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ตามวัตถุประสงค์หลักนั้นคือกลุ่ม วัยรุ่นถึงวัยทำงานตอนต้นอายุระหว่าง 15-25 ปี หรือกลุ่มนักเรียนมัธยมปลายจนถึงนิสิตนักศึกษา โดย Museum Siam เชื่อว่าจะเป็นกลุ่มคนที่สามารถเชื่อมโยงอดีตคือความรู้เก่าให้เข้ากับปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีแล้วเกิดเป็นกระบวนการต่อยอดภูมิปัญญาไทยให้กลายเป็นวิถีชีวิตร่วมสมัย ดังนั้นรูปแบบของการเล่า

เรื่องที่ว่ากลุ่มผู้ฟังไว้เช่นนี้จึงต้องประกอบด้วยการใช้ทั้งเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่ที่เป็นวิถีชีวิตที่ผู้ฟังคุ้นเคยขณะเดียวกันต้องสร้างสามารถให้ความรู้ที่นำไปสู่ตระหนักหรือสร้างความตื่นตัวเกี่ยวกับความรู้ต่างๆ ในอดีตให้ได้พร้อมๆ กัน

จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ผู้ฟังหรือผู้รับสารของ Museum Siam นั้นมีคุณลักษณะเฉพาะอย่างหนึ่งคือชื่นชอบการถ่ายรูป และหลงใหลบรรยากาศที่สนุกสนานเพลิดเพลินและแปลกใหม่ของห้องจัดแสดงนิทรรศการ เกิดความสนุกสนานเมื่อได้มีปฏิสัมพันธ์กับสื่อที่ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดแสดงเนื้อหาของนิทรรศการ แต่อุปสรรคอย่างหนึ่งคือผู้ฟังที่มีส่วนใหญ่นั้นมาด้วยภาวะ “จัดตั้ง” ส่วนหนึ่งเพราะโรงเรียนหรือครูอาจารย์สั่งให้มาหรือพา มา จึงมีเวลาในการเรียนรู้อย่างจำกัด ดังนั้นปริมาณของผู้ฟังหรือผู้รับสารอาจไม่ได้สะท้อนประสิทธิภาพหรือผลลัพธ์ด้านการให้ความรู้หรือกระตุ้นให้ตระหนักถึงภูมิปัญญาไทยของตัวห้องนิทรรศการได้ว่าประสบผลสำเร็จ

อีกประเด็นหนึ่งคือเรื่องการเข้ามาใช้ซ้ำของผู้รับสารหรือผู้ฟังยังมีไม่มากทั้งที่มีการเสริมด้วยการจัดกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง แต่ผู้วิจัยพบว่า กิจกรรมที่ Museum Siam จัดนั้นส่วนใหญ่เน้นให้พื้นที่ของตนมีความเคลื่อนไหว มีผู้คนเข้าออก มากกว่าส่งเสริมหรือสนับสนุนให้เนื้อหาในห้องนิทรรศการเด่นชัดหรือเกิดการอยากกลับมาเข้าชมพิพิธภัณฑ์ซ้ำเท่าที่ควรจะเป็น กิจกรรมที่พบจะเป็นรูปแบบการแสดงไม่ว่าจะเป็นดนตรี การละเล่น หรือกิจกรรมกึ่งวิชาการ เช่น อบรมอย่างง่ายเกี่ยวกับงานออกแบบ ผลิตสร้างสรรค์งานประดิษฐ์ ส่วนมากอาศัยการคิดเชื่อมโยงกับเทศกาลเช่น วันพ่อ วันแม่ วันแห่งความรัก กลุ่มผู้ฟังที่เข้ามาก็จะมีลักษณะเป็นครอบครัวเพิ่มมากขึ้นด้วย แต่ตามความเห็นของผู้วิจัย กิจกรรมลักษณะการเสวนาและจัดการประกวดเช่น โครงการ Museum Take Away นั้นมีคุณลักษณะที่สามารถส่งเสริมการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามบทบาทหน้าที่ของ Museum Siam ได้ชัดเจนที่สุด เพราะเกิดการเชื่อมโยงเนื้อหาในห้องนิทรรศการให้นำไปสู่การสร้างสรรคเป็นผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้นกลุ่มผู้ฟังหลักของ Museum Siam จึงควรได้รับการนำเสนอกิจกรรมอื่นๆ ที่สนับสนุนกระบวนการเรียนรู้และสร้างสรรค์ที่ได้จากการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ให้สอดคล้องและมีเนื้อหามากขึ้น

จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่า สามารถสรุปรายละเอียดการเล่าเรื่อง
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ในรูปของตารางได้ดังนี้

**ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์ของ
Museum Siam**

| องค์ประกอบเรื่องเล่า | การวิเคราะห์สาระ | การวิเคราะห์รูปแบบ |
|----------------------|--|---|
| ผู้เล่าเรื่อง | “ผู้จัดประสบการณ์การเรียนรู้ความ เป็นไทยอย่างร่วมสมัย ในรูปของ พิพิธภัณฑ์มีชีวิต เพื่อส่งเสริมให้คน ไทยใช้ภูมิปัญญาในชีวิตประจำวัน” | ผู้เล่าเรื่องแบบสนับสนุน Supportive |
| แก่นของเรื่อง | การเรียนรู้ความเป็นไทยอย่างรอบด้าน และร่วมสมัยคือทุนทางภูมิปัญญาเพื่อ ต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ | แก่นเรื่องระดับ “แนวคิด” กับ “สังคม” มากกว่า “ปัจเจก” |
| เหตุการณ์ | กระตุ้นการแสวงหาที่มาของ “ความ เป็นไทย” ผ่านการเรียนรู้ “ภูมิปัญญา ต่างๆ | นำเสนอนิทรรศการทั้งถาวร หมุนเวียน พิเศษและกิจกรรมเสริม |
| ตัวละคร | 1) คนไทย 2) พื้นที่สุวรรณภูมิ 3) ภูมิปัญญาไทย | 1) ความหลากหลายทางเชื้อชาติ 2) ความคาบเกี่ยว อาณาเขตติดต่อทาง ภูมิศาสตร์ส่งผลให้เกิดความสัมพันธ์กัน ของผู้คน 3) การสังสมความรู้ที่เกิดจาก ปฏิสัมพันธ์ของคนกับพื้นที่ |
| ฉาก | อาคารพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ (อาคารเก่าบูรณะใหม่) ทั้งภายในและภายนอก | 16 ห้องนิทรรศการ “ชุดเรียงความ ประเทศไทย” และห้องตีความเรื่อง เสนอมุมมองใหม่ทั้งด้านเนื้อหาและ วิธีการเรียนรู้เนื้อหาบางสภาพแวดล้อม ไทยโบราณ |

| องค์ประกอบเรื่องเล่า (ต่อ) | การวิเคราะห์สาระ (ต่อ) | การวิเคราะห์รูปแบบ (ต่อ) |
|-------------------------------|--|--|
| ความสัมพันธ์เชิงเวลา | เวลาในเรื่องเล่า ย้อนไปกว่า 3,000 ปี / เวลาที่เป็นหน่วยงานลูกของ OKMD ประมาณ 5 ปี | แสดงความเป็นมาของไทยในแต่ละช่วงเวลา/แสดงการเชื่อมโยงเรื่องภูมิปัญญาเกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ |
| ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล | ภูมิปัญญาไทยเป็นปัจจัยส่งเสริมให้สังคมไทยพัฒนาเข้าสู่การเป็นสังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ | แสดงความเชื่อมโยงเรื่องภูมิปัญญาเกี่ยวกับเรื่องการค้าเงินชีวิตทุกมิติรวมทั้งเศรษฐกิจ |
| ผู้ฟัง | วัยรุ่นถึงวัยทำงานตอนต้นอายุ 15-25 ปี | ผู้เชื่อมโยงภูมิปัญญาไทยสู่การค้าเงินชีวิตอย่างร่วมสมัย |

เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาสาระและรูปแบบของเรื่องเล่าด้วยองค์ประกอบทั้ง 8 แล้ว ในขั้นตอนต่อไปจะเป็นการประเมินเรื่องเล่าโดยอาศัยการวิพากษ์ส่วนประกอบทั้งเนื้อหาสาระและรูปแบบดังนี้

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินเรื่อง (evaluation if narrative)

การประเมินเรื่องเล่าในแง่เนื้อหาสาระ เมื่อประมวลเนื้อหาของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam แล้ว ผู้วิจัยพบว่า เรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ของ Museum Siam อยู่บนเงื่อนไขของการย้อนอดีต สะท้อนความรู้เรื่อง คน พื้นที่และวิถีชีวิตอย่างไทย ซึ่งสังคมนกลายเป็นภูมิปัญญา คุณสมบัติเฉพาะเช่นนี้จะพัฒนาเป็นเอกลักษณ์หรือทุนทางปัญญาอันมีรากฐานจากวัฒนธรรมไทย ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตในทุกๆ ด้าน รวมทั้งด้านทางเศรษฐกิจ

สาระของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของการให้ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไม่ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นบริบทหรือสภาพแวดล้อมหรือมีอิทธิพลต่อการต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตไปในทิศทางใดทางหนึ่ง แต่สาระของเรื่องเล่าที่เน้นการสร้างตระหนักรู้ใน “ภูมิปัญญาไทย” ต่างหากที่จะนำมาซึ่งคุณลักษณะเฉพาะและความคิดสร้างสรรค์ของอย่างไทย อันจะเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เน้นเฉพาะเรื่องคุณค่าเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจแต่ต้องรวมคุณค่าเชิงภูมิปัญญาและการสร้างสรรค์ไว้ด้วย

การกำหนดตัวละครให้เป็น คน พื้นที่และ ภูมิปัญญา มีความสอดคล้องกับแก่นของเรื่องที่ต้องการจะเล่าให้เห็นถึงความสัมพันธ์และกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นของคนกับพื้นที่ มีความพยายามใช้เหตุการณ์และการสร้างฉากในการนำเสนอเรื่องเล่าให้เข้าถึงผู้ฟังหรือผู้รับสารหลักที่กำหนดไว้ว่าเป็นวัยรุ่นถึงวัยทำงานตอนต้นอายุ 15 - 25 ปี ด้วยการใช้เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาประกอบการนำเสนอ

ด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลนั้น เมื่อพิจารณาร่วมกับแก่นเรื่องที่จะเล่ากับการกำหนดฉากและเหตุการณ์แล้วถือว่าเน้นไปที่การเสนอมุมมองใหม่ๆ กระตุ้นการตั้งคำถามต่อ มีลำดับขั้นตอน มีความน่าสนใจ รวมทั้งมีความเหมาะสมของการสร้างฉากที่เป็นพื้นที่ถาวรของหน่วยงานเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่จะนำเสนอ

การประเมินเรื่องเล่าในแง่รูปแบบ ผู้เล่าเรื่องวางบทบาทและมุมมองในการเล่าแบบสนับสนุนและกระตุ้นให้ตระหนักถึงคุณประโยชน์ของภูมิปัญญาไทย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาคุณภาพชีวิตทุกด้าน รวมทั้งด้านเศรษฐกิจ รูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam จึงไม่ได้เสนอความรู้ ความหมายหรืออิทธิพลของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อวิถีชีวิตคนไทยอย่างตรงไปตรงมา ไม่ได้เห็นว่าสังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นส่งผลกระทบต่อปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมอย่างชัดเจน แต่หากคนไทยหรือสังคมไทยสามารถฟื้นฟูภูมิความรู้ดั้งเดิมที่สั่งสมมาจากอดีตอันเป็นเอกลักษณ์ แล้วสามารถปรับใช้เพื่อพัฒนารูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบันได้ ก็ย่อมมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตคนไทยจะพัฒนาเอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาเหล่านั้นให้เป็นทุนทางความคิดเพื่อสร้างงานสร้างรายได้ ดังนั้นการนำเสนอเรื่อง

เล่าเกี่ยวกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของ Museum Siam จึงสร้างเงื่อนไขเกี่ยวกับการส่งเสริมให้คนไทยหันมาศึกษาและใช้องค์ความรู้ของไทยเป็นพื้นฐานเสียก่อน

เหตุการณ์และตัวละครของเรื่องเสนอให้การจำลองหรือสาธิตการปรับตัว ปรับเปลี่ยนเรียนรู้ที่จะดำเนินชีวิตให้อยู่ร่วมกับพื้นที่ ซึ่งในที่นี่หมายถึงภูมิภาคสุวรรณภูมิ ที่ผ่านการเปลี่ยนแปลงจากอดีตสู่ปัจจุบันของคนไทย ใช้ตัวละครที่เป็นคนทั้งสิ้นถึง 7 ตัว นำเสนอตัวละครภูมิศาสตร์ที่กว้างขวางและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของภูมิภาคสุวรรณภูมิในอดีตเป็นตัวละครที่เพิ่มความเข้าใจความเป็นไทยในแบบผสมผสานและหลากหลาย เสริมการพิจารณาความคล้ายคลึงกันระหว่างไทยกับเพื่อนบ้านหรือการหลงไหลเข้าออกแลกเปลี่ยนกันระหว่างไทยกับนานาอารยประเทศเป็นตัวเน้นย้ำให้เห็นความสามารถในการปรับเปลี่ยน แลกเปลี่ยนแบบของคนไทยอันถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ตัวละครด้านที่เป็นเนื้อหาองค์ความรู้ทั้งทางสังคมศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา ศิลปะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นตัวละครที่สอดแทรกและทำหน้าที่อยู่ในเหตุการณ์ที่กำหนดเป็นช่วงเวลาในแต่ละฉากหรือห้องจัดแสดงแต่ละห้อง สะท้อนให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ถิ่นอาศัยนั้นก่อให้เกิดความรู้ต่างๆ มากมายซึ่งตกผลึกมาเป็น “ภูมิปัญญาไทย” อันเป็นแก่นของเรื่องเล่าของ Museum Siam

ผู้วิจัยพบว่าการจัดแสดงนิทรรศการถาวรชุด “เรียงความประเทศไทย” เป็นเหตุการณ์หลักที่ Museum Siam ใช้ดำเนินเรื่องเล่าของตน กลวิธีการนำเสนอนิทรรศการนั้นมีความน่าติดตามเพราะอาศัยการวางตัวละครทั้งที่เป็นคน และเป็นสภาพแวดล้อมให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ใช้กระบวนการเรียนรู้เชิงประจักษ์ด้วยการใช้ประสาทสัมผัสต่างๆ ของผู้เข้าชมนิทรรศการเป็นเครื่องมือที่จะก่อให้เกิดประสบการณ์ร่วมไปกับเนื้อหาของนิทรรศการได้ ส่วนนิทรรศการรูปแบบอื่นๆ เช่น นิทรรศการชั่วคราว นิทรรศการพิเศษ นิทรรศการเคลื่อนที่ และนิทรรศการ 360 องศา นั้นถือเป็นเหตุการณ์เสริมให้เรื่องเล่าเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยของ Museum Siam มีสีสันและมีความหลากหลายมากขึ้น แต่เหตุการณ์ดังกล่าวอาจยังไม่ได้ทำหน้าที่ขยายใจความจากนิทรรศการหลักได้มากเท่าที่ควรซึ่งจะส่งผลให้เรื่องเล่าไม่มีความเป็นเอกภาพได้

เมื่อพิจารณาการประเมินเรื่องทั้ง 2 ส่วนคือ เนื้อหาสาระและรูปแบบแล้วพบว่า ในกระบวนการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ในเงื่อนไขพื้นฐานที่ว่าคนไทยต้อง

“เรียนรู้ภูมิปัญญาไทยแล้วสามารถปรับใช้กับชีวิตประจำวัน” ให้ได้จึงจะกล่าวได้ว่าเกิดการใช้เอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาไทยเป็นเครื่องมือเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านสาระของเรื่องมีความเหมาะสมและอยู่บนมุมมองที่ผู้เล่าเรื่องมีเชี่ยวชาญ มีการกำหนดตัวละครและฉากที่จะใช้ดำเนินเหตุการณ์ได้ครอบคลุมและสอดคล้องกัน การแสดงความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลเน้นการอ้างถึงคุณค่าและคุณประโยชน์ของการตระหนักถึง “ภูมิปัญญาไทย” เป็นหัวใจหลักของการจะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากกว่าการกล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง ส่งผลให้ในด้านรูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam จึงเน้นไปที่การใช้ตัวละครกลุ่มคนไทยที่เน้นความแตกต่างหลากหลาย ตัวละครลักษณะทางภูมิศาสตร์หรือพื้นที่ และตัวละครองค์ความรู้ของไทย เป็นผู้ดำเนินเหตุการณ์ในเรื่องทั้งเหตุการณ์ที่เป็นการให้ความรู้และกระตุ้นความสงสัยผ่านนิทรรศการถาวร และเหตุการณ์ที่เป็นการสร้างความปลอดภัยหรือสร้างแรงบันดาลใจผ่านนิทรรศการชั่วคราว นิทรรศการพิเศษต่างๆ เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร

นอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์บุคคลทั้งส่วนที่เป็นการสรุปความคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ตามข้อคำถามและการวิเคราะห์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่าแล้ว ลำดับถัดไปผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลสารที่ปรากฏในสื่อของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยกรอบแนวคิดเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน ซึ่งทุนทั้ง 4 นี้คือทุนพื้นฐานที่จะส่งเสริมหรือเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการเรียนรู้หรือเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เห็นลักษณะสารที่ปรากฏตามแต่ละสื่อของแต่ละหน่วยงาน โดยจะนำเสนอข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อในรูปแบบของตารางเรียงตามการลำดับหน่วยงานคือ TK Park , TCDC และ Museum Siam ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลจากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park พบว่าสื่อพื้นที่ส่วนใหญ่ของ TK Park เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่อยู่ในรูปแบบของศูนย์การเรียนรู้ เป็นเสมือนผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การนำเสนอเนื้อหาจึงเน้นเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบซึ่งเป้าหมายคือเพื่อพัฒนาคน ดังนั้นสื่อพื้นที่ของ TK Park จึงมีเนื้อหาอยู่ในกลุ่มทุนมนุษย์มากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะพื้นที่ห้องสมุดมีชีวิต ศูนย์

ฝึกอบรมไอที mind room และตามด้วยเนื้อหาในกลุ่มทุนโครงสร้างหรือสถาบันเนื่องจาก
หน่วยงานเน้นการสร้างและผลิตสื่อการเรียนรู้ที่สามารถเข้าถึงด้วยระบบอินเทอร์เน็ตและการใช้
เทคโนโลยีมีลิตมีเดียต่างๆ เช่น ห้องสมุดไอที ห้องฉายภาพยนตร์ ห้องสมุดดนตรี หรือ ส่วนการใช้
สื่อพื้นที่เช่น ลานสานฝัน ศูนย์การเรียนรู้เอนกประสงค์ มีเนื้อหาด้านทุนทางสังคมเป็นลำดับ
รองลงมา และพบว่าสื่อพื้นที่ของ TK Park มีเนื้อหาด้านทุนทางวัฒนธรรมเป็นลำดับสุดท้าย

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---|---|--|--|---|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ห้องสมุดไอที (IT Library) | พื้นที่บริการหนังสือเกี่ยวกับไอที พร้อมให้บริการคอมพิวเตอร์และจัดที่นั่งอ่านเป็นส่วนตัว | ส่งเสริมทักษะและความรู้ด้านไอทีจากการใช้คอมพิวเตอร์ | - | ด้วยการจัดพื้นที่ใช้คอมพิวเตอร์หรือนั่งอ่านหนังสือไว้ใกล้กัน ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่มีการแลกเปลี่ยนพูดคุยกันด้านไอที | ให้บริการความรู้ด้านไอทีและสนับสนุนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ที่ทันสมัยอย่างเพียงพอ |
| ห้องสมุดมีชีวิต (Reading Park & Mediatheque) | พื้นที่ส่วนกลางสำหรับค้นคว้าข้อมูล แลกเปลี่ยนความรู้ด้วยหนังสือและสื่อมัลติมีเดียหลากหลาย มีบรรยากาศเฉพาะที่ผ่อนคลายไม่เป็นทางการ | ลดความเป็นทางการของห้องสมุด ช่วยให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกผ่อนคลายและอิสระในการแสวงหาความรู้และพัฒนาตนเอง | เปิดโลกทัศน์เพื่อให้รู้จักวัฒนธรรมที่หลากหลายด้วยหนังสือและสื่อมัลติมีเดีย ทั้งที่ผลิตขึ้นในไทยและต่างประเทศ | เกิดการสร้างกลุ่มหรือเครือข่ายของบุคคลที่มีความสนใจคล้ายคลึงกัน | สนับสนุนการเรียนรู้ได้อย่างหลากหลาย และส่งเสริมการค้นคว้าด้วยตนเองผ่านระบบออนไลน์อย่างอิสระ |
| ห้องเงียบ (Quiet Library) | พื้นที่สำหรับผู้ต้องการความเงียบและความเป็นส่วนตัว เน้นให้บริการหนังสือจำพวกสารานุกรม หนังสือเฉพาะทางและหนังสืออ้างอิง | สนับสนุนการค้นคว้าเชิงลึกด้วยบรรยากาศที่ก่อให้เกิดสมาธิ | - | - | - |

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-----------------------------------|---|--|---|---|--|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ห้องสมุดดนตรี (Music Library) | พื้นที่ให้บริการความรู้ด้านดนตรี โดยเฉพาะ รวบรวมหนังสือและสื่อมัลติมีเดียทั้งไทยและต่างประเทศ มีบริการฟังเพลงผ่านไอพอด และมีเครื่องดนตรีสำหรับฝึกซ้อม | สร้างทักษะให้แก่ผู้สนใจด้านดนตรีด้วยการจัดพื้นที่ส่วนฝึกซ้อม มีอุปกรณ์ให้ใช้ และมีสื่อมัลติมีเดียให้บริการ | ส่งเสริมการแสดงดนตรีประเภทต่างๆ นอกเหนือจากที่ตนเองชอบ ก่อให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมดนตรีแต่ละชนิด | ส่งเสริมการพบปะแลกเปลี่ยนของกลุ่มคนที่สนใจด้านดนตรี สร้างความต่อเนื่องในการรวมกลุ่มหรืออาจรวมกันเพื่อสร้างเป็นวงดนตรีได้ | สนับสนุนการเชื่อมโยงความรู้ไปสู่การปฏิบัติจากหนังสือจากสื่อมัลติมีเดียต่างๆกับเครื่องดนตรีและบริการที่จัดไว้ |
| ห้องฉายภาพยนตร์ (Mini Theater) | พื้นที่บริการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ ทั้งการชม จัดฉาย หรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ทั้งภาพยนตร์กระแสหลักและภาพยนตร์นอกกระแส | - | กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ เช่น การจัดฉายหรือสัมมนา ก่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ต่างกันได้ | ส่งเสริมการพบปะแลกเปลี่ยนของกลุ่มคนที่สนใจด้านภาพยนตร์ สร้างความต่อเนื่องในการรวมกลุ่มหรืออาจรวมกันเพื่อสร้างเป็นสมาคมได้ หรือส่งเสริมการผลิต | เป็นช่องทางสนับสนุนการเรียนรู้และการแสดงออกผ่านสื่อภาพยนตร์ให้แพร่หลาย |
| ศูนย์ฝึกอบรมไอที (IT Workshop) | พื้นที่ฝึกอบรมไอทีให้แก่ผู้ที่ต้องการพัฒนาทักษะด้านคอมพิวเตอร์ ทั้งหลักสูตรทั่วไปและเฉพาะทาง | เกิดความรู้และทักษะด้านคอมพิวเตอร์จากการปฏิบัติงานจริง โดยผู้เชี่ยวชาญ | - | เกิดการพัฒนาและขยายเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญด้านคอมพิวเตอร์ให้มากขึ้น | ส่งเสริมการเผยแพร่ความรู้และทักษะด้านคอมพิวเตอร์อย่างครบวงจร |

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---|---|---|--|---|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ลานสานฝัน (Open Square) | พื้นที่เปิดโล่งเอนกประสงค์สำหรับการแสดงผลงาน จัดกิจกรรมทั้งภายในและให้บริการบุคคลภายนอก | ออกแบบพื้นที่ให้ผู้เข้าใช้ได้แสดงออก ซึ่งความสามารถของแต่ละบุคคล ทั้งยังเป็นพื้นที่แลกเปลี่ยนความรู้ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพขึ้นในแต่ละบุคคล | ส่งเสริมการรู้จักและเข้าใจ วัฒนธรรมของผู้คนจากการได้เข้าร่วมรับชมผลงานหรือกิจกรรมที่มาจากจินตนาการ และความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ | การเปิดโอกาสให้คนได้มีพื้นที่แสดงความสามารถและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันก่อให้เกิดความสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ ได้ | สนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยการอำนวยความสะดวกด้านพื้นที่หรือเวทีแสดงผลงานที่เปิดกว้าง |
| ศูนย์การเรียนรู้เอนกประสงค์ (Auditorium) | พื้นที่เอนกประสงค์สำหรับการแสดงผลงาน จัดกิจกรรมทั้งภายในและให้บริการบุคคลภายนอก ในรูปแบบปิด | | | | |
| Mind Room | พื้นที่ให้บริการหนังสือจากต่างประเทศที่หลากหลาย เน้นการส่งเสริมทักษะชีวิตด้านต่างๆ | ส่งเสริมทักษะอาชีพให้บุคคลสามารถค้นหาความสามารถเฉพาะทางของแต่ละบุคคลได้ | เปิดมุมมองวัฒนธรรม และวิถีชีวิตจากต่างประเทศ เพื่อเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตแบบไทย | - | ส่งเสริมการเรียนรู้ทักษะอาชีพที่ได้จากข้อมูลข่าวสารของต่างประเทศ |

นอกจากสื่อพื้นที่ซึ่งถือเป็นสื่อหลักที่ TK Park ใช้สื่อสารเนื้อหาของหน่วยงานเนื่องจากบทบาทการเป็นศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบเพื่อพัฒนาคนแล้ว ผู้วิจัยยังศึกษาสื่อกิจกรรมซึ่งถือเป็นสื่อที่สร้างขึ้นเพื่อเสริมกับสื่อสถานที่ที่ได้อำนวยความสะดวกไว้ เพราะสื่อกิจกรรมเป็นรูปแบบสื่อที่สามารถสร้างความเคลื่อนไหวและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการด้วย ซึ่งจะได้นำเสนอผลเป็นลำดับต่อไป

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park ผู้วิจัยพบว่า การใช้สื่อกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park นั้นเน้นหนักไปที่การสร้างเสริมทุนทางมนุษย์ ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก แต่ยังคงเน้นหนักที่ทุนทางมนุษย์เป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากกิจกรรมต่างๆ จะถูกออกแบบตามกลุ่มภารกิจงานของหน่วยงานซึ่งได้แก่ กิจกรรมเพื่อพัฒนาไอที กิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะชีวิต และกิจกรรมเพื่อพัฒนาจิตอาสา ดังนั้นเนื้อหาที่พบจากสื่อกิจกรรมจึงไม่เน้นเรื่องทุนทางวัฒนธรรมเท่าที่ควร จะพบเพียงการนำศิลปะการแสดงต่างๆ มาประกอบคล้ายการโชว์เท่านั้น ไม่ได้เน้นให้เป็นส่วนหลักของกิจกรรม ซึ่งการจัดกิจกรรมจะมีการตั้งประเด็นที่สอดคล้องกับช่วงเวลาหรือสถานการณ์ปัจจุบัน เช่น กิจกรรมรู้เท่าทันสื่อ กิจกรรมแก้ปัญหาเด็กติดเกม กิจกรรมเนื่องในสัปดาห์แห่งความรัก นอกจากนี้ยังพบว่าการจัดกิจกรรมพยายามให้เกิดความครอบคลุมกับกลุ่มเป้าหมายหลากหลายทั้งวัยรุ่น เด็กและเยาวชน วัยทำงานและครอบครัว

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park

| สื่อกิจกรรม | ชื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------|--|---|---|--|---|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม : ไอที | ปฏิบัติการกระชับพื้นที่สื่อไทย | เผยแพร่แนวทางการใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และปลอดภัย รวมถึงการป้องกันและแก้ไขปัญหาจากการใช้ "สื่อ" อย่างไม่ถูกต้องและไม่เหมาะสม พร้อมการแสดงโทษที่เป็นศิลปะการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย และการต้นบียอยที่เป็นวัฒนธรรมตะวันตก | ให้ความรู้และตระหนักถึงภัยออนไลน์ที่มาตามสื่อ | นำเสนอศิลปะการแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ของไทยควบคู่ไปกับการแสดงของวัฒนธรรมตะวันตก | เกิดการรวมกลุ่มของผู้ที่ต้องการผลักดันให้ทุกคนเท่าทันสิ่งออนไลน์ในสื่อที่มาในหลายรูปแบบ และเป็นการส่งเสริมให้คนเข้าใจวัฒนธรรมการแสดงที่แตกต่างกัน | การทำหนังสือเป็นเครื่องมือของการเข้าถึงความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่ถูกต้อง |
| | เรียนรู้ตัวอย่างสร้างสรรค์ รู้ทันสื่อออนไลน์ | เป็นกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้การใช้สื่อสารสนเทศและอินเทอร์เน็ตเพื่อพัฒนาศักยภาพของ บุคคล | ให้ความรู้และตระหนักถึงภัยออนไลน์ที่มาตามสื่อเน้นหนักที่สื่อสารสนเทศและอินเทอร์เน็ต | - | เกิดการรวมกลุ่มของผู้ที่สนใจการใช้สื่อพัฒนาศักยภาพของตน และตระหนักถึงการเท่าทันสื่อ | การทำหนังสือเป็นเครื่องมือของการเข้าถึงความรู้จากแหล่งต่างๆ ที่ถูกต้อง |

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------|--|--|---|----------------|--|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม : ไอที | <p>ทีเคพาร์ควรร่วม สนับสนุน นวัตกรรม การทำดี คนไอทีเพื่อ สังคม</p> | <p>การเสวนาเรื่องการใช้ไอทีเพื่อ ช่วยเหลือคนพิการ ทั้งในแง่การ พัฒนาระบบช่วยเหลือ รวมไปถึง การส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้ เรื่องไอที และสามารถเป็นกลุ่ม คนจิตอาสาได้ด้วย</p> | <p>ก่อให้เกิดการเห็น ความสำคัญของคน พิการ และเห็นถึงคุณค่า ของความสามารถด้าน ไอทีของคนพิการ</p> | - | <p>นับเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ ที่มีจิตอาสาช่วยเหลือคน พิการได้รวมตัวกันเพื่อ นำไปสู่พัฒนาระบบ ช่วยเหลือคนพิการ และตั้ง เป้าศักยภาพของคนพิการ มาใช้ประโยชน์ได้</p> | <p>นับเป็นเครื่องมือในการ เผยแพร่การเห็นค่าของ คนพิการ และอาจนำไปสู่ การพัฒนาเครื่องมือ ช่วยเหลือคนพิการ รวม ไปถึงการนำเอา ความสามารถของคน พิการมาใช้ประโยชน์ใน เชิงสาธารณะประโยชน์</p> |
| | <p>TK PoP 2010 ขบวนการขัดเงาแอนิเมชัน</p> | <p>การนำแอนิเมชันของนิสิตที่เข้า ร่วมกิจกรรมที่เคยทำมาทำให้ สมบูรณ์ขึ้น และทำให้นิสิตเข้าใจ กระบวนการการทำงานที่แท้จริง</p> | <p>เสริมสร้างทักษะของ นิสิตนักศึกษาที่มีความรู้ ด้านแอนิเมชันให้ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น</p> | - | <p>ชี้ให้เห็นการเชื่อมโยง ความรู้และประสบการณ์ ระหว่างนิสิตนักศึกษาและ ผู้ประกอบการหรือ ผู้เชี่ยวชาญด้านแอนิเมชัน</p> | <p>เปิดโอกาสให้แก่นิสิต นักศึกษาที่เรียนแอนิเมชัน ได้เห็นกระบวนการ ทำงานจากผู้ประกอบการ หรือผู้เชี่ยวชาญเพื่อไป พัฒนางานของตนเข้าสู่ ตลาดงานจริงได้ง่ายขึ้น</p> |

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------|---|--|--|----------------|---|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม : ไอที | สร้างแฟลช แอนิเมชันสวยๆ ด้วยสองมือเรา | กิจกรรมนี้เป็นการ เวิร์คช็อปการสร้างแอนิเมชัน ด้วยโปรแกรม Flash Player 3 เบื้องต้น เพื่อนำไปใช้ในชีวิต จริง | ส่งเสริมมีทักษะการสร้าง แอนิเมชันด้วยโปรแกรม แฟลช | - | - | นับเป็นการกระจายความรู้ สู่ผู้ที่ให้ความสนใจด้านแ นิเมชัน |
| | “เด็กติดเกม” แก้ได้ ...ด้วยสายใย ครอบครัว | การสัมมนานี้ได้กล่าวถึง ประเภทของเกม สาเหตุที่เด็ก ติดเกม และวิธีการแก้ไขและ ป้องกันเด็กติดเกม ซึ่งสิ่งที่ช่วย ได้คือ ครอบครัว | เกิดความตระหนักรู้ของ ระดับปัจเจกว่า ควรใส่ใจ ดูแลเยาวชนให้เล่นเกมแต่ พอดี และเท่าทันเกมที่มา ในรูปแบบต่างๆ | - | การสัมมนาที่ก่อให้เกิดการ ทำงานร่วมกันของกลุ่มคน ซึ่งเป็นระบอบกเสียงให้คน ในสังคมตระหนักรู้และให้ ความสำคัญต่อเยาวชนให้ เล่นเกมแต่พอดี | นับเป็นเครื่องมือที่เป็นการ แสดงให้เห็นว่าสังคมให้ ความสำคัญกับปัญหาเด็ก ติดและแนะแนวทาง ออกให้แก่สังคม |
| | พลังเล็ก ๆ บนโลก ใบใหญ่ | การสัมมนาเรื่องการใช้ อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย และกิจกรรมด้านศิลปะ การ อ่านข่าว การพับเครื่องบิน กระดาษ | สร้างความตระหนักรู้ของ ระดับปัจเจกในเรื่องการใช้ อินเทอร์เน็ตให้ปลอดภัย และเกิดทักษะด้านศิลปะ ด้านการอ่านข่าว และพับ เครื่องบินกระดาษ | - | นับเป็นกิจกรรมที่เป็นการ รวมตัวของเด็กๆ ที่แสดงให้เห็น พลังสร้างสรรค์สู่สังคม | นับเป็นเครื่องมือที่เป็นการ แสดงให้เห็นว่าเด็ก ๆ มีพลัง แห่งการสร้างสรรค์ |

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูล ทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------------------|-------------------------------|---|---|----------------|--|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม : ทักษะ ชีวิต จิตอาสา | เรียนรู้รักอย่างเข้าใจ | การสัมมนาเพื่อเรียนรู้รักอย่างเข้าใจ จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเรื่องเพศเนื่องจากในวัยเรียนยังเป็นวัยที่ยังไม่เหมาะสมกับการมีเพศสัมพันธ์ พร้อมกับการแสดงละครและการได้วาทีเพื่อเพิ่มสีสันในงาน | ทำให้เกิดความระมัดระวังในเรื่องการมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียน หรือมีภูมิเพื่อป้องกันตนเองจากโรคและการตั้งครรภ์ก่อนวัยอันควร | - | ส่งเสริมทัศนคติและค่านิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ เรื่องเพศสัมพันธ์ในวัยเรียน | นับเป็นการเปิดพื้นที่เพื่อสร้างความเข้าใจต่อเยาวชนในเรื่องความรักว่ารักอย่างไรคือรักที่ดี รักที่มีสติ และรู้จักป้องกันตนเอง |
| | ส่งต่อความคิด สร้างกิจกรรม | กิจกรรมพัฒนาผู้นำนิสิตนักศึกษาเพื่อสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมการอ่านสำหรับเด็กโดยให้ความรู้ด้านอายุ บุคลิก พฤติกรรม ความสนใจ ของเด็กแต่ละวัย | สร้างสำนักจิตอาสาให้แก่ผู้เข้าอบรม สร้างความเข้าใจถึงลักษณะของเด็กแต่ละช่วงวัยว่ามีพฤติกรรมอย่างไร เพื่อสร้างกิจกรรมให้เด็กรักการอ่าน | - | นับเป็นการรวมกลุ่มเยาวชนที่มีจิตอาสาในเรื่องการพัฒนาการอ่านของเด็ก นำไปสู่การสร้างสรรค์กิจกรรมของจริงในอนาคตเพื่อเด็กในสังคม | กิจกรรมนี้เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดประสบการณ์การสร้างสรรค์กิจกรรมส่งเสริมการอ่านสำหรับเด็ก และเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นความสำคัญของการอ่านในวัยเด็ก |

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------------------|---------------------------------|--|---|--|--|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม : ทักษะชีวิต จิตอาสา | ทำดีไม่อายุใคร ณ ตลาดนัดจิตอาสา | กิจกรรมตลาดนัดในรูปแบบจิตอาสาที่นำรายได้ไปช่วยผู้ป่วย ผู้ด้อยโอกาส หรือนำไปพัฒนาห้องสมุดชุมชน พร้อมทั้งมีการเสวนา “นวัตกรรมการทำดี คนไอทีเพื่อสังคม” ซึ่งเป็นการพูดคุยเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตกับการทำงานด้านจิตอาสา | เกิดการตระหนักถึงความสำคัญของไอทีที่สามารถนำไปใช้พัฒนาสังคม และช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาส พร้อมฝึกทักษะต่างๆ | กิจกรรมที่เผยแพร่ให้เห็นวัฒนธรรมตลาดนัดอย่างไทย ที่แสดงออกถึงความสัมพันธ์ของผู้คนที่นิยมอยู่ในหมู่บ้าน แต่มีจิตอาสาสอนให้ฟรี | การรวมกลุ่มผู้มีจิตอาสาอยากช่วยเหลือและพัฒนาสังคม ผ่านตลาดนัดจิตอาสา ทั้งยังถ่ายทอดความเป็นจิตอาสาแก่ผู้เข้ามาร่วมงานอีกด้วย | กิจกรรมนี้เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความมีจิตอาสาของกลุ่มคนที่สามารถกระตุ้นให้คนในสังคมเกิดจิตอาสาในรูปแบบต่างๆ ทั้งแบบไอที แบบกิจกรรมต่างๆ ได้ |
| | นวัตกรรมไอที ความดี และผู้พิการ | การเสวนาเรื่องการใช้อีทีเพื่อช่วยเหลือคนพิการ ทั้งในแง่การพัฒนาระบบช่วยเหลือ รวมไปถึงการส่งเสริมให้คนพิการมีความรู้เรื่องไอที และสามารถเป็นกลุ่มคนจิตอาสาได้ด้วย | ก่อให้เกิดการเห็นความสำคัญของคนพิการ และเห็นถึงคุณค่าของความสามารถด้านไอทีของคนพิการ | - | การเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีจิตอาสาช่วยเหลือคนพิการได้รวมตัวกันเพื่อนำไปสู่พัฒนาระบบช่วยเหลือคนพิการ และดึงเอาศักยภาพของคนพิการมาใช้ประโยชน์ได้ | เครื่องมือในการเผยแพร่การเห็นค่าของคนพิการ และอาจนำไปสู่การพัฒนาเครื่องมือช่วยเหลือคนพิการ รวมไปถึงการนำเอาความสามารถของคนพิการมาใช้ประโยชน์ในเชิงสาธารณะประโยชน์ |

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------------------|--|--|---|--|--|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม : ทักษะชีวิต จิตอาสา | เปิดตำนานวีรกรรมสร้างเด็กไทยให้เป็นนักอ่าน | การจัดอบรมเพื่อส่งเสริมการรักการอ่านให้แก่นิสิตนักศึกษา เพื่อนำไปต่อยอดการอ่านแก่ผู้อื่น โดยมีผู้เชี่ยวชาญมานำกิจกรรม | ก่อให้เกิดการเห็นคุณค่าของการอ่านมากขึ้น แล้วทำให้รักการอ่านมากขึ้น รวมถึงเกิดจิตอาสาอยากให้คนอื่นรักการอ่านเช่นกัน | ตระหนักถึงวัฒนธรรมการอ่านของเยาวชนไทยที่อ่านหนังสือน้อย และนำไปสู่การเปลี่ยนวัฒนธรรมการอ่านให้อ่านหนังสือมากขึ้น | การสร้างกลุ่มคนที่รักการอ่านและนำไปสู่การพัฒนาคนกลุ่มอื่นให้รักการอ่านด้วย | เครื่องมือในการพัฒนาคนให้รักการอ่าน และเผยแพร่การรักการอ่านสู่สังคมได้ในอนาคต |
| | สุขภาพทางการเงินที่ดี ดูแลได้ไม่ยาก | การเสวนาเรื่องการวางแผนการเงิน | ก่อให้เกิดการวางแผนทางการเงินของแต่ละบุคคล | - | - | เครื่องมือในการสนับสนุนให้คนรู้จักวางแผนการใช้เงิน และรู้จักคำว่าพอเพียง |
| | เมื่อมนุษย์ออฟฟิศคิดจะท่องเที่ยว | การเสวนาเกี่ยวกับวิถีชีวิตผู้คนที่ทำงานประจำสำนักงาน อย่างหนักว่าจะจัดการกับชีวิตการทำงาน และการเงินอย่างไร เพื่อให้สามารถพักผ่อนหรือท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม | ส่งเสริมแนวทางการจัดการด้านเวลา และสนับสนุนให้ผู้คนรู้จักผ่อนคลายหรือการพักผ่อน | การปรับวัฒนธรรมการทำงานของผู้คนในปัจจุบันให้สมดุลกับการพักผ่อนและผ่อนคลาย | - | - |

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------------------|--|--|--|--|--|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม : ทักษะชีวิต จิตอาสา | ออฟฟิศซินโดรม : ไรคร้ายใกล้ตัวหนุ่มสาวออฟฟิศที่บรรเทาได้ | การเสวนาและให้ความรู้เรื่องความเจ็บป่วยจากการทำงานในสำนักงานพร้อมทั้งแนะนำแนวทางการป้องกัน | ส่งเสริมการรักษาสุขภาพและการป้องกันตนเองจากความเจ็บป่วย ที่มีสาเหตุจากการทำงานหนักอย่างต่อเนื่องในสำนักงาน | เป็นการปรับวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของหนุ่มสาวออฟฟิศในเรื่องของหลีกเลี่ยงการเจ็บป่วยเนื่องจากการทำงาน | - | เป็นเครื่องมือในการสะท้อนการจัดการและการบริหารสำนักงานขององค์กรต่างๆที่ควรให้ความสำคัญกับปัญหาสุขภาพของพนักงาน |
| | ทำดี ทำได้ ทำงานจริงๆ | การเสวนาถึงเรื่องการมีจิตอาสา และต้องการให้คนในสังคมมีจิตอาสาด้วย | เกิดแรงบันดาลใจที่จะทำงานจิตอาสา | เป็นการจูงใจให้ปรับเปลี่ยนวัฒนธรรมการกินอยู่แบบคนเมืองที่ไม่ได้คิดถึงคนอื่นให้มีจิตอาสา | ทำให้กลุ่มคนเล็งเห็นความสำคัญของกลุ่มคนที่คอยโอกาสกว่าและเป็น การเปิดทางสู่การหยิบยื่นโอกาสและความช่วยเหลือแก่ผู้ด้อยโอกาส | เป็นเครื่องมือในการสร้างจิตสำนึกของผู้คนเพื่อให้ ความสำคัญแก่ผู้ที่ด้อยโอกาส |
| | บวกสุข ลบทุกข์ สมการความสุขของคนทำงาน | การเสวนาเรื่องการคิดบวกกันชีวิตการทำงาน อันจะนำมาซึ่งความสุข | เสนอแนวทางในการเปลี่ยนวิธีคิดให้มีความสุขในการทำงาน | เป็นการปรับวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของคนทำงาน โดยการเปลี่ยนวิธีคิดเพื่อทำให้เกิดความสุขในงานที่ทำ | - | - |

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูล ทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------------------|---|---|--|---|-------------|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม : ทักษะ ชีวิต จิตอาสา | 'บริหารเวลา' เคล็ดไม่ลับเพื่อความสำเร็จ | การเสวนาเรื่องการบริหารเวลา โดยให้เรียงลำดับความสำคัญของสิ่งที่ต้องทำในแต่ละวัน | สามารถบริหารเวลาของตัวเองได้ และใช้เวลาที่มีให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ | เป็นการปรับวัฒนธรรมการใช้ชีวิต ในเรื่องของการบริหารเวลา | - | เป็นเครื่องมือในการบริหารจัดการเวลาที่เป็นต้นทุนทรัพยากรที่มีค่าของมนุษย์ |
| | เป็นหนุ่มสาวออฟฟิศสุดสมาร์ท กับกิจกรรม "Work & Smart กับโยคะในที่ทำงาน" | ให้ความรู้เกี่ยวกับโยคะพื้นฐานให้ปรับใช้ได้ในที่ทำงาน เพื่อเตรียมร่างกายให้สามารถรับมือกับงานและคลายความเครียดได้ | สนับสนุนการสร้างสมดุลระหว่างร่างกายและจิตใจในการทำงาน | เป็นการปรับวัฒนธรรมการใช้ชีวิตในขณะทำงาน | - | - |

จากตารางที่ 7 การวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park เนื้อหาสารจากสื่อเว็บไซต์เน้นหนักที่การสร้างเสริมทุนโครงสร้างมากที่สุดเป็นลำดับแรก ทั้งนี้เนื่องจากด้วยคุณสมบัติพื้นฐานของสื่อเว็บไซต์เองเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการขยายโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และเมื่อมาผนวกกับการสร้างเนื้อหาสำหรับส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ที่บรรจุอยู่ในสื่อส่งผลให้สื่อเว็บไซต์ของ TK Park เป็นเครื่องมือสำหรับผู้ที่ต้องการค้นคว้าหาความรู้โดยไม่ต้องติดกับข้อจำกัดเรื่องการเดินทางมาที่ศูนย์การเรียนรู้ มีรูปแบบเน้นการเป็นสื่อการเรียนรู้ทางอินเทอร์เน็ต ด้วยวิธีการอาศัยเครื่องมือหลักของตนเองคือ หนังสือ ดนตรี กิจกรรม และมัลติมีเดียเป็นพื้นฐาน ดังนั้นสื่อเว็บไซต์ของ TK Park จึงเน้นการออกแบบให้เหมือนจำลองเครื่องมือการเรียนรู้ทั้งหมดดังกล่าวขึ้นมาสู่โลกออนไลน์

แต่อย่างไรก็ตามจากลักษณะเป้าหมายของหน่วยงานที่เน้นการพัฒนาคนดังที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น สื่อเว็บไซต์ของ TK Park จึงมีเนื้อหาสาระที่เสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในด้านการสนับสนุนทุนมนุษย์เป็นลำดับรองลงมา เน้นที่การให้ความรู้ทั้งทางตรงคือสามารถเรียนเนื้อหาจากเว็บไซต์ได้ในรูปแบบการอ่าน E-Book การดาวน์โหลดข้อมูล การค้นหาหรือเข้าบริการเชื่อมต่อกับเว็บไซต์อื่นๆ และยังมีการให้ความรู้ทางอ้อมเช่น การแนะนำหนังสือ สื่อการเรียนรู้จากห้องสมุด เพื่อให้เกิดการเข้ามาค้นคว้าใช้บริการด้วยตนเองต่อไปเป็นต้น ทั้งนี้สังเกตได้ว่า เนื้อหาสาระส่วนที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมนั้นพบในปริมาณน้อยมากและเนื้อหาสาระด้านทุนทางสังคมแม้จะมีการเสนอช่องทางเชื่อมต่อใหม่ในลักษณะ social network และการสร้างหน้าต่างคำถามคำตอบไว้ให้บริการเท่านั้น แต่ก็ถือว่าสื่อเว็บไซต์ให้น้ำหนักเนื้อหาสาระด้านการสร้างเสริมทุนทางสังคมค่อนข้างน้อยดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park

| เว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|----------|--|--|----------------|-------------|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| หน้าแรก | | <p>หน้าแรกประกอบไปด้วยจุดเชื่อมโยงไปยังหน้าหลักอื่นๆ อย่างไรก็ตามก็ยังมีจุดเชื่อมโยงไปยังหน้าย่อยเด่นๆ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. หน้าโฆษณา 2. หน้าทีเชื่อมโยงไปยังสื่อการเรียนออนไลน์ 3. มุมค้นหาหนังสือ 4. นิตยสาร Read Me 5. Live TV TK 6. VDO Clip 7. ข่าวสารและกิจกรรม 8. ติดตามกิจกรรม 9. TK Blog 10. คลังความรู้ 11. จองหนังสือ 12. สมาชิกอุทยานการเรียนรู้ | - | - | - | <p>เป็นเครื่องมือให้ผู้ต้องการหาความรู้สามารถค้นคว้าด้วยตัวเองได้อย่างสะดวกรวดเร็ว</p> |

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------------|---------------------|--|--|---|-------------|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สื่อการเรียนรู้ ออนไลน์ | คีตมหาราช | คีตมหาราชเป็นการเสนอพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เกี่ยวกับพระราชประวัติและให้ข้อมูลเกี่ยวกับเพลงพระราชนิพนธ์ | เว็บไซต์ทำให้ผู้สนใจดนตรีได้ ความรู้ความอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ส่งผลต่อความรู้ความเข้าใจหรือแรงบันดาลใจ | ส่งเสริมคุณค่าของศิลปะการดนตรี อันเป็นสื่อสากล | - | - |
| | ชุมทรัพย์ของแผ่นดิน | รวบรวมเนื้อหาเกี่ยวกับราชประเพณีรวมทั้งเรื่องราวในประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพระราชสำนักในรูปแบบสื่อประสม | เว็บไซต์ที่ให้ผู้สนใจโบราณราชประเพณีและเรื่องราวในประวัติศาสตร์เกิดความรู้ความเข้าใจระดับปัจเจก | เว็บไซต์ที่แสดงให้เห็นเอกลักษณ์ของโบราณราชประเพณี | - | เว็บไซต์ที่เป็นเครื่องมือในการหาข้อมูลแก่ผู้สนใจด้านโบราณราชประเพณีในรูปแบบสื่อประสม ซึ่งเข้าถึงข้อมูลได้โดยง่าย |
| | Audio Book | นำเสนอนิทานมีเสียงสำหรับเด็กก่อนวัยเรียน เด็กช่วงชั้นที่ 1 และ 2 | สามารถช่วยสร้างจินตนาการซึ่งเป็นคุณสมบัติที่เด็กๆ ควรจะมีและสมวัย | - | - | นับเป็นเครื่องมือที่อำนวยความสะดวกเกิดจินตนาการสำหรับเด็กอย่างสมวัย และเข้าถึงได้ง่าย |
| | TK E-library | เป็นส่วนให้บริการข้อมูลหนังสือภายใน TK Park จัดเป็นหมวดหมู่พร้อมรายละเอียดอย่างย่อ และบางเล่มสามารถดาวน์โหลด | - | - | - | นับเป็นเครื่องมือสำหรับค้นหาหนังสือที่แต่ละบุคคลสนใจและเข้าถึงได้ง่ายโดยไม่ต้องมาที่ TK Park |

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| ชื่อเว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------------|--|--|---|--|-------------|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สื่อการเรียนรู้ ออนไลน์ | ที่เคเกม | เป็นส่วนให้บริการความรู้ผ่านเกมเพื่อ ความเพลิดเพลินและผ่อนคลาย ทั้ง แบบดาวน์โหลดเอาไว้เล่นเองหรือทั้ง แบบที่ต้องติดต่อทางTK Parkเพื่อขอ ข้อมูลในการดาวน์โหลด | - | - | - | - |
| | นิทรรศการเพื่อ การเรียนรู้ : สื่อนิทรรศการ | ให้ความรู้ผ่านรูปแบบนิทรรศการ ออนไลน์ เน้นเนื้อหาที่ครอบคลุมทั้ง ความรู้และคุณธรรมในการดำเนินชีวิต | เสริมสร้างให้บุคคลที่สนใจ แต่ละนิทรรศการเกิด ความรู้ และอาจนำไป พัฒนาต่อเป็นความ เชี่ยวชาญระดับปัจเจก | ในบางหัวข้อสามารถแสดง ให้เห็นวัฒนธรรมของแต่ละ ท้องถิ่น เช่น นิทรรศการ เรียนรู้บ้านย่านฝั่งธน ที่แสดง ให้เห็นความเป็นอยู่ของชาว ฝั่งธน นอกจากนี้นิทรรศการ ข้าวในวิถีวัฒนธรรมไทยก็ แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรม การกินข้าวของคนไทย | - | นับเป็นเครื่องมือที่ช่วย ส่งเสริมความรู้ของแต่ละ บุคคลที่สนใจไม่หาความรู้ ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่ดีย่าง หนึ่ง โดยไม่ต้องไปดู นิทรรศการจริง |
| | มุมมอง ห้องสมุดมีชีวิต | ให้บริการฐานความรู้โดยแบ่งไว้เป็น หมวดหมู่ สามารถค้นหาและดาวน์โหลดได้ เน้นความรู้ทั่วไป | ส่งเสริมการค้นคว้าและ เข้าถึงข้อมูลเพื่อนำไป พัฒนาตนในระดับปัจเจก ได้ | - | - | เครื่องมือที่ช่วยให้บุคคล สามารถเข้าถึงหนังสือที่ สามารถดาวน์โหลดมาเก็บไว้ ได้ |

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------------|-------------------------------|---|---|----------------|-------------|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| คลังความรู้ | มุมมองความ และงานวิจัย | ให้บริการฐานความรู้โดยแบ่งไว้เป็น หมวดหมู่ สามารถค้นหาและดาวน์โหลดได้ เน้นบทความและงานวิจัย | ส่งเสริมการค้นหายุทธศาสตร์ และงานวิจัยที่สามารถ นำไปใช้พัฒนาตนเองใน ระดับปัจเจกได้ | - | - | นับเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้บุคคล สามารถเข้าถึงงานวิจัยที่ สามารถดาวน์โหลดมาเก็บไว้ได้ |
| | มุมมองเปลี่ยนแปลง เรียนรู้ | ให้บริการฐานความรู้โดยแบ่งไว้เป็น หมวดหมู่ สามารถค้นหาและดาวน์โหลดได้ เน้นบทสรุปงานสัมมนาต่างๆ | ส่งเสริมการค้นหายุทธศาสตร์ สัมมนาที่สามารถนำไปใช้ พัฒนาตนเองในระดับ ปัจเจกได้ | - | - | นับเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้บุคคล สามารถเข้าถึงการสรุปสัมมนา ที่สามารถดาวน์โหลดมาเก็บไว้ ได้ |
| | TK Reading Indicator | มุมมองนี้เป็นมุมมองที่รวมถึงงานวิจัยและ เอกสารต่างๆที่อยู่ในคลังความรู้ | - | - | - | นับเป็นเครื่องมือสำหรับค้นหา หนังสือ งานวิจัย และสรุปงาน สัมมนา ในหมวดคลังความรู้ |
| ข่าวสารและ กิจกรรม | ข่าวเด่นกิจกรรม ดัง | ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมหรือ เหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นโดย แบ่งเป็น ทักษะชีวิตจิตอาสา | - | - | - | - |
| | Review | สรุปกิจกรรมที่เกิดขึ้นไปแล้วในลักษณะ ประเมินผลและรวบรวมความรู้สำหรับ ในรูปแบบการประเมินผล | - | - | - | - |

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------------|--------------------------|--|--|----------------|-------------|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ข่าวสารและ กิจกรรม | ปฏิทินกิจกรรม | บอกรายละเอียดการจัดกิจกรรมในแต่ละเดือน ให้ข้อมูลประเภท กิจกรรมที่จะจัด บริเวณที่จัดกิจกรรม เวลาในการจัดกิจกรรม รวมถึงแบ่งหมวดหมู่ของแต่ละกิจกรรม | - | - | - | - |
| | คอร์สฝึกอบรม | ให้ข้อมูลหลักการฝึกอบรมด้านต่างๆ โดยเน้นเรื่องทักษะอาชีพที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี | สนับสนุนให้ค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจากการปฏิบัติจริง | - | - | - |
| | ข่าวฝาก ประชาสัมพันธ์ | รวบรวมข่าวประชาสัมพันธ์ภายนอก | - | - | - | - |
| | ห้องภาพที่เค | รวบรวมนำเสนอภาพบรรยากาศกิจกรรม หรือนิทรรศการต่างๆ ที่จัดขึ้น | - | - | - | เป็นเครื่องมือที่แสดงให้เห็นถึงการรวมตัวของกลุ่มคนที่สนใจในการหาความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ และนำมาซึ่งความน่าสนใจในการรวมตัวของกลุ่มคนในงานต่อไปได้ |

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------------|-------------|--|--|----------------|-------------|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ห้องสมุดที่เค ออนไลน์ | | ให้บริการสืบค้นข้อมูล ทรัพยากรห้องสมุด นอกจากนี้ยังมีการบริการสมาชิกเพื่อ ดูประวัติการใช้บริการห้องสมุด และ รายชื่อหนังสือใหม่ | - | - | - | นับเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการ ค้นหาหนังสือเพื่อศึกษาค้นคว้า เพื่อการสร้างสรรค์และผ่อนคลาย โดยค้นหาได้จากทุกที่ทุกเวลา |
| ทีวีทีเค | ทีวีทีเค | จุดประสงค์เพื่อเป็นช่องทางในการ สื่อสารสู่สาธารณะผ่านเว็บไซต์ แต่ ตอนนี้ยังไม่สามารถให้บริการได้ | - | - | - | หากสามารถใช้งานได้จริงก็นับเป็น เครื่องมือที่ถ่ายทอดความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ต่างๆได้ |
| | คลิป์วิดีโอ | หน้าที่รวบรวมวิดีโอที่ให้ความรู้ ใ เดียว รวมถึงการอธิบายปรากฏการณ์ ต่างๆในสังคม ในรูปแบบละครสั้น | เนื้อหาสาระที่อยู่ในสื่อ การเรียนรู้นี้ช่วยสร้าง เสริมประสบการณ์และ ความรู้ในระดับปัจเจกได้ | - | - | นับเป็นเครื่องมือที่ใช้เป็นสื่อการ เรียนรู้ที่เข้าถึงผู้คนได้จริงผ่าน ระบบอินเทอร์เน็ต |
| | สดจากทีเค | หน้าที่เปิดให้เห็นมุมมองต่างๆภายใน ห้องต่างๆของ TK Park ด้วยระบบ โทรทัศน์วงจรปิดออนไลน์ | - | - | - | เครื่องมือที่แสดงให้เห็นห้องสมุด รูปแบบใหม่ที่มีความน่าสนใจ ซึ่ง เป็นการเปิดพื้นที่ให้คนได้เห็นการ ศูนย์การเรียนรู้และสร้างสรรค์ใน อีกมิติหนึ่ง |

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------------|--|--|--|--|---|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| Service Zone | สมัครสมาชิกTK Park | กล่าวถึงวิธีการสมัครสมาชิกTK Park และ ข้อกำหนดต่างๆ | - | - | - | - |
| | สิทธิประโยชน์ สมาชิก | กล่าวถึงสิทธิพิเศษต่างๆ ที่สามารถให้ นอกTK Park ในการเป็นสมาชิกของ TK Park | - | - | - | - |
| | แนะนำพื้นที่ | แนะนำพื้นที่ที่เปิดบริการทั้งหมดในTK Parkว่าแต่ละพื้นที่มีไว้สำหรับการจัด กิจกรรม การทำกิจกรรมต่างๆอย่างไรบ้าง | - | - | ทำให้เห็นพื้นที่ใหม่สำหรับ การเรียนรู้และสร้างสรรค์ ที่ยังส่งเสริมการรวมตัว ของกลุ่มคนที่มีความคิด หรือความสนใจ ไปในทางเดียวกัน | นับเป็นเครื่องมือที่ช่วยแนะนำ พื้นที่สำหรับการเรียนรู้รูปแบบ ใหม่ โดยไม่ต้องมาถึงTK Park เอง และสามารถนำไปจัดการ วางแผนในการจัดกิจกรรมของ ตนเองได้ |
| บริการพื้นที่ | หน้าที่แนะนำพื้นที่ที่เปิดให้ใช้บริการ ตามแต่ละจุดประสงค์ของผู้ใช้บริการ ซึ่งมี รายละเอียดลักษณะพื้นที่เวลาและ ค่าใช้จ่ายบอกไว้ | - | - | ทำให้เห็นพื้นที่ใหม่สำหรับ การเรียนรู้และสร้างสรรค์ ที่ยังส่งเสริมการรวมตัว ของกลุ่มคนที่มีความคิด หรือความสนใจ ไปในทางเดียวกัน | นับเป็นเครื่องมือที่ช่วยแนะนำ พื้นที่สำหรับการเรียนรู้รูปแบบ ใหม่ โดยไม่ต้องมาถึงTK Park เอง และสามารถนำไปจัดการ วางแผนในการจัดกิจกรรมของ ตนเองได้ | |

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------------|-------------------------|---|--|----------------|---|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| Service Zone | FAQs | ชี้แจงรายละเอียดของคำถามที่พบบ่อย อาทิ สิทธิพิเศษในการเป็นสมาชิก การ ยืม คืน จองหนังสือ | - | - | ก่อให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมในการติดต่อสื่อสารและเกิดความใกล้ชิดระหว่างผู้ให้บริการและใช้บริการ | นับเป็นเครื่องมือที่เปิดพื้นที่สำหรับการรับข่าวสารด้านความรู้ความสร้างสรรค์ และกิจกรรมต่างๆ โดยที่ไม่ต้องค้นหาจากในเว็บไซต์และห้องสมุดจริง |
| | สมัครรับจดหมายข่าวที่เค | ให้บริการสมัครรับจดหมายข่าวของ TK Park ผ่าน E mail Adress | - | - | | |
| | มุมดาวน์โหลด | ให้บริการดาวน์โหลดเอกสารประกอบการอบรม และแม็กกาซีนของ TK Park | เนื้อหาสาระที่อยู่ในเอกสารดาวน์โหลดสามารถช่วยเสริมประสบการณ์และความรู้ในระดับปัจเจกได้ | - | - | นับเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้ต่างๆที่ได้จัดขึ้นในTK Park ซึ่งได้จัดเอาไว้ให้แบบถึงมือผู้เข้าใช้บริการ โดยดาวน์โหลดได้ตลอดเวลา |

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์ หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------------|----------|--|--|----------------|-------------|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| รู้จักเรา | | หน้าที่อธิบายถึง วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์การจัดตั้งองค์กร แผน ที่ ของTK Park นอกจากนี้ยังมีการ ประกาศจัดซื้อจัดจ้างต่างๆ | - | - | - | - |

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า TK Park ในฐานะศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบ มีการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยการใช้เนื้อหาที่เน้นเรื่องทุนมนุษย์เป็นหลักและมีความโดดเด่นจากการใช้สื่อเว็บไซต์เพื่อให้ความรู้แก่ผู้คนที่ ซึ่งถือเป็นความก้าวหน้าด้านทุนโครงสร้าง เนื้อหาสารที่ปรากฏจากสื่อของ TK Park จึงเป็นด้านทุนมนุษย์และทุนโครงสร้างเป็นสำคัญ

ลำดับถัดไปจะเป็นการเสนอผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารของสื่อต่างๆ ที่ TCDC ซึ่งเป็นศูนย์การเรียนรู้เพื่อส่งเสริมการสร้างสรรค์และการออกแบบ สื่อที่ใช้ศึกษาจะครอบคลุมทั้งสื่อพื้นที่ สื่อกิจกรรม สื่อเว็บไซต์ สื่อนิทรรศการและเพิ่มเติมสื่อนิตยสารเข้ามาด้วย

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ TCDC จากการวิเคราะห์เนื้อหาแล้ว การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสื่อพื้นที่ใน TCDC นั้น พบเนื้อหาเรื่องทุนสร้างสรรค์ทั้ง 4 ประการใกล้เคียงกันในทุกส่วนของพื้นที่ การแบ่งพื้นที่ในส่วนต่างๆ จะมีการปรากฏสารทั้งที่เพื่อส่งเสริมทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างอย่างครบถ้วน เช่น ส่วนพื้นที่ห้องสมุดเพื่อการออกแบบ ร้าน The Shop @ TCDC มีเพียงพื้นที่ส่วนที่เป็นบริการอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้นที่ไม่พบการสร้างเนื้อหาด้านทุนทางมนุษย์ วัฒนธรรม และทุนทางโครงสร้างที่ชัดเจนเมื่อเทียบกับพื้นที่ส่วนอื่นๆ

ข้อมูลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ TCDC ยังพบว่าสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเน้นไปที่เนื้อหาด้านทุนทางมนุษย์มากเป็นอันดับหนึ่ง ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างเป็นลำดับสอง และเสริมด้านทุนทางวัฒนธรรมเป็นอันดับท้ายสุดดังรายละเอียดในตาราง

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ TCDC

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูล ทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-----------------|---|--|--|---|--|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| The Shop @ TCDC | พื้นที่ขายสินค้า เป็นผลิตภัณฑ์ จากโครงการ “ปล่อยแสง” ที่ ผ่าน การออกแบบเพื่อเพิ่ม คุณค่าและมูลค่าให้แตกต่าง จากสินค้าทั่วไป ตามท้องตลาด | ส่งเสริมให้เกิด ผู้ประกอบการ ใหม่ที่ใช้ ความคิดสร้างสรรค์ และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ อย่างต่อเนื่อง | ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ ต่อยอด ความคิดสร้างสรรค์ จาก วัตถุดิบเดิมๆ ให้มีเอกลักษณ์ มี คุณค่าและมูลค่ามากขึ้น ช่วย ให้คน ในสังคมหันกลับมา เห็น ความสำคัญของงานฝีมือ และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น | เชื่อมโยงเครือข่าย เศรษฐกิจที่ ครบวงจร สร้างความสัมพันธ์ ให้แก่ นักธุรกิจ นักออกแบบ โรงงานผู้ผลิต ผู้ขายและผู้ซื้อ | เปิดโอกาสให้มีพื้นที่แสดงผล งาน และผลักดันนักออกแบบ ไปสู่การเติบโตเป็น ผู้ประกอบการใหม่ โดยไม่ เสียค่าใช้จ่ายใดๆ |
| นิทรรศการถาวร | พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการถาวร ในหัวข้อ “ต้องมีอะไรถึง ออกแบบได้” ซึ่งนำเสนอ ผลงานออกแบบ อุตสาหกรรม ในศตวรรษที่ 20 สะท้อนความ เป็นเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรม ของ 10 ชาติ ได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส อเมริกา สเปน เนเธอร์แลนด์ ฟินแลนด์ ญี่ปุ่น และบราซิล รวมถึง เรื่องราว ในหัวข้อ “อัจฉริยภาพ แห่งท้องถิ่น” ของประเทศไทย | ให้ความรู้พื้นฐานเรื่อง การ ออกแบบ ได้เห็นตัวอย่าง การ ออกแบบที่สร้างสรรค์ ระดับโลก | แสดงให้เห็นกระบวนการ ออกแบบอันได้รับแรงผลักดัน จากปัจจัย ทางวัฒนธรรม ท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มี ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน | เป็นเครื่องมือในการ ส่งเสริม การเรียนรู้และ สร้างสรรค์ อัน จะนำไปสู่ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มี เอกลักษณ์เพื่อ ผลักดัน สู่สังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | |

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ TCDC (ต่อ)

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------------|--|---|--|---|--|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการชั่วคราว | พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการชั่วคราว ให้ความรู้ สนับสนุนให้เกิดความคิด สร้างสรรค์ควบคู่ไปกับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ตามแต่หัวข้อที่หมุนเวียนไป | เป็นการให้ความรู้และ การสร้างแรงบันดาลใจ ในการออกแบบที่สร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาศักยภาพ ของตนเองได้ | สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ที่เข้ามาช่วยเพิ่มสินทรัพย์ ทางวัฒนธรรมเดิมให้เกิด เป็น รายได้ | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับกลุ่มคนที่เข้ามาชม นิทรรศการ | เป็นเครื่องมือในการ ส่งเสริมการเรียนรู้และ สร้างสรรค์อันจะนำไปสู่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์เพื่อผลักดัน สู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ |
| Kiosk @ TCDC | พื้นที่บริการเครื่องดื่ม มีอาหารอย่างง่าย เป็นมุมพักผ่อน แก่ผู้เข้ามาใช้บริการในพื้นที่ของTCDC | - | - | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับกลุ่มคนที่เข้ามาชม นิทรรศการ | - |
| Music @ TCDC | พื้นที่ให้ศิลปินรุ่นใหม่แสดง ความสามารถทั้งทางด้านภาพ และเสียง โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย มีกิจกรรมทุก วันเสาร์และอาทิตย์ เวลา 17.30-19.30น. | นักดนตรีได้พัฒนาศักยภาพ ของตนเองเพื่อการแสดงสู่ สายตาของบุคคลทั่วไป คล้ายๆ รูปแบบของ มินิ คอนเสิร์ต | ส่งเสริมการแสดงออก ทาง วัฒนธรรมดนตรีประเภทต่างๆ | เกิดการสร้างเครือข่ายของ คนที่มีความสนใจใน ศิลปะและดนตรี | เปิดโอกาสให้มาใช้พื้นที่ เพื่อแสดงความสามารถ ทางด้านดนตรีและศิลปะ |

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ TCDC (ต่อ)

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูล ทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------------------------|--|--|---|--|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ห้องสมุดเฉพาะ ด้านการออกแบบ | พื้นที่ค้นหาข้อมูลด้านการ ออกแบบ มีส่วนบริการห้อง ประชุมสำหรับกลุ่มย่อยเปิด ให้บริการเฉพาะสมาชิก ของ TCDC เท่านั้น | แหล่งให้บริการค้นหาข้อมูล ด้านการออกแบบ จากหนังสือ นิตยสาร และสื่อมัลติมีเดียทั้ง ภาษาไทยและต่างประเทศ | นำเสนอเนื้อหาด้านศิลปะ การ ออกแบบ ความคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งด้านวัฒนธรรม | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับกลุ่มคนที่เข้ามาชม นิทรรศการ | มีบริการอินเทอร์เน็ต ความเร็ว สูง อุปกรณ์ทาง เทคโนโลยีที่ ทันสมัย เพื่อค้นหาตามความ สนใจ มีห้องย่อยเพื่อประชุม ระดมความคิดกลุ่ม |
| ห้องสมุดวัสดุ เพื่อการออกแบบ | พื้นที่รวบรวมข้อมูลตัวอย่าง วัสดุหลากหลายประเภท วัสดุ นวัตกรรม ที่เป็นประโยชน์ต่อ การออกแบบ ให้ข้อมูลเชิงลึก และสามารถสัมผัสพื้นผิววัสดุ เหล่านั้นได้ | แหล่งค้นหาข้อมูล นวัตกรรม เทคโนโลยี ของวัสดุต่างๆที่ทุก มุมโลก เพื่อให้สามารถเลือกใช้ ได้ เหมาะสมและตอบสนองต่อ กระบวนการออกแบบ ไปจนถึงกระบวนการผลิต | - | - | เป็นพื้นที่สร้างโอกาสให้ เข้าถึง วัสดุต่างๆ จาก ทั่วโลก |
| Auditorium | พื้นที่สำหรับการจัดกิจกรรม วิชาการและการสัมมนาต่างๆ และมีห้องแบ่งย่อยๆ ตาม ลักษณะงานสัมมนา | ให้บริการวิชาการทั้งที่เป็น ทางการและไม่เป็นทางการ สร้างโอกาสในการเรียนรู้ ของ คน | - | สร้างเครือข่ายนักออกแบบ ให้ได้พบปะ ถ่ายทอด แลกเปลี่ยนความรู้ ความ คิดเห็นแก่กัน | เป็นพื้นที่ใช้สอยใน การจัดกิจกรรมต่างๆ และ เหมาะกับการเดินทางมาร่วม กิจกรรมได้ สะดวกสบาย |

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ TCDC (ต่อ)

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูล ทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------------|---|---|--|---|--|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการชั่วคราว | พื้นที่จัดแสดงนิทรรศการ ชั่วคราว ให้ความรู้ สนับสนุน ให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ ควบคู่ไปกับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ ตามแต่หัวข้อที่ หมุนเวียนไป | เป็นการให้ความรู้และ การสร้าง แรงบันดาลใจ ในการออกแบบ ที่สร้างสรรค์ เพื่อพัฒนา ศักยภาพ ของตนเองได้ | สนับสนุนความคิดสร้างสรรค์ ที่ เข้ามาช่วยเพิ่มสินทรัพย์ ทาง วัฒนธรรมเดิมให้ก่อเกิด เป็น รายได้ | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับกลุ่มคนที่เข้ามาชม นิทรรศการ | เป็นเครื่องมือในการ ส่งเสริม การเรียนรู้และ สร้างสรรค์อัน จะนำไปสู่ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์เพื่อ ผลักดัน สู่อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ |
| Kiosk @ TCDC | พื้นที่บริการเครื่องดื่ม มีอาหารอย่างง่าย เป็นมุม พักผ่อนแก่ผู้เข้ามาใช้บริการใน พื้นที่ของTCDC | - | - | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับกลุ่มคนที่เข้ามาชม นิทรรศการ | - |
| Music @ TCDC | พื้นที่ให้ศิลปินรุ่นใหม่แสดง ความสามารถทั้งทางด้านภาพ และเสียง โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย มีกิจกรรมทุก วันเสาร์และ อาทิตย์ เวลา 17.30-19.30น. | นักดนตรีได้พัฒนาศักยภาพ ของตนเองเพื่อการแสดงสู่ สายตาของบุคคลทั่วไป คล้ายๆ รูปแบบของ มินิคอนเสิร์ต | ส่งเสริมการแสดงออก ทาง วัฒนธรรมดนตรีประเภทต่างๆ | เกิดการสร้างเครือข่ายของ คนที่มีควมสนใจใน ศิลปะและดนตรี | เปิดโอกาสให้มาใช้พื้นที่ เพื่อ แสดงความสามารถ ทางด้าน ดนตรีและศิลปะ |

นอกจากสื่อพื้นที่ซึ่งถือเป็นสื่อที่ TCDC สร้างสารให้เสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ครบถ้วนทุกองค์ประกอบของทุนสร้างสรรค์ 4 ประการแล้ว การใช้สื่อเว็บไซต์ถือเป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งของหน่วยงานเพราะใช้เป็นทั้งแหล่งเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและให้ความรู้แก่ผู้ใช้บริการ รวมทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือสำหรับติดต่อสื่อสารและดำเนินกิจกรรมระหว่างหน่วยงานกับผู้ใช้บริการด้วย

จากตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของ TCDC พบว่า เว็บไซต์จะจัดแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน เช่น หน้าแจ้งข้อมูลข่าวสารและการติดต่อปฏิสัมพันธ์ อย่างหน้ากิจกรรม หน้าสมัครสมาชิก หน้าข้อมูลองค์กร หน้า visit TCDC ข่าวและประกาศ หน้ารายงานประจำปี ลักษณะสารที่พบในหน้ากลุ่มนี้จะเน้นการส่งเสริมทุนทางมนุษย์กับทุนทางโครงสร้างเป็นหลัก กล่าวคือให้บริการข้อมูลที่สามารถึงเข้าถึงได้สะดวกเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล

ขณะที่เว็บไซต์ในกลุ่มที่ให้ความรู้หรือแหล่งค้นคว้า เช่น หน้าบทความ หน้า E-Book หน้า TCDC publication จะนำเสนอความรู้เกี่ยวกับการออกแบบในรูปแบบของสื่อออนไลน์ ตัวอย่างหนังสือ สื่อต่างๆ ข้อเขียนที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการสร้างสรรค์และการออกแบบทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ เว็บไซต์กลุ่มนี้มีเนื้อหาสารที่เสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทุนทางมนุษย์เป็นหลัก

เว็บไซต์ของ TCDC อีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มการสร้างแรงบันดาลใจและการนำเสนอกรณีศึกษาเช่น หน้า CT Magazine หน้า “คิด” Creative Thailand หน้า The Shop และ หน้า The Café จะเน้นการสร้างสารที่มีเนื้อหาสนับสนุนทุนทางมนุษย์ รองลงมาจะเป็นเรื่องทุนทางวัฒนธรรม ขณะที่ทุนทางสังคมเป็นกับทุนทางโครงสร้างจะพบน้อยกว่า

TCDC ยังนำเสนอเนื้อหาสารผ่านเว็บไซต์ที่เป็นการเชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานใกล้เคียง ซึ่งถือเป็นการสร้างสรรค์ที่เสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นเรื่องการส่งเสริมให้เกิดทุนทางโครงสร้างจากการเชื่อมต่อและให้บริการสนับสนุนด้านการปรึกษาหรือพัฒนาระบบอย่างเช่น หน้า TCDC Resource Center Material Connexion Bangkok และหน้าแหล่งติดต่ออื่นๆ ดังรายละเอียดจากตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ TCDC

| สื่อเว็บไซต์หลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------|--|---|---|---|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| หน้าแรก | ประกอบด้วยหัวข้อหลักทั้งหมดของเว็บไซต์ สามารถดูรายละเอียดเนื้อหาทั้งหมดได้เพิ่มเติมในหน้าหลักหัวข้ออื่นๆ แสดงข้อมูลอัปเดตล่าสุด เน้นการใช้รูปภาพ ที่น่าสนใจ สอดคล้องกับเนื้อหาส่วนของการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ กิจกรรมต่างๆ มักเป็นภาพแฟลชเคลื่อนไหว อยู่ในกรอบทางด้านบน เพื่อดึงดูดความสนใจแรกแก่ผู้เข้าชม หัวข้อเด่นอื่นๆ นิยมใช้ตัวอักษรที่มีสีสะดุดตา และมีขนาดใหญ่กว่า | แหล่งรวบรวมข้อมูลที่จะช่วยให้ความรู้และแรงบันดาลใจทางด้าน การออกแบบ | เนื้อหาภายในเว็บไซต์ เกือบทั้งหมดเป็นเรื่องเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ที่ต่อยอดมาจาก ทุนทางวัฒนธรรม | สร้างความเข้าใจถึงต้นทุนทางความคิดในการ ออกแบบว่ามีมูลค่าและ ไม่ใช่เรื่องไกลตัว จากชีวิตประจำวัน และคุณค่า ล้วนเกิดกับคนในสังคม | แหล่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแนว เศรษฐกิจ สร้างสรรค์อันประกอบด้วยข้อมูล ความเคลื่อนไหว กิจกรรม แหล่งพบปะ สร้างสรรค์ ให้นักออกแบบและผู้สนใจ ด้านการออกแบบ |
| หน้า นิทรรศการ | นำเสนอหัวข้อนิทรรศการที่มีในช่วงเวลานั้น ทั้งนิทรรศการถาวร และนิทรรศการหมุนเวียน นอกจากนี้ยังติดตามดูนิทรรศการย้อนหลัง ที่ผ่านมาทั้งหมดได้ | ให้ข้อมูลอันเป็นความด้าน การออกแบบที่จัดในรูปแบบ ของนิทรรศการ | เนื้อหาของนิทรรศการเน้นกรณีศึกษาจากความแตกต่าง ทางวัฒนธรรมทั้ง ภายในและ ต่างประเทศ | - | แจ้งความเคลื่อนไหว เนื้อหา ประเด็น ของนิทรรศการ อันเป็นตัวกระตุ้นให้เข้าไปชม หรือนิทรรศการที่เคยผ่านไป แล้ว ก็ยังสามารถปริ้นท์ออกมาอ่าน หรือส่ง ต่อให้เพื่อน หรือแชร์ในหน้า Social network ของตัวเองได้ง่าย |

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ TCDC (ต่อ)

| ชื่อเว็บไซต์หลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------------------------|--|---|--|---|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| หน้ากิจกรรม What's on | แจ้งข่าวความเคลื่อนไหวของกิจกรรม งานอบรม สัมมนา เวิร์คชอปต่างๆ ที่มีในช่วงเวลานั้น และติดตามหัวข้อ สรุปการบรรยายที่ผ่านมาซึ่งจะให้ข้อมูลวิทยากรและประเด็นที่พูดถึงในงานสัมมนาครั้งนั้น | สรุปความรู้ที่ได้จากวิทยากร ในการบรรยายครั้งที่ผ่านมา ทั้งเนื้อหาและแนวความคิด ของแต่ละคนอย่างละเอียด | - | - | เปิดช่องทางให้ทราบข่าวและ กิจกรรมที่น่าสนใจเพื่อให้เข้าร่วม หรือติดตามกิจกรรมที่สนใจ เป็นอีกช่องทางหนึ่ง ที่จะได้ข้อมูลการบรรยายสรุปครั้งที่ผ่านๆมา แม้พลาดโอกาสในการร่วมสัมมนา |
| หน้าบทความ | นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุล้ำยุค ตัวอย่างเทรนด์ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ตลอดจนนวัตกรรมที่ถูกออกแบบต่อยอด จนเป็น Design Masterpiece | ให้ข้อมูลที่หลากหลาย อันจะเป็นความรู้พื้นฐาน เพื่อนำไปปรับใช้และเป็น แรงบันดาลใจแก่นักออกแบบ | เห็นความหลากหลายของเทรนด์ ผลงานใหม่ ผลิตภัณฑ์ นวัตกรรม ที่ถูกออกแบบมาเพื่อความเหมาะสมหรือพื้นฐานทางวัฒนธรรมของสังคมนั้นๆ | สามารถส่งต่อและเผยแพร่ข้อมูลได้ง่าย ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มคนที่สนใจเข้าด้วยกัน หรือเกิดการพูดคุยกันในกลุ่ม | - |
| หน้าสมัครสมาชิก The Member @ TCDC | นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการสมัครสมาชิก ในหัวข้อต่างๆ เช่น อัตราค่าสมาชิก วิธีการสมัคร หลักฐานการสมัคร ประเภทสมาชิก สิทธิประโยชน์ | สมาชิกสามารถค้นคว้าข้อมูล เพื่อพัฒนาตนเองและ เพิ่มต้นทุนทางความคิด | - | - | - |

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ TCDC (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|--|--|--|--|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| Visit TCDC | นำเสนอข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการให้บริการที่ TCDC เช่น การเดินทาง การติดต่อ การเข้าเยี่ยมชม คลังภาพกิจกรรม | - | - | การเชื่อมโยงของ บุคคล กลุ่ม และองค์กรต่างๆ เพื่อสร้างเครือข่าย ของเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ | - |
| ข้อมูลองค์กร | นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ ขององค์กร รวมถึงสรุปผลการดำเนินการ ขององค์กรในรอบปีที่ผ่านมา | - | - | เห็นความเชื่อมโยงขององค์กร ภายในหน่วยงาน TCDC แสดง ความเคลื่อนไหว ขององค์กรให้ สังคมได้รับรู้ | - |
| E-BOOK | ช่องทางให้ดาวน์โหลด ความรู้ อัปเดตเทรนด์ หนังสือออนไลน์ ได้ง่าย | ได้ข้อมูลสรุปเพื่อเป็นฐานข้อมูล ในการออกแบบ | - | - | เปิดช่องทางให้เข้าถึงข้อมูล ได้ ง่ายด้วยการดาวน์โหลด(เสีย ค่าบริการ) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต |
| CT Magazine | นำเสนอเนื้อหาบทสัมภาษณ์ "คิด" ฉบับต่างๆ ที่ผ่านมาสามารถ ติดตามอ่านได้ในเว็บไซต์ หรือ จะดาวน์โหลดเก็บไว้ก็ได้ | ให้ข้อมูล ความรู้ เนื้อหา ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ ผลักดันเศรษฐกิจไทย | สามารถส่งต่อและเผยแพร่ กิจกรรมได้ง่าย ก่อให้เกิดการ รวมกลุ่มคนที่สนใจเข้าด้วยกัน หรือเกิดการพูดคุยกันในกลุ่ม | สามารถส่งต่อและเผยแพร่ ข้อมูลได้ง่าย ก่อให้เกิดการ รวมกลุ่มคนที่สนใจเข้าด้วยกัน หรือเกิดการ พุดคุยกันในกลุ่ม | เปิดช่องทางให้เข้าถึงข้อมูล ได้ ง่ายด้วยการดาวน์โหลด(ไม่เสีย ค่าบริการ) ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ยังรวบรวมรายชื่อ สถานที่จัดวางนิทรรศการฟรี หรือให้สมัครสมาชิกรายปี ในราคา เพียง 180 บาท |

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ TCDC (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------------|---|---|----------------|--|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| “คิด” CREATIVE THAILAND | นำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และความเคลื่อนไหวเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทั่วโลก โดยเป็นเนื้อหาอยู่ใน CT Magazine เป็นหลัก | ได้ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์หลากหลายประเภทและหลากหลายรูปแบบ ทั้งบทความและสารปะกิตนกะ | - | สามารถส่งต่อและเผยแพร่ข้อมูลได้ง่าย ก่อให้เกิดการรวมกลุ่มคนที่สนใจเข้าด้วยกันหรือเกิดการพูดคุยกันในกลุ่ม | - |
| ข่าวและประกาศ | แจ้งข่าวสาร ความเคลื่อนไหวของกิจกรรมที่น่าสนใจของหน่วยงานภายนอก | - | - | แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงของ TCDC กับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อผลักดันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นในสังคมไทย | เปิดช่องทางให้ทราบข่าวและกิจกรรมที่น่าสนใจเพื่อให้เข้าร่วม หรือติดตามกิจกรรมที่สนใจ |
| TCDC Publication | นำเสนอข้อมูลอย่างย่อของเนื้อหาภายใน หนังสือที่จัดทำโดย TCDC ซึ่งเกี่ยวข้องเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | ให้ความรู้ ชักชวนให้อ่าน เพื่อเป็นข้อมูลในการออกแบบที่สนใจ | - | - | - |
| TCDC Annual Report | นำเสนอรายงานประจำปีให้ข้อมูลความเคลื่อนไหว การจัดกิจกรรมสัมมนา และสรุปผลการทำงาน เรียงตั้งแต่ พ.ศ. 2553 ย้อนกลับปัจจุบันถึง พ.ศ. 2549 | - | - | เปิดโอกาสให้สังคมได้รับทราบการทำงานขององค์กรเพื่อให้เล็งเห็นความสำคัญของการวางรากฐานความคิดด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในสังคม | - |

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ TCDC (ต่อ)

| ชื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------------|---|---|---|-------------|--|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| The Shop @ TCDC | นำเสนอผลิตภัณฑ์จากโครงการ “ปล่อยแสง” ที่ผ่านการออกแบบเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้แตกต่างจากสินค้าทั่วไปตามท้องตลาด ให้รายละเอียดสินค้าและมีแคตาล็อกให้เลือกดูภาพได้ง่าย | - | แสดงสินค้าที่เป็นผลผลิต จากการออกแบบที่ใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย จากทุกมุมโลก | - | เปิดโอกาสให้เลือกชม เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆหรือผลิตภัณฑ์ที่ TCDC คัดสรรค์เข้ามาจากดีไซเนอร์ทั่วโลก |
| ประกาศ รับสมัครงาน | นำเสนอช่องทางการเข้าเป็นส่วนหนึ่ง ของTCDC ให้ข้อมูลของขั้นตอนการสมัคร หลักฐานที่ต้องใช้ และคุณสมบัติ ในการทำงานแต่ละตำแหน่ง | - | - | - | เปิดโอกาสให้บุคคลที่สนใจเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการผลักดันโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ |
| MATERIAL CONNEXION BANGKOK | เป็นแหล่งข้อมูลวัสดุ รวมฐานข้อมูลเชิงลึก และแนะนำการเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับการออกแบบ แจ้งข่าวสารความเคลื่อนไหว ภายในห้องสมุดวัสดุ ของTCDC | เป็นแหล่งข้อมูลวัสดุ นักออกแบบที่สนใจสามารถหาความรู้ได้ อีกทั้งเป็นการเชิญชวนให้เข้ามาใช้ห้องสมุด วัสดุเพื่อสัมผัสกับวัสดุจริงๆ | - | - | - |

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ TCDC (ต่อ)

| เว็บไซต์หน้าหลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|---|--|----------------|---|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| TCDC RESOURCE CENTER | เป็นแหล่งข้อมูลขนาดใหญ่ จากหนังสือ นิตยสาร สื่อมัลติมีเดียต่างๆ แบ่งตามหมวดหมู่ของประเภทการออกแบบ | เป็นแหล่งข้อมูลอัปเดต หลายแขนงมากทางด้านศิลปะ นักออกแบบหรือผู้สนใจ สามารถเข้ามาหาข้อมูล เพื่อต่อยอดได้ | - | - | สมาชิกสามารถค้นหาฐานข้อมูล ได้ง่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต |
| แหล่งติดต่อ อื่นๆ | นำเสนอช่องทาง ติดตามสาระข่าว ความเคลื่อนไหวของหน่วยงาน TCDC ได้ จากช่องทาง Social Media เช่น Facebook, Twitter, YouTube | - | - | สร้างเครือข่ายหรือส่งข่าวสาร ที่เชื่อมโยงกับกลุ่มผู้ใช้ Social Network ต่างๆ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมกลุ่มพูดคุย ชักชวนเข้าร่วมกิจกรรม | เปิดโอกาสให้และเปลี่ยนเชื่อมโยง ส่งข่าวจาก TCDC ผ่านทาง Social Network ที่ผู้ใช้แต่ละคนสะดวก |
| จดหมายข่าว TCDC | ช่องกรอกอีเมลล์เพื่อ รับข่าวสารจากTCDC | - | - | - | เป็นช่องทางที่จะเข้าถึง ข้อมูลข่าวสารจากTCDC ได้โดยตรง ด้วยความสะดวก และทั่วถึง ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต อีเมลล์ |

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ TCDC (ต่อ)

| เว็บไซต์หน้าหลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------------------------|--|--|----------------|--|-----------------|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ลิงค์เชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่น | องค์กรที่สนับสนุนให้ความร่วมมือผลักดัน TCDC เช่น สำนักนายกรัฐมนตรี okmd , PTT Group | - | - | ให้เห็นความเชื่อมโยงขององค์กรอื่นๆ ในสังคม ที่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่หรือขนาดเล็กก็ตาม | - |
| The Café' @ TCDC | ให้ข้อมูลกิจกรรมศิลปะภาพและเสียง แสดงตารางกิจกรรม รวมถึงแนะนำวงดนตรีที่จะมาแสดง | - | - | - | - |

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ TCDC เนื้อหาสารที่พบตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการมีความครอบคลุมทั้งหมดทุกองค์ประกอบในทุกประเภทของนิทรรศการ อันได้แก่ นิทรรศการถาวร นิทรรศการหมุนเวียน นิทรรศการขนาดย่อม และนิทรรศการสัญจร

จะพบว่า มีเพียงบางนิทรรศการเท่านั้นที่ไม่ครอบคลุมเรื่องทุนทางโครงสร้าง เช่น นิทรรศการหมุนเวียนชุด ฝึ ความกลัวจัดการได้ด้วยจินตนาการสร้างสรรค์ และ นิทรรศการขนาดย่อมชุด เดอะฟลอริสท์ ซีวิตกับดอกไม้ ทิศทางใหม่ของวัสดุไทย ส่วนเนื้อหาในนิทรรศการถาวรซึ่งใช้ชื่อชุดว่า What's Design ต้องมีอะไรถึงออกแบบได้ เป็นส่วนที่มีเนื้อหาสารเพื่อเสริมองค์ประกอบเรื่องทุนสร้างสรรค์ครบถ้วนทั้ง 4 ประเด็น กระทั่งในนิทรรศการสัญจรซึ่งไม่ได้จัดแสดงแต่เฉพาะที่ TCDC เช่นชุด เทศกาลปล่อยแสง 100: ร้อยต้นคิด 100 ผลผลิตสร้างสรรค์ ก็พบเนื้อหาสารที่เสริมทุนทั้ง 4 ด้านอันเป็นพื้นฐานสำคัญของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ทั้งนี้เนื้อหาสารที่พบในการสื่อด้วยนิทรรศการของ TCDC เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นปรากฏเป็นเนื้อหาด้านทุนทางมนุษย์มากเป็นอันดับหนึ่ง ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมมากเป็นอันดับสอง และทุนทางโครงสร้างเป็นลำดับท้ายสุด ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ TCDC

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------------|--|---|---|--|--|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการ ถาวร | What's Design ต้องมีอะไร ถึงออกแบบได้ | นำเสนอผลงานออกแบบ อุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 20 สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ ทางวัฒนธรรมของ 10 ชาติ ได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน อิตาลี ฝรั่งเศส อเมริกา สเปน เนเธอร์แลนด์ ฟินแลนด์ ญี่ปุ่น และบราซิล รวมถึงเรื่องราวใน หัวข้อ "อัจฉริยภาพแห่ง ท้องถิ่น" ของประเทศไทย | ส่งเสริมจินตนาการ สร้าง แรงบันดาลใจ และให้ ความรู้พื้นฐาน อันเป็น หลักสำคัญ สำหรับการ ออกแบบ | มุ่งเน้นเรื่องราวของ งาน ออกแบบที่ถ่ายทอด วัฒนธรรมที่เป็น เอกลักษณ์ของแต่ละ ประเทศ | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับกลุ่มคนที่เข้ามาชม นิทรรศการ | เป็นเครื่องมือในการ ส่งเสริมการเรียนรู้และ สร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เพื่อผลักดันสู่สังคม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ |
| นิทรรศการ หมุนเวียน | ก๊อปเกรดเอ : อะไรในความ เหมือน | นำเสนอเรื่องราวของ การปลอมแปลง ลอกเลียนแบบ สินค้า และ ผลกระทบที่เกิดขึ้น | ให้ความรู้เรื่องลิขสิทธิ์ การ ละเมิดทรัพย์สินทาง ปัญญา การปกป้องสิทธิ อันชอบธรรมและชี้ ตระหนักถึงความสำคัญ ของการมีสิทธิบัตร | - | ช่วยปลูกฝังจิตสำนึกของ คนในสังคมให้ตระหนัก ถึง ปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ สะท้อนระบบและ เครื่องมือในการรักษา ลิขสิทธิ์อันเป็นคุณสมบัติ พื้นฐานของเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ | สร้างความตระหนักถึง เรื่องลิขสิทธิ์ซึ่งถือเป็น องค์ประกอบพื้นฐานของ การพัฒนาเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ |

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ TCDC (ต่อ)

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------------|--|--|---|--|--|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการ หมุนเวียน | วัสดุสุดล้ำ...ไทยทำ เทศที่ | นำเสนอวัสดุไทยที่ถูกคัดเลือก ไปใช้ในตลาดโลก | สร้างแรงบันดาลใจ ในการ คิดค้นวัสดุใหม่ๆ | วัสดุระดับโลก ที่นำมาล้วนมาจาก ทรัพยากรธรรมชาติ เมื่อ นำมารวมเข้ากับ ความคิดสร้างสรรค์ ฝีมือและภูมิปัญญา ท้องถิ่นก็ทำให้เกิดเป็น วัสดุที่มีมูลค่ามากขึ้น จากต้นทุนเดิม | ส่งเสริมการเชื่อมโยงข้อมูล เกี่ยวกับวัสดุซึ่งถือเป็นการ แบ่งปันทั้งด้านความคิด และทรัพยากรระหว่างคน ในสังคม | - |
| | ผี : ความกลัว...จัดการได้ ด้วยจินตนาการสร้างสรรค์ | นำเสนอความกลัวในแต่ละ สังคม จนเป็นที่มาของตำนาน ประเพณีและเครื่องรางต่างๆ ซึ่ง เป็นแรงขับเคลื่อนความคิด สร้างสรรค์และเศรษฐกิจอีกด้วย | ให้ความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการจัดการกับ ความ กลัว การคิด วิเคราะห์อย่างมี เหตุผล และมีวิวัฒนาการจน สามารถพัฒนาไปสู่ ธุรกิจได้ | แสดงให้เห็นวิถีชีวิตและ การจัดการดับความกลัว ที่อยู่กับสังคมทั้งของ ไทยและต่างประเทศ | สนับสนุนการเชื่อมต่อกัน ระหว่างทั้งคนและความรู้ เกี่ยวกับความตายที่ สามารถสร้างทั้งรายได้ และเครือข่ายระหว่างกัน | - |

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ TCDC (ต่อ)

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------------|--|---|---|--|---|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการ หมุนเวียน | Cover Under Cover : Book Cover Art Made in Spain | นำเสนอผลงานออกแบบปกหนังสือที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศสเปน | ส่งเสริมให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ในการใช้ความคิดที่สัมพันธ์กันระหว่าง การออกแบบและวรรณกรรม และยังสามารถ ส่งผลงานเข้ามาประกวดปกหนังสือ “คอนกรีตโมเดิร์น” ได้อีกด้วย | แสดงให้เห็นการนำเอา ทุนทางสังคม โดยเฉพาะทางด้านวรรณกรรมมาผสานกับการออกแบบของ ชาวสเปน ก่อให้เกิดเป็น ชิ้นงานที่มีคุณค่าและมีเอกลักษณ์ | - | เปิดพื้นที่ให้นักออกแบบที่มีความสามารถส่งผลงาน เข้าร่วมประกวดปกหนังสือ |
| | นิทรรศการครบรอบ 5 ปี TCDC | นำเสนอผลงานของ TCDC ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งได้ช่วยส่งเสริม พัฒนา ต่อยอด แก่ผู้ประกอบการที่มีความคิดสร้างสรรค์ | ให้แรงบันดาลใจในการออกแบบส่งเสริม ความคิดสร้างสรรค์ | - | กระตุ้นให้เกิดการรวมกลุ่มคน ทางด้านการออกแบบในมิติต่างๆ | เปิดพื้นที่แสดงผลงานที่ประสบความสำเร็จของ TCDC ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมโครงสร้างของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ |
| | East Meets West | นำเสนอผลงานของ Yang Liu นักออกแบบชาวจีน | ให้แรงบันดาลใจในการออกแบบส่งเสริม ความคิดสร้างสรรค์จากมุมมอง ตะวันตกและตะวันออก | แสดงให้เห็นวัฒนธรรมที่แตกต่างอย่างสุดขีด ของสังคม ตะวันตกและ ตะวันออกผ่านงานของ นักออกแบบชาวจีนที่เติบโตในเยอรมัน | - | เชื่อมโยงการถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันของตะวันตกและตะวันออก |

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ TCDC (ต่อ)

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------------|-----------------------------------|--|---|---|--|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการ หมุนเวียน | DigiPlay : เล่นสนุก ยุคดิจิทัล | นำเสนอนวัตกรรมดิจิทัลที่ ผลักดันอุตสาหกรรมเกมและ แอนิเมชัน ของชาวอังกฤษ ใน ขณะเดียวกันนวัตกรรมนี้ ก็กำลัง พัฒนาไปสู่อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ของไทยที่สำคัญ | ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยี การผลิตแอนิเมชัน ผู้เข้า ชมยังได้รับ ประสบการณ์ แปลกใหม่กับอุปกรณ์ เครื่องเล่น ล้ำสมัยที่ เสมือนเข้าไป อยู่ในเกม | แสดงให้เห็นความ สัมพันธ์ เชื่อมโยงของ สังคมอังกฤษ และสังคม ไทยผ่าน นวัตกรรมดิจิทัล | เสริมให้นักศึกษานักออกแบบ ผู้ประกอบการ เจเนซี้ และ โปรดักชันเฮาส์ ทั้งไทยและ ต่างประเทศ ได้ทำความ รู้จัก แลกเปลี่ยนความ คิดเห็น ขายไอเดีย จนไปสู่ การ ต่อยอดกันทางธุรกิจ | เป็นเครื่องมือที่แสดงให้เห็น ความเชื่อมโยงของกระบวนการ การทำงานที่ต้องอาศัยทั้ง ความสามารถพิเศษ ประกอบกับเทคโนโลยี จน ไปถึงการเชื่อมโยงด้วย เครือข่ายSocial Network |
| นิทรรศการ ขนาดย่อม | เดอะ ฟลอริสท์ ซีวิต กับดอกไม้ | นำเสนอข้อมูลของการจัดดอกไม้ ประวัติศาสตร์ ชนิด/ความหมาย เครื่องมือ ข้อมูลเชิงเศรษฐกิจ และ ทัศนคติของนักจัดดอกไม้ ที่ มีชื่อเสียงของไทย | ให้ความรู้ เทคนิคต่างๆ เกี่ยวกับการจัดดอกไม้ | - | เปิดมุมมองให้คนทั่วไปได้ รู้จักกับอาชีพจัดดอกไม้ ที่มี เอกลักษณ์และถ่าย ทอด ความคิดความรู้สึก ออกมา ในแต่ละผลงาน | - |
| | ทิศทางใหม่ของวัสดุ ไทย | นำเสนอตัวอย่างผลงานที่ สะท้อนการเลือกใช้วัสดุที่ถูก มองข้ามมาผสมผสานกับการ ออกแบบ จนนำไปสู่ชิ้นงานที่ โดดเด่นมีเอกลักษณ์ ไม่ซ้ำใคร | สร้างแรงบันดาลใจและ กระตุ้นให้ต่อยอดความคิด ในการนำวัสดุ รอบตัวว่า ใช้สร้างสรรค์ จนมีมูลค่า มากขึ้น | แสดงให้เห็นถึงการใช้ ความคิดสร้างสรรค์ ประกอบกับฝีมือเชิงช่าง ศิลป์และวัสดุพื้นถิ่น กลายเป็นผลงานที่เป็น เอกลักษณ์ของไทย | - | - |

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ TCDC (ต่อ)

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-----------------------|---------------------------------------|--|--|--|---|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการ ขนาดย่อม | ศิลปะลายเส้นบนถนนแห่ง ศิลปะ 2 มิติ | นำเสนอเนื้อหาเชื่อมโยงกับ นิทรรศการหมุนเวียนที่จัดขึ้น ในขณะนั้นคือ “DigiPlay : เล่นสนุกยุค ดิจิทัล” | ให้ความรู้ด้านกระบวนการ ทำงานของนักวาด ภาพประกอบและ เครื่องมือในการทำงาน | ให้ข้อมูลที่น่าสนใจและ แสดงผลงานของนักวาด ภาพประกอบที่เอา ประสบการณ์ของตนเอง มาสร้างสรรค์เพื่อสะท้อน วัฒนธรรมไทยร่วมสมัย จนเป็นเอกลักษณ์ ของแต่ ละคน | สร้างโอกาสให้ ผู้ประกอบการ เอเจนซี และโปรดักชั่นเฮาส์ ทั้งไทย และต่างประเทศ ได้ทำ ความรู้จัก แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น ขายไอเดีย จนไปสู่การ ต่อยอดกันทาง ธุรกิจ | เป็นเครื่องมือที่แสดงให้เห็น ความเชื่อมโยงของ กระบวนการทำงานที่ ต้องอาศัยทั้ง ความสามารถพิเศษ ประกอบกับเทคโนโลยี จนไปถึงการเชื่อมโยงด้วย เครือข่ายSocial Network |
| | Material 101 - ไม้ | นำเสนอความรู้พื้นฐาน เกี่ยวกับ “ไม้” ตั้งแต่ส่วนต่างๆ ของไม้ ลวดลาย ขั้นตอนการ ผลิต การแปรรูป การ ประยุกต์ใช้กับวัสดุอื่น พร้อม สัมผัสวัสดุตัวอย่าง | ให้ความรู้ในการเลือกเอา “ไม้” ไปใช้ในงาน ออกแบบของตน ได้อย่าง เหมาะสมและมี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น | ชี้ให้เห็นวัสดุพื้นถิ่น ของ ไทยที่มีคุณค่าและมี ความสำคัญ ซึ่งคนทั่วไป อาจมองข้าม รวมถึงการ ปลูกฝัง จิตสำนึกของการ ปลูก ทดแทนและอนุรักษ์ ธรรมชาติในการใช้ อย่าง คุ้มค่า | สร้างเครือข่ายให้แก่กลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ผลิต นัก ออกแบบ ผู้ประกอบการ ได้มาพบปะและ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือ ซึ่งอาจต่อยอด กันทางธุรกิจต่อไป | เป็นการเปิดโอกาส ให้ บุคคลทั่วไปเข้าถึง วัสดุ เทคโนโลยีและ นวัตกรรม ในการผลิตทั้ง ภายในและ ต่างประเทศ |

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ TCDC (ต่อ)

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------|--|--|--|--|---|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการ สัญจร | เทศกาลปล่อยแสง 100 : ร้อยต้นคิด 100ผลผลิต สร้างสรรค์ | นำเสนอผลงานฝีมือคนไทย 100 ชิ้น ที่เป็นผลิตภัณฑ์ใน ดวงใจ ของนักสร้างสรรค์ชื่อดัง 100 คน ของไทย | สร้างแรงบันดาลใจ และส่งเสริมความคิด สร้างสรรค์จากผลิตภัณฑ์ ของคนไทยรวมทั้งได้ ความรู้ด้านแนวความคิด กระบวนการผลิตและ จุด ขายในแต่ละชิ้นงาน | ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นมาจาก การใช้ความสร้างสรรค์ ผสมเข้ากับต้นทุน ใน สังคมจนก่อให้เกิด เป็น ผลิตภัณฑ์ที่มี เอกลักษณ์ โดดเด่น หลากหลาย ประเภท | เกิดการแลกเปลี่ยน เรียนรู้กับกลุ่มคนที่เข้า มาชมนิทรรศการ | เปิดพื้นที่ให้นักสร้างสรรค์ ในแต่ละสาขาได้แสดง ทัศนคติเกี่ยวกับ อุตสาหกรรม สร้างสรรค์ ของไทย ส่งเสริมการเรียนรู้ และสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ เพื่อผลักดันสู่สังคม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ |

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อมติของ TCDC แสดงให้เห็นว่าสื่อมติของ “คิด” ของ TCDC นั้นมีการสร้างสรรค์เพื่อเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเน้นเนื้อหาหลักอยู่ที่การส่งเสริมด้านทุนมนุษย์และทุนทางวัฒนธรรมมากเป็นอันดับหนึ่งในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน แต่จากการวิเคราะห์จะพบว่าเนื้อหาสาระที่กล่าวถึงทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างนั้นปรากฏไม่มาก

ขณะที่คอลัมน์ส่วนใหญ่จะเน้นการสร้างสรรค์เพื่อเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแง่วิถีคิดหรือลักษณะด้านทุนทางวัฒนธรรมที่ถูกปรับใช้เพื่อการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นส่วนใหญ่ แต่คอลัมน์ Creative Entrepreneur Creative City และ The Creative จะเพิ่มเนื้อหาสาระด้านทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างเสริมเข้าไปเพิ่มเติมจากเนื้อหาสาระด้านทุนทางมนุษย์กับทุนทางวัฒนธรรมด้วย ดังรายละเอียดที่ปรากฏในหน้าถัดไป

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาขีดยสารของ TCDC

| คอลัมน์หลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------|---|--|--|---|-----------------|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| EDITOR'S NOTE | นำเสนอกรณีศึกษาและโน้มน้าว ให้เข้าสู่ประเด็นที่จะนำเสนอในเล่ม | โน้มน้าวให้เกิดแรงบันดาลใจ ในการสร้างสรรค์ด้วยการ เริ่มต้นที่ตนเอง | หยิบยกเรื่องราวหรือตัวอย่าง ขึ้นมา เพื่อชี้ให้เห็นเรื่องของ ทุนทางวัฒนธรรมเดิมที่มี อยู่เพื่อนำมาผนวกกับความคิด สร้างสรรค์จนกลายเป็นแรง เคลื่อนไหว | เชื่อมโยงให้เห็นความสำเร็จของ สังคมอันมาจากข้อต่อเล็กๆ ใน หน่วยสังคมที่นอกจาก ไม่ควร ละเลยแล้วยังต้อง ให้ความสำคัญอีกด้วย | - |
| CALENDAR | แสดงข้อมูลกิจกรรม งานแสดงศิลปะ ละคร งานดนตรี คอนเสิร์ต อีเวนท์ นิทรรศการหรือกิจกรรมสร้างสรรค์ ต่างๆในแต่ละเดือน | - | - | ภาพรวมกิจกรรม ได้ทราบ ความเคลื่อนไหว ของสังคม ในช่วงนั้นๆ ซึ่งทำให้เกิดการ รวมกลุ่มใหม่ๆ | - |
| INSPIRATION | ยกตัวอย่างโครงการและผลงาน หรือ แนวคิดในแวดวงการออกแบบ ที่ ประสบความสำเร็จ | สร้างแรงบันดาลใจและ เป็น ตัวอย่างให้นักออกแบบ รุ่นใหม่ | ยกตัวอย่างของเศรษฐกิจ สร้างสรรค์โดยการใช้ต้นทุน ทางวัฒนธรรมเดิมของตนเอง เข้ามาปรับประยุกต์กับ การ ออกแบบ | - | - |

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาניתยสารของ TCDC (ต่อ)

| คอลัมน์หลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|---|---|---|-------------|-----------------|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| IDEAS | ให้ข้อมูลเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ที่เป็นความแปลกใหม่กระตุ้นให้เกิดการตั้งคำถาม | ให้รู้จักกับสิ่งประดิษฐ์ชิ้นใหม่ที่อาศัยการออกแบบ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ที่ก้าวล้ำ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและมอบประโยชน์ กับผู้อื่นได้ | - | - | - |
| MATERIALS | แนะนำวัตถุดิบในการออกแบบที่ดี มักเป็นของจากต่างประเทศ ซึ่งมีอยู่ในห้องสมุดTCDC เป็นการชักชวนให้มาค้นคว้า ที่ห้องสมุดเพิ่มเติม | แนะนำวัสดุใหม่ๆ รวมถึงเทคโนโลยี นวัตกรรมล้ำสมัย เพื่อนำมาออกแบบสามารถนำมาประยุกต์ใช้ หรือเห็นประโยชน์ของสิ่งนั้น | - | - | - |
| THE SUBJECT | นำเสนอประเด็นที่น่าสนใจ มีเนื้อหาที่เกี่ยวกับการสร้างมูลค่า การเปลี่ยนแปลงรูปแบบของสิ่งเดิม ให้น่าสนใจมากขึ้น | - | การใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม นำมาก่อให้เกิดมูลค่า เน้นประเด็นเนื้อหา ที่กำลังเป็นที่สนใจ | - | - |
| | นำเสนอสิ่งประดิษฐ์ที่ผ่าน การออกแบบสร้างสรรค์เพื่อสนอง ความต้องการของมนุษย์จากที่ต่างๆ | ให้ข้อมูลที่เป็นแรงกระตุ้น ในการคิดหาวิธีตอบสนอง ความต้องการของมนุษย์ | การใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรม นำมาก่อให้เกิดมูลค่า เน้นเสนอ ในรูปของสิ่งของ สิ่งประดิษฐ์ | - | - |

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาวิทยสารของ TCDC (ต่อ)

| คอลัมน์หลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------|---|---|----------------|-------------|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| วัตถุดิบ | แนะนำสื่อเพิ่มเติม เช่น หนังสือ Magazine DVD ที่ช่วยเพิ่มวัตถุดิบในการออกแบบ | ให้ข้อมูลแก่นักออกแบบ เพื่อเป็นความรู้ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจ เพื่อต่อยอดความคิดสร้างสรรค์จากวัตถุดิบเหล่านี้ | - | - | - |
| เปลี่ยนโลกรอบตัว | เน้นให้ข้อมูล ตัวอย่างสิ่งประดิษฐ์ที่ผ่านการออกแบบ พูดเรื่องนวัตกรรม | ให้รู้จักกับสิ่งประดิษฐ์ชิ้นใหม่ที่อาศัยการออกแบบ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ที่ก้าวล้ำ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและมอบประโยชน์ กับผู้อื่นได้ | - | - | ให้ข้อมูลและส่งเสริมการเห็นความสำคัญของงานออกแบบที่จะอำนวยความสะดวกแก่ผู้คน |
| CLASSIC ITEM | ให้ข้อมูล เห็นคุณค่าของสิ่งที่เราใช้ และพบเจอเป็นประจำผ่านกระบวนการคิด การดัดแปลง และถูกพัฒนาขึ้นมา ด้วยกระบวนการออกแบบ | สร้างความตื่นตัวในการย้อนกลับไปพิจารณาความคิดหรือกระบวนการสร้างสรรค์ในอดีตให้มีคุณค่า | - | - | - |

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาניתยสารของ TCDC (ต่อ)

| คอลัมน์หลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-----------------------|---|---|---|---|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| COVER STORY | ให้ข้อมูลในประเด็นหลักของเล่ม เนื้อหาเชื่อมโยงกับเทศกาลในเดือนหรือกิจกรรม นิทรรศการในช่วงนั้นๆ | ให้ความรู้ที่เฉพาะเจาะจง มากขึ้นจากการนำเสนอ เนื้อหาในเล่ม | ชี้ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสำคัญๆที่มาจากกรใช้ต้นทุนทางวัฒนธรรมผนวกเข้ากับ ต้นทุนทางความคิด จนกลายเป็นศรชกิจสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดรายได้มหาศาลหรือเปลี่ยนแปลงการใช้ชีวิต ของผู้คน | ผู้อ่านเห็นความแตกต่างหลากหลายทางสังคม รวมถึง การปรับเปลี่ยนต่างๆ จนทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ ของตนเอง | - |
| INSIGHT | ให้ข้อมูลเกร็ดความรู้ และนำเสนอคุณค่า ของการออกแบบที่ไปสร้างมูลค่าได้ | ความมุ่งมั่นที่เป็นส่วนสำคัญของนักออกแบบและผลิตภัณฑ์ ให้ประสบผลสำเร็จ | - | - | - |
| CREATIVE ENTREPRENEUR | นำเสนอตัวอย่างธุรกิจที่สร้างรายได้ ทั้งที่มาจากการสร้างเอกลักษณ์ ของตัวเอง การหยิบชิ้นมาทำให้มีค่า ให้เกิดเป็นธุรกิจที่มีรายได้ และมีคุณค่า | - | เชื่อมโยงการออกแบบกับคุณค่าที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านผลิตภัณฑ์ต่างๆ | สร้างความรู้จักกับ ธุรกิจ สร้างสรรค์จากผู้ประกอบ การทั้งหน้าเก่าและหน้าใหม่ที่ได้ใช้แนวคิดด้านการออกแบบ เป็นพื้นฐาน | ส่งเสริมการนำเสนอช่องทาง และโอกาสทางธุรกิจจาก ตัวอย่างของผู้ประสบความสำเร็จให้เป็นแนวทาง ในการปฏิบัติ |

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาניתยสารของ TCDC (ต่อ)

| คอลัมน์หลัก | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------|---|---|---|--|--|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| CREATIVE CITY | ให้ข้อมูลเมืองสร้างสรรค์ ยกตัวอย่าง การปรับเปลี่ยน ดัดแปลง ที่สามารถ รักษาความเป็นตัวตนเอง ของเมือง ต่างๆ | - | สะท้อนเอกลักษณ์และ วัฒนธรรมการใช้ชีวิตแบบ ต่างๆที่อาศัยการออกแบบมา ช่วย | เห็นความแตกต่าง ความ หลากหลาย วิถีชีวิต ความ เป็นอยู่ รวมถึงการใช้ ชีวิตกับการออกแบบใน สังคมนั้นๆ ทำให้เข้าใจ สภาพสังคมอื่น ได้มากขึ้น | ชี้้นำให้เกิดความเคลื่อนไหว ในการคิดปรับเปลี่ยน โครงสร้างพื้นฐานอย่างเป็น ระบบทั้งกายภาพและ สัมพันธภาพ |
| THE CREATIVE | แนะนำผู้มีชื่อเสียงให้รู้จักและ พยายามขีประเด็น ชักชวนให้คน สร้างสรรค์ เกิดอะไรใหม่ๆ กล้าลอง กล้าทำ เรื่องความคิดสร้างสรรค์ | การเรียนรู้จากคนต้นแบบที่จะ สามารถ สร้างแรงบันดาลใจ ให้กับ นักออกแบบหน้าใหม่ได้ | - | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จาก การได้เห็นต้นแบบที่มีความ เหมือนความต่างก่อให้เกิดการ รวมตัวรวมกลุ่มที่หลากหลาย | ส่งเสริมการให้คุณค่ากับคน และผลงานที่มาจากความคิด สร้างสรรค์ซึ่งถือเป็นการสร้าง ค่านิยมให้นับถือความคิดของ ผู้คน |

นอกจากสื่อวิทยุแล้ว ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรม จะแสดงให้เห็นว่า ด้วยลักษณะโครงสร้างหน่วยงานที่เป็นศูนย์การเรียนรู้จึงส่งผลให้ TCDC สร้างเนื้อหาสาระที่เน้นไปที่ทุนทางมนุษย์มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ตามมาด้วยทุนทางโครงสร้าง และทุนทางวัฒนธรรม แต่พบการสร้างสารเพื่อเสริมทุนทางโครงสร้างเป็นลำดับสุดท้ายในสัดส่วนที่น้อยมาก

รูปแบบกิจกรรมที่ใช้สำหรับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นจะแบ่งเป็น กิจกรรมเชิงวิชาการ เช่น การสัมมนา การเสวนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมเชิงสันตนาการ เช่น มหกรรม เทศกาล และกิจกรรมเยี่ยมชมสถานที่ ซึ่งกิจกรรมแต่ละประเภทจะออกแบบให้เสริมสร้างทุนมนุษย์คือเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบเป็นหลัก และให้แรงบันดาลใจ ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างการพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันของผู้เข้าร่วมกิจกรรมก่อให้เกิดการสร้างเครือข่าย ส่วนด้านทุนทางวัฒนธรรมนั้นจะพบเมื่อการจัดกิจกรรมกำหนดประเด็นหรือหัวข้อมีความเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมทั้งของไทยและต่างชาติ แต่จะไม่พบเมื่อประเด็นด้านการจัดการหรือการดำเนินธุรกิจเป็นเนื้อหาหลัก

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|---|---|--|----------------|--|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สัมมนา | การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ด้วย ความคิดสร้างสรรค์ | กิจกรรมฝึกอบรมให้ความรู้ และ คำปรึกษาแก่ผู้ประกอบการใหม่ ที่มีความต้องการยกระดับ ผลิตภัณฑ์ ให้มีคุณภาพ ในระดับสากล | ให้ความรู้และคำปรึกษา เพื่อมุ่งพัฒนาผู้ประกอบการใหม่ ให้เป็นผู้ประกอบการ ที่มี ความคิดสร้างสรรค์ | - | สร้างเครือข่ายในสังคม จากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ นัก ออกแบบ นักการตลาด และนักสร้างสรรค์มืออาชีพ ให้ร่วมมือกัน ผลักดัน เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ | เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ เข้าร่วมโครงการเพื่อเพิ่มคุณค่า มูลค่าและยอดขาย ในผลิตภัณฑ์/บริการ ของ ตนเองและต่อยอด สู่อุตสาหกรรม และต่อยอด ไป นอกจากนี้ ยังขยายโอกาส ให้กับนัก ออกแบบและ ผู้ประกอบการ ในจังหวัด เชียงใหม่และ ขอนแก่น |
| | แนวโน้มการออกแบบ เส้นใย ความคิดสร้างสรรค์ จากวัตถุดิบ | นำเสนอแนวคิดการผสมผสาน การออกแบบในเชิง วิทยาศาสตร์และศิลปะ ทั้ง รูปลักษณะภายนอก และวัสดุที่ใช้ในการผลิต จากผู้เชี่ยวชาญ ทางด้าน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ | ให้ความรู้เกี่ยวกับแวดวง สิ่งทอ และแนวโน้ม การ ออกแบบเส้นใยสำหรับ อนาคตซึ่งสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ได้ | - | สร้างเครือข่ายของ กลุ่ม ผู้สนใจในแวดวง วิทยาศาสตร์กับศิลปะ เข้าด้วยกัน ร่วมมือกันผลักดัน ให้ เกิดผลงาน ที่เป็น ประโยชน์กับสังคม | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|--|---|---|----------------|-------------|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สัมมนา | <p>แปรเทรนด์เป็นผลิตภัณฑ์ : ทำนายเทรนด์ปี 2011 โดย Nelly Rodi</p> | <p>นำเสนอข้อมูลของบริษัท Nelly Rodi บริษัทระดับโลกที่ ทำการศึกษาวิจัย แนวโน้ม ความต้องการของผู้บริโภค ล่วงหน้าอย่างน้อย 2 ปี แนะนำการใช้หนังสือเทรนด์ จาก Nelly Rodi อย่างเต็ม รูปแบบ</p> | <p>ให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญ ของบริษัท Nelly Rodi เพื่อคาดการณ์แนวโน้ม ของ ผู้บริโภค เพื่อใช้ในการ พัฒนาธุรกิจของตน</p> | - | - | - |
| | <p>แปรเทรนด์เป็นผลิตภัณฑ์ : Carlin's Summer 2011 Trends Overview</p> | <p>กิจกรรมต่อเนื่องจากการ อบรม "Carlin Trend Book : ถอดรหัสเทรนด์ยุโรป" ซึ่งจัด ในปีที่ผ่านมา เพื่อแนะนำการ ใช้หนังสือเทรนด์อย่างเต็ม รูปแบบ</p> | <p>ให้ความรู้เกี่ยวกับความ นิยมในฤดูร้อนปี 2011 เพื่อให้สามารถผลิตสินค้า ได้ตามความต้องการ ของ ผู้บริโภค</p> | - | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|--|---|--|---|---|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สัมมนา | วัสดุธรรมชาติของไทย : เส้นใยอินทรีย์ | นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเส้นใยอินทรีย์ ความเป็นมาและความต้องการ ของตลาดจากผู้เชี่ยวชาญและ ร่วมแบ่งปันประสบการณ์ที่เป็นแรงบันดาลใจจนกลายเป็นธุรกิจ | ให้ความรู้เกี่ยวกับ เส้นใยอินทรีย์ | ส่งเสริมคุณค่าในวัสดุท้องถิ่นจากธรรมชาติให้กลายเป็นธุรกิจส่งออก อาทิ เส้นใยอินทรีย์ผลิตภัณฑ์ โยกันชงของออร์แกนิก โยกันชงของชาวเขา | - | - |
| | เทรนด์สีและวัสดุสากล ฤดูกาล Spring/Summer 2012 | นำเสนอแนวคิดผู้บริโภคจากข้อมูลตรงของคณะกรรมการด้านการวิจัยสี ประกอบด้วย ข้อมูลเรื่องมุมมอง ของผู้บริโภค อารมณ์ของฤดูกาล แรงบันดาลใจในการพัฒนา วัสดุ สำหรับการสร้างผลิตภัณฑ์ | ให้ความรู้เพื่อการปรับใช้ เทรนด์ให้เหมาะสมแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย | - | สร้างเครือข่ายในแวดวง การออกแบบแฟชั่น ทั้งจากสถาบันแฟชั่น ในไทย และต่างประเทศ รวมถึงผู้ประกอบการ และผู้สนใจทั่วไป | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|--|--|--|---|-------------|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สัมมนา | TEDxBKK (ถ่ายทอดสด การสัมมนา) | ถ่ายทอดสดงานสัมมนาเวที ระดับโลก TED 2011 ที่รวม บุคคลแนวหน้า จากทุกวงการ อาทิ นักการเมือง นักธุรกิจ ศิลปิน นักออกแบบ นัก ประวัติศาสตร์ ฯลฯ มาร่วม บรรยายบนเวทีเดียวกัน | ให้ความรู้และ แรงบันดาลใจ จากผู้ทรงอิทธิพลทาง ความคิด ระดับโลก | - | - | เปิดโอกาสให้ผู้สนใจทั่วไป ได้เข้าสัมผัสกับบรรยากาศ จากงานสัมมนาเวทีโลก ถ่ายทอดสดตรงจาก เมือง ลอสบีช ประเทศ สหรัฐอเมริกา |
| | โครงการสร้างคุณค่า และ มูลค่าเพิ่มของ ผลิตภัณฑ์ ด้วยความคิด สร้างสรรค์ปี 2554 | กิจกรรมที่จะช่วยผลักดัน ให้ ผู้ประกอบการใหม่ได้ก้าวเข้า เข้าสู่สังคมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ อย่างเต็มตัว | ให้ความรู้ทางการ ออกแบบอย่างสร้างสรรค์ และ เพิ่มพูนทักษะ ทางด้าน ธุรกิจเพื่อ ความก้าวหน้า ทางอาชีพ | สนับสนุนให้ใช้ทรัพย์สิน ทางวัฒนธรรมเป็นตัวแปร สู่การเพิ่มมูลค่าและสร้าง คุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|-------------------------------------|--|--|----------------|--|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สัมมนา | เปิดศักยภาพกรุงเทพฯ เมืองสร้างสรรค์ | นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัย ศักยภาพของกรุงเทพฯ เพื่อช่วยกัน เสนอแนวทางการพัฒนาให้มี สภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับ การปมเพาะให้เกิด นักคิดและ นักประกอบการ สร้างสรรค์ พร้อมให้ความรู้จาก ตัวอย่าง เมืองสร้างสรรค์เล็กๆ ในเยอรมัน | ให้ความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการพัฒนา เมือง สร้างสรรค์ | - | สร้างเครือข่ายและ แลกเปลี่ยนความรู้จาก หน่วยงานทั้งของภาครัฐ และเอกชน ตลอดจน หน่วยงานจาก ต่างประเทศเพื่อ ขยาย เครือข่ายสังคม เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ | ผลักดันให้กรุงเทพฯมีพื้นที่ แห่งการส่งเสริมความคิด สร้างสรรค์ กลายเป็นเมือง สร้างสรรค์ที่จะเป็นพื้นฐาน ในการผลักดันเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ต่อไป |
| | เบิกทาง SMEs ตีตลาด สี่เขี้ยว | นำเสนอความรู้เกี่ยวกับ สถานการณ์ ของตลาดสี่เขี้ยว ทั้งในระดับประเทศ และ นานาชาติ ความรู้เกี่ยวกับ หลากหลาย สิ่งแวดล้อมที่ทำให้ทราบ ถึงผลกระทบ ต่อสิ่งแวดล้อม ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ | พัฒนาผู้ประกอบการ ใน การจัดการและระบบ ธุรกิจตลาดสี่เขี้ยว สร้าง ความรู้ความเข้าใจ ให้แก่ ผู้บริโภค | - | สร้างเครือข่ายทางธุรกิจ ของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--------------------------|--|--|--|---|-------------|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สัมมนา | เจาะเทรนด์โลก โดย TCDC : แพชั่น วัสดุ เทคโนโลยี พื้นที่ และ การใช้ชีวิต Spring/Summer 2012 | นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกระแส ความต้องการของตลาดโลก จาก การรวบรวมข้อมูลของ สำนักเทรนด์ ต่างๆโดยทีม ผู้เชี่ยวชาญจากTCDC | ให้ความรู้ทางด้านเทรนด์ ในฤดูใบไม้ผลิ/ฤดูร้อน 2012 ได้ง่ายเพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับ ความต้องการ ของตลาดโลก | - | - | สามารถค้นคว้าข้อมูล เกี่ยวกับเทรนด์ความ ต้องการของตลาดต่อ ได้ง่าย ด้วยการสรุปลงใน รูปแบบ ของซีดี หรือสามารถดาวน์โหลด ทางอินเทอร์เน็ตได้ |
| สัมมนาเชิง ปฏิบัติการ | กิจกรรมประกอบ นิทรรศการ “ผี ความกลัว ...จัดการได้ด้วย จินตนาการสร้างสรรค์” | กิจกรรมการสร้างสรรค์ผลงาน เกี่ยวกับความกลัว เช่น นิ้ว ปลอม หน้ากากผีมีมูลค่า ตุ๊กตาผีห้อยได้ เส้นสายลาย การ์ตูน ซึ่งจะหมุนเวียน สลับกันไปในแต่ละเดือนที่มี การจัด แสดงนิทรรศการ “ผี ความกลัว... จัดการได้ด้วย จินตนาการสร้างสรรค์” | ให้ผู้เข้าร่วมลงมือผลิต ผลงานสร้างสรรค์เกี่ยวกับ ความกลัวด้วยตนเองเพื่อ ความสนุกสนาน | วัฒนธรรมการตายของ ผู้คนสามารถสะท้อนความ เชื่อ ความกลัวและวิธี จัดการกับบุคคลที่จากไป อันเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละ ยุคแต่ละสมัย | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------------|---|--|--|---|---|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สัมมนาเชิงปฏิบัติกร | กิจกรรมประกอบเทศกาลปล่อยแสง 6 ตอนคบเด็กสร้างชาติ | กิจกรรมฝึกอบรมความรู้ เชิงปฏิบัติการจากผู้เข้าร่วม ไซร์ ผลงานในเทศกาลปล่อยแสง 6 ตอนคบเด็กสร้างชาติ | ให้ประสบการณ์การเรียนรู้ ในการสร้างสรรค์ผลงานได้ด้วยตัวเอง | ส่งเสริมความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย ให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย จากการลงมือทำด้วยตนเองจนภาคภูมิใจ | เป็นการรวมกลุ่มของผู้เชี่ยวชาญและเยาวชนคนที่มีความคิดสร้างสรรค์นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้สำหรับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ | เปิดพื้นที่ให้เยาวชนผู้มีความสามารถและความคิดสร้างสรรค์ได้ถ่ายทอด ความรู้แลกเปลี่ยน ประสบการณ์ |
| | การออกแบบผลิตภัณฑ์ VS การบริหารธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่า | นำเสนอแนวคิด ประสบการณ์ให้ได้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ ระหว่างการออกแบบและธุรกิจ ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองวิถีชีวิตของผู้บริโภคสมัยใหม่ | ให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าบนพื้นฐานธุรกิจที่สามารถขายได้จริง | - | เปิดโอกาสให้กับนิสิตและนักศึกษาปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจได้เห็นความเชื่อมโยงของ นักธุรกิจและนักออกแบบ | - |
| เสวนา | วัสดุล้ำ...ไทยทำ เทศที่ | นำเสนอนวัตกรรมวัสดุที่น่าสนใจใหม่ฝีมือคนไทยและร่วมถ่ายทอดประสบการณ์จากเจ้าของไอเดีย พิธีกรรักษาความสดสำหรับผลิตภัณฑ์ในเขตร้อน และกระเป่าจากขยะถุงพลาสติก | ให้ความรู้เกี่ยวกับนวัตกรรมวัสดุ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าและลดต้นทุน ในการผลิต | ส่งเสริมการเรียนรู้ ในการทำงานจากวัสดุดิบที่มีในท้องถิ่น ซึ่งอาจไม่มี มูลค่า ให้กลับมามีคุณค่า และมูลค่ามากขึ้น กระจายรายได้สู่ชุมชนเล็กๆ | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|--|---|--|---|--|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| เสวนา | Blogger Day @ TCDC | กิจกรรมพบปะพูดคุยที่จัดขึ้นเพื่อเหล่า Blogger ทั้งหลายให้เข้ามาพูดคุยกับภัณฑารักษ์และผู้อำนวยความสะดวกฝ่ายสร้างสรรค์งาน ของ TCDC และกิจกรรมการเยี่ยมชมนิทรรศการที่จัดขึ้นในขณะนั้นๆ | - | - | สร้างเครือข่าย Blogger ทั้งหมดให้ได้เข้าสร้างสัมพันธ์กับทาง TCDC | เป็นช่องทางการกระจาย ข่าวความรู้เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่รวดเร็วในระบบ Social Network ของ Blogger เหล่านี้ |
| | The New Era of Thai Architecture | นำเสนอแนวความคิดจาก นักออกแบบชื่อดังของไทย และมุมมองสถาปัตยกรรมวิถีไทยที่เป็นรากฐานการออกแบบในโลกอนาคต | ให้แนวคิดเพื่อเป็นพื้นฐานในการประยุกต์ใช้กับ งานออกแบบของตนเอง | ให้มุมมองความคิดที่สะท้อนอัจฉริยะในการออกแบบทางสถาปัตยกรรมไทย | - | - |
| | แพชชันกับแรงบันดาลใจ โดย Mikel Rosen และ KTZ | กิจกรรมพูดคุยแลกเปลี่ยนประสบการณ์จากนักออกแบบชื่อดังของประเทศอังกฤษ Mikel Rosen และเจ้าของแบรนด์เสื้อผ้า KTZ | ให้แนวความคิด แรงบันดาลใจเพื่อผลักดัน ให้ไปสร้างสรรค์ผลงานของตนเอง | - | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|---|---|---|----------------|--|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| เสวนา | COOPERATION : Design for Disasters Relief | งานเสวนาและการวางแผน ร่วมกันในประเด็นเกี่ยวกับการ ทำงานของภาครัฐและเอกชนที่ ผ่านมา ในการช่วยเหลือฟื้นฟูเขต ประสบภัยพิบัติ การวางแผน การทำงานในพื้นที่บ้าน กระเบื้องใหญ่ อ.พิมาย จ. นครราชสีมา และแนวคิดในการ เตรียมความพร้อมรับมือเหตุภัย พิบัติ ในอนาคต | ให้ข้อมูลและแลกเปลี่ยน ทัศนคติกับภาคส่วนต่างๆ เพื่อสร้างสรรค์ การ ออกแบบที่สามารถ เกิด ประโยชน์และช่วยเหลือ ผู้อื่นได้ | - | กิจกรรมต่อเนื่องจาก เวที แลกเปลี่ยน ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับ ความเสียหายจากภัย พิบัติ ดังนั้นจึงเป็น การขยาย เครือข่าย ของหน่วยงาน ต่างๆ ทั้งจากรัฐและ เอกชนเพื่อช่วยเหลือ ฟื้นฟู พื้นที่ประสบภัย | เปิดเวทีเสวนาเพื่อ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ใน ชี้แจงเหตุภัยพิบัติและ การ เสนอแนวทางช่วยเหลือ เพื่อให้เกิดการลงมือทำ |
| | วัสดุไทย : กล้าคิดต่างเบิก ทางสู่ตลาดโลก | การถ่ายทอดความรู้ การค้นคว้า กระบวนการผลิต และการก้าว เข้าสู่ ตลาดโลก จากผู้ผลิตวัสดุ ไทย ได้แก่ การผลิตนวัตกรรม กระเบื้องแนวใหม่ หมึกพิมพ์จาก ถั่วเหลือง การออกแบบ ผลิตภัณฑ์จากวัสดุเหลือใช้ จน ได้รับรางวัลระดับโลก | ให้ความรู้เกี่ยวกับความคิด สร้างสรรค์ในการผลิต นำ วัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ ให้เกิดมูลค่า | - | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|--|--|---|----------------|-------------|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| เสวนา | เมื่อคนต้นคิด พบผู้ผลิตแรงบันดาลใจ | นำเสนอแนวความคิด ประสพการณ์ ในการริเริ่มความคิดจากเหล่าคนคิด ในแวดวงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไทย | ให้ความรู้ในการสร้างกระบวนการความคิดที่เป็นไอเดียสร้างสรรค์แปลกใหม่และการรับมือกับอุปสรรค ในการทำงานสร้างสรรค์ ที่อาจเกิดขึ้น | - | - | - |
| | เปิดตัวหนังสือ "ทิศทางใหม่ของวัสดุไทย" | กิจกรรมเปิดตัวหนังสือและนำเสนอ เรื่องราว มุมมองในการทำธุรกิจ จากผู้พัฒนานวัตกรรมวัสดุไทย | ให้ความรู้ในการพัฒนานวัตกรรมวัสดุไทย สนับสนุนให้เกิดการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูล | - | - | - |
| การบรรยาย | การสร้างมูลค่าจากการออกแบบพื้นที่ | นำเสนอความสำคัญของนิทรรศการ ในการทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสื่อสาร ของความหลากหลายของเนื้อหาและ กิจกรรม จากนักออกแบบพื้นที่ โค ซีเนโอะ ชาวญี่ปุ่น | ให้ความรู้เรื่องการออกแบบ การจัดสรรพื้นที่ต่างๆ เพื่อความเหมาะสม | - | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|---|---|--|----------------|--|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| การบรรยาย | กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่นำไปสู่ความสำเร็จ | นำเสนอแนวความคิด การออกแบบและความคิดเห็น ในฐานะนักออกแบบอุตสาหกรรม จาก ทีโมธี จาคอบ เจนเช่น ชาวเดนมาร์ก | ให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบอุตสาหกรรม | - | - | - |
| | Mansion 7 ...เกี่ยวกับผีธุรกิจห้องเที่ยวยุคใหม่ | นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ จาก นักธุรกิจยุคใหม่ที่ใช้เทคนิคเรื่องราวการหลอกหลอนเข้ามาเป็นจุดเด่นในการสร้างรายได้ | ให้ความรู้เกี่ยวกับ การใช้ความคิดสร้างสรรค์ มาเป็นตัวผลักดันให้เกิดธุรกิจยุคใหม่ | - | - | - |
| | คู่มืออินดี้ กับ Third Class Citizen | นำเสนอเรื่องราว ประสบการณ์มีของวงการภาพยนตร์ผ่านเบื้องหลังของคนในกองถ่าย ความเชื่อเรื่องผีของคนทำหนังผี | - | - | เกิดการแลกเปลี่ยน ทักษะคติ เรื่องราวความเชื่อ ของคนในสังคมที่มี ประสบการณ์หรือความสนใจเกี่ยวกับผีร่วมกัน | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|--|---|---|---|--|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| การบรรยาย | ชายผีไทย ไปไกลกว่าผีเศ | นำเสนอเรื่องราวของ การสร้าง ภาพยนตร์ผี จากผู้กำกับหนังไทยชื่อดัง | - | - | เกิดการแลกเปลี่ยนทัศนคติ เรื่องราวความเชื่อ ของคน ในสังคมที่มี ประสบการณ์ หรือ ความสนใจเกี่ยวกับผี ร่วมกัน | - |
| | การออกแบบ เฟอร์นิเจอร์ ใน โครงสร้างวัฒนธรรม ตะวันออกสู่ตลาดสากล | นำเสนอความคิด ความรู้และแรง บันดาลใจ ในการออกแบบ เฟอร์นิเจอร์ การหาวัสดุที่ เหมาะสมและการคิดค้น เทคโนโลยีใหม่ในการผลิตจาก นักออกแบบชาวออสเตรเลีย | ให้ความรู้ทางด้าน การ ออกแบบและการผลิต ที่ มีคุณค่าทางศิลปะและ สามารถขายได้จริงจนถึง การเข้าสู่ตลาดโลกได้ | สนับสนุนการออกแบบที่มี เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ตะวันออกและผลักดัน ให้เป็น ที่รู้จักในตลาดสากลของโลก | - | - |
| | วิวัฒนาการของ tokyoplastic : กระบวนการสร้างสรรค์ ในโลกธุรกิจ | นำเสนอกระบวนการสร้างสรรค์ ผลงานและเส้นทางธุรกิจจาก แอ นิเมชั่นหน้าเว็บไซต์สู่ตลาดโลก จากผู้ก่อตั้งดีไซน์สตูดิโอ tokyoplastic | - | แสดงให้เห็นความหลงใหลใน วัฒนธรรมของญี่ปุ่นและ พลาสติกประกอบกับความคิด สร้างสรรค์ที่ผิดแผกจากสิ่ง เดิมๆในสังคมทำให้งานของ พวกเขามีเอกลักษณ์ ที่โดดเด่น ไม่ซ้ำใคร | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--|--|--|---|---|---|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| การบรรยาย | เปลี่ยนไอเดียให้เป็นทุน จาก Games Workshop ฐู Tomb Raider | นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการ พัฒนา นิยายสารเกมจนกลายมา เป็น เกมดิจิทัลได้ในปัจจุบัน ตลอดจนการส่งเสริม พัฒนา บุคลากร และธุรกิจ อุตสาหกรรมดิจิทัล จาก เอียน ลิฟวิงสโตน ผู้อำนวยการ ธุรกิจบันเทิงอิน เทอร์แอคทีฟของอังกฤษ | ให้ความรู้และแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ในธุรกิจ เกมดิจิทัล พัฒนาการของ เกม กระบวนการทางธุรกิจ และการจัดการกับ ทรัพย์สินทางปัญญา | เรียนรู้การใช้ความคิด สร้างสรรค์ในสังคมอังกฤษ ซึ่งผลักดันให้ประเทศนี้ เกิดความเจริญก้าวหน้าใน อุตสาหกรรมเกม | - | - |
| เทศกาลงาน แสดงความคิด สร้างสรรค์ | เทศกาลปล่อยแสง 6 ตอน คบเด็ก สร้างชาติ | กิจกรรมฝึกอบรมความรู้พื้นฐาน เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ให้ คำปรึกษาในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ของตนเองเพื่อเข้าร่วม แสดงผลงาน ในลานปล่อยแสง | ให้ความรู้เกี่ยวกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำรวจจุดเด่น-จุดด้อย พร้อมพัฒนา ศักยภาพที่มี อยู่ของตน เพื่อมุ่งไปสู่การ เป็นผู้ประกอบการใหม่ | - | เป็นการรวมกลุ่มของ ผู้เชี่ยวชาญและเยาวชน คนที่มีความคิดสร้างสรรค์ นำไปสู่การแลกเปลี่ยน เรียนรู้สำหรับเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ | ร่วมกับ สสส.เปิดพื้นที่ให้ นักศึกษาที่มีความคิด สร้างสรรค์ แสดงผลงานจบ การศึกษา ได้อย่างอิสระ |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--|--|--|--|---|--|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| เทศกาลงาน แสดงความคิด สร้างสรรค์ | SMEs จับคู่...สู่วิถีปฏิบัติ | กิจกรรมค้นหาผู้ประกอบการ ที่มี ความคิดสร้างสรรค์เข้าร่วมแสดงผล งานเพื่อต่อยอดและขยาย โอกาส ทางธุรกิจ รวบรวมองค์กร ทั้งจาก ภาครัฐและเอกชนมา ให้บริการข้อมูลในการดำเนินธุรกิจ | แสดงศักยภาพของ ตนเอง ที่มีอยู่แล้วและยัง ได้ความรู้จากองค์กร หน่วยงานต่างๆ | - | ขยายเครือข่าย ผู้ประกอบการ เชื่อมโยง ภาคการออกแบบเข้ากับ ภาคการผลิต | เปิดพื้นที่ในการเจรจาธุรกิจ |
| | เทศกาลปล่อยแสง 100 : ร้อยต้นคิด 100 ผลผลิตสร้างสรรค์ | นำเสนอผลงานฝีมือคนไทย 100 ชิ้น ที่เป็นผลิตภัณฑ์ในดวงใจ ของ นักสร้างสรรค์ ชื่อดัง 100 คน ของ ไทย | สร้างแรงบันดาลใจและ ส่งเสริมความคิด สร้างสรรค์จาก ผลิตภัณฑ์ของคนไทย รวมทั้งได้ความรู้ด้าน แนวความคิด กระบวนการผลิต และ จุดขายในแต่ละชิ้นงาน | ผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นมาจาก การใช้ความสร้างสรรค์ ผสมเข้ากับต้นทุนใน สังคมจนก่อให้เกิดเป็น ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่น หลากหลาย ประเภท | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ กับกลุ่มคนที่เข้ามาชม นิทรรศการ | เปิดพื้นที่ให้นักสร้างสรรค์ใน แต่ละสาขาได้แสดงทัศนคติ เกี่ยวกับอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ ของไทย ส่งเสริม การเรียนรู้และสร้างสรรค์ นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์เพื่อผลักดันสู่ สังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------|--|--|---|----------------|-------------|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม | Material Connexion® Bangkok ต้อนรับสมาชิกTCDC ทุกท่าน สูโลกวัสดุล้ำยุค | นำเสนอวัสดุเพื่อการออกแบบ และกิจกรรมการคัดเลือกวัสดุ เปิดโอกาสให้ผู้ผลิต ผู้คิดค้น กระบวนการผลิตนำวัสดุของตนเอง เข้ามาเป็นวัสดุใหม่ของฐานข้อมูล วัสดุซึ่งจะได้ไปจัดแสดงงานที่ ห้องสมุดในนิวยอร์ก กรุงเทพฯ แคนู โคโลญ และมิลาน และฐานข้อมูลวัสดุออนไลน์ | เจ้าของวัสดุได้แสดง ศักยภาพของตนเอง และได้อัพเดทวัสดุอื่นๆเพื่อแนวคิด ต่อยอดทางธุรกิจ | - | - | เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่จะผลักดันวัสดุของตนเอง ออกไปสู่ตลาดโลก |
| | กิจกรรมวันฮาโลวีน “ปิดไฟดูนิทรรศการ” | กิจกรรมเข้าชมนิทรรศการ “ผี ความกลัว...จัดการได้ ด้วยจินตนาการสร้างสรรค์” ที่ดับไฟมืด มีเพียงไฟฉายคนละหนึ่งกระบอก ร่วมพูดคุยและตอบคำถามชิงรางวัล จาก TCDC | ให้ความสนุกสนานและประสบการณ์ในการชมนิทรรศการที่แปลกใหม่ไม่ซ้ำเดิม | - | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------------|--|--|--|--|---|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| กิจกรรม | การออกแบบปกหนังสือ ดอนกิโฆเต้ | กิจกรรมการประกวดปกหนังสือ ดอนกิโฆเต้ แห่งลามันซ่า ชูนาง ต้าศักดิ์นักฝัน ผลงานวรรณกรรม สเปนชื่อก้องโลก | ส่งเสริมให้เกิดความคิด สร้างสรรค์ในการใช้ ความคิดที่สัมพันธ์กัน ระหว่างการออกแบบ และวรรณกรรม | ส่งเสริมวัฒนธรรมสเปน ในประเทศไทย | - | เปิดพื้นที่ให้นักออกแบบ ที่มี ความสามารถ ส่งผลงานเข้าร่วมประกวด |
| กิจกรรม ภาพและเสียง | The Music @ TCDC | กิจกรรมแสดงความสามารถ ทางด้านภาพและเสียง โดยสลัป หมุนเวียน ทุกวันเสาร์และอาทิตย์ จากกลุ่ม ศิลปินทั้งไทยและต่างประเทศ | นักดนตรีได้พัฒนา ศักยภาพของตนเอง เพื่อ การแสดงสู่สายตา ของ บุคคลทั่วไปคล้ายๆ รูปแบบของมินิคอนเสิร์ต | ส่งเสริมการแสดงออกทาง วัฒนธรรมดนตรี ประเภท ต่างๆ | เกิดการสร้างเครือข่าย ทั้ง ศิลปินหน้าใหม่ ศิลปินมือ อาชีพ และคนที่มีความ สนใจ ในศิลปะและดนตรี | เปิดโอกาสในการ แสดง ความสามารถ ทางด้าน ดนตรีและศิลปะ |
| | กิจกรรมชมภาพยนตร์ เรื่อง Objectified และ Helvetica | นำเสนอภาพยนตร์ที่มีเนื้อหา เกี่ยวกับเบื้องหลังแวดวง อุตสาหกรรมและอิทธิพลของ ดีไซน์เนอร์ ระดับโลก | ให้ความรู้เกี่ยวกับ การ ออกแบบผลิตภัณฑ์ รอบตัว รวมถึงการสร้าง แรงบันดาลใจและ กระตุ้น ให้ผู้ชมเกิดการ ตั้งคำถาม เกี่ยวกับ สิ่งของรอบตัว | - | - | - |

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สื่อกิจกรรมของ TCDC (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | ชื่อของกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|------------------------------|--|---|---|----------------|---|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| มหกรรม | มหกรรมประชาชนไต้หวัน สร้างสรรค์ Big Mountain Music Festival : Survival Kits Manual Challenge | กิจกรรมส่งเสริมไต้หวันสร้างสรรค์ เพื่อคัดเลือกเป็น 10 สุดยอดไต้หวัน จาก 3 หัวข้อ คือ Camping Survival Kit, Cheer up Survival kit, Hangover Survival Kit เพื่อ การผลิตคู่มือการดำรงชีวิต กลางแจ้ง 48 ชั่วโมง ในงาน เทศกาลดนตรี Big Mountain Music Festival | กระตุ้นให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์ ไต้หวันแปลกใหม่แก่ ผู้สนใจได้ร่วมแสดง ออกเป็นคู่มือ การ ดำรงชีวิตกลางแจ้ง | - | - | เปิดพื้นที่ให้นักออกแบบ ที่มี ความสร้างสรรค์ผลงาน เข้า ร่วมประกวด |
| ทัศนศึกษา เยี่ยมชมพื้นที่ | | กิจกรรมนำเยี่ยมชมพื้นที่บริการ ในส่วนต่างๆของศูนย์สร้างสรรค์ การออกแบบ TCDC | - | - | เกิดการสร้างเครือข่าย นัก ออกแบบสร้างสรรค์ ไป จนถึงการนำไปปรับใช้ เพื่อสร้างเป็นพื้นที่ สร้างสรรค์ในหน่วยงาน ของตน | เปิดโอกาสให้นักศึกษา องค์กร หน่วยงานต่างๆเข้า เยี่ยมชมพื้นที่และการทำงาน เพื่อชี้ให้เห็นตัวอย่างพื้นที่ สนับสนุนการออกแบบ สร้างสรรค์ |

จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆ ของหน่วยงานภาครัฐใช้เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เฉพาะอุทยานการเรียนรู้ TK Park และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC พบว่าเนื้อหาสารส่วนใหญ่เน้นหนักไปที่เรื่องการส่งเสริมทุนมนุษย์และทุนทางโครงสร้าง และมีสัดส่วนเนื้อหาสารเรื่องทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมลดหลั่นมา ข้อสังเกตจากการวิเคราะห์ผลที่ได้ว่าเน้นเนื้อหาสารเรื่องทุนมนุษย์เป็นหลักคือลักษณะของหน่วยงานที่เป็นศูนย์ส่งเสริมการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาคนและขยายโอกาสในการเรียนรู้ให้ทั่วถึงด้วยการใช้เครื่องมือการสื่อสารและการเรียนรู้ที่หลากหลายทันสมัย ดังนั้นจึงใช้การสร้างสารด้านทุนมนุษย์กับทุนทางโครงสร้างมากเป็นพิเศษ

ลำดับถัดไปจะเป็นการแสดงผลการวิเคราะห์เนื้อหาเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ปรากฏในสื่อต่างๆ ที่สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam เลือกใช้

จากตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ Museum Siam แสดงให้เห็นว่า สื่อพื้นที่ของ Museum Siam นั้นแบ่งเป็นส่วนภายในอาคารพิพิธภัณฑ์กับภายนอกพิพิธภัณฑ์และมีหนึ่งห้องที่ตั้งอยู่ ณ อาคารสำนักงาน พื้นที่ทั้งหมดมีจุดเด่นด้วยโครงสร้างอาคารสมัยเก่าซึ่งเป็นที่ตั้งของกระทรวงพาณิชย์เดิม ลักษณะการแบ่งพื้นที่ใช้สอยจึงต้องปรับไปตามลักษณะของอาคาร

พื้นที่ส่วนนิทรรศการมีการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมทุนทั้ง 4 ด้านไม่ว่าจะเป็นทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้าง ยกตัวอย่างพื้นที่ส่วนนิทรรศการถาวร จัดแสดงนิทรรศการในชื่อชุด เรียงความประเทศไทย การส่งเสริมให้ผู้มาชมได้มีประสบการณ์ในการชมนิทรรศการด้วยการใช้การอ่าน การดู การสัมผัสสื่อเรียนรู้ที่หลากหลายด้วยตนเอง นำเสนอเนื้อหาด้านภูมิปัญญาไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นสื่อที่ให้บริการทั้งคนไทยและชาวต่างชาติลักษณะการดำเนินเนื้อหาของนิทรรศการสามารถสะท้อนการเชื่อมโยงการผสมผสานของผู้คนกับพื้นที่ได้ทั้งในแง่กายภาพของอาคารและเนื้อหาที่จัดแสดง อีกทั้งยังเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ส่งเสริมการตระหนักถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมของคนในภูมิภาคสุวรรณภูมิเป็นต้น

พื้นที่ส่วนภายนอกอาคารที่เป็นส่วนให้บริการความรู้ลักษณะห้องสมุดกับพื้นที่ส่วนร้านขายสินค้า เน้นการสร้างสารเพื่อเสริมศักยภาพของคนที่ได้จากการเรียนรู้และการต่อยอดไปสู่การคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ เน้นการสร้างสารด้านทุนทางมนุษย์เพื่อกระตุ้นการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมและการสร้างแรงบันดาลใจในการคิดต่อยอดจากความรู้เรื่องภูมิปัญญาไทยไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ Museum Siam

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-----------------------|--|---|---|--|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ห้องนิทรรศการ ถาวร | พื้นที่นี้เป็นส่วนแสดงนิทรรศการ “เรื่องความประเทศไทย” โดยมีการนำเสนอออกเป็น 3 ช่วงคือ ช่วงที่ 1 สุวรรณภูมิ ช่วงที่ 2 สยามประเทศไทย ช่วงที่ 3 ประเทศไทย โดยมีการแบ่งพื้นที่นิทรรศการเป็น 16 ห้อง และ 1 ห้องพิเศษ ประสพการณ์การเรียนรู้เชิงประจักษ์มุ่งหวังให้ผู้เข้าชมมีประสบการณ์ตรง ทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ใหม่ที่ทำให้พิพิธภัณฑ์เป็นเรื่องใกล้ตัวและสามารถเชื่อมโยงกับชีวิตผู้คนได้ง่าย | เน้นการเรียนรู้ผ่านการอ่าน สัมผัส แบบเป็นระบบ อาศัยเทคนิคหลากหลาย ด้วยรูปแบบการนำเสนอที่ต่างจากพิพิธภัณฑ์ทั่วไป ซึ่งทำให้ผู้เข้าชมเรียนรู้ได้จากการมีประสบการณ์ร่วมกับเนื้อหา | นำเสนอพื้นที่โดยที่เรื่องราวแสดงให้เห็นวัฒนธรรมของไทย ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันที่เกิดจากการผสมผสานจากวัฒนธรรมต่างแดนเข้ามา จนสามารถเรียกได้ว่า วัฒนธรรมไทยที่รากฐานวัฒนธรรมที่แตกต่าง | สถานที่ที่ทำให้คนที่สนใจเรื่องราวความเป็นไทย สนใจเรื่องประวัติศาสตร์เกิดการรวมตัวกัน ซึ่งอาจนำไปสู่การแลกเปลี่ยนทัศนะได้อีกทั้งยังเชื่อมโยงความเป็นไทยกับภูมิภาค | สะท้อนให้เห็นถึงการตระหนักและเข้าใจวัฒนธรรมไทย ว่าเป็นวัฒนธรรมหลากหลาย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติของคนในชาติ |
| ร้าน Muse | พื้นที่ขายสินค้าที่เกิดความคิดสร้างสรรค์ ที่ได้แรงบันดาลใจจากการจัดประกวด ส่วนหนึ่งมาจากการชมนิทรรศการภายในมิวเซียมสยาม นับเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดความคิดที่ได้จากมิวเซียมสยาม | ส่งเสริมช่องทางการแสดงออกทางความคิดของผู้คนให้สามารถสร้างรายได้ | แสดงออกถึงการนำเอกลักษณ์ของไทยมาผลิตสินค้าขึ้นมา ซึ่งเป็นการผลักดันให้ภูมิปัญญาไทยเกิดการสืบต่ออย่างร่วมสมัย | ที่รวมตัวแลกเปลี่ยนของผู้คนที่สนใจสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ทั้งผู้ซื้อผู้ขาย ซึ่งอาจส่งผลต่อการเติบโตของผลิตภัณฑ์เหล่านี้ | ส่งเสริมการต่อยอดทางความคิดที่ได้จากมิวเซียมสยาม และเป็นสถานที่ที่เอื้อให้คนที่ต้องการผลิตสินค้าเหล่านี้ได้พบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกัน |

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|-------------------------------------|--|--|---|---|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ร้าน “Muse Kitchen by Black Canyon” | พื้นที่ส่วนให้เช่าสำหรับเอกชนเพื่อหารายได้สนับสนุนหน่วยงาน | การตกแต่งด้วยภาพของเรื่องราวตำนานกาแฟ ช่วยให้ผู้ใช้บริการได้เข้าใจวิถีของกาแฟกับชีวิตคนไทยในภาคต่างๆ | การตกแต่งร้านกาแฟนี้ยังแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมการดื่มกาแฟของคนไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละภาค | ร้านกาแฟเป็นสถานที่ รวมกลุ่มกันได้ ซึ่งเป็นสถานที่ที่เหมาะสมกับการแลกเปลี่ยนความรู้ทักษะต่างๆ | - |
| ห้องคลังความรู้ | พื้นที่สำหรับค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมจากนิทรรศการในมิวเซียมสยาม ทั้งในเรื่องโบราณคดี ประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑศึกษา และศาสตร์ความรู้ในด้านอื่นๆ และยังมีสื่อDVD ภาพยนตร์ บทความวารสาร ฯลฯ | สนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงความรู้จากการชมนิทรรศการสู่การค้นคว้าด้วยตนเอง | หนังสือและสื่อต่างๆเสนอความรู้เกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรม เน้นที่ภูมิภาคสุวรรณภูมิ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ | - | อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่ต้องการค้นคว้าความรู้เพิ่มเติม โดยเฉพาะในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ ทั้งที่ได้มาจากนิทรรศการในมิวเซียมสยาม รวมไปถึงความรู้ด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมอื่นๆ |

ตารางที่ 13 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อพื้นที่ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------------------|---|--|---|--|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ห้องนิทรรศการ ข้าวคราว | <p>พื้นที่สำหรับให้เข้าเพื่อจัดนิทรรศการข้าวคราว ซึ่งมีอยู่หลายห้องได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ห้องอเนกประสงค์ (ห้องนิทรรศการหมุนเวียน) 2. ลานมิวเซียมสยาม (ลานประติมากรรมรุ่ง) อัจฉรินทร์กลางแจ้ง พื้นที่นี้เหมาะสำหรับกิจกรรมหลากหลายรูปแบบ 3. ลานคนกบแดง 4. ห้องพิพิธเพลิน 1 <p>ซึ่ง แต่ละพื้นที่ก็จะมีเหมาะสมในการจัดงานแตกต่างกันไป</p> | <p>พื้นที่ผลักดันการนำ ความรู้และความ เพ็ดเพลินต่างๆมาสู่ ผู้ชม ดังนั้นผู้ชมจะได้ ความรู้ และความคิด สร้างสรรค์ต่างๆที่ เกี่ยวข้องกับความเป็น ไทยอย่างหลากหลาย</p> | <p>พื้นที่สำหรับการ หมุนเวียนความรู้และ ความคิดสร้างสรรค์ ตามพื้นที่แสดงให้ เห็น วัฒนธรรมของไทย ตั้งแต่อดีตจนถึง ปัจจุบัน</p> | <p>เสนอเรื่องราวความ เป็นไทย สนใจเรื่อง ประวัติศาสตร์เกิดการ รวมตัวกัน ซึ่งอาจ นำไปสู่การ แลกเปลี่ยนทัศนะได้</p> | <p>เป็นพื้นที่ที่แสดงให้เห็นถึง ความสำคัญของการเข้า ใจความเป็นไทยคืออะไร ในหลากหลายรูปแบบขึ้น ตามนิทรรศการที่ เปลี่ยนไป</p> |

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ Museum Siam เนื่องจากลักษณะเฉพาะของหน่วยงานที่เป็นพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ สื่อนิทรรศการจึงเป็นเครื่องมือหลักที่ Museum Siam ใช้สำหรับสร้างสาร ทั้งนี้เนื้อหาสารที่ปรากฏเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากนิทรรศการทั้งสิ้น 4 กลุ่มได้แก่ นิทรรศการถาวร นิทรรศการชั่วคราว นิทรรศการเคลื่อนที่และนิทรรศการพิเศษ

จากตารางแสดงให้เห็นว่า เนื้อหาสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการนั้นพบสื่อนิทรรศการของ Museum Siam นำเสนอเนื้อหาสารด้านทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมในทุกนิทรรศการ แต่เนื้อหาสารด้านทุนทางโครงสร้างนั้นพบได้ชัดเจนเพียงในนิทรรศการเคลื่อนที่และพบในช่วง “สุวรรณภูมิ” และ “สยามประเทศ” ของนิทรรศการถาวร เท่านั้น

ทั้งนี้ข้อสังเกตจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารส่วนนิทรรศการเคลื่อนที่ซึ่งถือว่าใช้องค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ด้านทุนทางโครงสร้างเป็นหลักเพราะเป็นการขยายโอกาสเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ให้แก่ผู้คน ในช่วงเวลาที่ทำการเก็บข้อมูลเนื้อหาสารนิทรรศการยังเป็นการนำวิธีการเรียนรู้และเนื้อหาจากส่วนกลางคือการจำลองบรรยากาศจาก Museum Siam กรุงเทพฯ ไปยังพื้นที่ต่างๆ ไม่ได้สร้างเนื้อหาจากพื้นที่เอง

ขณะที่นิทรรศการพิเศษซึ่งส่วนใหญ่ใช้การจัดแสดงในรูปแบบภาพถ่าย มีการนำเสนอสารเรื่องทุนสร้างสรรค์ด้านทุนวัฒนธรรมกับทุนทางสังคมเป็นหลัก แต่ไม่มีการนำเสนอด้านทุนทางโครงสร้างและทุนทางมนุษย์โดยเฉพาะเมื่อใช้การรับสื่อด้วยการ ดู เพียงอย่างเดียว ซึ่งค่อนข้างไม่สอดคล้องกับการเป็นพิพิธภัณฑ์ที่เน้นการเรียนรู้จากประสาทสัมผัสและประสบการณ์ตรงหลายๆ อย่าง ดังรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ Museum Siam

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------|--|--|--|---|---|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการถาวร | “สุวรรณภูมิ” ประกอบด้วย 1. เบ็ญจ 2. ไทยแท้ 3. เปิดตำนานสุวรรณภูมิ 4. สุวรรณภูมิ 5. พุทธิปัญญา | นำเสนอเรื่องราวของดินแดนสุวรรณภูมิและประเทศไทยในปัจจุบัน ย้อนกลับไปราว 3,000 ปีก่อนการรับพุทธศาสนาและศาสนาฮินดูเข้ามา จนกระทั่งกลายเป็นศาสนาหลักจนถึงปัจจุบัน | สร้างความรู้ความเข้าใจในรากเหง้าของความเป็นไทยในระดับปัจเจก | แสดงให้เห็นความเป็นมาของการผสมผสานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ศาสนา แล้วหลอมรวมเป็นไทย ซึ่งนับเป็นเอกลักษณ์ของไทย | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มคนที่เข้ามาชมนิทรรศการ | เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจแก่คนไทยว่าความเป็นไทยเริ่มต้นจากการหลอมรวมทางวัฒนธรรม ศาสนา และวิถีชีวิต |
| | “สยามประเทศ” ประกอบด้วย 1. กำเนิดสยามประเทศ 2. สยามประเทศไทย 3. สยามยุทธ์ 4. แผนที่ 5. กรุงเทพฯ | นำเสนอเรื่องราวการสถาปนากรุงศรีอยุธยา ซึ่งถือเป็นอาณาจักรใหญ่ที่ครอบคลุมดินแดนที่เป็นประเทศไทยในปัจจุบันเกือบทั้งหมด อีกทั้งยังเป็นจุดเปลี่ยนผ่านสำคัญในการกำเนิดขึ้นของ “สยามประเทศไทย” | สร้างความรู้ในระดับปัจเจก ความเข้าใจในเรื่องของความเป็นมา, สภาพภูมิศาสตร์ของอยุธยาที่นำไปสู่วิถีชีวิตในแบบฉบับชาวกรุงศรีฯ จนถึงสิ้นกรุงศรีฯ จนเกิดเมืองใหม่อย่างบางกอกขึ้นมา | แสดงให้เห็นวิถีชีวิตแบบชาวกรุงศรีฯ ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการดำรงชีวิต | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มคนที่เข้ามาชมนิทรรศการ | เป็นเครื่องมือในการแสดงให้เห็นจุดเปลี่ยนผ่านสำคัญในการกำเนิดขึ้นของ “สยาม” สู่อารยธรรม “ประเทศไทย” |
| | ภายใต้ฉากอยุธยา 6. ชีวิตนอกกรุงเทพฯ 7. แปลงโฉมสยามประเทศ | | | | | |

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------|---|--|--|---|--|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการถาวร | <p>“ประเทศไทย” ประกอบด้วย</p> <ol style="list-style-type: none"> กำเนิดประเทศไทย สี่พันตะวันตก เมืองไทยวันนี้ มองไปข้างหน้า | <p>นำเสนอพัฒนาการของดินแดน ผู้คน และสังคมจากแบบจารีตมาสู่สังคมสมัยใหม่ในปัจจุบัน</p> | <p>สร้างความรู้ความเข้าใจในระดับปัจเจก ถึงความเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย และการรับวัฒนธรรมตะวันตกจนหลอมรวมออกมาเป็นไทยในปัจจุบัน คือ ความเป็นไทยที่อยู่บนพื้นฐานของความหลากหลาย</p> | <p>แสดงให้เห็นถึงการหลอมรวมทางวัฒนธรรม จนเกิดความเป็นไทย</p> | <p>เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มคนที่เข้ามาชมนิทรรศการ</p> | - |
| | <p>ตึกเก่าเล่าเรื่อง</p> | <p>นำเสนอข้อมูลความเป็นมาและพัฒนาการของพื้นที่ในบริเวณนี้</p> | <p>ส่งเสริมความเป็นนักสำรวจ ค้นคว้า และตั้งคำถาม จนนำไปสู่การเรียนรู้ และพัฒนาจนเกิดประโยชน์แก่ตนเองได้</p> | <p>แสดงให้เห็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมสมัยก่อนที่เชื่อมโยงมาสู่ปัจจุบันได้</p> | - | - |

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---------------------|--|--|---|--|---|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการชั่วคราว | นิทรรศการชั่วคราวที่จัดอยู่ในช่วงเวลา พฤษภาคม 2553 – เมษายน 2554 ได้แก่ 1. สืบจากส้วม 2. เครื่องรางของขลัง 3. จับไม้ค้ำไสขนนก | นิทรรศการแสดงความเป็นมาในเรื่องวิถีชีวิตของคนไทยกับสิ่งต่างๆ อาทิ ความเป็นมาของส้วมว่าเกี่ยวข้องกับความเป็นไทยอย่างไร, เรื่องของเครื่องรางของขลัง ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อท้องถิ่นผนวกกับศาสนาจนกลายเป็นเครื่องรางของขลัง และ 3.จับไม้ค้ำไสขนนกที่จะเล่าถึงความเป็นมาของเพลงลูกทุ่งตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน | สร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องวิถีชีวิตควบคู่สิ่งต่างๆที่อยู่คู่คนไทย เช่น ความเป็นมาของส้วมของแต่ละชั้นวรรณะ ซึ่งอาจนำไปสู่การสร้างสรรค์ส้วมในรูปแบบใหม่ เป็นต้น | นิทรรศการที่ผลักดันให้เห็นเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตควบคู่กับสิ่งต่างๆที่อยู่คู่ชีวิตประจำวันของคนไทย | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มคนที่เข้ามาชมนิทรรศการ | - |
| นิทรรศการเคลื่อนที่ | นิทรรศการเคลื่อนที่ที่จัดอยู่ในช่วงเวลา พฤษภาคม 2553 – เมษายน 2554 ได้แก่ 1. พิพิธภัณฑสถานอ.เมือง จ.พัทลุง 2. พิพิธภัณฑสถานอ.หาดใหญ่ จ.สงขลา | นิทรรศการที่ย่อส่วนนิทรรศการเรียงความประเทศไทยไปยังต่างจังหวัด เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้เรื่องนี้ให้ทั่วถึงโดยไม่ต้องเดินทางมาที่กรุงเทพฯ | สร้างความรู้ ความเข้าใจในรากเหง้าของความเป็นไทย วิถีของชาวกรุงศรี และการรับวัฒนธรรมตะวันตกเมื่อยุคสงคราม จนก่อให้เกิดความเป็นไทยในปัจจุบัน | แสดงให้เห็นความเป็นมาของการผสมผสานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต ศาสนา การรับวัฒนธรรมต่างชาติ แล้วหลอมรวมเป็นไทย ซึ่งนับเป็นเอกลักษณ์ของไทย | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มคนที่เข้ามาชมนิทรรศการ | เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่ความรู้และกระบวนการนำเสนอแบบพิพิธภัณฑสถานมีชีวิตสู่คนต่างจังหวัด |

ตารางที่ 14 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อนิทรรศการ | นิทรรศการ | การวิเคราะห์ข้อมูล ทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------|---|---|---|---|--|-----------------|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการพิเศษ | <p>นิทรรศการพิเศษที่จัดอยู่ในช่วงเวลา พฤษภาคม 2553 – เมษายน 2554 ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นิทรรศการภาพถ่าย "The Fluorescent People" โดย Marc Lathuilliere 2. "เลขไทย : รู้จัก - เขียนไม่ได้ - นึกไม่ถึง?" 3. นิทรรศการภาพถ่าย "รำลึก 25 ปี เซอร์โนบิล" ศิลปะ 3 มิติ สื่อรณรงค์สะท้อนเสียงจาก "ผู้บริโภครุ่น 1 ล้านคนในยุโรป ที่ปฏิเสธพีซีเอ็มไอ" | <p>นิทรรศการที่น่าเสนอเรื่องราวน่าสนใจ โดยมีประเด็นเกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนที่มีสื่อสารออกมาผ่านนิทรรศการ ภาพถ่าย ภาพยนตร์ หรือสื่ออื่นๆ</p> | <p>ให้ความรู้เกี่ยวกับเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นบนโลกมนุษย์</p> | <p>แสดงปรากฏการณ์ในวิถีชีวิตของผู้คนทั้งในและต่างประเทศ</p> | <p>เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มคนที่เข้ามาชมนิทรรศการ</p> | - |

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของ Museum Siam จากตารางแสดงผลว่า สื่อกิจกรรมที่ Museum Siam จัดขึ้นนั้นใช้ความสอดคล้องกับเทศกาลหรือความพร้อมจากความร่วมมือของเครือข่ายในการจัดเป็นสำคัญมากกว่าการกำหนดประเด็นให้เชื่อมโยงหรือเกี่ยวข้องกับเนื้อหาที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ กิจกรรมส่วนใหญ่เน้นการมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติ ซึ่งส่งเสริมการเรียนรู้และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้เข้าร่วมและส่งเสริมการให้ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์เช่นกิจกรรมการเสวนา

ส่วนเนื้อหาสาระที่ใช้เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นกิจกรรมส่วนใหญ่เน้นการสร้างสารที่ส่งเสริมทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคม โดยปรากฏทุนทางมนุษย์มากเป็นอันดับหนึ่ง และทุนทางสังคมกับทุนทางวัฒนธรรมเป็นลำดับถัดไป

นอกจากนี้ กิจกรรมเกือบทั้งหมดไม่พบการสร้างสารด้านทุนทางโครงสร้างยกเว้นเพียงกิจกรรม Museum Take Away กิจกรรมเดียวเท่านั้น ดังตารางที่ปรากฏในหน้าถัดไป

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของ Museum Siam

| สื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--|---|---|---|---|-----------------|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| พิพิธพาเพลิน ตอน คิมหันต์หรรษา | กิจกรรมรวบรวมเกมการเล่นของเด็กไทยสมัยก่อน บริการขนมหวานและ มหรสพความบันเทิงหลากหลาย | สร้างประสบการณ์กับของเล่นเก่าที่อาจไม่เคยเล่นมาก่อนซึ่งอาจนำไปสู่การสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ต่อยอดหรือของเล่นใหม่ที่เกิดจากของเล่นเก่าได้ | สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์ของการละเล่นไทย รวมถึงวิถีชีวิตของคนไทยผ่านการเล่นต่างๆ อีกด้วย | ทำให้คนรุ่นใหม่เข้าใจวิถีชีวิตของคนสมัยก่อนผ่านการเล่นของเล่น | - |
| กิจกรรมทำมือ เล่นได้ : ของเล่นง่ายๆ ทำได้เอง | ทำของเล่นกิจกรรมฝึกสอนที่ทำได้ด้วยตัวเอง | เป็นการฝึกทักษะประดิษฐ์สิ่งของนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่ | สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์ของเล่นไทย รวมถึงวิถีชีวิตของคนไทยผ่านของเล่นอีกด้วย | เกิดการรวมตัวของคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์และชื่นชอบการประดิษฐ์ | - |
| เทศกาลดนตรี Fête de la Musique คอนเสิร์ตชมฟรี | กิจกรรมแสดงดนตรีที่ได้รับการสนับสนุนจากวัฒนธรรมฝรั่งเศส | สร้างเสริมความเพลิดเพลินและรู้จักดนตรีต่างประเทศ | สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์ของนานาประเทศผ่านเสียงดนตรี | เข้าใจถึงวัฒนธรรมทางดนตรีนานาชาติ | - |
| Workshop “จรงกลิ่นหอม ฟุ้ง น้ำปรุงดอกไม้ไทย” | กิจกรรมการปรุงกลิ่นน้ำหอมแบบไทย เรียนรู้เทคนิค คั้นเคล็ดลับวิธีการทำน้ำปรุง | มีทักษะในการทำน้ำหอมเองและสามารถนำไปสู่การทำกลิ่นใหม่ขึ้นเองได้ | สะท้อนให้เห็นเอกลักษณ์ของน้ำหอมแบบไทยแท้ | ทำให้คนรุ่นใหม่เข้าใจวิถีชีวิตของคนสมัยก่อนผ่านน้ำหอมแบบไทย | - |
| เชิญร่วมส่งภาพถ่ายเข้าร่วมกิจกรรม ในหัวข้อ “เลขไทยในชีวิตประจำวัน” | กิจกรรมเสริมร่วมกับภายนอก เน้นความเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็ยยุคเก่าหรือใหม่ และไม่จำกัดแนวคิดพร้อมคำบรรยายได้ภาพ | สนับสนุนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ผ่านการมองสิ่งที่เราอาจจะนึกไม่ถึง นั่นคือเลขไทย จนนำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ | ส่งเสริมให้เห็นความสำคัญของเลขไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติ | เป็นการรวมกลุ่มของคนที่มีความคิดสร้างสรรค์ นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ | - |

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--|---|---|---|---|-----------------|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| <p>หลงเวลา: ลัทธิลาพาทาติเจริญ</p> | <p>กิจกรรมนำเสนอ วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร เน้นเสนอช่วงเวลาตามสมัยนิยม “มาลานาไทย” เสนอหนังสือกลางแปลง รำวง ลีลาศ ขับบรรเลงเพลงย้อนยุคโดยศิลปินร่วมสมัยในกิจกรรมและคอนเสิร์ต</p> | <p>สร้างแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่จากพื้นฐานงานเก่า</p> | <p>แสดงและส่งเสริมความเข้าใจถึงการรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาสู่การปรับวิถีชีวิตของคนไทย</p> | <p>เป็นศูนย์รวมของผู้ที่สนใจงานรื่นเริงแบบในอดีตที่อาจมีการรวมกลุ่มกันสร้างสรรค์กิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากงานนี้ได้</p> | - |
| <p>วันแห่งความรัก: ภาพยนตร์ / ปิกนิกใต้แสงจันทร์</p> | <p>กิจกรรมในโอกาสพิเศษตามเทศกาล</p> | - | - | - | - |
| <p>งานเสวนาเรื่อง "สังคมรักๆ ใครๆ"</p> | <p>กิจกรรมเสวนาประเด็นทางสังคม เรื่องความรักในแง่มุมต่างๆ ต่อเนื่องจากกิจกรรมก่อนหน้า</p> | <p>สร้างความตระหนักรู้และอาจจะนำความคิดเห็นบางประการไปปรับใช้กับการเรียนรู้หรือการแก้ไขปัญหาเรื่องรักของตนได้</p> | - | - | - |
| <p>กิจกรรม D.I.Y. ปฏิทิน 365 วันเต็มสี่สัปดาห์</p> | <p>กิจกรรมการสร้างสรรค์ปฏิทินทำมือ</p> | <p>เป็นการฝึกทักษะประดิษฐ์สิ่งของนำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ลดค่านิยมฟุ่มเฟือย</p> | - | <p>เกิดการรวมตัวของคนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์และชื่นชอบการประดิษฐ์ ลดค่านิยมฟุ่มเฟือย</p> | - |

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--|---|--|---|--|-----------------|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| Night at the Museum ตอน หิมพานต์ | กิจกรรมเปิดให้เข้าชมพิพิธภัณฑ์ ในตอนกลางคืน เน้นเรื่องใน ตำนาน | - | - | - | - |
| กิจกรรม DIY Scrapbook ล็อกความทรงจำใส่สมุดกับ มิวเซียมสยาม | กิจกรรมสร้างสมุดบันทึกจากการ ตัดปะภาพต่างๆของตนเอง | เป็นการฝึกทักษะประดิษฐ์สิ่งของ ที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ลด ค่านิยมฟุ่มเฟือย | - | เกิดการรวมตัวของคนรุ่นใหม่ ที่มีความคิดสร้างสรรค์และชื่น ชอบการประดิษฐ์ ลดค่านิยม ฟุ่มเฟือย | - |
| พิพิธภัณฑ์ ตอน “ส.ค.ส.” | กิจกรรมนำเสนอความรู้ เรื่องการ ส่งความสุขในวันธรรมดากันวัน และวัฒนธรรมตะวันตก ซึ่งมี อิทธิพลและบทบาทอย่างมากใน สังคมไทยปัจจุบัน โดยเล่าผ่าน กิจกรรม การทำการ์ดคริสต์มาส คุกกี้ ละครหุ่น และ ซานตาครอส | เสนอความคิดสร้างสรรค์ผ่าน กิจกรรมในวิถีชีวิตของผู้คน | ได้เห็นความหลากหลายของ วัฒนธรรมต่างชาติที่มีผลต่อ ค่านิยมและวิถีชีวิตของคนไทย | เกิดการสร้างความสัมพันธ์แก่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรม จนอาจ นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ ใหม่ | - |

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|--|--|---|---|--|---|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| เสวนา “คิดเป็น เห็นภาพ” | กิจกรรมเสวนาสรางความตระหนักเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์ให้สามารถคิดเป็นภาพในสมอง เพื่อง่ายในการคิดและนำเสนอผลงานพร้อมเรียนรู้การทำงานด้านการจัด Event หรือนิทรรศการ | ให้ความรู้เกี่ยวกับทักษะการคิดและการนำเสนอผลงาน | - | - | - |
| โครงการพิพิธภัณฑ์ใส่กล่อง : Museum Take Away Project | กิจกรรมส่งเสริมให้นักเรียนนักศึกษาได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการตีความในเรื่องของ “ความเป็นไทย” สรางสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกร่วมสมัยเป้าหมายเพื่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบและมีอัตลักษณ์ไทย | สนับสนุนการต่อยอดความรู้ที่ได้จากนิทรรศการในมิวเซียมสยามมาสร้างสรรค์ให้เกิดผลงานหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น | สนับสนุนความรู้ความเข้าใจความเป็นไทยและอัตลักษณ์ไทย | เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างนิสิตนักศึกษากับผู้เชี่ยวชาญและศิลปิน | นับเป็นเครื่องมือในการขยายพื้นที่การสร้างสรรค์จากความเป็นไทยสู่สาธารณะ ส่งผลให้เกิดกระบวนการต่อยอดทางเศรษฐกิจ |
| เสวนาเรื่อง “จากทางเครื่องสู่แดนเซอร์” | กิจกรรม คุณภัทราวดี มีชูธน ครูเยี่ยม ที่พูดคุยถึงวิถีชีวิตทางเครื่องทั้งในแง่ชีวิต ายได้และการออกแบบทำเต็น | เสนอภาพวิถีชีวิตของคนมีทักษะเฉพาะอย่างนักเต็นว่าเป็นภูมิปัญญาอย่างหนึ่ง | การแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตของนักเต็น และวัฒนธรรมการเต็นตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน | เป็นการเปิดพื้นที่ให้แสดงทักษะ และความคิดของคนในวงการทางเครื่องเห็นสู่สาธารณะได้ | - |

ตารางที่ 15 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อกิจกรรมของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อกิจกรรม | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|---|---|--|--|---|-----------------|
| | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| เสวนาเรื่อง “ระยิบ ระยับ วิบๆ แวมๆ กับการแสดง ระดับโลก” | กิจกรรมการถ่ายทอดความรู้จาก “แม่เต๋อน” ผู้สั่งสมประสบการณ์ ผลักดันตัวเองจนเป็นนักตัดเย็บชั้น ครู คุณวัลลภา เทียงสกุล ลูกสาว มาถ่ายทอดประสบการณ์การ ออกแบบ ตัดเย็บชุดให้ฟัง ร่วมด้วย นักออกแบบเสื้อผ้าสมัยใหม่ | เสนอภาพวิถีชีวิตของคนมีทักษะ เฉพาะอย่างนักตัดเย็บว่าเป็นภูมิ ปัญญาอย่างหนึ่ง | แสดงให้เห็นถึงการออกแบบ ชุดทางเครื่องที่เป็นเอกลักษณ์ ของไทย | เป็นการเปิดพื้นที่ให้แสดง ทัศนะ และความคิดของคนใน วงการออกแบบชุดทางเครื่อง เห็นสู่สาธารณะได้ | - |
| เสวนาเรื่อง “ใส่ทำนอง ร้องรำ ทำเพลง” | กิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ถึง กรรมวิธีและกลวิธีในการแต่ง ทำนองและเรียบเรียงดนตรีของครู เพลง “ลพ บุรีรัตน์ | เข้าใจกรรมวิธีและกลวิธีในการ แต่งทำนองและเรียบเรียงดนตรี ซึ่งอาจนำไปสู่การสร้างสรรค์ เพลงของตนเอง | แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ใน การแต่งเพลงลูกทุ่งของไทย | เป็นการเปิดพื้นที่ให้แสดง ทัศนะ และความคิดของคนใน วงการแต่งเพลงลูกทุ่งเห็นสู่ สาธารณะได้ | - |

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam จากตารางแสดงผลว่า หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์นั้นสร้างสารเพื่อส่งเสริมการค้นคว้าหาความรู้เพื่อเตรียมตัวก่อนเข้ามาชม นิทรรศการหรือกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ ของพิพิธภัณฑ์ เช่น การย่อนิทรรศการต่างๆ ในรูปของ ภาพถ่ายและคำบรรยายสั้นๆ การประมวลภาพกิจกรรมต่างๆ พร้อมสรุปเหตุการณ์สั้นๆ ลักษณะ เนื้อหาจึงเป็นการรวบรวมข้อมูลที่แบ่งตามลักษณะงาน เช่น นิทรรศการ ห้องคลังความรู้ และ กิจกรรม เป็นต้น

ทั้งนี้เนื้อหาสารที่ Museum Siam สื่อผ่านเว็บไซต์นั้นส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านทุนทางมนุษย์ ทุนทางโครงสร้างและทุนทางวัฒนธรรมเป็นหลัก โดยมีเนื้อหาที่ส่งเสริมทุนทาง สังคมปรากฏในหน้านิทรรศการเคลื่อนที่ นิทรรศการพิเศษ หน้าข่าวสารกิจกรรม หน้าถามตอบ และสินค้าและบริการเท่านั้น

ข้อสังเกตเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่พบในสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam คือ ลักษณะสารด้าน ทุนทางมนุษย์เช่นการให้ความรู้ การส่งเสริมการเรียนรู้จะเป็นแบบอย่างง่ายไม่มีรายละเอียดหรือ ข้อมูลเชิงลึกมากนัก รวมทั้งเนื้อหาสารด้านทุนทางวัฒนธรรมก็นำเสนอลักษณะบรรยายโดยสรุป มากกว่าการให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน จึงทำให้เนื้อหาสารดังกล่าวปรากฏพบแต่ไม่มีน้ำหนักมากพอ เมื่อเทียบกับสื่อเว็บไซต์ของหน่วยงานอย่าง TCDC หรือ TK Park ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ Museum Siam

| ชื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|----------|---|--|----------------|-------------|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| หน้าแรก | | <p>หน้าแรกประกอบไปด้วยจุดเชื่อมโยงไปยังหน้าหลักต่างๆ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. นิทรรศการ 2. ข้อมูลสำหรับผู้ชม 3. กิจกรรมข่าวสาร 4. สินค้าและบริการ 5. องค์ความรู้ 6. ถาม-ตอบ <p>และมีสไลด์โฆษณากิจกรรมที่ทางมิวเซียมสยามจัดอยู่ ถัดลงมาเป็นจุดเชื่อมโยงไปยังหน้านิทรรศการต่างๆ ที่เป็นหัวใจหลักของที่นี่ พร้อมด้วยจุดเชื่อมโยงไปยังกิจกรรมข่าวสารและเครือข่ายออนไลน์</p> | - | - | - | <p>หน้าที่รวบรวมจุดเชื่อมโยงที่นับเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ที่ต้องการหาความรู้อย่างสะดวกรวดเร็ว</p> |

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ Museum Siam (ต่อ)

| ชื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|-------------------|--|---|---|-------------|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการ | นิทรรศการถาวร | หน้านิทรรศการ “เรียงความประเทศไทย” เป็นการนำเสนอตัวอย่างเนื้อหาจากนิทรรศการ เนื้อหาบอกเล่าถึงภูมิภาคอุษาคเนย์ นับตั้งแต่สมัยแผ่นดิน “สุวรรณภูมิ” ก่อนการรับวัฒนธรรมจากอินเดียและจีนเรื่อยมาจนถึงกำเนิดสยามประเทศ และก้าวสู่ประเทศไทยในปัจจุบัน โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ช่วง เช่นเกี่ยวกับนิทรรศการที่จัดแสดงจริง | เกิดความรู้ความเข้าใจในความเป็นมาของสยามประเทศและความเป็นไทยที่แท้จริง รวมไปถึงจุดเปลี่ยนที่ทำให้ไทยเป็นไทยแบบปัจจุบันนี้ | หน้าเว็บที่ทำให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่ผสมผสานกันมาตั้งแต่อดีต จนกลายมาเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย | - | หน้าเว็บที่เรียบเรียงความรู้ตามแบบที่เป็นในนิทรรศการจริง ซึ่งทำให้ผู้เข้าชมเห็นตัวอย่างนิทรรศการล่วงหน้า ซึ่งเป็นพื้นฐานให้เข้าใจสิ่งที่นิทรรศการจะบอกอย่างขึ้น |
| | นิทรรศการชั่วคราว | หน้านิทรรศการแสดงความเป็นมาในเรื่องวิถีชีวิตของคนไทยกับสิ่งต่างๆ อาทิ ความเป็นมาของส้วมว่าเกี่ยวข้องกับความเป็นไทยอย่างไร, เรื่องของเครื่องรางของขลัง ที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อท้องถิ่นผนวกกับศาสนาจนกลายเป็นเครื่องรางของขลัง | - | - | - | - |

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|---------------------|--|---|--|---|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| นิทรรศการ | นิทรรศการเคลื่อนที่ | หน้านิทรรศการที่ย่อยส่วนนิทรรศการเรื่องความประเทศไทยไปยังต่างจังหวัด เพื่อเป็นการเผยแพร่ความรู้เรื่องนี้ให้ทั่วถึง โดยไม่ต้องเดินทางมาที่กรุงเทพฯ | เกิดความรู้ความเข้าใจในความเป็นมาของสยามประเทศและความเป็นไทยที่แท้จริง รวมไปถึงจุดเปลี่ยนที่ทำให้ไทยเป็นไทยแบบปัจจุบันนี้ | เห็นความเคลื่อนไหวของการนำเสนอนิทรรศการแต่ละท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างกัน | สร้างการเชื่อมโยงความรู้ด้านภูมิปัญญาไทยระหว่างส่วนกลางกับส่วนภูมิภาค | เป็นเครื่องมือในการนำเสนอและประเมินนิทรรศการที่นำไปสู่การเข้ามาเรียนรู้ของคนในต่างจังหวัดที่นิทรรศการเคลื่อนที่จะไปถึง |
| | นิทรรศการพิเศษ | หน้านิทรรศการที่นำเสนอเรื่องราวเฉพาะ โดยมีประเด็นเกี่ยวกับวิถีชีวิตของผู้คนที่สื่อสารออกมาผ่านนิทรรศการ ภาพถ่าย ภาพยนตร์ หรือสื่ออื่นๆของบุคคลภายนอก | สนับสนุนให้ผู้คนเกิดความตื่นตัวในการเข้ามาใช้พื้นที่เพื่อจัดแสดงนิทรรศการหรือผลงานของตนเองได้ | - | สร้างเครือข่ายของกลุ่มคนที่ต้องการเสนอผลงานของตนให้เกิดการพบปะ แลกเปลี่ยนบนโลกออนไลน์ | เป็นเครื่องมือในการสนับสนุนพื้นที่ในการแสดงผลงานพิเศษต่างๆที่จัดขึ้นในมิวเซียมสยามและเป็นการเปิดโอกาสให้ผู้สนใจเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมไอเดียให้แก่ตนเอง |

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเว็บไซต์ของ Museum Siam (ต่อ)

| ชื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|--------------------|---|--|----------------|---|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| ข้อมูลสำหรับผู้ชม | การเข้าเยี่ยมชม | หน้าที่บอกข้อมูลของมิวเซียมสยาม สถานที่ เวลาทำการ การเดินทาง เป็นต้น | - | - | - | - |
| | รู้จักมิวเซียมสยาม | หน้าแนะนำข้อมูล กล่าวถึง ภาพลักษณ์ของมิวเซียมสยาม และ นำเสนอความรู้ใหม่เกี่ยวกับ นิทรรศการมีชีวิต | - | - | - | ส่งเสริมการเรียนรู้เชิง ประจักษ์ผ่านการสร้าง นิทรรศการมีชีวิต เน้นการ ให้ประสบการณ์ตรงแก่ ผู้ใช้บริการ |
| กิจกรรม/ข่าวสาร | กิจกรรม | หน้าสรุปกิจกรรมที่จะจัดขึ้นแล้ว | - | - | เกิดการรวมกลุ่มขึ้นใน งานที่ประชาสัมพันธ์ ผ่านหน้าเว็บนี้ | - |
| | ข่าวสาร | หน้าสำหรับประกาศข่าวสารความ เคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในมิวเซียมสยาม | - | - | เกิดการรวมกลุ่มขึ้นใน งานที่ประชาสัมพันธ์ ผ่านหน้าเว็บนี้ | - |
| | บันทึกกิจกรรม | ประมวลภาพกิจกรรมต่างๆ ที่ มิวเซียมสยามได้จัดขึ้น นำเสนอไว้ สำหรับนำไปใช้ต่อ | - | - | - | - |

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|-----------------|---|--|----------------|-------------|--|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| สินค้าและบริการ | สินค้าและบริการ | นำเสนอข้อมูลร้าน ที่เป็นร้านขายของที่ระลึก และร้าน Muse Kitchen by Black Canyon ร้านกาแฟที่ | - | - | - | - |
| | พื้นที่ให้เช่า | ให้ข้อมูลพื้นที่สำหรับให้เช่า ระบุขนาดพื้นที่ ประโยชน์ใช้สอย จำนวนคนที่สามารถบรรจุได้ และ ค่าเช่า พร้อมภาพสถานที่จริง | - | - | - | เครื่องมือประชาสัมพันธ์ให้คนที่ต้องการพื้นที่ในการจัดกิจกรรมได้มีโอกาสเข้าถึงพื้นที่ได้ |
| | หนังสือสถาบัน | หน้าสำหรับแนะนำวารสารสถาบัน | - | - | - | - |
| องค์ความรู้ | ห้องคลังความรู้ | หน้าที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับหนังสือต่างๆ ให้ผู้เข้าชมนิทรรศการที่ต้องการต่อยอดความคิดสามารถไปใช้ มีบริการสื่อความรู้อื่นๆ เช่น สื่อภาพยนตร์ และจัดสัมมนาเสริม | สนับสนุนการต่อยอดความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลจากที่ได้ชมนิทรรศการ | - | - | เพิ่มโอกาสในการค้นคว้าข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อการเรียนรู้ต่อเนื่องและเชื่อมโยงกับสื่อนิทรรศการ |

ตารางที่ 16 ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam (ต่อ)

| สื่อเว็บไซต์หน้าหลัก | หน้าย่อย | การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป | การวิเคราะห์เนื้อหาตามองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ | | | |
|----------------------|-----------------|---|--|---|-------------|---|
| | | | ทุนทางมนุษย์ | ทุนทางวัฒนธรรม | ทุนทางสังคม | ทุนทางโครงสร้าง |
| องค์ความรู้ | สื่อการเรียนรู้ | หน้าที่สรุปการเรียนรู้สร้างสรรค์ที่มีอยู่ในมิวเซียมสยาม เพื่อเสริมความรู้ความเข้าใจในเนื้อหา นิทรรศการ "เรียงความประเทศไทย" และส่งเสริมการเรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ | ได้ไอเดียในการผลิตสื่อการเรียนรู้ในหลายรูปแบบมากขึ้น | แสดงให้เห็นถึงการนำเอกลักษณ์ต่างๆของไทย มาผลิตเป็นสื่อการเรียนรู้ได้ในหลายรูปแบบ | - | - |
| องค์ความรู้ | เกร็ดความรู้ | หน้าที่ให้ความรู้เพิ่มเติม โดยเน้นไปที่ความเป็นมาของของสถานที่ที่น่าสนใจในประเทศไทย | ให้ความรู้แต่ละบุคคลในเรื่องประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของสถานที่ หรือเรื่องราวที่สำคัญ | เสนอให้เห็นวัฒนธรรมการเป็นอยู่ หรือเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมต่างๆผ่านคน สัตว์ สิ่งของ ที่น่าสนใจ | - | - |
| ถาม-ตอบ | รายการคำถาม | หน้าที่มีคำถามที่มีผู้ชมเว็บไซต์ถามเข้ามาพร้อมคำตอบ | - | - | - | เครื่องมือในการสร้างปฏิสัมพันธ์ โดยที่ผู้ใช้บริการไม่ต้องเดินทางไปถึงมิวเซียมสยาม |

ทั้งนี้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยพยายามที่จะหาลักษณะการเน้นหรือน้ำหนักของสารที่สนับสนุนเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ปรากฏในแต่ละสื่อของแต่ละหน่วยงานโดยเพิ่มปัจจัยด้านการสังเกตของผู้วิจัยต่อเนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆ ได้ดังนี้

ข้อสังเกตของผู้วิจัยจากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อ

จากการสังเกตระหว่างการเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย พบว่า สื่อต่างๆ ที่หน่วยงานเลือกใช้นั้นมีบทบาทอย่างยิ่งต่อการสร้างเนื้อหาสารที่จะเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้โดดเด่นได้โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่เนื้อหาสารเหล่านั้นต้องการสื่อเพื่อให้ความรู้หรือให้ข้อมูลข่าวสารเป็นหลัก ผู้วิจัยจะขอนำเสนอข้อสังเกตแยกเป็นรายหน่วยงานดังนี้

ข้อสังเกตจากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อของ TK Park

TK Park มีความโดดเด่นอย่างมากในเรื่องการใช้สื่อพื้นที่และสื่อกิจกรรมให้เป็นเกิดความแตกต่างของหน่วยงานเมื่อเปรียบเทียบกับความเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่ให้บริการคล้ายห้องสมุดเพราะลักษณะของสื่อพื้นที่แห่งนี้จะเน้นความเป็นกันเอง ความสะดวกสบายและที่สำคัญที่สุดคือความสนุกสนานจากสีสันและการออกแบบรูปทรงของพื้นที่ให้ลดความแข็งขึงออกไป ทั้งนี้ผู้วิจัยเชื่อว่ามีอิทธิพลในการกำหนดการรับรู้ของผู้เข้ามาใช้บริการว่าเป็นพื้นที่สำหรับเด็กและเยาวชนนอกเหนือจากการสร้างความแตกต่างแล้ว สื่อพื้นที่ของ TK Park ยังมีความสอดคล้องในแง่การให้บริการด้วยการจัดแบ่งบริเวณสำหรับกิจกรรมเฉพาะส่วนต่างๆ เช่นห้องเงียบ ห้องดนตรี หรือห้องคอมพิวเตอร์ซึ่งการแบ่งสัดส่วนนี้จะสร้างความชัดเจนและหลากหลายของบริการที่ต้องการนำเสนอต่อผู้รับสารได้ดี ส่งผลต่อการสร้างต้นแบบของการวางรากฐานทุนทางโครงสร้างให้กับสังคมได้

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าสื่อกิจกรรมที่ TK park จัดขึ้นนั้นมีลักษณะที่หลากหลายและมีความถี่ในการจัดกิจกรรมสูงรวมทั้งมีการเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมบ่อย ใช้การกำหนดเนื้อหา กิจกรรมตามช่วงเวลาสำคัญหรือเทศกาลสำคัญไปพร้อมกัน ข้อดีคือก่อให้เกิดความหลากหลายของผู้เข้ามาใช้บริการและสามารถเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตประจำวันได้แต่ข้อเสียของกิจกรรมเหล่านี้คือ

ไม่มีทิศทางและไม่สามารถลงรายละเอียดเชิงลึกได้มากพอ อีกทั้งยังขาดมิติที่แสดงถึงการมีส่วนร่วมของผู้มาใช้บริการว่าต้องการกิจกรรมลักษณะใดบ้างเพราะเป็นการกำหนดและจัดให้โดยหน่วยงาน ขณะที่กิจกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการอ่าน การเรียนรู้จากสื่อต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่นั้นกลับพบน้อยกว่ามากและไม่ค่อยพบการจัดกิจกรรมที่เป็นโครงการต่อเนื่องที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการใช้สื่อหรือการอ่านแหล่งความรู้ที่มีไว้ให้บริการมากเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามการใช้สื่อกิจกรรมของ TK park มีบทบาทในการสร้างเสริมทุนทางมนุษย์และทุนทางสังคมได้ค่อนข้างมากเพราะก่อให้เกิดการรวมตัวการสร้างชุมชนเครือข่ายระหว่างกันของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ขณะเดียวกันก็ก่อให้เกิดการพัฒนาตนเองของแต่ละบุคคลด้วย

ปัจจัยที่ผู้วิจัยเห็นว่ายังเป็นช่องว่างจากการเลือกใช้สื่อของ TK Park นั้นคือ การพัฒนาเนื้อหาสื่อที่เป็นต้นฉบับของตนเองยังไม่สะท้อนการเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เข้มข้นมากขึ้น ผู้วิจัยพบว่ามีการใช้สื่อเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางในการสื่อสารและเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้โดยเฉพาะอย่างยิ่งความรู้ต้นแบบที่หน่วยงานเองได้พัฒนาขึ้น หากแต่กลับเป็นเนื้อหาที่อาจซ้ำซ้อนหรือคล้ายแหล่งคลังกับภาระหน้าที่ของหน่วยงานอื่นเช่น หอสมุดแห่งชาติแต่เนื้อหาความรู้เกี่ยวกับการอ่านหรือความคิดสร้างสรรค์โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่จะมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กว้างขวางนั้นปรากฏน้อยมากทั้งๆที่เป็นหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญได้เปรียบเรื่องการผลิตความรู้ต้นแบบ ผู้วิจัยเห็นว่าโอกาสในการสร้างหรือผลิตเนื้อหาของความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดย TK Park นั้นมีความเป็นไปได้สูงมากและควรเร่งทำเนื่องจากจะมีบทบาทในฐานะที่เป็นศูนย์การเรียนรู้ที่มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเด็กและเยาวชนรวมทั้งส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต ดังนั้นจึงควรพัฒนาเนื้อหาด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เข้าสู่สื่อที่ตนมีอยู่ให้มากยิ่งขึ้น

ข้อสังเกตจากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อของ TCDC

TCDC นั้นมีบทบาทอย่างยิ่งในการใช้สื่อกิจกรรมและสื่อนิเทศสารเพื่อเผยแพร่ความรู้และสร้างความตื่นตัวเกี่ยวกับการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านสื่อกิจกรรมนั้นลักษณะรูปแบบกิจกรรมทั้งที่เป็นการบรรยาย การอบรมและการสัมมนาต่างๆ มีความทันสมัยและสามารถ

ระดมบุคลากรที่เกี่ยวข้องจากหลายภาคส่วนให้มาร่วมกันแสดงความรู้ ความคิดเห็นได้กว้างขวาง กิจกรรมของ TCDC จึงมีบทบาทในการเสริมเรื่องทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างเป็นหลัก

สำหรับผู้วิจัยคิดว่าการใช้สื่อกิจกรรมของ TCDC นั้นค่อนข้างมีประสิทธิภาพอย่างมากในการช่วยเสริมให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดดเด่นขึ้น แต่เนื่องจากบ่อยครั้งที่การเข้าร่วมกิจกรรมต้องผ่านขั้นตอนที่ซับซ้อนตั้งแต่การลงทะเบียนด้วยระบบออนไลน์หรือการฟังบรรยายเป็นภาษาอังกฤษแม้จะมีบริการแปลแต่สำหรับผู้วิจัยแล้วก็พบได้ว่าเป็นข้อจำกัดและเป็นอุปสรรคอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเข้าร่วมหรือเข้าถึงของบุคคลบางกลุ่ม อีกทั้งการกำหนดเนื้อหากิจกรรมหลายครั้งเน้นไปที่แนวคิดระดับสากล จากต่างชาติ บุคลากรในระดับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ศิลปินท้องถิ่นหรือผู้นำความคิดในชุมชนหมู่บ้านหรือศิลปินช่างต่างๆ จึงอาจไม่คุ้นเคยกับรูปแบบกิจกรรมลักษณะดังกล่าวซึ่งเป็นที่น่าเสียดายว่าเหตุใดจึงมีการพัฒนาองค์ความรู้เก่าจากระดับท้องถิ่นขึ้นมาเรื่อยๆ ที่ในความเป็นจริงเราก็พบได้ว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในมิติท้องถิ่นนั้นก็มีข้อมูลอยู่มาก

ขณะที่สื่อนิตยสาร “คิด” ของ TCDC นั้น จากการสังเกตของผู้วิจัยพบว่ามีอิทธิพลและสร้างการรับรู้อย่างมากเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะเนื้อหามีการกำหนดคอลัมน์ต่างๆ ที่เชื่อมโยงทั้งการให้ความรู้ การสร้างแรงบันดาลใจ การแสดงกรณีศึกษาให้เห็นตัวอย่างและการวิพากษ์วิจารณ์ถึงโอกาส ข้อจำกัดทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับสากลเกี่ยวกับการปรับปรุงยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปใช้ ลักษณะเช่นนี้จึงสะท้อนได้ว่าสื่อนิตยสารของ TCDC นั้นมีอิทธิพลต่อการเสริมเรื่องทุนทางมนุษย์มากเป็นพิเศษ อีกทั้งยังนำเสนอด้วยรูปแบบที่สวยงามทันสมัยน่าสะสมสำหรับผู้อ่าน นอกจากนี้ยังเป็นสื่อที่แจกฟรีและวางให้บริการตามแหล่งเรียนรู้เช่น โรงเรียน สถาบัน มหาวิทยาลัยและแหล่งสันตนาการหรือสร้างสรรค์เช่นตามร้านกาแฟ พิพิธภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งผู้วิจัยพบว่ากระบวนการทั้งสองส่วนคือการสร้างสารและเผยแพร่ด้วยช่องทางที่เหมาะสมเช่นนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญมาต่อการประสบความสำเร็จในการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิต

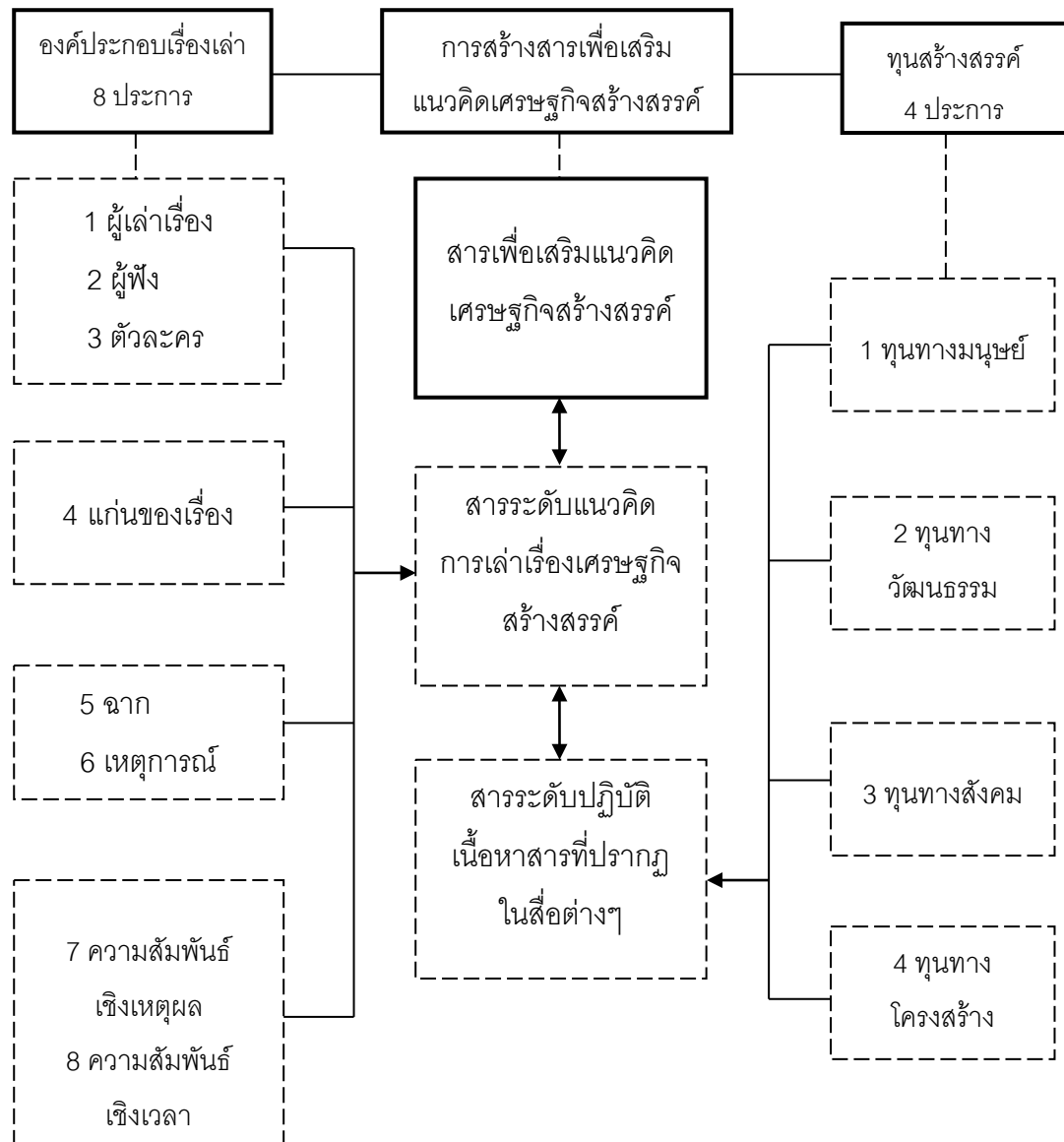
ข้อสังเกตจากการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อของ Museum Siam

Museum Siam มีความโดดเด่นด้านสื่อพื้นที่และสื่อนิทรรศการมากที่สุดเมื่อเทียบกับหน่วยงานอื่นๆ เพราะเป็นลักษณะเฉพาะของหน่วยงานซึ่งมีอาคารที่เป็นเอกลักษณ์และมีพื้นที่ทั้งในร่มและกลางแจ้งประกอบกับบทบาทหน้าที่ในการเป็นพิพิธภัณฑ์จึงอาศัยการจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ โดยเฉพาะนิทรรศการถาวร เนื้อหาสารเน้นการให้ความรู้เรื่องภูมิปัญญาไทยในลักษณะร่วมสมัย เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงและรอยต่อระหว่างสิ่งที่เคยเป็นความรู้ในอดีตของสังคมไทยในฐานะที่เป็นอาณาจักรหนึ่งของภูมิภาคสุวรรณภูมิ ดังนั้นเนื้อหาสารของ Museum Siam จึงสะท้อนเนื้อหาเรื่องทุนทางวัฒนธรรมมากที่สุด

ผู้วิจัยพบว่า เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อพื้นที่และนิทรรศการของ Museum Siam นั้นมีความชัดเจนอย่างยิ่งว่าจะนำเสนอแก่นความคิดเรื่องความเป็นไทยแบบร่วมสมัยและเน้นกลวิธีไปในทางโบราณคดีและมนุษยวิทยาเป็นหลักเป็นพิเศษ ส่งผลให้สารต่างๆ นั้นไม่มีความเด่นชัดมากเกี่ยวกับการส่งเสริมความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะการต่อยอดให้เห็นการปรับประยุกต์แบบตรงไปตรงมาว่าวัฒนธรรมหรือความเป็นไทยนั้นจะสามารถสร้างรายได้ในเชิงเศรษฐกิจได้จึงเป็นที่น่าเสียดายว่าสัดส่วนน้ำหนักสารที่เน้นเรื่องทุนทางวัฒนธรรมของหน่วยงานกลับไม่สามารถดึงมาเป็นปัจจัยพื้นฐานของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 2 ส่วนคือการวิเคราะห์เรื่องเล่าเพื่อเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากบทสัมภาษณ์เชิงลึกบุคลากรของหน่วยงานกับการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานเลือกใช้ตามองค์ประกอบเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกสรุปและอภิปรายในบทที่ 5 เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องและหาความเชื่อมโยงในการออกแบบเป็นแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐควรใช้สำหรับสื่อสารต่อไปด้วยกรอบวิธีการพิจารณาความเชื่อมโยงของข้อมูลดังต่อไปนี้

แผนภาพที่ 4 กรอบความเชื่อมโยงเพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล
เพื่อการสร้างแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์



จากแผนภาพดังกล่าว ผู้วิจัยพยายามที่จะใช้การผสมผสาน 2 แนวคิดหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลคือองค์ประกอบของเรื่องเล่า 8 ประการตามแนวคิดการเล่าเรื่องและแนวคิดเรื่องทุน สร้างสรรค์ 4 ประการเข้าด้วยกันเมื่อจะพิจารณาการสร้างสารของแต่ละหน่วยงาน ทั้งนี้เพื่อที่จะ เชื่อมโยงเนื้อหาสารที่พบทั้งจากระดับแนวคิดที่ได้จากการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์กับระดับปฏิบัติที่ ได้จากการวิเคราะห์เนื้อหาที่ปรากฏในสื่อ โดยมีความคาดหวังที่จะพบจุดเชื่อมต่อระหว่างสารทั้ง 2 ระดับ ซึ่งหากสามารถนำแนวคิดกระบวนการออกแบบองค์ประกอบการเล่าเรื่องทั้ง 8 องค์ประกอบมานำเสนอโดยเน้นวัตถุประสงค์เพื่อนำไปสู่การสร้างเสริมเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการให้ได้ ก็น่าจะสามารถพิจารณาปัจจัยที่จำเป็นสำหรับการสร้างแบบจำลองการสร้างสาร เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สำหรับภาครัฐของไทยได้ เมื่อวิเคราะห์แบบจำลองย่อยของแต่ละหน่วยงานได้แล้วผู้วิจัยจึงจะทำการหาจุดเชื่อมโยงระหว่างกันของแต่ละหน่วยงานและเติม จุดขาดในแต่ละส่วนให้เป็นแบบจำลองที่สามารถนำไปเป็นต้นแบบสำหรับการทดลองสร้างสาร เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยกลวิธีการเล่าเรื่องต่อไปได้ดังจะได้นำเสนอในบทที่ 5

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย” เป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อตอบคำถามวิจัยที่ว่า การสร้างสาร (message creation) ที่หน่วยงานภาครัฐของไทยภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานบริหารและพัฒนาความรู้ (องค์การมหาชน) หรือ OKMD 3 หน่วยงานหลัก ได้แก่ สำนักอุทยานการเรียนรู้ หรือ TK Park ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ TCDC และ สถาบันพิพิธภัณฑสถานการเรียนรู้แห่งชาติ หรือ Museum Siam ใช้เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งถือเป็นแนวนโยบายของรัฐบาล ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 - 11 นั้นเป็นอย่างไร ผู้วิจัยสนใจตัวสารทั้งตั้งแต่ในระดับแนวคิดหรือนโยบายของหน่วยงานและที่ปรากฏในสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานใช้สื่อสารกับสาธารณะ

เพื่อให้ทราบถึงการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย ผู้วิจัยเริ่มต้นจากการศึกษาแนวคิดและเอกสารต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งไทยและต่างประเทศเพื่อให้ได้กรอบความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ปัจจุบันของการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หลังจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วพบว่ากรอบแนวคิดเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการขององค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนาหรือ UNCTAD ซึ่งประกอบไปด้วยทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างหรือทุนทางสถาบันมีความเหมาะสมที่จะเป็นเกณฑ์สำหรับใช้ตรวจสอบเนื้อหาสารเนื่องจากมีงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศหลายชิ้นที่ได้ทดลองนำองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์นี้ไปปรับใช้เพื่ออธิบายว่าสิ่งที่ศึกษานั้นเข้าข่ายอยู่ในกรอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์หรือไม่

เมื่อศึกษาเอกสารแล้ว ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้อำนวยการและหัวหน้าฝ่ายผู้รับผิดชอบการกำหนดแนวทางการสื่อสารเนื้อหาต่างๆ ของทั้ง 3 หน่วยงาน รวมทั้งสิ้น 7 คน อาศัยแนวคิดเรื่องเล่าในการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์เพื่ออธิบายกลวิธีในการเล่าเรื่องเพื่อสร้างสารที่จะมีบทบาทในการเสริมความรู้ความเข้าใจต่อแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

นอกจากนี้เพื่อตรวจสอบสารที่หน่วยงานสื่อผ่านสื่อต่างๆ ว่ามีเนื้อหาเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างไร ผู้วิจัยเก็บข้อมูลเชิงเอกสารซึ่งได้แก่ สื่อพื้นที่ สื่อนิทรรศการ สื่อกิจกรรม สื่อเว็บไซต์และสื่อนิตยสาร เพื่อนำมาวิเคราะห์เนื้อหา อาศัยกรอบแนวคิดเรื่ององค์ประกอบของทุนสร้างสรรค์ 4 ประการได้แก่ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน อันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์ ระยะเวลาที่ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลเอกสารอยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2553 - เดือนเมษายน 2554 เมื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 2 ส่วนได้แล้วผู้วิจัยจึงจะทดลองสร้างแบบจำลองเพื่อการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐเพื่อให้เกิดการพัฒนาการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้กว้างขวางและนำไปสู่การปฏิบัติได้ยิ่งขึ้นไป

จากการศึกษาดังที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยจะขอสรุปผลและอภิปรายผลการศึกษาเรียงตามลำดับขั้นตอนในการวิจัยข้างต้นและเรียงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วน โดยเริ่มจากส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารจากสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานใช้สื่อสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่วนที่ 3 การนำเสนอแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สรุปผลการศึกษาเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้จากการสัมภาษณ์บุคลากรของหน่วยงาน เพื่อตอบวัตถุประสงค์เรื่อง การเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย

ผู้วิจัยศึกษาหน่วยงานภาครัฐ 3 หน่วยงานภายใต้การกำกับของ OKMD ได้แก่ TK Park TCDC และ Museum Siam ทั้งนี้จะสรุปผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ไว้ในฐานะที่เป็นองค์กรแม่ของหน่วยงานต่างๆ ไว้ด้วย

สรุปผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD เมื่อประมวลเนื้อหาของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD แล้ว ผู้วิจัยพบว่า เรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ของ OKMD ถือเป็นองค์ความรู้อย่างหนึ่งและเป็น “องค์ความรู้ใหม่” ที่จะสามารถใช้

เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตโดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจให้ดีขึ้นได้ ซึ่งการกำหนดมุมมองในการเล่าและแก่นเรื่องเช่นนี้ส่งผลดีต่อกระบวนการทำงานโดยเฉพาะกระบวนการสื่อสารของ OKMD เพราะถือว่าการบริหารจัดการความรู้เป็นความถนัดเฉพาะของหน่วยงาน หากเพียงแต่ว่าการนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะ “องค์ความรู้ใหม่” นั้นอาจก่อให้เกิดความเชื่อมโยงกับผู้คนในสังคมได้น้อยและอาจส่งผลต่อความคลาดเคลื่อนต่อความหมายโดยเฉพาะมิติทางด้านเศรษฐศาสตร์ ซึ่งอันที่จริงนั้นเป็นเพียงส่วนประกอบด้านหนึ่งของ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่านั้น

การกำหนดตัวละครแม้ว่าจะมีความครอบคลุมกับผู้ฟังหรือผู้รับสารที่ต้องการจะสื่อสารด้วยแล้วคือ 3 กลุ่มทั้งนักคิด นักวิชาการ ศิลปินและช่างฝีมือ และนักธุรกิจและผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์แต่เรื่องเล่าจะดำเนินไปอย่างสามเส้นเรื่องคืออาจมีแก่นเรื่องเดียวกันแต่ต่างมุมมอง ซึ่งก็เป็นความหลากหลายของเรื่องเล่า เพียงแต่อาจส่งผลต่อความชัดเจนของแก่นเรื่องได้

ด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลนั้น เมื่อพิจารณาร่วมกับการกำหนดฉากและเหตุการณ์แล้วถือว่ามีลำดับขั้นตอน มีความน่าเชื่อถือสอดคล้องสมเหตุผล จากการอ้างอิงถึงสถิติการศึกษาวิจัยต่างๆ ความเหมาะสมของการสร้างฉากด้านตัวเลขกับฉากด้านศิลปวัฒนธรรมทำให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจกับความคิดสร้างสรรค์ว่าสามารถรวมกันได้ หากแต่เหตุการณ์ที่ดำเนินไปนั้นเกิดขึ้นบนฉากด้านเศรษฐกิจมากกว่าสังคมวัฒนธรรม ซึ่งอาจทำให้ความเข้าใจและการปรับประยุกต์ใช้ข้อได้เปรียบทางด้านสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมต่างๆ ยังไม่เพียงพอ ซึ่งก็จะส่งผลต่อผู้ฟังด้วยเช่นเดียวกัน

ผู้เล่าเรื่องวางบทบาทและมุมมองในการเล่าแบบเป็นกลางเป็นผู้ที่เสมือน “ผู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการความรู้” และผู้กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นความรู้อย่างหนึ่ง บทบาทเช่นนี้ส่งผลให้เหตุการณ์และตัวละครกลุ่มนักวิชาการ นักคิด โดยเฉพาะด้านเศรษฐศาสตร์ซึ่ง OKMD เลือกลงมือใช้บทบาทอย่างมากและมีความชัดเจนในการดำเนินเรื่องมากกว่าตัวละครกลุ่ม ศิลปินหรือช่างฝีมือ และกลุ่มนักธุรกิจและผู้ประกอบการ ผู้วิจัยพบว่าการจัดอบรม สัมมนา ให้ความรู้ ไขบทความ สิ่งพิมพ์ หรือรายงานการวิจัยต่างๆ เป็นเหตุการณ์หลักที่ OKMD สื่อสารบ่อยที่สุดเนื่องด้วยอาจเป็นเพราะในความถนัดเฉพาะทางของหน่วยงาน OKMD จึงเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เป็นความรู้ที่ยังไม่ไปสู่วิถีชีวิตของผู้คนมากนัก

กลวิธีการนำเสนอจากเกี่ยวกับสังคมวัฒนธรรมนั้นไม่มีบทบาทโดดเด่นเท่ากับฉากที่วาดด้วยเรื่องผลกำไรหรือตัวเลขทางเศรษฐกิจ สังเกตได้จากตัวละครที่เป็นนักวิชาการ นักธุรกิจจะมีบทบาทโดดเด่นกว่าศิลปินหรือช่างฝีมือในการเล่าเรื่อง เรื่องเล่าที่มีฉากรายได้และกำไรมีปริมาณและความถี่ที่มากกว่าเรื่องเล่าที่มีฉากเป็นความงามหรือความคิดสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตามอาจเป็นเพราะการกำหนดแก่นเรื่องและมุมมองในการเล่าเรื่องดังที่กล่าวมา ซึ่งหากเป็นเช่นนั้น OKMD ก็สามารถเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในเชิงผู้ให้ความรู้ได้ในระดับที่ยังไม่สามารถแพร่กระจายไปยังมิติด้านสังคมวัฒนธรรมได้มากพอ

โดยสรุปการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ทั้งในแง่เนื้อหาสาระและรูปแบบแล้วพบว่า ในกระบวนการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD ฐานที่เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นความรู้อย่างหนึ่งนั้น ด้านสาระของเรื่องมีความเหมาะสมและอยู่บนมุมมองที่ผู้เล่าเรื่องมีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการบริหารองค์ความรู้ มีการกำหนดตัวละครและฉากที่จะใช้ดำเนินเหตุการณ์ได้อย่างหลากหลายและสอดคล้องกัน การแสดงความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลเน้นการอ้างอิงอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกและมูลค่าของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากกว่าคุณค่าของแนวคิด ส่งผลให้ในด้านรูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ OKMD จึงเน้นไปที่การใช้ตัวละครกลุ่มนักคิด นักวิชาการ เป็นอันดับต้น รองลงมาคือนักธุรกิจและผู้ประกอบการส่วนศิลปินหรือช่างฝีมือจะมีพื้นที่ของการดำเนินเหตุการณ์ในเรื่องน้อยที่สุด ฉากทางด้านตัวเลขหรือมิติทางเศรษฐศาสตร์มากกว่าฉากด้านความคิดสร้างสรรค์หรือมิติทางสังคมวัฒนธรรม

ขณะที่เนื้อหาของเรื่องเล่าเพื่อเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park แล้วผู้วิจัยพบว่าเรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ถือเป็นจุดหมายปลายทางเฉพาะบุคคลของผู้ที่ได้เข้าสู่กระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ซึ่ง TK Park ในฐานะหน่วยงานผู้อำนวยความสะดวกด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ นั้นคือ “บุคคลจะต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เมื่อผ่านการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์” การกำหนดมุมมองในการเล่าและแก่นเรื่องเช่นนี้ส่งผลต่อกระบวนการทำงาน โดยเฉพาะกระบวนการสื่อสารของTK Park เพราะจะไม่เน้นหรือลงรายละเอียดกับการนิยามหรือให้ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะ “องค์ความรู้” แต่จะเน้นการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการเรียนรู้ระหว่างผู้เรียนและผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ไปพร้อมกัน

การกำหนดตัวละครหลัก 2 กลุ่ม คือผู้อำนวยการเรียนรู้และผู้เรียนรู้เป็นวิธีการที่ช่วยให้การกำหนดมุมมองและทิศทางในการเล่าเรื่องมีความชัดเจนอยู่ในกรอบของบทบาทของผู้เล่าเรื่องว่าเป็น “ผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์” จากบทบาทของผู้เล่าเรื่องเช่นนี้จะทำให้ตัวละครทั้ง 2 กลุ่มต่างเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ด้วยกันทั้งคู่ ปัจจัยเรื่องความคิดสร้างสรรค์เป็นเสมือนกุญแจสำคัญของการเรียนรู้ที่จะเกิดขึ้น ทั้งนี้การวางตัวละครให้กลุ่มหนึ่งเป็นผู้สนับสนุนย่อมส่งผลให้เกิดบทบาทที่เด่นชัดขึ้นเกี่ยวกับการได้เรียนรู้ภายใต้การมีประสบการณ์ตรงให้กับอีกกลุ่มหนึ่งนั่นก็คือ กลุ่มผู้เรียนนั่นเอง

ด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและความสัมพันธ์เชิงเหตุผลนั้น เมื่อพิจารณาร่วมกับการกำหนดฉากและเหตุการณ์แล้วถือว่ามีความสมเหตุสมผล ส่งผลให้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความน่าสนใจ ติดตาม อาจมิได้ถูกเสนอให้เป็นเหตุผลต่อกันโดยตรง แต่การจัดวางฉากห้องสมุดมีชีวิตให้เป็นฉากหลังที่บรรจุความรู้ที่หลากหลายรวมถึงวิธีการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากการเรียนรู้ของแต่ละบุคคล กับกระบวนการต่อยอดสู่การปรับนำไปใช้ ซึ่งท้ายที่สุดแม้ว่าจะไม่ได้นำไปสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจโดยตรงแต่กระบวนการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งและเป็นสัญญาณว่าการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการบ่มเพาะบุคคลเป็นกระบวนการขั้นพื้นฐานที่สังคมที่ต้องการเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องสร้างให้เกิดขึ้นจนเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของผู้คนในสังคมให้ได้

ทั้งนี้ TK Park ถือเป็นผู้เล่าเรื่องที่วางบทบาทและมุมมองในการเล่าแบบมีส่วนร่วม คือเป็นผู้เล่าเรื่องและพัฒนาเรื่อง “แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์” ไปพร้อมกันกับผู้ฟัง อีกทั้งยังกำหนดให้ตนเป็น “ผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์” บทบาทเช่นนี้ส่งผลให้เหตุการณ์และตัวละครที่ TK Park กำหนดไว้ในการเล่าเรื่องอันได้แก่ ผู้อำนวยการเรียนรู้และผู้เรียนรู้ มีบทบาทในลักษณะที่เน้นเรื่องการเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งผู้เล่าเรื่องถือว่าปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันนี้เองเป็นหัวใจสำคัญของกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์อันเป็นเนื้อหาหลักของการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ TK Park

ผู้วิจัยพบว่าจากการให้ความสำคัญกับกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์เป็นหลัก ส่งผลให้เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ไม่ได้มีแก่นเรื่องเด่นชัดอยู่ในระดับแนวคิดหากแต่เป็นแก่นเรื่องในระดับพฤติกรรมของแต่ละบุคคลที่จะเกิดขึ้นจากการผ่านกระบวนการเรียนรู้

ดังกล่าวมากกว่า ซึ่งในกรณีนี้จุดเด่นอยู่ที่กระบวนการอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ที่เน้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์และรูปแบบการเรียนรู้มีหลากหลาย ผู้เรียนรู้แต่ละคนจะรับประสบการณ์ตรงแตกต่างกันตามความถนัดและความสนใจซึ่งค่อนข้างกว้างขวาง มิติของการต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงไม่เด่นชัดแต่ TK Park เสนอให้การเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์คือการเตรียมความพร้อมสู่การเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบนั่นเอง

กลวิธีการนำเสนอฉากในการเล่าเรื่องอาศัยการนำ “ห้องสมุดมีชีวิต” มาเป็นฉากหลักซึ่งส่งผลต่อการสร้างสถานการณ์ที่ตัวละครจะเข้ามาเผชิญคืออยู่ภายใต้กรอบของพื้นที่การเรียนรู้แห่งนี้ ทั้งนี้แม้จะมีฉากในการเล่าเรื่องที่มีกรอบชัดเจนในแง่กายภาพ หากแต่กระบวนการสร้างเหตุการณ์ภายใต้ฉากแห่งนี้ TK Park อาศัยกลวิธีการใช้องค์ประกอบหรือสื่อในการเรียนรู้ที่หลากหลายเข้ามาเป็นข้อได้เปรียบอันเป็นเอกลักษณ์ทั้งสื่อหนังสือ สื่อดนตรี สื่อกิจกรรมและมัลติมีเดีย เพื่อรองรับการดำเนินเหตุการณ์ในเรื่องให้สอดคล้องกับความต้องการของตัวละครและตัวผู้ฟัง อีกทั้งยังนำเสนอว่าผู้ให้และผู้รับบริการต้องเกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ในสายตาของผู้วิจัยพบว่ากลวิธีดังกล่าวนี้มีบทบาทอย่างมากต่อการเปลี่ยนแปลงเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ ซึ่งองค์ประกอบเรื่องพื้นที่สร้างสรรค์นั้นถือเป็นปัจจัยต้นๆ ในการจะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจากรูปแบบฉาก เหตุการณ์และตัวละครของเรื่องเล่าของ TK Park เช่นนี้จะต้องเน้นให้เห็นว่างานของ TK Park นั้นมีบทบาทสอดคล้องและมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ด้านสาระของเรื่องมีความเหมาะสมและอยู่บนมุมมองที่ผู้เล่าเรื่องมีความเชี่ยวชาญนั่นคือการเป็นผู้ส่งเสริมและให้บริการการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ มีการกำหนดตัวละครและฉากที่จะใช้ดำเนินเหตุการณ์ได้อย่างเป็นเอกลักษณ์เพราะเน้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวละคร ผู้อำนวยการเรียนรู้และผู้เรียนรู้ การแสดงความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลเน้นการอ้างอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษาตามอัธยาศัยและกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ ส่งผลให้ในด้านรูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park จึงเน้นไปที่การใช้ตัวปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวละครที่เข้าสู่เหตุการณ์หรือสถานการณ์การเรียนรู้ที่ออกแบบขึ้นอย่างหลากหลายเป็นสิ่งสะท้อนในลักษณะที่เป็นเหตุเป็นผลสืบเนื่องกัน คือเมื่อผู้เรียนรู้ได้เข้ามาสู่กระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ที่มีผู้อำนวยการเรียนรู้และฉาก “ห้องสมุดมีชีวิต” รองรับจะส่งผลให้ผู้เรียนรู้เกิดกระบวนการความคิดสร้างสรรค์ซึ่งอาจต่อยอดสู่การสร้างรายได้ สร้างงานของแต่ละ

บุคคลได้

โดยสรุปการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของเนื้อหาสาระและรูปแบบ กระบวนการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ผู้วิจัยเห็นว่าการใช้ฉากห้องสมุดมีชีวิตที่ต่างจากห้องสมุดทั่วไปดำเนินเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้ในฐานะต้นทางของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ถือเป็นรูปแบบการเล่าเรื่องที่สร้างความเฉพาะตัวของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของตนได้เป็นอย่างดี TK Park จึงควรพิจารณาว่าตนเองเป็นผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องโดยตรงในฐานะกลไกหนึ่งของระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บทบาทในการเป็นหน่วยงานของรัฐที่พูดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ก็จะต้องมีความเด่นชัดมากขึ้นได้

ข้อสรุปการวิเคราะห์เนื้อหาเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ผู้วิจัยพบว่าเรื่องเล่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ของ TCDC อยู่บนเงื่อนไขของการเชื่อมโยงการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ให้กลายเป็นวิถีชีวิต จึงจะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงแนวคิดทางเศรษฐกิจให้ดีขึ้นและเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ซึ่งการกำหนดมุมมองในการเล่าและแก่นเรื่องเช่นนี้ส่งผลดีต่อกระบวนการทำงานโดยเฉพาะกระบวนการสื่อสารของ TCDC เพราะถือว่าการส่งเสริมเรื่องการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นความถนัดเฉพาะของหน่วยงาน อีกทั้งการนิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะ วิถีชีวิตที่มีทั้งคุณภาพชีวิตและมูลค่าทางเศรษฐกิจ นั้นจะยิ่งเสริมให้การเชื่อมโยงคุณค่าของเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการนำไปปรับใช้ของผู้คนง่ายขึ้น

การกำหนดตัวละครมีความครอบคลุมกับผู้ฟังหรือผู้รับสารที่ต้องการจะสื่อสารด้วย ตัวละครทั้ง 3 กลุ่มคือผลิตภัณฑ์และบริการ นักออกแบบ นักคิดสร้างสรรค์ และกลุ่มนักธุรกิจและผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ต่างดำเนินบทบาทของตนอย่างมีปฏิสัมพันธ์ เพราะการดำเนินเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้ครบทั้งมิติของคุณค่าเชิงความคิดสร้างสรรค์กับมูลค่าเชิงเศรษฐกิจต้องอาศัยตัวละครทุกตัว

ด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลนั้น เมื่อพิจารณาร่วมกับการกำหนดฉากและเหตุการณ์แล้วถือว่ามีลำดับขั้นตอน มีความน่าเชื่อถือสอดคล้องสมเหตุสมผล ความเหมาะสมของการสร้างฉากที่เป็นพื้นที่ถาวรของหน่วยงานที่รองรับเหตุการณ์ที่จะนำเสนอ

ผู้เล่าเรื่องวางบทบาทและมุมมองในการเล่าแบบมีส่วนร่วม สนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างมาก TCDC วางตนเป็น ผู้กระตุ้นให้ตระหนักถึงคุณประโยชน์ของการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ในฐานะเป็นเครื่องมือในการเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลให้เหตุการณ์และตัวละครดำเนินไปภายใต้การปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตและกิจกรรมทางธุรกิจที่ต้องอาศัย “วิถีคิด” บนพื้นฐานการออกแบบและสร้างสรรค์อย่างครบวงจร

ผู้วิจัยพบว่าการจัดแสดงนิทรรศการ การบริการวิชาการเช่นการอบรม สัมมนา อบรมเชิงปฏิบัติการ การใช้บทความ บทสัมภาษณ์ในสิ่งพิมพ์ การจัดแสดงผลิตภัณฑ์ สินค้าบริการ เป็นเหตุการณ์หลักที่ TCDC ใช้สื่อสารผ่านการออกแบบภายใต้ฉากพื้นที่ของตนซึ่งถือเป็นทักษะเฉพาะที่ TCDC ในฐานะ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบทำออกมาได้อย่างดีและมีส่วนเสริมให้เนื้อหาเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เล่าผ่าน TCDC มีความชัดเจนและเป็นเอกลักษณ์

กลวิธีการนำเสนอเหตุการณ์มีความน่าติดตามเพราะกลวิธีในการวางตัวละครแต่ละกลุ่ม ทั้งตัวผลิตภัณฑ์และบริการ นักออกแบบนักคิดสร้างสรรค์และนักธุรกิจหรือผู้ประกอบการ ล้วนมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันและยังครอบคลุมมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทั้งด้าน การคิดการออกแบบ ด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจด้วย นอกจากนี้การกำหนดกลุ่มผู้ฟังหรือผู้รับสารที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้สอดคล้องกับกลุ่มตัวละครที่มาเป็นผู้เล่าเรื่อง ก็เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ของ TCDC ในการเป็น ศูนย์สนับสนุนการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนเรื่องการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์ ผู้วิจัยพบว่าประเด็นที่เป็นข้ออุปสรรคอย่างหนึ่งของการเข้าถึงเหตุการณ์โดยเฉพาะกิจกรรมอบรมสัมมนาของ TCDC คือเรื่องการต้องอาศัยระบบลงทะเบียนทางอินเทอร์เน็ตและการบรรยายด้วยภาษาอังกฤษ อาจเป็นข้อจำกัดในการตัดสินใจเข้าร่วมของผู้ฟังที่ไม่สามารถเข้าถึงเรื่องเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตหรือภาษาอังกฤษ ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าปัจจัยนี้อาจเกี่ยวข้องกับการรับรู้เรื่องการออกแบบว่าเป็นความหรูหรา ไกลตัว อย่างหนึ่งได้

โดยสรุปการวิเคราะห์เนื้อหาสาระและรูปแบบแล้วพบว่า ในกระบวนการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ในฐานะการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือของการเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ด้านสาระของเรื่องมีความเหมาะสมและอยู่บนมุมมองที่ผู้เล่าเรื่องมีเชี่ยวชาญ มีการกำหนดตัวละครและฉากที่จะใช้ดำเนินเหตุการณ์ได้ครอบคลุมและสอดคล้องกัน การแสดงความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลเน้นการอ้างถึงอิทธิพลของแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ที่ได้รับจากบริบทโลก และใช้กระบวนการออกแบบและกระบวนการคิดสร้างสรรค์เป็นเหตุผลหลักของการจะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากกว่าการกล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง ส่งผลให้ในด้านรูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC จึงเน้นไปที่การใช้ตัวละครกลุ่ม นักออกแบบ นักสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการใช้ตัวละครกลุ่มนักธุรกิจและผู้ประกอบการเป็นผู้ดำเนินเหตุการณ์ในเรื่องทั้งเหตุการณ์ที่เป็นการให้ความรู้และการสร้างแรงบันดาลใจ ผ่านฉากพื้นที่ของ TCDC ซึ่งจัดไว้รองรับเหตุการณ์ต่างๆ เช่นพื้นที่แสดงนิทรรศการ ห้องสมุดเฉพาะการออกแบบ ห้องอบรมสัมมนา เป็นต้น

โดยสรุป TCDC เป็นหน่วยงานขนาดเล็กที่ไม่ได้มีการรับผิดชอบโดยตรงต่อการสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หน้าที่หลักคือต้องการสื่อสารให้เกิดความตระหนักและให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบและการคิดสร้างสรรค์กับคนเฉพาะกลุ่ม เพราะฉะนั้นเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC จึงอาจส่งผลได้ในวงจำกัด อย่างไรก็ตามก็ได้มีการกล่าวถึงข้อจำกัดนี้และแสดงความคาดหวังต่อการพัฒนาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าต้องอาศัยหน่วยงานหรือผู้รับผิดชอบโดยตรงและมีแผนการทำงานอย่างเป็นรูปธรรมในระดับประเทศ

ขณะที่การเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam สรุปได้ว่า เรื่อง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ของ Museum Siam อยู่บนเงื่อนไขของการย้อนอดีต สะท้อนความรู้เรื่อง คน พื้นที่ และวิถีชีวิตของไทย ซึ่งสังคมนกลายเป็นภูมิปัญญา คุณสมบัติเฉพาะเช่นนี้จะพัฒนาเป็นเอกลักษณ์หรือทุนทางปัญญาอันมีรากฐานจากวัฒนธรรมไทย ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตในทุกๆด้าน รวมทั้งด้านทางเศรษฐกิจ

สาระของเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของการให้ความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไม่ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็นบริบทหรือสภาพแวดล้อมหรือมีอิทธิพลต่อการต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตไปในทิศทางใดทางหนึ่ง แต่สาระของเรื่องเล่าที่เน้นการสร้างความตระหนักใน “ภูมิปัญญาไทย” ต่างหากที่จะนำมาซึ่งคุณลักษณะเฉพาะและความคิดสร้างสรรค์ของอย่างไทย อันจะเป็นองค์ประกอบสำคัญของ การเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ไม่ได้เน้นเฉพาะเรื่องคุณค่าเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจแต่ต้องรวมคุณค่าเชิงภูมิปัญญาและการสร้างสรรค์ไว้ด้วย

การกำหนดตัวละครให้เป็น คน พื้นที่และ ภูมิปัญญา มีความสอดคล้องกับแก่นของเรื่องที่ต้องการจะเล่าให้เห็นถึงความสัมพันธ์และกระบวนการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นของคนกับพื้นที่ มีความพยายามใช้เหตุการณ์และการสร้างฉากในการนำเสนอเรื่องเล่าให้เข้าถึงผู้ฟังหรือผู้รับสารหลักที่กำหนดไว้ว่าเป็นวัยรุ่นถึงวัยทำงานตอนต้นอายุ 15-25 ปี ด้วยการใส่เทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาประกอบการนำเสนอ

ด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลนั้น เมื่อพิจารณาร่วมกันระหว่างแก่นเรื่องที่จะเล่ากับการกำหนดฉากและเหตุการณ์แล้วถือว่าเน้นไปที่การเสนอมุมมองใหม่ๆ กระตุ้นการตั้งคำถามต่อ มีลำดับขั้นตอน มีความน่าสนใจ รวมทั้งมีความเหมาะสมของการสร้างฉากที่เป็นพื้นที่ถาวรของหน่วยงานเพื่อรองรับเหตุการณ์ที่จะนำเสนอ

ผู้เล่าเรื่องวางบทบาทและมุมมองในการเล่าแบบสนับสนุนและกระตุ้นให้ตระหนักถึงคุณประโยชน์ของภูมิปัญญาไทย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาคุณภาพชีวิตทุกด้าน รวมทั้งด้านเศรษฐกิจ รูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam จึงไม่ได้เสนอความรู้ความหมายหรืออิทธิพลของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อวิถีชีวิตคนไทยโดยตรงไปตรงมา ไม่ได้เห็นว่าการสังคมนั้นส่งผลกระทบต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมอย่างชัดเจน แต่หากคนไทยหรือสังคมไทยสามารถฟื้นฟูภูมิปัญญาดั้งเดิมที่สั่งสมมาจากอดีตอันเป็นเอกลักษณ์ แล้วสามารถปรับใช้เพื่อพัฒนารูปแบบการใช้ชีวิตในปัจจุบันได้ ก็ย่อมมีผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนไทยจะพัฒนาเอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาเหล่านั้นให้เป็นทุนทางความคิดเพื่อสร้างงานสร้างรายได้ ดังนั้นการนำเสนอเรื่องเล่าเกี่ยวกับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของ Museum Siam จึงสร้างเงื่อนไขเกี่ยวกับการส่งเสริมให้คนไทยหันมาศึกษาและใช้องค์ความรู้ของไทยเป็นพื้นฐานเสียก่อน

เหตุการณ์และตัวละครของเรื่องเสนอให้การจำลองหรือสาธิตการปรับตัว ปรับเปลี่ยนเรียนรู้ที่จะดำเนินชีวิตให้อยู่ร่วมกับพื้นที่ ซึ่งในที่นี้หมายถึงภูมิภาคสุวรรณภูมิ ที่ผ่านการเปลี่ยนแปลงจากอดีตสู่ปัจจุบันของคนไทย ใช้ตัวละครที่เป็นคนทั้งสิ้นถึง 7 ตัว นำเสนอตัวละครภูมิศาสตร์ที่กว้างขวางและเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของภูมิภาคสุวรรณภูมิในอดีตเป็นตัวละครที่เพิ่มความเข้าใจความเป็นไทยในแบบผสมผสานและหลากหลาย เสริมการพิจารณาความคล้ายคลึงกันระหว่างไทยกับเพื่อนบ้านหรือการหลั่งไหลเข้าออกแลกเปลี่ยนกันระหว่างไทยกับ

นานาอารยประเทศเป็นตัวเน้นย้ำให้เห็นความสามารถในการปรับเปลี่ยน แลกเปลี่ยนแบบของคนไทยอันถือได้ว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ตัวละครด้านที่เป็นเนื้อหาองค์ความรู้ทั้งทางสังคมศาสตร์ ประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง ศาสนา ศิลปะ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นตัวละครที่สอดแทรกและทำหน้าที่อยู่ในเหตุการณ์ที่กำหนดเป็นช่วงเวลาในแต่ละฉากหรือห้องจัดแสดงแต่ละห้อง สะท้อนให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างคนกับพื้นที่ถิ่นอาศัยนั้นก่อให้เกิดความรู้ต่างๆ มากมายซึ่งตกผลึกมาเป็น “ภูมิปัญญาไทย” อันเป็นแก่นของเรื่องเล่าของ Museum Siam

การจัดแสดงนิทรรศการถาวรชุด “เรียงความประเทศไทย” เป็นเหตุการณ์หลักที่ Museum Siam ใช้ดำเนินเรื่องเล่าของตน กลวิธีการนำเสนอเหตุการณ์นั้นมีความเพราะอาศัยการวางตัวละครทั้งที่เป็นคน และเป็นสภาพแวดล้อมให้มีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ใช้กระบวนการเรียนรู้เชิงประจักษ์ด้วยการใช้ประสาทสัมผัสต่างๆ ของผู้เข้าชมนิทรรศการเป็นเครื่องมือที่จะก่อให้เกิดประสบการณ์ร่วมไปกับเนื้อหาของนิทรรศการได้ ส่วนนิทรรศการรูปแบบอื่นๆ เช่น นิทรรศการชั่วคราว นิทรรศการพิเศษ นิทรรศการเคลื่อนที่ และนิทรรศการ 360 องศา นั้น ถือเป็นเหตุการณ์เสริมให้เรื่องเล่าเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยของ Museum Siam มีสีสันและมีความหลากหลายมากขึ้น แต่เหตุการณ์ดังกล่าวอาจยังไม่ได้ทำหน้าที่ขยายใจความจากนิทรรศการหลักได้มากเท่าที่ควรซึ่งจะส่งผลให้เรื่องเล่าไม่มีความเป็นเอกภาพได้

เมื่อพิจารณาการประเมินเรื่องทั้ง 2 ส่วนคือ เนื้อหาสาระและรูปแบบแล้วพบว่า ในกระบวนการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ในเงื่อนไขพื้นฐานที่ว่าคนไทยต้อง “เรียนรู้ภูมิปัญญาไทยแล้วสามารถปรับใช้กับชีวิตประจำวัน” ให้ได้จึงจะกล่าวได้ว่าเกิดการใช้อีกลักษณะทางภูมิปัญญาไทยเป็นเครื่องมือเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้านสาระของเรื่องมีความเหมาะสมและอยู่บนมุมมองที่ผู้เล่าเรื่องมีเชี่ยวชาญ มีการกำหนดตัวละครและฉากที่จะใช้ดำเนินเหตุการณ์ได้ครอบคลุมและสอดคล้องกัน การแสดงความสัมพันธ์เชิงเวลาและเหตุผลเน้นการอ้างถึงคุณค่าและคุณประโยชน์ของการตระหนักถึง “ภูมิปัญญาไทย” เป็นหัวใจหลักของการจะเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากกว่าการกล่าวถึงแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง ส่งผลให้ในด้านรูปแบบการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam จึงเน้นไปที่การใช้ตัวละครกลุ่มคนไทยที่เน้นความแตกต่างหลากหลาย ตัวละครลักษณะทางภูมิศาสตร์หรือพื้นที่ และตัวละครองค์ความรู้ของไทย เป็นผู้ดำเนินเหตุการณ์ในเรื่องทั้งเหตุการณ์ที่เป็นการให้ความรู้และ

กระตุ้นความสงสัยผ่านนิทรรศการถาวร และเหตุการณ์ที่เป็นการสร้างความเพลิดเพลินหรือสร้างแรงบันดาลใจผ่านนิทรรศการชั่วคราว นิทรรศการพิเศษต่างๆ เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์บุคคลทั้งส่วนที่เป็นการสรุปความคิดของผู้ให้สัมภาษณ์ตามข้อคำถามและการวิเคราะห์ด้วยแนวคิดเรื่องเล่าแล้ว ลำดับถัดไปผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์เนื้อหาข้อมูลสารที่ปรากฏในสื่อของแต่ละหน่วยงาน โดยอาศัยกรอบแนวคิดเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการได้แก่ ทุนมนุษย์ ทุนวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน ซึ่งทุนทั้ง 4 นี้คือทุนพื้นฐานที่จะส่งเสริมหรือเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการเรียนรู้หรือเข้าสู่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เห็นลักษณะสารที่ปรากฏตามแต่ละสื่อของแต่ละหน่วยงานว่าเน้นหนักไปที่ประเด็นใด

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารจากสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานใช้สื่อสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park สรุปได้ว่าสื่อพื้นที่ส่วนใหญ่ของ TK Park เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่อยู่ในรูปแบบของศูนย์การเรียนรู้เป็นเสมือนผู้ให้บริการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ การนำเสนอเนื้อหาจึงเน้นเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้หลากหลายรูปแบบซึ่งเป้าหมายคือเพื่อพัฒนาคน ดังนั้นสื่อพื้นที่ของ TK Park จึงมีเนื้อหาอยู่ในกลุ่มทุนมนุษย์มากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะพื้นที่ห้องสมุดมีชีวิต ศูนย์ฝึกอบรมไอที mind room และตามด้วยเนื้อหาในกลุ่มทุนโครงสร้างหรือสถาบันเนื่องจากหน่วยงานเน้นการสร้างและผลิตสื่อการเรียนรู้ที่สามารถเข้าถึงด้วยระบบอินเทอร์เน็ตและการใช้เทคโนโลยีมีเดียต่างๆ เช่น ห้องสมุดไอที ห้องฉายภาพยนตร์ ห้องสมุดดนตรี หรือ ส่วนการใช้สื่อพื้นที่เช่น ลานสานฝัน ศูนย์การเรียนรู้เอนกประสงค์ มีเนื้อหาด้านทุนทางสังคมเป็นลำดับรองลงมา และพบว่าสื่อพื้นที่ของ TK Park มีเนื้อหาด้านทุนทางวัฒนธรรมเป็นลำดับสุดท้าย

สื่อกิจกรรมถือเป็นสื่อที่สร้างขึ้นเพื่อเสริมกับสื่อสถานที่ที่ได้อำนวยความสะดวกไว้ เพราะสื่อกิจกรรมเป็นรูปแบบสื่อที่สามารถสร้างความเคลื่อนไหวและความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการด้วย สื่อกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park นั้นเน้นหนักไปที่การสร้างเสริมทุนทางมนุษย์ ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก แต่ยังคงเน้นหนักที่ทุนทางมนุษย์เป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากกิจกรรมต่างๆ จะถูกออกแบบ

ตามกลุ่มภารกิจงานของหน่วยงานซึ่งได้แก่ กิจกรรมเพื่อพัฒนาไอที กิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะชีวิต และกิจกรรมเพื่อพัฒนาจิตอาสา การจัดกิจกรรมพยายามให้เกิดความครอบคลุมกับกลุ่มเป้าหมายหลากหลายทั้งวัยรุ่น เด็กและเยาวชน วัยทำงานและครอบครัว

ส่วนสื่อเว็บไซต์ของอุทยานการเรียนรู้ TK Park เนื้อหาสารจากสื่อเว็บไซต์เน้นหนักที่การสร้างเสริมทุนโครงสร้างมากที่สุดเป็นลำดับแรก ทั้งนี้เนื่องจากด้วยคุณสมบัติพื้นฐานของสื่อเว็บไซต์เองเป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการขยายโอกาสในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และเมื่อมาผนวกกับการสร้างเนื้อหาสำหรับส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ที่บรรจุอยู่ในสื่อส่งผลให้สื่อเว็บไซต์ของ TK Park เป็นเครื่องมือสำหรับผู้ที่ต้องการค้นหาหาความรู้โดยไม่ต้องติดกับข้อจำกัดเรื่องการเดินทางมาที่ศูนย์การเรียนรู้ มีรูปแบบเน้นการเป็นสื่อการเรียนรู้ทางอินเทอร์เน็ต ด้วยวิธีการอาศัยเครื่องมือหลักของตนเองคือ หนังสือ ดนตรี กิจกรรม และมัลติมีเดีย เป็นพื้นฐาน ดังนั้นสื่อเว็บไซต์ของ TK Park จึงเน้นการออกแบบให้เสมือนจำลองเครื่องมือการเรียนรู้ทั้งหมดดังกล่าวขึ้นมาสู่โลกออนไลน์ สารด้านการสนับสนุนทุนมนุษย์เป็นลำดับรองลงมา เน้นที่การให้ความรู้ทั้งทางตรงคือสามารถเรียนเนื้อหาจากเว็บไซต์ได้ในรูปแบบการอ่าน E-Book การดาวน์โหลดข้อมูล การค้นหาหรือใช้บริการเชื่อมต่อกับเว็บไซต์อื่นๆ และยังมีการให้ความรู้ทางอ้อมเช่น การแนะนำหนังสือ สื่อการเรียนรู้จากห้องสมุดเพื่อให้เกิดการเข้ามาค้นหาใช้บริการด้วยตนเองต่อไปเป็นต้น เนื้อหาสารส่วนที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมนั้นพบในปริมาณน้อยมากและเนื้อหาสารด้านทุนทางสังคมแม้จะมีการเสนอช่องทางเชื่อมต่อใหม่ในลักษณะ social network และการสร้างหน้าส่งคำถามคำตอบไว้ให้บริการเท่านั้น แต่ก็ถือว่าสื่อเว็บไซต์ให้น้ำหนักเนื้อหาสารด้านการสร้างเสริมทุนทางสังคมค่อนข้างน้อย

ข้อสรุปการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ TCDC ได้ว่าการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของสื่อพื้นที่ใน TCDC นั้น พบเนื้อหาเรื่องทุนสร้างสรรค์ทั้ง 4 ประการใกล้เคียงกันในทุกส่วนของพื้นที่ การแบ่งพื้นที่ในส่วนต่างๆ จะมีการปรากฏสารทั้งที่เพื่อส่งเสริมทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างอย่างครบถ้วน เช่น ส่วนพื้นที่ห้องสมุดเพื่อการออกแบบ ร้าน The Shop @ TCDC มีเพียงพื้นที่ส่วนที่เป็นบริการอาหารและเครื่องดื่มเท่านั้นที่ไม่พบการสร้างเนื้อหาด้านทุนทางมนุษย์ วัฒนธรรมและทุนทางโครงสร้างที่ชัดเจนเมื่อเทียบกับพื้นที่ส่วนอื่นๆ การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยสื่อพื้นที่

นั้นเน้นไปที่เนื้อหาด้านทุนทางมนุษย์มากเป็นอันดับหนึ่ง ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างเป็นลำดับสอง และเสริมด้านทุนทางวัฒนธรรมเป็นอันดับท้ายสุด

สื่อเว็บไซต์จะจัดแบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน เช่น หน้าแจ้งข้อมูลข่าวสารและการติดต่อปฏิสัมพันธ์อย่างหน้ากิจกรรม หน้าสมัครสมาชิก หน้าข้อมูลองค์กร หน้า visit TCDC ข่าวและประกาศ หน้ารายงานประจำปี ลักษณะสารที่พบในหน้ากลุ่มนี้จะเน้นการส่งเสริมทุนทางมนุษย์กับทุนทางโครงสร้างเป็นหลัก กล่าวคือให้บริการข้อมูลที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคล ขณะที่หน้าเว็บไซต์ในกลุ่มที่ให้ความรู้หรือแหล่งค้นคว้า เช่น หน้าบทความ หน้า E-Book หน้า TCDC publication จะนำเสนอความรู้เกี่ยวกับการออกแบบในรูปแบบของสื่อออนไลน์ ตัวอย่างหนังสือ สื่อต่างๆ ข้อเขียนที่เผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการสร้างสรรค์และการออกแบบทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ หน้าเว็บไซต์กลุ่มนี้มีเนื้อหาสาระที่เสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มทุนทางมนุษย์เป็นหลัก หน้าเว็บไซต์ของ TCDC อีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มการสร้างแรงบันดาลใจและการนำเสนอกรณีศึกษาเช่น หน้า CT Magazine หน้า “คิด” Creative Thailand หน้า The Shop และ หน้า The Café จะเน้นการสร้างสารที่มีเนื้อหาสนับสนุนทุนทางมนุษย์ รองลงมาจะเป็นเรื่องทุนทางวัฒนธรรม ขณะที่ทุนทางสังคมเป็นกับทุนทางโครงสร้างจะพบน้อยกว่า เนื้อหาสาระผ่านเว็บไซต์ที่เป็นการเชื่อมต่อข้อมูลกับหน่วยงานใกล้เคียง ซึ่งถือเป็นการสร้างสรรค์ที่เสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นเรื่องการส่งเสริมให้เกิดทุนทางโครงสร้างจากการเชื่อมต่อและให้บริการสนับสนุนด้านการปรึกษาหรือพัฒนาระบบอย่างเช่นหน้า TCDC Resource Center Material Connexion Bangkok เป็นต้น

ขณะที่สื่อกิจกรรมของ TCDC นั้นด้วยลักษณะโครงสร้างหน่วยงานที่เป็นศูนย์การเรียนรู้ จึงส่งผลให้ TCDC สร้างเนื้อหาสาระที่เน้นไปที่ทุนทางมนุษย์มากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ตามมาด้วยทุนทางโครงสร้าง และทุนทางวัฒนธรรม แต่พบการสร้างสารเพื่อเสริมทุนทางโครงสร้างเป็นลำดับสุดท้ายในสัดส่วนที่น้อยมากรูปแบบกิจกรรมที่ใช้สำหรับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นจะแบ่งเป็น กิจกรรมเชิงวิชาการ เช่น การสัมมนา การเสนา การสัมมนาเชิงปฏิบัติการ กิจกรรมเชิงสันตนาการ เช่น มหกรรม เทศกาล และกิจกรรมเยี่ยมชมสถานที่ ซึ่งกิจกรรมแต่ละประเภทจะออกแบบให้เสริมสร้างทุนมนุษย์คือเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการออกแบบเป็นหลัก และให้แรงบันดาลใจ ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างการพบปะแลกเปลี่ยน

ประสบการณ์ระหว่างกันของผู้เข้าร่วมกิจกรรมก่อให้เกิดการสร้างเครือข่าย ส่วนด้านทุนทางวัฒนธรรมนั้นจะพบเมื่อการจัดกิจกรรมกำหนดประเด็นหรือหัวข้อมีความเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมทั้งของไทยและต่างชาติ แต่จะไม่พบเมื่อประเด็นด้านการจัดการหรือการดำเนินธุรกิจเป็นเนื้อหาหลัก

สรุปผลการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อพื้นที่ของ Museum Siam แสดงให้เห็นว่า สื่อพื้นที่ของ Museum Siam นั้นแบ่งเป็นส่วนภายในอาคารพิพิธภัณฑ์กับภายนอกพิพิธภัณฑ์และมีหนึ่งห้องที่ตั้งอยู่ ณ อาคารสำนักงาน พื้นที่ทั้งหมดมีจุดเด่นด้วยโครงสร้างอาคารสมัยเก่าซึ่งเป็นที่ตั้งของกระทรวงพาณิชย์เดิม ลักษณะการแบ่งพื้นที่ใช้สอยจึงต้องปรับไปตามลักษณะของอาคาร

พื้นที่ส่วนนิทรรศการมีการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ครอบคลุมทุนทั้ง 4 ด้านไม่ว่าจะเป็นทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้าง ยกตัวอย่างพื้นที่ส่วนนิทรรศการถาวร จัดแสดงนิทรรศการในชื่อชุด เรียงความประเทศไทย การส่งเสริมให้ผู้มาชมได้มีประสบการณ์ในการชมนิทรรศการด้วยการใช้การอ่าน การดู การสัมผัสสื่อเรียนรู้ที่หลากหลายด้วยตนเอง นำเสนอเนื้อหาด้านภูมิปัญญาไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นสื่อที่ให้บริการทั้งคนไทยและชาวต่างชาติลักษณะการดำเนินเนื้อหาของนิทรรศการสามารถสะท้อนการเชื่อมโยงการผสมผสานของผู้คนกับพื้นที่ได้ทั้งในแง่กายภาพของอาคารและเนื้อหาที่จัดแสดง อีกทั้งยังเป็นแหล่งเรียนรู้ที่ส่งเสริมการตระหนักถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมของคนในภูมิภาคสุวรรณภูมิเป็นต้น พื้นที่ส่วนภายนอกอาคารที่เป็นส่วนให้บริการความรู้ลักษณะห้องสมุดกับพื้นที่ส่วนร้านขายสินค้า เน้นการสร้างสารเพื่อเสริมศักยภาพของคนที่ได้จากการเรียนรู้และการต่อยอดไปสู่การคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างรายได้ เน้นการสร้างสารด้านทุนทางมนุษย์เพื่อกระตุ้นการค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติมและการสร้างแรงบันดาลใจในการคิดต่อยอดจากความรู้เรื่องภูมิปัญญาไทยไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ต่างๆ

เนื้อหาสื่อนิทรรศการของ Museum Siam เนื่องจากลักษณะเฉพาะของหน่วยงานที่เป็นพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ สื่อนิทรรศการจึงเป็นเครื่องมือหลักที่ Museum Siam ใช้สำหรับสร้างสาร

ทั้งนี้เนื้อหาสาระที่ปรากฏเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากนิทรรศการทั้งสิ้น 4 กลุ่มได้แก่ นิทรรศการถาวร นิทรรศการชั่วคราว นิทรรศการเคลื่อนที่และนิทรรศการพิเศษ เนื้อหาสาระเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการนั้นพบสื่อนิทรรศการของ Museum Siam นำเสนอเนื้อหาสาระด้านทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมในทุกนิทรรศการ แต่เนื้อหาสาระด้านทุนทางโครงสร้างนั้นพบได้ชัดเจนเพียงในนิทรรศการเคลื่อนที่และพบในช่วง “สุวรรณภูมิ” และ “สยามประเทศ” ของนิทรรศการถาวร เท่านั้น ทั้งนี้ข้อสังเกตจากผลการวิเคราะห์เนื้อหาสาระส่วนนิทรรศการเคลื่อนที่ซึ่งถือว่าใช้องค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ด้านทุนทางโครงสร้างเป็นหลักเพราะเป็นการขยายโอกาสเพิ่มซึ่งทางการเรียนรู้ให้แก่ผู้คน ในช่วงเวลาที่ทำ การเก็บข้อมูลเนื้อหาสาระยังเป็นการนำวิธีการเรียนรู้และเนื้อหาจากส่วนกลางคือการจำลองบรรยากาศจาก Museum Siam กรุงเทพฯไปยังพื้นที่ต่างๆ ไม่ได้สร้างเนื้อหาจากพื้นที่เอง ขณะที่นิทรรศการพิเศษซึ่งส่วนใหญ่ใช้การจัดแสดงในรูปแบบภาพถ่าย มีการนำเสนอสาระเรื่องทุนสร้างสรรค์ด้านทุนวัฒนธรรมกับทุนทางสังคมเป็นหลัก แต่ไม่มีการนำเสนอด้านทุนทางโครงสร้างและทุนทางมนุษย์โดยเฉพาะเมื่อใช้การรับสื่อด้วยการ ดู เพียงอย่างเดียว ซึ่งค่อนข้างไม่สอดคล้องกับการเป็นพิพิธภัณฑ์ที่เน้นการเรียนรู้จากประสาทสัมผัสและประสบการณ์ตรงหลายๆ อย่าง

เนื้อหาสื่อกิจกรรมของ Museum Siam ใช้ความสอดคล้องกับเทศกาลหรือความพร้อม จากความร่วมมือของเครือข่ายในการจัดเป็นสำคัญมากกว่าการกำหนดประเด็นให้เชื่อมโยงหรือ เกี่ยวพันกับเนื้อหาที่จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ กิจกรรมส่วนใหญ่เน้นการมีส่วนร่วมในการลงมือปฏิบัติ ซึ่งส่งเสริมการเรียนรู้และการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของผู้เข้าร่วมและส่งเสริมการให้ความรู้และ แลกเปลี่ยนประสบการณ์เช่นกิจกรรมการเสวนา ส่วนเนื้อหาสาระที่ใช้เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์นั้นกิจกรรมส่วนใหญ่เน้นการสร้างสารที่ส่งเสริมทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรมและ ทุนทางสังคม โดยปรากฏทุนทางมนุษย์มากเป็นอันดับหนึ่ง และทุนทางสังคมกับทุนทางวัฒนธรรม เป็นลำดับถัดไป นอกจากนี้ กิจกรรมเกือบทั้งหมดไม่พบการสร้างสารด้านทุนทางโครงสร้างยกเว้น เพียงกิจกรรม Museum Take Away กิจกรรมเดียวเท่านั้น

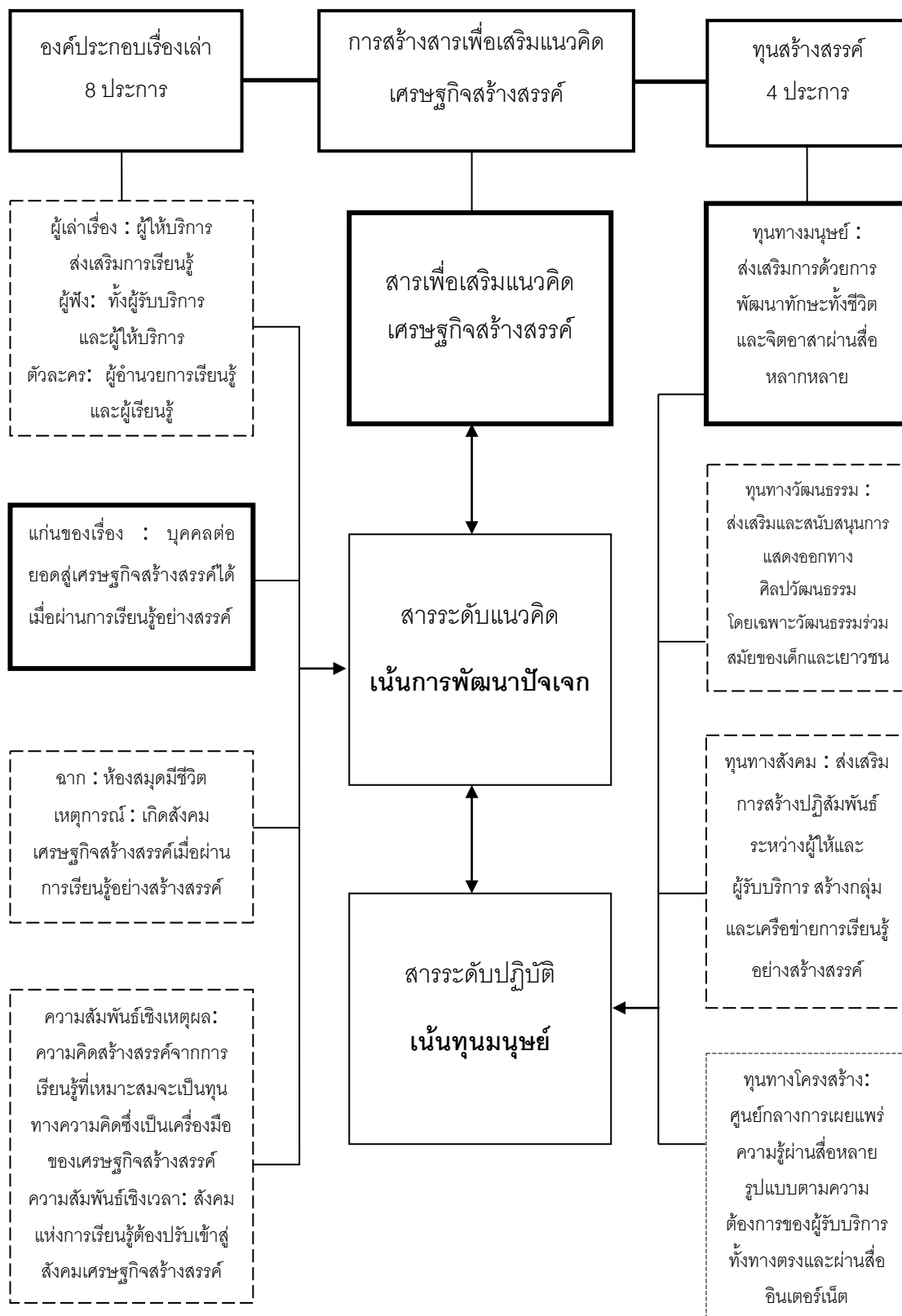
สรุปการวิเคราะห์เนื้อหาสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam หน้าต่างๆ ของเว็บไซต์นั้นสร้าง สารเพื่อส่งเสริมการค้นคว้าหาความรู้เพื่อเตรียมตัวก่อนเข้ามาชมนิทรรศการหรือกิจกรรมการ เรียนรู้ต่างๆ ของพิพิธภัณฑ์ เช่น การย่อนิทรรศการต่างๆ ในรูปของภาพถ่ายและคำบรรยายสั้นๆ การประมวลภาพกิจกรรมต่างๆ พร้อมสรุปเหตุการณ์สั้นๆ ลักษณะเนื้อหาจึงเป็นการรวบรวมข้อมูล ที่แบ่งตามลักษณะงาน เช่น นิทรรศการ ห้องคลังความรู้ และกิจกรรม เป็นต้น ทั้งนี้เนื้อหาสาระที่

Museum Siam สื่อผ่านเว็บไซต์นั้นส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านทุนทางมนุษย์ ทุนทางโครงสร้างและทุนทางวัฒนธรรมเป็นหลัก โดยมีเนื้อหาที่ส่งเสริมทุนทางสังคมปรากฏในหน้า นิทรรศการเคลื่อนที่ นิทรรศการพิเศษ หน้าข่าวสารกิจกรรม หน้าถามตอบและสินค้าและบริการ เท่านั้น ข้อสังเกตเกี่ยวกับเนื้อหาสารที่พบในสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam คือ ลักษณะสารด้าน ทุนทางมนุษย์เช่นการให้ความรู้ การส่งเสริมการเรียนรู้จะเป็นแบบอย่างง่ายไม่มีรายละเอียดหรือ ข้อมูลเชิงลึกมากนัก รวมทั้งเนื้อหาสารด้านทุนทางวัฒนธรรมก็นำเสนอลักษณะบรรยายโดยสรุป มากกว่าการให้ข้อมูลอย่างครบถ้วน จึงทำให้เนื้อหาสารดังกล่าวปรากฏพบแต่ไม่มีน้ำหนักมากพอ เมื่อเทียบกับสื่อเว็บไซต์ของหน่วยงานอย่าง TCDC หรือ TK Park ที่มีการออกแบบสารมาให้เป็น การเสริมการเรียนรู้หรือเสริมกระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์โดยตรง

ส่วนที่ 3 การนำเสนอแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ตามลักษณะเฉพาะของหน่วยงาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในบทที่ 4 ผ่านมาได้นำเสนอแบบจำลองความเชื่อมโยงของข้อมูล ทั้งสองส่วนเพื่อจะเป็นแนวทางในการพัฒนาแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐไว้ ในการสรุปผลการวิจัยส่วนที่ 3 นี้ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ ข้อมูลทั้งส่วนการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์บุคลากรของหน่วยงานด้วยองค์ประกอบของเรื่องเล่า 8 ประการและข้อมูลส่วนการวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆด้วยเกณฑ์เรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการมานำเสนอในรูปแบบของแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ แต่ละหน่วยงานเรียงตามลำดับจนครบถ้วนทั้ง 3 หน่วยงาน โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

**แผนภาพที่ 5 แบบจำลองการสร้างสรรค์เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
อุทยานการเรียนรู้ TK Park**



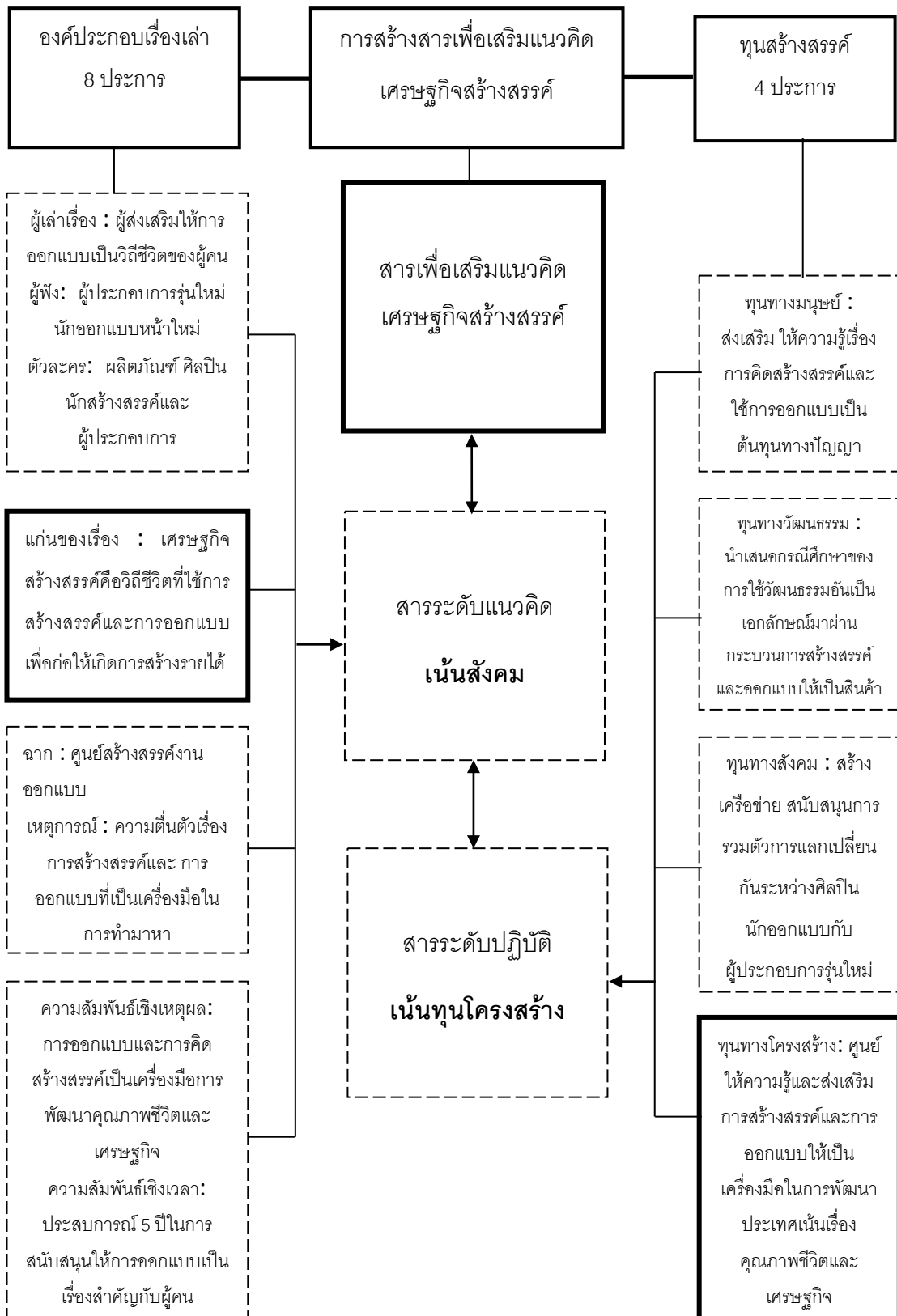
จากแบบจำลองดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park เมื่ออาศัยองค์ประกอบของเรื่องเล่า 8 องค์ประกอบและผนวกกับเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ หัวใจสำคัญของสารของ TK Park อยู่ที่การใช้ “คน” และ “สื่อการเรียนรู้สร้างสรรค์” เป็นรากฐานของการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ที่กล่าวว่าเนื้อหาสาระเน้นเรื่อง “คน” นั้นด้วยเหตุที่ว่า TK Park เป็นศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิตของมนุษย์และเน้นรูปแบบการเรียนรู้ตามอัธยาศัยนั้น ก็คือมีความหลากหลายและเหมาะสมกันระหว่างผู้เรียนรู้กับเนื้อหาหรือสื่อเพื่อการเรียนรู้ ดังนั้นสารที่วิเคราะห์หรือออกมาทั้งจากระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการที่ปรากฏจึงมีความเด่นชัดเรื่อง การกำหนดให้การเรียนรู้ระดับปัจเจกหรือการเรียนรู้รายบุคคลมีความสำคัญอย่างมากนั่นก็คือการส่งเสริมองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ด้านทุนทางมนุษย์ เพราะ TK Park ถือว่าการได้รับการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ที่เหมาะสมสร้างสรรค์จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าสู่สังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

ขณะที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้อำนวยความสะดวกการเรียนรู้ หรือการรวมกันในรูปแบบของกลุ่มหรือเครือข่ายต่างๆ ก็ก่อให้เกิดทุนทางสังคมให้เกิดขึ้นไปพร้อมกัน การเรียนรู้ที่เหมาะสมด้วยกระบวนการที่สร้างสรรค์เป็นเหตุการณ์ที่สำคัญสำหรับการสื่อสารของหน่วยงานและการใช้ห้องสมุดมีชีวิตเป็นฉากรองรับเหตุการณ์ต่างๆ ก็เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นซึ่งถือวาระบบการเรียนรู้ผ่านศูนย์การเรียนรู้ อีกทั้งการให้บริการสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายในรูปแบบออนไลน์ลักษณะเช่นนี้เป็นทุนทางโครงสร้างที่สำคัญของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนเนื้อหาหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ออกแบบมาเสริมเพิ่มเติมโดยเฉพาะกิจกรรมประเภทการแสดงต่างๆ ก็ช่วยสร้างสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมให้ปรากฏขึ้นด้วย

ดังนั้นแบบจำลองการสร้างสารของ TK Park เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีภารกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และส่งเสริมการอ่านอย่างสร้างสรรค์ให้แก่ผู้คนจึงมีความสอดคล้องและเป็นแบบจำลองที่สามารถไปปรับเข้าสู่การสร้างสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้โดยเฉพาะในกรณีของการสร้างสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ในฐานะที่การเรียนรู้เป็นเครื่องมือของการแสวงหาความรู้และการพัฒนาตนเองเพื่อต่อยอดสู่กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างได้

แผนภาพที่ 6 แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC



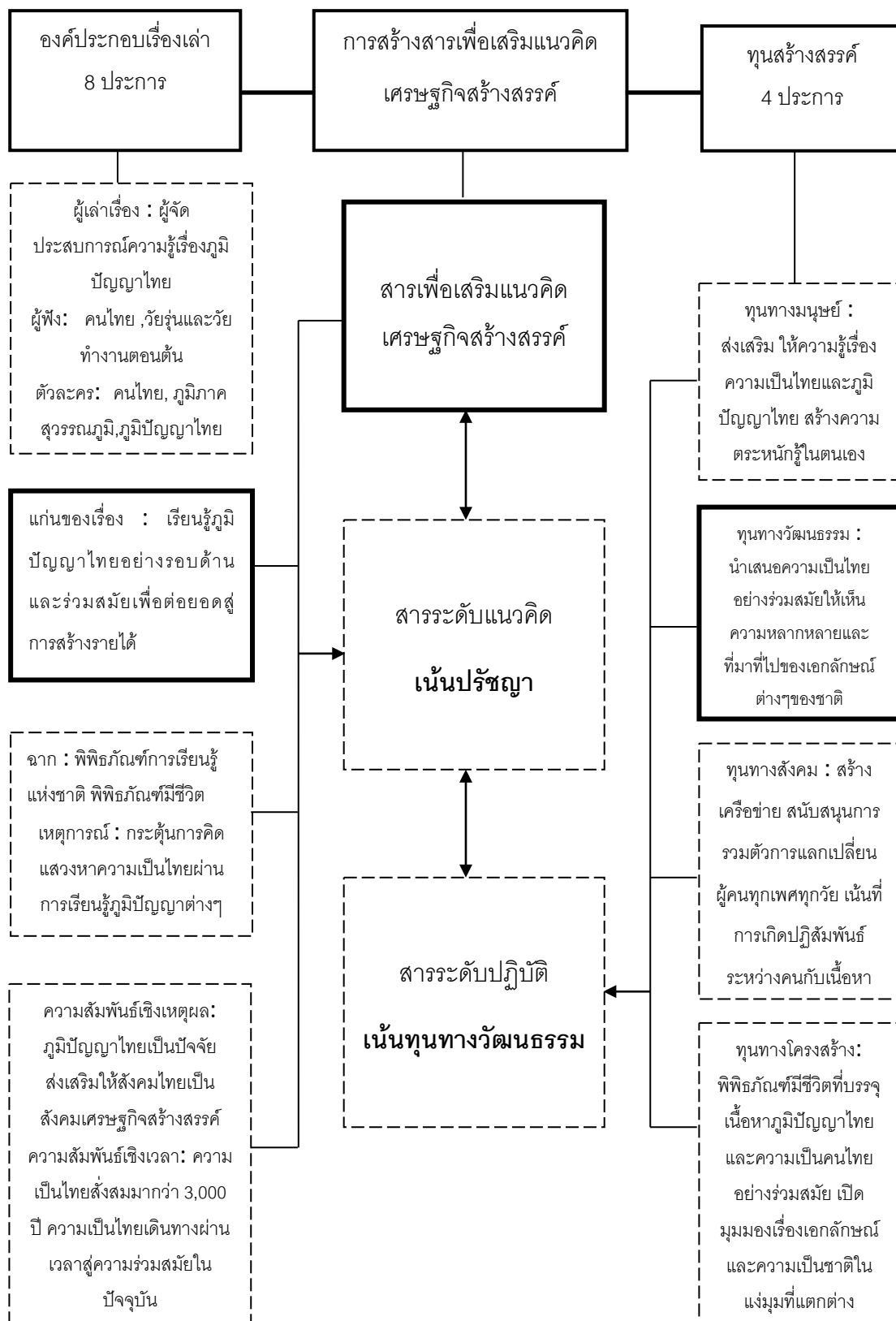
จากแบบจำลองดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC เมื่ออาศัยองค์ประกอบของเรื่องเล่า 8 องค์ประกอบและผนวกกับเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ หัวใจสำคัญของสารของ TCDC อยู่ที่การใช้ “การออกแบบ” “การสร้างสรรค์” และ “วิถีชีวิต” เป็นรากฐานของการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ที่กล่าวว่าเนื้อหาสาระเน้นเรื่อง “การออกแบบและการสร้างสรรค์” เพราะ TCDC เป็นศูนย์ต้นแบบที่มีเป้าหมายเพื่อให้สังคมเกิดความตระหนักต่อคุณค่าของการคิดสร้างสรรค์และรู้จักการออกแบบว่าเป็นวิธีการหรือเป็นเครื่องมือสำคัญของวิถีชีวิตหรือการใช้ชีวิตในทุกๆ มิติ ดังนั้นสารที่วิเคราะห์หรือออกมาทั้งจากระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการที่ปรากฏจึงมีความเด่นชัดเรื่องการกำหนดให้การออกแบบรวมทั้งการคิดสร้างสรรค์นั้นเป็นเนื้อหาหลักซึ่งทั้งสองสิ่งนี้ต้องสื่อสารผ่านการแสดงออกซึ่งวิถีชีวิตจึงจะมีสารที่สร้างความสำคัญให้แก่ผู้คนได้ ดังนั้นสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC จึงเป็นทุนทางโครงสร้างและทุนทางสังคมเป็นหัวใจหลัก

ขณะที่การส่งเสริมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างนักคิดสร้างสรรค์ นักออกแบบศิลปินหน้าใหม่กับผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจรุ่นใหม่ หรือการรวมกันในรูปแบบของกลุ่มหรือเครือข่ายต่างๆ ก็ก่อให้เกิดทุนทางสังคมให้เกิดขึ้นไปพร้อมกัน การสร้างเหตุการณ์ลักษณะที่สร้างความตื่นตัวผ่านกรณีศึกษาต่างโดยเฉพาะที่ประสบความสำเร็จมาเป็นตัวอย่างให้ผู้คนทั้งได้ชมได้ร่วมเรียนรู้แลกเปลี่ยนเป็นการใช้พื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์ซึ่งมีทั้งห้องสมุดด้านการออกแบบห้องจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ ให้บริการสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายรวมทั้งสื่อรูปแบบออนไลน์ลักษณะเช่นนี้เป็นทุนทางโครงสร้างที่สำคัญของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนเนื้อหาหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ออกแบบมาเสริมเพิ่มเติมโดยเฉพาะกิจกรรมประเภทการแสดงนิทรรศการหรือการเสวนา สัมมนาว่าด้วยเอกลักษณ์ก็ช่วยส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมให้ปรากฏขึ้นด้วย

ดังนั้นแบบจำลองการสร้างสารของ TCDC เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีภารกิจเพื่อให้ความรู้และส่งเสริมให้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจแก่ผู้คนจึงมีความสอดคล้องและเป็นแบบจำลองที่สามารถปรับเข้าสู่การสร้างสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้โดดเด่นและมีความเป็นรูปธรรมมากที่สุดเพราะได้มีการเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับการนำไปปรับใช้โดยเฉพาะในกรณีต้องการสื่อสารเนื้อหาทุนสร้างสรรค์ในระดับสังคมและระดับโครงสร้าง

**แผนภาพที่ 7 แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam**



จากแบบจำลองดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam เมื่ออาศัยองค์ประกอบของเรื่องเล่า 8 องค์ประกอบและผนวกกับเรื่องทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ หัวใจสำคัญของสารของ Museum Siam อยู่ที่การใช้ “คนไทย” “ภูมิภาคสุวรรณภูมิ” และ “ภูมิปัญญาไทย” เป็นรากฐานของการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ที่กล่าวว่าเนื้อหาสารเน้นเรื่อง “ภูมิปัญญาของคนไทยบนภูมิภาคสุวรรณภูมิ” เพราะ Museum Siam เป็นสถาบันส่งเสริมเรื่องความเป็นไทยด้วยการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยรูปแบบพิพิธภัณฑ์มีชีวิต มีเป้าหมายเพื่อให้สังคมเกิดการแสวงหาคำตอบและตระหนักถึงคุณค่าความเป็นไทยว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของวิถีชีวิตหรือการใช้ชีวิตในทุกๆ มิติ ด้วยกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้จากการจัดประสบการณ์ตรงให้เกิดแก่ผู้มาใช้บริการนั้นถือว่าเป็นวิธีการที่สร้างทุนทางมนุษย์ที่สำคัญ ส่วนสารที่วิเคราะห์ออกมาทั้งจากระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการที่ปรากฏมีความเด่นชัดเรื่องกำหนดให้ความรู้เกี่ยวกับคนไทยและความเป็นไทยซึ่งอยู่บนความสัมพันธ์กับภูมิภาคสุวรรณภูมิเป็นเนื้อหาหลักซึ่งเมื่อสื่อสารเชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการคิดต่อยอดถอดรหัสความรู้ต่างๆที่ได้รับจึงจะเกิดเป็นสารที่สร้างความสำคัญให้แก่ผู้คนได้ ดังนั้นสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam จึงมีเนื้อหาเรื่องทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมรวมอยู่ด้วย

การสร้างเหตุการณ์ลักษณะที่กระตุ้นการค้นหาคำตอบว่า คนไทยมาจากไหน ความเป็นไทยคืออะไร นำเสนอเรื่องเล่าเส้นทางภูมิปัญญาไทยที่เกิดจากความแตกต่างหลากหลายและความสัมพันธ์ระหว่างกันของคนในภูมิภาคสุวรรณภูมิซึ่งเป็นฐานทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ มาเป็นตัวช่วยให้ผู้คนทั้งได้ชมได้ร่วมเรียนรู้แลกเปลี่ยนเป็นการใช้พื้นที่พิพิธภัณฑ์ซึ่งมีทั้งส่วนจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ ห้องสมุดให้บริการสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายรวมทั้งสื่อรูปแบบออนไลน์ ลักษณะเช่นนี้เป็นทุนทางโครงสร้างที่สำคัญของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนเนื้อหาหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ออกแบบมาเสริมเพิ่มเติมโดยเฉพาะกิจกรรมประเภทการแสดงต่างๆ นิทรรศการชั่วคราวหรือการสัมมนาที่ช่วยส่งเสริมทุนทางสังคมให้ปรากฏขึ้นด้วย

ดังนั้นแบบจำลองการสร้างสารของ Museum Siam เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในฐานะหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีภารกิจเพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักถึงคุณค่า

ภูมิปัญญาไทย เป็นทุนทางปัญญาในการพัฒนาต่อยอดสู่เรื่องเศรษฐกิจแก่ผู้คนจึงมีความสอดคล้องและเป็นแบบจำลองที่สามารถปรับเข้าสู่การสร้างสรรเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ เพราะได้มีการเชื่อมโยงระหว่างความรู้เรื่องความเป็นไทยซึ่งถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมผนวกกับทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้าง ผ่านกระบวนการสร้างเสริมทุนทางมนุษย์จากการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ตรง

ลำดับต่อไป ผู้วิจัยจะอภิปรายผลการศึกษารเรียงตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย แบ่งเป็น 3 ส่วนโดยเริ่มจากส่วนที่ 1 อภิปรายผลการวิเคราะห์เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการวิเคราะห์เนื้อหาสาระจากสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานใช้สื่อสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และส่วนที่ 3 การอภิปรายผลการเสนอแบบจำลองการสร้างสรรเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

อภิปรายผล

ส่วนที่ 1 อภิปรายผลการการสร้างสรรด้วยการวิเคราะห์การเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ

เรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยเป็นเรื่องเล่าที่อาศัยแก่นเรื่องที่กำหนดจากบทบาทหน้าที่หลักหรือภารกิจของหน่วยงานเป็นสำคัญ เช่น แก่นเรื่องของ TK Park จะเน้นที่การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้วยกระบวนการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์จะก่อให้เกิดการต่อยอดสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ ซึ่งก็จะมีแตกต่างจากหน่วยงานอื่นๆ ไปตามลักษณะโครงสร้างหน้าที่ของหน่วยงาน ดังนั้นมุมมองของผู้เล่าเรื่องหรือตัวหน่วยงานเองก็จะแปรผันไปตามแก่นเรื่องด้วยเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น ขณะที่ TK Park มีมุมมองของตนในฐานะผู้เล่าเรื่องว่าเป็นผู้อำนวยการด้านการส่งเสริมการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ TCDC จะพิจารณาตนเองว่าเป็นผู้เล่าเรื่องที่ส่งเสริมให้ใช้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์มาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ อีกด้านหนึ่ง Museum Siam ก็พิจารณาตนเองว่าเป็นผู้เล่าเรื่องความเป็นไทยร่วมสมัยที่ได้เรียนรู้ผ่านการจัดประสบการณ์ตรงในแบบพิพิธภัณฑ์ ทำให้วิธีการกำหนดแก่นเรื่องและรายละเอียดต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบทั้งหลายของเรื่องเล่า ไม่ว่าจะเป็นตัวละคร ฉากและเหตุการณ์นั้นค่อนข้างต่างกันรวมทั้งกลุ่มผู้รับสารหรือคนฟังเรื่องก็จะเป็นคนละกลุ่มกันด้วย

แต่ทั้งนี้เนื่องจากทั้ง 3 หน่วยงานเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับของหน่วยงานแม่เดียวกัน คือองค์การบริหารจัดการและพัฒนาองค์ความรู้ หรือ OKMD ที่ได้มอบหมายให้ส่งเสริมนโยบาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐด้วยกันทั้งสิ้น การเล่าเรื่องจึงมีบริบทด้านความสัมพันธ์เชิงเวลาและความสัมพันธ์เชิงเหตุผลที่ใกล้เคียงกันคือช่วงระยะเวลาในการสื่อสารเรื่องเกิดขึ้นใกล้เคียงกัน และความสัมพันธ์ที่ว่าภารกิจหรือบทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานจะกลายเป็นกลไกหรือเครื่องมือสำคัญในการเสริมให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความเด่นชัดขึ้นก็จะไปในทิศทางคล้ายกันคือ เน้นการส่งเสริม

จากลักษณะองค์ประกอบของเรื่องเล่าที่แตกต่างกันดังกล่าวอาจหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะกล่าวว่าหน่วยงานทั้ง 3 หน่วยงานไม่ใช่หน่วยงานที่เกิดขึ้นเพื่อการสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง หรือกระทั่งภารกิจหน้าที่ที่ได้รับผิดชอบจากการก่อตั้งหน่วยงานก็ไม่ได้ถูกเน้นย้ำว่าเกี่ยวข้องหรือสัมพันธ์กับการพัฒนาส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างไร เพราะทั้ง 3 หน่วยงานเป็นหน่วยงานเพื่อพัฒนาความรู้ด้านต่างๆ เพื่อให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ภายใต้ OKMD ดังนั้นในแง่ของการเล่าเรื่องจึงถือเป็นเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์คนละแบบ คนละมุมมอง

ทั้งนี้ความเข้มข้นหรือความเด่นชัดในด้านเนื้อหาเพื่อเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์จึงไม่เท่ากัน โดย TCDC มีความชัดเจนในการสร้างเรื่องเล่าเพื่อเสริมให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ผนวกเข้ากับการดำรงชีวิตของผู้คนมากที่สุดเพราะสร้างสารผ่านความยืดหยุ่นของฉากและเหตุการณ์และตัวละครที่ครอบคลุมด้านธุรกิจไว้ด้วย ขณะที่อีก 2 หน่วยงานอาจปรับเรื่องเล่าให้เข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ลำบากกว่าเพราะโครงสร้างหน้าที่ด้านการเป็นห้องสมุดกับการเป็นพิพิธภัณฑ์มีความแข็งแรงยากที่จะปรับบทบาทหรือเนื้อหาได้จึงไม่พบมิติด้านเศรษฐกิจอย่างตรงไปตรงมาเท่าที่ควร

ส่วนที่ 2 อภิปรายผลการวิเคราะห์เนื้อหาสารจากสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานใช้สื่อสาร เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เนื้อหาสารที่ได้วิเคราะห์จากสื่อต่างๆ ที่หน่วยงานเลือกใช้สำหรับสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการนั้น หน่วยงานต่างๆ สร้างสารจากแนวคิดตามภารกิจของหน่วยงานแล้วจึงกำหนดเป็นกระบวนการออกแบบสารผ่านเครื่องมือสื่อสารรูปแบบต่างๆ ที่ตนมีอยู่ ดังนั้นสารที่ปรากฏในสื่อของหน่วยงานทั้ง 3 จึงไม่ใช่สารที่ถูกออกแบบมาเพื่อสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรง จะมีเพียง TCDC เท่านั้นที่มีการ

เชื่อมโยงเครื่องมือการสื่อสารของตนเข้ากับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยสื่อที่เด่นชัดที่พบเนื้อหาสารเพื่อเสริมแนวคิดนี้ที่สุดคือสื่อนิตยสาร “คิด” และสื่อกิจกรรมที่มีประเด็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ดังที่กล่าวมาแล้วว่าเนื้อหาสารที่พบตามเกณฑ์องค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ 4 ประการนั้น จะมีความสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงาน และแม้จะพบองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านคือ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างในทุกๆ สื่อที่หน่วยงานใช้ แต่ลักษณะการเน้นความสำคัญของการส่งเสริมหรือสนับสนุนให้เกิดทุนด้านต่างๆ นั้นจะแตกต่างกันในแต่ละหน่วยงาน คือ จะพบว่า TK Park เน้นสารที่สนับสนุนส่งเสริมทุนทางมนุษย์มากเป็นพิเศษ ขณะที่ TCDC มีลักษณะการสร้างสารเพื่อเสริมทุนทางโครงสร้างชัดเจนกว่า เมื่อเทียบกับหน่วยงานอื่น ส่วน Museum Siam นั้นพบเนื้อหาสารด้านทุนทางวัฒนธรรมเด่นกว่า

เมื่อพิจารณาตามประเภทของสื่อ สื่อพื้นที่จะเป็นสื่อที่ช่วยเสริมให้เกิดการการสร้างเสริมทุนได้ครบถ้วนทั้ง 4 ด้าน เช่นด้านทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้าง ตัวพื้นที่ของแต่ละหน่วยงานจะมีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างกันของทั้งหน่วยงานกับผู้เข้ามาใช้บริการ หรือผู้ใช้บริการกับผู้ให้บริการหรือกระทั่งกับภาคธุรกิจ เป็นเสมือนศูนย์กลางการเชื่อมโยงทั้งด้านข้อมูลข่าวสารและความสัมพันธ์ระหว่างกัน นอกจากนี้ยังเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกให้เกิดการสื่อสารด้วยสื่อประเภทอื่นอีกมากมาย หรือในด้านทุนทางวัฒนธรรมและทุนมนุษย์ สื่อพื้นที่จะทำหน้าที่เป็นภาพลักษณ์และสัญลักษณ์ของทั้งสถาปัตยกรรม ศิลปกรรมต่างที่ปรากฏในเชิงกายภาพอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะทางวัฒนธรรมของแต่ละหน่วยงาน หรือของชาติและเชิงสัมพันธ์ภาพระหว่างคนกับพื้นที่ หรือคนกับคนก็ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยการเข้ามามีประสบการณ์กับพื้นที่ของผู้มาใช้บริการหน่วยงานได้เป็นต้น

ขณะที่สื่อเว็บไซต์เป็นสื่อหลักที่มีบทบาทอย่างมากในการนำเสนอความสำคัญของทุนทางโครงสร้างกับการเสริมเนื้อหาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะสื่อเว็บไซต์เป็นสื่อที่ต้องการทั้งเนื้อหาและรูปแบบและระบบเทคโนโลยีการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นสารที่ปรากฏในสื่อเว็บไซต์นอกจากจะส่งเสริมด้านทุนทางมนุษย์ ด้วยการให้ข้อมูล ให้ดาวน์โหลดหนังสือหรือเอกสารเผยแพร่ต่างๆ เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองแล้ว ระบบหรือสื่อออนไลน์ที่ออกแบบเพื่อขยายช่องทางและสร้างโอกาสการเข้าถึงเนื้อหาข่าวสารความรู้ต่างๆ จัดได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

มากสำหรับการเข้าสู่สังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แต่จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยกลับพบว่าสื่อเว็บไซต์ของ Museum Siam มีบทบาทน้อยมากเมื่อเทียบกับ TK Park และ TCDC ที่มีเนื้อหา เช่น บทความ ความเห็น ข้อมูลอ้างอิง การเชื่อมต่อเว็บไซต์ที่น่าสนใจ และระบบปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้เว็บไซต์ได้มากกว่า

สื่อนิทรรศการเป็นสื่อที่ช่วยเสริมเนื้อหาสารด้านทุนทางวัฒนธรรมมากที่สุดและมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของหน่วยงานแต่ละหน่วยได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งนิทรรศการของ Museum Siam ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยเป็นรากฐานของการทำความเข้าใจเรื่องวัฒนธรรมไทยอย่างร่วมสมัยและชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงกันของคนหลายเชื้อชาติในภูมิภาคสุวรรณภูมิที่มีอิทธิพลกับความเป็นไทยเพียงแต่ตัวนิทรรศการไม่ได้นำไปสู่เรื่องการสร้างรายได้หรือการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่าใดนัก ขณะที่นิทรรศการของ TCDC จัดแสดงกรณีศึกษาการนำวัฒนธรรมในความหมายเชิงวิถีชีวิตมาสร้างเป็นสินค้า ผลิตภัณฑ์หรือบริการได้เด่นชัดมากกว่าทั้งจากภายในประเทศและตัวอย่างจากต่างประเทศ

สื่อกิจกรรมนั้นเป็นอีกสื่อที่มีบทบาทอย่างมากในการสร้างเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้เพราะสามารถสื่อสารเนื้อหาเพื่อสร้างเสริมทุนทั้ง 4 ประการได้ หน่วยงานที่มีความโดดเด่นในการจัดกิจกรรมที่มีความสอดคล้องและมีส่วนเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุดจากการผลการศึกษาคั้งนี้คือ TCDC เพราะหน่วยงานจะออกแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับการกำหนดประเด็นที่จะสื่อสารในทุกๆ สื่อให้ร้อยเรียงกันไปทั้งในแง่สถานที่ นิทรรศการ การปรากฏเนื้อหาเดียวกันในเว็บไซต์ รวมทั้งนิตยสาร ดังนั้นกิจกรรมของ TCDC จึงไม่ใช่กิจกรรมเพื่อสร้างสีสันหรือก่อให้เกิดการใช้พื้นที่เท่านั้น ซึ่ง Museum Siam จะเป็นหน่วยงานที่สื่อกิจกรรมเป็นสื่อที่เล่นกับช่วงเวลาหรือเทศกาล ไม่พบความสอดคล้องกับเนื้อหาในสื่ออื่นหรือสื่อหลักเช่นนิทรรศการที่ตนจัดแสดง ส่วน TK Park นั้นจะจัดกิจกรรมตามกลุ่มเป้าหมายและพันธกิจของหน่วยงานดังนั้นจึงมีความหลากหลายและขาดการเชื่อมโยงกับการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในขณะที่ Museum Siam กับ TK Park เพิ่งพัฒนาสื่อ นิตยสารออกให้บริการเพื่อใช้ในการสื่อสารสื่อ นิตยสาร “คิด” ของ TCDC ที่แจกฟรีตามสถานที่เรียนรู้หรือแหล่งสร้างสรรค์ต่างๆ เป็นสื่อเดียวที่พบได้ต่อเนื่องมากกว่า 2 ปีและพบการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่เสมอ โดยเนื้อหาและรูปแบบในการสื่อสารด้วยนิตยสารนั้น มีบทบาทอย่างมากในการสร้างเสริม

ทุนทางมนุษย์ เพราะเน้นการให้ความรู้และการสร้างแรงบันดาลใจแก่ผู้อ่าน เนื้อหาสารทำงานกับการอ่านและคิดใคร่ครวญของแต่ละบุคคลให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อต่อยอดเป็นการทำมาหากินได้ดี นอกจากนี้ด้วยช่องทางการวางหนังสือแจกฟรี ยังเสริมเรื่องทุนทางโครงสร้างในแง่การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วย

ส่วนที่ 3 การอภิปรายผลการเสนอแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ

จากการทดลองเชื่อมโยงองค์ประกอบของเรื่องเล่า 8 ประการและองค์ประกอบด้านทุนสร้างสรรค์ 4 ประการอันเป็นฐานของเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วได้แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละหน่วยงานมาพบว่าแบบจำลองของ TK Park อาจเหมาะสำหรับการใช้สร้างสารที่เสริมด้านทุนทางมนุษย์ โดยเฉพาะกรณีที่ต้องการเน้นการเล่าเรื่องราวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต้องเกิดจากกระบวนการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์อย่างเหมาะสมและการสร้างทักษะการอ่านที่ไม่ใช่แค่อ่านหนังสือแต่คือการอ่านสื่อต่างๆ แบบจำลองนี้เน้นการพัฒนาศักยภาพในเชิงความสร้างสรรค์ระดับปัจเจกหรือระดับบุคคล ไม่เน้นการสร้างความตระหนักหรือเห็นคุณค่าของการสร้างรายได้หรือสร้างมูลค่า แต่เน้นการพัฒนาตนเองในฐานะทุนทางปัญญา

ส่วนแบบจำลองของ TCDC เป็นแบบจำลองที่เหมาะสมสำหรับการสร้างสารเพื่อเสริมเรื่องทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้าง เพราะเน้นการเชื่อมโยงกระบวนการออกแบบว่าเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของประเทศ แบบจำลองนี้เน้นการเล่าเรื่องราวเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่บนฐานของวิถีชีวิตที่ใช้การออกแบบเป็นเครื่องมือหลักและใช้การคิดสร้างสรรค์ต่อยอดเพื่อทำมาหากินได้ แบบจำลองนี้เน้นการให้ความรู้และสร้างความตระหนักต่อคุณค่าของการคิดสร้างสรรค์และการออกแบบว่าเป็นโครงสร้างหรือวิธีการพื้นฐานสำคัญของทั้งสังคมไม่ใช่การพัฒนารายบุคคล

ขณะที่แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam นั้นเป็นแบบจำลองที่เหมาะสมสำหรับการสร้างสารเพื่อเสริมเรื่องทุนทางวัฒนธรรม เพราะเน้นการเสนอเนื้อหาสารและเล่าเรื่องเกี่ยวกับความเป็นไทย ภูมิปัญญาไทยในแง่วัฒนธรรมชีวิตของคนไทยในทุกมิติ ว่าจะเป็นทุนที่สำคัญที่ทำให้สามารถแสวงหาคำตอบและตระหนักถึงคุณค่าความเป็นไทยอย่างร่วมสมัยได้ แบบจำลองนี้เน้นการเล่าเรื่องความเป็นไทยว่าเป็นเครื่องมือของคนไทย

ที่จะคิดต่อยอดสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาเดิมในอดีตเพื่อเพิ่มเติมความรู้ต่างๆ ให้อยู่กับปัจจุบันได้
อย่างไร แบบจำลองนี้จึงเน้นการตั้งคำถามและการกระตุ้นให้เกิดการแสวงหาคำตอบที่ต้องใช้การ
ประมวลผลความรู้ต่างๆอย่างรอบด้านและใคร่ครวญ อาจกล่าวได้ว่าเป็นแบบจำลองที่เสริมทุนทาง
วัฒนธรรมควบคู่ไปกับทุนทางมนุษย์ด้วย

สรุปการอภิปรายการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในบริบทการ เล่าเรื่องและการวิเคราะห์เนื้อหา

ดังที่ตั้งต้นไว้ในส่วนนำของการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยพิจารณาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่า
เป็นเนื้อหาสาระที่ภาครัฐมีความต้องการที่จะ “เล่า” ผู้สาธารณะเพื่อหวังให้แนวคิดนี้เป็นเครื่องมือ
ของการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เมื่อภาครัฐต้องการเล่าเรื่อง
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้หลักคิดที่ผู้วิจัยเชื่อว่า “การเล่าเรื่องคือการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง และ
เรื่องเล่านั้นมีได้จำกัดอยู่แต่เพียงเรื่องแต่ง” การให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์องค์ประกอบและ
วิธีการรวมทั้งการประเมินเรื่องเล่าจึงเป็นวิธีการที่ผู้วิจัยใช้เพื่อศึกษาการสร้างสารที่ปรากฏในระดับ
แนวคิดจากผู้กำหนดทิศทางการเล่าหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในระดับนโยบายของแต่ละหน่วยงาน ซึ่งจาก
การได้ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกแล้ววิเคราะห์บทสัมภาษณ์ด้วยแนวคิดการเล่าเรื่องที่ได้นำเสนอ
ผลและอภิปรายไปข้างต้นแล้วนั้น ผู้วิจัยสามารถอภิปรายได้ว่าการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับที่เป็นหลักคิดจากหน่วยงานภาครัฐนั้นไม่สามารถเสริมความเข้าใจ
หรือความเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้อย่างสอดคล้องหรือมีความเป็น
เอกภาพในทั้งเนื้อหาสาระของเรื่องและวิธีการเล่าเรื่อง

จากการศึกษาที่ได้พบว่าการนำเสนอเนื้อหาแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย มี
สำนักบริหารจัดการและพัฒนาองค์ความรู้ หรือ OKMD เป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับการกำหนด
ภาระรับผิดชอบตามโครงสร้างการบริหารงานราชการแผ่นดิน ในการสื่อสารหรือเผยแพร่แนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะองค์ความรู้อย่างหนึ่งสู่สังคม แต่เนื่องจากดำเนินการดังกล่าวมี
เงื่อนไขที่หาไม่ได้เกิดขึ้นภายใต้การถูกออกแบบมาเพื่อทำหน้าที่หรือเพื่อสื่อสารสนับสนุนนโยบาย
ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรงตั้งแต่แรก เพราะการรับแนวคิดหรือนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์
เพิ่งเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการระหว่างปี 2551 เป็นต้นมาโดยที่ก่อนหน้านี้เองระหว่างปี 2548 เป็น
ต้นมา OKMD มีบทบาทหลักในการปฏิรูปการศึกษาและการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้คนเป็นหลัก
อีกทั้ง OKMD เองก็เป็นหน่วยงานที่วางบทบาทลักษณะการทำงานแบบกระจายความรับผิดชอบ

ไปสู่หน่วยงานย่อยที่ตนเองมีอยู่อย่างชัดเจน บทบาทการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นองค์ความรู้นั้นจึงไม่ปรากฏรูปธรรมที่เข้มข้นนักเนื่องด้วยลักษณะขององค์ประกอบและวิธีการเล่าเรื่องของหน่วยงานย่อยต่างๆที่ได้รับนโยบายไป ซึ่งได้แก่ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ หรือ TK Park ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC และสถาบันพิพิธภัณฑสถานการเรียนรู้แห่งชาติ หรือ Museum Siam มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิงรวมทั้งมุมมองเรื่องบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานต่างเห็นว่าหน่วยงานของตนนั้นไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลให้ในระดับการวางกรอบแนวคิดในการสร้างสรรค์เพื่อสื่อออกมาสู่สาธารณะนั้นไม่สามารถเกิดเอกภาพและเกิดความเข้มข้นของเนื้อหาได้

เมื่อเราพิจารณาว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเรื่องเล่าเรื่องหนึ่ง ที่ OKMD ในฐานะผู้เล่าเรื่องหลัก มีหน่วยงานย่อยทั้ง 3 คือ TK park, TCDC, และ Museum Siam เป็นตัวละครหลักๆ จากปัจจัยด้านเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละหน่วยงานและความแตกต่างทางวิสัยทัศน์และพันธกิจ ส่งผลให้ องค์ประกอบของเรื่องเล่าที่สร้างขึ้นแตกต่างกันทุกองค์ประกอบ ความสับสนทั้งเนื่องจากตัวละครที่ใช้ดำเนินเรื่องที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังจะเห็นได้ว่า TK Park นั้นคือตัวละครประเภทนักศึกษาศาสตร์ที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อ ส่วน TCDC คือตัวละครนักออกแบบที่ต้องการสร้างงานสร้างรายได้ และ Museum Siam คือนักโบราณคดีไทยที่มีความสามารถในการสื่อสารร่วมสมัย ส่งผลให้ฉากและเหตุการณ์ที่ดำเนินไปนั้นต่างกัน ที่สำคัญที่สุดคือแก่นของเรื่องที่ควรจะมีร่วมกันจึงต่างกัน ทำให้เรื่องเล่านี้ทำงานแบบแยกส่วนเสมือนว่ามี 3 เรื่องเล่าย่อยๆภายใต้เรื่องเดียวกัน กลุ่มผู้ฟังเรื่องจึงอาจต้องเล่นบทบาทเลือกเรื่องที่ชอบเพื่อจะฟัง เพราะเรื่องเล่าที่ถ่ายทอดมามีความเฉพาะกลุ่มค่อนข้างสูงไม่ใช่เรื่องกว้างๆ สำหรับสาธารณะ

แต่เมื่อพิจารณาเนื้อหาสารที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ จากผลการวิเคราะห์และสรุปการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยทุนสร้างสรรค์ 4 ประการได้แก่ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางโครงสร้าง ผู้วิจัยเห็นว่าการสร้างสรรค์จากทั้ง 3 หน่วยงานนี้ผ่านทางสื่อพื้นที่ สื่อนิทรรศการ สื่อเว็บไซต์ สื่อกิจกรรมและสื่อนิตยสาร ทุกสื่อล้วนปรากฏเนื้อหาว่าด้วยทุนสร้างสรรค์ 4 ประการทั้งสิ้น นั่นแสดงว่าโดยสารที่ปรากฏแล้วการทำงานเพื่อสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นเกิดขึ้นอยู่ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาเรื่องทุนทางมนุษย์ซึ่งก็อาจเพราะทั้ง 3 หน่วยงานเป็นหน่วยงานเพื่อพัฒนามนุษย์โดยโครงสร้างอยู่แล้ว ขณะที่เมื่อพิจารณาด้านทุนทางวัฒนธรรมก็ปรากฏ

มากในสารที่ Museum Siam สร้าง ส่วนสารที่เสนอเนื้อหาที่สนับสนุนทุนทางโครงสร้างมากก็จะพบใน TK Park และ TCDC ส่วนสารที่เน้นเรื่องทุนทางสังคมนั้นพบได้มากที่สุดในสารที่สร้างผ่านสื่อของ TK Park ข้อค้นพบเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยอธิบายได้อีกว่า ในระดับปฏิบัติการ การสร้างสารที่ปรากฏตามสื่อต่างๆของหน่วยงานมีเนื้อหาเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ทุกหน่วยงานและในทุกสื่อเหมือนกันแต่แตกต่างกันในจุดเน้นของเนื้อหาอยู่แล้ว นั่นหมายถึงว่า หน่วยงานเองไม่สามารถปฏิเสธความรับผิดชอบหรือไม่ตระหนักถึงบทบาทในการเป็นผู้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ เพราะจากผลงานที่ได้ผลิตและเผยแพร่สู่สาธารณะมีความชัดเจนมากพอ ดังนั้นสิ่งที่แต่ละหน่วยงานควรพิจารณาคือในฐานะที่ตนเป็นองค์กรที่ได้รับนโยบายจาก OKMD การร่วมกันกำหนดทิศทาง การเล่าเรื่องให้เหมาะสมสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่โดยมิให้ขาดเอกลักษณ์เฉพาะทางของตนและรักษาความสอดคล้องขององค์ประกอบการเล่าเรื่อง ปัจจัยที่ผู้วิจัยเห็นว่าต่างกันไม่ได้เลยคือแก่นคิดและผู้ฟังซึ่งถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ของเรื่องเล่าและการเล่าเรื่อง

นอกจากการอธิบายข้างต้น ผู้วิจัยยังตั้งประเด็นที่น่าจะได้อธิบายในโอกาสต่อไปอีก 4 ประเด็นซึ่งส่งผลต่อข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้เช่นกันได้แก่

1. **ประเด็นด้านความหมายหรือนิยาม** ปัจจัยต่างๆตั้งแต่การนิยามความหมาย การแบ่งประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยยังไม่มีความชัดเจนเป็นเอกภาพ นั่นคือแก่นเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยยังไม่ปรากฏชัด แต่ละหน่วยงานมีแก่นคิดที่ไม่สอดคล้องกัน ควรกำหนดหรือสร้างนิยามตามบริบทไทยที่ชัดเจน

2. **ประเด็นด้านโครงสร้างการบริหารหน่วยงานภาครัฐ** ประเทศไทยเป็นกรณีศึกษาหนึ่งที่ไม่พบการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐผู้รับผิดชอบหรือสนับสนุนการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรงแต่พบในลักษณะกระจายตัวและขาดการบูรณาการ ผลจากการนิยามและความรับผิดชอบรวมทั้งขอบเขตที่ต่างกันจึงทำให้การดำเนินการสื่อสารแนวคิดให้เกิดความเข้าใจชัดเจนจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมยังขาดประสิทธิภาพ ซึ่งในกรณีของการเล่าเรื่องแล้วก็หมายความว่า ผู้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรณีของไทยยังไม่ผสานเสียงเป็นหนึ่งเดียวและยังไม่มีวิธีการเล่าเรื่องที่ชัดเจนในแง่กระบวนการกำหนดตัวละคร ฉากและเหตุการณ์ที่จะ

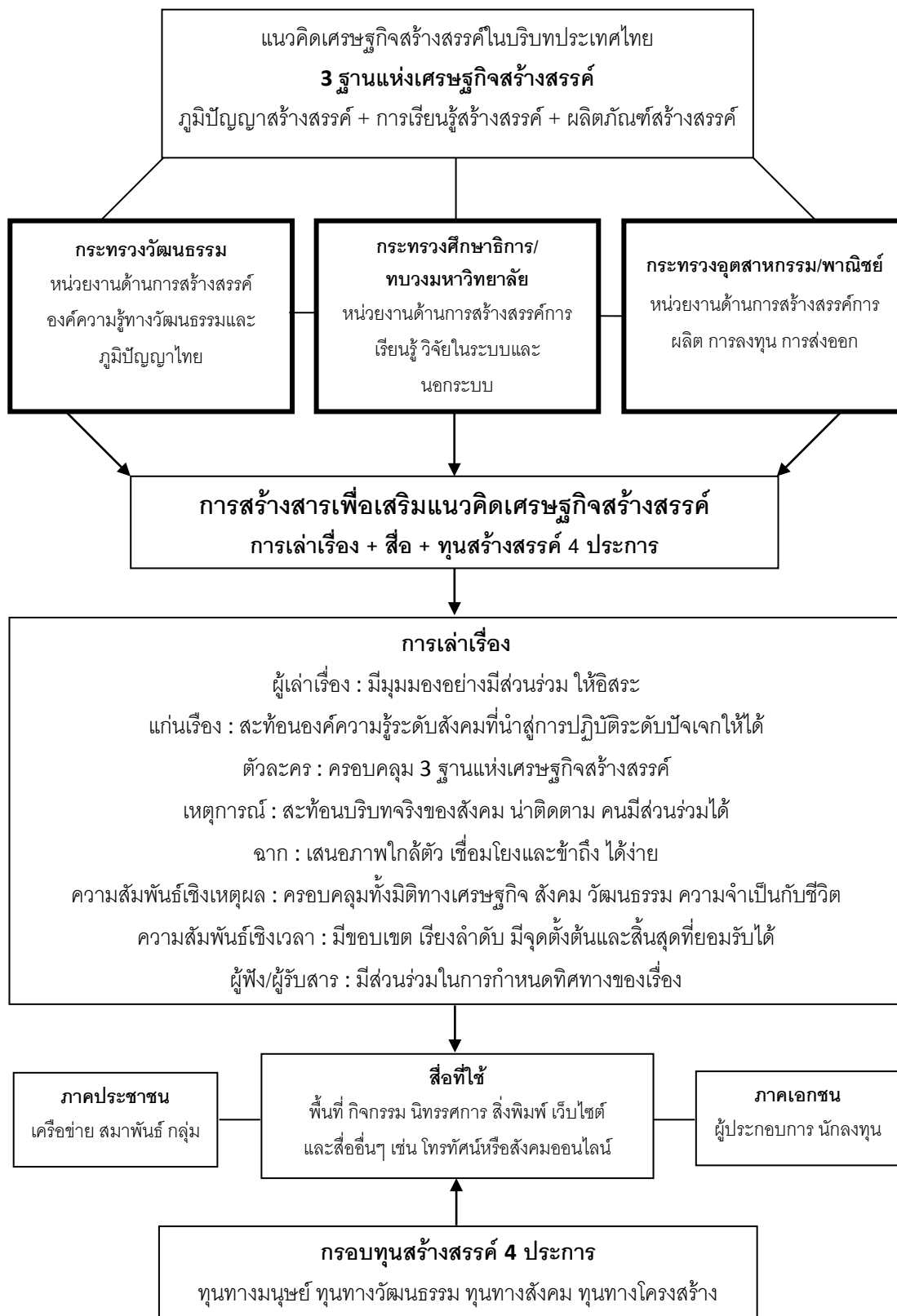
ส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ อาจถือได้ว่ายังไม่สร้างเสริมเรื่องทุนทางสังคมในภาพรวม เพราะแม้ว่าจะมีการใช้หน่วยงานที่เกิดขึ้นอยู่ก่อนที่มีบทบาทเกี่ยวข้องอย่าง OKMD เป็นศูนย์กลางของการกระจายความเคลื่อนไหวด้านต่างๆ เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์แต่ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวของหน่วยงานย่อยๆ ใน OKMD ทั้ง 3 หน่วยงานส่งผลให้เกิดความปลิกย่อยและสับสนในทิศทางของการเล่าเรื่อง

3. ประเด็นด้านโครงสร้างพื้นฐาน ฐานข้อมูลหรือสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็นสถานที่ ข้อกฎหมาย หรือเทคโนโลยีการสื่อสาร อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ที่ได้รับการรวบรวมหรือจัดสร้างขึ้นยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกแก่กระบวนการผลิต จัดจำหน่ายหรือใช้บริการแก่ผู้บริโภคได้มากพอ ปัจจัยนี้คืออุปสรรคของการกำหนดสถานการณ์หรือฉากให้แก่เรื่องที่จะส่งผลให้ตัวละครดำเนินเรื่องได้อย่างมีบทบาท ดังนั้นเมื่อไม่สามารถสร้างสถานการณ์หรือฉากที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินเรื่อง เรื่องเล่าที่จะเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็จะดำเนินไปอย่างไม่เป็นขั้นเป็นตอน

4. ประเด็นด้านความรู้เก่าหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษา และสรุปแนวทางการดำเนินงานต่างๆ ที่ผ่านมา ไม่มีการเสนอยุทธศาสตร์หรือวิธีการกระทั้รูปแบบการสื่อสารหรือเสนอแนวทางที่จะเผยแพร่กระจายนโยบายไปสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องที่ชัดเจน ทั้งที่เป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่ง จากจุดด้อยขององค์ประกอบของเรื่องเล่า การขาดการวิเคราะห์ผู้ฟังของเรื่องก็ทำให้การสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยนั้นยังเป็นเรื่องเล่าที่ไม่สมบูรณ์และยังไม่ทำงานอย่างแท้จริง

ทั้งนี้เมื่อนำรายละเอียดจากทั้งผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปและอภิปรายผลการศึกษาแล้วผู้วิจัยจะได้ทดลองสร้างแบบจำลองที่ได้จากการสังเคราะห์แบบจำลองรายหน่วยงานที่ได้นำเสนอไปแล้วเพื่อทดลองสร้างแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยพื้นฐานการเล่าเรื่องและการคำนึงถึงทุนสร้างสรรค์ 4 ประการดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

**แผนภาพที่ 8 แบบจำลองการผสมผสานความร่วมมือในการสร้างสรรค์เพื่อเสริมแนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย**



ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ ผลการศึกษานี้เป็นการแสดงสถานภาพของความรู้เรื่องการสร้างสาร โดยเฉพาะการสร้างสรรค์เนื้อหาสาระ ที่มีบทบาทต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย และสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินผลการดำเนินการเชิงเผยแพร่ความรู้และนโยบายของหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทในฐานะผู้ส่งสารและผู้ดำเนินนโยบายเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ต่อสาธารณะได้

ทั้งนี้ การนิยามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานของตนให้ชัดเจนและหาจุดเชื่อมโยงระหว่างบทบาทหน้าที่เหล่านั้นกับการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้พบจะเป็นตัวแปรสำคัญในการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพราะโดยลักษณะโครงสร้างหน่วยงานภาครัฐเช่น TK Park, TCDC และ Museum Siam ล้วนเป็นหน่วยงานภาคบริการสาธารณะทั้งสิ้น ซึ่งหากพิจารณาตนเองเป็นห่วงโซ่หนึ่งในธุรกิจบริการหรือส่งเสริมความรู้แล้ว ก็จะสามารถพิจารณาตนเองได้ชัดเจนขึ้นว่าเกี่ยวข้องกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากแบบจำลองการผสมผสานความร่วมมือในการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้นำเสนอ นั้น ผู้วิจัยสะท้อนให้เห็นบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในระดับกระทรวงที่ควรเร่งลงมือเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะในแง่ของการสร้างเนื้อหาสาระตามพันธกิจหน้าที่รับผิดชอบของตน เช่น กระทรวงศึกษาธิการ โดยเฉพาะทบวงมหาวิทยาลัยที่มีสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษามากมายอยู่ในความดูแลควรสร้างความตระหนักและเห็นถึงคุณประโยชน์ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เร่งสร้างความร่วมมือให้เกิดการเขียนการสอนระหว่างศาสตร์และเชื่อมโยงความก้าวหน้าทางวิชาการต่างๆ เข้าสู่การพัฒนาตลาดวิชาชีพให้ได้มากยิ่งขึ้น งานวิจัยทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติต้องสามารถขยายผลให้เกิดการนำไปใช้จริงและเน้นอ้างอิงถึงทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติให้ปรากฏเป็นรูปธรรม

กระทรวงวัฒนธรรม โดยเฉพาะงานวัฒนธรรมร่วมสมัยควรเร่งสร้างและส่งเสริมให้ศิลปินนักออกแบบ ช่างฝีมือที่มีความรู้และทักษะทั้งเก่าและใหม่ได้มีโอกาสพัฒนาและแสดงออกซึ่งความสามารถรวมทั้งพบปะแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันโดยอาศัยการสร้างพื้นที่สาธารณะทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Public Space) ส่งเสริมให้พื้นที่สร้างสรรค์เป็นส่วน

หนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้คน ยกกระต๊อบและให้ความสำคัญกับงานฝีมือว่าเป็นวิชาชีพที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและชำนาญ และควรเชิดชูบุคลากรทางด้านศิลปวัฒนธรรมทั้งแนวชนบและแนวร่วมสมัย ผสานโอกาสในการรวมกันหรือสังสรรค์กันระหว่างศิลปวัฒนธรรมยุคก่อนกับยุคปัจจุบันให้มากขึ้น

หน้าที่อีกด้านหนึ่งที่สำคัญคือการรวบรวมองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาวัฒนธรรมไทยให้เป็นระบบเป็นหมวดหมู่และเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันและเผยแพร่ออกสู่สาธารณะ เนื้อหาสาระเหล่านี้ต้องอาศัยกลไกของผู้ที่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลอย่างหน่วยงานภาครัฐให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง คุณค่าของภูมิปัญญาวัฒนธรรมควรเป็นสิ่งที่เข้ามาผนวกกับการดำรงชีวิตของผู้คนให้มากขึ้น ควรสร้างความรู้สึกคุ้นเคยและตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมแบบวิถีชีวิตเพิ่มเติมนอกเหนือจากการทำให้เป็นสัญลักษณ์เพราะจะส่งผลให้การสร้างสรรค์ถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นโดยไม่ต้องอาศัยกระบวนการอบรมสั่งสอน

ขณะที่กระทรวงพาณิชย์และหรือกระทรวงอุตสาหกรรม สามารถเข้ามามีบทบาทในการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ด้วยการผสมผสานความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ประสานและอำนวยความสะดวกให้กับบุคลากรและหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยยึดเอาพื้นฐานเรื่ององค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าต้องอาศัยทั้ง คน วัฒนธรรม สังคมและโครงสร้าง งานขายหรืองานผลิตเป็นงานค่อนข้างปลายทางเมื่อเทียบกับกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ก่อนให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนั้นกระทรวงพาณิชย์และหรือกระทรวงอุตสาหกรรมจำเป็นต้องทำงานเชิงฐานรากคือศึกษาจุดแข็ง จุดเด่นของภาคการผลิตไทยซึ่งย่อมต้องเชื่อมโยงกับกระทรวงวัฒนธรรมด้วย ในกรณีที่เป็นสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีบทบาทในการกำหนดทิศทางการออกแบบสินค้าผลิตภัณฑ์ว่าประเทศไทยควรเดินไปในกลุ่มอุตสาหกรรมใด เมื่อปรากฏชัดแล้ว เนื้อหาสาระที่จะสื่อสู่ภาคประชาชนจะได้มีความชัดเจนรวมทั้งภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจะได้ตอบรับและต่อยอดการผลิตได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการสร้างสารเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งผสมผสานความร่วมมือในการสนับสนุนเนื้อหา ความคิดที่

เกี่ยวข้องที่ขาดหายไปจากการดำเนินการเผยแพร่ความรู้และนโยบายของภาครัฐเพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยปฏิบัติภารกิจได้จริง

ข้อเสนอแนะต่อภาควิชาการและการศึกษา ผลการศึกษาครั้งนี้เกิดจากใช้มุมมองเชิงคุณภาพที่มีฐานคิดจากการเล่าเรื่อง ศึกษาการสร้างสารเพื่อเสริมเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ถือเป็นแนวคิดที่ทันสมัยและจะมีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งการศึกษาวិเคราะห์ด้วยแนวทางคิดการเล่าเรื่องและการสร้างสาร จนทดลองกำหนดเป็นแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น จะมีคุณค่าเชิงวิชาการที่สาขาวิชานิเทศศาสตร์จะเข้าไปมีส่วนในการพัฒนา ปรับปรุงหรือส่งเสริมการปฏิบัติการสื่อสารความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอาจขยายไปสู่การดำเนินกิจกรรมหรือนโยบายลักษณะอื่นๆ ของหน่วยงานอื่นๆ ของภาครัฐได้ต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ในการนำเสนอแบบจำลองการผสานความร่วมมือเพื่อการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยคาดหวังว่าการต่อยอดคือการนำแนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องเข้าไปศึกษาการสื่อสารนโยบายภาครัฐ ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าความสำเร็จของการสื่อสารนโยบายรัฐย่อมต้องอาศัยกระบวนการเล่าเรื่องนำติดตาม น่าสนใจ ผู้คนอยากเข้าร่วมอยากฟัง จึงจะเกิดประสิทธิภาพดังนั้นหากมีการทดลองนำแบบจำลองนี้ไปวัดหรือเพื่อทดสอบกระบวนการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้เกิดขึ้นไปแล้วในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา หลังจากได้ดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 -11 โดยขยายขอบเขตการศึกษาให้ขึ้นไปสู่ระดับการบริหารจัดการนโยบายนั้นคือระดับกระทรวง ทบวง กรมเพื่ออธิบายถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยว่าเป็นเช่นไรซึ่งสามารถศึกษาในลักษณะกรณีศึกษาเปรียบเทียบกับกรสื่อสารแนวคิดนี้ของต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่ประสบความสำเร็จไปแล้วหรือกำลังพัฒนาแนวคิดเช่นเดียวกับประเทศไทยก็ได้ ก็จะสามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดทิศทางการสื่อสารโดยเฉพาะการกำหนดกลวิธีในการเล่าเรื่องให้ประสบความสำเร็จได้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). แนวพินิจใหม่ในสื่อสารการศึกษา. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่าย
วิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- กาญจนา แก้วเทพ. (2548). ทฤษฎีการสร้างสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสารในงาน
นิเทศศาสตร์. สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- คุณากร วิณิจวิรุฬห์. (2552). แปลจาก John Howkins, (2001) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : เขามั่งคั่ง
จากความคิดกันอย่างไร Creative Economy : How people make money from Ideas.
ศูนย์ สร้างสรรค์งานออกแบบ
- ชัยประนิน วิสุทธิผล. (2552). ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2540). วัฒนธรรมคือทุน. กรุงเทพฯ : บริษัทสุโขมและบุตร จำกัด.
- เทียนฉาย กิระนันท์. (2544). สังคมศาสตร์การวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนทิรา ธาดาอำนาจชัย. (2552). สถานภาพความรู้เศรษฐกิจสร้างสรรค์และศักยภาพของ
อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในการพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
ดุุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2546). ทุนวัฒนธรรม : วัฒนธรรมในระบบทุนนิยมโลก. เล่มที่ 1.
สำนักพิมพ์มติชน.
- ทัศนัย วงศ์พิเศษกุล. (19 สิงหาคม 2554). ผู้อำนวยการสำนักงานอุทยานการเรียนรู้. สัมภาษณ์.
- ปรเมธี วิมลศิริ. (2552). ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
- ประเวศ วะสี. (2542). เศรษฐกิจชุมชน : ทางเลือกเพื่อทางรอดสังคมไทย. การเสวนาเรื่อง
“เศรษฐกิจชุมชน ทางเลือกเพื่อทางรอดสังคมไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
พิชิต วีรังคบุตร. (28 กรกฎาคม 2554). หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้ หัวหน้าฝ่ายนิทรรศการ
ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. สัมภาษณ์.
- ศุภาวุฒิ สายเชื้อ. (2552). ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552), จากวิสัยทัศน์ 2570 สู่
แผน 11 เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2552, กรกฎาคม 2552.

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี (2551). คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์ คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา, ธันวาคม 2551.

รณฤทธิ์ ธนโกเศศ. (17 สิงหาคม 2554). ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑ์การ
เรียนรู้แห่งชาติ. สัมภาษณ์.

วัฒนชัย วินิจจะกุล. (1 กันยายน 2554). หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้สำนักงานอุทยานการ
เรียนรู้. สัมภาษณ์.

อภิสิทธิ์ ไส้ตู่กุล. (6 พฤษภาคม 2554). ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. สัมภาษณ์.

อรอำไพ,ม.ล. พนานุรัตน์. (9 สิงหาคม 2554). ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ. สัมภาษณ์.

อารยะ มาอินทร์. (29 กันยายน 2554). ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนและรักษาการ

ผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้.

สัมภาษณ์.

ภาษาอังกฤษ

Australia Council. Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy (Online). 1994. (24
January 2010). Available from: <http://nla.gov.au/creative.nation/contents.html>.

Creative Macao (ออนไลน์). 2010. (13 January 2011). Available from:

<http://www.creativemacau.org.mo/EN/overview.php>

China Creative Space. (ออนไลน์). 2010. (13 January 2011). Available from:

http://www.798space.com/index_en.asp

Fisher, Walter R. (1987). Human Communication as Narration: Toward a Philosophy of
Reason, Value, and Action. Columbia: University of South Carolina Press.

Gibson, C. and Klocker, N. (2005). The Cultural Turn in Australian Regional Economic
Development Discourse: Neoliberalising Creativity?. Geographical Research. 43:
1, 93-102

Hartly, David.(2003). New Economy, New Pedagogy?. Oxford Review of Education. 29:
1, 81-94.

Keane, Michael A. (2004). Brave the new world: understanding China's creative vision.
International Journal of Culture Policy. 10: 3, 265-279.

- Korea Creative Content Agency (ออนไลน์). 2010. (13 January 2011). Available from:
<http://www.koreacontent.org/weben/etc/kocca.jsp>
- Kong, L., Gibson, C., Khoo, L.S, and Semple, (2006). A.L Knowledge of the creative economy : Towards a relational geography of diffusion and adaptation in Asia. Asia Pacific Viewpoint. 47(2): 173-194.
- Ministry of Information, Communication and the Arts (ออนไลน์). 2010. (13 January 2011). Available from: <http://www.designsingapore.org/pdf>,
<http://www.mica.gov.sg>
- Morgan, George.(2006). Work in progress: narratives of aspiration from the new economy. Journal of Education and Work. 19: 2, 141-151.
- Ooi, Can-Seng. (2006). Bounded Creativity and the Push for the Creative Economy in Singapore. Asia Reconstructed: Proceedings of 16th Biennial Conference of the Asian Studies Association of Australia. Wollongong, Australia
- Queensland Government. Creative Queensland : Cultural Policy (Online). 2002. (24 January 2010). Available from: <http://www.arts.qld.gov.au/policy/cq-qq-qg-policy.html>.
- Sufern Hoe. (2009). Governing the Designer for a Creative Singapore. The 4th Asian Graduate Forum on Southeast Asian Studies, Singapore.
- Throsby, D. Modeling the Creative/Cultural Industries (Online). 2007 (24 January 2010). Available from: <http://portal.unesco.org/culture/.../11431066241DavidThrosby.../David%2BThrosby.pdf>.
- Tung, A.C. and Wan H. (2009).High Tech, Low Fertility, Korea Becomes a Role Model in Cultural Industrial Policy, Proceeding of Korea and World Economy Conference VIII, pp.1-15, Hong Kong: Baptist University.
- United Nations (UNCTAD/UNDP). (2008). Creative economy report 2008. Geneva and New York: Author.

ภาคผนวก

จดหมายสัมภาษณ์

คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถ.พญาไท ปทุมวัน
กรุงเทพฯ 10330

วันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลประกอบการดำเนินงานวิจัยคุณูปกต
เรียน ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

เนื่องจากดิฉัน นางสาวประภัสสร จันทร์สถิตย์พร นิสิตระดับคุณูปกต คณะนิเทศศาสตร์ รหัสประจำตัว นิสิต 5085105728 ได้ดำเนินงานวิจัยเรื่อง “การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย” ซึ่งเป็นวิทยานิพนธ์ในการศึกษาระดับคุณูปกต โดยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ผ่านหน่วยงานภาครัฐ 3 หน่วยงานได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบและสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ที่ปรากฏในสื่อและช่องทางต่างๆ ทั้งนี้คุณค่าที่จะได้รับการศึกษาวิจัยดังกล่าวคือองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะการสร้างเนื้อหาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐดังกล่าวที่สื่อสารสู่สาธารณะเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภาคนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติได้

อนึ่ง จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นทำให้ทราบว่า ท่านเป็นบุคคลหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและผลักดันให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เคลื่อนย้ายจากภาคนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ ดิฉันจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลอันมีคุณค่าต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ขอให้ท่านกรุณาระบุวัน เวลาและสถานที่ที่อนุญาตให้สัมภาษณ์ได้ ในกรอบระยะเวลาระหว่างวันที่ 3-13 พฤษภาคม 2554 หรือตามที่ท่านเห็นสมควร จะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(น.ส.ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร)

นิสิตระดับคุณูปกต คณะนิเทศศาสตร์

(ดร.จรรย์ฤทธิ์ สินธุพันธุ์)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

กรุณาติดต่อกลับ โทร 081 3990008
หรือ prapassornch@hotmail.com

คณะนิเทศศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถ.พญาไท ปทุมวัน
กรุงเทพฯ 10330

วันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลประกอบการดำเนินงานวิจัยดุष्ฎิบัณฑิต
เรียน หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและพัฒนาองค์ความรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

เนื่องจากดิฉัน นางสาวประภัสสร จันทร์สถิตย์พร นิสิตระดับดุष्ฎิบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ รหัสประจำตัว
นิสิต 5085105728 ได้ดำเนินงานวิจัยเรื่อง “การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐใน
ประเทศไทย” ซึ่งเป็นวิทยานิพนธ์ในการศึกษาระดับดุष्ฎิบัณฑิต โดยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์กระบวนการสื่อสาร
แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ผ่านหน่วยงานภาครัฐ 3 หน่วยงานได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งาน
ออกแบบและสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ที่ปรากฏในสื่อและช่องทางต่างๆ ทั้งนี้คุณค่าที่จะได้รับจากการ
ศึกษาวิจัยดังกล่าวคือองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะการสร้างเนื้อหาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ของหน่วยงานภาครัฐดังกล่าวที่สื่อสารสู่สาธารณะ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์จากภาคนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติได้

อนึ่ง จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นทำให้ทราบว่า ท่านเป็นบุคคลหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการ
ขับเคลื่อนและผลักดันให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เคลื่อนย้ายจากภาคนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ ดิฉันจึงใคร่ขอความ
อนุเคราะห์จากท่านสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลอันมีคุณค่าต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ขอให้
ท่านกรุณาระบุวัน เวลาและสถานที่ที่อนุญาตให้สัมภาษณ์ได้ ในกรอบระยะเวลาระหว่างวันที่ 13-20 พฤษภาคม 2554
หรือตามที่ท่านเห็นสมควร จะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(น.ส.ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร)
นิสิตระดับดุष्ฎิบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์

(ดร.จิรยุทธ์ สินธุ์พันธุ์)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

กรุณาติดต่อกลับ โทร 081 3990008
หรือ prapassornch@hotmail.com

คณะนิติศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ถ.พญาไท ปทุมวัน
กรุงเทพฯ 10330

วันที่ 20 เมษายน พ.ศ. 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลประกอบการดำเนินงานวิจัยดุษฎีบัณฑิต
เรียน หัวหน้าฝ่ายนิทรรศการและกิจกรรมสัมพันธ์ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

เนื่องจากดิฉัน นางสาวประภัสสร จันทร์สถิตย์พร นิสิตระดับดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ รหัสประจำตัว นิสิต 5085105728 ได้ดำเนินงานวิจัยเรื่อง “การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย” ซึ่งเป็นวิทยานิพนธ์ในการศึกษาระดับดุษฎีบัณฑิต โดยได้ทำการศึกษาวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เผยแพร่ผ่านหน่วยงานภาครัฐ 3 หน่วยงาน ได้แก่ อุทยานการเรียนรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบและสถาบันพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ ที่ปรากฏในสื่อและช่องทางต่างๆ ทั้งนี้คุณค่าที่จะได้รับจากการศึกษาวิจัยดังกล่าวคือองค์ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะการสร้างเนื้อหาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐดังกล่าวที่สื่อสารสู่สาธารณะ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดรูปแบบการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากภาคนโยบายไปสู่ภาคปฏิบัติได้

อนึ่ง จากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเบื้องต้นทำให้ทราบว่า ท่านเป็นบุคคลหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนและผลักดันให้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เคลื่อนย้ายจากภาคนโยบายสู่ภาคปฏิบัติ ดิฉันจึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลอันมีคุณค่าต่อการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ขอให้ท่านกรุณาระบุวัน เวลาและสถานที่ที่อนุญาตให้สัมภาษณ์ได้ ในกรอบระยะเวลาระหว่างวันที่ 13-20 พฤษภาคม 2554 หรือตามที่ท่านเห็นสมควร จะเป็นประโยชน์ต่องานวิจัยอย่างยิ่งและขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(น.ส.ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร)
นิสิตระดับดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์

(ดร.จิรยุทธ์ สินธุ์พันธุ์)
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

กรุณาติดต่อกลับ โทร 081 3990008
หรือ prapassornch@hotmail.com

แบบยินยอมให้เผยแพร่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วังใหม่ ปทุมวัน กรุงเทพฯ 10330

ข้าพเจ้า (นาย/ นาง/ นางสาว).....นามสกุล.....

ตำแหน่ง.....

ได้รับฟังคำอธิบายจากนางสาวประภัสสร จันทร์สถิตย์พร เกี่ยวกับการเป็นผู้ให้ข้อมูล ในการวิจัยเรื่อง การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย

ก่อนที่จะลงนามในใบยินยอมให้เผยแพร่ข้อมูลนี้ ผู้วิจัยได้อธิบายให้ข้าพเจ้าทราบถึง วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัย รวมทั้งประโยชน์และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการวิจัยอย่างละเอียดตลอดจนให้เวลาในการซักถามข้อสงสัยต่างๆ จนเข้าใจ

ข้าพเจ้าพิจารณาข้อตกลงดังต่อไปนี้

1. ข้าพเจ้าได้รับแจ้งวัตถุประสงค์ในการสัมภาษณ์ครบถ้วน
2. ข้าพเจ้ายินยอมที่จะให้สัมภาษณ์และเผยแพร่บทสัมภาษณ์เพื่อวัตถุประสงค์ในการศึกษาตามหลักสูตรข้างต้น
3. ข้าพเจ้ายินยอมให้บันทึกการสัมภาษณ์ด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์
4. ข้าพเจ้ายินยอมให้ปรากฏชื่อ นามสกุลและตำแหน่งปัจจุบันของข้าพเจ้าในการนำเสนอผลการศึกษาวิจัยของผู้วิจัยและการตีพิมพ์อื่นๆ ภายหลังจากที่เกี่ยวกับการศึกษาวิจัยของผู้วิจัย

ลงชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ลายเซ็นของผู้ให้สัมภาษณ์.....

วัน.....เดือน.....ปี.....

ข้าพเจ้าได้อธิบายวัตถุประสงค์การสัมภาษณ์เพื่อประกอบการศึกษาวิจัยตามหลักสูตรข้างต้น และได้รับการยินยอมจากผู้ให้สัมภาษณ์ตามข้อพิจารณาข้างต้น

ลงชื่อผู้วิจัย.....

ลายเซ็นของผู้วิจัย.....

วัน.....เดือน.....ปี.....

แบบสรุปคำสัมภาษณ์

คุณอภิสิทธิ์ ไส้ตู่ไกล

ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค้งานออกแบบ TCDC

วันที่ 6 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2554

สถานที่สัมมนา สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ชั้น 24 อาคารเอ็มโพเรียม

เวลา 15.00 น.

ผู้ถูกสัมภาษณ์ คุณอภิสิทธิ์ ไส้ตู่กูโกล ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC

ผู้สัมภาษณ์ ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร

สถานการณ์ที่สัมภาษณ์ แนวคิด แนวทางและนโยบายในการสร้างหรือผลิตสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษากระบวนการทางความคิด การกำหนดแนวทางและนโยบายในการสร้างสาร message creation/ design ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบที่ส่งผลในลักษณะเสริมหรือสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แนวกรอบคำถาม ข้อมูลเบื้องต้นของผู้บริหารศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

- ประสบการณ์ในอดีต
- ภาระรับผิดชอบ หน้าที่หลัก ลักษณะงานที่ต้องทำเป็นประจำ
- ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ต่างๆกับสถานภาพหรือบทบาทปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ในฐานะผู้อำนวยการ

- สถานการณ์ปัจจุบัน สถานภาพทางความรู้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โลก และ ไทย
- นิยามหรือความหมาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC
- การสื่อสาร การสร้างเนื้อหา สร้างสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC (กระบวนการ SMCR)
- เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้
- วิธีการเล่าเรื่อง หรือ การสร้างเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ TCDC
- ผลที่เกิดขึ้น ความคาดหวัง หรือแนวทางในอนาคต

- ผู้วิจัย อยากให้อาจารย์กรุณาเล่าประสบการณ์เช่นเรื่องการเรียน การทำงาน ก่อนที่จะมาเป็นผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์ค่ะ
- คุณอภิสิทธิ์ back ground ผมก็จบปริญญาตรี ปริญญาโทและก็เรียนปริญญาเอก เรียนสามปีแต่ไม่ได้จบปริญญาเอกเพราะไม่ได้ defense thesis ก็เรียนทางด้าน product design industrial design ละก็มีปริญญาโทอีกตัวหนึ่งที่เป็นทางด้าน public administration ก็เคยรู้เรื่องงานบริหารบ้าง ก็เคยเป็นคนที่มี สองฝั่ง ในฝั่งทางด้าน design เองก็มีอีกส่วนหนึ่งคือเรื่อง research methodology in Art and Design คือเรียนทั้งในเมืองไทย ญี่ปุ่น อังกฤษ ก็ได้มีโอกาสเรียนคอร์สที่เป็นลักษณะ Certificated เกี่ยวกับ research methodology in Visual Art and Design กลับมาก็สอนหนังสือ ประมาณ 20 ปีได้ ที่ศิลปากร ขณะนั้นก็ต้องทำงานศิลปะด้วย ทำงานวิชาชีพด้วย ละก็มีโอกาสทำงานบริหารด้วย พอเสร็จก็ย้ายมาทำที่ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ตั้งแต่เริ่มต้น ตั้งแต่ปี 48 เลย ได้มีโอกาสได้ความคิดเห็นว่าควรจะเป็นยังไง ควรจะเป็นศูนย์ความรู้ เราอาศัยแบ็คกราวนด์เดิมเกี่ยวกับงานสอนหนังสือ ก็เริ่มทำมา จนวันหนึ่งก็เขิบขึ้นมาเป็นผู้อำนวยการ ก็เป็นผู้อำนวยการมาสัก สองปีได้ละ เพราะฉะนั้นเราก็จะมี แบ็คกราวนด์ สองฝั่ง หลักๆ ก็จะเป็นส่วนที่เกี่ยวกับ Industrial Design ออกมาในลักษณะสอนหนังสือ นักวิชาการ ละก็ทำงานบริหาร ก็จะเป็นมุมมองกว้างๆ
- ผู้วิจัย อาจารย์คะ ตอนที่อาจารย์พูดถึงจุดเริ่มต้นของศูนย์สร้างสรรค์ มันมาพร้อมกับนโยบายบางอย่างของภาครัฐ หรือมันเกิดจากการรวมตัวกันของนักวิชาการวิชาชีพอย่างไร
- คุณอภิสิทธิ์ จริงๆ ผมว่ามันเป็นนโยบายของรัฐเค้าอยู่แล้วนะ คือรัฐบาลในช่วงนั้น สมัยคุณทักษิณประมาณปี 47 คือมันมีการพูดถึงความสามารถของประเทศ มันก็ถดถอยลง ในขณะที่ประเทศที่กำลังปรับตัวใหม่ เช่น จีน หรือประเทศในอเมริกาใต้ คือพอประเทศเหล่านี้ขยับตัว การแข่งขันในสินค้าที่มันเป็นสินค้าพื้นฐาน สินค้าที่มันอาศัยแรงงานเป็นวัตถุดิบ มันก็ถดถอยลง ผมว่าในช่วงนั้นรัฐบาลเอง ตัวนายกฯ เองหรือทีมเองก็คงเล็งเห็นแล้วว่าเราคงสู้ในวิถีเดิมๆ ไม่ได้แล้ว เราต้องการเครื่องมือใหม่ๆ เข้ามาช่วย เครื่องมือใหม่ๆ ที่ว่ามันก็คือ “วิถีคิด” เราได้เปรียบอะไรบ้าง นอกเหนือจากเรื่องแรงงาน อะไรที่เรามีอยู่ ก็สรุปได้ว่าใช้

ความรู้ที่เรามีอยู่ใน part ทั่วไป เราก็ไม่ได้เก่งมาก ที่นี้พอมาเอาความรู้เฉพาะด้าน โดยอาศัยความสามารถในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ ความได้เปรียบในแง่ของประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรมรวมถึงวิถีคิดเรื่องการบริการ ก็นำของเอาสิ่งเหล่านี้เข้าไปปรับเข้ากับทั้งผลิตภัณฑ์และการบริการเพื่อให้ใช้ประโยชน์ได้ มันน่าจะเป็นเครื่องมืออันหนึ่ง เครื่องมือทางเศรษฐกิจที่จะทำให้ แทนที่เมื่อก่อนเนี่ย คือเรา value added แต่ถ้าเราเปลี่ยนเป็น value creation เพิ่มคุณค่าของวิถีคิด โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ มันน่าจะได้อีกมากกว่าหรือได้เปรียบเพราะมันจะทำให้เกิดลักษณะเฉพาะ มีความแตกต่าง เพราะฉะนั้นเราก็เห็นแล้วว่าอันนี้มันคือเครื่องมือ แต่ที่นี้เรื่องเหล่านี้มันต้องใช้เวลา กว่าที่จะใช้งานได้ กว่าจะอธิบายความได้ มันก็ต้องค่อยๆ ขยับตัว ทั้งนี้มันก็สอดคล้องไปกับสถานการณ์ของโลก เพราะว่ามันในช่วงนั้นเนี่ย หลายประเทศก็เริ่มขยับตัว คือเค้าก็ต่างรู้ตัวว่าปัญหาเนี่ยมันส่งผลยังไง ตัวอย่างที่เห็นได้อย่างในอเมริกาเค้าก็พยายามขยายเรื่องของวิถีคิด เค้าก็เขยิบมา export เรื่องของวิถีคิด อย่างในเอเชียเอง เค้าก็เริ่มมองอย่างนั้นอย่างในเกาหลีใต้ ใต้หวัน สิงคโปร์ ฮองกง ประเทศเหล่านี้ก็ขยับ เค้ามองเห็นความสำคัญ ของงานออกแบบว่าเป็นเครื่องมือตัวหนึ่งในการพัฒนา ทั้งธุรกิจและเศรษฐกิจ ผมว่าในลักษณะนี้ก็คือเห็นว่าเป็นนโยบาย หลังจากนั้นก็มีทีมทำงาน รวบรวมผู้คนกันขึ้นมา

ผู้วิจัย เท่าที่ฟังแสดงว่ามันเริ่มมาจากปัญหาใช่ไหมคะ แล้วเราก็พยายามหาวิธีการแก้ปัญหา

คุณอภิสิทธิ์ ผมว่ามันเป็นเรื่องของผู้มานะ มันเป็นเรื่องของวิสัยทัศน์ คือผู้นำมันต้องมีวิสัยทัศน์ คือมีมุมมอง มีความเห็นอะไรกว้างขวางออกไป แล้วถึงเห็นว่ามีความเป็นไปได้มีอะไรบางอย่างที่แล้วมันทำได้หรือเปล่า มันเป็นเรื่องจริงได้ไหม

ผู้วิจัย ก่อนหน้าที่จะมี TCDC เมืองไทยของเรามีหน่วยงานที่ทำหน้าที่เรื่องนี้หรือมีการพูดถึงเรื่องนี้มาก่อนไหมคะ

คุณอภิสิทธิ์ ผมว่าเมืองไทย จริงๆ พูดเรื่องนี้มานาน ผมว่าน่าจะประมาณ 20 ปี เช่นกระทรวงพาณิชย์ กระทรวงอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมการส่งออก เพียงแต่ว่ามันยังไม่เป็นนโยบายที่ชัดเจน มันเป็นแค่วิถีคิด มันไม่ปรากฏหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง ส่วนใหญ่มันก็เป็นลักษณะแบบกรมนี่กรมนี่ มันก็ไม่มีแรงพอที่จะพูดถึงเรื่องการ

- ออกแบบในระดับประเทศ เช่น กรมส่งเสริมการส่งออก ก็จะเน้นหรือจะพูดได้ในแง่ของสินค้าที่เป็นสินค้าส่งออกมันไม่สามารถพูดถึงงานออกแบบที่มันเป็นเรื่องของคุณภาพชีวิตของคนทั่วไป หรือไม่สามารถพูดถึงกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้ ส่วนใหญ่ก็จะพูดได้เฉพาะในส่วนอุตสาหกรรมที่ตนเองดูแล มันก็เลยทำให้การพูดถึงเรื่องออกแบบเรื่องความคิดสร้างสรรค์อะไรนี้มันไม่ได้มีแรงพอล
- ผู้วิจัย พอลเริ่มที่จะก่อตั้ง TCDC ก็เกิดการจัดตั้งคณะทำงานหรืออย่างไร วิธีการได้มาเป็นอย่างไรคะ
- คุณอภิสิทธิ์ ผมว่าผู้ใหญ่มั้ยนั้นเค้าคงมีการฟอรัมที่มันขึ้นมา ก็เป็นลักษณะมาจากทีมที่ปรึกษานายกรัฐมนตรี ผมเนี่ยเข้ามาตอนที่เค้ามีทีมทำงานอยู่แล้ว ผมเข้ามาตอนเหมือนกับเค้าเริ่มจะ set ไว้แล้วว่ามันควรจะตั้งเกิดอะไรขึ้นบ้าง ต้องทำอะไรควรจะตั้งมีเรื่องนั้นเรื่องนี้ ผมเข้ามาก็คือนโยบายมันมาแล้ว
- ผู้วิจัย ดังนั้นในหน้าที่หรือบทบาทหลักของ TCDC ก็คือแหล่งให้ความรู้หรืออย่างไร
- คุณอภิสิทธิ์ ผมว่าเราหลักๆ ก็คือมีส่วนในการกระตุ้นให้เกิดความตระหนักและก็นำประโยชน์ของการออกแบบไปพัฒนา ทั้งคุณภาพชีวิตและก็ตัวเศรษฐกิจ ทั้งนี้การกระตุ้นที่ว่านี้ มันก็อาจจะผ่านหลายๆ วิธีการ เช่น นิทรรศการ ผ่านหนังสือ ผ่านการฝึกอบรม ทีนี้หน้าที่อันที่ 2 ที่ TCDC ต้องทำก็คือ การ provide information ให้กับคนทั้งหลาย โดยที่เราคาดว่า ลูกค้าของเราเนี่ยเราควร focus ที่คนจบการศึกษาแล้ว เป็นคนที่ประกอบอาชีพแล้วเป็นหลักเพราะว่าเรามองว่า เราอยากแบ่งเขตให้คนที่ยังเรียนหรือนิสิตนักศึกษา มหาวิทยาลัยควรจะมีส่วนที่รับผิดชอบด้านนี้ แต่เมื่อหลังจบการศึกษาแล้วเนี่ยเราควรจะเป็นลักษณะตัวช่วย คล้ายๆ กับการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดเวลา
- ผู้วิจัย ถ้าเราจะกล่าวได้ว่าแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์เนี่ยเกิดมาพร้อมๆ กับ TCDC นี้จะถือว่าเป็นอย่างไรคะ
- คุณอภิสิทธิ์ ก็อาจถือว่ามันเกิดพร้อมๆ กันเพียงแต่ว่าในลักษณะการเริ่มต้นของเราเราไม่ได้พูดมันชัดๆ ถึงขนาดที่ว่ามันคือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือถ้าคุณสังเกตจากชื่อของ TCDC แต่เดิม วันแรกๆ ที่มันตั้งขึ้นมา มันใช้คำว่า Thailand Design Center พอผ่านไปได้สัก 2 เดือน มันก็มีการขอเปลี่ยนชื่อเป็น Thailand Creative and Design Center เพราะฉะนั้น ถ้าดูจากชื่อ คำว่า Design นี้ scope มันเล็กกว่า

คือ Creative มันใหญ่กว่า Design ที่นี้การเปลี่ยนชื่อ ผมเชื่อว่าการที่คนขอให้เปลี่ยนชื่อนี้ มันสะท้อนว่าเราควรขยับ design ให้มันมีตัวที่ขับเคลื่อนพร้อมกันไปคือ ความคิดสร้างสรรค์ มันก็เลยทำให้ชื่อของเรามันเป็นลักษณะผนวก เพราะถ้าเป็นของต่างประเทศมันก็จะ เป็น Design Center อย่างเดียว ต่างจากของเรา เพราะฉะนั้นภาระหน้าที่แทนที่มันจะ focus ไปที่ design อย่างเดียว มันก็เลยต้องเข้าไปดูแลเรื่องงาน creative ด้วย มันไม่ใช่ศูนย์ออกแบบอย่างเดียว เพราะฉะนั้นภาระมันก็เลยยากขึ้น ผมว่าอีกข้อหนึ่งคือ มันกว้างขึ้น เพราะด้วยโครงสร้างของสังคมไทยเราเนี่ย มันไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบโดยตรง เราถือว่าเราเป็นสังคมเกิดใหม่ นะเกี่ยวกับเรื่องของงานออกแบบ เราไม่มีหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง หรือลักษณะของการรวมกลุ่มคนในวิชาชีพเดียวกันเนี่ยมันก็ไม่แข็งแรงพอ อย่างในต่างประเทศ ผมยกตัวอย่าง มันก็จะมี Craft Council ที่เค้าดูแลเรื่อง Craft หรือว่าในลักษณะการรวมกลุ่มกันของคนในธุรกิจภาพยนตร์ กราฟิกต่างๆ เค้าก็มีการรวมกันละก็มีการดูแลเป็นระบบ ของบ้านเรา อาจจะมีลักษณะของหน่วยงาน แต่มันไม่มีคนดูแล มันไม่มีการกำหนดเป็นนโยบาย มันก็เลยทำให้เราไม่แข็งแรง อย่างเช่นเราเองก็ต้องทำหลายด้านมาก ทั้งๆ ที่จริงๆ เราควรทำให้ส่วนงานหรือหน่วยเล็กๆ ของบางอย่างเนี่ยมันแข็งแรง อย่างผมว่า TCDC เอง เราก็ควรจะได้มีโอกาส focus งานออกแบบของเราให้มากขึ้น เช่นอย่างเราไม่มีคนที่มาดูแลเรื่องเหตุการณ์ที่ผมว่า เรามีหน่วยงานนะ แต่เราไม่มีหน่วยงานเฉพาะเจาะจงจริงๆ ไป เรามีหน่วยงานข้างๆ เช่น ศูนย์ศิลปชีพ คือเค้าก็จะดูแลในกลุ่มคนของเค้า สมาชิกของเค้า มีกระทรวงอุตสาหกรรมที่อาจรับผิดชอบงานเหตุการณ์ในครัวเรือนต่างๆ แต่มันไม่ได้ดูแลงานเหตุการณ์ในองค์กรรวม

ผู้วิจัย

อาจารย์ช่วยกรุณาอธิบายความหมายของคำว่า ดูแล ให้ชัดเจนว่าครอบคลุมอะไรอย่างไรบ้างคะ

คุณอภิสิทธิ์

มันครอบคลุมเช่น การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับงาน craft ของชาติ ของประเทศ อย่างชัดๆ และครอบคลุมทั้งกระบวนการ เช่นสถานที่ฝึกอบรม ที่ส่งเสริมความหลากหลาย คือเราจะพบสถานที่ฝึกอบรมที่เป็นที่เฉพาะของเค้า เช่น ศูนย์ศิลปชีพเค้าก็จะมีที่อบรมเฉพาะของสมาชิกเค้าแต่เค้าก็ไม่ได้พูดถึงที่อื่น หรือการ

ผู้วิจัย
คุณอภิสิทธิ์

ส่งเสริม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อ มันก็ไม่มีใครที่มันจะบอกได้ว่างานหัตถกรรมในเมืองไทย มันควรจะพัฒนาไปอย่างไร กระทรวงอุตสาหกรรมเค้าก็มีการดูแล ผลิตภัณฑ์ของเค้าก็เป็นลักษณะ หัตถอุตสาหกรรม มันก็เลยพูดกันคนละทิศคนละทาง หรืออย่างในงานหัตถกรรมสมัยใหม่ มันไม่มีใครมาช่วยกันดูว่า มันเป็นอย่างนี้กันอยู่ มันควรจะทำอย่างไรทั้งๆ ที่จริงๆ ผมว่ามันเป็นสมบัติอย่างหนึ่งของชาติ นี่ก็ออกใหม่ทำไมเราไม่ทำ คือมันไม่แข็งแรงอะ อย่างที่ผมพูดถึง Craft Council ในต่างประเทศ มันก็จะออกมาเลย ประเทศเค้ามีหัตถกรรมอะไร ใครจะ implement อะไรออกมา กลุ่มนี้ดูงานไม้ กลุ่มนี้ดูงานแก้ว กลุ่มนี้ดูงานผ้า อะไรทำนองนี้ มันก็เลยพอมามี TCDC เรายังต้องไปทำงานพวกนี้ด้วย งานมันก็ออกมามากมายๆ

เท่าที่ฟังมานี้ก็เหมือนกับว่า 4 - 5 ปีที่ผ่านมาเนี่ยก็ยังมีปัญหาอยู่มาก

ถามว่าจะทำให้มันชัด ผมว่ามันทำไม่ได้หรอก มันยังไม่ชัด มันเป็นลักษณะเฉพาะของประเทศไทยเอง คือหน่วยงานที่อยู่รอบข้างเรื่องเหล่านี้มันไม่แข็งแรงพอ ถ้าทุกคนหรือหน่วยงานต่างๆ รอบข้างมันแข็งแรง มีความเป็นรูปธรรมมันก็จะจุด focus ให้มันชัดเจนนได้ อย่างตอนเนี่ย ผมเองก็กำลังกลับมามองว่า TCDC เองเนี่ย เราควรจัดลำดับความสำคัญของงานเราว่า เราควรทำอะไรก่อนหลัง อันนี้มันกว้างเกินไป อันไหนมันยังไม่ใช่ เราไม่ควรต้องทำหลายด้านเกินไป แต่มันควรจะ focus อะไรบางอย่าง อย่างผมว่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์เนี่ย จริงๆ มันอยู่บนพื้นฐานเดียวกันหมด ทุกกลุ่ม ทุกประเภท เงื่อนไขหลักมันไปด้วยกันได้ คือเราต้องบอกสังคมให้ได้ว่า การออกแบบ มันคือเรื่องของการพัฒนาวิถีคิด ที่จะสามารถนำไปใช้ได้กับทุกคนทุกเงื่อนไข แล้วเมื่อเราพยายามชี้ให้เรื่องการออกแบบซึ่งเป็นวิถีคิดเนี่ย โยงไปกับเรื่องเศรษฐกิจให้ได้ เพราะผมว่าเวลาที่เราอธิบายเรื่องการออกแบบแล้วไม่มีมิติทางเศรษฐกิจ คนก็จะตั้งคำถามว่า มันจำเป็นหรือเปล่า แต่ถ้าเราอธิบายได้ในแง่ของเศรษฐกิจด้วยเนี่ย คนก็จะเข้าใจได้ ผู้ประกอบการจะรับเอาไปได้แล้วก็จะเห็นได้ว่ามันเป็นเครื่องมือ เครื่องมือหนึ่งของการพัฒนา โดยเฉพาะเศรษฐกิจ ทีนี้พอเราเขยิบต่อไปถึงเรื่องลักษณะพื้นฐานต่างๆ ที่เรามีเรื่องภาษา วัฒนธรรม ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ความหลากหลายต่างๆ ตรงเนี่ยมันก็เข้าไปสอดรับกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ คือเรายังมองว่าเมืองไทยเป็นสังคมเปิดอยู่นะ คือเราอยอมรับอะไรใหม่ๆ เรายอมรับ

การปรับตัว เราพยายามพูดเรื่องการยอมรับความแตกต่าง ซึ่งมันทำให้มีความ น่าสนใจ เราอาจพูดถึงความโดดเด่นบางตัวที่เราไม่มี เช่น วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี อันนี้เราไม่ค่อยมี แต่เรามีความโดดเด่นทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย เรามีคนที่มีความทักษะทางด้านงานฝีมือ แต่คนเหล่านี้ไม่ได้ถูกยกย่องในสังคม คือ ความจริงเราก็มองว่าเรามีทุนที่จะเข้าสู่การใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือ ในการพัฒนา เพราะเราเดินทางมาถึงตรงที่เราต้องตัดสินใจกันแล้วว่า เราจะอยู่ใน ยุคอุตสาหกรรมที่เราต้องแข่งขันกันเรื่องทุนประเภทแรงงานซึ่งเราก็ทำไม่ได้ เรา เป็นเมืองเกษตร เรามีพื้นที่ที่จะทำเกษตร มีผลผลิตทางการเกษตรส่งออกมากก็ จริงแต่เราก็พบว่าเมื่อจะต้องแข่งขันกันในตลาดโลก อย่างเช่น ข้าว พอถึงเวลาเรา ก็ขายข้าวให้ถูกเท่าเวียดนามไม่ได้ แต่เราก็ยังไม่ได้คำนึงถึงการพัฒนา องค์ประกอบอื่นมากนักเช่นการพัฒนาพันธุ์หรือลักษณะเฉพาะของข้าว ผมมอง ว่า TCDC เองก็ตระหนักเรื่องนี้แต่เราเป็นองค์กรเกิดใหม่ เรายังต้องตั้งต้นก่อน เราต้องพูดเรื่องของตัวเราเองก่อน ดังนั้นใน 2 ปีแรก เราจะพูดถึงตัวเราเองเป็น หลัก พอเข้ามาปีที่ 3 ก็มีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารประเทศ เราก็เลยมาทบทวนว่า เราควรจะปรับเปลี่ยนอะไรบ้าง เราก็ได้มาคิดว่า เช่น เราพูดเรื่องเศรษฐกิจ สร้างสรรค์มากขึ้นไหม สนับสนุนให้มันเป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจ ใหม่ เราก็เริ่มมาศึกษาอย่างจริงจัง ในขณะที่เราก็ใช้การส่งคนไปต่างประเทศไป เรียนรู้ ไปฝึกอบรม สัมมนา เชิญคนมาจากที่ต่างๆเข้ามา จนในที่สุดเราก็ไปคุยกับ สภาพัฒนาฯ ก็เป็นกุญแจสำคัญหลักของการพัฒนาเศรษฐกิจชาติและก็เศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เราก็เริ่มปักหลัก รายงานการศึกษาต่างๆ มันก็มีตัวเลขที่มีนัยยะว่า เอาความเข้าใจต่อเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้มันมีความหมาย ก็เกิดรายงานที่ ศึกษาร่วมกันแล้วก็เหมือนเราก็ได้สภาพัฒนาฯ เข้ามาเชื่อมโยงเรากับรัฐบาล ดังนั้นเมื่อพอพูดถึงคำว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในลักษณะนโยบายเนี่ยมันก็ไปได้ เร็ว กระจายไปได้ สภาพัฒนาฯก็เสนอรัฐบาล รัฐบาลก็ขานรับ เริ่มชัดเจนก็สมัย คุณสมัครเป็นนายก คุณสมชายสั้นมากไม่เกิดอะไร ตอนช่วงคุณอภิสิทธิ์เข้ามารับ ตำแหน่งก็มีการกำหนดเป็นวาระแห่งชาติ เป็นนโยบายชัดเจน มันก็เลยทำให้การ แพร่กระจายของคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้มันไปทั่ว มันก็ส่งผลให้กระทรวง ต่างๆก็รับไป มีการตั้งสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนจะปฏิบัติได้ไม่ได้ก็อีก

- เรื่องหนึ่ง แต่มันกระจายไป หลายคนรู้แต่ความหมายตรงกันไม่ตรงกันนี่อีกเรื่องหนึ่ง
- ผู้วิจัย ซึ่งในความเป็นจริงมันควรจะมีความหมายตรงกันหรือไม่อย่างไรคะอาจารย์
- คุณอภิสิทธิ์ ผมว่ามันควรจะมีความหมายตรงกัน คือผมเข้าใจว่า การเกิดความแตกต่างทางความหมายเนี่ยเนื่องจากโครงสร้างของสิ่งเนี่ยมันไม่ตรงที่ มันออกจะผิดที่ผิดทางไปคือสำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์มันควรจะเป็นสำนักงานกลาง ไม่ควรจะไปอยู่กับกระทรวงไหน พอไปอยู่กับกระทรวงพาณิชย์ โดยเฉพาะกรมทรัพย์สินทางปัญญา เลยทำให้การอธิบายคำว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มันทำได้ยาก เพราะคำนี้เป็นคำใหม่ในสังคมไทย เราควรจะมีคนที่สามารถกำหนดทิศทางหรืออธิบายได้เป็นเอกภาพ มันต้องการการอธิบายซ้ำๆ มากๆ เพราะหน่วยงานอย่างกรมทรัพย์สินคือกลุ่มคนที่ควบคุม จัดระเบียบ มันมาอธิบายเรื่องความคิดสร้างสรรค์ผมว่ามันก็ลำบาก
- ผู้วิจัย ทีนี้ถ้าในมุมมองของ TCDC ที่ดูเหมือนจะจับหลักได้แล้วว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์มันสัมพันธ์กับงานออกแบบ ในแง่ที่เชื่อมโยงกันแล้วได้มีความพยายามที่จะอธิบายเรื่องนี้อย่างไร
- คุณอภิสิทธิ์ คือ TCDC ก็พยายามทำหรืออธิบายอย่างที่เราเข้าใจ เราทำงานมานานมากพอสมควรทั้งส่วนที่เราศึกษาวิจัยมาเอง และจากที่เราได้ร่วมกับสภาพัฒน์ฯ เราโชคดีที่จากการพยายามทำงานของเราทำให้เราเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ง่ายได้ชัดเจนขึ้น ทั้งๆ ที่ TCDC เรา มันไม่ใช่หน่วยงานที่ใหญ่โต เราไม่ได้มีอำนาจหรืออิทธิพลอะไรที่จะไปส่งผล โดยเฉพาะในแง่ formal แต่มันไปปรากฏในเชิง Informal ผมว่าภาพที่เราทั้งหมดตั้งแต่เริ่มต้นมาจนถึงทุกวันนี้คือเราวัดได้ว่าคนก็เข้าใจเราพอสมควร
- ผู้วิจัย อาจารย์เคยได้ลองพูดคุยกับทีมงานใหม่คะว่าจากการสื่อสารทั้งหมดที่เราพยายามทำ รูปแบบไหนหรือวิธีการอย่างไรที่มันดีมันเหมาะสมหรืออันไหนต้องปรับอย่างไร
- คุณอภิสิทธิ์ เราก็ยังพูดคุยตลอดเวลา ว่าอะไรที่มันเหมาะสมมันสม คือทั้งในแง่ภาพกว้างโครงสร้างหรือวิธีคิดที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการออกแบบอะไรพวกนี้ เราก็ต้องพูดถึงการลงรายละเอียดหรือการยกตัวอย่างเล็กๆ ทั้งหลาย ภาพใหญ่เราก็ทำ ภาพเล็ก

เราก็ทำ เพียงแต่ว่าโครงการที่เป็นลักษณะต่อเนื่องต่างๆ ที่ใช้งบประมาณลงทุน เยอะๆ เราก็ไม่สามารถทำได้ เช่นโครงการเพื่อเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เนี่ยผม มองว่าเราต้องลงทุนในแง่ Infrastructure คือ infrastructure มันไม่ใช่แค่ ถนน ไฟฟ้า ระบบคมนาคมขนส่งอะไรพวกนั้นแต่เพียงอย่างเดียว แต่ Infrastructure ของเศรษฐกิจสร้างสรรค์มันจะมีลักษณะเฉพาะของมัน เช่น ศูนย์การเรียนรู้ มันต้องมีห้องสมุด มันต้องมีศูนย์ฝึกอบรม มันต้องมีพื้นที่หรือแหล่งสร้างสรรค์ต่างๆ มันต้องมีพื้นที่ที่เปิดโอกาสให้คนทำงานได้ มันต้องต่างจากพื้นที่ทั่วไป พิพิธภัณฑสถานต่างๆที่เป็นแหล่งกระตุ้น หาสมบัติต่างๆ มาใส่ลงไปให้คนได้เห็น ได้เรียนรู้ มันควรจะต้องมีโรงละครมีพื้นที่การแสดงมากพอไหม เพราะเรามีศิลปะการแสดงมี ศิลปวัฒนธรรมเป็นของตนเองมากมาย แล้วเรามีพื้นที่หรือเวทีให้เกิดการ แสดงออกใหม่ เกิดการประลองใหม่ มีโรงดนตรีไว้แสดงดนตรีใหม่ คือเราได้แต่พูด ว่าเรามีเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ด้าน มีอะไรบ้างแต่เราไม่มีเวทีให้เค้า ไม่มีแหล่ง อบรมเรียนรู้ให้เค้า แล้วเค้าจะเรียนได้ไง การเรียนบางอย่างต้องลงทุนต้องใช้ อุปกรณ์ เรามีการคิดจะลงทุนบางอย่างให้เค้าไหม รัฐฯเองก็ต้องมองตรงนี้ คือสิ่ง เหล่านี้ไม่มีใครทำเลย เราใช้เวลาในการเรียนรู้โนบายนานเกินไป เราควรต้องเร่ง ลงทุนกับโครงสร้างพื้นฐานมากกว่า แล้วเราต้องเร่งทำแล้วถ้าเราจะเข้าสู่ เศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบจริงๆ

ผู้วิจัย

ที่นี้ถ้าลงมามองในเฉพาะของ TCDC เอง อาจารย์ได้เห็นทุกแผนงานใหม่คะว่าอัน ไหนเราควรส่งเสริมต่ออันไหนทำได้ทำไม่ได้ได้อย่างไร

คุณอภิสิทธิ์

เราค่อนข้างใช้เวลากับเรื่องเหล่านี้เยอะนะ ผมว่าเราค่อนข้างคุยกันด้วยหลักฐาน เช่นตัวเลขต่างๆ ที่มันสะท้อนถึงความสมเหตุสมผลคุณค่าที่ควรทำ อีกประการก็คือทีมของเราเองก็ล้วนมีประสบการณ์คุยกันและเค้าก็จะรู้ว่าจะต้องทำอะไร เรามี ส่วนผสมของคนเยอะทั้งส่วนบริหารจัดการ ส่วนศิลปะ เรามีกระบวนการภายใน ของเราซึ่งผมคิดว่าเราตรวจสอบได้ ในระยะแรกมันอาจต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญหรือ ผู้ใหญ่ที่มีวิสัยทัศน์เป็นที่ปรึกษาแล้วก็มาผ่านผม อย่างหนึ่งคือเรามี meeting นะ ครบทุกอาทิตย์ ใครเรียนรู้อะไรมา อบรมอะไรมามาถกกัน เราเรียกว่า Director meeting ผมว่าทุกแผนงานที่เราจะทำกันมันผ่านการตรวจสอบเพราะเรามี ส่วนผสมของทีมที่หลากหลาย ไม่ได้มีเฉพาะคนที่ทำงานศิลปะหรืองาน

- สร้างสรรค้ออกแบบ คือเรามีทั้งนักประวัติศาสตร์ นักบัญชี นักการตลาด บรรณารักษ์ เพราะฉะนั้นโครงการของเรามันจะมีหลายมิติ
- ผู้วิจัย แต่ทั้งหมดก็จะมีมุมมองหลักคือเพื่อสร้างการกระตุ้นให้คนตื่นตัวกับการรู้จักนำ การออกแบบมาเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิต
- คุณอภิสิทธิ์ คือผมว่า ที่ผ่านมาก็อธิบายได้ค่อนข้างชัดเจนในแง่วิถีดิจิทัล เกี่ยวกับเศรษฐกิจ สร้างสรรค้อะไร แต่ยกตัวอย่างที่เราลงไปรายละเอียดในในกลุ่มอุตสาหกรรมของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่นภาพยนตร์กับดนตรี เราไม่มีแขนไม่มีขาเลยในเรื่องนี้ คือ หมายถึงว่าหลังจากที่เราพูดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างกว้างขวางมากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา เราก็อยากกลับมาพูดเรื่องที่เราสนใจ คือเรื่อง การออกแบบ แต่ไปให้ ถึงคนที่กว้างขวางมากขึ้น โดยเฉพาะในแง่ของการพูดถึงทั้งเรื่องของเศรษฐกิจ คือมันอยู่ได้ สร้างรายได้และที่สำคัญอีกแง่คือเรื่องคุณภาพชีวิต คือมันต้องพูดถึง สองด้านให้คนเห็นเป็นรูปธรรมว่ามันเกิดจากการออกแบบ เราพยายามลบ ความหมายเดิมๆของคำว่าออกแบบที่สังคมหรือสื่อเนี่ยสร้างไว้ว่ามันหรูหรา แต่ไหนแต่ไรสังคมไทยก็อธิบายความหมายของการออกแบบว่าเป็นเรื่องหรูหรา ฟุ่มเฟือยตลอดเวลา ที่นั่นมันก็ยากเมื่อถึงเวลาที่เรารู้สึกว่ามันเป็นเรื่องของ ชีวิตประจำวัน เราก็เลยพยายามชี้ให้เห็นทั้งสองฝั่งคือมันเป็นเครื่องมือทาง เศรษฐกิจและอีกฝั่งก็คือมันเป็นเรื่องของคุณภาพชีวิต ตอนนั้นเราพยายามทำให้ มันเป็นวาระกับประเทศ อยากมีการออกนโยบายการออกแบบแห่งชาติ คือไปให้ ถึงกระทรวง ทบวง กรมต่างๆ คือประเทศชาติเราจะใช้การออกแบบไปสร้าง ประโยชน์อย่างไร รัฐจะเชื่อมโยงอย่างไรระหว่างกัน
- ผู้วิจัย อันนั้นคือสิ่งที่พยายามทำต่อไป
- คุณอภิสิทธิ์ เพราะการออกแบบในเมืองไทยมันถูกผูกอยู่กับความหรูหรา เราต้องเชื่อมโยงตรง นี้ใหม่ ผมคิดว่า โดยชื่อของหน่วยงานเราควรสามารถบอกประโยชน์ของการ ออกแบบ การสร้างสรรค์ให้สังคมรับรู้และเข้าใจ ตัวหน่วยงานเองก็ไม่ต้องอธิบาย ว่าฉันคือใคร แต่ตัวงานของเราจะอธิบายว่าเราคือใคร อันที่จริงคือเราต้องทำให้ คนเข้าใจงานของเรา งานเรามีประโยชน์ต่อเค้าอย่างไร อันนั้นสำคัญกว่า ที่ผ่าน มาก็มีทั้งคนที่เข้าใจและไม่เข้าใจเรา อย่างบางคนก็จะมองว่าเราคงเป็นหน่วยงาน แบบหรูหรา ทำไม่มาตั้งในห้าง แต่ผมก็พบว่าหลายที่ที่ใหญ่โตมโหฬารแต่ไม่มีคน

ไปเพราะห่างไกลเดินทางลำบาก ความรู้ของเราเป็นความรู้ที่เชื่อมกับเศรษฐกิจ เราต้องอยู่ในแหล่งสังคม แหล่งที่มันก่อให้เกิดการคิดต่อเกี่ยวกับการลงทุน คือผมคิดว่าเราคิดไม่ผิดที่มาอยู่ในห้าง เพราะเราทำมา 5 ปี คนที่เห็นงานเรา ใครได้ประโยชน์จากเราบ้างมันก็ช่วยสะท้อน ผมว่า messages ต่างๆ ที่เราส่งออกไป ซึ่งผมมองว่ามันเป็นแบบไม่เป็นทางการเนี่ย ไม่ว่าจะจากนิทรรศการ ฝึกอบรม แมกกาซีน เว็บไซต์ ในเนื้อหาเนี่ย ผู้คนคงเชื่อเรามาก เชื่อเราทั้งๆ ที่เราไม่ใช่คนที่ จะพูดเรื่องนี้โดยเฉพาะเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งๆ ที่เราไม่ใช่คนที่ทำงานหลัก เราไม่ได้รับงบประมาณเพื่อทำเรื่องนี้โดยตรง แต่ผมคิดว่าด้วยวิธีการทำงานของเราทำให้คนฟังเรา เราพูดเรื่องนี้ด้วยการยกตัวอย่างเรื่องการออกแบบให้คนเข้าใจ ถึงวิถีคิด สิ่งที่สำคัญในเศรษฐกิจสร้างสรรค์เนี่ยคือวิถีคิด สมบัติอยู่ตรงนี้ การออกแบบที่เรายกขึ้นมาในรูปของวัตถุต่างๆ ที่จับต้องได้เนี่ยมันคือวิถีคิด เราอธิบายวิถีคิดด้วยตัวมันเองโดยไม่ต้องยกตัวอย่างไม่ได้ เราใช้การออกแบบสิ่งต่างๆ ทั้งหมดที่เราสรรหามาแล้วให้ฟังเพื่อให้เห็นเรื่องวิถีคิด เข้าใจว่าความคิด ความสร้างสรรค์มันน่าพา ซึ่งมันเป็นกระบวนการเบื้องหลังของสิ่งที่เราเห็นว่ามันสร้างสรรค์ต่างๆ ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจต่างๆ

ผู้วิจัย

อยากให้อาจารย์ช่วยพูดถึงทิศทางการศึกษาหรือการทำงานของ TCDC ในอนาคต

คุณอภิสิทธิ์

ผมอยากเห็น National Design Policy อันที่สองผมอยากเห็น Space เพื่อการออกแบบ ทั้งกระบวนการ เช่นแหล่งเรียนรู้ แหล่งฝึกอบรม แหล่งแสดงผลงาน แหล่งค้าขาย ให้ demand กับ supply มันมาเจอกันเรื่อยๆ อาจจะมีเรียกว่า creative space ก็ได้ ให้มันเกิดความรู้สึกแบบ community คือคนที่สร้างสรรค์ด้านต่างๆมาเจอกัน ทั้งคนที่อยากแสดงออกและคนที่อยากดู ผมไม่ได้อยากได้ตลาดขายของ แต่มันต้องมี element อื่นด้วย ซึ่งมันควรทำให้ก่อให้เกิดรายได้ไปพร้อมกับการเรียนรู้ด้วย คือที่เหล่านี้ผมว่ามันจะทำให้คนฉลาดขึ้น

ผู้วิจัย

อาจารย์คิดว่าเราจะมีโอกาสมีไหมคะ

คุณอภิสิทธิ์

เมืองจีนเค้ายังทำได้เลย เค้ากำลังลงทุน ตามหัวเมืองใหญ่ๆ เค้าทำมากมาย ครบวงจรถ้าเราทำก็ทำได้ผมว่ามันจะเกิดเป็นกำลังใจของคนทั้งสองฝั่งนะ ทั้งคนซื้อคนขาย นะท้ายที่สุดมันจะทำให้เกิดสังคมที่สร้างสรรค์ ชุมชนสร้างสรรค์หรือเมือง

สร้างสรรค์อะไรก็แล้วแต่นะ นี่คือทิศทางที่ผมอยากให้ TCDC เราเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดเรื่องนี้

แบบสรุปคำสัมภาษณ์

คุณพิชิต วีรังคบุตร

หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้ และหัวหน้าฝ่ายนิทรรศการ

ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบTCDC

วันที่ 28 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2554

สถานที่สัมมนา สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ชั้น 24 อาคารเอ็มโพเรียม

เวลา 14.00 น.

ผู้ถูกสัมภาษณ์ คุณพิชิต วีรังคบุตร หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้และหัวหน้าฝ่ายนิทรรศการ
ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC

ผู้สัมภาษณ์ ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร

สถานการณ์ที่สัมภาษณ์ แนวคิด แนวทางและนโยบายในการสร้างหรือผลิตสารเพื่อเสริมแนวคิด
เศรษฐกิจสร้างสรรค์

จุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษากระบวนการทางความคิด การกำหนดแนวทางและ
นโยบายในการสร้างสาร message creation/ design ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบที่ส่งผลใน
ลักษณะเสริมหรือสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แนวกรอบคำถาม ข้อมูลเบื้องต้นของผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ

- ประสบการณ์ในอดีต
- ภาระรับผิดชอบ หน้าที่หลัก ลักษณะงานที่ต้องทำเป็นประจำ
- ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ต่างๆ กับสถานภาพหรือบทบาทปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC ใน
ฐานะหัวหน้าฝ่าย

- นิยามหรือความหมาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC
- การสื่อสาร การสร้างเนื้อหา สร้างสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TCDC
(กระบวนการ SMCR)
- เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้
- วิธีการเล่าเรื่อง หรือ การสร้างเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ TCDC
- ผลที่เกิดขึ้น ความคาดหวัง หรือแนวทางในอนาคต

- ผู้วิจัย อยากให้อำนาจคุณาแนะนำตนเองเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาก่อนที่จะมาเริ่มงานที่ TCDC ค่ะ
- คุณพิชิต ก็เรียนจบมัธยมที่โรงเรียนกรุงเทพคริสเตียนและก็ต่อที่ภาควิชาศิลปศึกษาที่คณะครุศาสตร์ จุฬาฯ มันไม่ได้มีวิชาเอกแต่ผมสนใจเอกประติมากรรม ต่อปริญญาโท Gold Smith College ที่ลอนดอน ด้าน Fine Arts ครับ กลับมาก็มาอยู่สยามสตูดิโอ แล้วก็ไปทำงานให้กับเบเกอร์รี่มิวสิค ทำเพลง ออกแบบงานให้ศิลปิน จนเบเกอร์รี่หยุดไปก็เริ่มงาน Exhibition Design ที่ Bug Studio รับผิดชอบ อีเว้นท์ต่างๆ แล้วก็เริ่มมาทำงานกราฟิก ของตัวเอง จนได้มาร่วมงานกับ TCDC ในงานเปิดตัวเลยชุด “อีสาน กันดารคือสินทรัพย์” แล้วก็เริ่มจากตรงนั้น คือตอนนั้นเป็นลักษณะทำชั่วคราวก่อน ทำไปทำมาก็เลยมากลายเป็นงานประจำในที่สุด
- ผู้วิจัย แสดงว่า นิทรรศการของ TCDC จะออกแบบกันเองโดยไม่ได้ใช้วิธีการจ้างใครมาตั้งแต่ต้น
- คุณพิชิต โดยโครงสร้างของเนื้อหาจะเกิดจากภายในเองทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นแนวทางแนวคิดหรือรูปแบบที่อยากให้เป็น คือตัว design เราจะดูแลเองทั้งหมด 100% จะมีการลงความเห็นจากทีมว่าแต่ละเรื่องที่เราจะเล่า ควรจะเสนอหรือเล่าออกมาอย่างไร ต้องเน้นอะไร มันจะกลายเป็น design direction เสร็จแล้วก็จะมีการว่าจ้างบริษัทภายนอกเข้ามา ตอนนี้มีอยู่ 3-4 บริษัทที่เราเรียนรู้กันมาร่วมงานกันมา ร้องให้กันมา ทะเลาะกันมา เข้ามาร่วมกันตัดสินใจแล้วก็รับหน้าที่ในการผลิต
- ผู้วิจัย หลังจากเริ่มต้นตรงนั้น เข้ามาที่ TCDC ก็ดูงานด้านนิทรรศการมาตลอดหรือเปล่าคะ
- คุณพิชิต ดูมาตั้งแต่เริ่มต้นครับ แต่มีงานอีกงานอย่างหนึ่งคืองานที่ปรึกษาผลิตภัณฑ์ แล้วก็ทำมาประมาณ 2-3 ปี ก็ได้เข้ามารับผิดชอบงานนิทรรศการโดยตรง แต่ก็ยังเป็นลักษณะ cross กันไปหมด ยังต้องทำงานไปด้วยกันทุกฝ่ายอยู่
- ผู้วิจัย เท่าที่ฟังคุณพิชิตจะมีพื้นฐานด้านศิลปะเป็นส่วนใหญ่ งานที่นี้ก็ต้องเน้นการให้ความรู้เป็นหลักด้วยแล้วความที่เราเป็นนักออกแบบเป็นศิลปินเนี่ย มันต้องปรับตัวตรงนี้อย่างไรหรือไม่

คุณพิชิต

การตัดสินใจเข้ามาทำงานที่ TCDC เนื่องจากมีตัวแปรเป็นบุคคลคือ อาจารย์ พันธุ์ศักดิ์ บุญรักษา ซึ่งผมรู้สึกว่าแนวคิดของอาจารย์จะช่วยให้กระตุ้นให้คนรู้สึกว่าจะทำอะไรที่เราจะแสวงหาประโยชน์จากการคิดหรือความคิดของตนเองได้ ก็เลยรู้สึกว่าสิ่งที่ได้เข้ามาที่นั่นมันเหมือนมาโรงเรียน ตัววิสัยทัศน์ พันธกิจต่างๆ ของ TCDC ในยุคแรกเนี่ยมันก็เป็นเหมือนองค์กรที่ทำงานคู่ขนานไปกับระบบการศึกษาหรือสถาบันการศึกษาครับ ซึ่งเรารู้สึกว่ามันมีคำถามอยู่ คือมันแบบเราเรียนจบแล้วจบเลย พอหมดแล้วมันไม่มีที่ต่อ ผมมองว่า TCDC เองไม่ใช่ design center สะที่เดียวแต่มันเป็นองค์กรทางเศรษฐกิจที่ใช้การออกแบบมาเป็น medium หรือเป็นสื่อในการสร้างมูลค่าหรือการต่อยอด มันเลยทำให้โดยพื้นฐานคนที่มาอยู่รวมกันที่นี่คือคนที่เขานักออกแบบมันก็สนุกมากขึ้น มันมีแรงกระตุ้นหรือมุมมองที่ทำให้เห็นว่าสิ่งที่ออกแบบไปเนี่ยมันมีมากกว่าความสวยงาม ก็เลยคิดว่ากระบวนการตรงเนี่ยมันร้อยกันแล้วน่าจะทำให้ตัวเราเองพัฒนาไปด้วย พอมาผนวกกันกับตัวเนื้อหาหรืองานที่ TCDC ทำออกมา คือในยุคเริ่มต้นเรารู้สึกว่าเอางานของ TCDC มันไม่เซยนะ มันน่าสนใจ ยกตัวอย่างงานชิ้นแรกคือ “อีสานกันดารคือสินทรัพย์” เนี่ย ตอนแรกรู้สึก เอ๊ะ มันจะเซยหรือเปล่าจะทำออกมายังไง แต่พอมานั่งคุยกันคือวิธีการคิดมันเริ่มจาก มองความแร้นแค้นหรือกันดารของคนอีสานว่าเป็นสาเหตุของการดิ้นรนหรือพยายามที่จะแสวงหาวิธีต่อสู้ คือภูมิภาคนี้ยากจนแต่ส่งเงินกลับบ้านมากที่สุด คนอีสานไม่เคยเห็นทะเลแต่เป็นชาวประมงได้ คนอีสานไม่เคยไปญี่ปุ่นแต่เป็นพ่อครัวร้านอาหารญี่ปุ่น อย่างเนี่ยครับ เราสะท้อนกลับมาว่าวัฒนธรรมในชีวิตเนี่ยมันกดดันให้คนเราต้องเกิดการปรับตัว ปรับทั้งหมดคือทักษะ ความเชื่อ หรืออะไร ผมเลยรู้สึกว่าเรื่องอีสานเนี่ยมันเรื่องเดิมแต่ที่นี้มองในมุมใหม่ คือตรงเนี่ยอาจารย์พันธุ์ศักดิ์ ก็เสนอวิธีคิดตรงเนี่ย เราก็เลยทิ้งแล้วก็เรียนรู้แล้วว่า เออการจับประเด็นและสร้างมิติใหม่ๆ ให้คนเนี่ยมันน่าสนใจ ก็เลยยังต้องทำให้แน่ใจตลอดว่าการทำงานตรงเนี่ยจะเกิดประโยชน์ได้ คนต้องเข้าใจด้วย ก็เลยรู้สึกสนุกกับมัน

ผู้วิจัย

ยังสนุกอยู่ใช่ไหมคะ

คุณพิชิต

ยังสนุกอยู่ครับ คือเวลาเราทำงานแล้วเราออกไปยื่นดูว่าคนจะชอบไหม คนจะเข้าใจไหม บางทีนิทรรศการออกไปส่องอาทิตย์แล้วเรายังมาปรับแก้อยู่เลยถ้าคน

นักเรียนนิสิตต่างๆ เค้าก็เป็นกลุ่มที่ให้ความสนใจกับการเข้ามาใช้ความรู้หรือมาร่วมกิจกรรมกับเรามาก ขณะนี้เราก็พยายามทำวิจัยเพื่อที่จะหาคำตอบเกี่ยวกับความต้องการหรือภาคอุตสาหกรรมอยากได้อะไรจากเรา ด้วยความที่ผู้ประกอบการของเราอยู่ในระบบที่ทุนนิยมมันแข็งแกร่งมาก คนก็ไม่อยากเสียเวลาทำมาหาเงินนะครับ ในภาพกว้างเค้ามาแล้วอาจไม่พบว่าการออกแบบหรือ TCDC จะไปช่วยหรือเชื่อมโยงไรกับเค้าได้ แต่ในกลุ่มหนึ่งเราก็พบว่าเค้าเข้ามาแล้วถึงเห็นว่าการออกแบบมันช่วยไปพัฒนาสิ่งที่เค้ามีอยู่เดิมได้ มันอาจต้องใช้ต้นทุนบางอย่างที่เพิ่มขึ้นบ้างในระยะแรก มันแต่เค้าก็จะพบว่าเมื่อมันเริ่มเข้าที่เข้าทางผลประกอบการก็จะเริ่มดี คือจริงๆ ไม่ใช่ไม่มีเลยนะครับ มันก็มีผู้ประกอบการรุ่นใหม่เข้ามา แม้ว่าอาจจะแค่สัก 5% แต่เราก็พบว่ามันเป็นส่วนที่ครีมจริงๆ คือเข้ามาด้วยความมุ่งมั่นที่จะมาพัฒนาต่อยอดจริงๆ คืออาจจะไม่ได้มาประจำแต่เค้าก็มา สิ่งที่เราจะต้องตามต่อเนี่ยคือ นักเรียนนิสิตต่างๆ เนี่ยคือเค้ามาอยู่กับเรา 4-5 ปีตั้งแต่เริ่มตั้งต้น เค้ามาสมาเสมอ ทีนี้พอเค้าจบเนี่ยจะยังไงต่อ คือตอนนี้เรามีเค้าอยู่ประมาณ 800 คนนะครับตั้งแต่เริ่มต้นเข้าเรียนมาเลยก็มาใช้ห้องสมุดหรือมาเป็นสมาชิกเรา ทีนี้เราก็น่าจะติดตามว่าพอเค้าจบแล้วจะยังมาไหม ยังมาอยู่ไหม มันก็อาจจะพบอะไรได้ว่าสิ่งที่ขาดไปหรือปัจจัยอะไรที่ทำให้เมื่อคนทำงานหรือเป็นผู้ประกอบการแล้วเนี่ยอาจจะไม่กลับมาหรือไม่มา เราอาจจะพบข้อค้นพบอะไรได้ ผมว่าTCDC เราเองก็ยังไม่มาก 5 ปีที่ผ่านมาและยังมีสิ่งที่ต้องเรียนรู้ปรับปรุงอีกมาก เพื่อจะต้องมาปรับแผนกันอีกทีหนึ่ง มันอาจจะเร็วไปที่จะสรุปอะไรในตอนนี้อย่างไร มันมีลักษณะองค์กรที่ยังไม่ตายตัว ซึ่งผมว่ามันเป็นลักษณะที่ดีนะครับ มันต้องปรับไปเรื่อยๆ

ผู้วิจัย อยากรู้วิธีการที่จะนำเสนอประเด็นหรือเนื้อหาต่างๆ เช่นอย่างนิทรรศการถาวรเนี่ย ต้องมีอะไรถึงออกแบบได้ก็คือเข้าใจได้ว่าอยากกระตุ้นให้เห็นความสำคัญของงานออกแบบจากที่ต่างๆ ทั่วโลก ทีนี้นิทรรศการหมุนเวียนเนี่ยมีกระบวนการทำงานกับมันอย่างไรมันมาจากฐานคิดเรื่องการออกแบบเป็นหลักหรือไม่อย่างไร

คุณพิชิต จริงๆ ผมมองว่าเราก็เบื่อตัวเองเหมือนกันนะบางครั้ง คือเราใช้วิธีว่า ประเด็นต่างที่เราจะทำนี่ เช่น นิทรรศการนี่มันมาจาก 2 ทางนะครับ คือทางหนึ่งคือตอบโจทย์ทั่วไปเลยว่าตอนนี้อุตสาหกรรมต้องการอะไร เช่น ตอนนี้เรื่องพัฒนาสินค้า ตอนนี้

เรื่องพัฒนาแพชั่น ตอนนี้อำนาจเรื่องที่เป็นการนำเสนอแรงบันดาลใจ อะไรทำนองนี้ครับ ส่วนอีกทางหนึ่งคือเราไปคิดกันมาไปแสวงหามาว่าอยากเล่าอะไรอยากบอกอะไร สนุกเรื่องอะไร ลองปั้นกันมาแล้วมาประกบกับความต้องการของอุตสาหกรรมอยู่ดี คือมันต้องเห็นว่าแล้วทำได้จริงยังไง คือไม่ว่านิทรรศการไหนที่ทำเนี่ยมันก็จะเหมือนกับการ หยิบสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เรื่องใกล้ตัว โอกาสความเป็นไปได้ที่คนอาจหลงลืมหรือมองข้ามไป เอามาผ่านกระบวนการออกแบบสร้างสรรค์เพื่อให้มันได้เงิน ได้รายได้หรือที่ได้อยู่แล้วต้องได้เพิ่มไปอีก มันมีแค่นี้ครับ แกนของการทำงานของเราคือแค่นี้ แล้วมันก็น่าจะเป็นหลักที่สอดคล้องพอดีกับ creative economy เราจะทำอยู่เท่านี้ คือมันต้องชัดเจนครับแล้วเราโชคดีที่เราเองมันชัดเจนนี้ได้ว่าความสัมพันธ์ของความคิด การออกแบบแล้วไง แล้วมันต้องต่อยอดเพื่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่าไปพร้อมๆ กัน คือถ้าเราหาเจอว่าเรามีสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมมันหยิบจับด้วย ความคิดสร้างสรรค์และการต่อยอดมันจะเกิดรายได้

ผู้วิจัย

เท่าที่ฟังแล้ว สิ่งที่เราบอกผ่านนิทรรศการหรือเนื้อหาต่างๆ ที่หยิบขึ้นมามันจะไม่ใช่การบอกตรงๆ ว่า นี่นะเรียกว่าการออกแบบ เนี่ยคือความคิดสร้างสรรค์นะเอาไปทำ มันไม่ใช่อย่างนี้หรือเปล่าคะ

คุณพิชิต

คือผมว่าในเบื้องต้นเนี่ย นิทรรศการมันให้สิ่งแรกคือความเพลิดเพลินก่อนนะครับ คนที่เข้ามาเราเลือกไม่ได้ว่าเป็นกลุ่มไหน คนส่วนใหญ่แน่นอนเค้าจะมาเพราะเมื่อมันจะเพลิดเพลิน แต่ที่จริงเราสอดแทรกกระบวนการของการคิด วิธีคิดเกี่ยวกับกระบวนการออกแบบไว้เรื่อยๆ ซึ่งเราเชื่อว่าคนที่มาหาเราซ้ำๆ เค้าจะจับทางได้นะครับว่าเรากำลังพยายามบอกอะไร เราต้องการให้คนเห็น “กระบวนการ” สิ่งของ ภาพหรืออะไรก็ตามที่เรานำมาจัดแสดง มันไม่ใช่สิ่งที่เราจะนำเสนอ แต่เราอยากให้เค้าเชื่อมโยงสิ่งเหล่านั้นกับวัฒนธรรมใกล้ตัวว่ามันผ่านอะไรมาถึงมาเป็นอย่างนี้ เราเล่าผ่านเรื่องพวกนี้เท่านั้นเอง เราเสนอกระบวนการจริงๆ เราจะไปสู่ความสำเร็จของอะไรได้มันต้องรู้กระบวนการ

ผู้วิจัย

คือถ้าเรามองว่าต้องการสื่อสาร “กระบวนการ” หรือ การออกแบบเนี่ยมันคือ “วิธีคิด” เนี่ยนะคะ TCDC เองเลือกใช้สื่อหลายอย่างมากเพื่อที่จะสื่อสารออกไป เรา

- ได้ออกแบบหรือวางระบบของความสัมพันธ์ของสื่อแต่ละตัวใหม่ว่าเขาจะทำหน้าที่สื่อความอะไร
- คุณพิชิต มีครับ คือเราก็ต้องคิดไว้ก่อนคืออย่างนิทรรศการเนี่ยมันจะเหมือนตัว kick off นะครับ พอเสร็จ แต่ละส่วนงานก็จะทำร่วมกันมากำหนด Direction ให้มันไปทางเดียวกันเพราะนั่นมันก็จะเหมือนระบบโดยปริยาย ว่าจากการเริ่มเรื่องเนี่ย แต่ละฝ่ายจะไปทำอะไรได้อย่างเรื่อง “ผี” เนี่ย พอมันออกมาละว่า ผีคือการขายความกลัว เนี่ย educational program ทำอะไร เน้นอนมันมีหน้าที่ educate นะครับก็ต้องคิดต่อละว่าจะสร้างความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับ “กระบวนการออกแบบ” เรื่องผี เนี่ยอย่างไร คือเราไม่ได้ educate เรื่องผีนะครับ ก็จะเห็นว่านิทรรศการมันคือตัวตั้งต้น แล้วเราก็เชื่อมสื่ออื่นๆเข้าด้วยกัน ห้องสมุด ลานกิจกรรมอะไรก็ตามก็แตกตัวร้อยไป ให้ได้ครอบคลุม เหมือนเป็น basic procedure ที่พวกเราต้องทำอยู่แล้วอะครับ มันอาจจะเรียกว่าเป็น strategy คือผมก็ไม่อยากเรียกอย่างนั้นแต่มันคือเราทำจนมันเป็นอัตโนมัติแล้วครับ หรือพอพูดถึงตัว shop เนี่ยครับคือเราก็มีโครงการ “ปล่อยแสง” ทำมาครั้งนี้ก็ครั้งที่ 8 แล้วคืองานดีเข้าขั้นเราก็ส่งเข้าร้านคือทำให้มันครบวงจรนะครับ หรือโครงการ “ต่อยอดสินค้าทำมือสู่ตลาดทำกิน” ก็คือครบวงจร คือมีคนเข้ามาโดยมีผลิตภัณฑ์เดิมมา มาร่วมกันพัฒนาให้ความรู้ด้วยกันจนต้องผลิตได้จริงส่งขายใน shop หรือจากร้านเราเราส่งใครได้อีกบ้าง ต่างประเทศก็มีเยอะ หรือ TCDC Connect นี่ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่เราจะเชื่อมธุรกิจกับธุรกิจ เช่น Designer กับโรงงาน คือเราก็พยายามทำทุกอย่างให้มันเกิดอิทธิพลนะครับ บางครั้งมันก็อาจไป cross กับหน้าที่ของหน่วยงานอื่น จนบางทีก็เกิดปัญหาได้เหมือนกันถ้าเป็นหน่วยงานอื่นนะครับ
- ผู้วิจัย คือบางที่เราต้องไปทำงานร่วมกันหรือไม่อย่างไรใหม่คะ
- คุณพิชิต จะพูดยังไงดี บางทีผมว่ามันเป็นกรรมของประเทศเราเหมือนกันนะครับคือองค์กรกับองค์กรบางที่ทำงานด้วยกัน ข้ามกันไม่ได้ แต่ผมมองว่า TCDC เองโชคดีนะครับคือเราอาจจะเรียกตัวเองว่าเป็นองค์กรที่น่ารักนะครับ เพราะเรามาจากหลากหลาย sector มากทั้งจากสายการเงิน การออกแบบ สายการเมือง การตลาด มันทำให้เกิดเป็นเครือข่ายนะครับ พอเรามีความรู้จักสัมพันธ์กันมันก็

ทำงานร่วมกันกับคนอื่นได้ง่ายนะครับ เราทำงานกับใครก็ได้ทั้งรัฐ ทั้งเอกชน เรา มองว่าเราอยากทำร่วมกับคนอื่นนะครับ เพราะโดยวิถีคิดของเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ มันห้าม centralized มันต้อง collaborated คือยิ่งมันรวมเครือข่าย ได้มาก มันยิ่งส่งผลดีมาก คือลักษณะการร่วมกันมันจะทำให้ขึ้นกันไปเป็นแผง มันไม่สามารถแยกเป็นอันใดอันหนึ่งได้ พอดีเราเองตั้งแต่ระดับผู้ใหญ่ลงมาเราก็ ไม่มีใครคิดว่าแบบจะต้องเป็นงานฉันนะครับ คือเรามองว่าใครทำก็ได้แต่ควร ร่วมกันทำเพราะคนได้ประโยชน์มากที่สุดคือประชาชนครับ เราไม่กลัวงานเราหาย ครับ เราพร้อมจะเป็นส่วนหนึ่งครับ คือเราเชื่อว่าความเป็น physical center ของ เราชัดมากนะครับ เราไม่ต้องกลัว Identity หายนะครับ เราไม่ค่อยกังวลครับ เรา มีต้นทุนที่ดีนะครับ เราไปทำงานกับใครคือเราไม่ต้องได้หน้าก็ได้ครับ ใส่ logo เรา ทำยสุดก็ได้ไม่มีก็ได้ นี่คือตั้งแต่ระดับ senior ก็คิดแบบนี้ครับ

ผู้วิจัย

ถ้าเราจะลอง position ตัวเองอย่างไร

คุณพิชิต

เรามองว่าเราคือบ้านของนักออกแบบ มาอยู่ด้วยกัน ช่วยกัน แล้วให้มันอยู่ได้ อย่างมีความสุข ผมว่าองค์กรเราไม่ได้ใหญ่โต มันมีอิทธิพลในวงวงหนึ่ง ส่งผล กระทบต่อผู้คนจำนวนหนึ่ง แต่ผมเชื่อว่ามันจะขยายตัวไปเรื่อยๆ เราคือหน่วยงาน ราชการที่เป็นองค์กรหนึ่งของระบบเศรษฐกิจที่ใช้การออกแบบเป็น medium เรา ช่วยพัฒนาคนให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้นไม่ใช่เฉพาะเรื่องเงิน

ผู้วิจัย

อันนี้ก็เลยเป็นที่มาส่วนหนึ่งในการสร้าง mini TCDC

คุณพิชิต

คือเป็นการเพิ่มโอกาสนะครับ คือเราไม่อยากจะให้มีความรู้สึกว่าเป็นเรื่องของเมือง หรือกรุงเทพอย่างเดียว เราเข้าไปแทรกเป็นพื้นที่เล็กๆตามสถาบันการศึกษา คือ มันไม่ได้ใหญ่โต เราไม่ได้ปล่อยเค้าลำพังคือเหมือนใช้ตรงนั้นเป็นจุดตั้งต้นจาก ภูมิภาค เค้าต้องการอะไรส่งข่าวมา อยากเข้ามาทำกิจกรรมอะไร ขาดตก งบประมาณอะไรตรงไหนที่เราจะช่วยให้เราก็จัดให้ เข้ามาเยี่ยมชมหรือเวิร์คช็อป อะไร หรือเราไปเยี่ยมเขาอะไรแบบเนี่ยครับ ทำให้มันมีการกระเพื่อมส่งออกไปสู่วงนอกนะครับ อะไรที่มีที่นี้เราก็ส่งออกไปหาเค้า

ผู้วิจัย

มีอะไรที่เค้าส่งมาหาเราไหมคะ

คุณพิชิต

ก็มีนะครับก็มีกิจกรรมที่เค้าส่งเค้ามา อยากทำ หรือส่งแลกเปลี่ยนเนื้อหาอันอะไร ทำนองนี้ เรากำลังจะมี TCDC เชียงใหม่ครับ เรามีตี๊กอยู่ในตัวเมืองเชียงใหม่

- เลย มีรูปแบบครบทุกอย่างเหมือน TCDC กรุงเทพฯ เลยจะเปิดปีหน้าแล้วครับ ถ้า
รออันนี้เปิดได้ก็จะเป็นกำลังใจใหม่ๆให้กับชาวบ้าน
- ผู้วิจัย เหมือนสร้างความคุ้นเคย
- คุณพิชิต เชียงใหม่มีศักยภาพมากนะครับ ทำทายมาก คือถ้าเราจะทราบเชียงใหม่มี
ลักษณะความแตกต่างหลากหลายที่เฉพาะตัวมาก คือเค้าไม่ได้ต้องการเนื้อหา
แบบกรุงเทพฯ คือกรุงเทพฯคือกรุงเทพฯ เชียงใหม่คือเชียงใหม่ เพราะฉะนั้นเรา
ต้องคิดแบบจะเอาเชียงใหม่แบบไหนมาใส่ในศูนย์สร้างสรรค์ที่นั่น เราเอา
วัฒนธรรมเชียงใหม่อะไรมาเป็นแกนเพื่อขยายออก หรืออีกตัวอย่างที่ทำแล้ว
ประสบความสำเร็จหรือที่อุบลราชธานี อันนั้นคืองานเปลี่ยนแปลงห้องสมุดประชาชน
ให้เป็นห้องสมุดกินได้ คืออันนี้ทำแล้วน่าเป็นต้นแบบให้ห้องสมุดอื่นในภูมิภาคนั้น
ทำตามได้ คือทรัพยากรอะไรที่มีอยู่ที่นั่น เนื้อหาหรือสื่อทุกอย่างต้องอยู่หรือ
นำเสนอบนฐานของพื้นที่นั้น คือกลับมาที่จุดเน้นของเราอีกละครับ สิทธิทรัพย์
อะไรที่มี เอามาติดต่อ ออกแบบแล้วขายได้ กินอยู่ได้
- ผู้วิจัย อันนี้ทำให้เห็นภาพชัดและก็ขยายออกสู่ภูมิภาคมากขึ้นด้วยเกี่ยวกับภารกิจที่
TCDC ต้องทำนะคะ
- คุณพิชิต คือตอนนี้เรากำลังต้องกลับมาคุยกันให้มากขึ้นว่าเราควรลุยอะไรต่อหรืออะไรที่
ควรเลิกทำไปบ้างเพราะมันก็ประมาณ 5 ปีแล้วเริ่มเห็นทิศทางแล้ว อย่างหนึ่งที่เรา
ทำได้ตั้งแต่เริ่มต้นพอสมควรแล้วคือการกระตุ้นหรือสร้างให้คำว่า “ความคิด
สร้างสรรค์” มันมาอยู่ในบริบทของภาครัฐ จะใช้ จะพูดกันแบบมีความหมาย ไม่มี
ความหมายไม่รู้แต่ผมว่าอย่างน้อยถ้าในตอนนี้นั้นอยู่ในแผนพัฒนาฯ 11 เราก็รู้สึก
แล้วว่า TCDC เองเป็นส่วนหนึ่ง จากที่เราเริ่มพูดเรื่อง value creation มานะครับ
พอจากตรงนั้นเราก็พบว่าโลกเค้าก็พูดกันเรื่อง cultural industries นะครับ แล้วก็
มา Creative Economy นะครับ จนเรารู้จากการทำงานตรงนี้มาว่าสิ่งที่เรากำลัง
พูดมันสากลมาก ตอนนี้นบ้านเราถ้า creative economy มันดีละ สิ่งที่ต้อง
ตามมาคือ creative city นะครับ หรือไม่ก็ต้องเป็น creative community
เหมือนกับหลายที่ในโลกที่ทำแล้ว
- ผู้วิจัย คือพอพูดถึง Community มันจะดูมีลักษณะของการมีส่วนร่วมมากกว่า city ใหม่
คะ

- คุณพิชิต มันก็น่าจะใช้ นะครับ คือพอมันเกิดจากการรวมกันตัวเอง สอดคล้องกัน ตกลงกัน
 ได้เองแล้วรวมกันมันจะมีพลังกว่า นะครับ แล้วมันจะไม่ top down บางทีมันอาจ
 ไปถึง bottom up ได้ แล้วถ้าภาครัฐเห็นว่าดีก็ลงมาช่วยหรืออาจจะใช้เป็น
 กระบวนการประชาสัมพันธ์อะไรทำนองนี้ ก็ยิ่งดี
- ผู้วิจัย ผลที่ผ่านมากับสิ่งจะเกิดขึ้นในอนาคตจะเป็นอย่างไรคะ
- คุณพิชิต ผมคิดว่าคนที่น่าจะได้ประโยชน์มากที่สุดคือประเทศ นะครับ คือขอแค่มีคนหนึ่ง
 คนที่มาจากนี้แล้วคิดได้ว่าอยากทำอะไร จะทำอย่างไร เราหาช่องทางให้ เค้าไปจ้าง
 คนหรือโรงงานทำ มันก็ไปกระตุ้นระบบเศรษฐกิจแล้ว นะครับ นักออกแบบคน
 เดียวทำอะไรไม่ได้ ต้องจ้างนักการเงิน ต้องคุยกับนักการตลาด คือมันหมุนนะ
 ครับ มันส่งผลสะท้อน นะครับ ก่อให้เกิดการทำมาหากินเป็นวงจรไป นะครับ เรา
 คิดว่าเรายังมุ่งหน้าไปในเส้นทางนี้ นะครับ คือ design and creativity ที่เราให้
 เป็นความรู้หรือแนวคิดแก่ผู้คนเนี่ยแล้วมันไปส่งผล economic movement ต่างๆ
 มันก็จะสะท้อนงานที่เราต้องทำได้เป็นอย่าง คืออยู่แล้ว นะครับ แต่จากนี้คือเราจะ
 ทำงานตรงนี้ต่อไปอย่างไร วิธีไหน อันนี้ นะครับ ที่เราต้องคิดต่อ เราต้องเล่าผ่านตัว
 สื่อ สิ่งที่เราต้องทำต่อคือจะเล่าอย่างไร เราไม่สามารถแล้วที่จะบอกเค้าไปตรงๆ
 ว่านี่คือวัฒนธรรมนะ นี่คือความคิดสร้างสรรค์นะ แต่สิ่งที่เราทำคือเรายกประเด็น
 เรายกสิ่งของหรืออะไรสักอย่างมา แล้วกระตุ้นให้คนดูคิด ตีความ เอามาแปลงได้
 ใหม่ ผ่านประสบการณ์ร่วม จะยกตัวอย่างอันนี้ คือเรารู้จักกางเกงมวยกับนวม
 ชกมวยกันทุกคน โกลัตัวมาก แต่มีคนเอาไปทำเป็นชุดกันเปื้อนมวยไทยกับถุงมือ
 จับของร้อนที่ทำจากนวมครับ อันนี้เราไม่ได้มานั่งบอกเค้าว่ามวยไทยคือ
 วัฒนธรรมไทย หรือชุดกันเปื้อนคือความคิดสร้างสรรค์ แต่ ถุงมือกับชุดกันเปื้อน
 ที่มารวมกับมวยไทยได้นี้ ขายได้ นี่คือการออกแบบของคนไทย มันต้องเล่าแบบ
 หนึ่งใหม่โรงอะครับ คือความเป็นไทยมันยังงี้ เอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยเป็นยังงี้
 เราต้องหาวิธีเล่าที่คนจะสะท้อน นะครับ คือพอดูไหมโรงจบบ เราพบว่าไม่ได้ไปดู
 หนังที่เกี่ยวกับการประชันระนาด คือระนาดเป็นเครื่องดนตรีไทย เออแล้วงี้ คือ
 มันเป็นมากกว่านั้น นะครับ ระนาดเป็นแค่ medium ที่บอกเล่าวัฒนธรรมไทยทั้ง
 ระบบเลยอย่างนี้เป็นต้น นี่คือนี่ที่เราต้องคิด ต้องทำให้คนเห็นกระบวนการ
 เบื้องหลังตรงนี้ คือตอนนี้ผมพบว่ามันมีแนวโน้มที่อะไรที่เป็นไทยๆ พื้นบ้านพื้น

ถีนี่มันจะเป็นที่ยอมรับนะครับ มันเป็นความก็ได้แล้ว อย่างการใช้ภาษาไทยมากขึ้น font ไทยมากขึ้น อันนี้ดีนะครับ แนวโน้มมันมาอย่าง TCDC เองก็ถ้าเป็นงานที่เราเองก็อยากเน้นใช้ชื่อไทย ตัวอักษรไทยมากขึ้น พยายามดันให้คำไทยมันอยู่อะไรพวกนี้ครับ

ผู้วิจัย

อยากทำอะไรที่มากขึ้นไปอีกไหมคะ

คุณพิชิต

เรากำลังลงทำงานใหญ่ ใน Creative Unfold 2011 ทำนองแบบ Creative Festival ขึ้นมา มีการเชิญนักออกแบบ sector ต่างๆเปิดบ้านให้ work shop คือ 30 กว่ารายที่ร่วมกับเราทั้งแพชั่น ดนตรี ภาพยนตร์ แอนิเมชั่น สถาปัตยกรรม กราฟิก ผลิตภัณฑ์ สิ่งพิมพ์ ครอบคลุมมาก แล้วอยากให้คนลงไปรายละเอียดที่ตัวเองสนใจอย่างลึกซึ้ง ถ้าเราทำได้ดีมันก็จะส่งผลถึงงบประมาณหรือโอกาสที่เราจะได้ทำงานในระยะต่อไปได้ขึ้นไปอีก เราเองก็อยากให้งานเรามันประกันคุณภาพตัวเองไปตลอดนะครับ

แบบสรุปคำสัมภาษณ์

คุณ ม.ล.อรุณไพ พนานุรัตน์
สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

วันที่ 9 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2554

สถานที่สัมมนา สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ ชั้น 4 อาคารสำนักงาน

ผู้ถูกสัมภาษณ์ คุณ ม.ล.อรอำไพ พนานุรัตน์

ผู้สัมภาษณ์ ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร

สถานการณ์ที่สัมภาษณ์ แนวคิด แนวทางและนโยบายในการสร้างหรือผลิตสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษากระบวนการทางความคิด การกำหนดแนวทางและนโยบายในการสร้างสาร message creation/ design ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบที่ส่งผลในลักษณะเสริมหรือสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แนวกรอบคำถาม ข้อมูลเบื้องต้นของผู้จัดการพิพิธภัณฑ์

- ประสบการณ์ในอดีต
- ภาวะรับผิดชอบ หน้าที่หลัก ลักษณะงานที่ต้องทำเป็นประจำ
- ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ต่างๆกับสถานภาพหรือบทบาทปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ในฐานะผู้จัดการพิพิธภัณฑ์

- นิยามหรือความหมาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
- การสื่อสาร การสร้างเนื้อหา สร้างสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
- (กระบวนการ SMCR)
- เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้
- วิธีการเล่าเรื่อง หรือ การสร้างเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ
- ผลที่เกิดขึ้น ความคาดหวัง หรือแนวทางในอนาคต

- ผู้วิจัย อยากให้คุณอรอำไพช่วยกรุณาแนะนำตนเองเกี่ยวกับประสบการณ์หรือความสนใจและประวัติการทำงานคร่าวๆ ก่อนที่จะมาเริ่มงานที่นี่นะคะ
- ม.ล.อรอำไพ ตอนนี้พี่ก็เป็นผู้จัดการพิพิธภัณฑน์นะคะ ก็เหมือนแม่บ้านดูแลความเรียบร้อยทั่วไป ทั้งกายภาพและกับบุคลากรของพิพิธภัณฑน์ ทำงานที่นี่มา 2 ปีกว่า เป็นลักษณะการรับนโยบายมาและก็ต้องทำงานประสานงานกับทีมงานฝ่ายอื่น เช่นถ้าจะปรับเนื้อหาพิพิธภัณฑ์จะต้องทำอะไรอย่างไรใช้งบประมาณเท่าไรหรือก็คือต้องร่วมกันกับฝ่ายวิชาการฝ่ายอื่นๆ ด้วย
- ผู้วิจัย โดยหน้าที่หลักของผู้จัดการก็คือดูแลและประสานงานการบริหารจัดการพิพิธภัณฑน์นะคะ
- ม.ล.อรอำไพ ใช่ เพราะต้องประสานงานกับฝ่ายอื่นๆ เยอะ
- ผู้วิจัย ส่วนตัวจบสถาปัตยกรรมมานะคะ เพราะตอนเข้ามาตอนแรกเข้ามาเพื่อดูแลโครงสร้าง งานกายภาพแต่พอดีเป็นคนสนใจด้านประวัติศาสตร์ก็เลยต่อยอดได้เร็ว นะคะ แต่จริงๆ คนที่จะมาทำงานด้านพิพิธภัณฑน์เดี๋ยวนี้ก็มีมีการเรียนการสอนโดยตรงนะคะ เป็นภัณฑารักษ์ หรือการจัดการทางวัฒนธรรม
- ผู้วิจัย ก่อนหน้าที่จะมาทำงานที่นี่ได้ทำงานอะไรมาก่อนบ้างคะ
- ม.ล.อรอำไพ เป็นสถาปนิกนะคะ แต่ก็ไม่ค่อยได้ดูงานด้านออกแบบเพราะความถนัดคืองานโครงสร้างงานก่อสร้าง
- ผู้วิจัย แล้วมันมีผลกับการที่ต้องเข้ามาดูแลพิพิธภัณฑน์อย่างไรบ้างไหมคะ
- ม.ล.อรอำไพ ก็มีนะคะ เพราะหน้าที่หลักคือที่นี่ต้องการคนที่เข้าใจการทำงานกับตึกเก่า นะคะ อย่างที่เราเห็นเนี่ยคือเดี๋ยวจะต้องซ่อม ต้องปรับอะไร เพราะเราใช้อาคารเดิมมาทำพิพิธภัณฑน์ แล้วก็เรากำลังจะปรับพื้นที่เพื่อทำอาคารเอนกประสงค์และก็สร้างออกดิทอเรียมขึ้นมา เพราะฉะนั้นโดยรวมงานขณะนี้มันก็เป็นงานที่เราถนัดอยู่ เราทำได้
- ผู้วิจัย เท่าที่มารับงาน 2 ปี พบกระบวนการหรือรูปแบบการทำงานที่เป็นอย่างไรคะ
- ม.ล.อรอำไพ คิดว่ามันคงต้องปรับอยู่เรื่อยๆ นะคะ ยกตัวอย่าง เรื่องการซ่อมแซมส่วนที่เสียหายของอาคาร เราพบว่ามันลำบาก ด้วยความที่เราเป็นราชการ คือเป็นกึ่งๆ นะคะ บางทีการดำเนินการมันล่าช้า แต่ในความเป็นจริงหลายอย่างมันรอไม่ได้ เพราะเราเป็นอาคารเก่าต้องปรับปรุงตลอดเวลาอยู่แล้ว อะไรเสียเราอยากซ่อม

- ซ่อมเลยจ่ายเงินเลย มันทำไม่ได้ มันมีขั้นตอนซับซ้อน แล้วเราต้องให้บริการผู้คน นะคะ เช่น ห้องน้ำ น้ำร้อนดื่ม เสียหาย อุปกรณ์พังอะไรเนี่ยมันรอไม่ได้ เปรียบเทียบราคาอยู่ไม่ได้ ตรงนี้เองที่รู้สึกว่ามันเป็นปัญหาติดขัดสำหรับการ บริหารจัดการองค์กร
- ผู้วิจัย ถ้าจะถามถึงกระบวนการนำเสนอในพิพิธภัณฑ์ มีขั้นตอนหรือการทำงานอย่างไร บ้างคะ กว่าจะออกมาเป็นนิทรรศการแต่ละครั้ง
- ม.ล.อรอำไพ คำก็จะมีทีมนะคะ เรามีทีมทำงานหลายฝ่าย ต้องมีการประชุมร่วมกัน ใน ลักษณะวางแผนล่วงหน้าประมาณ 1 ปี เช่นนิทรรศการชั่วคราว จะทำปีละ 3 ครั้ง จะทำเรื่องอะไรบ้างก็นั่งดูนั่งคิด พิจารณาแล้วก็ตกลงกัน
- ผู้วิจัย เป็นทีมงานภายในเอง ไม่ได้มีการจ้างที่ปรึกษาหรือหน่วยงานเอกชนใช่ไหมคะ
- ม.ล.อรอำไพ เป็นทีมงานภายในคะ ในการวางแผน ออกแบบแนวคิดของเราก็จะเป็นทีมงาน ภายในซึ่งเราจะใช้วิธีคุยกับทีมที่ปรึกษาซึ่งมาจากหลายด้าน เช่น คุณจิรพันธ์ พิตรปรีชา เป็นที่ปรึกษาเราด้านงานประชาสัมพันธ์ คุณรณฤทธิ์ ธนโกเศศ ซึ่งเป็น นักอนุรักษ์ก็จะดูเรื่องประเด็นเรื่องเนื้อหาให้เรา เราตั้ง Theme งานจากที่ประชุม ซึ่งต้องมาพร้อมกันหมดทุกฝ่ายเลย เพราะเราต้องพยายามให้มันสอดคล้องกันไป เราต้องทำเป็นรายปีเพราะเราใช้วิธีต้องเขียนโครงการเพื่อเสนอของบประมาณ ดังนั้นต้องเขียนโครงการออกมาให้ได้ถึงจะได้เงินมาทำ อย่างตอนเนี่ยเราเริ่มมา ตั้งแต่ปีที่แล้วว่า ในหนึ่งปีเราอยากให้มี event ใหญ่ของปี อย่างปีที่แล้วเราลองทำ Night at the museum เป็นครั้งแรกโดยอยากทำให้เป็นสี่สัปดาห์เลือก theme หิม พานต์ แต่ปีนี้เรามีประเด็นน่าสนใจคือครบรอบ 500 ปีความสัมพันธ์ไทย- ไบรตุเกส เราก็จะหยิบเรื่องนี้มาทำ
- ผู้วิจัย ทำไม่ถึงเลือก Night at the museum มาเป็นกิจกรรมใหญ่ประจำปีละคะ
- ม.ล.อรอำไพ เรามองว่า การเปิดพิพิธภัณฑ์ตอนกลางคืนนี่มันแตกต่าง มันไม่มีที่อื่น เราเปิด กลางวันเหมือนคนอื่นแต่ในหนึ่งปีเราจะมีเปิดให้ชมตอนกลางคืน ซึ่งการเข้า ชมมันก็จะพบแสงสี สีสันรูปแบบที่ต่างออกไป คนที่มาแล้วก็มาได้อีกมาเจออะไร ที่แปลกไปนอกจากพิพิธภัณฑ์อย่างเดียว เรากำลังตอบโจทย์เรื่องความพึงพอใจ เรื่องการกลับมาใช้ซ้ำ การที่คนจะมาซ้ำได้มันต้องเกิดจากการมาเจอสิ่งที่ไม่ซ้ำ อะไรบ้างที่จะไม่ซ้ำมันก็ต้องเป็นนิทรรศการชั่วคราว กิจกรรมเสริมต่างๆ หรือ

นิทรรศการถาวรเองเนี่ย เราก็คิดว่าพอมันถึง 5 ปีเราก็ควรจะต้องปรับเนื้อหาบ้าง มันก็อาจจะช่วยให้เกิดการใช้ซ้ำ คือเราก็อยากสะท้อนให้ราชการเห็นใจเรา เหมือนกันว่า การตั้งเกณฑ์การวัดหรือประกันคุณภาพเนี่ยบางครั้งมันไม่สามารถใช้เกณฑ์เดียวกันได้เนาะคะ อย่างเรา กับ TK Park หรือ TCDC เนี่ยเรื่องการวัดการใช้ซ้ำเราอาจจะน้อยกว่ามากเพราะทั้ง 2 หน่วยงานนั้นเป็นลักษณะห้องสมุดเป็นศูนย์การเรียนรู้ แต่เราเป็นพิพิธภัณฑ์ มันเลยต้องทำงานเพิ่มขึ้นเรื่องการจัดกิจกรรมให้หลากหลายเพื่อให้คนเค้ากลับมา อย่างระบบสมาชิกเนี่ย เราก็ยังหาจุดที่เราจะให้สมาชิกอย่างที่สุดเนี่ยไม่ได้เช่น เป็นสมาชิกแล้วได้เข้าชมฟรี ซึ่งเราก็ให้เข้าชมฟรีอยู่แล้ว กิจกรรมต่างๆ ก็จัดให้ฟรีเกือบทั้งหมด อย่างเนี่ยเนาะคะ มีเรื่องหนึ่งที่ตลกมากคือเรามีปัญหาเชิงกายภาพในแง่ที่ตั้งเหมือนกัน คือคนมาหาเราไม่ถูก คือบอกว่าอยู่หลังวัดโพธิ์ คนก็จะถามว่าแล้วมันตรงไหน ถามว่ารู้จักโรงเรียนราชินีไหม รู้จัก รู้จักวัดพระแก้วไหม รู้จัก เราบอกว่าเราอยู่ตรงข้ามโรงเรียนราชินี คนก็จะถามต่ออีกว่าตรงไหนคือมันแปลกดีเหมือนกัน เราอยู่ปลายตึกเกาะรัตนโกสินทร์เนาะคะ แวดล้อมด้วยสถานที่สำคัญมากมาย แต่ก็ยังมีคนนึกว่า Museum Siam อยู่แถวสยามรีเพล่า แต่ถ้าบอกกระทรวงพาณิชย์เดิม ส่วนใหญ่ก็จะนึกออก แต่บางทีก็มีที่จะมาติดต่อกระทรวงแล้วก็ยังเข้ามาหาเรา ยังคงมีความสับสนบ้าง ประปราย

ผู้วิจัย

จุดเริ่มต้นทำไมเราถึงเลือกพื้นที่ตรงนี้คะ

ม.ล.อรอาไพ

อาจจะเป็นเพราะจังหวะพอดีก็ได้เนาะคะ คือข้อที่ตกลงหลักตอนตั้งสถาบันขึ้นก็อยากให้อยู่ในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์ ก็พอดีกับที่กระทรวงพาณิชย์จะย้ายออก อาคารของกระทรวงเดิมก็สวยทีเดียว เราก็เลยมา โดยรู้ข้อดีกรอบนอกออกเหลือแค่ 2 ตึกคือพิพิธภัณฑ์กับสำนักงาน ก็เนี่ยเรากำลังต้องสร้างอาคารเอนกประสงค์ เพราะเรามีอาคารชั่วคราวที่ใช้สำหรับทุกอย่างเลย นิทรรศการย่อย สัมมนา ฝึกอบรมอะไรก็จัดกันที่นั่น มันก็จะมีข้อจำกัดเพราะมันชั่วคราวเกินไป เราก็เลยอยากได้อาคาร ออดิทอเรียม ที่จะมีห้องสำหรับนิทรรศการชั่วคราวได้ อบรมสัมมนาได้ ห้องฉายหรืออะไรที่ถาวรขึ้น เราใช้เองได้ เราให้คนอื่นมาใช้ได้

ผู้วิจัย

กลุ่มเป้าหมายโดยหลักแล้วเป็นใครคะ

- ม.ล.อรอำไพ จริงๆ แล้วเราพบว่า เสาร์ อาทิตย์นี่ก็จะเป็นครอบครัวซะเป็นส่วนใหญ่นะคะ แต่จริงๆ เราก็ วางไว้ว่ากลุ่มเป้าหมายของเราคือเยาวชน 15-25 ปีนะคะ ช่วงวัยนี้เรา ตั้งใจอย่างยิ่งที่จะให้คนกลุ่มนี้เป็นจุดเชื่อมระหว่างเก่ากับปัจจุบันเพื่อปูทางไปสู่อนาคต อยากให้เค้าเริ่มเข้าสู่การตีความใหม่ๆ เรียนรู้ความเป็นไทยจากอดีตเพื่อมาเชื่อมสู่ออนาคต ซึ่งเราก็พบว่าตอนนี้เป้าหมายเราก็มาแหละแต่เป็นลักษณะ คล้ายๆ จัดตั้ง คือแบบโรงเรียนพามา ครูสั่งให้มาทำรายงาน ครูพามา เค้าก็มาแบบจืดจืด ยังไม่ได้ปรารถนาที่จะสัมผัสเรียนรู้อย่างค่อยเป็นค่อยไปแต่ละห้องๆ
- ผู้วิจัย แล้วเราได้มีการรวบรวมหรือศึกษารูปแบบหรือพฤติกรรมกลุ่มเป้าหมายหรือผู้เข้าชมไว้ ยังไงบ้างไหมคะ
- ม.ล.อรอำไพ มีคะ เราต้องทำ เหมือนเป็นการประเมิน ผลก็ออกมาในลักษณะแบบผิวๆ ค่ะ เช่น มาแล้วสนุก ชอบถ่ายรูป ที่มีอะไรให้ถ่ายรูปเยอะดี ชอบไปอึ้กลองข้อความที่เขียนแล้วลอยขึ้นมาบนศีรษะ อะไรทำนองนี้ ตอนนี้เราก็เพิ่งเริ่มทำแมกกาซีนขึ้นมา เพิ่งเริ่มทำได้ ฉบับที่ 2 เพราะก่อนหน้านี้เราไม่มีคนที่มารับผิดชอบ พอดีเราได้ทีมงานเข้ามาเพิ่มซึ่งดูงานด้านนี้โดยตรง เราก็จะวางรูปแบบกับเนื้อหาตัวเองแล้ว ก็ไปจ้างคนผลิต เพราะเราอยากให้อันนี้เป็นช่องทางที่เราจะสื่อสารกับคนอื่นได้เพิ่มขึ้นอีกนะคะ สำหรับคนที่ยังชอบการอ่าน เราก็จะไปวางตามเครือข่าย วางตามพันธมิตรของเรา
- ผู้วิจัย นอกจากนี้ก็มีการทำพีพีอาร์กันเคลื่อนที่ด้วย
- ม.ล.อรอำไพ อันนี้เราแบ่งเป็น 2 เฟส เฟสแรกนี้ทำมาแล้ว ไปเหนือมาปีที่แล้ว ปีนี้ก็ลงภาคใต้ ตอนนี้ก็กำลังทำอยู่ที่พัทลุง ส่วนเฟส 2 นี้คือเราปรับปรุงรูปแบบกับเนื้อหาแล้ว ก็จะยกไปอีสานนะคะ ก็จะไปหนองคายก่อน โดยแนวคิดก็คือ เราอยากให้เห็นคนส่วนภูมิภาคได้เห็นอะไรที่กรุงเทพฯมี โดดเดี่ยวแรกเราก็คิดถึงเรื่องรถเทอร์ลเลอร์ คือลากไปตามที่ต่างๆ ไปถึงก็เปิดออกจัดแสดง ข้อจำกัดของระบบเทอร์ลเลอร์คือค่าเช่าหัวลากแพงมาก เราหมดงบไปกับค่าขนส่ง ที่นั่งประมาณในเฟสที่ 2 เราจะลดค่าขนส่งตรงนี้อย่างไรก็คิดกันต่อว่าจะปรับยังไงให้งบประมาณที่มีจำกัดมันได้ประโยชน์ที่สุด
- ผู้วิจัย แล้วเนื้อหาที่เรานำไปเป็นอย่างไรคะ ลักษณะแบบเหมือนส่วนกลางหรืออย่างไร

- ม.ล.อรอำไพ พอดีว่าแนวคิดปีแรกมันคือการย่อ Museum Siam ไปให้คนทั่วประเทศได้ดู เนื้อหาหรือการนำเสนอก็จะจำลองจากที่นี่ กิจกรรมต่างๆ ก็จะสอดคล้องกับเนื้อหาเหล่านั้นไป เช่นที่นี่จะมีมุมหนึ่งที่เรานำเสนอเรื่องการขุดค้นทางโบราณคดี แล้วเราก็มีเกมให้เล่น มีแปรงขุด ขุดแล้วเจออะไร เราก็จำลองไป พอปีที่ 2 เราก็มองหากิจกรรมหรือเนื้อหาบางอย่างที่สอดคล้องกับพื้นที่มากขึ้นเสริมเข้าไป เราก็ไปเชื่อมโยงกับหน่วยงานท้องถิ่น หรือเครือข่าย เช่น เทศบาล ทำนองนี้ เราก็จะประสานงานเพื่อกำหนดเนื้อหาหรือร่วมกันเค้ามีอะไรอยู่เราก็มาคุยกัน แต่แนวการทำงานในช่วงหลังนี้เราวางไว้ว่าจะพูดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากขึ้น อยากให้ท้องถิ่นกำหนดความต้องการเองให้มากขึ้น
- ผู้วิจัย ในอนาคตจะมีการพัฒนาเนื้อหาหรือรูปแบบรวมทั้งกิจกรรมอะไรขึ้นมาอีกไหมคะ
- ม.ล.อรอำไพ ก็กำลังเตรียมทีมงานกันอยู่นะคะ ปีหน้าเราจะคุยกันเรื่องปรับปรุงนิทรรศการถาวรซึ่งมันก็สมควรแก่เวลาแล้ว พอครบ 5 ปีก็จะเปลี่ยนได้พอดีกัน แล้วงานก่อสร้างต่างๆ ก็จะได้ทำไปพร้อมกัน เพราะขณะนี้กำลังก่อสร้างรถไฟใต้ดินด้วยนะคะ ภูมิทัศน์เราจะปรับอะไรได้บ้าง อาคารต่างๆ จะอย่างไร เพราะมันก็จะส่งผลกระทบต่อกรวางเนื้อหาหรือรูปแบบกิจกรรมต่างๆ ที่เราจะต้องปรับให้มันสอดคล้องกันไปทั้งหมด
- ผู้วิจัย ถ้าจะเชื่อมโยงบทบาทหน้าที่ของ Museum Siam ในฐานะหน่วยงานภาครัฐที่จะช่วยส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
- ม.ล.อรอำไพ คือถ้าจะให้ตอบคำถามที่เกี่ยวข้องในเชิงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรามีโครงการที่กำลังอยู่ และทำแล้วก็ทำมาสองปีแล้วนะคะ เนื่องจากว่าเรามีร้าน Muse โดยตัวมันเป็นร้านขายของที่ระลึกที่เกี่ยวข้องหรือได้แรงบันดาลใจมากจากพิพิธภัณฑ์ ผลงาน ผลิตภัณฑ์ สิ่งของที่เราคัดเลือกเข้ามาว่ามันพูดถึงเรื่องความเป็นไทยเรื่องภูมิปัญญาที่ใกล้เคียงกับ เราก็เลยมีความคิดว่าจะจัดประกวดออกแบบและผลิตภัณฑ์เพื่อมาวางขาย โดยที่งานต่างๆ เหล่านี้ควรเกิดมาจากแรงบันดาลใจเมื่อได้มาหาเรา อันนี้ก็อาจจะสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรงเลย คือมันมีการคิดต่อยอดและก็วางขายอะไรทำนองนี้ แต่โดยหน้าที่หลักของเราคือเราเป็นพิพิธภัณฑ์เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นไทย คือไทยที่ไม่ใช่เราๆ

- ให้วู้ๆ อย่างเดียว แต่เราบอกว่าเราไทยแบบหลากหลาย เรามีที่มาที่ไป โดยเราเล่าผ่านของที่เราค้นเคยซึ่งมันไม่ได้อยู่ๆ ได้มาแต่มันมีที่มาที่ไป
- ผู้วิจัย คือโดยหลักการก็คือพิพิธภัณฑสถานแล้วในลักษณะย้อนกลับไปหาต้นตอที่มาของสิ่งต่างๆ ที่เรา เรียกว่า ความเป็นไทย
- ม.ล.อรอำไพ คือเราอยากกระตุ้นให้เห็นถึงคุณค่าของการค้นหาความเป็นมา อย่างนิทรรศการเรื่อง “ข้าว” ที่เรากำลังทำอยู่นี้ มันเป็นการแสดงให้เห็นถึงการใช้ชีวิตของผู้คนในอดีต ที่เราอยากถามว่า อยากให้คนมาดูเค้าอยู่กับการตั้งคำถามย้อนว่า ทำไมมันนาต้องเป็นอย่างนั้น เครื่องไม้เครื่องมือทำไมต้องเป็นอย่างนี้ ทำไมต้องทำแบบนี้ ทำแบบนี้แล้วได้อะไรโดยมากมันก็เป็นกระตุ้นผ่านเรื่องราวต่างๆ อย่างเราทำเรื่องผ้า ผ้าสีนี้ยอมยังงั้นทำไมต้องใช้วัสดุแบบนี้ เอาไปตัดเย็บแล้วเป็นยังไง คือเราอยากกระตุ้นให้เกิดการตั้งคำถามถึงที่มาที่ไป แล้วงานนิทรรศการของเรามันจะเป็นตัวบอกคำตอบในลักษณะสะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาของคนไทย แล้วนอกจากตัวนิทรรศการเราก็จะมีงานส่วนอื่นที่เข้ามาอย่างเช่นกิจกรรมต่างๆ ที่เราพยายามจะจัดให้มันเกิดความเชื่อมโยงกัน เพื่อเสริมกับตัวนิทรรศการไปพร้อมๆ กัน เราก็เชื่อว่าด้วยกระบวนการอย่างนี้มันช่วยให้คนเกิดความคิดรอบ ค้นหา ตั้งคำถาม มองเห็นความสัมพันธ์ของความรู้และกิจกรรมที่เราพยายามนำเสนอได้ ก็น่าจะส่งเสริมให้เกิดการต่อยอดต่างๆ ได้ อย่างการประกวดในโครงการ Museum Take away ที่เราได้ผลิตภัณฑฺ์ชนะเลิศเป็นแหวนรูปปลาตะเพียน เราก็มาวางขายในร้าน Muse เราเห็นว่าเยาวชนที่ออกแบบผลิตภัณฑฺ์เค้าคิดต่อจากแรงบันดาลใจที่เค้าได้จากที่นี่ คือปลาตะเพียนไทยอาจจะไม่ใช่แค่ โบบายแหวนแล้ว แต่มันเป็นเครื่องประดับได้ด้วย มันเริ่มเข้าสู่การต่อยอดดัดแปลง เห็นแล้วเกิดแรงบันดาลใจ แล้ว อันนี้อาจจะจะเป็นจุดเริ่มต้นของการเชื่อมมิวเซียมสยามเข้ากับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็เป็นได้
- ผู้วิจัย อยากจะให้ช่วยสรุปแก่นหรือเนื้อหาหลักที่ Museum Siam สื่อสารกับสาธารณะว่าคืออะไร แล้วหวังผลอะไรต่อไปอีกในอนาคต
- ม.ล.อรอำไพ เราอยากพูดว่าเราเป็นหน่วยงานที่มีความตั้งใจมาก อยากบอกสาธารณะชนว่า มาหาเราเถอะ Discovering History, Discovering You เราเล่าเรื่องคนไทย เราเน้นให้ คนไทย มาค้นหาตัวตนความเป็น “คนไทย” ที่นี่ เราใช้วิธีการเล่าเรื่องแบบ

กึ่งๆนิทาน โดยมีเนื้อหาหลักๆเพื่อให้คนเรียนรู้ ความเป็นไทยที่หลากหลายอย่างมีที่มาที่ไป ผ่านการเรียนรู้จากการสัมผัส การเล่น การชมนิทรรศการที่ถ่ายทอดออกมาตามห้องต่างๆ เราอยากบอกว่า เรามี “ราก” นะแต่รากของเราอย่าไปเหมารว่าเรามีเราเป็นของเราขึ้นมาเอง อยู่ๆ มันก็เป็นเอง ไม่ใช่ เรามีที่มาที่ไปบางอย่างเราก็ผสมผสาน บางอย่างเราก็เห็นจากคนอื่นแล้วมาดัดแปลง แต่เราไม่ได้รับมาเฉยๆ เรามีการคิด การเลือก ตามแบบของเรา พุดไปพร้อมๆ กับอธิบายบริบทแวดล้อมเช่น การเมือง ความเปลี่ยนแปลงของโลก ของสภาพทางภูมิศาสตร์ที่มากระทบต่อสิ่งต่างๆ เหล่านั้น เราอยากให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของการดำเนินชีวิตแบบคนไทยที่มีที่มาไปจากสิ่งต่างๆ รอบตัวเรามากมาย ทำนองนี้นะคะ แต่ส่วนที่เราต้องทำเพิ่มเนื่องจากเราเป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD ก็คือเราอยากให้เห็นที่มาหาเราได้เกิดกระบวนการเรียนรู้ต่อด้วยตนเอง ซึ่งเราเชื่อว่ามันมีความเป็นไปได้อยู่ว่าวิธีการมองตนเอง ค้นหาตนเองหรือการมองโลกแบบที่ “ไทย” ไม่ใช่เราคนเดียวแต่มากมายหลากหลายนี้ อาจจะเป็นปัจจัยที่จะสร้างความสามารถในการคิดทำมาหากินหรือที่เรียกว่าเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์นี้ก็ต้องตามกันต่อ

แบบสรุปคำสัมภาษณ์

คุณ รณฤทธิ์ ธนโกเศศ

ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ

วันที่ 17 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2554

สถานที่สัมภาษณ์ ห้องเอนกประสงค์ สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

ผู้ถูกสัมภาษณ์ คุณ รณฤทธิ์ ธนโกเศศ ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ

ผู้สัมภาษณ์ ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร

สถานการณ์ที่สัมภาษณ์ แนวคิด แนวทางและนโยบายในการสร้างหรือผลิตสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษากระบวนการทางความคิด การกำหนดแนวทางและนโยบายในการสร้างสาร message creation/ design ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบที่ส่งผลในลักษณะเสริมหรือสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แนวกรอบคำถาม ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์

- ประสบการณ์ในอดีต
- ภาระรับผิดชอบ หน้าที่หลัก ลักษณะงานที่ต้องทำเป็นประจำ
- ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ต่างๆกับสถานภาพหรือบทบาทปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam ในฐานะที่ปรึกษาและอดีตคณะทำงาน

- นิยามหรือความหมาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam
- การสื่อสาร การสร้างเนื้อหา สร้างสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam
- (กระบวนการ SMCR)
- เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้ Museum Siam
- วิธีการเล่าเรื่อง หรือ การสร้างเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ Museum Siam
- ผลที่เกิดขึ้น ความคาดหวัง หรือแนวทางในอนาคต

- ผู้วิจัย มิวเซียมสยามต่างจากพิพิธภัณฑ์อื่นอย่างไร
- คุณรณฤทธิ์ คือผมว่า เราเคยตั้งคำถามกันว่า พิพิธภัณฑ์นี้ คนเรามากันทำไม ทำไมคนไทยไม่เข้าพิพิธภัณฑ์ ไปอยู่ไหนกัน แต่เราลองตั้งคำถามใหม่ใหม่ว่า พิพิธภัณฑ์แบบไหนกันที่คนไทยอยากเข้า อยากมา เราจะต่างอย่างไร ทำอย่างไรให้มิวเซียมสยามเป็นพิพิธภัณฑ์ที่แตกต่าง หรือ “ทันสมัย” เพราะเราจะพบว่า พิพิธภัณฑ์ที่เอาของไปวาง ไปตั้งไว้ ยกตัวอย่าง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ คือมันเป็นตัวอย่างที่ดีของพิพิธภัณฑ์ที่ไม่ดี คือสิ่งของต่างๆ มันไม่ตอบคำถามในกรณีที่ว่า “แล้วไง” มันมีที่มาที่ไปยังไง เกี่ยวข้องอย่างไรกับชีวิตหรือผู้คน ผมว่ามันคืออะไรไม่สำคัญเท่ากับมันมีความสัมพันธ์กับคนยังไง เพราะฉะนั้นนั่นคือจุดเริ่มของมิวเซียมสยาม เราพยายามเอา “ความรู้หรือภูมิปัญญาในอดีต” มาสู่ “ปัจจุบัน” แล้วนำเสนอหรือจัดแสดงในรูปแบบพิพิธภัณฑ์ ที่เราคิดว่าต้องแตกต่าง ตรงที่คนที่มาดูมาชมแล้วต้องเกิดการเรียนรู้ เกิดการใช้ความคิดที่ค้นพบด้วยตนเอง จากการนำเสนออันนี้ อันแรก อันที่สองคือกระบวนการต่อยอดนะ ถ้าจะให้ผมลองคิด จากการได้รับมอบหมายจากหน่วยงานใหญ่คือ OKMD แล้วเราเนี่ยค้างอยู่นานมาก ตั้งแต่ 2548 จนถึงปัจจุบันเนี่ยถ้าจะมองถึงเรื่องของการทำมาหากินหรือเพื่อเสริมไอ้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เนี่ยเราเพิ่งเริ่มทำนะ เช่น มิวเซียม take away นี่คือครั้งที่ 2 มันก็เป็นรูปแบบหนึ่งใครคิดได้ผลิตได้ก็ดีคือรวบไป ผมว่ามันเป็นเรื่องปัจเจกซะมาก สิ่งที่เราอยากให้มีเกิดคือสาระมันมีใหม่ในตัวผลิตภัณฑ์ สาระที่มันเป็นไทยเนี่ยมีใหม่ จะเป็นไปได้ไหมที่มันจะมีข้าวของที่เราคิดจากสาระด้วย อันนี้ผมว่ามันสำคัญมันจะช่วยให้เกิดความรู้สึกว่าต่อเนื่องยั่งยืน เช่น สมมติเราพูดถึง talking plate จานพูดได้ มันโคตรปัจเจก มันพูด I love you , Be happy คือมันไปไกลกว่านั้นได้ไหม
- ผู้วิจัย อันนี้คือการมองแบบขยายต่อว่าจากจุดเริ่มเรื่องการเป็นแหล่งการเรียนรู้ในรูปแบบพิพิธภัณฑ์แล้วต่อยอดต่อเศรษฐกิจอย่างไร
- คุณรณฤทธิ์ ใช่คือเราอยากให้มองว่า สาระของมิวเซียมสยามที่เราตั้งต้นมาตั้งแต่ปี 2548 คือ “คนไทยมาจากไหน” เวลาที่เราจะนำเสนอหรืออยากให้เห็นเรื่องนี้ เราอยากให้เห็นคนไทยคิดหรือมองว่า เราต้องสนใจเรื่อง “คน” เรื่อง “พื้นที่” ซึ่งคนกับพื้นที่เมื่อรวมกันจะก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า “ภูมิปัญญา” ที่เกิดจากความสัมพันธ์

ของสองสิ่งนี้ เกิดจากการเรียนรู้ของคนกับพื้นที่ที่กลายเป็นความรู้ ซึ่งอันนี้เรามองว่านี่คือต้นน้ำเลย นี่คือหน้าที่เราเลยซึ่งเราก็ตอบใจ แต่วันหนึ่งก็มีการถามเราถึงการต่อยอด ซึ่งการต่อยอดนี่คือการเอาไปใช้ เอาไปทำมาหากิน ยังไงล่ะ เราก็คิดถึงเรื่องการถอดรหัส เพราะเราเป็นหน่วยงานที่ให้ความรู้เป็นสำคัญนะ สิ่งที่เราทำคือ อูบายอะไรล่ะ ตัวช่วยอะไรล่ะที่จะก่อให้เกิดเรื่องพวกนี้ การศึกษาภูมิเก่าแล้วมาคิดต่อว่ามันจะมีคุณค่าอะไรได้ในปัจจุบันนี้สำคัญมากเพราะฉะนั้นเราก็ต้องแสวงหาวิธีที่หลากหลาย ตอนนั้นเราก็พยายามสรุปว่า ถ้าจะต่อยอดมันทำได้ 2 ระดับคือ ระดับที่ 1 ต่อยอดแบบง่าย คือภูมิปัญญาไหนเป็นภูมิปัญญานั้น ผ้าเป็นผ้า เครื่องทอที่นั่นมาทอที่นี่ ตรงๆ อันนี้แบบแรก ระดับที่ 2 คือต่อยอดแบบถอดรหัสหรือตีความ อันนี้เราขาดมาก ซึ่งที่จริงเราทำได้อีกเยอะ เราเป็นสังคมที่มองภูมิปัญญาได้หยุดนิ่งมาก ยังไม่คิดต่อโดยเฉพาะกับโลกที่เทคโนโลยีมันเข้าถึงง่ายขนาดนี้ ยกตัวอย่างที่ญี่ปุ่นเค้าแปลความเรื่องกล่องข้าวหรือเบนโตะของเค้า มาเป็นการผลิต Walkman มาคิดต่อเป็น mobile คือการเคลื่อนย้ายไปไหนก็ได้ของสิ่งต่างๆ เหมือนที่เค้าพกกล่องข้าวไปไหนมาไหน ซึ่งขั้นนี้ก็คือสุดยอดเลย ต่อยอดแบบถอดรหัสเห็น function แล้วไม่ใช่รูปแบบ ทำยังไงดีเราอยากให้คนไทยต่อยอดถึงขั้นนี้ ซึ่งมีวิเศษสยามทำเองไม่ได้ เราพบว่าพุดง่ายๆเราต้นน้ำอะ เราเห็นว่า TCDC ใจต่อยอด เราเป็นองค์กรภายใต้ OKMD ด้วยกัน แต่เราก็คงพบอีกว่าทุกวันนี้ TCDC เค้าก็ทำงานผ่านนิทรรศการด้วย อ้าว เหมือนเราเลยแล้วทำไมไม่ทำร่วมกัน ต่างคนก็ต่างเติบโตไปต่างๆ ที่เรื่องมันควรหรือมันจะต้องเชื่อมโยงกัน ไม่งั้นเนี่ยอีกหน่อย สพร.เองก็ต้องเพิ่มบุคลากรทางด้านนี้ด้านออกแบบเนี่ยเพื่อต่อยอดสิ่งนี้ไปทั้งที่เราควรร่วมกันได้ เรามีต้นน้ำให้ครับ เราอยากให้ได้ข้อมูลภูมิปัญญาของเราให้มากกว่านี้ อยากให้มาเชื่อมกับงานเรามากขึ้นอีก ให้ขึ้นไปทั้งสังคม ไม่ใช่เรื่องของรสนิยมหรือเรื่องความสนใจเฉพาะบุคคล คืออยากให้เห็นไปด้วยกัน

ผู้วิจัย

คุณบรรณฤทธิ์

คือผมอยากให้เห็นร่วมกันจนเป็นวิถีชีวิตหรือให้การออกแบบคือแบบที่มีรากความเป็นไทยด้วยนะ มันอยู่ในสังคมเลยมันไม่ใช่แค่ผู้ประกอบการหรือตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งมันอาจต้องมองย้อนไปถึงความเป็นไทยหรือภูมิปัญญาไทยอะไรให้มาก เราเองนอกจากนิทรรศการเราก็อ่านนิทรรศการเคลื่อนที่ เรามีการทำงานกับ

เครือข่ายคือเพื่อกระตุ้นให้คนเกิดการเรียนรู้ เรียนรู้ตนเองด้วยตนเอง แต่เรายังขาดการบูรณาการที่ครอบคลุมและหลากหลาย ผมว่าเราต้องทบทวนยุทธศาสตร์ที่ว่าด้วยเรื่องการเป็นเครือข่ายมากกว่าคู่แข่ง

ผู้วิจัย

แปลว่าสำหรับมิวเซียมสยามเองการบูรณาการคือสิ่งจำเป็น

คุณรณฤทธิ์

ใช่เลย อีกอันที่เป็นปัญหา คือเราก็คาดความรู้ในแง่ความรู้อื่นได้อีกบ้างที่จะเชื่อมสังคมเข้าหากัน โดยเฉพาะความรู้จากคน จากบุคคล อย่างนักปราชญ์ทั้งหลาย ในประเทศนี้เรามีปราชญ์อยู่มากมาย ซึ่งความรู้เค้ามีหลายระดับ บางคนเป็นระดับวิพากษ์ บางคนเป็นระดับปรัชญา เราจะรวบรวมประมวลความรู้แบบภูมิปัญญาของปราชญ์ไทยเหล่านี้มานำเสนออย่างไร อีกอย่างหนึ่งคือวิธีการ นอกจากความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาไทยที่เรายังตกผลึกไม่พอ วิธีการนำเสนอความรู้เหล่านั้นของมิวเซียมสยามเองก็ยังไม่ค่อยชัด อยู่ ยกตัวอย่าง นิทรรศการเรื่อง Trend ที่จัดอยู่ตอนนี้ อุบายหรือกลวิธีเกี่ยวกับการสัมผัส ซึ่งเคยเป็นจุดแข็งของเรามันหายไป เราเคยอยู่บนจุดยืนเรื่อง Look, Read, Touch, Learn เพื่อให้เกิดความสนุกที่จะเรียนรู้ มันหายไป ซึ่งจริงๆ นั่นคือปรัชญาของเรา คือแนวคิดที่ว่าคนที่มาพิพิธภัณฑ์เค้าจะได้รู้หรือจดจำเรื่องราวอะไรเกี่ยวกับความรู้ต่างๆ เนี่ยมันสำคัญไม่เท่ากับเค้าได้เกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างปราศจากความกลัว เค้าต้องได้รับประสบการณ์จากประสาทสัมผัสต่างๆ ด้วย

ผู้วิจัย

เน้นที่กระบวนการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงใช่ไหมคะ

คุณรณฤทธิ์

คือผมอยากให้สังคมเกิดการเรียนรู้เชิงประจักษ์เยอะๆ ยกตัวอย่างเรื่องการใช้กระบวนการเรียนรู้แบบโบราณคดีในประเทศอังกฤษ ที่เค้าสนับสนุนให้เด็กและเยาวชนเกิดการเรียนรู้จากการฝึกฝนด้วยกระบวนการสำรวจแบบนักโบราณคดี ให้เด็กรู้จักการสังเกต การขุด การพิสูจน์อะไรต่างๆ มันไม่สำคัญว่าเค้าจะเห็นหรือขุดเจออะไรแต่กระบวนการเรียนรู้มันสอนให้เด็กเข้าใจสภาพหรือสิ่งแวดล้อมรอบตัวรู้จักแสวงหาคำตอบที่ไปที่ไป วันหนึ่งเด็กและเยาวชนหรือกระทั่งผู้ประกอบการที่ได้มีประสบการณ์เรื่องนี้จะพลังที่ช่วยเหลือภาครัฐได้ เค้าจะตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งต่างๆ รอบตัว วันหนึ่งเค้าไปพบเห็น ขุดเจออะไรเข้า เค้าก็จะนำมาส่งเข้าสู่ส่วนกลาง ซึ่งเราทำได้ไม่มาก เรายังไม่มีแนวคิดแบบที่

ท้องถิ่น ชุมชน หรือครอบครัวเป็นฐานเข้าสู่ส่วนกลาง เรายังคิดจากส่วนกลาง
 เยอะ ในต่างประเทศก่อนเกิดสังคมการเรียนรู้ ก็มีการให้ความรู้มีการทำงาน
 ร่วมกันระหว่างเด็ก ผู้ใหญ่ พ่อแม่ มันทำให้เกิดสังคมการเรียนรู้ตั้งแต่ระดับ
 ครอบครัว ซึ่งมันต้องอาศัยการสื่อสารสองทางหรือการสื่อสารแบบมีส่วนร่วม ที่
 ผ่านมาเราสื่อสารทางเดียวเยอะ เช่นเราไม่เคยมองเครือข่ายอื่นที่ไม่ใช่พิพิธภัณฑ์
 เช่น สถาบันการศึกษา หรือ ชุมชน อย่างชาวบ้านต่างๆ นี่ที่จริงเค้านี้แหละใกล้ชิด
 ภูมิปัญญาต่างๆ มาก หรือกรมศิลปากรเอง บางทีเราก็มาแข่งกันเองต่างมองกัน
 เป็นคู่แข่ง ตอนนี้อาจจะจับมือคนให้มากกว่านี้

ผู้วิจัย

นอกเหนือจากเรื่องความรู้หรือการบูรณาการแล้ว ฟังดูเหมือนจะมีปัญหาอะไรอีก
 นอกจากนี้ไหมคะเกี่ยวกับการพยายามสื่อสารในรูปแบบของพิพิธภัณฑ์

คุณรณฤทธิ

อยากให้สังคมเราเข้าใจเรื่อง non object museum, but story museum ซึ่งเรา
 เพิ่งเริ่มทำความรู้จักกับมันและหลายคนยังไม่เข้าใจเรื่องนี้ว่า พิพิธภัณฑ์ไม่ต้องมี
 ของมาตั้งมากมายก็ได้ หรือการเรียนรู้ไม่ต้องเกิดจากการตั้งวัตถุแล้วขึ้นป้าย
 อธิบายวิธีเดียวก็ได้ แต่เราต้องเน้นการเล่าเรื่อง เราก็โชคดีที่ได้ทีมที่เข้าใจเรื่องนี้
 มาช่วยกันผลิตเนื้อหาวางแบบการสร้างพิพิธภัณฑ์ ตัดสินใจตรงที่ เราเอง
 วางเป้าหมายว่ากลุ่มหลักที่เราอยากคุยด้วยคือวัยรุ่น แต่คนที่ผลิตเนื้อหาหรือทีม
 เนี่ยยังไม่ถึงวัยรุ่น ขณะที่คนออกแบบหรืองานดีไซน์เนี่ยมันโอเคเลยแต่เนื้อหา
 มันไม่ได้ เช่น เรื่องบรรยากาศเรื่อง space นี่คนชอบ แต่ความจริงถ้าทำได้
 มากกว่านี้ก็อยากเพิ่มสีสัน เพราะเราเคยทำ focus group กับเด็กๆ แล้วเราพบว่า
 เด็กๆไม่ชอบอาคารเก่า เพราะกลัว เด็กๆอยากเห็นอะไรที่เค้าคูลๆ บ้างสดใสบ้าง
 อาจเป็นสาเหตุเดียวกับที่พิพิธภัณฑ์ Louvre ต้องสร้างพีระมิดแก้วหรือเปล้า วิธีที่
 มิวเซียมสยามพยายามทำก็สอดคล้องกับปรัชญาเราคือ อย่างถ้าเรามีอาคารเก่า
 เรายังต้องเสริมด้วยอาคารใหม่ เก่าคืออดีต การผสมผสาน เก่ากับใหม่มาด้วยกัน
 คือปัจจุบัน เก่าคืออดีต ใหม่คือปัจจุบันที่ขาดอดีต เก่ากับใหม่มาด้วยกันคือปัจจุบันที่
 มีราก คือถ้าเราอยากพัฒนาอย่างยั่งยืนเราต้องย้อนกลับไปดูอดีตอย่างต่อเนื่อง
 เพื่อมาอธิบายปัจจุบันแล้วมองไปข้างหน้า

ผู้วิจัย

นี่คือเนื้อหาหลักด้วยหรือเปล้าคะที่ต้องการสื่อสารกับสังคมว่า เรามีรากอย่างไร
 แล้วเราจะต่อยอดจากสิ่งที่มีไปสู่อะไรได้บ้าง

คุณธณฤทธิ

ก็จริงๆ เราเรียกมันว่า “ภูมิปัญญา” นะครับ หรือเราจะเรียกมันว่าองค์ความรู้ของคนไทยก็ได้ เราต้องรู้เท่าทันว่า ความรู้เก่าที่เราเคยมีเราละเลยมันไปมันเป็นอย่างไรร อันที่จริงเราควรหันกลับไปศึกษาภูมิปัญญาเดิมเราหรือไม่เพื่อตอบสนองการแก้ปัญหาหรือการใช้ชีวิตตั้งแต่เดิมมันก็เกิดขึ้นแล้ว แต่เราคนไทยในอดีตผ่านมาได้ ในขณะที่เรามีความก้าวหน้าทางวัสดุมากมายที่เราน่าจะปรับมันแล้วสามารถแก้ไขหรือป้องกันปัญหาหลายอย่างได้ บางอย่างมันถูกละเลยไปเพราะเราได้รับความรู้จากแหล่งอื่นจากภายนอกแล้วมองข้าม “ภูมิ” เดิมของเราหรือไม่ ที่มิวเซียมสยามพยายามให้เราลองย้อนกลับไปหาภูมิปัญญาบางอย่างของเราที่มันสามารถอยู่ในรูปแบบร่วมสมัยได้ ซึ่งตรงนั้นต้องการการถอดถอดการถอดรหัสอย่างเรื่อง “เมื่อน้ำ” จริงๆ คนไทยอยู่กับน้ำ เรากำลังเผชิญปัญหาน้ำท่วม ถามว่าสมัยก่อนน้ำท่วมหรือไม่ คำตอบก็คือท่วม เราจะหาว่ามันท่วมหนักกว่าเดิม คือมันก็อาจเคยหนักกว่านี้ ทำไมเนเธอร์แลนด์ ถึงเอาบ้าน เอาโรงงาน เอาพาร์ตเมนต์ขึ้นแพหมดแล้ว เพราะเค้าต้องอยู่กับน้ำ เค้าเป็นสังคมเมื่อน้ำเหมือนเรา อันนี้เป็นตัวอย่างเรื่องหนึ่งเลยที่เราละเลยภูมิของเราหรือเปล่า จากภูมิปัญญาคือความรู้ที่คนสร้างขึ้นในพื้นที่ที่เราอยู่กันนี่เราจะถอดถอดอะไรได้ เช่นถ้าจะถามเรื่องการออกแบบ นี่เราออกแบบอะไรกันบ้างในสังคมไทย แค่เรื่องเมื่อน้ำนี่สำคัญมาก เราได้รับการกระตุ้นอะไรบ้างใหม่จากธรรมชาติว่าเราลืมนิยามเมื่อน้ำของเราไปไหม

ผู้วิจัย

อยากให้สังคมหันมาเรียนรู้ “องค์ความรู้” แบบไทยผ่านการเรียนรู้ด้วยตนเอง

คุณธณฤทธิ

ความรู้แบบไทยที่ต้องเน้นว่า **ไทย ของเราคือหลากหลาย**นะ จุดเน้นของที่นี่คือภูมิภาคสุวรรณภูมิ นี่เป็นส่วนสำคัญในการสลายพรมแดนอย่างแท้จริง เราทำได้ใหม่เรื่องที่ว่าความเป็นไทยไม่ใช่ไทยเดี่ยวๆ วัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาไทยนั้นมันคือภูมิภาคนี้ทั้งหมด มันคือลาว เขมร พม่า อินโด หมดนี่ละ เช่นตอนนี้เรากำลังจะรวมอาเซียน แต่เรามีประวัติศาสตร์พระนครที่หลากหลายพอไหม เรายังเกลียดพม่าอยู่หรือเปล่า เรายังมองจากมุมเราว่าเราคืออยู่คนเดียวอยู่ใหม่ ซึ่งอย่างแหล่งความรู้อย่าง TK Park นี่หนังสือหน้าต่าง ๆ สนับสนุนความหลากหลายใหม่ ความร่วมสมัย ความรู้ที่หลากหลายมากหรือเปล่า มันก็เป็นคำถามที่ต้องแก้กัน อันนี้ยกตัวอย่างนะครับ เราเองเราก็พยายามทำแม้ว่าจะมีการตั้งคำถามเราก็

ต้องพยายามหาคำอธิบาย อย่างในห้วงประเทศไทยเราบอกว่า เราไม่พูดถึง
 สุขุขทัย เราก็ต้องบอกว่า อาณาจักรสุขุขทัยก็คืออาณาจักรสุขุขทัย อาณาจักร
 อยุธยาก็คืออาณาจักรอยุธยา ไม่ใช่ราชธานีของประเทศไทย ประเทศไทยเกิดเมื่อ
 ไห่ร์ เมื่อสมัยรัตนโกสินทร์นี่เอง เพราะฉะนั้นอยุธยาคือรัฐ ไทยไม่เคยรบพม่า
 สุขุขทัยไม่ใช่ราชธานี อย่างนี้เราพูด เราพยายามพูด พูดแล้วมีเรื่องมีปัญหาเราก็
 พยายามพูด เราอยากให้คนไปค้นต่อ ตั้งคำถามกันไปอีก นั่นถึงจะเรียกว่าเกิด
 การเรียนรู้

ผู้วิจัย

การเรียนรู้ลักษณะนี้อาจต้องใช้เวลา

คุณรณฤทธิ

อันนี้คือเรามองว่าอีก 20 ปี ตอนที่เราไปไว้ก่อน ในหลายประเทศก็ต้องอาศัยเวลา
 เช่นเดียวกัน เช่นในอังกฤษ ก็ใช้เวลานานในการสร้างสังคมการเรียนรู้คือตั้งแต่ปี
 1980 มาจนถึงปัจจุบัน เราก็ต้องสร้างสังคมการเรียนรู้ไว้รอ เพื่อการสร้างคน แต่การ
 เรียนรู้ต้องหลากหลายเช่น TK Park นี้ใครจะคิดว่าเป็นห้องสมุดอ่านอย่างเดียว
 แต่ไม่ใช่แค่ อ่าน ดู ฟัง แล้วทำ คืองานเค้าหลากหลายมาก ซึ่งอันที่จริงเราก็ต้อง
 ทำแบบเดียวกันคือต้องสร้างวิธีการเรียนรู้ที่หลากหลาย แต่พอเราเห็นเค้าทำแล้ว
 เราก็เลียน เรากลัวซ้ำ เราคิดเยอะเลยเรื่องอุบาย เช่น ลูกทุ่ง แสดงคอนเสิร์ต Night
 at the Museum มีการแสดง มีละคร คือบางที่การทำงานของเรามันเสียเวลาและ
 งบประมาณไปกับการนั่งคิดรูปแบบเรา ขาดโอกาสที่จะวิจัยพัฒนาสาระ คือคน
 ที่มาหาเรามันรับอย่างเดียวมันเป็นการเรียนรู้เบาๆ คือจะนึกแต่รูปแบบ รูปแบบ
 กิจกรรมโน่นนี่ แล้วไงต่อ มันตอบโจทย์งานเราปรัชญาเราเรื่อง รากเหง้าภูมิ
 ปัญญาอย่างไร นำไปสู่การถอดรหัสอย่างไร

ผู้วิจัย

คือมาได้ความเพลิดเพลินเป็นเบื่องต้นก่อนหรือเปล่าคะ

คุณรณฤทธิ

ซึ่งนั่นแหละ มันเป็นแค่อุบาย แต่เราต้องมองเรื่อง narrative based design ด้วย
 มันมีสาระด้วยมีแก่นด้วยว่าเราจะบอกอะไร อันนั้นเรายังขาดอยู่ไหม เรายืนยันแต่
 อุบายแต่ในรายละเอียดเล็กๆ มีไหม อย่างที่กำลังมองเรื่อง outdoor installation
 ต่างๆ มันอาจจะจะเป็นอุบายที่ต้องการเรื่องราวด้วยไหม อย่างภูมิของเรานี้คือเกาะ
 รัตนโกสินทร์ ถ้าจะพูดเรื่องเศรษฐกิจหรือเรื่องปากท้องทำมาหากิน เค้าแค่ปัจจัย
 4 แล้วเรามาทำให้เป็น interpretation in landscape อย่างเรื่องอาหาร เราไป
 เลย์ท่าเตียน ปากคลองตลาด เรื่องยา เรามีวัดโพธิ์เป็น site เลย เรื่องเครื่องนุ่งห่ม

เสื้อผ้า มีทั้งพาดูร์ด สำเพ็ง เราจะประกาศตัวใหม่ว่าเราจะเป็นผู้สร้าง living museum กัน พี่มองว่า TK Park เค้าก็ถูกทางแล้วเรื่อง media text คือมันไม่ใช่แค่ดูบายแล้วแต่มันคือสาระที่อยากเล่ามันเล่าผ่านอะไรได้บ้างเค้าก็ไปพัฒนาหาสื่อ ไปสร้างเครื่องมือ มันต่างกันตรงนี้ เราต้องประเมินแล้วว่าเราจะใช้งบประมาณอย่างไรให้กระบวนการเรียนรู้มันมีเรื่องราวด้วยแล้วได้ประสบการณ์ด้วย ยกตัวอย่างอีกเรื่อง เช่น เรามีโบราณสถานเยอะมากที่ตั้งป้ายบอก มันไม่พอแล้วจุดสำหรับมืออยู่บำรุงรักษากันมากมาย เราต้องพัฒนาเรื่องเครื่องมือในการสื่อสารของพวกนี้ให้มี story ต่อด้วยการผสมผสานสื่ออื่นๆเช่น ดนตรี ศิลปะหรือการแสดงที่ไม่ใช่ฉายแสงสีเสียง ดังนั้นมิวเซียมสยามก็พยายามเล่าเรื่องนะ แต่เราอาจยังขาดการพัฒนาเรื่องสื่อที่หลากหลาย เราต้องการการเชื่อมโยงเรื่องครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ เพื่อพัฒนา “กระบวนการเรียนรู้” เพื่อเกิดการเชื่อมโยงและก็ต่อยอด อย่างเนี่ยนะครับ เราอาจลงไม่ถึงคนทุกกลุ่ม การสร้างเรื่องราวหรือสร้างตัวละครเพื่อจะเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันเป็นวิธีที่เราพยายามทำ คือเราก็พบว่าคนที่มาหาเราเนี่ยได้ความเพลิดเพลิน อาจได้เรื่องแต่ยังไม่ได้ความรู้ ซึ่งจริงๆ ความรู้เนี่ยคือแกนของเรา เพราะเราอยากให้เห็นภูมิปัญญา ซึ่งเค้าต้องถอดรหัสให้ได้ แต่ก็ต้องยอมรับนะครับว่าความรู้หรือองค์ความรู้ที่เรามีเนี่ยมันมีการขาดตอนไปตอนที่เรายู่งกับสงครามโลก ซึ่งความรู้แบบไทยของเราถูกชะงักไปเพราะเราต้องรับความรู้จากตะวันตก จากการเร่งพัฒนาประเทศไปตามแผนพัฒนาต่างๆ ช่วงหลังสงคราม เราลืมไปแล้วว่าเราจะอยู่อย่างไรแบบที่เหมาะสมกับเรา เราสูญเสียความเป็นตัวของตัวเองไป จะเรียกว่ายิ่งกว่าถอยหลังเข้าคลองอีก

ผู้วิจัย อันนี้คือปัจจัยด้านการเรียนรู้แบบผสมผสานความรู้เก่าหรือภูมิปัญญาหายไปไหนคะ

คุณรณฤทธิ์ ใช่ เรายังแบบขาดการเชื่อมโยงความต่อเนื่องสิ่งๆที่เราเคยมีอยู่เดิม พอเราจะกลับมาเราก็เอามาแบบรำไทยอะ คือเอามาเป็นแบบสัญลักษณ์ แล้วมันคงง่ายดีที่เราจะชื่นชมกับวัฒนธรรมเชิงสัญลักษณ์ ก็ให้รู้ว่ามันมีอยู่ แต่มันขาดการถอดรหัสเรื่องความรู้หรือภูมิปัญญาที่ซ่อนอยู่ อย่างเรื่องปุ่นไทย ไทยเราเคยมี เราทำเองได้ก็ตั้งที่เห็นตามโบราณสถานต่างๆ แต่ช่วงหนึ่งเราซื้อความรู้มาจากเดนมาร์กแล้ว

ปูนซีเมนต์ไทยอันนี้ขอออกชื่อเลย เราชื่อความรู้เค้ามาผลิต ทำไมเราไม่เอาความรู้
 เรื่องปูนไทยปูนในอดีตมาทำเองเป็นของเรา นี่เป็นตัวอย่างง่าย ๆ ที่ทำให้เห็นว่าเรา
 คิดไม่ต่อ ไม่เป็นความต่อเนื่องจากสิ่งที่เราเคยเก่งเราเคยมี ซึ่งเค้าเรียกว่าภูมิ
 ปัญญา นะครับ แล้วก็ยังต่อเนื่องมาอีกองค์กรใหญ่ ๆ ที่เป็นผู้นำความคิดคนอย่าง
 ปูนซีเมนต์ไทยนี้มาสร้างบ้าน Heim เราเอาความรู้เรื่องวัสดุศาสตร์และภูมิสถาปัต
 ฏิปูนมาทำไม มันตอบเรื่องรูปแบบการค้ำึงถึงสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต
 วัสดุอย่างเดี๋ยวนั้น ซึ่งก็ไม่ใช่สภาพแวดล้อมแบบไทยด้วย เราเป็นเมืองน้ำที่ไม่ใช่
 เมืองเกาะ ทำไมไม่คิดสร้างบ้านที่ไม่ต้องแพงมากขนาดนั้นแล้วตอบสนองการ
 ดำรงชีวิตของคนไทยตามภูมิศาสตร์ไทย เราอาจไม่สามารถกลับไปพูดเรื่อง
 บ้านเรือนแพแล้วเพราะกฎหมายมันไม่เอื้ออำนวยแล้ว แต่นั่นแหละมันก็ต้อง
 ยอมรับว่ามันมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตเรา มิวเซียมสยามอยากทำอันนี้ เราอยาก
 พัฒนาความรู้แบบต่อเนื่องอย่างนี้ ที่คนไทยเรามี ผมพูดแค่เรื่องปัจจัย 4 อาหาร
 ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม ยา อย่างนี้ เราคุยได้เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้โดยทั้ง
 ระบบ แต่เราต้องถอดรหัสเรื่องความต่อเนื่องขององค์ความรู้จากอดีตด้วย อย่าง
 อภิญญาเบสท์ หรือผ้าไทย ทำได้ เราต้องการการสื่อสาร อย่าง 3 องค์กรเนี่ย TK
 Park TCDC Museum Siam เนี่ยต้องทำงานร่วมกัน เราต้องการเพื่อน เราต้อง
 สร้างเครือข่าย การเรียนรู้ การออกแบบ บนพื้นฐานของ “ภูมิปัญญาไทย” ใน
 บริบทของสังคมเลยนะไม่ใช่ปัจเจก เราควรช่วยกันทำเช่น สมัยสุโขทัย มันมีการ
 ออกแบบอะไรใหม่ ในระบบทุกระบบเลยนะ กิน อยู่ การปกครอง สังคม ศาสนา
 ทุกอย่างมันเป็นภูมิปัญญา มันเคยมีการออกแบบให้อยุ่รอดได้ไหม เราเอาอะไร
 มาใช้ในวันนี้ได้ ต่อยอดอะไรได้อีก ภาพการพัฒนาภูมิปัญญาไทยให้กลับมามัน
 ต้องแสดงความเป็นไทยในแง่ Function ให้มากกว่า Form คือถ้าเราติดอยู่แค่
 รูปแบบเราก็จะหาคำอธิบายไม่เจอ ถอดรหัสไม่ได้ สร้างสรรค์ไม่ออก เราจะถูก
 กรอบด้วยวัฒนธรรมเชิงสัญลักษณ์มากเกินไปทั้งที่มันควรเป็นวัฒนธรรมเชิงวิถี
 ชีวิต เราไม่ต้องมาบอกหรือบอกว่าวัฒนธรรมของชาติคือการยิ้มและยกมือไหว้
 เพราะเราเป็นคนไทยในแบบนั้นอยู่แล้ว หน้ายิ้ม มีสัมมาคารวะเราก็อยู่แล้ว
 อีกเรื่องที่ยากฝากเพิ่มเติมในฐานะที่ ทั้ง 3 หน่วยงานคือ TK Park, TCDC และ
 Museum Siam เองต้องช่วยกันทำคือการผลิตและถ่ายทอดความรู้แบบไทยเอง

ไม่ใช่แปลคำมาหรือซื้อความรู้จากต่างประเทศมาอย่างเดียว คือเราอาจามา
เพื่อเป็นกรณีศึกษาแต่มันต้องไม่ล้นจนลืมนะว่าบางเรื่องเราพูดมานาน เราก็มีของ
เราเองซึ่งการจะทำได้ อาจจะต้องเร่งสร้างความสัมพันธ์และเครือข่ายผู้คน กับ
ชุมชน กับท้องถิ่นมากขึ้น กับหน่วยงานอื่นๆ มากขึ้น ถ้าเราคิดแบบภาพรวมคิด
แบบสังคมโดยรวมทั้งหมดด้วยเราก็จะมีพลังมากขึ้นอีก

แบบสรุปคำสัมภาษณ์

คุณ ทศนัย วงศ์พิเศษกุล
ผู้อำนวยการอุทยานการเรียนรู้

วันที่ 19 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2554

สถานที่สัมมนา อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ชั้น 8 ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลเวิลด์

ผู้ถูกสัมภาษณ์ คุณ ทศนัย วงศ์พิเศษกุล ผู้อำนวยการอุทยานการเรียนรู้

ผู้สัมภาษณ์ ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร

สถานการณ์ที่สัมภาษณ์ แนวคิด แนวทางและนโยบายในการสร้างหรือผลิตสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษากระบวนการทางความคิด การกำหนดแนวทางและนโยบายในการสร้างสาร message creation/ design ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบที่ส่งผลในลักษณะเสริมหรือสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แนวกรอบคำถาม ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์

- ประสบการณ์ในอดีต
- ภาวะรับผิดชอบ หน้าที่หลัก ลักษณะงานที่ต้องทำเป็นประจำ
- ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ต่างๆกับสถานภาพหรือบทบาทปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ในฐานะผู้อำนวยการ

- นิยามหรือความหมาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park
- การสื่อสาร การสร้างเนื้อหา สร้างสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park
- (กระบวนการ SMCR)
- เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้
- วิธีการเล่าเรื่อง หรือ การสร้างเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ TK Park
- ผลที่เกิดขึ้น ความคาดหวัง หรือแนวทางในอนาคต

ผู้วิจัย อยากให้อวยากรณาเล่าถึงบทบาทหน้าที่ สถานการณ์ของ TK Park ขณะนี้คะ

คุณทัศนัย คือเราต้องย้อนกันไปถึงจุดเริ่มที่เราเป็นหนึ่งในหน่วยงานภายใต้ OKMD นะคะ คือถ้าจะพูดถึงแนวทางเกี่ยวกับ Creative Economy เราอาจไม่ได้มีภาระหรือบทบาทที่ชัดเจนมากเท่ากับที่ TCDC เค้าทำ เพราะแม้ว่าหน่วยงานทั้ง 3 หน่วยงานคือเรา TCDC และ Museum Siam ก็จะมีวิสัยทัศน์พันธกิจที่แตกต่างกันแต่ก็มีลักษณะผสมผสานกันอยู่ เช่นอย่างวัตถุประสงค์ของเรา เราเป็นศูนย์การเรียนรู้ การส่งเสริมการอ่านการเรียนรู้ ที่จะปรับเปลี่ยนทัศนคติและก็พฤติกรรมเกี่ยวกับการอ่านการเรียนรู้ของคน แล้วเราก้ยังเป็นหน่วยงานส่งเสริมการคิดสร้างสรรค์ โดยเป็นเหมือนเวทีเปิดให้กับเด็กและเยาวชนประชาชนทั่วไปให้เกิดการแสดงออกให้เค้าแสดงความสามารถหรือผลิตนวัตกรรมสร้างสรรค์ต่างๆแล้วเมื่อทั้งหมดมาขมวดกันแล้วเราก้จะย้ายมันไปเป็นเรื่องของการขยายผลแนวปฏิบัติ ซึ่งการขยายผลในที่นี้ก็เป็นลักษณะของการทำงานสู่เครือข่าย อันนี้ก็เป็นภาพรวมที่เราทำมา แต่ถ้าเรามองจุดหลักจริงๆ เราก้มุ่งที่จะเป็นห้องสมุดมีชีวิต ซึ่งในความเป็นห้องสมุดมีชีวิตก็คือนั่นว่าคนและปฏิสัมพันธ์ของคนนี่ละคือการทำให้มีชีวิต การที่คนซึ่งหมายรวมทั้งผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการเกิดปฏิสัมพันธ์กัน แนวคิดของห้องสมุดมีชีวิตที่เราอยากให้เราเป็นแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ ซึ่งเราพยายามคิดนอกกรอบไปอีกนิดหนึ่งนอกจากนั้น ก็คือปรับ “ภาพ” ของห้องสมุดซึ่งเมื่อ 7 ปีที่แล้วเราจะแทบไม่พบห้องสมุดหรือศูนย์การเรียนรู้ที่มีสีสัน หรือลักษณะทางกายภาพก็ดีเป็นแบบที่เราั่งอยู่ ให้มีความทันสมัย เปลี่ยนภาพลักษณ์ของบรรณารักษ์ ไม่ใช่ นั่งเฉยๆ แต่ต้องเป็นผู้รอบรู้ด้วย และให้แสดงความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นทั้งเพื่อนทั้งพี่ทั้งน้อง คืออันนี้เป็นรูปแบบความสัมพันธ์ของสังคมไทยนะคะ คือมีลักษณะเป็นพี่น้องคนที่เข้ามาจะต้องได้รับความรู้สึกถึงความสัมพันธ์ลักษณะใดลักษณะหนึ่ง เราก้พยายามจับความรู้สึกตรงนั้นมาใช้ให้มากที่สุด

ผู้วิจัย ความสัมพันธ์นี่ถือเป็นกลไกหลักของความเป็นห้องสมุดมีชีวิตหรือคะ

คุณทัศนัย คือเราก้เน้นอย่างนี้เพราะมันต้องเกิดปฏิสัมพันธ์ จะเข้ามาแบบไม่มีปฏิสัมพันธ์หรือความสัมพันธ์ลักษณะใดเลยมันก็ไม่เกิดเป็นความมีชีวิต แต่เราก้จะวางกรอบหรือกำหนดแนวในการปฏิบัติไว้เช่นกัน แม้ว่าเมื่อเข้ามาแล้วอาจจะมีความรู้สึก

คล้ายคนในครอบครัว บ้านเดียวกันอะไรทำนองนี้ ที่นี้พอมาหาเรา เราเป็นห้องสมุดประชาชน มันจะมีลักษณะไม่เหมือนห้องสมุดมหาวิทยาลัยหรือห้องสมุดอื่นๆ เพราะฉะนั้น สื่อ สารการเรียนรู้ของเราก็จะมีลักษณะเป็นความรู้ทั่วไปมาก แต่ที่ต่างก็คือหนังสือเราใหม่และเปลี่ยนหรือเอามาเพิ่มได้ตลอดเวลา เพราะเราจะมีความคล่องตัวในการจัดซื้อ หนังสือเราจะซื้อทุกเดือน อีกส่วนหนึ่งคือเราเปิดโอกาสให้คนที่เข้ามาใช้บริการได้เลือกหนังสือ สามารถเขียนบอกเราได้ว่าต้องการเล่มไหนอย่างไร ถ้าไม่เข้ากับเราเราจะสั่งซื้อได้ทันที และก็มีการแจ้งให้ทราบด้วยว่าหนังสือที่ต้องการมาแล้ว ทั้งนี้ก็อยู่ในการพิจารณาถึงประโยชน์ที่จะได้จากหนังสือด้วย

ผู้วิจัย

อันนี้สะท้อนการมีส่วนร่วมกับผู้ให้บริการมาก

คุณทัศนัย

เรามองว่านี่คือกระบวนการทำงานที่เราแสดงออกถึงความใส่ใจ เพราะเราเชื่อว่ากระบวนการใส่ใจมันจะเปลี่ยนรูปแบบของห้องสมุดเดิมๆ ได้ แต่เนื่องจากเราเป็นมากกว่าห้องสมุด เราจึงไม่สามารถจำกัดตัวเองเฉพาะงานห้องสมุด เรายังมองว่าสิ่งที่ทำให้ศูนย์การเรียนรู้มีชีวิตก็คือ “กิจกรรม” เราวางแนวทางของการดำเนินกิจกรรมทุกอย่างของเราไว้ 4 แนวทาง คือ 1. การส่งเสริมการอ่านการเรียนรู้ ซึ่งเราส่งเสริมการเรียนรู้ทุกช่วงวัย คือตลอดชีวิตตั้งแต่ปฐมวัยจนเกษียณ 2. คือกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ซึ่งเรามองทั้งของไทยและเทศ ถ้ามันจะเป็นต้นแบบเป็นตัวอย่างได้เราก็จะนำเสนอให้ อย่างน้อยเค้าได้ดูได้เห็น เมื่อได้ดูได้เห็นเค้าก็จะคิดเป็นแล้วเราก็หวังว่าวันหนึ่งเค้าอาจจะอยากทำเองหรือทำเองได้ เหมือนเป็นแรงบันดาลใจ ส่วนที่ 3. คือกิจกรรมส่งเสริมทักษะชีวิต คือที่มุ่งเน้นเรื่องการฝึกการดู การคิด การทำและถ่ายทอดได้ ส่วนที่ 4. ก็ส่งเสริมทักษะทางด้าน ICT เข้าไปเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

ผู้วิจัย

การดำเนินกิจกรรมเป็นการทำงานภายในหน่วยงานเองหรือใช้วิธีการอย่างไรคะ

คุณทัศนัย

เราดำเนินกิจกรรมหลายรูปแบบ ทั้งที่เราทำเอง หรือจะเป็นกิจกรรมที่ใหญ่หรือระยะเวลาดำเนินงานยาวนานก็จะร่วมกับคนอื่น ทั้งในลักษณะที่เชิญหรือขอความร่วมมือแต่โดยหลักและแนวคิดเราจะเป็นคนกำหนดเอง แล้วก็ใช้วิธีหาคนทำงาน ซึ่งเราใช้ทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน โดยดูว่างานจะเหมาะกับทีมไหนอย่างไร กับอีกส่วนคือเราจะมีภาคีของเรา อันนี้เราจะไม่อ้างเป็นการร่วมกันทำ ที่นี้เราอยู่

ตรงไหนใน Creative Economy คือเรามองว่าเรื่อง Creative Economy นี้คือ ปลายทางแล้วละ เราเองเรามองว่าอยู่ต้นทางคือเราส่งเสริมให้คน “คิดเป็น” คำ จะทำได้ จะสร้างสรรค์ได้ คำที่ต้องคิดเป็น ในกิจกรรมต่างๆเราจะใช้กลวิธีที่เน้น ความสนุกสนานนะคะอันนี้คือโจทย์ โดยจะแบ่งตามช่วงวัย อย่างปฐมวัยเราใช้ หลักคิดแบบ BBL (Brain Based Learning) และก็เสริมเรื่องอารมณ์และจิตใจ รวมทั้งสอดแทรกความรู้สึกลึกลับและเสรีภาพที่จะเรียนรู้ให้ได้ๆ โดยมองให้เป็น การเสริมสร้างพัฒนาการของเค้า ซึ่งความคิดสร้างสรรค์นี้ช่วงวัย 6 เดือนถึง 6 ขวบคือช่วงเวลาทองสำคัญมาก หลังจากนั้นในช่วงต่อมาเราก็จะเริ่มให้เค้าเลือก โดยแกนหลักของเราเราบอกว่า หนังสือ ดนตรี กิจกรรม บวกกันคือ จินตนาการ ไม่รู้จบ นี้คือ Tools นะคะ ส่วนกระบวนการ Run คือความคิดสร้างสรรค์ ของเค้า ถ้าถามว่าเราพาเค้าไปถึงการทำมาหากินหรือมิติทางเศรษฐกิจจะเป็น รูปธรรมใหม่ ยังหອกคะ แต่เรามองว่าเราคือฐาน เราคือฐานทุนที่สร้างได้ จากจุด ตั้งต้นของแต่ละคน สำหรับที่นี่เรามีกิจกรรม 600 กว่ากิจกรรมต่อปี ต่อมา โดยเฉพาะ 9-12 ปี เราจะเน้นเรื่องการให้ความรู้เกี่ยวกับทักษะชีวิต การรู้จัก ตนเองทั้งร่างกายและจิตใจ เราหาวิธีทั้งที่เป็น Academic และ Non Academic เราก็จะเสริมเรื่องการพัฒนาตนเองผ่านกิจกรรมต่างๆ โดยเน้นให้เกิดการเรียนรู้ แบบไม่รู้ตัว เรียนรู้จากการเล่นไม่ใช่การสอน ช่วงวัยรุ่น วัยรุ่นสนใจอะไร เน้นการ หาความถนัด หาความเชี่ยวชาญนำเสนอทางเลือกให้เค้า เราอยู่ในการเรียนรู้ แบบนอกระบบ

ผู้วิจัย

คือให้เค้ามาค้นหาตัวเอง การแสวงหาความถนัด

คุณทัศนัย

ใช่คะ เราเป็นทางเลือกให้ตอนนี่วัยรุ่นสนใจอะไร หนังสือ มัลติมีเดียใหม่ เล่น ดนตรีใหม่ เราพยายามเสนอทางเลือกให้และให้เค้าได้มีพื้นที่ที่จะแสดงออก ซึ่ง อันนี้จะเริ่มปูทางให้เค้ามองว่ามันเป็นอาชีพได้ใหม่ อาชีพหลักหรืออาชีพเสริม ซึ่ง หลายอย่างที่เราพูดถึงอยู่มันคืออุตสาหกรรมสร้างสรรค์ใช้ใหม่ ที่นี้จะเสริมเค้าอีก ด้านคือด้านการตลาดการบริหารจัดการ เพื่อให้เค้ามีทักษะการคิดคำนวณต่างๆ แต่เหนือสิ่งอื่นใดสำหรับวัยรุ่นนี้เราเน้นว่า กระบวนการเหล่านี้มันดำเนินได้ด้วย เรื่อง จิตอาสา เพราะเค้าทำงาน หรือรวยด้วยตัวเองคนเดียวไม่ได้ คือสอนเรื่อง

- การทำงานเป็นทีม ตรงนี้มันเลยต้องการการรวมกันการระดมกัน ซึ่งผลพลอยได้คือมันเกิดชุมชน สังคมของพวกเขา
- ผู้วิจัย เน้นการสอนให้เห็นการบูรณาการชีวิตในด้านต่างๆ
- คุณทัศนัย คะ เราอยากให้เห็นกระบวนการแบบเห็นเป็นภาพรวม จะยกตัวอย่าง เช่น เราได้ดำเนินโครงการ “แจ้งเกิด” ซึ่งเราจับเด็กและเยาวชนระหว่าง 15-25 ปี คือ ม. 4-first jobber อย่างโครงการที่ประสบความสำเร็จคือโครงการสร้างนักเขียน แล้วมาถึงวันนี้เราก็ได้มีผลงาน I-Book คือเค้ามาอบรมการเป็นนักเขียนกับเรานานหลายเดือน แล้วก็ประกวดเพื่อให้เห็นว่าคนที่เอาจริงเค้าควรได้ผลิตผลงาน ซึ่งตอนนี้เค้าทำ Read Me ให้เราอยู่เป็นต้น หรืออย่างด้านดนตรีเรามีโครงการ “คนดนตรี” คือไม่ต้องเป็นนักดนตรีอาชีพ แต่มาฝึกฝนมาแสดงออกกันที่นี้ เราจะได้ความสด ความใหม่ เพราะเราจะไม่ได้สอนเป็นเพลงๆ ให้เค้าแต่เราสอนวิธีเล่นแล้วเค้าผลิตเพลงใหม่ ซึ่งตอนนี้เราก็มี TK Band ซึ่งเค้าก็จะดำเนินกิจกรรมไปกันอย่างต่อเนื่อง เค้าก็อยากทำ Voice Me บ้าง เป็นดนตรีออนไลน์ทำนองนี้ ซึ่งมันเป็นโครงการที่เด็กๆ เค้าคิดเองแล้วเราก็มาช่วยสนับสนุนกระตุ้นเค้าให้ทำให้มันเกิด
- ผู้วิจัย สะท้อนว่าภายใต้ทรัพยากรต่างๆ ที่ TK Park ได้จัดไว้ให้มีผู้ใช้บริการจำนวนหนึ่งซึ่งโดยมากคือวัยรุ่นเค้าต่อยอดแล้ว
- คุณทัศนัย ใช่ค่ะ คือเราเห็นผล อย่างอีกโครงการคือการหนึ่งคือโครงการ “ชัดเงา” เอาผลงานศิลปะนิพนธ์หรืออะไรที่เค้าทำสำหรับการจะเรียนจบหรืออะไร ซึ่งโดยมากก็จะจบแค่มหาวิทยาลัยแต่เราเสียดายเราอยากให้เค้าได้มีโอกาสเรียนรู้ว่ามีคุณค่ามากกว่านั้น เราก็เชิญผู้ประกอบการ วิทยากรมาช่วยอบรมให้ข้อเสนอแนะพัฒนางานต่อ จากงานเค้าเนี่ยแล้วก็จัดประกวดให้มีกำลังใจ มีชื่อเสียงขึ้นมา เราก็จะเพิ่มให้เค้าได้เรื่องการบริหารจัดการความคิด การต่อยอด รวมทั้งการทำงานเป็นทีม เราอยากให้พอสุดท้ายโครงการต่างๆ ทุกอันมาสู่มหั้วกัน มานั่งคุยกันว่าจะทำอะไรต่อได้อีกหรือจะไปขยายผลอะไรกับใคร คือเราอยากให้เค้าเข้าใจว่าเมื่อลงมือทำงานสร้างสรรค์เนี่ย มันไม่ใช่งาน mass ใช่ไหม มันเป็นงานที่เกิดจากความคิดเฉพาะ แต่อยากให้เค้าได้เห็นมิติที่ว่ามันต้องเกิดจากการความสุขด้วย

- คือพอเราเกิดความสุขเกิดความรักเราจะทุ่มสุดตัวนะเราอยากมุ่งมั่นทำตรงนี้ ซึ่งนี่คือ Role ของเราในกระบวนการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ค่ะ
- ผู้วิจัย จุดเด่นอีกประการคือลักษณะของการสร้าง content ใหม่ๆ เองโดยเฉพาะผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ อยากให้พูดถึงตรงนี้สักหน่อยค่ะ
- คุณทัศนัย คือตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง เรามองว่าการเป็นศูนย์การเรียนรู้ต้องมองไปข้างหน้าว่าหนังสือมันจะไปสู่ผู้อ่านได้ยังไงบ้าง ดังนั้นเราต้องอาศัยการสร้าง “สื่อต้นแบบ” ของเราเอง โดยกระบวนการผลิตให้เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์นี่เป็นความตั้งใจและอยากให้เป็นต้นทุนของสังคมไทยคือ “ราก” เราอยากให้คนไทยเห็น รากของตนเอง โดยเฉพาะถ้าเราวางอันนี้ไว้ให้ตั้งแต่เด็ก สิ่งที่จะช่วยได้ก็มีหลายส่วน สื่อต่างๆเราก็พยายามใช้หลายประเภท อย่างนิทานร้อยบรรทัด หรือกลอนดอกสร้อย คือเราอยากให้เห็นคุณค่าทางภาษาของเรา ในรูปแบบที่ทันสมัย โดยยังรักษาโครงสร้างเดิมไว้ เราทำงานกับกรมศิลปากรตั้งแต่ปีแรกที่ก่อตั้ง เราเห็นเรื่องของคุณค่าการได้อ่านหนังสือหายาก คือหนังสือหายากนี่หายากจริงๆ บางเล่มนี่ยากจนกรอบเลยไม่มีคนอ่าน ทำยังไงให้คนได้มีโอกาสเข้าถึง เราเอามาสแกนในรูปแบบของ E-Book เราเอาต้นฉบับมาขยายต่อ สร้าง Content เป็นเรื่องเล่าประกอบภาพ เขียนบทความให้ เล่าประวัติให้ฟังเป็นต้น ซึ่งกระบวนการนี้ใช้เวลาค่ะ เราทำได้ปีละไม่มากแต่ต้องมุ่งมั่นทำต่อไป หรือการย่อยเรื่องยากให้เป็นเรื่องง่าย หรือเกมไทยต้นแบบ คือเราพยายามสร้าง content เพื่อตอบสนองของคนนะคะ เด็กๆ ชอบเล่นเกม เาเราทดลองเล่นเกมไทยไทยที่เราออกแบบเองดู
- ผู้วิจัย ดังนั้นที่ทีมงานของที่นี่จึงต้องหลากหลายและมีความรอบด้านใช่ไหมคะ อยากให้เล่าถึงทีมงานหรือบุคลากร
- คุณทัศนัย นอกเหนือจากที่เรามีบรรณารักษ์แล้วนะคะ ทีมงานของเราก็คือนักกิจกรรม เป็นกลุ่มคนที่ต้องรู้รอบและรู้ทันการเปลี่ยนแปลง คือเนื่องจากเราเป็นศูนย์การเรียนรู้ เราเองจึงเหมือนเป็น Learning Lab ด้วย บุคลากรของเราจึงมีลักษณะเป็นนักวิจัยรุ่นใหม่ที่ต้องแสวงหาความรู้ตลอด ผู้มาใช้บริการของเราก็คือความรู้ใหม่ๆ ที่เราจะใช้เพื่อพัฒนาการเป็นศูนย์การเรียนรู้ของเรา เจ้าหน้าที่ของเราต้องเรียนรู้จากประสบการณ์ ต้องผลิตเปลี่ยนงานเพื่อให้รู้รอบงานทุกฝ่ายของเรา ทุกคนสามารถเสนอโครงการได้ เราได้ความหลากหลายจากกระบวนการเหล่านี้ค่ะ

เพราะเค้าต้องไปหาทีมงานเพื่อดำเนินโครงการ เครือข่ายก็จะกระจายออกไป ตั้งแต่ระดับ จังหวัดลงไป เราเป็นลักษณะพี่เลี้ยง เชื่อมโยงระบบ ทำงานร่วมกัน นอกจากนั้นเป็นลักษณะระดับโรงเรียน และห้องสมุดประชาชน เพราะฉะนั้น เครือข่ายเรากว้างขวาง ร่วมมือกับชุมชนทั้งเอกชนและภาครัฐ ใช้กลวิธี mobile ด้วยคือจำลองงานที่ลงไปที่ชุมชนหรือสวนสาธารณะ ใช้สื่อบุคคลด้วยเพื่อดำเนินกิจกรรมแนะนำการส่งเสริมการอ่าน คือเราอยากปูพรมไปทั่วทั้งประเทศ โดยต้องเน้นการทำต่อเนื่อง เราอยากให้เกิดกระบวนการติดตาม และก็ทำในรูปแบบการพัฒนาด้วย เช่น การจัดอบรม หรืออย่างเจ้าหน้าที่ของเราเอง เราก็มีแผนพัฒนาส่วนบุคคลนะคะ เค้าอยากไปอบรม ไปดูงาน ทำวิจัย เราก็เปิดโอกาสหาทางสนับสนุน อย่างภาพที่เราอยากเห็นคือภาพเด็กๆ ที่พ่อแม่จูงลูกมา พอใกล้ถึงเค้าก็ปล่อยมือพ่อแม่แล้ววิ่งเข้ามาหาเรา พอถึงเวลาจะกลับไม่อยากจะกลับ ทุกอย่างที่เราทำที่เราดำเนินกิจกรรมเรามีการถอดกระบวนการหมดทั้ง 3 ระดับ เช่น ประเมินประเมินवलกันเอง ให้คนนอกหรือทีมงานจากมหาวิทยาลัยนักวิจัยต่างๆ มาช่วยเรา และก็รวมถึงการประเมินความพึงพอใจ สิ่งที่คุณยการเรียนรู้มีภาษีดีกว่าที่อื่นคือ เรามีโอกาสที่เราจะอยู่กับผู้ใช้บริการตั้งแต่เด็กจนเค้าโตหรือแก่ไปกับเรา นอกจากนี้กระบวนการสื่อสารเราก็หลากหลายนะคะ เรามี TK Teen ซึ่งให้เห็นว่าเยาวชนสร้างสรรค์สื่อได้ออกอากาศทางโทรทัศน์อยู่ นอกเหนือจากนี้เราก็มี social network ต่างๆ อีกหน่อยเราก็จะพัฒนาให้เป็น Web TV และ Web Radio ในรูปของ TV TK และ Radio TK ด้วย แต่เราก็โดนหนักในช่วงการชุมนุมนะคะที่เราหายไป 9 เดือนมันก็ส่งผลถึงพฤติกรรมหรือความต่อเนื่องไปเหมือนกันแต่ว่าเราก็ถือว่าเราได้กลับมาตั้งต้น ทบทวนกันใหม่ก็ต้องทำกันต่อไป

แบบสรุปคำสัมภาษณ์

คุณวัฒน์ชัย วีนิจจะกุล

หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้ศูนย์อุทยานการเรียนรู้

วันที่ 1 เดือน กันยายน พ.ศ. 2554

สถานที่สัมภาษณ์ อุทยานการเรียนรู้ (TK Park) ชั้น 17 อาคารสำนักงานเซ็นทรัลเวิลด์

ผู้ถูกสัมภาษณ์ คุณ วัฒนชัย วินิจจะกุล หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้อุทยานการเรียนรู้

ผู้สัมภาษณ์ ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร

สถานการณ์ที่สัมภาษณ์ แนวคิด แนวทางและนโยบายในการสร้างหรือผลิตสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษากระบวนการทางความคิด การกำหนดแนวทางและนโยบายในการสร้างสาร message creation/ design ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบที่ส่งผลในลักษณะเสริมหรือสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แนวกรอบคำถาม ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์

- ประสบการณ์ในอดีต
- ภาวะรับผิดชอบ หน้าที่หลัก ลักษณะงานที่ต้องทำเป็นประจำ
- ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ต่างๆกับสถานภาพหรือบทบาทปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park ในฐานะหัวหน้าฝ่ายวิชาการ

- นิยามหรือความหมาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park
- การสื่อสาร การสร้างเนื้อหา สร้างสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ TK Park
- (กระบวนการ SMCR)
- เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้
- วิธีการเล่าเรื่อง หรือ การสร้างเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ TK Park
- ผลที่เกิดขึ้น ความคาดหวัง หรือแนวทางในอนาคต

- ผู้วิจัย อยากให้เราช่วยกรุณาเล่าถึงประวัติเกี่ยวกับการศึกษาการทำงานที่ผ่านมา รวมทั้งการได้เข้ามาร่วมงานกับ TK Park ค่ะ
- คุณวัฒนชัย ในด้านการศึกษา ผมจบการศึกษาจากคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในสมัยนั้นผมก็ทำงานให้กับองค์การบริหารนักศึกษาธรรมศาสตร์ด้วยนะครับ พอจบผมก็ทำงานด้านงานข่าว ก็ไม่เชิงได้ทำงานตรงสายนักแต่ความรู้ทางด้านเศรษฐศาสตร์มันก็ได้ใช้ประโยชน์มากในการวิเคราะห์หรือการทำความเข้าใจเรื่องสังคมเรื่องระบบต่างๆ แต่เนื่องงานจริงๆ ที่ทำเนี่ยคืองานเขียน งานสิ่งพิมพ์เป็นหลัก ซึ่งตอนนั้นก็ได้ทำงานให้กับมูลนิธิ 14 ตุลา หลังจากนั้นในช่วงปี 2549 ได้เข้ามามีส่วนร่วมกับ TK Park ในแง่ของการทำหนังสือ ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับหนังสือสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่ TK Park กำลังดำเนินการในฐานะศูนย์การเรียนรู้รูปแบบใหม่ในตอนนั้น ก็เนื่องจากเป็นความสนใจงานด้านการอ่านการเขียน ด้านสิ่งพิมพ์แล้วก็บวกกับความสนุกส่วนตัวที่อยากจะทดลองเรียนรู้เรื่องการพัฒนาคน รวมทั้งมุมมองเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์ที่เรามีความรู้อยู่เดิมที่มันว่าด้วยพฤติกรรมของคนก็เลยทำให้ได้มาร่วมงานกับ TK Park ซึ่งตอนนั้นก็ถือเป็นเรื่องใหม่ในสังคมไทยเกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้หรือศูนย์การเรียนรู้มีชีวิต
- ผู้วิจัย แล้วบทบาทหน้าที่รับผิดชอบในปัจจุบัน
- คุณวัฒนชัย เนื่องจากงานฝ่ายองค์ความรู้เป็นงานเบื้องหลังเป็นงานสนับสนุน งานที่เราต้องทำคืองานวิจัย งานบริการวิชาการ และงานด้านการผลิตสร้างสรรค์สื่อการเรียนรู้ทั้งที่เป็นสื่อสิ่งพิมพ์และก็เป็นสื่ออิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเราเชื่อว่าจะเป็นสื่อที่ช่วยเพิ่มช่องทางการเรียนรู้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น
- ผู้วิจัย ทีนี้ในแง่ของการเป็นหน่วยงานภายใต้ OKMD ส่งผลต่อการกำหนดทิศทางการทำงานหรือบทบาทหน้าที่ของ TK Park อย่างไรบ้างคะ
- คุณวัฒนชัย คือเราต้องเข้าใจก่อนว่า ศูนย์การเรียนรู้หรือแหล่งการเรียนรู้อย่าง TK Park นี้ตั้งต้นจากการคิดถึงการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการเรียนรู้แบบนอกระบบคือถ้าจะถามเกี่ยวกับโครงสร้างที่เราเป็นหน่วยงานลูกของ OKMD เนี่ยก็คือเค้าเป็นองค์กรที่ส่งเสริมการพัฒนาและการจัดการความรู้ในรูปแบบต่างๆ ของผู้คน เราก็เลยเป็นกลไกหนึ่งของการพัฒนาคนด้วยการให้บริการในฐานะที่เป็นห้องสมุด แต่เราเชื่อว่าห้องสมุดแบบเดิมมันอาจไม่พอและมันมีปัญหาอยู่เราอยากให้งานห้องสมุดซึ่ง

เรามองว่านี่คือ content หลักของ TK Park นะ งานห้องสมุดต้องเปลี่ยนต้องสร้างสรรค์กว่าเดิม เราจึงคิดว่าอันนี้อาจใกล้เคียงหน่อยถ้าจะให้ตอบว่าเราเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ซึ่งเป็นนโยบายรัฐที่พูดกันขณะนี้อย่างไร งานของผมของฝ่ายวิชาการหรือฝ่ายองค์ความรู้เนี่ยเราไม่ได้เกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องนี้และเรามองว่าเราไกลมากจากการเป็นกลไกของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในแง่ การสร้างรายได้หรือธุรกิจ แต่เราต้องการเป็นตัวจริงที่พูดเรื่องห้องสมุดมีชีวิต ศูนย์การเรียนรู้ที่จะส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตของคน เพราะฉะนั้นงานส่วนเนื้อหาขององค์ความรู้จึงต้อง วิจัย ศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของคนต่างๆ ศึกษาวิธีการหรือรูปแบบเนื้อหาหรือความรู้แบบต่างๆ ที่คนแต่ละวัยแต่ละกลุ่มต้องการเพื่อจะพัฒนาสื่อหรือเนื้อหาต่างๆ ให้สอดคล้อง เราบริการวิชาการในลักษณะที่เป็นวิทยากรเอง เพื่อสร้างเครือข่ายให้ห้องสมุดหรือแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ทั้งในระบบและนอกระบบที่สนใจอยากปรับเปลี่ยนวิธีการจัดการเรื่องการเรียนรู้แบบเรา อันไหนที่ทำได้เองเราจะทำ อันไหนที่เราสำรวจสอบถามแล้วเราขาดความรู้เฉพาะทางเราก็เชิญคนมาจ้างคนทำงานเช่นสถาปนิกการศึกษา ผู้เชี่ยวชาญให้เข้ามาดำเนินการให้แต่ทั้งหมดก็เพื่อขยายฐานความรู้เกี่ยวกับแหล่งเรียนรู้ที่ทันสมัยหลากหลาย ขณะเดียวกันเมื่อเราบอกว่าเราเป็นศูนย์การเรียนรู้ งานด้านการผลิตหรือออกแบบสื่อเพื่อให้เป็นสื่อการเรียนรู้ก็เลยต้องเป็นงานหลักอีกอย่างของเรา แต่เราต้องทำแบบ เพิ่มเติมจุดอ่อน เสริมสร้างความแตกต่างเกี่ยวกับองค์ความรู้เดิมหรือองค์ความรู้เก่าที่มีอยู่ให้มันไม่สูญหายแต่ต้องเข้าถึงง่ายต้องโดนใจ พุดง่ายๆ คือองค์ความรู้เก่าความรู้เดิมหรือที่เราเรียกว่า ภูมิปัญญาเนี่ย มันต้อง “สนุก” คนถึงจะอยากเรียนรู้ ขณะที่การสร้างหรือศึกษาองค์ความรู้ใหม่ๆ ตอนนี้นั้นสะดวกมากขึ้นด้วยความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่องค์ความรู้เดิมเนี่ยมันจะทำให้เราแตกต่างและเข้าใจรากฐานสำคัญๆ ของสถานการณ์ปัจจุบันหลายๆ เรื่องได้ ซึ่งอันนี้ฝ่ายวิชาการต้องทำ

ผู้วิจัย

ดังนั้นโดยบทบาทหน้าที่ก็คือเน้นเรื่องการส่งเสริมให้แหล่งการเรียนรู้หรือห้องสมุดมีชีวิตเข้าถึงผู้คนทุกคนที่จะมาใช้บริการและคนที่เป็นผู้ให้บริการ

คุณวัฒน์ชัย

เป้าหมายก็คือ คนต้องเรียนรู้ได้มากขึ้น หลากหลายขึ้น วิธีการหรือแนวคิดเรื่องห้องสมุดมีชีวิตหรือแหล่งการเรียนรู้ต้องถูกเผยแพร่ กระจายออก ต้องเข้าถึงผู้คน

ให้มากที่สุดอย่างทั่วถึง งานของเรามีลักษณะเป็น back office มากกว่า เราเป็นงานส่วนสนับสนุนให้เกิดการดำเนินงานส่วนที่เรารับผิดชอบหรือพัฒนาแล้วไปใช้ แต่ทีนี้ถ้าจะให้พูดถึงการจัดการความรู้ การประเมินเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ว่าแล้วคนรู้มากขึ้นไหม เรียนรู้ดีขึ้นไหมจากเรา ยังไม่มีข้อมูลที่เป็นรูปธรรมมากพอ เราคิดว่าต้องทำงานต่อโดยเฉพาะหลังจากที่เราเพิ่งทำงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาเครื่องมือ 5 มาตรฐานตัวชี้วัดที่ว่าด้วยการจัดการความรู้มา เรากำลังต้องเดินทางไปที่จะเอาเครื่องมือตัวชี้วัดซึ่งมีมากกว่าร้อยตัวไปใช้ทั้งกับ TK Park เองและกับเครือข่ายของเรา เราต้องต่อภาพที่มันยังไม่ปะติดปะต่อให้ชัดเจนขึ้นว่า ศูนย์การเรียนรู้หรือห้องสมุดมีชีวิตนี้ทำงานให้กับผู้คนที่เกิดการเรียนรู้เพิ่มเติมเหมาะสมสอดคล้องแล้วหรือยัง พุดง่ายๆ คือทำยังไงให้คนไทยอ่านเยอะขึ้น อ่านดีขึ้น คือไม่ใช่จำนวนเป็นเกณฑ์แต่ อ่านอย่างวิเคราะห์ได้ อ่านแล้วเกิดการเรียนรู้ได้ตามหลักหรือตามตัวชี้วัดที่เราศึกษามา คือถ้าเราตั้งใจได้ว่า อ่านอย่างสร้างสรรค์ เอาละตรงนี้อาจจะสอดคล้องกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตรงที่ คนเรียนรู้จากการอ่านที่ไม่ใช่แค่อ่านออกเขียนได้ แต่อ่านอย่างต่อยอด วิเคราะห์ วิพากษ์ได้ ซึ่งเราอาจเรียกว่า อ่านอย่างสร้างสรรค์ หรือ Creative Reading การอ่านเยอะขึ้นดีมาก อาจเป็นเป้าหมายในระดับหนึ่งที่แหล่งส่งเสริมการเรียนรู้ต้องการแต่ไม่ได้รับประกันว่าการอ่านเยอะจะนำมาซึ่งความคิดหรือกระบวนการสร้างสรรค์ต่างๆ ดังนั้นเราต้องการเห็นกระบวนการที่หนังสือทำงานกับความคิดของคน ซึ่งเราอาจเรียกว่า “การตีความ” กระบวนการตีความคือเครื่องมือในการกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งกว่าจะอ่านได้อะไรบ้างเป็นปัจจัย ผมมองว่า หนังสือเล่มที่คนอยากอ่าน มันต้อง “สนุก” ก่อน เหมือนกับต้องสร้างความต้องการที่จะอ่านให้เกิดขึ้นให้ได้ก่อน การอ่านอย่างสร้างสรรค์ก็จะเป็นสิ่งที่ต้องมาคิดต่อว่าจะใช้กิจกรรมหรือรูปแบบหรือกลไกอะไรเข้าไปเสริม

ผู้วิจัย

ช่วยอธิบายเพิ่มเติมถึงเรื่องของการสร้างความต้องการอ่านให้กับผู้คนที่น้อยค่ะ

คุณวิวัฒน์ชัย

ผมคิดอย่างนั้นนะ เช่น เด็กที่ติดการ์ตูนสักเรื่องหนึ่ง ที่ตั้งหน้าตั้งตาอ่านหรือจดจำรายละเอียดของเรื่องราวหรือตัวละครได้เป็นอย่างดีนี่เพราะอะไร เพราะมันสนุก มันน่าติดตาม คือไม่ได้หมายความว่าเราต้องสนับสนุนให้เด็กอ่านการ์ตูน แต่เราต้องเรียนรู้การทำงานของการ์ตูนว่ามันทำให้คนอ่านอยากติดตามได้อย่างไร คือ

ถ้าพูดง่าย ๆ หนังสือดีสำหรับผมก็คือหนังสือที่ อ่านแล้วสนุก เราต้องสร้างความสนุกให้กับความรู้ข้อมูลต่างๆ ถ้าเรามีหนังสือดี ผมนวกกับปัจจัยพื้นฐานที่จะสนับสนุนกระบวนการอ่านที่ดี เช่นสถานที่ บริการหรือกิจกรรมต่อยอดต่างๆอันเกี่ยวข้องกับกาอ่าน อันนั้นจะนำไปสู่การสร้างพื้นฐานการเรียนรู้ที่มากจากกระบวนการคิดและตีความซึ่งจะทำให้เกิดกระบวนการที่เรียกว่าความคิดสร้างสรรค์

ผู้วิจัย

TK Park จึงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ของคนโดยใช้กระบวนการอ่านหรือกระบวนการเรียนรู้ที่ได้จากการอ่านเป็นเครื่องมือ อย่างนั้นใช่ไหมคะ

คุณวัฒนชัย

ผมมองบทบาทหน้าที่ของเราว่าเราต้องสนับสนุนเรื่องนี้ครับ เราจะหวังให้กระบวนการเรียนรู้ในระบบทำงานไปลำพังไม่ได้ การเรียนรู้อย่างอิสระนอกระบบต้องเข้ามาเสริมเพิ่มเติมให้มากพอ อะไรบ้างที่ยังขาด หนังสือดี ยังไม่มากพอนอกจากนั้นคือ ยังไม่เข้าถึงหรือไม่ทั่วถึงคนอ่าน ตรงนี้เราต้องสร้าง เราก็พยายามทำงานร่วมกับหน่วยงานหลากหลายมากเอา content ดีดี จากต้นฉบับที่อาจเก่าแล้ว ใกล้เคียงยุคอายุเช่นเราพร้อมกับหอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากร จัดทำหนังสือในลักษณะ E-Book ทั้งแบบที่ยกมาเหมือนเดิมและแบบที่เรามาจัดเนื้อหาใหม่ ใช้กระบวนการเล่าเรื่องใหม่ สร้างความสนุกให้กับเนื้อหาเดิม แต่งานลักษณะนี้ต้องใช้เวลามาก ปีนี้เราอาจทำได้เพียงไม่กี่เล่มไม่กี่เรื่องที่เราพยายามคัดสรรมา แต่เรื่องการอ่านนี้มันไม่ใช่อ่านจบแล้วจบ กระบวนการอ่านที่จะนำไปสู่ความคิดสร้างสรรค์คือ อ่านแล้วยังไงต่อ อ่านจบแล้วตกผลึกความคิดอะไรได้บ้าง คิดเห็นรู้สึกอย่างไรกับสิ่งที่ได้อ่านมา ดังนั้นผมจึงอยากให้เกิดกิจกรรมเช่นการวิจารณ์หรือการมี book club เพิ่มมากขึ้นซึ่งอันนี้เราก็มีทำอยู่แต่เป็นลักษณะผู้อ่านเค้ารวมกันเอง แต่ผมอยากให้ TK Park สนับสนุนกิจกรรมต่อยอดจากการอ่านในลักษณะนี้ให้มากขึ้นอีก เพราะเมื่อเราเกิดพื้นที่ของการวิจารณ์อย่างถูกต้องนะ ผมต้องเน้นว่าสังคมไทยต้องได้เกิดกระบวนการวิจารณ์ที่ได้จากการตกผลึกทางความคิดไม่ใช่ฟังเค้ามาแล้วมาวิจารณ์ คือการฟังมันเป็นการแสวงหาความรู้ชนิดหนึ่งละ แต่การอ่านมันก่อให้เกิดการใคร่ครวญที่มากขึ้นดังนั้นการวิจารณ์เอาเป็นว่าเริ่มต้นจากหนังสือสักเล่มนี้มันต้องอ่านให้จบ ตกผลึกถึงจะประเมินคุณค่าได้

ซึ่งบังเอิญอีกว่าการวิจารณ์หนังสือในบ้านเราที่เผยแพร่กันอยู่โดยมากมันเป็นแค่ การแนะนำหนังสือ คือเล่าเรื่องย่อมากกว่าที่จะสะท้อนความคิดความรู้สึกของผู้ วิจารณ์ที่มีต่อหนังสือในแง่การประเมินคุณค่า ทีนี้ถ้าช่องทางแบบนี้เพิ่มมากขึ้น มันส่งเสริมการคิด การตีความและการแสดงออกซึ่งความคิดเหล่านั้น ผมว่ามัน จะเป็นกระบวนการที่สร้างสรรค์มาก อันที่จริงโรงเรียนในปัจจุบันก็เริ่มแล้วนะครับ โดยเฉพาะกับเด็กปฐมวัย เด็กประถม ซึ่งเป็นสิ่งที่ดีมาก ทีนี้ถ้าจะสรุป หนังสือดี ของ TK คือหนังสือที่ อ่านสนุก เนื้อหาตรงและเหมาะสมกับวัยของผู้อ่าน อันนี้ สำคัญมาก สนุกตามวัยและเนื้อหาเหมาะสมตามวัย หนังสือต้องมีสาระให้คิดต่อ ได้ ดีความได้ตามศักยภาพของผู้อ่านในช่วงวัยนั้นๆ ซึ่งเราต้องอาศัยกิจกรรมที่ กล่าวมานี้ละเพิ่มเข้าไปเพื่อให้เกิดการแสดงออกที่ต่อยอดจากการอ่าน ทีนี้มันจะ ไปยังไงต่อ คือต้องพูดถึงการเรียนรู้ที่ไม่ติดอยู่กับการเรียนแบบจดจำเพียงอย่าง เดียว ต้องสนับสนุนให้การเรียนรู้ของคนในสังคมปัจจุบันก้าวผ่านความจริงแบบ อมตะชุดเดียวที่ไม่มีใครล้มล้างได้ คือการเรียนรู้ต้องกล้าตั้งคำถามเมื่อเราถามเรา จะแสวงหา พอเราแสวงหากระบวนการเข้าถึงความรู้ ข้อมูลข่าวสารมันก็จะตาม มาแล้วทีนี้การอ่านมันอยู่ตรงนี้ไม่ใช่อ่านหนังสือนะ แต่มันคือการอ่านความจริง อ่านความรู้ อ่านข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายในช่วงแรกมันอาจจะมีการปะทะกัน อยู่ระหว่างความจริงหลายๆ อันนะครับแต่ผมเชื่อว่าอีกสัก 10 ปีสังคมเราจะเป็น สังคมแห่งการคิดสร้างสรรค์ได้เราจะเรียนรู้ที่จะเข้าใจความจริงที่หลากหลาย สำหรับเราเองและคนรอบข้างได้ดีขึ้น เราต้องตั้งความหวังแบบนั้น เราจึงจะ สามารถขับเคลื่อนให้สังคมของเราเป็นสังคมที่เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ได้ ซึ่งก็ อาจจะหรือน่าจะเป็นปัจจัยหรือบริบทสำคัญในการที่เราจะไปพูดถึงเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในแง่ที่เป็นรูปแบบของสังคมไทยในวงกว้างหรือการจะกำหนดให้เป็น นโยบายรัฐอะไรทำนองนั้น เราต้องสร้างพื้นฐานก่อน

แบบสรุปคำสัมภาษณ์

คุณ อารยะ มาอินทร์

ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนและ

รักษาการผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้อ สบร.

วันที่ 29 เดือน กันยายน พ.ศ. 2554

สถานที่สัมภาษณ์ สำนักงาน สบร. ชั้น 18 อาคารวิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ถูกสัมภาษณ์ คุณ อารยะ มาอินทร์ ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนและรักษาการ

ผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้ สบร.

ผู้สัมภาษณ์ ประภัสสร จันทร์สถิตย์พร

สถานการณ์ที่สัมภาษณ์ แนวคิด แนวทางและนโยบายในการสร้างหรือผลิตสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สบร.

จุดมุ่งหมายในการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษากระบวนการทางความคิด การกำหนดแนวทางและนโยบายในการสร้างสาร message creation/ design ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบที่ส่งผลในลักษณะเสริมหรือสนับสนุนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

แนวกรอบคำถาม ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์

- ประสบการณ์ในอดีต
- ภาระรับผิดชอบ หน้าที่หลัก ลักษณะงานที่ต้องทำเป็นประจำ
- ความสัมพันธ์ระหว่างประสบการณ์ต่างๆกับสถานภาพหรือบทบาทปัจจุบัน

ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สบร. ในฐานะผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน รักษาการผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้

- นิยามหรือความหมาย เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สบร.
- การสื่อสาร การสร้างเนื้อหา สร้างสารด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ สบร.
- (กระบวนการ SMCR)
- เครื่องมือหรือช่องทางการสื่อสารที่ใช้
- วิธีการเล่าเรื่อง หรือ การสร้างเรื่อง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแบบ สบร.
- ผลที่เกิดขึ้น ความคาดหวัง หรือแนวทางในอนาคต

ผู้วิจัย ขออนุญาตทราบข้อมูลส่วนตัวเบื้องต้น ประวัติการศึกษา ประสบการณ์การทำงาน

คุณอารยะ ปัจจุบันผมเป็นผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนระดับ ผมงบปริญญาดุษฎี เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยด้าน Development Study จาก Institute of Social Study จาก เนเธอร์แลนด์ ช่วงหลังจากจบการศึกษา ทำงานที่สภาพัฒน์ ประมาณ เกือบ 26 ปี รับผิดชอบการวางแผนการวิเคราะห์การกำหนด ยุทธศาสตร์โครงการทางด้านสังคม ทำงานอย่างต่อเนื่องจนกระทั่งช่วงปี 2547 ทางรัฐบาลมีนโยบายการจัดตั้งสำนักงานบริหารพัฒนาองค์ความรู้ องค์การมหาชน หลักก็เพื่ออยากจะปฏิรูปการเรียนรู้ผ่านการเรียนรู้สาธารณะ นอกเหนือจากการเรียนรู้ผ่านกระทรวงศึกษาในปกติ การปฏิรูปการเรียนรู้ถ้าเป็นแบบทางการมันช้า รัฐบาลในสมัยนั้นเลยคิดว่าควรมีช่องทางควบคู่กันคือ การจัดตั้งหน่วยงานนี้เพื่อสร้างแหล่งเรียนรู้ในระบบเพื่อขับเคลื่อนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ต้นแบบ เช่น TK Park TCDC อะไรพวกนั้นนะครับ เราคงไม่สามารถจะทำ แหล่งเรียนรู้เหล่านี้ได้ทั่วประเทศเพราะอาจติดขัดเรื่องงบประมาณแต่เรามองว่า แหล่งเรียนรู้ต้นแบบนี้จะช่วยก่อให้เกิดการจุดประกายให้หน่วยงานต่างๆ เอาไป พัฒนาปรับปรุง เช่น TK Park เราพบว่าเทศบาลหรือหน่วยงานห้องสมุดต่างๆ เค้ามารู้แล้วก็ปรับเอาไปใช้ อันนี้เป็นตัวอย่าง ผมก็ทำงานทั้งที่สภาพัฒน์ แล้ว ก็ต้องช่วยกัน set up หน่วยงานสปร.นี้ไปพร้อมๆ กันนะครับ ที่นี้พอจะต้องมาทำ เต็มตัวก็ต้องลาออกจากสภาพัฒน์ แล้วก็มารับผิดชอบดูแลเรื่องยุทธศาสตร์ ด้านนโยบาย แผนงบประมาณ ที่นี้ผมก็จะเข้าเรื่องว่า สปร.นี้เข้ามาโยงกับ creative economy ยังไง เริ่มต้นนี้มีมาตั้งแต่สมัยประมาณ 2548-2549 ช่วงนั้น เราเรียกมันว่าเป็นแนวคิด value creation การสร้างคุณค่าเพิ่ม คือดูศักยภาพ ของเราเพื่อจะสร้างคุณค่าบางอย่างเพิ่มเติมให้กับตัวผลิตภัณฑ์ต่างๆ ตอนนั้นยัง ไม่มีแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ในช่วงต่อมาสักปี 2550-2551 แนวคิดเรื่องนี้มัน ได้รับอิทธิพลในความเป็นสากลเข้ามาเพิ่มคืออันที่จริงต่างประเทศเค้าทำมาก่อน สัก 10 กว่าปีได้ เช่น อังกฤษนี่เค้าจะเริ่มมาตั้งแต่ปี 2540 ได้ เราก็พยายามมอง ตามเค้ามาเรามาใช้คำว่า creative economy ที่แปลเป็นไทยว่าเศรษฐกิจ สร้างสรรค์นี่คือช่วงรัฐบาลคุณอภิสิทธิ์ซึ่งก็ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและ

สังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ด้วยอยู่แล้ว โดยสภาพพัฒนาฯ กับ TCDC เป็นแกนที่ทำงานชิ้นหนึ่งออกมา เป็นรายงานวิจัยยุคแรกๆ ได้เป็นนิยามและก็การจัดแบ่งกลุ่มประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ออกมา ตามความหมายแบบไทย ใช้แนวคิดของต่างประเทศหลายส่วนมาปรับ รัฐบาลเองก็พยายามขับเคลื่อนแนวคิดนี้แต่ว่าผ่านทางกรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหลัก ก็พยายามทำงาน ได้งบประมาณมาต่อเนื่องนะครับ จนมาถึงรัฐบาลนี้ผมคิดว่ายังให้ความสำคัญอยู่ เพราะอย่างไรก็ตามเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ยังไม่ปรากฏในแผนพัฒนาฯ ฉบับ 11 อยู่อย่างชัดเจนรวมทั้งการแถลงนโยบาย 4 ปีของรัฐบาลก็พูดเรื่องการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจไทยให้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างจริงจังด้วยนะ ครับ อันนี้คือแก่นนโยบายก็ยังต่อเนื่อง ชัดเจน ส่วนการนำไปปฏิบัติก็อยู่ในขั้นการทำคำขอ โครงการต่างๆ ก็ถูกส่งเข้ามา อยู่ระหว่างการจัดทำโครงการ เพื่อขอ งบประมาณ เดิมนี้งานด้านนี้มีกระทรวงพาณิชย์เป็นหลัก แต่ที่รัฐบาลคุณยิ่งลักษณ์นี้ก็ยังไม่ปรากฏชัดเจนนะครับว่าจะนำไปปฏิบัติอย่างไร ก็ต้องรอความชัดเจน

ผู้วิจัย

อยากทราบถึงแนวปฏิบัติเกี่ยวกับงบประมาณที่ผ่านมา

คุณอารยะ

เค้ามีแนวทางอย่างนั้นนะครับ 1.งบจะมีอยู่ 2 ส่วนคือส่วนที่หนึ่งผ่านโครงการเงินกู้ปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ อันนี้แต่กระทรวงส่งคำขอเข้าไป ส่วนที่ 2 หลังจากให้กระทรวงพาณิชย์เป็นผู้รับผิดชอบหลักเรื่อง creative economy นี้ก็ได้รับการจัดสรรงบประมาณมา แล้วกระทรวงก็ดำเนินงานตามโครงการของกระทรวงเองแต่ก็มีบางส่วนที่กระทรวงพาณิชย์ จัดสรรให้กับกระทรวงอื่นๆ

ผู้วิจัย

ทราบว่าจริงๆ แล้วมีความพยายามในการจัดตั้งคณะทำงานเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ความคืบหน้าในเรื่องนี้เป็นอย่างไรบ้างคะ

คุณอารยะ

จริงๆ แล้วมันมีคณะทำงานเรื่องนี้หลายระดับมากนะครับ ระดับชาตินี้เรียกว่า คณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติ มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน มีรัฐมนตรีกระทรวงและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีสภาพพัฒนาฯ เป็นเลขานุการ ภายใต้ร่มนี้ก็จะมีการบูรณาการการบริหารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์แห่งชาติอันนี้ก็กระทรวงพาณิชย์รับผิดชอบ แล้วก็มีความพยายามตั้ง

- หน่วยงานสำนักงานขึ้นมาสังกัดสำนักนายกแต่ที่ผ่านมาก็ยังเพิ่งเริ่มต้น ยังไม่คืบหน้าและก็มาช่วงนี้ก็ในช่วงเปลี่ยนผ่าน เราคงต้องคอยดูกันต่อไป
- ผู้วิจัย
 ที่นี้พอเข้ามาในขอบเขตของ สบร.เอง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์ความรู้ทั้ง 3 หน่วยคือ TK Park TCDC และ Museum Siam นั้นนโยบายหรือความคาดหวังในการทำงานในฐานะที่เป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับของสบร.นี้เป็นอย่างไร
- คุณอารยะ
 ผมจะขออธิบายอย่างนี้นะครับ คือรัฐบาลชุดคุณอภิสิทธิ์ มีการประกาศคำมั่นสัญญาว่าเรื่องนี้เนี่ย creative economy เนี่ยจะเป็นแกนหนึ่งเลยในการพัฒนา GDP อยากให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางเรื่อง creative economy ในอาเซียน ทั้งสองเป้าหมายหลักเนี่ยก็จะมีแถลงการณ์พันธะสัญญาย่อยๆ เพื่อสนับสนุนคำประกาศนี้ทั้งด้านการศึกษา ด้านกฎหมาย ด้านการพัฒนาคน ด้านการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน ซึ่ง สบร.เองเป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับภาระหน้าที่ให้สร้างความรู้ความเข้าใจต่างๆ เกี่ยวกับเรื่องนี้โดยตรง ส่วนในขั้นตอนของการทำงานเราก็จะมีการจัดสรรงบประมาณของเราเองอยู่ เพียงแต่ว่าในเมื่อเราเป็นหน่วยงานที่ต้องบริหารจัดการองค์ความรู้ ความรู้เรื่อง creative economy เองก็เป็นองค์ความรู้ที่สำคัญ เป็นเรื่องใหม่ เป็นเรื่องที่มีบทบาทความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ เราก็ต้องทำหน้าที่ของเราอย่างเต็มที่ในเรื่องนี้ นี่คือบทบาทของเรา ผมมองว่าบทบาทของเราคือจุดเริ่มต้นของการทำงานทุกอย่าง ผมเลยมองว่าการใช้กรณีศึกษามาเป็นวิธีการก็จะทำให้มีความเป็นรูปธรรม สบร.เองนอกจากจะทำเรื่องการสร้างความรู้ความเข้าใจแล้ว ผมมองว่าเราทำหน้าที่จุดประกายสร้างแรงบันดาลใจ ให้ผู้คนเห็นความสำคัญของ creative economy ในฐานะองค์กรแม่ เพื่อรองรับนโยบายระดับประเทศ ขณะเดียวกันก็ใช้วิธีการเชื่อมโยงหรืออธิบายแนวคิดหรือขยายความรู้เรื่องนี้ด้วยตัวโครงการและแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับ creative economy ต่างๆ นี้ผ่านหน่วยงานย่อยของเรา เช่น TCDC นี้จะทำหน้าที่หลักเลยโดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการสร้างสรรค์และการออกแบบ อันนี้มีบทบาทมาก ส่วนในแง่ของ TK Park บทบาทหลักคือการเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ให้กับเด็กและเยาวชนเป็นหลัก งานที่สำคัญคือการสร้างวิถีคิด การปลูกฝังการคิดแบบสร้างสรรค์ การใช้

Brain Based เป็นต้นนะครับ ในช่วงหลังนี้ก็จะมิกิจกรรมที่มีความเชื่อมโยงกับการเข้าสู่ความถนัดเพื่อจะพัฒนาเป็นอาชีพต่างๆ ให้ได้ทดลองทำด้วยนะครับ ก็ถือเป็นการเตรียมความพร้อมได้ หรืออย่าง Museum Siam เน้นอนที่สุ่มันเป็นแหล่งเรียนรู้แนวใหม่เป็นพิพิธภัณฑ์ที่มีชีวิต ให้ความรู้ให้มุมมองใหม่ๆ เกี่ยวกับความเป็นชาติไทย แต่ที่สำคัญในแง่ของความเชื่อมโยงกับ creative economy นี้คือยังสำคัญตรงที่ วัฒนธรรมเนี่ยมันคือวิถีชีวิตนะครับแล้ววิถีชีวิตเนี่ยมันดำเนินไปได้ด้วยแต่ขณะเดียวกันมันมีทั้งคุณค่าและมูลค่า โดยเฉพาะประเด็นทรัพย์สินทางวัฒนธรรมเป็นเรื่องที่เราต้องเร่งทำ ต้องพูดถึงให้มากขึ้น

ผู้วิจัย ที่นี้ถ้าจะเจาะลงมาในระดับที่แคบลงในแง่ของกระบวนการสื่อสารเรื่องนี้ของสปร. ในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่จะต้องทั้งให้ความรู้และสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดขึ้นไปพร้อมๆ กัน

คุณอารยะ เรามีโครงการหลักๆ อยู่ 4 ด้านเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่บุคคลที่เกี่ยวข้องด้านที่ 1. คือการอบรม creative economy แก่ผู้บริหารระดับสูง เราใช้วิธีการเชิญผู้บริหารทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ภาคธุรกิจโดยเน้นที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสร้างสรรค์ เราอบรมมาแล้ว 3 รุ่นได้ประมาณ 300 คน เป็นระดับการให้เห็นความสำคัญของแนวคิด คืออันนี้ขับเคลื่อนระดับนโยบายใช้เวลาค่อนข้างนานคือเป็นเดือน มีการฟังการเสนอแนวคิดจากต่างประเทศ มีการศึกษากกรณีศึกษาทั้งในประเทศและดูงานต่างประเทศด้วย ตัวผู้บริหารเองเมื่อจบการอบรมต้องสะท้อนผลในลักษณะการระดมความเห็นเพื่อสรุปเป็นรายงานเสนอรัฐบาล นอกจากนี้เราก็จะได้เครือข่ายกลุ่มผู้บริหารนะครับ เป็นวิทยากรได้อีกนอกเหนือจากการพัฒนาตนเองของแต่ละท่าน ด้านที่ 2 คือโครงการรางวัลไทยสร้างสรรค์ รางวัลพระราชทานนะครับ อันนี้ถือเป็นการนำเสนอตัวอย่างกรณีศึกษาการดำเนินธุรกิจสร้างสรรค์โดยผ่านการส่งเคราะห์ข้อมูลการบริหารธุรกิจสร้างสรรค์เหล่านี้ออกมาคือเพื่อเป็นต้นแบบนะครับเพื่อเป็นแนวทางเป็นแรงบันดาลใจให้กับผู้อื่นด้วย อยากให้รางวัลนี้เป็นทั้งกำลังใจและการสร้างความตระหนักต่อกระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ เราพิจารณาจากความโดดเด่นและแตกต่างผ่านการนำเสนอภูมิปัญญาไทยและต้องมีการสร้างนวัตกรรมต้องสามารถเติบโตทางธุรกิจได้อย่างชัดเจนนะครับ ด้านที่ 3 คือเรื่อง Creative

Mobile คือโครงการต่างๆ ที่เราจะกระจายองค์ความรู้ด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไปสู่ภูมิภาค เพื่อไม่ให้เรื่องนี้ระดมกระจุกตัวอยู่แต่ในนี้ คนที่อยู่รอบนอกเองก็มีความสนใจเรื่องนี้กันเยอะ โดยใช้วิธีการสัญจรไปตามจังหวัดในภูมิภาคต่างๆ นำเสนอนิทรรศการ มีเวทีเสวนา การจัดคลินิกสำหรับผู้ประกอบการ ซึ่งในอนาคตอาจจะต้องร่วมกับหน่วยงานย่อยอื่นๆ ให้มากขึ้น ทำงานให้ใหญ่ขึ้นแต่ต้องทำร่วมกันให้มากขึ้นอาจจะเป็นในปีต่อไป ด้านที่ 4 คือโครงการสร้างช่องทางการสื่อสารนะครับ อันแรกคือเว็บไซต์อันใหม่ ชื่อ creativeokmd.com เราจะมี theme ในแต่ละเดือน โดยใช้ประเภทของ creative economy เป็นเกณฑ์ แต่อันนี้เพิ่งเริ่มทำนะครับและก็จะพยายามทำให้มันทันสมัยหลักๆก็เพื่อให้มันเป็นแหล่งให้ความรู้เป็นสำคัญ นอกจากนี้จะมีรายการโทรทัศน์ชื่อกระตุกต่อมคิด ให้ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจสร้างสรรค์ ทุกวันอาทิตย์ 11.30 น. ทางช่อง ThaiPBS อันนี้ใหม่ล่าสุด รายการประมาณ 30 นาที นำเสนอกรณีศึกษาผนวกกับการให้แนวคิด ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งแบบที่ประสบความสำเร็จก็เพื่อให้เป็นแนวทางเป็นแรงบันดาลใจและที่กำลังก่อร่างสร้างตัว กำลังพัฒนาผลิตภัณฑ์ก็จะมาช่วยกันคิดช่วยกันปรับปรุงด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญทั้งด้านตัวผลิตภัณฑ์และด้านการตลาด รายการนี้จะทำออกไปทั้งหมด 12 ตอนด้วยกัน ออกอากาศสัปดาห์ละ 1 ตอน ก็ 3 เดือน เราก็จะต้องรอดูต่อไป ที่เหลือในด้านสื่ออื่นๆ เช่น หนังสือพิมพ์หรือสื่อสิ่งพิมพ์ก็เป็นการนำเสนอข่าวประชาสัมพันธ์มากกว่า หรือก็เป็น การนำเสนอข้อเขียนบทความเป็นต้น ที่จริงผมมองว่างานเรื่อง creative economy ที่เรากำลังสื่อสารอยู่นี้เพิ่งเริ่มต้นนะครับแล้วก็ป็นงานที่ยากพอสมควร โดยเฉพาะในแง่การสื่อสาร แต่เราก็มองว่าด้านการเลือกสื่อสารนี้คงต้องเลือกกลุ่มเป้าหมายที่มันเฉพาะเจาะจงหน่อยจะควบคุมงบประมาณได้ดีกว่า

ผู้วิจัย

เท่าที่สปร.ดำเนินนโยบายมา เกี่ยวกับเรื่อง creative economy มา ถือว่าอยู่ในระดับไหนคะ

คุณอารยะ

ผมว่าเฉพาะเรื่อง creative economy นี้ถือว่ายังอยู่ในระดับเริ่มต้นหรือเบื้องต้นนะครับ จัดว่าพอใช้ได้ ถ้าจะจัดว่าดีจะต้องมีแผนงานหลักแผนงานภาพรวมจริงจังออกมาก่อน ที่ผ่านมาเราทำแบบเป็นรายโครงการ ยังขาดทิศทางที่เป็นภาพใหญ่ภาพรวม ถ้าจะทำให้ดีต้องมีแผนระดับประเทศออกมาให้ได้ แผนงาน

รายปีต้องออกมาให้ได้ ที่ผ่านมามีคนต่างคิด ต่างทำ ไม่รู้ว่าอะไรต้องทำ ก่อนหลังนะครับ ควรมีการกำหนดความสำคัญก่อนหลังให้ชัดเจน จัดงบประมาณให้ถูกต้องเหมาะสม เช่นสำหรับผม ผมมองเรื่องการให้ความรู้ การสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดนี้ต้องมาก่อน ต้องได้รับการสนับสนุนก่อน โดยเฉพาะตอนนี้ผมมองว่างบประมาณด้านนี้น้อยมาก มันเลยออกมากระจัดกระจายในรูปของโครงการ ผมว่าความรู้ความเข้าใจร่วมกันยังไม่มากพอ ต่างคนต่างตีความไป อันนี้ต้องพิจารณาใหม่

ผู้วิจัย

ในอนาคตตสปร.จะดำเนินงานด้านนี้ต่อไปอย่างไร

คุณอารยะ

ผมอยากให้เกิด master plan เกี่ยวกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ระดับชาติ โดยรัฐ แต่การดำเนินกิจกรรมนี้ต้องขับเคลื่อนด้วยภาคธุรกิจนะครับ รัฐสนับสนุนด้านความรู้ ด้านโครงสร้างพื้นฐานและก็ด้านกฎหมายหรือด้านแหล่งทุน แต่กระบวนการดำเนินกิจกรรมจริงๆ ต้องเป็นภาคธุรกิจ ซึ่งต้องเป็นธุรกิจสร้างสรรค์ด้วย หรือถ้ายังไม่เป็นการใช้ความรู้ที่เราสืบค้นมาไว้ให้ ไปปรับยังงั้น อันนี้สำคัญ แต่ผมก็เชื่อว่าในอนาคตนี้รัฐคงไม่ทิ้งนโยบายนี้ไป อย่างหนึ่งตอนนี้ที่อยากทำคือการพัฒนาโครงการ OTOP คือของเดิมมันมีอยู่แต่มันอยู่เท่าเดิมมันยังไม่ขยับไปสู่ creative economy จริงๆ อีกเรื่องคือต้องหากลุ่มประเภทอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่เรามีศักยภาพจริงๆ ต้องหาออกมาให้เจอเพื่อเร่งทำก่อน หรือหาต้นแบบให้ได้ ก่อนเพราะมันยากที่จะพัฒนาไปพร้อมกันทั้งหมด 15-16 กลุ่มนะครับ อีกเรื่องคือเราอยากเห็น impact ในระดับภูมิภาคให้มากขึ้นอย่าง creativities unfold ของ TCDC ปีนี้ได้พันธมิตรเพิ่มขึ้นมากทำยังไงปีหน้าขยายไปตามหัวเมืองต่างๆ ใหม่ เรื่องหนึ่งคือผมมองว่ากลวิธีในการทำงานของเราต้องใช้เวลา บทบาทของเราเข้าไปสู่ mass ไม่ได้ เราทำได้ในลักษณะเป็นกรณีศึกษาเป็นผู้เล่าเรื่องราวให้เกิดความรู้ความเข้าใจ สร้างแรงบันดาลใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เราทำได้เท่านั้น

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ประภัสสร จันทรสถิตย์พร เกิดเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2523 จบการศึกษาระดับ
ประถมศึกษาที่โรงเรียนอนุบาลวัดปิตุลาธิราชรังสฤษฎิ์ มัธยมศึกษาที่โรงเรียนเบญจมราชรังสฤษฎิ์
จังหวัดฉะเชิงเทรา และโรงเรียนระยองวิทยาคม จังหวัดระยอง

สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี หลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารการแสดง
ระดับปริญญาโท หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวาริชวิทยา จากภาควิชาวาริชวิทยา
และสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก
สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย