

การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย

ประภัตร จันทรสถิตย์พร

จิรยุทธ์ สินธุพันธุ์

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จุดเริ่มต้นของความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่องการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยนั้น เริ่มจากการที่ผู้วิจัยได้เห็นการทำงานของวลีสำคัญๆ 2 ประโยคที่มีผลต่อกระบวนการตั้งคำถามหรือตั้งประเด็นในการศึกษาของตนเอง วลีแรกคือ “เมืองไทย เมืองสร้างสรรค์” หรือ “Creative Thailand” เมื่อครั้งการประกาศพันธะสัญญาในการบริหารราชการของรัฐบาลนายอภิสิทธิ์ เวชชาชีวะ โดยมีการบรรจุเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ไว้ในคำแถลงนโยบายของรัฐมนตรีต่อรัฐสภาเมื่อ 29 ธันวาคม 2551 มีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาองค์ความรู้และสร้างนวัตกรรม สร้างความเข้มแข็งแก่ผู้ประกอบการไทย สร้างมาตรฐานทางธุรกิจ พัฒนาการตลาดและพัฒนาบุคลากรให้ขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อที่จะสร้างศักยภาพทางเศรษฐกิจของไทย ไม่ให้ต้องพึ่งพาแต่เพียงการส่งออกสินค้าที่ต้องผันแปรตามสถานการณ์ตลาดโลกแต่เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2551)

ประภัตร จันทรสถิตย์พร (นศ.ด. นิเทศศาสตร์,คณะนิเทศศาสตร์,จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2554) และจิรยุทธ์ สินธุพันธุ์ (Ph.D. University of Exeter, England, 2008) ปัจจุบันดำรงตำแหน่งอาจารย์ประจำภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง “การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย” ของประภัตร จันทรสถิตย์พร โดยมี อ.ดร.จิรยุทธ์ สินธุพันธุ์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก และได้รับทุน 90 ปี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

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 หากสังคมไทยกำลังได้รับการกำหนดให้ต้องฟัง “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในฐานะที่เป็นเรื่องเล่า (story) หน่วยงานภาครัฐไทยที่ต้องสื่อสารเรื่องเล่านี้จะมีวิธีการในการสร้างสาร (message creation) อย่างไรเพื่อสะท้อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความเป็นรูปธรรม ด้วยการอาศัยแนวคิดการเล่าเรื่องซึ่งมีเกณฑ์ในการศึกษาและวิเคราะห์ที่ชัดเจน มีองค์ประกอบและมีวิธีการประเมินองค์ประกอบอย่างเป็นขั้นตอนผู้วิจัยจึงเห็นว่า การเล่าเรื่องนี้สามารถใช้เป็นแนววิเคราะห์เพื่อหาการสร้างสารเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่หน่วยงานภาครัฐสร้างขึ้นได้

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้วพบว่าประเทศไทยอาศัยการเรียนรู้ความสำเร็จภายใต้โครงการต่างๆ ของนานาชาติ ไม่ว่าจะเป็น “Creative Nation Initiative in 1994” ของประเทศออสเตรเลียที่สร้างตัวละครแรงงานรุ่นใหม่และเยาวชนให้พิจารณาทางด้านการทักษะอาชีพที่มีรากฐานจากเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของตนเป็นวิถีชีวิตแบบใหม่ โครงการ “Creative Britain: New talents for the new economy” ของประเทศอังกฤษที่ส่งเสริมให้ปรับเปลี่ยนรูปแบบโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภคให้เข้าสู่การใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นหัวใจสำคัญเช่น การปฏิรูปการศึกษา ด้านเทคโนโลยีการสื่อสารหรือด้านการบริหารงานภาครัฐและเอกชน (Andrew White,

2009) หรือกระทั่งความตื่นตัวต่อความสำเร็จอย่างก้าวกระโดดของเกาหลีใต้ในโครงการ “Seoul Creative City” ที่มุ่งเน้นการผลิตเนื้อหาที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบวิถีชีวิตเช่น อาหาร เสื้อผ้า ดนตรี ผ่านศักยภาพในการมีความรู้พื้นฐานด้านเทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัย และการรุดหน้าของสิงคโปร์ในการสร้างความตระหนักแก่พลเมืองของประเทศให้ก้าวเข้าสู่การเป็นเมืองแห่งการออกแบบภายใต้โครงการ “Design Singapore”

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าโครงการต่างๆ เพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จในกรณีศึกษาของต่างประเทศมิได้เกิดขึ้นเพียงเพราะการสร้างแนวคิดหรือ “สโลแกน” ด้วยถ้อยคำสวยงามเพื่อให้ดึงดูดหากแต่ภายใต้ชื่อโครงการเหล่านั้น มีกระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทำงานอยู่เบื้องหลัง ซึ่งเกิดจากการประกอบกันระหว่างองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น มีการกำหนดหน่วยงานผู้รับผิดชอบในการสื่อสารหลัก มีการกำหนดแก่นความคิดหลักที่จะใช้สื่อสาร มีการปรับเปลี่ยนลักษณะทางกายภาพของสังคม สำคัญที่สุดคือมีการกำหนดทิศทางการสร้างเนื้อหาสาระว่าจะเป็นอย่างไรรึหรืออาจกล่าวได้ว่าเราสามารถเห็นความพยายามในการ “เล่าเรื่อง” เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของกรณีศึกษาต่างประเทศได้ชัดเจน ผู้วิจัยจึงเกิดความสงสัยว่าในบริบทของประเทศไทยนั้นการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้เป็นไปในลักษณะใด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็นการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดดังกล่าวให้เด่นชัดหรือส่งผลต่อความตื่นตัวหรือความเคลื่อนไหวในสังคม แท้จริงแล้วเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรณีของประเทศไทยนั้นคืออะไร หน่วยงานภาครัฐของไทยในฐานะผู้รับผิดชอบโดยตรงสร้างสารเหล่านี้และส่งต่อผู้คนในสังคมไทยอย่างไร จึงเป็นที่มาเบื้องต้นของการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

ผู้วิจัยพิจารณาแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าเป็น “สาร” ที่มีได้หมายถึงเพียงองค์ประกอบหนึ่งในกระบวนการสื่อสารของมนุษย์แต่เปรียบเสมือนปรากฏการณ์การหลอมรวมกันของเนื้อหาสาระที่มีความหลากหลายในบริบทของทั้งสังคมและเศรษฐกิจ และถือเป็น “เรื่องเล่า” เรื่องหนึ่งที่กำลังดำเนินอยู่เพราะ

ส่งผลต่อวิถีชีวิตของผู้คนในวงกว้าง สำหรับผู้วิจัยแล้ว “สาร” เรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมีความเฉพาะตัว ตรงที่มีความเป็นนามธรรมสูงและเกี่ยวข้องกับทั้งมิติ ด้านหลักคิดกับมิติด้านการประยุกต์ใช้ มีลักษณะ ที่กระทบทั้งกลไกเชิงปัญญา จินตนาการสร้างสรรค์และ กลไกเชิงพฤติกรรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึง กระบวนการ “เล่าเรื่อง” เศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ปรากฏ ในสารที่ถูกส่งจากหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีหน้าที่ รับผิดชอบว่าได้ข้อสรุปประกอบและวิธีการเช่นไรในการ เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้สู่สาธารณะ

วลีที่ว่า “We live on the story we are told” ของ Walter Fisher นักวิชาการผู้ตั้งต้นให้การเล่าเรื่อง มีฐานะที่เป็นศาสตร์แขนงหนึ่งมาจากการศึกษาของ Fisher เรื่อง Human Communication as Narration : Philosophy of Reason, Value and Action ในปี 1987 เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ความสนใจรูปแบบการสื่อสารที่ว่า ด้วยการเล่าเรื่องนั้นขยายอาณาเขตจากเรื่องแต่ง หรือ fiction มาสู่ เรื่องจริง หรือ non-fiction เพิ่มขึ้น อย่างมาก โดยวิธีการยืนยันความสอดคล้องของการ ศึกษาศาสตร์ว่าด้วยการเล่าเรื่องของ Fisher ที่สามารถใช้สำหรับวิเคราะห์รูปแบบการสื่อสารของทั้งเนื้อหาที่เป็น จินตคติและสารัตถคติได้นั้นเพราะ “ที่ใดมีมนุษย์ ที่นั่น ย่อมมีการเล่าเรื่อง” ดังนั้นเรื่องเล่าจึงสามารถไปปรากฏ ในรูปแบบการสื่อสารศาสตร์อื่นๆ เช่นเช่น วิทยาศาสตร์ รัฐศาสตร์ได้เช่นกัน (W.Fisher 1987 อ้างถึงใน กาญจนา แก้วเทพ 2553) วลีนี้เองที่เป็นหลักคิดพื้นฐาน ของการกำหนดมุมมองในการศึกษาของผู้วิจัยว่าการ เล่าเรื่องนั้นมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงความรู้ และเข้าใจของผู้คนกับเนื้อหาที่ตนเองในฐานะผู้รับฟัง เรื่องเล่าเหล่านั้น ด้วยการอาศัยแนวคิดการเล่าเรื่อง (Narration) ซึ่งมีหน้าที่หลากหลายดังที่ Fisher ได้ สรุปไว้ว่า มนุษย์มีคุณสมบัติในการเล่าเรื่อง (narrative being) เป็นพื้นฐานกว่าคุณสมบัติอื่นๆ ดังนั้นเรื่องราว ต่างๆ รอบตัวของมนุษย์รวมทั้งเรื่องราวที่เป็นสาระ (non fiction) ก็สามารถศึกษาได้ด้วยการเล่าเรื่องทั้งสิ้น

เมื่อย้อนไปถึงจุดเริ่มต้นของการสื่อสารแนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยนั้นเกิดขึ้นพร้อมกับ

การปฏิรูปแนวทางการพัฒนาประเทศภายใต้แผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ที่มุ่งสร้างเสริม การพัฒนาคนให้เป็นทรัพยากรที่สำคัญของชาติ และ ปรากฏต่อเนื่องมาจนฉบับที่ 11 โดยอาศัยหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องกับการพัฒนาองค์ความรู้ในฐานะที่เป็นเครื่องมือ สำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ได้จัดตั้งขึ้น คือ หน่วยงานหนึ่งของผู้วิจัยถือว่ามีความสำคัญเกี่ยวกับการ รับแนวนโยบายเรื่องการพัฒนาคนของประเทศไทย จากภาครัฐเพื่อสื่อสารสู่สาธารณะนั้นคือสำนักงานบริหาร และพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Office of Knowledge Management and Development (Public Organization) หรือเป็นที่ รู้จักกันในนาม OKMD วัตถุประสงค์คือเพื่อส่งเสริม ให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาและพัฒนาความรู้ ความสามารถเพื่อเพิ่มความรู้สร้างสรรค์และพัฒนา คุณภาพความคิดของผู้คน OKMD ประกอบไปด้วย ส่วนงานภายในซึ่งมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน แต่สำหรับผู้ วิจัยแล้วมีหน่วยงาน 3 หน่วยที่ดำเนินนโยบายและมี บทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนแนวคิดหรือสนับสนุน ให้เกิดการพัฒนาศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยใน มิติที่เน้นการสื่อสารเป็นหลัก ได้แก่

1. อุทยานการเรียนรู้ หรือ Thailand Knowledge Park หรือ TK Park ศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบที่ให้ บริการหนังสือและมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมให้การอ่านและ การเรียนรู้เป็นเครื่องมือสำหรับการพัฒนาทักษะ โดยเฉพาะการคิดวิเคราะห์เพื่อให้ผู้คนเกิดกระบวนการ เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์

2. สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ Thailand Creative and Design Center หรือ TCDC เป็นแหล่งทรัพยากรข้อมูลการเรียนรู้ด้านการออกแบบ ที่สร้างแรงบันดาลใจและกระตุ้นให้คนไทยปลดปล่อย พลังสร้างสรรค์ที่ได้จากการพิจารณาเอกลักษณ์ทาง วัฒนธรรมมาสร้างสินค้าใหม่หรือผลงานที่เป็นต้นฉบับ

3. สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติหรือ Museum Siam ศูนย์การศึกษาที่จัดแสดงนิทรรศการ สร้างสรรค์โดยใช้นวัตกรรมใหม่ในการเล่าเรื่องราวของ ชนชาติ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา และเศรษฐกิจไทยในรูปแบบ

มีชีวิตที่สามารถลดปรายความอยากรู้ การตั้งคำถาม และปฏิสัมพันธ์ระหว่างนิทรรศการกับผู้ชมเพื่อเกิดทักษะการเรียนรู้ด้วยตนเองสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจและพัฒนาประเทศโดยรวม

ผู้วิจัยเห็นว่าหน่วยงานทั้ง 3 มีบทบาทหน้าที่โดยตรงในฐานะผู้ส่งถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร สนับสนุนและก่อให้เกิดการขับเคลื่อนความคิดสร้างสรรค์ในระดับต่างๆ คือ ตั้งแต่ระดับปฐมวัยหรือระยะต้นที่ TK Park จะต้องสร้างสังคมของการส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ให้แก่เด็กและเยาวชน ขณะที่ TCDC คือผู้สนับสนุนและพัฒนาในระยะกลางหรือวัยรุ่นและวัยทำงานเมื่อความคิดสร้างสรรค์ได้ถูกพัฒนาผสมผสานกับการออกแบบจนสามารถกลายเป็นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าได้ ส่วน Museum Siam นั้นเสมือนผู้สนับสนุนระดับการศึกษาต่อเนื่องคือ ทำหน้าที่เผยแพร่รากเหง้าต้นกำเนิดของวัฒนธรรมประเพณีที่ส่งผลต่อความสร้างสรรค์หรือวิถีชีวิตภูมิปัญญาต่างๆ ของคนไทย

หน่วยงานภาครัฐเหล่านี้ในฐานะที่เป็นผู้ส่งสารหลักในสังคมไทยสร้างสารจากระดับนโยบายหรือแนวคิดสู่การปฏิบัติที่ปรากฏตามเนื้อหาในสื่อต่างๆ อย่างไร หรือการสื่อสารแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ถูกสื่อผ่านหน่วยงานเหล่านี้ควรเป็นอย่างไร จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษาหาคำตอบเพื่อจะนำไปสู่การเข้าสู่สังคมความคิดสร้างสรรค์ที่จะพัฒนาขึ้นไปเป็นพลังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ทัดเทียมนานาประเทศภายใต้บริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่กำลังดำเนินอยู่ในขณะนี้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้อาศัยการรวบรวมแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบหรือปัจจัยที่เสริมให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 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) มาใช้เป็นเกณฑ์ในการวิเคราะห์เนื้อหาสาระด้วยเพื่อท้ายที่สุดจะสามารถแสวงหาแบบจำลองการสร้าง

สารที่เหมาะสมสำหรับหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีหน้าที่รับผิดชอบการสื่อสารแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้นไปในอนาคต

คำถาม/ปัญหาในการวิจัย

1. โดยอาศัยบริบทเรื่องทุนสร้างสรรค์ หน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างไร เหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น
2. การสร้างสารผ่านสื่อของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทยเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีลักษณะอย่างไรเมื่อวิเคราะห์จากกรอบทุนสร้างสรรค์
3. แบบจำลองการสร้างสารของหน่วยงานภาครัฐเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยควรเป็นอย่างไร

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ภายใต้บริบทเรื่องทุนสร้างสรรค์ที่สื่อสารโดยหน่วยงานภาครัฐของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาและวิเคราะห์การสร้างสารที่ปรากฏในสื่อประเภทต่างๆ ที่หน่วยงานภาครัฐใช้
3. เพื่อสร้างแบบจำลองการสร้างสารของหน่วยงานภาครัฐเพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

ขอบเขตของการวิจัย

หน่วยของการศึกษา

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

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลดังรายละเอียดต่อไปนี้

ข้อมูลประเภทบุคคล ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) และวิเคราะห์บทสัมภาษณ์ด้วยแนวคิดการเล่าเรื่อง (Narrative) กำหนดกรอบในการวิเคราะห์เรื่องเล่าด้วยองค์ประกอบเรื่องเล่า 8 ประการ ผู้ให้สัมภาษณ์คือผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐระดับผู้อำนวยการ และหัวหน้างานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ OKMD ในฐานะหน่วยงานแม่ TK Park หรืออุทยานการเรียนรู้ ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ หรือ TCDC และ Museum Siam หรือสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ จำนวนทั้งสิ้น 7 ท่าน

1. คุณอารายะ มาอินทร์ ผู้อำนวยการสำนักนโยบาย และแผนและรักษาการผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ OKMD

2. คุณทัศนัย วงศ์พิเศษกุล ผู้อำนวยการสำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park

3. คุณวันชัย วินิจจะกุล หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ TK Park

4. คุณอภิสิทธิ์ ไส้ศัตรูไกล ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC

5. คุณพิชิต วีรังคบุตร หัวหน้าฝ่ายเนื้อหาและองค์ความรู้ หัวหน้าฝ่ายนิทรรศการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC

6. ม.ล.อรอาไพ พนานรัตน์ ผู้จัดการพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam

7. คุณรณฤทธิ์ ธนโกเศศ ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ Museum Siam

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลที่เกี่ยวข้องระหว่างเดือนพฤษภาคม 2554-กันยายน 2554

ข้อมูลประเภทเอกสาร ศึกษาวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยอาศัยกรอบแนวคิดทุนสร้างสรรค์

4 ประการ (Creative Capital) เป็นเกณฑ์การวิเคราะห์สื่อต่างๆ ที่หน่วยงานแต่ละหน่วยเลือกใช้เนื่องจากหน่วยงานทั้ง 3 หน่วยงานมีลักษณะเป็นศูนย์ เป็นพิพิธภัณฑ์ สื่อต่างๆที่ใช้จึงประกอบไปด้วย สื่อพื้นที่ ได้แก่ บริเวณหรือพื้นที่ที่หน่วยงานจัดไว้ เช่น ห้องเจียบ ของ TK Park ห้องติ๊กเก่าเล่าเรื่องของ Museum Siam สื่อเว็บไซต์ ได้แก่ เว็บไซต์จากทั้ง 3 หน่วยงาน www.tcdc.or.th, www.tkpark.or.th, www.museumsiam.com สื่อกิจกรรม เช่น กิจกรรม Night at the Museum ของ Museum Siam กิจกรรมปล่อยแสงของ TCDC สื่อนิตยสารได้แก่สื่อ นิตยสาร “คิด” ของ TCDC และ สื่อ นิทรรศการ เช่น นิทรรศการถาวร “เรียงความประเทศไทย” ของ Museum Siam นิทรรศการชั่วคราวชุด “ผี ความกลัวจัดการได้ด้วยจินตนาการสร้างสรรค์” ของ TCDC เป็นต้น เก็บรวบรวมข้อมูลการสร้างสรรค์สื่อที่หน่วยงานภาครัฐจัดทำขึ้นเพื่อใช้ส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ปรากฏเฉพาะระหว่างเดือนพฤษภาคม 2553-เมษายน 2554

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

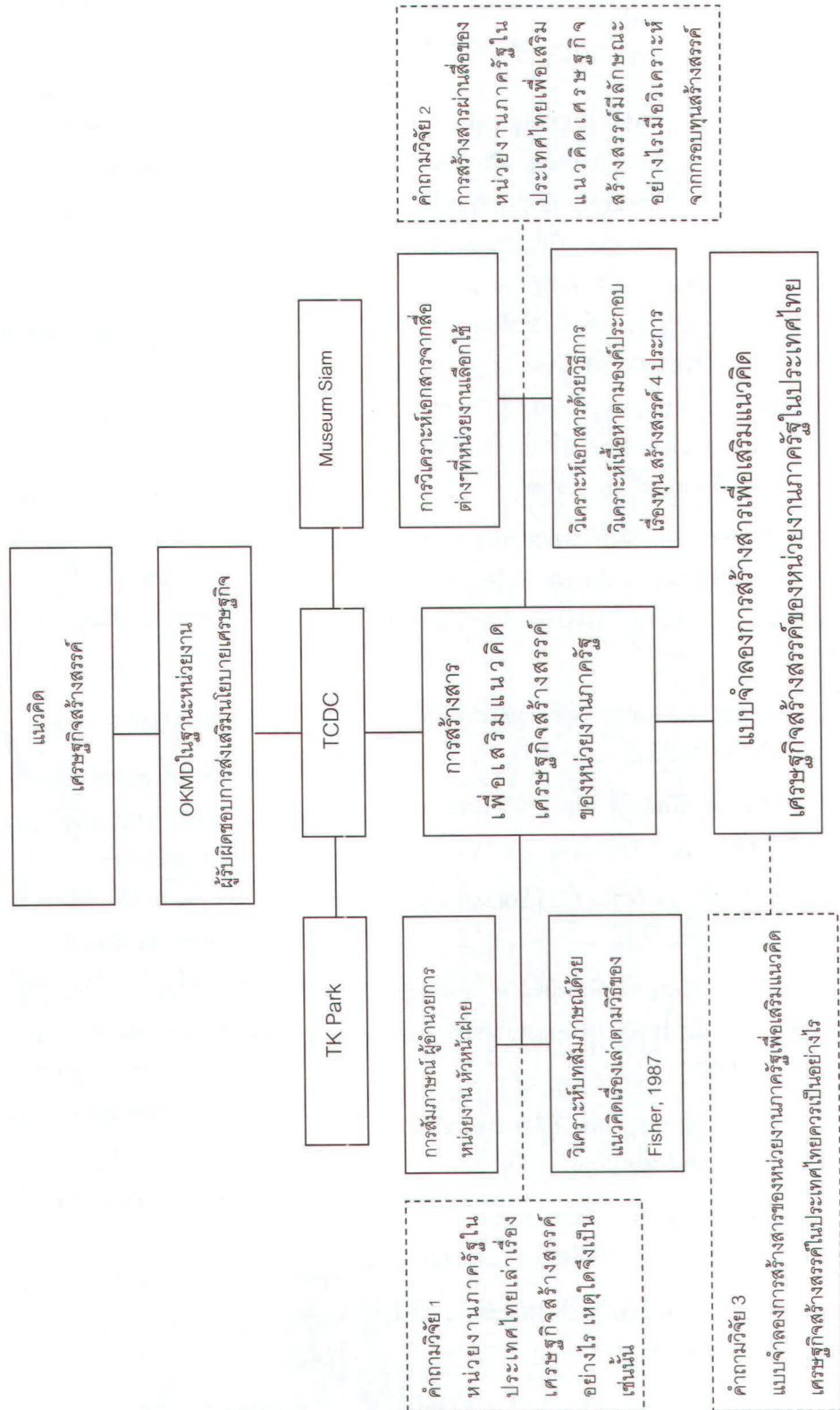
การวิจัยเรื่อง“การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย” เป็นการศึกษาที่ให้ความสนใจกับการสร้างสาร (message creation) ที่หน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทหน้าที่รับผิดชอบใช้ในการดำเนินการสื่อสารนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ใช้แนวคิดหลัก 3 ส่วน

1. แนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แยกเป็น 2 ประเด็นได้แก่ 1. สถานการณ์ปัจจุบันเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยและ 2. หน่วยงานภาครัฐของไทยที่สื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. แนวคิดการเล่าเรื่องในฐานะที่เป็นการสร้างสาร โดยใช้การวิเคราะห์และประเมินเรื่องเล่าด้วยองค์ประกอบ 8 ประการ ได้แก่ 1. ผู้เล่าเรื่อง 2. แก่นเรื่อง 3. ตัวละคร 4. ฉาก 5. เหตุการณ์ 6. ความสัมพันธ์เชิงเวลา 7. ความสัมพันธ์เชิงเหตุผล 8. ผู้ฟัง

3. แนวคิดทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ ได้แก่ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้างหรือสถาบัน

กรอบการศึกษาวិชาการสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย

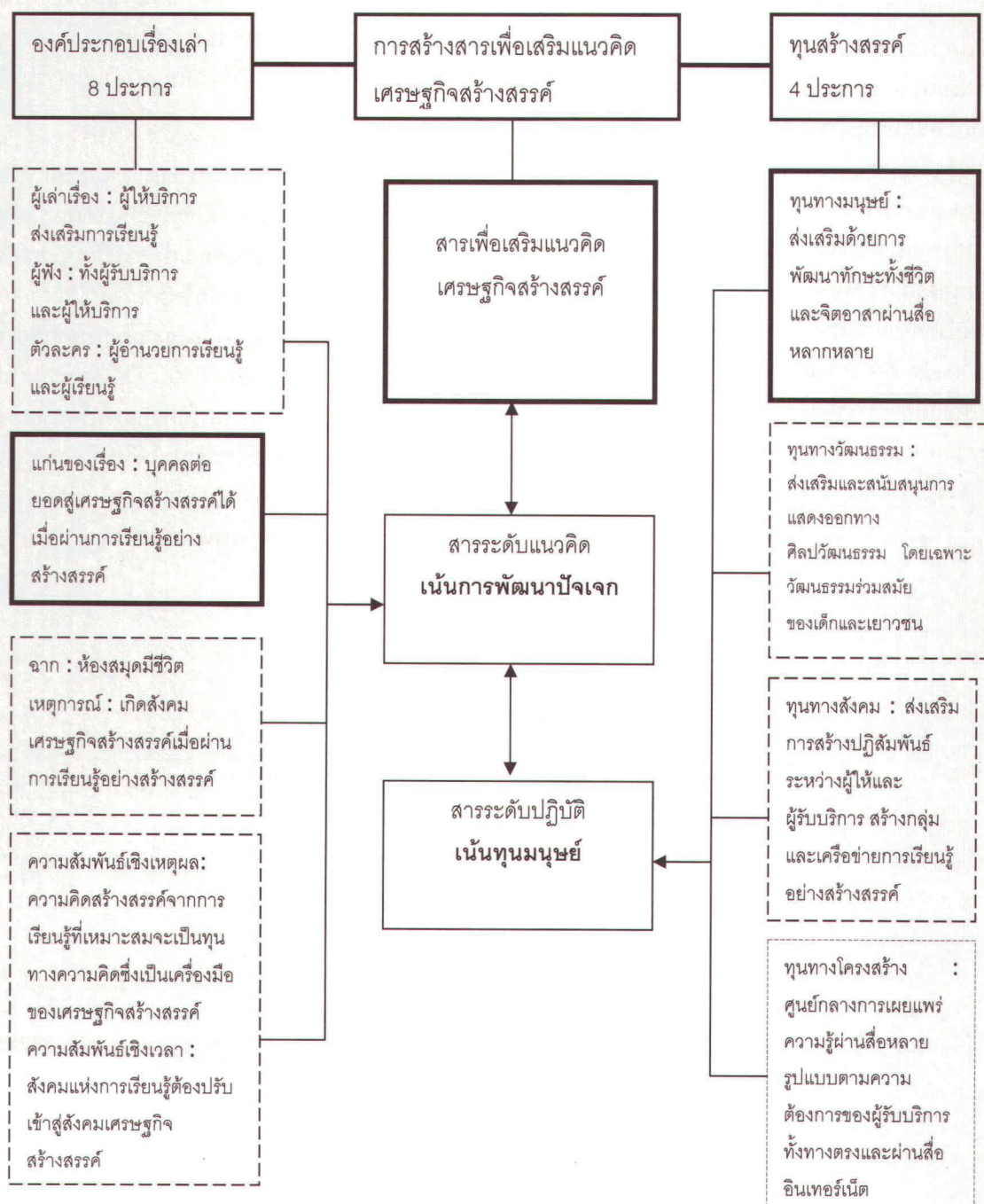


ผลการศึกษาวิจัย

ผลการวิเคราะห์บทสัมภาษณ์บุคลากรของหน่วยงาน ด้วยองค์ประกอบของเรื่องเล่า 8 ประการและผลวิเคราะห์เนื้อหาสารที่ปรากฏในสื่อต่างๆ ด้วยเกณฑ์เรื่องทุน

สร้างสรรค์ 4 ประการเมื่อนำเสนอในรูปของแบบจำลอง การสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของแต่ละหน่วยงานเรียงตามลำดับจนครบถ้วนทั้ง 3 หน่วยงาน จะพบรายละเอียดดังแบบจำลองต่อไปนี้

แบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ อุทยานการเรียนรู้ TK Park



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

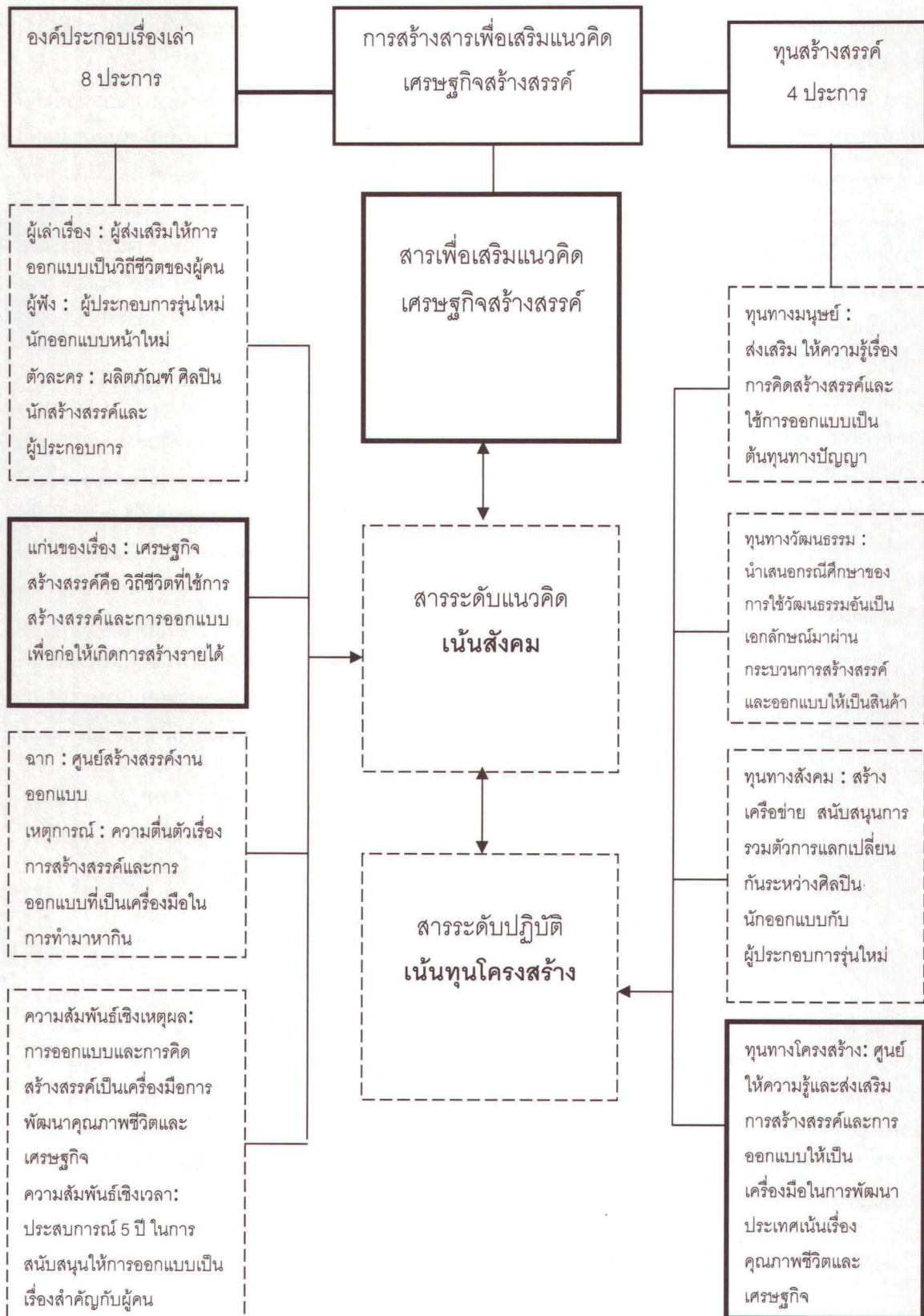
ที่กล่าวว่าเนื้อหาสาระเน้นเรื่อง “คน” นั้นด้วยเหตุที่ว่า TK Park เป็นศูนย์การเรียนรู้ต้นแบบที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ตลอดชีวิตของมนุษย์และเน้นรูปแบบการเรียนรู้ตามอัธยาศัยนั่นก็คือมีความหลากหลายและเหมาะสมกันระหว่างผู้เรียนรู้กับเนื้อหาหรือสื่อเพื่อการเรียนรู้ ดังนั้นสารที่วิเคราะห์ออกมาทั้งจากระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการที่ปรากฏจึงมีความเด่นชัดเรื่อง การกำหนดให้การเรียนรู้ระดับปัจเจกหรือการเรียนรู้รายบุคคลมีความสำคัญอย่างมากรุนแรงก็คือการส่งเสริมองค์ประกอบทุนสร้างสรรค์ด้านทุนทางมนุษย์ เพราะ TK Park ถือว่าการได้รับการพัฒนาทักษะการเรียนรู้ที่เหมาะสมสร้างสรรค์จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการเข้าสู่สังคมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

ขณะที่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับผู้อำนวยความสะดวก หรือการรวมกันในรูปแบบของกลุ่มหรือเครือข่ายต่างๆ

ก็ก่อให้เกิดทุนทางสังคมให้เกิดขึ้นไปพร้อมกัน การเรียนรู้ที่เหมาะสมด้วยกระบวนการที่สร้างสรรค์เป็นเหตุการณ์ที่สำคัญสำหรับการสื่อสารของหน่วยงานและการใช้ห้องสมุดมีชีวิตเป็นฉากรองรับเหตุการณ์ต่างๆ ก็เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นซึ่งถือวาระบบการเรียนรู้ผ่านศูนย์การเรียนรู้ อีกทั้งการให้บริการสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายในรูปแบบออนไลน์ลักษณะเช่นนี้เป็นทุนทางโครงสร้างที่สำคัญของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนเนื้อหาหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ออกแบบมาเสริมเพิ่มเติมโดยเฉพาะกิจกรรมประเภทการแสดงต่างๆ ก็ช่วยสร้างสารที่มีเนื้อหาเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมให้ปรากฏขึ้นด้วย

ดังนั้นแบบจำลองการสร้างสารของ TK Park เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีภารกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้และส่งเสริมการอ่านอย่างสร้างสรรค์ให้แก่ผู้คนจึงมีความสอดคล้องและเป็นแบบจำลองที่สามารถไปปรับเข้าสู่การสร้างสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้โดยเฉพาะในกรณีของการสร้างสารเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ในฐานะที่การเรียนรู้เป็นเครื่องมือของการแสวงหาความรู้และการพัฒนาตนเองเพื่อต่อยอดสู่กระบวนการความคิดสร้างสรรค์ที่แตกต่างได้

แบบจำลองการสร้างสรรค์เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC



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

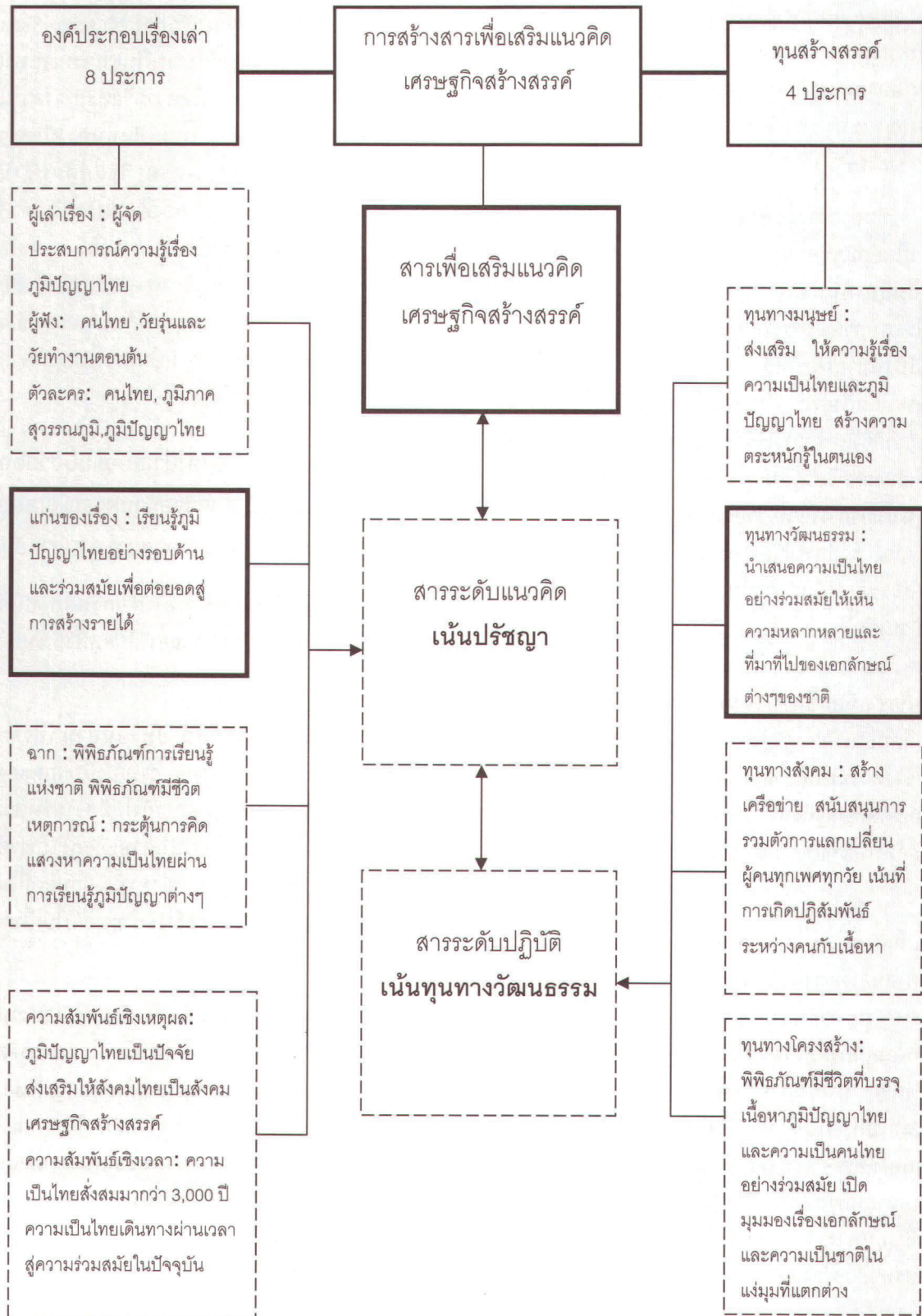
ที่กล่าวว่าเนื้อหาสาระเน้นเรื่อง “การออกแบบและการสร้างสรรค์” เพราะ TCDC เป็นศูนย์ต้นแบบที่มีเป้าหมายเพื่อให้สังคมเกิดความตระหนักต่อคุณค่าของการคิดสร้างสรรค์และรู้จักการออกแบบว่าเป็นวิธีการหรือเป็นเครื่องมือสำคัญของวิถีชีวิตหรือการใช้ชีวิตในทุกๆ มิติ ดังนั้นสารที่วิเคราะห์ห่อออกมาทั้งจากระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการที่ปรากฏจึงมีความเด่นชัดเรื่องการกำหนดให้การออกแ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

ขณะที่การส่งเสริมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างนักคิดสร้างสรรค์ นักออกแบบ ศิลปินหน้าใหม่กับผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจรุ่นใหม่หรือการรวมกันในรูปแบบของกลุ่มหรือเครือข่ายต่างๆ ก็ก่อ

ให้เกิดทุนทางสังคมให้เกิดขึ้นไปพร้อมกัน การสร้างเหตุการณ์ลักษณะที่สร้างความตื่นตัวผ่านกรณีศึกษาต่างๆ โดยเฉพาะที่ประสบความสำเร็จมาเป็นตัวอย่างให้ผู้คนที่ได้ชมได้ร่วมเรียนรู้แลกเปลี่ยนเป็นการใช้พื้นที่ศูนย์สร้างสรรค์ซึ่งมีทั้งห้องสมุดด้านการออกแบบ ห้องจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ ให้บริการสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายรวมทั้งสื่อรูปแบบออนไลน์ ลักษณะเช่นนี้เป็นทุนทางโครงสร้างที่สำคัญของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนเนื้อหาหรือกิจกรรมต่างๆ ที่ออกแบบมาเสริมเพิ่มเติมโดยเฉพาะกิจกรรมประเภทการแสดงนิทรรศการหรือการเสวนา สัมมนาว่าด้วย “เอกลักษณ์” ช่วยส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมให้ปรากฏขึ้นด้วย

ดังนั้นแบบจำลองการสร้างสารของ TCDC เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีภารกิจเพื่อให้ความรู้และส่งเสริมให้การออกแบบและการคิดสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจแก่ผู้คนจึงมีความสอดคล้องและเป็นแบบจำลองที่สามารถปรับเข้าสู่การสร้างสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้โดดเด่นและมีความเป็นรูปธรรมมากที่สุดเพราะได้มีการเชื่อมโยงระหว่างความรู้กับการนำไปปรับใช้โดยเฉพาะในกรณีต้องการสื่อสารเนื้อหาทุนสร้างสรรค์ในระดับสังคมและระดับโครงสร้าง

แบบจำลองการสร้างสรรค์เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ
สถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้ Museum Siam



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

ที่กล่าวว่าเนื้อหาสาระเน้นเรื่อง “ภูมิปัญญาของคนไทยบนภูมิภาคสุวรรณภูมิ” เพราะ Museum Siam เป็นสถาบันส่งเสริมเรื่องความเป็นไทยด้วยการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ด้วยรูปแบบพิพิธภัณฑ์มีชีวิต มีเป้าหมายเพื่อให้สังคมเกิดการแสวงหาคำตอบและตระหนักถึงคุณค่าความเป็นไทยว่าเป็นเครื่องมือสำคัญของวิถีชีวิตหรือการใช้ชีวิตในทุกๆ มิติ ด้วยกระบวนการพัฒนาการเรียนรู้จากการจัดประสบการณ์ตรงให้เกิดแก่ผู้มาใช้บริการนั้นถือว่าเป็นวิธีการที่สร้างทุนทางมนุษย์ที่สำคัญ ส่วนสารที่วิเคราะห์ออกมาทั้งจากระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการที่ปรากฏมีความเด่นชัดเรื่องการกำหนดให้ความรู้เกี่ยวกับคนไทยและความเป็นไทยซึ่งอยู่บนความสัมพันธ์กับภูมิภาคสุวรรณภูมิเป็นเนื้อหาหลักซึ่งเมื่อสื่อสารเชื่อมโยงเข้ากับกระบวนการคิดต่อยอดถอดรหัสความรู้ต่างๆ ที่ได้รับจึงจะเกิดเป็นสารที่สร้างความสำคัญให้แก่ผู้คนได้ ดังนั้นสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Museum Siam จึงมีเนื้อหาเรื่องทุนทางวัฒนธรรมและทุนทางสังคมรวมอยู่ด้วย

การสร้างเหตุการณ์ลักษณะที่กระตุ้นการค้นหาคำตอบว่า คนไทยมาจากไหน ความเป็นไทยคืออะไร นำเสนอเรื่องเล่าเส้นทางภูมิปัญญาไทยที่เกิดจากความแตกต่างหลากหลายและความสัมพันธ์ระหว่างกันของคนในภูมิภาคสุวรรณภูมิซึ่งเป็นฐานทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ มาเป็นตัวอย่างให้ผู้คนทั้งได้ชมได้ร่วมเรียนรู้ แลกเปลี่ยนเป็นการใช้พื้นที่พิพิธภัณฑ์ซึ่งมีทั้งส่วนจัดแสดงนิทรรศการต่างๆ ห้องสมุดให้บริการสื่อการเรียนรู้ที่หลากหลายรวมทั้งสื่อรูปแบบออนไลน์ลักษณะเช่นนี้เป็นทุนทางโครงสร้างที่สำคัญของการเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนเนื้อหาหรือกิจกรรมต่างๆ

ที่ออกแบบมาเสริมเพิ่มเติมโดยเฉพาะกิจกรรมประเภทการแสดงต่างๆ นิทรรศการชั่วคราวหรือการสัมมนาที่ช่วยส่งเสริมทุนทางสังคมให้ปรากฏขึ้นด้วย

ดังนั้นแบบจำลองการสร้างสารของ Museum Siam เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะหน่วยงานภาครัฐของไทยที่มีภารกิจเพื่อให้ความรู้และสร้างความตระหนักถึงคุณค่าภูมิปัญญาไทย เป็นทุนทางปัญญาในการพัฒนาต่อยอดสู่เรื่องเศรษฐกิจแก่ผู้คนจึงมีความสอดคล้องและเป็นแบบจำลองที่สามารถปรับเข้าสู่การสร้างสารเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ เพราะได้มีการเชื่อมโยงระหว่างความรู้เรื่องความเป็นไทยซึ่งถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมผนวกกับทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้าง ผ่านกระบวนการสร้างเสริมทุนทางมนุษย์จากการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์ตรง

อภิปรายผลการวิจัยและนำเสนอแบบจำลองการประสานความร่วมมือในการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐ

ประเด็นที่น่าจะได้อภิปรายในโอกาสต่อไปอีก 4 ประเด็น ซึ่งส่งผลต่อข้อจำกัดในการศึกษาครั้งนี้เช่นกัน ได้แก่

1. ประเด็นด้านความหมายหรือนิยาม ปัจจัยต่างๆ ตั้งแต่การนิยามความหมาย การแบ่งประเภทของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยยังไม่มี ความชัดเจนเป็นเอกภาพ นั่นคือแก่นเรื่องเล่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยยังไม่ปรากฏชัด แต่ละหน่วยงานมีแก่นคิดที่ไม่สอดคล้องกัน ควรกำหนดหรือสร้างนิยามตามบริบทไทยที่ชัดเจน

2. ประเด็นด้านโครงสร้างการบริหารหน่วยงานภาครัฐ ประเทศไทยเป็นกรณีศึกษาหนึ่งที่พบการจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐผู้รับผิดชอบหรือสนับสนุนการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรงแต่พบในลักษณะกระจายตัวและขาดการบูรณาการ ผลจากการนิยามและความรับผิดชอบรวมทั้งขอบเขตที่ต่างกันจึงทำให้การดำเนินการสื่อสารแนวคิดให้เกิดความเข้าใจชัดเจนจนนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นรูปธรรมยังขาดประสิทธิภาพ

ซึ่งในกรณีของการเล่าเรื่องแล้วก็หมายความว่า ผู้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรณีของไทยยังไม่ผกผันเสีย เป็นหนึ่งเดียวและยังไม่มีวิธีการเล่าเรื่องที่ชัดเจนในแง่กระบวนการกำหนดตัวละคร จากและเหตุการณ์ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศ อาจถือได้ว่ายังไม่สร้างเสริมเรื่องทุนทางสังคมในภาพรวม เพราะแม้ว่าจะมีการใช้หน่วยงานที่เกิดขึ้นอยู่ก่อนที่มีบทบาทเกี่ยวข้องอย่าง OKMD เป็นศูนย์กลางของการกระจายความเคลื่อนไหวด้านต่างๆ เกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์แต่ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวของหน่วยงานย่อยๆ ใน OKMD ทั้ง 3 หน่วยงานส่งผลให้เกิดความปลีกย่อยและสับสนในทิศทางของการเล่าเรื่อง

3. ประเด็นด้านโครงสร้างพื้นฐาน ฐานข้อมูลหรือสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ว่าจะเป็นสถานที่ ข้อกฎหมายหรือเทคโนโลยีการสื่อสาร อินเทอร์เน็ตความเร็วสูง ที่ได้รับการรวบรวมหรือจัดสร้างขึ้นยังไม่สามารถอำนวยความสะดวกแก่กระบวนการผลิต จัดจำหน่ายหรือให้บริการแก่ผู้บริโภคได้มากพอ ปัจจุบันคืออุปสรรคของการกำหนดสถานการณ์หรือฉากให้แก่เรื่องที่จะส่งผลให้ตัวละครดำเนินเรื่องได้อย่างมีบทบาท ดังนั้นเมื่อไม่สามารถสร้างสถานการณ์หรือฉากที่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินเรื่องเรื่องเล่าที่จะเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็จะดำเนินไปอย่างไม่เป็นขั้นเป็นตอน

4. ประเด็นด้านความรู้เก่าหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษา และสรุปแนวทางการดำเนินงานต่างๆ ที่ผ่านมามีการเสนอยุทธศาสตร์หรือวิธีการกระทั้งรูปแบบการสื่อสารหรือเสนอแนวทางที่จะเผยแพร่กระจายนโยบายไปสู่ผู้ที่เกี่ยวข้องที่ชัดเจน ทั้งที่เป็นเรื่องที่สำคัญอย่างยิ่งจากจุดด้อยขององค์ประกอบของเรื่องเล่า การขาดการวิเคราะห์ผู้ฟังของเรื่องก็ทำให้การสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยนั้นยังเป็นเรื่องเล่าที่ไม่สมบูรณ์และยังไม่ทำงานอย่างแท้จริง

จากประเด็นข้ออภิปรายเบื้องต้นทั้ง 4 ประเด็น ผู้วิจัยเห็นว่าเมื่อภาครัฐต้องการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ภายใต้หลักคิดที่ผู้วิจัยเชื่อว่า “การเล่าเรื่องคือการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง และเรื่องเล่านั้นมีได้จำกัดอยู่แต่เพียง

เรื่องแต่ง ความรู้หรือหลักคิดก็สามารถเป็นเรื่องเล่าที่เรียนรู้ด้วยความสนุกสนานได้”

การนำเสนอเนื้อหาแนวคิดเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ซึ่งมีสำนักบริหารจัดการและพัฒนาองค์ความรู้ หรือ OKMD เป็นหน่วยงานหลักที่ได้รับการกำหนดภาระรับผิดชอบตามโครงสร้างการบริหารงานของรัฐนั้น แม้ว่าจะมีความพยายามสื่อสารหรือเผยแพร่แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะองค์ความรู้อย่างหนึ่งสู่สังคม แต่จากผลการวิจัยครั้งนี้พบว่าหน่วยงานเองมักเสนอข้อมูลว่าตนต่างเป็นหน่วยงานที่ไม่ได้เกิดขึ้นเพื่อสื่อสารนโยบายด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยตรงตั้งแต่แรก เพราะการรับแนวคิดหรือนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพิ่งเกิดขึ้นอย่างเป็นทางการระหว่างปี 2551 เป็นต้นมา ทั้งๆ ที่ OKMD ในฐานะองค์กรแม้มีบทบาทหลักในการปฏิรูปการศึกษาและการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้คนเป็นหลัก บทบาทการเล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในฐานะที่เป็นองค์รู้นั้นกลับไม่ปรากฏรูปธรรมและมีเนื้อหาสาระมากพอเนื่องด้วยลักษณะขององค์ประกอบและวิธีการเล่าเรื่องของหน่วยงานย่อยต่างๆ ที่ได้รับนโยบายไป ซึ่งได้แก่ สำนักงานอุทยานการเรียนรู้ หรือ TK Park ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ TCDC และสถาบันพิพิธภัณฑ์การเรียนรู้แห่งชาติ หรือ Museum Siam มีความแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง รวมทั้งมุมมองเรื่องบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานต่างเห็นว่าหน่วยงานของตนนั้นไม่ได้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับเรื่องการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่งผลให้ในระดับการวางกรอบแนวคิดในการสร้างสารเพื่อสื่อออกมาสู่สาธารณะนั้นไม่สามารถเกิดเอกภาพและเกิดความเข้มข้นของเนื้อหาได้

เมื่อเราพิจารณาว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเรื่องเล่าประเภทสาระความรู้ ที่ OKMD ในฐานะผู้เล่าเรื่องหลัก มีหน่วยงานย่อยทั้ง 3 คือ TK park, TCDC, และ Museum Siam เป็นตัวละครหลักๆ จากปัจจัยด้านเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละหน่วยงานและความแตกต่างทางวิถีทัศน์และพันธกิจส่งผลให้องค์ประกอบของเรื่องเล่าที่สร้างขึ้นแตกต่างกันทุกองค์ประกอบ ความ

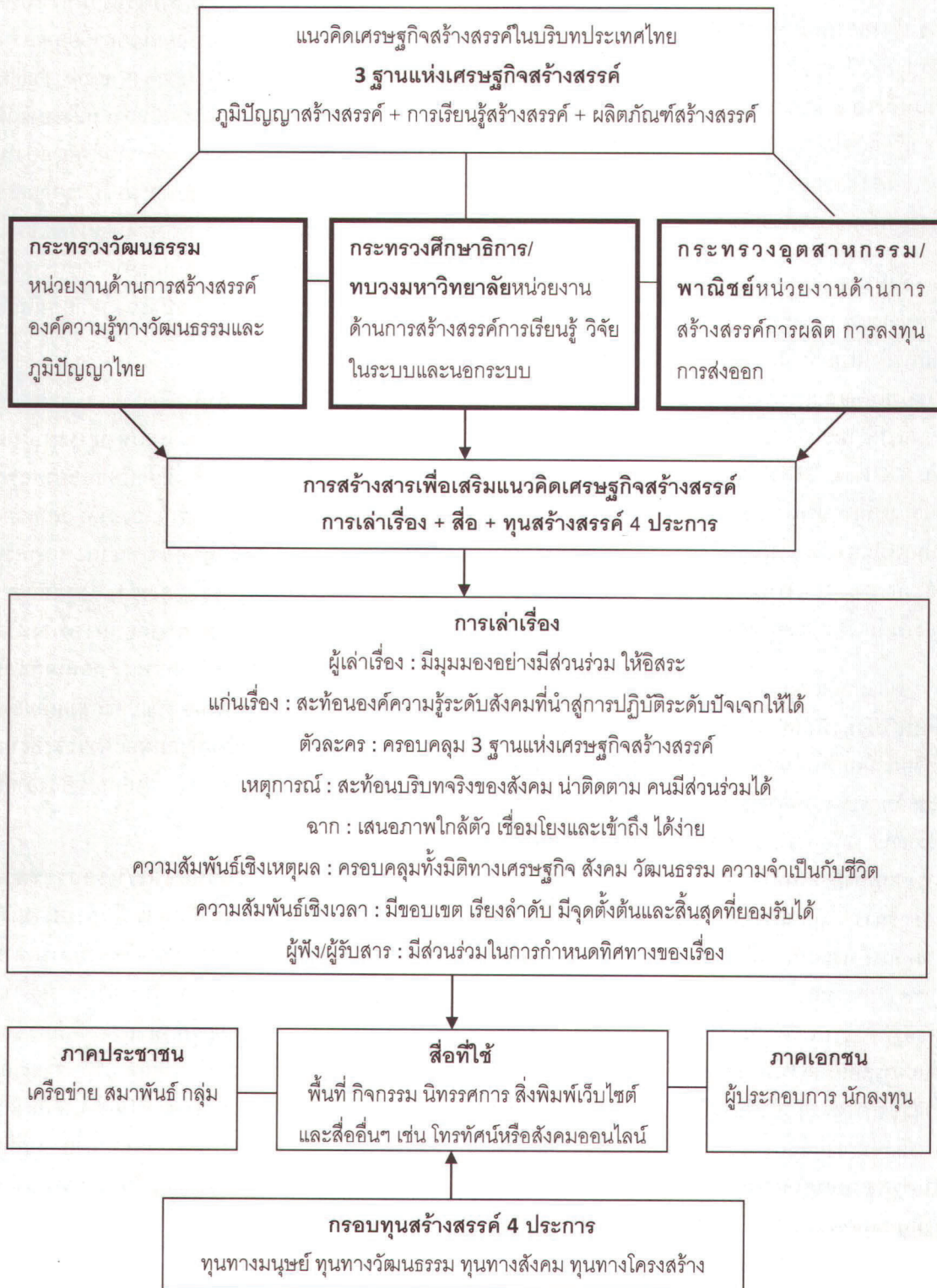
สืบสานทั้งเนื่องจากตัวละครที่ใช้ดำเนินเรื่องที่มีบุคลิกภาพแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง ดังจะเห็นได้ว่า TK Park นั้นคือตัวละครประเภทนักศึกษาศาสตร์ที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์สื่อเพื่อการเรียนรู้ ส่วน TCDC คือตัวละครนักร้องแบบที่ต้องการสร้างงานสร้างรายได้ และ Museum Siam คือนักโบราณคดีไทยที่มีความสามารถในการสื่อสารร่วมสมัย ส่งผลให้ฉากและเหตุการณ์ที่ดำเนินไปนั้นต่างกัน ที่สำคัญที่สุดคือแก่นของเรื่องที่จะมีความร่วมกันจึงต่างกัน ทำให้เรื่องเล่านี้ทำงานแบบแยกส่วนเสมือนว่ามี 3 เรื่องเล่าย่อยๆ ภายใต้อันเดียวกัน กลุ่มผู้ฟังเรื่องจึงอาจต้องเล่นบทบาทเลือกเรื่องที่ชอบเพื่อจะฟัง เพราะเรื่องเล่าที่ถ่ายทอดมาไม่มีความเฉพาะกลุ่มค่อนข้างสูงไม่ใช่สำหรับสาธารณะ

แต่เมื่อพิจารณาเนื้อหาสารที่ปรากฏตามสื่อต่างๆ จากผลการวิเคราะห์และสรุปการวิเคราะห์เนื้อหาด้วยทุนสร้างสรรค์ 4 ประการได้แก่ ทุนทางมนุษย์ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคมและทุนทางโครงสร้าง ผู้วิจัยเห็นว่าการสร้างสารจากทั้ง 3 หน่วยงานนี้ผ่านทางสื่อพื้นที่สื่ออินเทอร์เน็ต สื่อเว็บไซต์ สื่อกิจกรรมและสื่อวิทยุสารทุกสื่อล้วนปรากฏเนื้อหาว่าด้วยทุนสร้างสรรค์ 4 ประการทั้งสิ้น นั่นแสดงว่าโดยสารที่ปรากฏแล้วการทำงานเพื่อสื่อสารเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นเกิดขึ้นอยู่ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาเรื่องทุนทางมนุษย์ซึ่งก็อาจเพราะทั้ง 3 หน่วยงาน เป็นหน่วยงานเพื่อพัฒนาคนโดยโครงสร้างอยู่แล้ว หน่วยงานเองไม่สามารถปฏิเสธความรับผิดชอบหรือไม่ตระหนักถึงบทบาทในการเป็นผู้เล่าเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ เพราะจากผลงานที่ได้ผลิตและเผยแพร่สู่สาธารณะมีความชัดเจนมากพอ ดังนั้นสิ่งที่แต่ละหน่วยงานควรพิจารณาคือในฐานะที่ตนเป็นองค์กรที่ได้รับนโยบายจาก OKMD การร่วมกันกำหนดทิศทางการเล่าเรื่องให้เหมาะสมสอดคล้องกับบทบาทหน้าที่โดยมิให้ขาดเอกลักษณ์เฉพาะทางของตนและรักษาความสอดคล้องขององค์ประกอบการเล่าเรื่อง

ทั้งนี้บริบทแวดล้อมที่สำคัญที่สุดคือการต้องพิจารณาให้ระบบการศึกษาเอื้ออำนวยต่อการเกิดสังคมความคิดสร้างสรรค์อย่างแท้จริง ตัวชี้วัดหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือเราไม่มีสื่อการเรียนรู้ที่ผลิตขึ้นมาเองอย่างเพียงพอเพื่อเสริมความเข้าใจเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เรามีรายการการวิจัย มีบทความและการกำหนดแผนนโยบายที่ค่อนข้างกระจุกตัวในวงจำกัด ขณะที่การศึกษาในระบบตั้งแต่ระดับการศึกษาภาคบังคับจนกระทั่งอุดมศึกษาเองก็เคลื่อนตัวน้อยมากเกี่ยวกับเรื่องการศึกษาวิจัยเชิงการผลิตหรือการวิจัยสร้างสรรค์ ดังนั้นข้ออภิปรายที่สำคัญที่สุดอย่างหนึ่งของการเร่งสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยก็คือเปลี่ยนนโยบายการปฏิรูปการศึกษาให้เป็นนโยบายการสร้างสรรค์การศึกษา รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่ทันสมัย มีความก้าวหน้าต่างๆ โดยเฉพาะด้านสื่อการเรียนการสอน การเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้และการจัดการเรียนรู้ที่หลากหลายสำหรับความต้องการที่แตกต่างกันของผู้เรียนต้องพัฒนาให้แพร่ขยายออกไป หน่วยงานทั้ง 3 คือ TK Park TCDC และ Museum Siam ได้พยายามปรับเปลี่ยนเรื่องนี้อย่างเต็มที่ในฐานะศูนย์การเรียนรู้สร้างสรรค์นอกระบบ ดังนั้นหน่วยงานการศึกษาในระบบต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัว เปลี่ยนแปลงและผสมผสานความร่วมมือด้วยการดึงความรู้และวิธีการจากหน่วยงานทั้ง 3 ไปเชื่อมโยงกับตนเองให้มากขึ้น

เมื่อนำรายละเอียดจากทั้งผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการสรุปและอภิปรายผลการศึกษาแล้วผู้วิจัยจะได้ทดลองสร้างแบบจำลองที่ได้จากการสังเคราะห์แบบจำลองรายหน่วยงานที่ได้นำเสนอไปแล้วเพื่อทดลองสร้างแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยพื้นฐานการเล่าเรื่องและการคำนึงถึงทุนสร้างสรรค์ 4 ประการ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

แบบจำลองการผสานความร่วมมือในการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในประเทศไทย



ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ ผลการศึกษานี้เป็น การแสดงสถานภาพของความรู้เรื่องการสร้างสาร โดยเฉพาะ การสร้างสรรค์เนื้อหาสาระที่มีบทบาทต่อการส่งเสริม เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย และสามารถเป็น ส่วนหนึ่งของการประเมินผลการดำเนินการเชิงเผยแพร่ ความรู้และนโยบายของหน่วยงานภาครัฐที่มีบทบาทใน ฐานะผู้ส่งสารและผู้ดำเนินนโยบายเรื่องเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ต่อสาธารณะได้

ทั้งนี้ การนิยามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานของตน ให้ชัดเจนและหาจุดเชื่อมโยงระหว่างบทบาทหน้าที่เหล่านั้น กับการส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้พบจะเป็น ตัวแปรสำคัญในการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เพราะโดยลักษณะโครงสร้างหน่วยงานภาครัฐ เช่น TK Park, TCDC และ Museum Siam ล้วนเป็น หน่วยงานภาคบริการสาธารณะทั้งสิ้น ซึ่งหากพิจารณา ตนเองเป็นห่วงโซ่หนึ่งในธุรกิจบริการหรือส่งเสริมความรู้ แล้ว ก็จะสามารถพิจารณาตนเองได้ชัดเจนขึ้นว่าเกี่ยวข้อง อย่างไรกับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์

จากแบบจำลองการผสมผสานความร่วมมือในการสร้างสาร เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้นำเสนอ นั้น ผู้วิจัยสะท้อนให้เห็นบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ในระดับกระทรวงที่ควรเร่งลงมือเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ กระบวนการสื่อสารโดยเฉพาะในแง่ของการสร้างเนื้อหา สารตามพันธกิจหน้าที่รับผิดชอบของตน เช่น กระทรวง ศึกษาธิการ โดยเฉพาะทบวงมหาวิทยาลัยที่มีสถาบัน การศึกษาในระดับอุดมศึกษามากมายอยู่ในความดูแล ควรสร้างความตระหนักและเห็นถึงคุณประโยชน์ของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เร่งสร้างความร่วมมือให้เกิดการ เรียนการสอนระหว่างศาสตร์และเชื่อมโยงความก้าวหน้า ทางวิชาการต่างๆ เข้าสู่การพัฒนาตลาดวิชาชีพให้ได้ มากยิ่งขึ้น งานวิจัยทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติต้อง สามารถขยายผลให้เกิดการนำไปใช้จริงและเน้นอ้างอิง ถึงทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ให้ปรากฏเป็นรูปธรรม

กระทรวงวัฒนธรรม โดยเฉพาะงานวัฒนธรรม ร่วมสมัยควรเร่งสร้างและส่งเสริมให้ศิลปิน นักออกแบบ ช่างฝีมือที่มีความรู้และทักษะทั้งเก่าและใหม่ได้มีโอกาส พัฒนาและแสดงออกซึ่งความสามารถรวมทั้งพบปะ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างกันโดยอาศัยการสร้าง พื้นที่สาธารณะทางความคิดสร้างสรรค์ (Creative Public Space) ส่งเสริมให้พื้นที่สร้างสรรค์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ประจำวันของผู้คน ยกย่องและให้ความสำคัญกับงาน ฝีมือว่าเป็นวิชาชีพที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญและ ชำนาญ และควรเชิดชูบุคลากรทางด้านศิลปวัฒนธรรม ทั้งแนวชนบและแนวร่วมสมัย ผสานโอกาสในการรวมกัน หรือสังสรรค์กันระหว่างศิลปวัฒนธรรมยุคก่อนกับยุค ปัจจุบันให้มากขึ้น

หน้าที่อีกด้านหนึ่งที่สำคัญคือการรวบรวมองค์ ความรู้ด้านภูมิปัญญาวัฒนธรรมไทยให้เป็นระบบเป็น หมวดหมู่และเชื่อมโยงอดีตกับปัจจุบันและเผยแพร่ ออกสู่สาธารณะ เนื้อหาสาระเหล่านี้ต้องอาศัยกลไกของ ผู้ที่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลอย่างหน่วยงานภาครัฐ ให้เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง คุณค่าของภูมิปัญญา วัฒนธรรมควรเป็นสิ่งที่เข้ามาผนวกกับการดำรงชีวิต ของผู้คนให้มากขึ้น ควรสร้างความรู้สึกคุ้นเคยและ ตระหนักถึงคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมแบบวิถีชีวิตเพิ่มเติม นอกเหนือจากการทำให้เป็นสัญลักษณ์เพราะจะส่งผล ให้ความสร้างสรรค์ถูกส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นโดยไม่ต้องอาศัย กระบวนการอบรมสั่งสอน

ขณะที่กระทรวงพาณิชย์และ/หรือกระทรวง อุตสาหกรรม สามารถเข้ามามีบทบาทในการสร้างสาร เพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ด้วยการผสม ความร่วมมือกับภาคส่วนอื่น ประสานและอำนวยความสะดวกให้กับบุคลากรและหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง กับเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยยึดเอาพื้นฐานเรื่อง องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าต้องอาศัยทั้งคน วัฒนธรรม สังคมและโครงสร้าง งานขายหรืองานผลิต เป็นงานค่อนข้างปลายทางเมื่อเทียบกับกระบวนการคิด อย่างสร้างสรรค์ก่อนให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์และกระทรวงอุตสาหกรรมจำเป็นต้อง

ทำงานเชิงฐานรากคือศึกษาจุดแข็งจุดเด่นของภาคการผลิตไทยซึ่งย่อมต้องเชื่อมโยงกับกระทรวงวัฒนธรรมด้วย ในกรณีที่เป็นสินค้ากลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีบทบาทในการกำหนดทิศทางการออกแบบสินค้าผลิตภัณฑ์ว่าประเทศไทยควรเดินไปในกลุ่มอุตสาหกรรมใด เมื่อปรากฏชัดแล้ว เนื้อหาสารที่จะสื่อสู่ภาคประชาชนจะได้มีความชัดเจนรวมทั้งภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจะได้ตอบรับและต่อยอดการผลิตได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน องค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลเพื่อวางแผนการสร้างสารเกี่ยวกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งผลานความร่วมมือในการสนับสนุนเนื้อหา ความคิดที่เกี่ยวข้องที่ขาดหายไปจากการดำเนินการเผยแพร่ความรู้และนโยบายของภาครัฐเพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทยปฏิบัติการได้จริง

ข้อเสนอแนะต่อภาควิชาการและการศึกษา ผลการศึกษา ครั้งนี้เกิดจากใช้มุมมองเชิงคุณภาพที่มีฐานคิดจากการเล่าเรื่อง ศึกษาการสร้างสารเพื่อเสริมเรื่องแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ถือเป็นแนวคิดที่ทันสมัยและจะมีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งการศึกษาวิเคราะห์ด้วยแนวทางคิดการเล่าเรื่องและการสร้างสารจนทดลองกำหนดเป็นแบบจำลองการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น จะมีคุณค่าเชิงวิชาการที่สาขาวิชานิเทศศาสตร์จะเข้าไปมีส่วนในการพัฒนาปรับปรุงหรือส่งเสริมการปฏิบัติการสื่อสารความรู้เรื่องเศรษฐกิจ

สร้างสรรค์และอาจขยายไปสู่การดำเนินกิจกรรมหรือนโยบายลักษณะอื่นๆ ของหน่วยงานอื่นๆ ของภาครัฐได้ต่อไปในอนาคต

ทั้งนี้ในการนำเสนอแบบจำลองการผลานความร่วมมือเพื่อการสร้างสารเพื่อเสริมแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของหน่วยงานภาครัฐในงานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยคาดหวังว่าการต่อยอดคือการนำแนวคิดเกี่ยวกับการเล่าเรื่องเข้าไปศึกษาการสื่อสารนโยบายภาครัฐ ซึ่งผู้วิจัยเชื่อว่าความสำเร็จของการสื่อสารนโยบายรัฐย่อมต้องอาศัยกระบวนการเล่าเรื่องนำติดตาม น่าสนใจ ผู้คนอยากเข้าร่วมอยากฟัง จึงจะเกิดประสิทธิภาพ ดังนั้นหากมีการทดลองนำแบบจำลองนี้ไปวัดหรือเพื่อทดสอบกระบวนการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ได้เกิดขึ้นไปแล้วในระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมาหลังจากได้ดำเนินการตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10-11 โดยขยายขอบเขตการศึกษาให้ขึ้นไปสู่ระดับการบริหารจัดการนโยบายนั้นคือระดับกระทรวง ทบวง กรม เพื่ออธิบายถึงประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการสื่อสารแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยว่าเป็นเช่นไร ซึ่งสามารถศึกษาในลักษณะกรณีศึกษาเปรียบเทียบกับ การสื่อสารแนวคิดนี้ของต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่ประสบความสำเร็จไปแล้วหรือกำลังพัฒนาแนวคิดเช่นเดียวกับประเทศไทยก็ได้ ก็จะสามารถนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดทิศทางการสื่อสาร โดยเฉพาะการกำหนดกลวิธีในการเล่าเรื่องให้ประสบความสำเร็จได้

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). **แนวพินิจใหม่ในสื่อสารศึกษา**. โครงการเมธีวิจัยอาวุโส ฝ่ายวิชาการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).
- กาญจนา แก้วเทพ. (2548). **ทฤษฎีการสร้างสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสารในงานนิเทศศาสตร์. สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.**
- คุณากร วิณิชวิรุฬห์. (2552). แปลจาก John Howkins, (2001). **เศรษฐกิจสร้างสรรค์ : เข้ามั่งคั่งจากความคิดกันอย่างไร** Creative Economy: How people make money from ideas. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
- เครือทีพีไทยแลนด์ แมกกาซีน. (2552). ฉบับที่ 3 ธันวาคม. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.
- ชัยประนิน วิสุทธีผล. (2552). **ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ.
- ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2540). **วัฒนธรรมคือทุน**. กรุงเทพฯ : บริษัทสุชมและบุตร จำกัด.
- เทียนฉาย กีระนันท์. (2544). **สังคมศาสตร์การวิจัย**. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ 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 หัวหน้าฝ่ายนิทรรศการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ**. สัมภาษณ์.
- ศุภวุฒิ สายเชื้อ. (2552). **ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2552), **จากวิสัยทัศน์ 2570 สู่แผน 11** เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2552, กรกฎาคม 2552.
- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี (2551), **คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี**, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรี และราชกิจจานุเบกษา, ธันวาคม 2551.
- รณฤทธิ์ ธนโกเศศ. (17 สิงหาคม 2554). **ที่ปรึกษาและคณะผู้ร่วมจัดตั้งสถาบันพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ**. สัมภาษณ์.
- วัฒนชัย วินิจจะกุล. (1 กันยายน 2554). **หัวหน้าฝ่ายวิชาการและองค์ความรู้สำนักงานอุทยานการเรียนรู้**. สัมภาษณ์.
- อภิสิทธิ์ ไส้ศัตรูไกล. (6 พฤษภาคม 2554). **ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ**. สัมภาษณ์.
- อรอาไพ, ม.ล. พนาวิรัตน์. (9 สิงหาคม 2554). **ผู้จัดการพิพิธภัณฑการเรียนรู้แห่งชาติ**. สัมภาษณ์.
- อารยะ มาอินทร์. (29 กันยายน 2554). **ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผนและรักษาการผู้อำนวยการสำนักโครงการและการจัดการความรู้ สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้**. สัมภาษณ์.

ภาษาอังกฤษ

- Creative Macao** (ออนไลน์). 2010. (13 มกราคม 2553). แหล่งที่มา: <http://www.creativemacao.org.mo/EN/overview.php>.
- China Creative Space**. (ออนไลน์). 2010. (13 มกราคม 2553). แหล่งที่มา: 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 มกราคม 2553). แหล่งที่มา: <http://www.koreacontent.org/weben/etc/kocca.jsp>.
- Ministry of Information, Communication and the Arts** (ออนไลน์). 2010. (13 มกราคม 2553). แหล่งที่มา: <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.
- Sufern Hoe. (2009). **Governing the Designer for a Creative Singapore**. The 4th Asian Graduate Forum on Southeast Asian Studies, Singapore.
- United Nations (UNCTAD/UNDP). (2008). **Creative Economy Report 2008**. Geneva and New York: Author.