



รายงานการพิจารณาศึกษา

เรื่อง

แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ของ

คณะกรรมการธิการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะ
และวัฒนธรรม วุฒิสภา



สำนักกรรมการธิการ ๓

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา



รายงานการพิจารณาศึกษา

เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม
เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

ของ

คณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะ
และวัฒนธรรม วุฒิสภา

สำนักกรรมการ ๓
สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา



(สำเนา)

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะกรรมการธิการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

ที่ สว ๐๐๑๙.๑๙/(ร ๒๖)

วันที่ ๑๙ มีนาคม ๒๕๖๗

เรื่อง รายงานการพิจารณาศึกษาเรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
กราบเรียน ประธานวุฒิสภา

ด้วยในคราวประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ ๑๗/๒๕๖๒ (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่หนึ่ง) วันอังคารที่ ๑๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๒ ที่ประชุมได้มีมติตั้งคณะกรรมการธิการสามัญประจำวุฒิสภา ตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๗๘ วรรคสอง (๑๘) ซึ่งคณะกรรมการธิการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม เป็นคณะกรรมการธิการสามัญประจำวุฒิสภาคณะหนึ่ง มีหน้าที่และอำนาจพิจารณา ร่างพระราชบัญญัติ กระทำกิจการ พิจารณาขอเสนอหรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับศาสนา การอุปถัมภ์และคุ้มครองศาสนา การอนุรักษ์และการสืบสานศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่นและภูมิปัญญาชาวบ้าน การส่งเสริมศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ไทย พิจารณา ศึกษา ติดตาม เสนอแนะและเร่งรัดการปฏิรูปประเทศ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งปัจจุบันคณะกรรมการคณะนี้ ประกอบด้วย

- | | |
|---|---|
| ๑. นายมรรณพ เดชวิทักษ์ | ประธานคณะกรรมการธิการ |
| ๒. นางฉวีรัตน์ เกษตรสุนทร | รองประธานคณะกรรมการธิการ คนที่หนึ่ง |
| ๓. พลเอก ไพชยนต์ คำตันเจริญ | รองประธานคณะกรรมการธิการ คนที่สอง |
| ๔. พลตำรวจโท ศานิตย์ มหาวรร | รองประธานคณะกรรมการธิการ คนที่สาม |
| ๕. นางศิรินา ปวโรฬารวิทยา | รองประธานคณะกรรมการธิการ คนที่สี่ |
| ๖. นายเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ | รองประธานคณะกรรมการธิการ คนที่ห้า |
| ๗. นางวรารัตน์ อติแพทย์ | เลขานุการคณะกรรมการธิการ |
| ๘. พลเรือเอก ฐนิธ กิตติอำพน | โฆษกคณะกรรมการธิการ |
| ๙. ศาสตราจารย์ ร้อยเอก ทินพันธุ์ นาคะตะ | ประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการธิการ |
| ๑๐. นายวันชัย สอนศิริ | รองประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการธิการ
และโฆษกคณะกรรมการธิการ |
| ๑๑. พลอากาศเอก ตรีนทศ สนแจ้ง | รองประธานที่ปรึกษาคณะกรรมการธิการ |
| ๑๒. นายถนัด มานะพันธุ์นิยม | ที่ปรึกษาคณะกรรมการธิการ |
| ๑๓. นายนิอาแซ ชี้อูเซ็ง | ที่ปรึกษาคณะกรรมการธิการ |
| ๑๔. พลเอก วลิต โรจนภักดี | ที่ปรึกษาคณะกรรมการธิการ |
| ๑๕. พลเอก วินัย สร้างสุขดี | ที่ปรึกษาคณะกรรมการธิการ |
| ๑๖. พลเรือโท สนธยา น้อยฉายา | ที่ปรึกษาคณะกรรมการธิการ |

บัดนี้ คณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา ได้พิจารณารายงานการพิจารณาศึกษาเรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เสร็จเรียบร้อยแล้ว รายละเอียดปรากฏตามเอกสารที่แนบมาพร้อมนี้

จึงกราบเรียนมาเพื่อโปรดทราบและนำเสนอรายงานของคณะกรรมการธิการต่อที่ประชุมวุฒิสภาเพื่อพิจารณาต่อไป

(ลงชื่อ) มหรรณพ เดชวิทักษ์

(นายมหรรณพ เดชวิทักษ์)

ประธานคณะกรรมการบริหารการศาสนา
คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม
วุฒิสภา

สำเนาถูกต้อง



(นางสาวอนรรฆวี คำภูมิ)

ผู้บังคับบัญชากลุ่มงาน

ผู้ช่วยเลขานุการคณะกรรมการวิชาการการศาสนา คุณธรรม
จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม

รายงานการพิจารณาศึกษา
เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
ของคณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

.....

ด้วยในคราวประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ ๑๗ (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่หนึ่ง) วันอังคารที่ ๑๐ กันยายน ๒๕๖๒ ที่ประชุมได้มีมติตั้งคณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม ตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๗๘ วรรคสอง (๑๘) มีหน้าที่และอำนาจพิจารณาร่างพระราชบัญญัติ กระทำกิจการ พิจารณาขอหาข้อเท็จจริงหรือศึกษาเรื่องใด ๆ ที่เกี่ยวกับศาสนา การอุปถัมภ์และคุ้มครองศาสนา การอนุรักษ์และการสืบสานศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น และภูมิปัญญาชาวบ้าน การส่งเสริมศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม วัฒนธรรม เอกลักษณ์และอัตลักษณ์ไทย พิจารณาศึกษา ติดตาม เสนอแนะ และเร่งรัดการปฏิรูปประเทศ และแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ที่อยู่ในหน้าที่และอำนาจ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บัดนี้ คณะกรรมการได้พิจารณาศึกษาเรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงขอรายงานผลการพิจารณาศึกษาเรื่องดังกล่าวต่อวุฒิสภาตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๙๘ ดังนี้

๑. การดำเนินงานของคณะกรรมการ

คณะกรรมการได้ดำเนินการพิจารณาศึกษา ดังนี้

๑.๑ คณะกรรมการได้มีมติมอบหมายให้คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม ซึ่งอนุกรรมการคณะนี้ ประกอบด้วย

- | | |
|---|-----------------------------------|
| ๑) นายเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ | ประธานคณะอนุกรรมการ |
| ๒) นายนิอาแซ ชี้อู๋เซ็ง | รองประธานคณะอนุกรรมการ คนที่หนึ่ง |
| ๓) พลอากาศเอก สุจินต์ แซ่ม้อย | รองประธานคณะอนุกรรมการ คนที่สอง |
| ๔) รองศาสตราจารย์สุกรี เจริญสุข | อนุกรรมการ |
| ๕) นายประสาร มฤคพิทักษ์ | อนุกรรมการ |
| ๖) นายชนก วัฒนกุล | อนุกรรมการ |
| ๗) นายพัฒนะ จีรวงศ์ | อนุกรรมการ |
| ๘) นายพินิจ นิลรัตน์ | อนุกรรมการ |
| ๙) นางสาวลักษมี ศรีสมเพ็ชร | อนุกรรมการ |
| ๑๐) นายเจน สงสมพันธุ์ | อนุกรรมการ |
| ๑๑) ผู้ช่วยศาสตราจารย์อำนาจ เอี่ยมสำอางค์ | อนุกรรมการ |
| ๑๒) นายदनัย หวังบุญชัย | อนุกรรมการและเลขานุการ |

ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ ประกอบด้วย

- | | |
|-------------------------|------------------------------|
| ๑) นายสมชาย เสียงหลาย | ประธานที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๒) นายธนีสร์ ศรีกลิ่นดี | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๓) นายเอนก นาวิกมูล | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |

- | | |
|---|------------------------|
| ๔) นายประดิษฐ์ เรืองดิษฐ์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๕) นายชัยวัฒน์ ธีระพันธ์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๖) นายนนทรี นิมิบุตร | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๗) นางพิมพ์วิ วัฒนวรานุกร | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๘) นางถนอมศรี แสงทอง | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๙) นางสาววรรณสิริ โมรากุล | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๐) พลอากาศตรีหม่อมหลวงประกิตติ เกษมสันต์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๑) นายธงชัย ลิขิตพรสวรรค์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |
| ๑๒) รองศาสตราจารย์ธัญญา สังขพัฒน์ | ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ |

๑.๒ คณะกรรมการได้มีมติแต่งตั้งนางสาวอนรรฆวี คำภูมิ ผู้บังคับบัญชา กลุ่มงาน

คณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม และนางสาวสุภารัตน์ ลาทำ
นิติกรชำนาญการ กลุ่มงานคณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม
ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยเลขานุการ ตามข้อบังคับการประชุมวุฒิสภา พ.ศ. ๒๕๖๒ ข้อ ๘๗

๒. วิธีการพิจารณาศึกษา

๒.๑ แต่งตั้งคณะทำงานจัดทำรายงานการพิจารณาการศึกษาเรื่อง แนวทางการขับเคลื่อน
ภายใต้แนวคิดภูมิวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ โดยมีหน้าที่ ศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนโครงการหรือ
กิจกรรมภายใต้แนวคิดภูมิวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ โดยใช้ทุนวัฒนธรรมไทยที่เป็นพลังทางบวก
(Soft Power) มาใช้ในการขับเคลื่อนผลักดันและสร้างสรรค์งานด้านวัฒนธรรม เพื่อการสร้างความ
เข้าใจในอัตลักษณ์วัฒนธรรมของประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน และเปิดตลาดอัตลักษณ์ไทยสู่
มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมในตลาดอาเซียนและนานาชาติ โดยบูรณาการความร่วมมือร่วมกับ
กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวง

วัฒนธรรม สถาบันอุดมศึกษา และองค์กรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรม/เสวนาทางวิชาการ
ในเรื่องเกี่ยวกับการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ ศึกษาแนวทางการพัฒนา
ปรับปรุงกฎหมายว่าด้วยภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้
ขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศผ่านอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ประกอบด้วย

- | | |
|-----------------------------|-------------------|
| ๑. นายเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ | ที่ปรึกษาคณะทำงาน |
| ๒. นายประสาร มฤคพิทักษ์ | ที่ปรึกษาคณะทำงาน |
| ๓. นายเชมชาติ เทพไชย | ที่ปรึกษาคณะทำงาน |

คณะทำงาน

- | | |
|---|-------------------|
| ๑. รองศาสตราจารย์เกศินี ประทุมสุวรรณ | ประธานคณะทำงาน |
| ๒. นายดนัย หวังบุญชัย | รองประธานคณะทำงาน |
| ๓. นายพัฒนะ จีรวงศ์ | คณะทำงาน |
| ๔. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมิตรา สุรรัตน์เดชา | คณะทำงาน |
| ๕. นายเจน สงสมพันธุ์ | คณะทำงาน |
| ๖. นายชวินธ์ ดันติเวทวณิชย์ | คณะทำงาน |

๗. นางสาวลักษณีย์ ทรงแสงไชย คณะทำงาน
 ๘. นางสาวนิภัสสร คำภา (ผู้แทนกรมอาเซียน) คณะทำงาน
 ๙. นางสาวเพชรรัตน์ สายทอง (ผู้แทนกระทรวงวัฒนธรรม) คณะทำงาน
 ๑๐. นางอารียา สุภาพ (ผู้แทนกรมส่งเสริมวัฒนธรรม) คณะทำงาน
 ๑๑. นางสาวอาภามาศ เบ็ญพาด คณะทำงาน
 ๑๒. นายเจษฎา ลูประสงค์ คณะทำงานและเลขานุการ
 ๑๓. นางสาวปาริชาติ แก้วเขียว คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ
 ๑๔. นางสาวศิริลักษณ์ ประสิทธิ์พร คณะทำงานและผู้ช่วยเลขานุการ

๒.๒ จัดสัมมนาเพื่อรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน จำนวน ๒ ครั้ง ดังนี้

๑) การจัดสัมมนา เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ เมื่อวันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๖.๐๐ นาฬิกา ณ ห้องประชุม ๔๐๒ - ๔๐๓ ชั้น ๔ อาคารรัฐสภา (สว.)

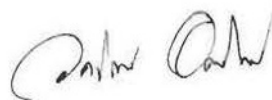
๒) การจัดงานสัปดาห์นันทนาการว่าด้วยแนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ เมื่อวันที่ ๑๑ - ๑๓ มกราคม ๒๕๖๗ ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร และจัดนิทรรศการต่อเนื่องระหว่างวันที่ ๑๕ กุมภาพันธ์ ถึงวันที่ ๑๕ มีนาคม ๒๕๖๗ ณ อาคารรัฐสภา

๒.๓ ในการดำเนินการพิจารณาการศึกษาของคณะกรรมการนอกระบบการประชุมและจัดสัมมนาแล้ว คณะอนุกรรมการยังได้ศึกษาจากเอกสารและวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนต่าง ๆ จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งรายละเอียดที่สมบูรณ์ครบถ้วน

๓. ผลการพิจารณาการศึกษา

คณะกรรมการได้พิจารณารายงานการพิจารณาการศึกษาของคณะกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรมด้วยความละเอียดรอบคอบแล้ว และได้มีมติให้ความเห็นชอบกับรายงานดังกล่าว โดยถือเป็นรายงานการพิจารณาการศึกษาพร้อมทั้งข้อสังเกตและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ เพื่อให้ที่ประชุมวุฒิสภาพิจารณา หากวุฒิสภาให้ความเห็นชอบรายงานการพิจารณาการศึกษาพร้อมข้อสังเกตและข้อเสนอแนะของคณะกรรมการ โปรดแจ้งไปยังรัฐบาล เพื่อพิจารณาตามแต่จะเห็นสมควร ทั้งนี้ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการด้านศิลปวัฒนธรรมของชาติต่อไป

จากการพิจารณาการศึกษาเรื่องดังกล่าวข้างต้น คณะกรรมการจึงขอเสนอรายงานการพิจารณาการศึกษาของคณะกรรมการ โดยมีรายละเอียดตามรายงานท้ายนี้ เพื่อให้วุฒิสภา ได้พิจารณา หากวุฒิสภาได้ให้ความเห็นชอบกับผลการพิจารณาการศึกษาของคณะกรรมการ ขอให้โปรดแจ้งไปยังคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาและดำเนินการตามแต่เห็นสมควร ทั้งนี้ เพื่อประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนสืบไป



(นางวรรัตน์ อติแพทย์)

เลขานุการคณะกรรมการการศาสนา

คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

หน้าว่าง

คณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา



นายมหรรณพ เดชวิทักษ์
ประธานคณะกรรมการ



ศาสตราจารย์ ร้อยเอกทินพันธุ์ นาคะตะ
ประธานที่ปรึกษา
คณะกรรมการ



นางฉวีรัตน์ เกษตรสุนทร
รองประธานคณะกรรมการ
คนที่หนึ่ง



พลเอก ไพชนนต์ คำตันเจริญ
รองประธานคณะกรรมการ
คนที่สอง



พลตำรวจโท ศานิตย์ มหถาวร
รองประธานคณะกรรมการ
คนที่สาม



นางศิรินา ปวโรฬารวิทยา
รองประธานคณะกรรมการ
คนที่สี่



นายเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์
รองประธานคณะกรรมการ
คนที่ห้า

คณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา



นางวรารัตน์ อดิแพทย์
เลขาธิการคณะกรรมการการ



พลเรือเอก ฐนิธ กิตติอำพน
โฆษกคณะกรรมการการ



นายวันชัย สอนศิริ
รองประธานที่ปรึกษา
คณะกรรมการการ
และโฆษกคณะกรรมการการ



พลอากาศเอก ตรีทศ สนั่นแจ่ม
รองประธานที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



นายถนัด มานะพันธุ์นิยม
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



นายนิอาแซ ชีอุซึ่ง
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



พลเอก วลีต โรจนภักดี
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



พลเอก วินัย สร้างสุขดี
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



พลเรือโท สนธยา น้อยฉายา
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



พลเอก อักษรา เกิดผล
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ



พลอากาศเอก สุจินต์ แซ่มซ้อย
ที่ปรึกษาคณะกรรมาธิการ

คณะกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม



นายเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์
ประธานคณะกรรมการ



นายนิอาแซ ซีอูเซ็ง
รองประธานคณะกรรมการ คนที่หนึ่ง



พลอากาศเอก สุจินต์ แชมช้อย
รองประธานคณะกรรมการ คนที่สอง



รองศาสตราจารย์สุกรี เจริญสุข



นายประสาร มฤคพิทักษ์
อนุกรรมการ



นายธนภณ วัฒนกุล
อนุกรรมการ



นายพัฒนะ จีรวงศ์
อนุกรรมการ



นายพนจ นลรัตน
อนุกรรมการ



นางสาวลักขมี ศรีสมเพ็ชร
อนุกรรมการ



นายเจน สงสมพันธุ์
อนุกรรมการ



ผู้ช่วยศาสตราจารย์อำนาจ เอี่ยมสำอางค์
อนุกรรมการ



นายदनัย หวังบุญชัย
อนุกรรมการและเลขานุการ

ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม



นายสมชาย เสี่ยงหลาย
ประธานที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายธนินทร์ ศรีกลิ่นดี
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายเอนก นาวิกมูล
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายประสิทธิ์ เรืองดิษฐ์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายชัยวัฒน์ธีระพันธ์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นางพิมพ์วี วัฒนรางกูร
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นางถนอมศรี แสงทอง
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ

ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม



นางสาววรรณสิริ โมรากุล
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



พลอากาศตรีหม่อมหลวงประกิตติเกษมสันต์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



นายธงชัย ลิขิตพรสวรรค์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ



รองศาสตราจารย์ธัญญาสังขพันธ์
ที่ปรึกษาคณะอนุกรรมการ

คณะกรรมการจัดทำรายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิ
วัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ



นายเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์
ประธานที่ปรึกษาคณะทำงาน



นายประสาร มฤคพิทักษ์
ที่ปรึกษาคณะทำงาน



นายเข็มชาติ เทพไชย
ที่ปรึกษาคณะทำงาน



รองศาสตราจารย์เกศินี ประทุมสุวรรณ
ประธานคณะทำงาน



นายदनัย หวังบุญชัย
รองประธานคณะทำงาน



นายพัฒนะ จีรวงศ์
คณะทำงาน



ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมิตรา สุรรัตน์เดชา
คณะทำงาน



นายเจน สงสมพันธุ์
คณะทำงาน

คณะกรรมการจัดทำรายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิด
ภูมิวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ



นายชัชวินธ์ ตันติเวชพาณิชย์
คณะกรรมการ



อาจารย์ ดร.ลักษณนัยน์ ทรงเสียงไชย
คณะกรรมการ



นางสาวนิสสร คำภา
คณะกรรมการ



นางสาวเพชรรัตน์ สายทอง
คณะกรรมการ



นางอารียา สุภาพ
คณะกรรมการ



นางสาวอาภาภศ เบ็ญพาด
คณะกรรมการ



นายเจษฎา ลูประสงค์
คณะกรรมการและเลขานุการ



นางสาวปาริชาติ ทองแผ่น
คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ



นางสาวศิริลักษณ์ ประสิทธิ์พรม
คณะกรรมการและผู้ช่วยเลขานุการ

บทบาท

* คณะกรรมการวิชาการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

บทบาท : พิจารณาร่างพระราชบัญญัติเกี่ยวกับการอุปถัมภ์และคุ้มครองศาสนา การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม การอนุรักษ์และสืบสานศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งติดตาม เสนอแนะ และเร่งรัดการปฏิรูปประเทศและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ



* คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม

บทบาท : ศึกษาและพัฒนากฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริม ปกป้อง พัฒนา ประเพณี อนุรักษ์ เผยแพร่และสืบสาน ศิลปะและวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงการทำงานแบบบูรณาการกับทุกภาคส่วน



* คณะทำงานขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิหลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ

บทบาท : ศึกษา ขับเคลื่อน ผลักดันและสร้างสรรคงานด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้าใจในอัตลักษณ์วัฒนธรรมของประเทศไทย โดยบูรณาการความร่วมมือกับกระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม สถาบันอุดมศึกษา และองค์กรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง



Big Rock

ข้อเสนอการเร่งรัดการปฏิรูปประเทศ ด้านศิลปะและวัฒนธรรม

ภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน :

- ผลักดันการอนุรักษ์ พื้นฟู สืบสานและพัฒนาภูมิภาษาและภูมิปัญญาแผ่นดิน ใน 3 ด้าน
๑. ด้านภูมิบ้านภูมิเมือง (โบราณสถาน แหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม)
 ๒. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น (ภูมิรู้ศิลปวัฒนธรรมจากปราชญ์ชาวบ้าน)
 ๓. ด้านภูมิภาษาและวรรณกรรม (รวมทั้งเพลงพื้นบ้าน จินตนิมิต และจารีตประเพณี)



ภูมิถิ่นที่ไตรภาศิลปวัฒนธรรม :

ผลักดันการส่งเสริม สนับสนุนให้ “ไตรภาศิล” (รัฐ ชุมชน ภาคธุรกิจ) นำทุนทางวัฒนธรรม มาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม ผ่านการเปิดพื้นที่ตลาดวัฒนธรรม ย่านวัฒนธรรม ถนนคนเดิน ที่เป็นอัตลักษณ์ ก่อให้เกิดเศรษฐกิจวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มั่นคงและยั่งยืน



ภูมิหลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ :

ส่งเสริม สนับสนุนการขับเคลื่อน “ศิลปวัฒนธรรมไทย” ทุกแขนง ทุกระดับ ผ่านศิลปินและปราชญ์ชาวบ้าน ให้เป็น “ภูมิหลังวัฒนธรรม” (Soft Power) ที่มีอัตลักษณ์ เป็นที่รู้จัก ยอมรับ และชื่นชม จากนานาชาติประเทศ ทั้งมีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม



หน้าว่าง

บทสรุปผู้บริหาร

“ภูมิพลังวัฒนธรรม” (Soft Power) เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญต่อการเสริมสร้าง “วัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ” ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ดีและแน่นแฟ้นระหว่างประเทศของทุก “ตัวแสดง” ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคพลเมือง อันก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมข้ามพรมแดน และเอื้อต่อการพัฒนาและยกระดับความร่วมมือในทุกมิติทั้งวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ และการเมืองระหว่างประเทศ

การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยภายใต้บริบทอัตลักษณ์ที่หลากหลายโดยคำนึงถึงความสมดุลในทุกมิติอันนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนนั้น เป็นเรื่องที่ชอบธรรมและสอดคล้องกับกฎหมาย ยุทธศาสตร์และนโยบายระดับชาติ กล่าวคือ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ ได้วางรากฐานให้การสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมร่วมกันของคนไทยทั่วประเทศ เป็นส่วนหนึ่งของสิทธิและหน้าที่ของพลเมืองและชุมชน แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ การพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นบนฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรมภายใต้การสนับสนุนแบบบูรณาการของทุกภาคส่วน และนโยบายรัฐบาลนายกรัฐมนตรีเศรษฐา ทวีสิน ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยให้มีความเข้มแข็ง โดยแต่งตั้ง “คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ” ขึ้น เพื่อทำหน้าที่กำหนดทิศทางและแผนงานการขับเคลื่อนอย่างบูรณาการ

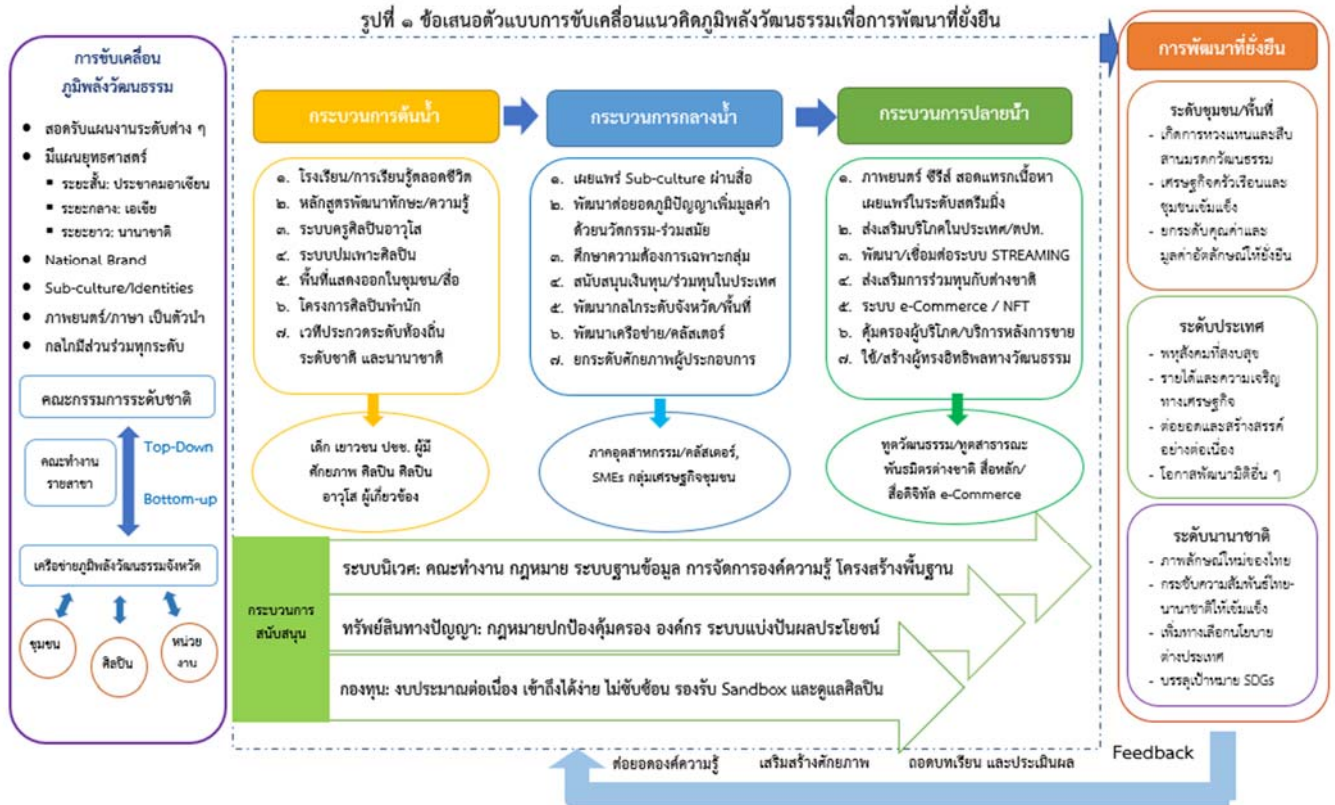
รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง “แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อเสนอแนะในประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย ๑) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับโครงสร้าง และระบบกลไกการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมไทยสู่สากล ๒) ข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม รายสาขา และ ๓) ข้อเสนอแนะต่อการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในบริบทอัตลักษณ์ที่หลากหลายเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

เป้าหมายสำคัญของการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยภายใต้บริบทอัตลักษณ์ที่หลากหลายโดยคำนึงถึงความสมดุลและยั่งยืนทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และทุกระดับตั้งแต่ปัจเจกบุคคล ครัวเรือน ชุมชน และสังคมโดยรวมทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา คือ องค์ความรู้ที่จะนำไปสู่การพัฒนา นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อเสนอเชิงนโยบายและกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมโดยภาพรวมและรายสาขา

การพิจารณาศึกษาได้ใช้กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนี้ ๑) การศึกษาเอกสารและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ทั้งแผนงาน ยุทธศาสตร์ นโยบายของรัฐ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการทูตวัฒนธรรม การทูตสาธารณะ กระบวนการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม บทเรียนและประสบการณ์จากต่างประเทศ ๒) การระดมความคิดจากการจัดสัมมนา วิชาการ การจัดงานสัปดาห์นิทรรศการและเวทีเสวนา และ ๓) การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ทั้งหมดมาประมวล จำแนกหมวดหมู่ วิเคราะห์ และสังเคราะห์

ผลการพิจารณาศึกษา ได้นำมาสู่การสังเคราะห์ “ตัวแบบข้อเสนอแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” สรุปได้ดังแผนภาพที่ ๑

รูปที่ ๑ ข้อเสนอตัวแบบการขับเคลื่อนแนวคิดภูมิหลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



จากแผนภาพดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม จะต้องอาศัยกลไกการทำงานแบบมีส่วนร่วมและบูรณาการในทุกระดับ ทั้งคณะกรรมการระดับชาติ คณะทำงานรายสาขา และเครือข่ายภูมิพลังวัฒนธรรมระดับจังหวัด เพื่อการสร้าง National Brand โดยใช้ภาพยนตร์และภาษา เป็นสื่อในการสร้างความหมายและเล่าเรื่อง อีกทั้งคำนึงถึงวัฒนธรรมย่อยหรืออัตลักษณ์เฉพาะถิ่นเป็นสำคัญ

การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน จะต้องดำเนินการอย่างมียุทธศาสตร์ และแผนปฏิบัติการที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างบูรณาการและเป็นรูปธรรม ตั้งแต่ ๑) กระบวนการต้นน้ำ ๒) กลางน้ำ และ ๓) ปลายน้ำ

กระบวนการต้นน้ำ คือ การพัฒนาคน ได้แก่ การจัดทำหลักสูตรพัฒนาทักษะการสื่อสาร วัฒนธรรม และทักษะเฉพาะสาขาทั้งในระบบและนอกโรงเรียน การจัดให้มีพื้นที่การแสดงทาง วัฒนธรรมและเวทีการประกวดอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ระดับชุมชนถึงระดับประเทศ การพัฒนา ผู้ ทรงอิทธิพลทางวัฒนธรรม (Influencer) การบ่มเพาะศิลปินครุภูมิปัญญาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจัด ให้มีโครงการศิลปินพำนัก เป็นต้น

กระบวนการกลางน้ำ คือ การพัฒนาเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม โดยการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรมในทุกระดับ ตั้งแต่วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม และ SMEs รวมทั้งสร้างกลไกการบริหารจัดการระดับจังหวัด เพื่อให้มีความพร้อมต่อการรองรับการบริโภคภายในประเทศ และการเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรม

กระบวนการปลายน้ำ คือ การพัฒนาที่มุ่งเน้นการส่งออก โดยการส่งเสริมการร่วมทุนกับต่างชาติ การส่งเสริมการบริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ การสอดแทรกเนื้อหาของภูมิพลวัฒนธรรมในภาพยนตร์หรือซีรีส์ การพัฒนาระบบ e-commerce และ NFT (Non-Fungible Token) เป็นต้น

ทั้งนี้ในแต่ละกระบวนการ จะต้องมีการปฏิบัติ ๓ ระยะ คือ แผนเร่งด่วนหรือแผนระยะสั้น (ภายในระยะเวลา ๑ ปี) แผนระยะกลาง (๒-๓ ปี) และแผนระยะยาว (๔-๕ ปี) ที่เชื่อมโยงและสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

ท้ายที่สุดการขับเคลื่อนจะต้องมีระบบการสนับสนุน ๓ ระบบ ประกอบด้วย ๑) ระบบนิเวศ หมายถึง การพัฒนากฎหมาย โครงสร้างพื้นฐาน กลไกคณะทำงาน ฐานข้อมูล ๒) ระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อการปกป้อง คุ้มครองศิลปินและการจัดสรรผลประโยชน์ และ ๓) ระบบกองทุน เพื่อสนับสนุนให้ศิลปินได้เข้าถึงโอกาสและงบประมาณเพื่อการสร้างสรรคผลงานได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมของประเทศไทย ภายใต้บริบทอัตลักษณ์ที่หลากหลาย โดยภาพรวมมีข้อสรุปสำคัญ ดังนี้

๑. สร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าของ “สังคมพหุวัฒนธรรม” โดยปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ผ่านสื่อด้วยแนวคิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ และเคารพในการดำรงอยู่ท่ามกลางความแตกต่างหลากหลาย เพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมระดับปัจเจกบุคคลและการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระดับนโยบายต่อการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ตลอดจนพัฒนากระบวนการเรียนรู้เพื่อปลูกฝังภูมิพลวัฒนธรรมให้แก่เด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ รวมทั้งเสริมสร้างภูมิคุ้มกันในการรับสื่อดิจิทัล

๒. เสริมอำนาจและพัฒนาศักยภาพให้กลุ่มชาติพันธุ์มีความรู้ความเข้าใจในภาษาและวัฒนธรรมไทย เสริมสร้างสมรรถนะด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เปิดพื้นที่การแสดงออกและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ หรือการขยายผลความร่วมมือในรูปแบบใหม่

๓. สร้างองค์ความรู้เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ด้วยการพัฒนางานวิจัย ทั้งงานวิจัยพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชาติพันธุ์และทุนวัฒนธรรม งานวิจัยเชิงประยุกต์และงานวิจัยเชิงนโยบายที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมรายสาขา การบริหารจัดการทุนวัฒนธรรม การพัฒนานวัตกรรม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติบนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตบนฐานเศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรม อันนำไปสู่การพัฒนาที่ “สมดุลและยั่งยืน”

๔. สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายศิลปิน ครูภูมิปัญญา และกลุ่มชาติพันธุ์ โดยสนับสนุนให้มีการรวมตัวกันในลักษณะ “เครือข่าย” เพื่อเป็น “กลไก” ในการบริหารจัดการ สร้างพลังเชิงบวกแบบมีส่วนร่วม อันนำไปสู่การลดปัญหาความขัดแย้งที่อาจนำไปสู่ความรุนแรงต่าง ๆ

๕. จัดตั้ง “สถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน” เพื่อเป็นกลไกหลักในการทำงานแบบมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับศักยภาพศิลปิน ครูภูมิปัญญา ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และเป็นกลไกในการสนับสนุนให้ทุกภาคส่วน ทั้งภาควิชาการ ภาคประชาสังคมและภาค

ประชาชน เกิดความร่วมมือกับนานาชาติประเทศ ในการพัฒนาแผนงานและกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องภาษา และวัฒนธรรมผ่านสื่อและแพลตฟอร์มต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาเพิ่มเติม มีดังนี้

๑. การพัฒนาต้นแบบเครือข่ายภูมิพลังวัฒนธรรมระดับจังหวัด เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมในระดับจังหวัดและระดับชุมชน

๒. แนวทางการพัฒนาและบูรณาการฐานข้อมูล องค์ความรู้ และทรัพยากรมนุษย์ ทางด้านภูมิพลังวัฒนธรรมในทุกแขนงและทุกระดับ

๓. การพัฒนากลไกเชิงระบบของห่วงโซ่คุณค่าการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ กิจกรรมกลางน้ำ และกิจกรรมปลายน้ำ โดยพิจารณาถึงความครอบคลุมตั้งแต่การบูรณาการการพัฒนาผู้สร้าง ผู้เสพ ผู้สนับสนุน และประสานสอดคล้องกันอย่างครบวงจร

สารบัญ

บทนำ

	หน้า
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ที่มาและความสำคัญ	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์การพิจารณาศึกษา	๓
๑.๓ ขอบเขตการพิจารณาศึกษา	๓
๑.๔ ประโยชน์ที่ได้รับจากการพิจารณาศึกษา	๔
๑.๕ นิยามเชิงปฏิบัติการ	
 บทที่ ๒ แผนงาน นโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวคิดเกี่ยวข้อง	 ๑๐
๒.๑ แผนงาน ยุทธศาสตร์ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	๑๐
๒.๒ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	๒๓
๒.๓ บทเรียนการดำเนินนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการจัดตั้งสถาบันด้านการส่งเสริมภูมิพลวัฒนธรรม ของต่างประเทศ	๓๐
๒.๔ กรอบแนวคิดการพิจารณาศึกษา	๔๒
 บทที่ ๓ ระเบียบวิธีการพิจารณาศึกษา	 ๔๗
๓.๑ วิธีศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	๔๗
๓.๓ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล	๔๙
 บทที่ ๔ ผลการพิจารณาศึกษา	 ๕๐
๔.๑ ผลการสัมมนาวิชาการภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ	๕๐
๔.๒ ผลการจัดงานนิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ หัวข้อ แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ	๖๔
๔.๓ ผลการพิจารณาข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม สำหรับจัดทำนิทรรศการจาก ๑๗ หน่วยงาน	๙๕
๔.๔ ผลการสังเคราะห์ข้อเสนอแนะแนวทางขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	๑๑๐
 บทที่ ๕ สรุปผลการศึกษา บทวิเคราะห์ และข้อเสนอแนะ	 ๑๔๘
๕.๑ สรุปผลการศึกษา	๑๔๘
๕.๒ บทวิเคราะห์และข้อเสนอแนะต่อการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน	๑๖๘
๕.๓ ข้อเสนอแนะการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต	๑๗๗
บรรณานุกรม	๑๗๘
ภาคผนวก	๑๘๒

หน้าว่าง

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ ที่มาและความสำคัญ

“ภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power)”^๑ เป็นเครื่องมือสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศไทย ช่วยสร้างการยอมรับและความเชื่อมั่นจากนานาประเทศ และเอื้ออำนวยต่อการเพิ่มทางเลือกในการดำเนินนโยบายต่างประเทศของไทยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันภูมิพลังวัฒนธรรมยังสามารถเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินการด้านการเสริมสร้างความสัมพันธ์ทั้งในตัวแสดงระดับรัฐ เอกชน และพลเมืองระหว่างประเทศร่วมกันในลักษณะที่เรียกว่า “วัฒนธรรมธรรมสัมพันธ์นานาชาติ” ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมข้ามพรมแดนและเอื้อต่อการพัฒนาและยกระดับความร่วมมือในมิติวัฒนธรรม สังคม เศรษฐกิจ และการเมืองในเวทีระหว่างประเทศให้มีความกระชับแน่นแฟ้นมากยิ่งขึ้น

กรณีของประเทศไทย ภูมิพลังวัฒนธรรม มีความหมายในสามลักษณะ คือ หนึ่ง เป็นคุณค่าที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย สอง เป็นสิ่งที่นำมาซึ่งความภาคภูมิใจของคนในสังคมคนในชาติ และคนนานาชาติ และสาม เป็นพลังแผ่นดิน ซึ่งมาจากการผสมระหว่างคำว่า “ภูมิ” (หมายถึง แผ่นดิน ความรู้) “พลัง” และ “วัฒนธรรม” (หมายถึง ความเจริญงอกงามโดยธรรมชาติหรือโดยตัวเอง)^๒ การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของไทย ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางเศรษฐกิจให้กับประชาชนเท่านั้น หากแต่ยังช่วยส่งเสริมให้เด็ก เยาวชน คนรุ่นใหม่ และประชาชนทั่วไป เกิดความลึกซึ้งในรากเหง้า มีความเข้าใจปัจจุบัน และเท่าทันอนาคตการเปลี่ยนแปลง

ปัจจุบัน หลายประเทศได้ดำเนินนโยบายส่งเสริมวัฒนธรรมของตนให้เป็นที่รู้จักและยอมรับผ่านกิจกรรมด้านการทูตทางวัฒนธรรม การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมและสื่อบันเทิง บางประเทศได้จัดให้มีกิจกรรมเผยแพร่และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง สำหรับประเทศไทยนั้น จากการประเมินผลการขับเคลื่อนส่งเสริมวัฒนธรรม โดย Global Soft Power Index ๒๐๒๒ พบว่า ประเทศไทยมีคะแนนอยู่ที่ ๔๐.๒ คะแนน คิดเป็นลำดับที่ ๓๕ จาก ๑๒๐ ประเทศ ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ของนักวิชาการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย พบว่า ปัจจัยสำคัญเกิดจากการขับเคลื่อนงานโดยภาพรวมที่ยังขาดความเป็นเอกภาพ ไม่มีทิศทาง ไม่มีความต่อเนื่อง ขาดกระบวนการเชื่อมประสานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความซ้ำซ้อน อีกทั้งไม่มีหน่วยงานหลักเป็นเจ้าภาพทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุนการเผยแพร่ และแลกเปลี่ยนกับวัฒนธรรมกับประเทศต่าง ๆ แบบองค์รวม

ในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมและภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติของไทยนั้น มีกฎหมาย นโยบาย และแผนงานที่สอดคล้องและสนับสนุนหลายฉบับด้วยกัน ดังเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ ได้วางรากฐานให้การสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมร่วมกันของคนไทยทั้งประเทศ โดยเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิและหน้าที่ของพลเมืองและชุมชนดังที่บัญญัติไว้มาตรา ๔๓ (๑) และมาตรา ๕๗ (๑) ได้กำหนดหน้าที่ของรัฐ ต้องอนุรักษ์ พื้นฟู และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ

^๑ ในเนื้อหาของรายงานการพิจารณา จะใช้คำว่า “ภูมิพลังวัฒนธรรม”

^๒ นิยามโดย เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ความเห็นต่อที่ประชุมวุฒิสภาในวันอังคารที่ ๑๐ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (๒๕๖๖).

การประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ ๒๑ (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่หนึ่ง) ๑๐/๑๐/๖๖. ออนไลน์

<https://www.youtube.com/watch?v=๙๖KJfKWmcNw> สืบค้นวันที่ ๒๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๖)

วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นและของชาติ รวมทั้งคำนึงถึงมิติการคุ้มครองสิทธิของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เป็นพิเศษ ดังบทบัญญัติในมาตรา ๗๐ เป็นต้น

ขณะเดียวกันแผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้ระบุว่า การสร้างวัฒนธรรมสัมพันธ์ที่ดีกับนานาประเทศเป็นส่วนสำคัญในการช่วยเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยให้มีความเข้มแข็ง เป็นที่เชื่อมั่น และได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ สามารถสร้างแรงดึงดูดให้กับนานาประเทศเข้ามาร่วมมือและยกระดับความสัมพันธ์ในมิติอื่น ๆ ของไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศในภูมิภาคและนานาประเทศทั่วโลกให้มีทิศทางในเชิงบวกมากขึ้น ดังเห็นได้จากยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคงได้ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างทัศนคติ ค่านิยม และการเสริมสร้างพฤติกรรมที่ถูกต้องมุ่งเน้นการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขท่ามกลางความแตกต่างหลากหลายทางเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา และวิถีชีวิต ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน มุ่งเน้นการพัฒนาและส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ที่เน้นการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การบริหารจัดการสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างพลังทางสังคม ผ่านการสนับสนุนความร่วมมือระหว่างจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน สนับสนุนการพัฒนาทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

นโยบายรัฐบาลนายกรัฐมนตรีเศรษฐา ทวีสิน ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยให้มีความเข้มแข็ง โดยได้มีคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ ๒๓๐/๒๕๖๖ แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และผู้ทรงคุณวุฒิจากหลายหลายสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อร่วมกันกำหนดทิศทางการขับเคลื่อนของทุกภาคส่วนของสังคมให้เกิดขึ้นอย่างมีเอกภาพ มีการจัดทำแผนงานทั้งการกำหนดแผนระยะเร่งด่วน (Quick Win) แผนงานระยะกลาง และแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านภูมิพลังวัฒนธรรมในระยะยาว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจและการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของประเทศเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ที่ผ่านมานโยบายด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมในต่างประเทศของหน่วยงานต่าง ๆ ยังไม่ชัดเจนเท่าที่ควร และกฎหมายหลายฉบับที่เกี่ยวข้องไม่สอดคล้องกับบริบทแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจ และพฤติกรรมของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป และมุ่งเน้นการกำกับควบคุม (Control and Regulator) มากกว่าที่จะให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการใช้ประโยชน์และเผยแพร่วัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ เช่น พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๑ พระราชบัญญัติส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. ๒๕๕๙ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานด้านวัฒนธรรม เป็นต้น นอกจากนี้ การดำเนินนโยบายด้านการส่งเสริมภูมิพลังวัฒนธรรมของไทย จำเป็นต้องคำนึงถึงบริบทแวดล้อมในมิติอื่น ๆ อย่างรอบด้านและสมดุลทั้งผลกระทบในมิติทางวัฒนธรรม มิติสิ่งแวดล้อม และความมั่นคงของประเทศชาติและสังคมร่วมกัน เพื่อให้การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่ยังคงอยู่บนฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยอย่างแท้จริง

ด้วยเหตุนี้ คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม ในคณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา จึงเห็นควรให้มีการจัดทำรายงานการพิจารณาศึกษา

เรื่อง “แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” เพื่อรวบรวมข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ รวมทั้งพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมและการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของประเทศไทยกับนานาประเทศในเชิงยุทธศาสตร์ โดยวางอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการพัฒนาประเทศที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกันอย่างครอบคลุม

๑.๒ วัตถุประสงค์การพิจารณาศึกษา

- ๑.๒.๑ เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โครงสร้าง และระบบกลไกขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมไทยสู่สากล
- ๑.๒.๒ เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม รายสาขา
- ๑.๒.๓ เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในบริบทอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และคำนึงถึงความสมดุลหลากหลายมิติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

๑.๓ ขอบเขตการพิจารณาศึกษา

- ๑.๓.๑ การทบทวนและวิเคราะห์กฎหมาย นโยบาย และแผนงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม และภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย
- ๑.๓.๒ การทบทวนบทเรียนการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมและแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทยจากประเทศต้นแบบที่ประสบความสำเร็จและได้รับการยอมรับในระดับสากล เช่น สหรัฐฯ จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น เยอรมัน และสหราชอาณาจักร เป็นต้น
- ๑.๓.๓ การรับฟังข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม และภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทยจากหลากหลายภาคส่วน ครอบคลุมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ สื่อมวลชน สถาบันวิจัย มหาวิทยาลัย ภาคประชาสังคม ประชาชนทั่วไป ศิลปิน ปราชญ์ชาวบ้าน และผู้ปฏิบัติงานด้านวัฒนธรรม ซึ่งข้อเสนอแนะมีความครอบคลุมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โครงสร้าง และระบบกลไกขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม กลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม รายสาขา และการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในบริบทอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และคำนึงถึงความสมดุลหลากหลายมิติ
- ๑.๓.๔ การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการทบทวนกฎหมาย นโยบาย และแผนงานที่เกี่ยวข้อง การทบทวนบทเรียนการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสัมพันธ์ นานาชาติจากประเทศต้นและประเทศในกลุ่มประชาคมอาเซียน และผลการรับฟังข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ เพื่อประมวลจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวทางการปรับปรุงและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติบนหลักความสมดุล การพัฒนาที่ยั่งยืน และครอบคลุมประโยชน์ที่ทั่วถึงทุกฝ่าย

๑.๔ ประโยชน์ที่ได้รับจากการพิจารณาศึกษา

- ๑.๔.๑ เกิดองค์ความรู้เพื่อการพัฒนา นโยบายและกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนงานภายใต้แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
- ๑.๔.๒ เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้มุมมองเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายด้านการส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมระหว่างประเทศ สำหรับใช้ในการพัฒนาและยกระดับการขับเคลื่อนงานทั้งในส่วนของประเทศไทยและเวทีระหว่างประเทศให้เกิดการทำงานที่เข้มแข็งร่วมกันในอนาคต
- ๑.๔.๓ เกิดข้อเสนอแนะทางนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับการเผยแพร่อิทธิพลด้านภูมิพลวัฒนธรรม และการขับเคลื่อนวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติของไทย ทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โครงสร้าง และระบบกลไกขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ไทยสู่สากล ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม รายสาขา และข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ในบริบทอัตลักษณ์ที่หลากหลาย และคำนึงถึงความสมดุลหลากหลายมิติ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

๑.๕ นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

ภูมิพลวัฒนธรรม (Soft Power) หมายถึง ความสามารถในการสื่อสาร “คุณค่าทางวัฒนธรรม” อย่างแนบคาย ผ่านนโยบาย แผนงาน โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ อันทำให้ประชาชนเป้าหมายเกิดความตระหนักรู้ พึงพอใจ มีทัศนคติที่ดีและเต็มใจที่จะยอมรับหรือน้อมนำคุณค่าของศิลปะและวัฒนธรรมเหล่านั้นเข้ามาดำรงอยู่ในวิถีชีวิต ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าจากคุณค่าเดิมของศิลปะ และมรดกทางวัฒนธรรมของไทย ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนภายใต้ความสมดุลและยั่งยืนของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development) หมายถึง การพัฒนาที่ก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ที่เกื้อกูลกันในทุกมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อันเป็นองค์ประกอบที่ทำให้คนทั้งในรุ่นปัจจุบันและรุ่นอนาคต มีสุขภาวะที่ดีทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคมและปัญญา

วัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ (International Cultural Relations) หมายถึง การดำเนินนโยบาย โครงการ และกิจกรรมเกี่ยวกับภูมิพลวัฒนธรรมของประเทศไทย หรือระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่น ๆ เพื่อพัฒนาและยกระดับปฏิสัมพันธ์ระหว่างประเทศร่วมกันในเชิงบวกทั้งในกลุ่มผู้นำทางการเมือง หน่วยงานภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม พลเมือง ศิลปิน และนักจัดการด้านวัฒนธรรม

การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) หมายถึง การกิจและกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทูตวัฒนธรรมปฏิบัติอยู่ในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะรวมถึงงานที่เกี่ยวกับการศึกษา ภาษา ศาสนา ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี การประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม และการเป็นผู้แทนทางวัฒนธรรมของประเทศ

การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) หมายถึง งานการทูตที่สามารถดำเนินโดยภาครัฐและบุคคล กลุ่มบุคคลทั่วไป ที่ส่งเสริมความสัมพันธ์ไปยังระดับประชาชนชาวต่างประเทศโดยตรง ในอันที่จะส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ สร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมถึงสร้างเกียรติภูมิ ภาพลักษณ์ ความนิยม การยอมรับ ให้แก่ประเทศไทย คนไทย และความเป็นไทย ขอนั้นว่าเป็นการดำเนินการที่มุ่งเน้นไปยังประชาชนชาวต่างประเทศซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก

ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) หมายถึง วัฒนธรรมที่มีคุณค่าและมีมูลค่า ซึ่งสั่งสมมาในอดีตและถ่ายทอดรุ่นต่อรุ่น มีทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ โดยนำเอาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาเหล่านั้นมาแปลงเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมีมูลค่าที่ส่งผลให้เกิดประโยชน์ต่อวิถีชีวิตและสังคมได้ในรูปแบบสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Products)

ห่วงโซ่คุณค่าการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม (Value Chain of Soft Power) หมายถึง แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม รายสาขา โดยมีองค์ประกอบที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ๔ ประเด็นสำคัญ ประกอบด้วย ๑) กระบวนการต้นน้ำ ได้แก่ ระบบการศึกษา ระบบรื้อฟื้นและเพิ่มทักษะ และการพัฒนาสมรรถนะ ๒) กระบวนการกลางน้ำ ได้แก่ การสร้างและเพิ่มมูลค่า และการสงวนรักษา ๓) กระบวนการปลายน้ำ ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด และการบริการหลังการขาย และ ๔) ระบบสนับสนุน ได้แก่ ระบบนิเวศที่เอื้ออำนวย การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และกองทุน

บทที่ ๒

แผนงาน นโยบาย ยุทธศาสตร์ และแนวคิดเกี่ยวข้อง

๒.๑ แผนงาน ยุทธศาสตร์ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

๒.๑.๑ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ ได้วางรากฐานให้การสร้างภูมิพลวัฒนธรรม ร่วมกันของคนไทยทั้งประเทศ โดยเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิและหน้าที่ของพลเมืองและชุมชน ดังที่บัญญัติไว้ในมาตรา ๔๓ (๑) กำหนดให้บุคคลและชุมชนย่อมมีสิทธิอนุรักษ์ พื้นฟู หรือส่งเสริมภูมิปัญญา ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณี อันดีงามทั้งของท้องถิ่นและของชาติ มาตรา ๕๐ (๘) ให้บุคคลมีหน้าที่ร่วมมือและสนับสนุนการอนุรักษ์และคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งมรดกทางวัฒนธรรม และในมาตรา ๕๗ (๑) ยังได้กำหนดหน้าที่ของรัฐ (ครอบคลุมความหมายไปยังหน่วยงานของรัฐที่มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย) ต้องอนุรักษ์ พื้นฟู และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณี อันดีงามของท้องถิ่นและของชาติ และจัดให้มีพื้นที่สาธารณะสำหรับกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชน ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้ใช้สิทธิและมีส่วนร่วมในการดำเนินการด้วย สำหรับแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐนั้น รัฐธรรมนูญให้ความสำคัญกับมาตรการคุ้มครองสิทธิของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เป็นพิเศษ ดังบทบัญญัติในมาตรา ๗๐ ที่วางหลักการไว้ว่า รัฐพึงส่งเสริมและให้ความคุ้มครองชาวไทยกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ให้มีสิทธิดำรงชีวิต ในสังคมตามวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิมตามความสมัครใจได้อย่างสงบสุข ไม่ถูกรบกวน ทั้งนี้ เท่าที่ไม่เป็นการขัดต่อความสงบเรียบร้อยหรือศีลธรรมอันดีของประชาชน หรือเป็นอันตราย ต่อความมั่นคงของรัฐ หรือสุขภาพอนามัย

นอกจากนี้ หากพิจารณาความหมายของภูมิพลวัฒนธรรม ยังรวมไปถึงนัยแห่งมาตรา ๕๐ (๒) ที่กำหนดหน้าที่บุคคลหรือพลเมืองไทยมีหน้าที่สำคัญในการร่วมพิทักษ์รักษาเกียรติภูมิของประเทศ มาตรา ๕๒ กำหนดให้รัฐพิทักษ์รักษาไว้สถาบันหลักของชาติ เอกราช อธิปไตย บูรณภาพแห่งดินแดน เกียรติภูมิและผลประโยชน์ของชาติ รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างค่านิยมการบริหารงานภาครัฐและปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ต้องตั้งอยู่บนหลักธรรมาภิบาล ดังเห็นได้จาก มาตรา ๒๑๙ ที่มีการกำหนดให้มีการอบรมมาตรฐานทางจริยธรรมของผู้ดำรงตำแหน่งในศาลรัฐธรรมนูญ องค์การอิสระ สภาผู้แทนราษฎร สมาชิกวุฒิสภา และรัฐมนตรี ซึ่งมาตรฐานดังกล่าวต้องครอบคลุมถึงการรักษาเกียรติภูมิและผลประโยชน์ของชาติ ดังนั้น บทบาทของตัวบุคคลและองค์กรของรัฐสามารถร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการเป็นตัวอย่างที่ดีให้กับประชาชนและร่วมรักษาเกียรติภูมิของชาติให้มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อนานาชาติได้ และเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีในมิติต่าง ๆ ได้อย่างครอบคลุม

๒.๑.๒ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐)

การสร้างวัฒนธรรมสัมพันธ์ที่ดีกับนานาชาติเป็นส่วนสำคัญในการช่วยเสริมสร้างภูมิพลวัฒนธรรม ของไทยให้มีความเข้มแข็ง เป็นที่เชื่อมั่น และได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ ขณะเดียวกันหากพัฒนาและยกระดับภูมิพลวัฒนธรรมของไทยให้มีความโดดเด่นในมิติต่าง ๆ ย่อม

สามารถสร้างแรงดึงดูดให้กับนานาประเทศเข้ามามีส่วนร่วมและยกระดับความสัมพันธ์ในมิติอื่น ๆ ของไทย กับประเทศเพื่อนบ้าน ประเทศในภูมิภาค และนานาประเทศทั่วโลกให้มีทิศทางในเชิงบวกมากขึ้น อันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การสร้างโอกาสในการลงทุน การส่งออกสินค้าและบริการ และการท่องเที่ยวของไทยให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี ให้ความสำคัญกับประเด็นเหล่านี้อย่างมาก โดยแฝงอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาทุกด้าน ดังนี้

ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ในข้อที่ ๔.๑ ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างทัศนคติ ค่านิยม และการเสริมสร้างพฤติกรรมที่ถูกต้อง เช่น ความเอื้ออาทร การมีจิตสาธารณะ เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม ความจงรักภักดีและยึดมั่นในชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ ใช้หลักการทางศาสนาที่มุ่งเน้นการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขท่ามกลางความแตกต่างหลากหลายทางเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา และวิถีชีวิต สิ่งเหล่านี้ถือเป็น เอกลักษณ์สำคัญของคนไทยที่สามารถนำไปพัฒนาและยกระดับให้เป็นที่รับรู้แก่นานาชาติได้เป็นอย่างดี

ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ข้อที่ ๔.๓ การพัฒนาและส่งเสริมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ที่เน้นการสร้างและพัฒนาสินค้าและบริการด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น การบริหารจัดการสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม

ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ข้อที่ ๔.๑ การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นไปที่การสร้างความเข้มแข็งในสถาบันทางศาสนา โดยเน้นการเผยแพร่หลักศาสนาที่งดงามให้กับประชาชน การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน โดยการพัฒนาผู้นำชุมชนต้นแบบของการมีคุณธรรมจริยธรรม และการใช้สื่อและสื่อสารมวลชนในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยส่งเสริมสื่อสร้างสรรค์ และการใช้สื่อออนไลน์และเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์นำเสนอตัวอย่างของการมีคุณธรรม จริยธรรม และการมีจิตสาธารณะ ข้อที่ ๔.๒ การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิตครอบคลุมการผสมผสานระหว่างทักษะความสามารถสอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ ๒๑ และเน้นปลูกฝังความเป็นคนดี มีวินัย ให้เป็นคุณลักษณะนิสัยของเด็กและเยาวชนไทย ข้อที่ ๔.๔ การตระหนักถึงพหุปัญญาของมนุษย์ที่หลากหลาย การสร้างเส้นทางอาชีพ สภาพแวดล้อมการทำงาน และระบบสนับสนุนที่เหมาะสมสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษผ่านกลไกต่าง ๆ อาทิ การมีกลไกการทำงานในลักษณะการรวมตัวของกลุ่มคนในหลายสาขาวิชา การเปิดพื้นที่ให้ผู้มีความสามารถพิเศษต่อยอดการประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคง

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ข้อที่ ๔.๓ การเสริมสร้างพลังทางสังคม ผ่านสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และภาคประชาชนสนับสนุนการพัฒนาบนฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ข้อที่ ๔.๕ บุคลากรภาครัฐเป็นคนดีและคนเก่ง ยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมมีจิตสำนึก มีความสามารถสูง มุ่งมั่น และเป็นมืออาชีพ และเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับเด็ก เยาวชน และประชาชน รวมทั้งเป็นที่รับรู้รับทราบถึงแบบอย่างที่ดีต่อนานาประเทศได้

๒.๑.๓ แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ

แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี มีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างความสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมระดับนานาชาติและเพิ่มความเข้มแข็งของภูมิพลวัฒนธรรม ของไทย ดังนี้

ประเด็นที่ (๒) การต่างประเทศ การต่างประเทศมีส่วนขับเคลื่อนเป้าหมายของยุทธศาสตร์ชาติเพื่อให้ไทยเป็นประเทศพัฒนาแล้วและความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน โดยการดำเนินงานด้านการต่างประเทศให้ไทยมีความพร้อมและมีบทบาทเชิงรุกอย่างสร้างสรรค์เพื่อเป็นผู้เล่นสำคัญในเวทีโลก และมีความร่วมมือกับนานาชาติในลักษณะที่จะเกื้อหนุนต่อความก้าวหน้าในทุก ๆ ด้านของไทยและเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาประชาคมโลกโดยรวม ซึ่งแผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติในประเด็นที่ (๒) การต่างประเทศนั้น มีการกำหนดแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างภูมิพลวัฒนธรรม และมิติการเสริมสร้างวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ ภายใต้บทบาทด้านการต่างประเทศของไทยไว้ มีดังนี้

- **แผนย่อยความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและความร่วมมือเพื่อการพัฒนา ระหว่างประเทศ (มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน)** มุ่งเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืนผ่านความร่วมมือกับมิตรประเทศทั่วโลก ทั้งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างเศรษฐกิจที่เน้นนวัตกรรมการใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมือต่าง ๆ และการส่งเสริมให้ภาคเอกชนไทยขยายตลาดในต่างประเทศ ขณะเดียวกัน การพัฒนาเศรษฐกิจจะต้องเป็นไปอย่างยั่งยืน ต้องใช้ประโยชน์จากความเป็นหุ้นส่วนกับภาคส่วนต่าง ๆ ของต่างประเทศ เพื่อร่วมกันบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลก

- **แผนย่อยการส่งเสริมสถานะและบทบาทของประเทศไทยในประชาคมโลก (มีสถานะและเกียรติภูมิ)** มุ่งสร้างเกียรติภูมิและอำนาจต่อรอง โดยเน้นการต่างประเทศที่ใช้อำนาจแบบนุ่มนวลอย่างเป็นระบบ การดำเนินนโยบายที่ส่งเสริมสถานะของไทยในเวทีโลก การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดี การยกระดับการส่งเสริมเอกลักษณ์ของไทยให้กลายเป็นความนิยมไทยเพื่อสร้างมูลค่าของสินค้าและบริการ รวมทั้งการสร้างขีดความสามารถให้ทุกภาคส่วนของไทยร่วมเสริมสร้างสถานะของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อรักษาและเพิ่มพูนผลประโยชน์ให้แก่ประเทศและประชาชนไทยในการมีปฏิสัมพันธ์กับประชาคมโลก

- **แผนย่อยการต่างประเทศมีเอกภาพและบูรณาการ (มีพลัง)** มุ่งพัฒนาการดำเนินงานด้านการต่างประเทศให้มีพลวัตและมีเอกภาพระหว่างทุกภาคส่วนของประเทศ ซึ่งแผนย่อยนี้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การต่างประเทศ ทั้งนี้ การต่างประเทศให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม รวมถึงประชาชนไทยทั่วไป ทั้งในประเทศและในต่างประเทศ เพื่อให้การต่างประเทศเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวสำหรับประชาชนไทย

ประเด็นที่ (๓) การเกษตร แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการเกษตร จะให้ความสำคัญกับการยกระดับการผลิตให้เข้าสู่คุณภาพมาตรฐานความปลอดภัย การใช้ประโยชน์จากความโดดเด่นและเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตร รวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพในแต่ละพื้นที่ การพัฒนาสินค้าเกษตรและการแปรรูปสินค้าเกษตร เพื่อสร้างมูลค่าและคุณค่าให้กับสินค้าเกษตร การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ในการผลิตและการจัดการฟาร์ม นอกจากนี้ ยังมีการสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาระบบนิเวศของภาคเกษตร เพื่อเสริมสร้างให้การพัฒนามีการเติบโต

อย่างต่อเนื่องและเข้มแข็ง ประกอบด้วย ๖ แผนย่อย โดยแผนย่อยที่เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย มี ๑ แผนย่อย ได้แก่

- **แผนย่อยเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น** ส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ด้วยการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีและนวัตกรรม การขึ้นทะเบียนและคุ้มครองสิทธิให้กับสินค้าและผลิตภัณฑ์ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและผลิตภัณฑ์ และการสร้างความเข้มแข็งของเกษตรกรและชุมชน ในการพัฒนาอัตลักษณ์พื้นถิ่น รวมทั้งสร้างอัตลักษณ์หรือเรื่องราวแหล่งกำเนิด สร้างความแตกต่างและ ความโดดเด่น และสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น และส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นทั้งในระดับประเทศและเพื่อการส่งออกต่างประเทศ

ประเด็นที่ (๕) การท่องเที่ยว แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติประเด็นการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย โดยแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย ๖ แผนย่อย ดังนี้

- **แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม** สร้างสรรค์คุณค่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผสานกับจุดแข็งในด้านความหลากหลายทางทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรม ความต้องการนักท่องเที่ยว และสร้างทางเลือกของประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

- **แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ** ส่งเสริมให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ครอบคลุมการจัดประชุมและนิทรรศการ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นรางวัล การจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการพักผ่อนระหว่างหรือหลังการประกอบธุรกิจหรือการทำกิจกรรมต่าง ๆ อันเป็นการดึงดูดกลุ่มนักเดินทางเพื่อธุรกิจและนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ อีกทั้งส่งเสริมให้การจัดงานธุรกิจและกิจกรรมต่าง ๆ เป็นการสนับสนุนการพัฒนากลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ เป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม รวมถึงการสร้างเวทีเจรจาการค้าและการลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

- **แผนย่อยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย** พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ทั้งสินค้า บริการ บุคลากร ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว เน้นสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์จากการให้บริการตามแบบอย่างความเป็นไทยที่โดดเด่นในระดับสากล ร่วมกับการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทยที่พัฒนาต่อยอดกับความคิดสร้างสรรค์ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ

- **แผนย่อยการท่องเที่ยวสำราญทางน้ำ** ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำให้เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวไทย เป็นแหล่งสร้างรายได้ใหม่ให้กับประเทศ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน ครอบคลุมการท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง และการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำสำคัญ โดยการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวทางน้ำให้ได้มาตรฐาน สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงบริบทของพื้นที่และชุมชนในพื้นที่

- **แผนย่อยการท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค** ยกกระดับให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ แผนการลงทุนพัฒนาโครงข่ายคมนาคมทั้งทางถนน ราง น้ำ และอากาศ และกรอบความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ อนุภูมิภาค และอาเซียน บนฐานอัตลักษณ์เดียวกัน เพื่อส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวร่วมกัน

- **แผนย่อยการพัฒนากระบวนนิเวศการท่องเที่ยว** พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวไทย

ประเด็น (๑๐) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ชาติให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ โดยแผนแม่บทด้านการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม มุ่งเน้นให้สถาบันทางสังคมร่วมปลูกฝังค่านิยมวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ บูรณาการร่วมระหว่างภาคีต่าง ๆ อาทิ ครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา สื่อ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในการหล่อหลอมคนไทยให้มีคุณธรรม จริยธรรม ในลักษณะที่เป็นวิถีการดำเนินชีวิต โดยวางรากฐานการพัฒนาคนให้มีความสมบูรณ์ เริ่มตั้งแต่การพัฒนาคนให้มีสุขภาพกายและใจที่ดี บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของสถาบันสังคมและวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ทั้งครอบครัว ชุมชน ศาสนา การศึกษา สื่อ และภาคเอกชน โดยแผนแม่บท ได้กำหนดแผนย่อยไว้ ๓ แผนย่อย ดังนี้

- **แผนย่อยการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยม และการเสริมสร้างจิตสาธารณะและการเป็นพลเมืองที่ดี** ผ่านการเลี้ยงดูในครอบครัว การบูรณาการเรื่องความซื่อสัตย์ วินัย คุณธรรม จริยธรรม ในการจัดการเรียนการสอน การสร้างความเข้มแข็งของสถาบันทางศาสนา การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน การส่งเสริมให้คนไทยมีจิตสาธารณะ จิตอาสาและรับผิดชอบต่อส่วนรวม รวมทั้งการสร้างเสริมผู้นำการเปลี่ยนแปลง และต้นแบบที่ดีทั้งระดับบุคคลและองค์กร

- **แผนย่อยการสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่พึงประสงค์จากภาคธุรกิจ** โดยการเสริมสร้างและพัฒนากลไก เพื่อให้ภาคธุรกิจส่งเสริมสนับสนุนและสร้างค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดี และการยกระดับการบริหารจัดการรวมถึงมาตรการของภาครัฐเพื่อให้ภาคธุรกิจร่วมรับผิดชอบต่อสังคม ปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม

- **แผนย่อยการใช้สื่อและสื่อสารมวลชน** ในการปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมของคนในสังคม โดยการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ และเสริมสร้างค่านิยมที่ดีให้กับเยาวชนและประชาชนทั่วไป พัฒนาสื่อเผยแพร่เพื่อสร้างเสริมศิลปะและวัฒนธรรม และจัดสรรเวลาและเปิดพื้นที่ให้สื่อสร้างสรรค์สำหรับเด็ก เยาวชน และประชาชนในการปลูกจิตสำนึกและสร้างเสริมค่านิยมที่ดี

ประเด็นที่ (๑๒) การพัฒนาการเรียนรู้ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น การพัฒนาการเรียนรู้ มุ่งพัฒนาระบบการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ ๒๑ และการพัฒนาระบบการเรียนรู้ตลอดชีวิตเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้สามารถกำกับการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับ ตนเองได้อย่างต่อเนื่องแม้จะออกจากระบบการศึกษาแล้ว ควบคู่กับการส่งเสริมการพัฒนาคนไทยตาม พหุปัญญาให้เต็มตามศักยภาพ รวมถึงการสร้างเสริมศักยภาพผู้มีความสามารถพิเศษให้สามารถต่อ ยอดการประกอบอาชีพได้อย่างมั่นคง ประกอบด้วย ๒ แผนย่อย โดยแผนย่อยที่มีโอกาสพัฒนา ส่งเสริม สนับสนุน เพื่อต่อยอดไปสู่ภูมิพลังวัฒนธรรม ได้อย่างชัดเจน คือ

- **แผนย่อยการตระหนักถึงพหุปัญญาของมนุษย์ที่หลากหลาย** ด้วยการ พัฒนาและส่งเสริมพหุปัญญาผ่านครอบครัว ระบบสถานศึกษา สภาพแวดล้อม รวมทั้งสื่อ โดยพัฒนา ระบบบริหารจัดการกลไกการคัดกรองและการส่งต่อเพื่อส่งเสริมการพัฒนาคนไทยตามพหุปัญญาให้เต็ม ตามศักยภาพ ส่งเสริมสนับสนุนครอบครัวในการเสริมสร้างความสามารถพิเศษตามความถนัดและ ศักยภาพ ทั้งด้านกีฬา ภาษา และวรรณกรรม สุนทรียศิลป์ ส่งเสริมสนับสนุนระบบสถานศึกษาและ สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างและพัฒนาเด็กและเยาวชนที่มีความสามารถพิเศษบนฐานพหุปัญญา ส่งเสริมสนับสนุนมาตรการจูงใจแก่ภาคเอกชนและสื่อ ในการมีส่วนร่วมและผลักดันให้ผู้มีความสามารถ พิเศษ มีบทบาทเด่นในระดับนานาชาติ การสร้างเส้นทางอาชีพ สภาพแวดล้อมการทำงาน และระบบ สนับสนุนที่เหมาะสมสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษ โดยจัดให้มีโครงสร้างพื้นฐาน และระบบสนับสนุน เพื่อผู้มีความสามารถพิเศษได้สร้างความเข้มแข็งและต่อยอดได้ จัดให้มีกลไกการทำงานในลักษณะการ รวมตัวของกลุ่มผู้มีความสามารถพิเศษในหลากหลายสาขาวิชา เพื่อรวมนักวิจัยและนักเทคโนโลยีชั้นนำ เพื่อพัฒนาต่อยอดงานวิจัยเพื่อตอบโจทย์การพัฒนาประเทศ และสร้างความร่วมมือและเชื่อมต่อ สถาบันวิจัยชั้นนำทั่วโลก เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้นักวิจัยความสามารถสูงของไทยให้มีศักยภาพสูง ยิ่งขึ้น

ประเด็นที่ (๑๕) พลังทางสังคม การเสริมสร้างพลังทางสังคมจะเป็นปัจจัยแห่ง ความสำเร็จที่สำคัญที่จะเป็นกลไกช่วยให้การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติในด้านต่าง ๆ สามารถ บรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมายโดยการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อนร่วมเป็นกลไกในการจัดการกับปัญหาความเหลื่อมล้ำและการสร้าง ความเป็นธรรมทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ที่เกื้อกูลการดำเนินการของภาครัฐอย่างเป็น ระบบ โดยเป็นการแก้ไขปัญหาที่สอดคล้องกับความต้องการระดับพื้นที่ที่มีความแตกต่างระหว่างกัน บนองค์ความรู้ ข้อมูล และหลักวิชาการที่มีส่วนร่วมจากชุมชนและภาคีในสังคมอย่างแท้จริง โดยแผน แม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็น พลังทางสังคม ประกอบด้วย ๒ แผนย่อย โดยมีแผนงานที่ เกี่ยวข้องกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งของแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ ยั่งยืน ๒ แผนย่อย ได้แก่

- **แผนย่อยการเสริมสร้างทุนทางสังคม** เน้นการเปิดโอกาสให้เกิด กระบวนการรวมตัวของประชากรกลุ่มต่าง ๆ รวมถึงภาคีเครือข่าย ในการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมเป็น พลังสำคัญในการจัดการกับปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมประชาสังคม โดยการเพิ่มขีด ความสามารถของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนา การพึ่งตนเอง และการจัดการตนเอง การต่อยอดจาก รากฐานของสังคมวัฒนธรรมไทยมีทุนเดิมเป็นที่ยกย่องและยอมรับทั่วโลก คือความมีน้ำใจ การ

ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน รวมทั้งทุนทางศิลปวัฒนธรรมที่ตกทอดมาอย่างยาวนานในประวัติศาสตร์ และมีรากเหง้าร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านบนคาบสมุทรอินโดจีนหรือดินแดนสุวรรณภูมิ ที่สามารถนำสู่การสร้างให้เกิดทั้งมูลค่าและคุณค่าใหม่ร่วมกันได้ การดึงพลังต่าง ๆ เหล่านี้ออกมาใช้ในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำและความไม่เสมอภาคของประเทศ และนำไปสู่การพัฒนาอย่างมั่นคงและยั่งยืนบนรากฐานของทุนทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีอยู่

- **แผนย่อยการรองรับสังคมสูงวัยเชิงรุก** เน้นการเตรียมคนและสังคมเชิงรุก ให้คนทุกช่วงวัยตระหนักรู้ และความพร้อมรองรับการเป็นสังคมสูงวัยในทุกมิติ ทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม สุขภาพ และสภาพแวดล้อม เพื่อให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพที่สามารถพึ่งตนเองและเป็นพลังในการพัฒนาครอบครัว ชุมชน สังคม และประเทศให้นานที่สุด รวมทั้งส่งเสริมให้ผู้สูงอายุเป็นพลังสังคมด้วยการถ่ายทอดประสบการณ์และภูมิปัญญาให้กับประชากรรุ่นอื่น ๆ และส่งเสริมการปรับเปลี่ยนมุมมองและทัศนคติของสังคมที่มีต่อการปฏิบัติกับผู้สูงอายุ

๒.๑.๔ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๓ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายเพื่อการวางแผนการพัฒนาในมิติเศรษฐกิจ และมิติทางสังคมเป็นหลัก แต่ในข้อเท็จจริงจะพบว่า การพัฒนาประเทศต้องคำนึงถึงมิติอื่น ๆ อย่างครอบคลุมและเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นฐานในการขับเคลื่อนกิจกรรมการพัฒนา เพื่อนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์สำคัญ คือ การยกระดับรายได้ต่อหัวประชากรเฉลี่ย ๓๐๐,๐๐๐ บาท ต่อคนต่อปี ขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนฐานนวัตกรรม และสร้างสมดุลสิ่งแวดล้อมยั่งยืน ทั้งนี้ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๓ ได้กำหนดจุดหมายการพัฒนาไว้จำนวน ๑๓ หมุดหมายเพื่อเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อน มีเป้าหมายและทิศทางที่ช่วยในการสนับสนุนการพลิกโฉมประเทศ ที่ครอบคลุม ๔ มิติการพัฒนา ได้แก่ มิติภาคการผลิตและบริการ เป้าหมาย มิติโอกาสและความเสมอภาคทางเศรษฐกิจและสังคม มิติความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และมิติปัจจัยผลักดันการพลิกโฉมประเทศ สำหรับหมุดหมายสำคัญที่มีส่วนในการเสริมสร้างขีดความสามารถด้านภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทยใน ๗ หมุดหมายด้วยกัน ได้แก่

- **หมุดหมายที่ ๑** ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตร และเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง มุ่งเน้นใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการผลิตและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตร การขยายผลรูปแบบเกษตรยั่งยืนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีมูลค่าเพิ่มสูงจากแบบอย่าง ความสำเร็จในประเทศ เช่น เกษตรตามโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน เศรษฐกิจสีเขียว เกษตรปลอดภัย วนเกษตร เกษตรอินทรีย์ ท่องเที่ยวเกษตร ประมงพื้นบ้าน การยกระดับมาตรฐานต่าง ๆ เป็นต้น

- **หมุดหมายที่ ๒** ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน อาทิ มีกลยุทธ์การส่งเสริมการพัฒนากิจกรรม สินค้า และบริการ กลยุทธ์การท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง การส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพรองรับนักท่องเที่ยวทั่วไป เช่น สนับสนุนให้ผู้ประกอบการ และสตาร์ทอัพ ประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เทคโนโลยี และนวัตกรรมในการพัฒนา และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่เมืองรอง และกลยุทธ์ด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

- **หมวดหมู่ที่ ๔** ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง อาทิ กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พัฒนาศูนย์บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพรูปแบบใหม่ที่น่าไปสู่การสร้างสังคมสูงวัย ที่มีสุขภาวะ โดยส่งเสริมการสร้างพื้นที่ชุมชนดิจิทัลเพื่อสร้างเสริมสุขภาวะบนฐานนวัตกรรมบริการและผลิตภัณฑ์ ที่เอื้อต่อรูปแบบวิถีชีวิตปกติใหม่ อาทิ การให้คำปรึกษาทางไกลด้านสุขภาพ การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้ชีวิต อย่างเหมาะสมโดยการใช้อาหารบำบัดและการบำบัดทางจิตด้วยการทำสมาธิ เป็นต้น

- **หมวดหมู่ที่ ๖** ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัล ของอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลยุทธ์ที่ ๓ อุตสาหกรรมดิจิทัลในประเทศที่สามารถแข่งขันได้ ในกลยุทธ์ย่อยที่ กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๓ พัฒนาและยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ผลิต ผู้พัฒนา ผู้ออกแบบและสร้างระบบในอุตสาหกรรมและบริการดิจิทัลภายในประเทศ ให้เป็นผู้นำด้านบริการดิจิทัลโซลูชัน ที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ และตอบสนองต่อความต้องการใช้งานภายในประเทศหรืออาเซียน โดยนำร่องจากสาขาเกษตร การแพทย์และสุขภาพ การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม และการบริหารจัดการภาครัฐในระดับท้องถิ่น และ กลยุทธ์ย่อยที่ ๓.๔ ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาซอฟต์แวร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และการสร้างดิจิทัล คอนเทนต์สร้างสรรค์ที่มีการนำศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต แหล่งท่องเที่ยวไทย ฯลฯ ไปใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในทุกมิติ อาทิ การพัฒนาพิพิธภัณฑ์เสมือนจริง การสร้างเวทีการแสดง ทางศิลปวัฒนธรรมเสมือนจริง คอนเสิร์ตเสมือนจริง หรือตัวละครภาพยนตร์เสมือนจริง รวมทั้งกลยุทธ์ที่ ๔ การพัฒนาระบบนิเวศเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรม และบริการดิจิทัล เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

- **หมวดหมู่ที่ ๗** ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ ทั้งกลยุทธ์ด้านการพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้ออำนวยต่อการทำธุรกิจและการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กลยุทธ์การพัฒนาแพลตฟอร์มเชื่อมโยงฐานข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเข้าสู่ระบบ กลยุทธ์การส่งเสริมการพัฒนา วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ให้เป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล กลยุทธ์การพัฒนาระบบนิเวศให้เอื้อต่อการสร้างธุรกิจสตาร์ทอัพ และผู้ประกอบการที่ขับเคลื่อนด้วย นวัตกรรม รวมทั้งให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนที่เหมาะสม และเชื่อมโยงเข้าสู่เครือข่ายระดับโลก และยกระดับสู่ตลาดต่างประเทศ และกลยุทธ์การส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมให้มีศักยภาพการดำเนินการในเชิงธุรกิจ

- **หมวดหมู่ที่ ๘** ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืน กลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ กลยุทธ์การสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากผ่านการสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจชุมชนและส่งเสริมการจัดการกลไกตลาดของท้องถิ่นให้เข้มแข็งและยั่งยืน กลยุทธ์การพัฒนาการส่งเสริมกลไกความร่วมมือภาครัฐ เอกชน ประชาชน และประชาสังคมเพื่อการพัฒนาพื้นที่และเมือง เป็นต้น

- **หมวดหมู่ที่ ๑๒** ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนา แห่งอนาคต อาทิ ในกลยุทธ์ที่ ๑ คนไทยทุกช่วงวัยได้รับการพัฒนาในทุกมิติ กลยุทธ์ย่อยที่ ๑.๕ พัฒนาผู้สูงอายุให้เป็นพลเมืองมีคุณค่าของสังคม โดยให้ผู้สูงอายุเป็นผู้ถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ ภูมิ

ปัญญา ที่สั่งสมมาตลอดช่วงชีวิตสู่คนรุ่นหลัง เพื่อให้เกิดการสืบสานและต่อยอดการพัฒนาสังคมและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกับคนต่างวัย และส่งเสริมและเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้ทำงานตามศักยภาพ รวมทั้งพัฒนาสื่อการเรียนรู้ ที่ทันสมัย และหลักสูตรระยะสั้น เพื่อพัฒนาความรู้ สมรรถนะทางดิจิทัล ทักษะทางธุรกิจ และการใช้ชีวิต ที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุแต่ละกลุ่ม กลุ่มที่ ๓ ด้านการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตส่งเสริมให้ภาคส่วนต่าง ๆ สร้างและพัฒนาเมืองเรียนรู้ แหล่งเรียนรู้ และพื้นที่สร้างสรรค์ที่หลากหลายทั้งพื้นที่กายภาพ และพื้นที่เสมือนจริง การพัฒนาทางเลือกในการเข้าถึงการเรียนรู้สำหรับผู้ที่ไม่สามารถเรียนในระบบ การศึกษาปกติโดยจัดทำข้อมูลและส่งเสริมการจัดทำแผนการเรียนรู้ที่มีความยืดหยุ่นและหลากหลายของกลุ่มเป้าหมายเป็นรายบุคคลหรือรายกลุ่ม เป็นต้น

๒.๑.๕ นโยบายรัฐบาลนายกรัฐมนตรีนายเศรษฐา ทวีสิน

นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ ๑๑ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖ ณ ห้องประชุมสภาผู้แทนราษฎร โดยมีสาระสำคัญที่เกี่ยวข้องกับมิติด้านการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย

(๑) นโยบายด้านการส่งเสริมค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น การส่งเสริมการเคารพอัตลักษณ์และวัฒนธรรมที่หลากหลาย สิทธิ เสรีภาพ และความเสมอภาค การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับบทบาทและผลงานสถาบันพระมหากษัตริย์ การส่งเสริมจิตอาสาพระราชทานตามแนวพระราชดำริ การส่งเสริมสถาบันศาสนาให้เป็นกลไกในการสร้างคุณธรรมและจริยธรรมในการดำเนินชีวิต และมุ่งส่งเสริมให้เป็นคนดี มีวินัย ภูมิใจในชาติ

(๒) นโยบายการส่งเสริมการเรียนรู้เทคโนโลยีทางการเงินรูปแบบใหม่ ผ่าน Digital Wallet ให้หมุนเวียนอยู่ในระบบเศรษฐกิจให้ถึงฐานรากในระดับชุมชนและสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ ซึ่งประชาชน ครุฑเรือน และชุมชนสามารถพัฒนาต่อยอดทุนวัฒนธรรมต่อไปได้

(๓) นโยบายการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวจะเป็นกุญแจดอกแรกในการสร้างรายได้ที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้ในระยะสั้นและสร้างงานให้กับประชาชนเป็นจำนวนมาก และตั้งเป้าหมายที่จะเปิดประตูรับนักท่องเที่ยวด้วยการอำนวยความสะดวก เช่น การปรับปรุงขั้นตอนการขอวีซ่า และการยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมวีซ่าสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศเป้าหมาย การจัดทำ Fast Track VISA สำหรับผู้เข้าร่วมงานแสดงสินค้านานาชาติ (MICE) และเพื่อเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในช่วงสิ้นปี และรัฐบาลจะร่วมกับภาคธุรกิจในทุกภาคส่วนเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงสินค้า งานเทศกาลระดับโลก เพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นสถานที่สำหรับการจัดงานแสดงต่าง ๆ ที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งในภูมิภาคนี้

(๔) นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัล เพื่อให้เกิดการกระจายความเจริญและกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปสู่ภูมิภาคเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจใหม่ในประเทศ ในลักษณะ Matching Fund ซึ่งเป็นการลงทุนร่วมกันระหว่างรัฐบาลและเอกชน เพื่อลงทุนพัฒนา Start-up ที่มีศักยภาพให้เติบโตและแข่งขันได้ในระดับโลก สร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจใหม่

(๕) นโยบายฟื้นฟูชีวิตอุตสาหกรรมประมง ให้กลับมาเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประชาชน ด้วยการแก้ไขข้อกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมายให้เหมาะสม เพื่อให้เกิดความยั่งยืน

(๖) นโยบายสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากร ทั้งด้านงบประมาณและการเลือกตัวแทนของผู้บริหารที่จะเป็นตัวแทนการพัฒนาท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยให้เกิดการกระจายทรัพยากรและกระจายอำนาจการบริหารจัดการไปสู่ชุมชนได้

(๗) นโยบายสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ Soft Power ของประเทศ เพื่อยกระดับและพัฒนาความสามารถด้านความรู้ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้รวมทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรมและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้รัฐบาลจะสร้างงาน สร้างรายได้ผ่านการส่งเสริม ๑ ครอบครัว ๑ ทักษะ Soft Power ตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนาด้านกีฬาอย่างเป็นระบบ เช่น พัฒนานักกีฬา ผู้ฝึกสอน และผู้มีวิชาชีพด้านการสนับสนุน

(๘) นโยบายส่งเสริมการเปิดกว้างและเปิดรับความหลากหลายทางอัตลักษณ์ความเชื่อ และทางความคิดจากผู้คนที่อยู่อาศัยเดิมอยู่แล้ว ผู้คนที่เดินทางเข้ามาทำงาน ท่องเที่ยว หรือย้ายถิ่นฐานมาอยู่อาศัย ผู้คนที่มาจากวัฒนธรรม มีขนบธรรมเนียมประเพณีหรือความเชื่อที่แตกต่างกัน เพื่อให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของผู้คนที่มีความเป็นเลิศด้านต่าง ๆ ให้เข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศร่วมกัน และทำให้ประเทศไทยเป็นบ้านที่ทำให้ทุกคนรู้สึกปลอดภัย สบายกาย สบายใจ และสามารถใช้ชีวิตอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข

(๙) นโยบายการดำเนินความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศต่าง ๆ อย่างสมดุล ตั้งอยู่บนผลประโยชน์ของประเทศเป็นสำคัญ กระชับความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน และรักษาสภาพผู้นำของประเทศไทยในภูมิภาคและอนุภูมิภาค รวมทั้งสร้างความร่วมมือกับกลุ่มประเทศ องค์กรทางเศรษฐกิจและการพัฒนาระหว่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นคงของประเทศไทย

๒.๑.๖ แนวทางการขับเคลื่อนงานของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ

นอกจากได้มีการแถลงนโยบายด้านการส่งเสริมพลังความเข้มแข็งด้านวัฒนธรรมแล้ว ในทางปฏิบัตินายกรัฐมนตรียังได้มีคำสั่งสำนักนายกรัฐมนตรี ที่ ๒๓๐/๒๕๖๖ แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ประกอบด้วย ผู้แทนหน่วยงานภาครัฐ เช่น รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม รวมทั้งผู้ประกอบการและผู้ทรงคุณวุฒิจากหลายหลายสาขาที่เกี่ยวข้อง ผู้ทรงคุณวุฒิจากแต่ละสาขาวิชาชีพ อาทิ กีฬา อาหาร ภาพยนตร์ ภาคธุรกิจ การเงิน การต่างประเทศ เข้ามาเป็นองค์ประกอบภายในคณะกรรมการฯ จำนวนรวม ๓๑ คน

การจัดตั้งตั้งคณะกรรมการฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดเป้าหมายการขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาล บูรณาการการดำเนินงานของส่วนราชการและภาคเอกชนให้มีประสิทธิภาพและมีความสอดคล้องกับการพัฒนาศักยภาพของประเทศไทยไปสู่นานาชาติ โดยมีอำนาจหน้าที่คือ

(๑) กำหนดยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติของประเทศ จัดทำนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติของประเทศ เพื่อเสนอขอความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรี

(๒) เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อกำหนดนโยบายและทิศทางการดำเนินการ การคลัง การลงทุน รวมทั้งมาตรการและสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ในส่วนที่เกี่ยวข้องหรือเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมซอฟต์แวร์แห่งชาติของประเทศ

(๓) เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีในการจัดให้มี ปรับปรุงหรือแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์พาเวอร์ของประเทศ

(๔) เสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีเกี่ยวกับการดำเนินงานตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์พาเวอร์ของประเทศ รวมทั้งมาตรการเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือและประสานงานระหว่างส่วนราชการ หน่วยงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ ภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศ และองค์กรระหว่างประเทศในการส่งเสริมซอฟต์แวร์พาเวอร์ทั้งในและต่างประเทศ

(๕) รายงานคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบและพิจารณามิติดีเกี่ยวกับการดำเนินการของหน่วยงาน เพื่อให้เป็นไปตามนโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์พาเวอร์ของประเทศ

ในเบื้องต้นได้มีการประชุมครั้งแรก ๑/๒๕๖๖ เมื่อวันที่ ๓ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล โดยนายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลัง เป็นประธานประชุมคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์พาเวอร์แห่งชาติ ผลการหารือได้ข้อสรุป คือ การวางแผนทางขับเคลื่อนนโยบายสำคัญ คือ ผลักดันซอฟต์แวร์พาเวอร์ของไทย โดยจะเร่งขับเคลื่อน “โครงการ ๑ ครอบครัว ๑ ซอฟต์แวร์พาเวอร์ (One Family One Soft Power: OFOS)” และจัดตั้งหน่วยงานที่มีชื่อว่า Thailand Creative Content Agency (THACCA) มีเป้าหมายยกระดับทักษะคนไทยจำนวน ๒๐ ล้านคน สู่การเป็นแรงงานทักษะขั้นสูงและแรงงานสร้างสรรค์ และจะสามารถสร้างรายได้อย่างน้อย ๔ ล้านล้านบาทต่อปี สร้างงาน ๒๐ ล้านตำแหน่ง สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน และประเทศไทยจะเป็นหนึ่งในประเทศผู้นำด้านซอฟต์แวร์พาเวอร์ของโลก

แนวทางขับเคลื่อน OFOS และ THACCA แบ่งเป็น ๓ ชั้น ได้แก่ **ชั้นที่ ๑** การพัฒนาคนผ่านกระบวนการส่งเสริมบ่มเพาะศักยภาพ โดยเฟ้นหาคนที่มีความฝันและอยากทำความฝันนั้นให้เป็นจริง ทุกช่วงอายุ จำนวน ๒๐ ล้านคน จาก ๒๐ ล้านครัวเรือน โดยแจ้งลงทะเบียนกับกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมือง เพื่อบ่มเพาะผ่านศูนย์บ่มเพาะทักษะสร้างสรรค์ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย **ชั้นที่ ๒** การพัฒนาอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์พาเวอร์สาขาต่าง ๆ ภายในประเทศ ๑๑ สาขา ได้แก่ อาหาร กีฬา เพลสทีล ท่องเที่ยว ดนตรี หนังสือ ภาพยนตร์ เกม ศิลปะ การออกแบบ และแฟชั่น กำหนดให้เป็นหน้าที่ขององค์กร Thailand Creative Content Agency หรือ THACCA ที่จะถูกจัดตั้งขึ้นในอนาคต ดำเนินการปรับแก้กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับที่ไม่สอดคล้องกับยุคสมัย สนับสนุนเงินทุนวิจัยและพัฒนา สร้างแรงจูงใจด้านภาษี จัดตั้งศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (Creative & Design Center: TCDC) ทุกจังหวัด เพิ่มพื้นที่การทำงานร่วมกัน (Co-Working Space) ที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบวงจร ส่งเสริมบรรยากาศการเรียนรู้ ริเริ่มไอเดียสร้างสรรค์ และต่อยอดเป็นซอฟต์แวร์พาเวอร์ตั้งแต่ระดับภูมิภาค ไปจนถึงระดับประเทศ **ชั้นที่ ๓** การนำอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์พาเวอร์สู่เวทีโลก ด้วยการทูต เชิงวัฒนธรรม หน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องนำซอฟต์แวร์พาเวอร์ของไทยเผยแพร่สู่ตลาดโลก ทั้งนี้ รัฐบาลจะขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย ใน ๓ ระยะ โดยเริ่มดำเนินการ (Kick Off) ตั้งแต่วันที่ ๓ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖ เป็นต้นไป

บทบาทของ Thailand Creative Content Agency (THACCA) รัฐบาลมีแนวคิดให้ THACCA เป็นสถาบันหลักระดับชาติที่จะเข้ามาดูแลและส่งเสริมนโยบายส่งเสริม Soft Power ในภาพรวม ซึ่งจะมีการพัฒนาระบบนิเวศ (Eco-system) ที่เกี่ยวข้องไปพร้อมกัน ดังนี้

(๑) ด้านศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยไทย จะมีการปรับปรุงกองทุนส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย ที่มีอยู่เดิมมาอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ THACCA และปรับปรุงระเบียบกองทุนเพื่อสนับสนุนศิลปะร่วมสมัยอย่างครอบคลุม รวมถึงสนับสนุนให้ศิลปินไปแสดงงานศิลปะและส่งไปเรียนต่อต่างประเทศ ปลดล็อคทุกความคิดสร้างสรรค์ได้อย่างเต็มที่ แก้กฏหมายและระเบียบเพื่อให้ศิลปินสามารถจดทะเบียนเป็นองค์กรไม่แสวงผลกำไรได้ง่ายขึ้น และให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีกับเอกชนที่สนับสนุนด้านศิลปะ แจกคู่มือท้องถื่นให้แก่เยาวชนเพื่อนำไปดูงานสร้างสรรค์ได้ทุกสาขา ส่งเสริมการเปิดพื้นที่วัฒนธรรม ๑ ตำบล ๑ ถิ่นสร้างสรรค์เพื่อให้ศิลปินสามารถแสดงผลงานได้อย่างเต็มที่ในทุกเขตทุกตำบลทั่วประเทศ

(๒) ด้านการออกแบบ เช่น สร้างศูนย์สร้างสรรค์และออกแบบ (TCDC) ครอบคลุมจังหวัด สร้างแล็บเพื่อพัฒนาการออกแบบและบ่มเพาะดีไซน์เนอร์รุ่นใหม่ ช่วยเอกชนในการส่งออกผลงานสินค้าออกแบบ และพาไปจัดแสดงงานที่ต่างประเทศ รวมถึงพานักออกแบบไทยไปจัดลิขสิทธิ์ที่ต่างประเทศ เป็นต้น

(๓) ด้านการท่องเที่ยว เช่น เร่งผลักดันการท่องเที่ยวศักยภาพสูง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) การท่องเที่ยวทางน้ำ (Cruises) และอุตสาหกรรมการจัดแสดงและประชุม หรือธุรกิจไมซ์ (MICE) เพื่อดึงนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมาเที่ยวในไทย รวมถึงผลักดันเทศกาลไทยให้ใหญ่ระดับโลก การจัดตั้ง “กองทุนเพื่อการท่องเที่ยวไทย” ให้ธุรกิจท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งทุนและประกันความเสี่ยงกรณีเกิดวิกฤตเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวแข็งแรง เพิ่มทักษะผ่านศูนย์บ่มเพาะของนโยบาย ๑ ครอบครัว ๑ ซอฟต์แวร์เวอร์ (OFOS) โดยไม่มีค่าใช้จ่าย

(๔) ด้านกีฬา เช่น ยกย่องมวยไทยไปมวยโลก ๑ กีฬา ๑ รัฐวิสาหกิจพลัส (OSOS) จับคู่รัฐวิสาหกิจที่มีกำไรและหน่วยงานรัฐ-เอกชนมาสนับสนุนสมาคมกีฬา ๑ กีฬา ๑ รัฐวิสาหกิจพลัส (OSOS) จับคู่รัฐวิสาหกิจที่มีกำไรและหน่วยงานรัฐ-เอกชนมาสนับสนุนสมาคมกีฬา เป็นต้น

(๕) ด้านอาหารไทย เช่น รื้อฟื้นนโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก ให้ทุนและเงินอุดหนุนเบี้ยต่ำแก่ธุรกิจอาหารและร้านอาหารไทยทั้งในและต่างประเทศ โดยสามารถใช้สินทรัพย์ของร้านมาประเมินวงเงินได้ ขยายพื้นที่ Street Food สร้างเครือข่ายระหว่างโรงเรียนสอนทำอาหารกับเกษตรกรในพื้นที่เพื่อให้มีวัตถุดิบที่ดี สดใหม่ และมีคุณภาพในการเรียนการสอนทำอาหาร เป็นต้น

(๖) ด้านภาพยนตร์ จัดตั้ง “กองทุนภาพยนตร์” เพิ่มโอกาสคนทำภาพยนตร์ โดยจะเป็นกองทุนเพื่อสนับสนุนผู้ผลิตหนังที่ครอบคลุมทั้งหนังอิสระและหนังกระแสหลัก เปิดโอกาสให้คนทำหนังเข้าถึงเงินทุน เช่น สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำได้ง่ายขึ้นโดยให้สามารถใช้สัญญาจ้างสร้างหนังเป็นหลักประกัน และเปิดช่องทางระดมทุนทางอื่นให้คนสร้างหนังสามารถระดมทุนในช่องทางที่หลากหลายได้ ยกเลิกมาตรการเซนเซอร์หนังอย่างเด็ดขาด ปลดปล่อยและคุ้มครองเสรีภาพทำหนังอย่างเต็มที่ผ่านการแก้กฎกระทรวง ทำได้ภายใน ๑๐๐ วัน ส่งเสริมทั้งภาพยนตร์ไทยและภาพยนตร์ท้องถิ่น ลงทุนสร้าง Virtual Studio และ Virtual Production Stage เพื่อให้ทุกจินตนาการสามารถถ่ายทอดออกมาได้จริง

(๗) ด้านหนังสือ/วรรณกรรม เช่น ลดภาษีมูลค่าเพิ่มกระดาษและภาษีอุปกรณ์ศิลปะต่าง ๆ เหลือ ๐% เพื่อลดต้นทุนในการพิมพ์หนังสือ เลิกแบนหนังสือ พัฒนาห้องสมุดและขยายห้องสมุด

ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ จัดตั้งกองทุนพัฒนาหนังสือ นักเขียน นักแปล สำนักพิมพ์ ร้านหนังสือ สามารถเข้าถึงทุนได้ง่ายขึ้นโดยไม่ถูกกีดกัน สนับสนุนทุนการแปลหนังสือไทยเป็นภาษาต่างประเทศ และส่งเสริมการส่งออกหนังสือไทยสู่สายตาคนทั่วโลก

(๘) **ด้านดนตรีและเทศกาลไทย** เช่น ลดต้นทุนแฝงของผู้ประกอบการ เปิดพื้นที่สาธารณะในการแสดงดนตรี และอนุญาตให้ใช้สถานที่ราชการเพื่อจัดแสดงดนตรีได้ในราคาไม่แพง เช่น ค่ายทหาร ศูนย์ราชการ และอื่น ๆ กองทุนรวม Soft Power จะเข้ามาสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจัดแสดงดนตรีและทัวร์คอนเสิร์ตในต่างประเทศ รวมถึงเปิดโอกาสให้นักดนตรีหรือผู้เริ่มประกอบกิจการเพลงสามารถเข้าถึงทุนได้ง่ายมากขึ้น

๒.๑.๗ แผนการดำเนินงานขับเคลื่อน Soft Power ด้วยมิติทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย (พ.ศ.๒๕๖๖-๒๕๗๐)

แผนการดำเนินงานขับเคลื่อน Soft Power ด้วยมิติทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย (พ.ศ.๒๕๖๖-๒๕๗๐) จัดทำขึ้นโดยกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อให้ประเทศไทยมีแผนแกนกลางขับเคลื่อน Soft Power สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดสามารถนำไปใช้ดำเนินงานตามภารกิจของตนเอง รวมทั้งใช้เป็นแนวทางหลักในการขับเคลื่อนและบูรณาการและเชื่อมโยงการทำงานร่วมกัน เพื่อสร้างแบรนด์ประเทศไทย วางรากฐานการขับเคลื่อน Soft Power ตลอดจนกำหนดเป้าหมายและจุดยืนในเวทีระหว่างประเทศของไทย และสร้างแบรนด์ประเทศไทย (Nation Branding) เพื่อวางรากฐานการขับเคลื่อน Soft Power ที่เชื่อมโยงและครอบคลุมองค์ประกอบอื่น ๆ อาทิ สื่ออุตสาหกรรมบันเทิงและคอนเทนต์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การเมืองระหว่างประเทศ การค้าและการลงทุน ให้มีเอกภาพภายใต้วิสัยทัศน์ร่วมของประเทศ

การขับเคลื่อนแผนนี้ดำเนินการภายใต้โมเดล “*Soft Power for All: THAIS*” หรือ ‘Soft Power เพื่อคนไทยและผู้คนทั้งมวล’ โดยใช้ “**มาลัย**” หรือมาลัยโมเดล เป็นสัญลักษณ์สื่อถึงการร้อยเรียงดอกไม้ที่ทำได้ในท้องถิ่นของไทยให้กลายเป็นสิ่งที่มีคุณค่าและมูลค่าสูง สำหรับมอบให้ผู้อื่นเพื่อแสดงความปรารถนาดี การต้อนรับขับสู้ ความเป็นมิตร และการแสดงความเคารพ โดยมีนัยถึงการใช้มรดกทางวัฒนธรรม ต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างคุณค่าทางสังคมให้กับประเทศไทยและประชาคมโลก เปรียบได้กับตัวมาลัยที่ประกอบด้วยการร้อยดอกไม้ ๓ ส่วนเรียงต่อกันเป็นวงกลม

ส่วนที่ ๑ เป็นการขับเคลื่อน Soft Power ด้วยทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ในประเทศไทย ได้แก่ วัฒนธรรมดั้งเดิม (T-Traditional Culture) และวัฒนธรรมร่วมสมัย (H-Hip Culture)

ส่วนที่ ๒ หมายถึง การต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่ม (A-Add Value)

ส่วนที่ ๓ หมายถึง การโน้มน้าวหรือชักจูงให้เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม (I-Influence) รวมเป็นคำว่า “THAI” ส่วนอุบะ ๓ เส้น หมายถึงผลประโยชน์ต่อประเทศไทย ๓ ด้าน (๓S) ที่มาจากการดำเนินงานขับเคลื่อนส่งเสริม Soft Power ประกอบด้วย เศรษฐกิจเติบโต (Scaling Economy) สังคมยั่งยืน (Sustainable Society) และเสริมสร้างภาพลักษณ์และจุดยืนของไทยในเวทีโลก (Strengthening Position)

ปัจจุบันแผนงานฯ ได้วางขอบข่ายของการขับเคลื่อนสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของไทย ๑๐ กลุ่ม (Cluster) หรือ ได้แก่ (๑) กลุ่มภาพยนตร์ ซีรีส์ โฆษณา เอนิเมชัน และเทศกาลภาพยนตร์ (๒) กลุ่มออกแบบ แฟชั่น และงานกราฟิก (๓) กลุ่มดนตรี เพลง และการจัดคอนเสิร์ต (๔) กลุ่มหนังสือ (๕) กลุ่มสุขภาพ สปาจากสมุนไพร-นวัตกรรม และเครื่องสำอาง (๖) กลุ่มอาคาร เครื่องดื่ม และร้านอาหาร (๗) กลุ่มกีฬา (๘) กลุ่มท่องเที่ยวและโรงแรม (๙) กลุ่มศิลปะร่วมสมัย ละครเวที และแกเลอรี่ และ (๑๐) กลุ่มซอฟต์แวร์และเกม

๒.๒ แนวคิดทฤษฎีที่ส่งเสริมภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนและภูมิพลังวัฒนธรรม

๒.๒.๑ แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรม

ภูมิพลังวัฒนธรรม หรือในภาษาอังกฤษใช้คำว่า Soft Power เป็นอำนาจที่ทำให้ผู้อื่นยินดีปฏิบัติตามความต้องการของเรา โดยไม่ต้องมีการบีบบังคับหรือมี ข้อแลกเปลี่ยน หรืออภัยหนึ่ง คือการทำให้ผู้อื่นพอใจในผลลัพธ์ที่เราต้องการ โดยใช้สิ่งดึงดูดใจเพื่อนำไปสู่การยอมรับ มากกว่าที่จะขู่หรือใช้กำลัง ซึ่งแตกต่างจากการใช้อำนาจแบบแข็ง (Hard Power) เช่น กำลังทางการทหารหรือการใช้กำลังบังคับ อย่างไรก็ตาม อำนาจทั้งสองแบบมีความเชื่อมโยงกัน โดยต่างก็เป็นความสามารถในการทำให้บรรลุเป้าประสงค์โดยการ ดำเนินการเพื่อให้เกิดผลต่อพฤติกรรมของผู้อื่น แต่ต่างกันที่ความเข้มข้นของพฤติกรรมและทรัพยากรที่ใช้ในการนั้น^๓ ในทางทฤษฎี ทรัพยากรหรือแหล่งที่มาของภูมิพลังวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ มี ๓ แหล่ง ได้แก่^๔

๑) วัฒนธรรม คือ ค่านิยมและแนวปฏิบัติที่ยึดถือในสังคม ซึ่งอาจแบ่งได้เป็น (ก) วัฒนธรรมชั้นสูง (high culture) อาทิ วรรณกรรม ศิลปะ การศึกษา และ (ข) วัฒนธรรมร่วมสมัย (popular culture) ซึ่งมุ่งเน้นความบันเทิงสำหรับมวลชน โดยการส่งผ่านวัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นผ่านการค้าขาย การติดต่อระหว่างบุคคล การเยี่ยมเยือน และการแลกเปลี่ยน ซึ่งหากประเทศใดมี วัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น ๆ ก็สามารถใช้เป็นทรัพยากร ส่งเสริม soft power ของประเทศนั้น ๆ ได้

๒) ค่านิยมและนโยบายทางการเมือง (ในประเทศ) โดยเฉพาะที่เป็นที่ ยอมรับจากนานาประเทศ เช่น การปกครองระบอบประชาธิปไตย หลักสิทธิมนุษยชน การสนับสนุน ความเท่าเทียม การเคารพในคุณค่าและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เป็นต้น

๓) นโยบายการต่างประเทศ โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความถูกต้อง ชอบธรรม มี วิสัยทัศน์และแสดงออกถึงค่านิยมสำคัญ เช่น เคารพในหลักสิทธิมนุษยชน มีเสรีภาพ ในการนับถือศาสนา การไม่แทรกแซงกิจการภายใน ซึ่งประเทศที่มีนโยบายการต่างประเทศที่ สนับสนุนค่านิยมร่วมที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางและคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตน เป็นต้น

^๓ Joseph S, Nye, Soft Power: The Means to Success in World Politics (New York: Public Affairs, ๒๐๐๔), pp.๕-๑๘. อ้างใน (อ้างใน รัชนี้ เอื้อไพโรจน์กิจ. (๒๕๖๕). การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ: กรณีศึกษา Indian Council for Cultural Relations (ICCR). รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่๑๔ ปี ๒๕๖๕ สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ.)

^๔ เรืองเดิม.

อย่างไรก็ตาม ทรัพยากรพลังอำนาจ (Power Resources) ที่ครอบครองเหล่านี้ ไม่สามารถสร้าง กิจกรรมหรือปฏิบัติการได้โดยปราศจากความช่วยเหลือจากเครื่องมือบางอย่าง^๕ อาจกล่าวได้ว่า ทรัพยากรพลังอำนาจไม่มีมาของตัวเอง จึงต้องใช้พาหนะหรือกิจกรรมบางอย่างขับเคลื่อนไป

นอกจากนี้ แนวคิดของเนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ยังได้กล่าวถึงแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ว่าควรมีความครอบคลุม “สามฐาน” สำคัญ ประกอบด้วย ๑) รากฐาน ได้แก่ ภาษาและภูมิปัญญา เป็นเครื่องมือในการสื่อความหมายและเป็นสิ่งที่หยั่งรากลึกมีความสำคัญต่อการหลอมรวมและธำรงรักษาสังคมให้เข้มแข็ง ๒) พื้นฐาน เป็นการนำรากฐานความรู้มาสู่การยกระดับสำหรับใช้ในวิถีชีวิตประจำวัน เช่น งานศิลปหัตถกรรม เครื่องมือทำมาหากินพื้นฐาน ผลงานวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นในแขนงต่าง ๆ และ ๓) ภูมิฐาน เป็นสิ่งที่ได้มีการพัฒนาและต่อยอดมาจากทั้งรากฐานและพื้นฐาน ภูมิฐานนี้หากได้มีการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพียงพอ สามารถนำไปใช้เป็นทรัพยากรภูมิพลังวัฒนธรรมได้ ดังนั้น ภูมิพลังวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งที่มียอดประกอบครอบคลุมทั้งสิ่งที่เป็นคุณค่าที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย เป็นสิ่งที่นำมาซึ่งความภาคภูมิใจของคนในสังคมคนในชาติและคนนานาชาติ และเป็นพลังแผ่นดิน ซึ่งมาจากการผสมระหว่างคำว่า “ภูมิ” (หมายถึง แผ่นดิน) “พลัง” และ “วัฒนธรรม” (หมายถึง ความเจริญงอกงามโดยธรรมชาติหรือโดยตัวเอง)^๖

Brand Finance องค์การระดับโลกที่ให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาแบรนด์ชาติ (Nation Brand) ก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ.๑๙๙๖ ได้อาศัยแนวคิดเดิมของ Joseph Nye มาพัฒนามาเป็นทฤษฎีร่วมสมัยในปัจจุบัน ได้ให้คำจำกัดความคำว่า ภูมิพลังวัฒนธรรม หรือซอฟต์เพาเวอร์ (Soft Power) เอาไว้ว่า หมายถึง ความสามารถของแต่ละประเทศในการสร้างความพึงพอใจและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้อื่น อันหมายรวมถึงตัวแสดงต่าง ๆ ในระดับนานาชาติ ไม่ว่าจะเป็นรัฐชาติ บริษัทห้างร้าน ชุมชน ผู้คน ฯลฯ ผ่านการชักจูง โน้มน้าว หรือดึงดูดใจ ไม่ใช่บังคับขู่เข็ญ อันทำให้ฝ่ายที่มีอำนาจเหนือกว่าสามารถได้รับสิ่งที่ตนต้องการจากฝ่ายที่มีอำนาจด้อยกว่าได้โดยง่าย เนื่องจากคล้อยตามผลประโยชน์ ค่านิยม อุดมคติ และบรรทัดฐานของฝ่ายที่เหนือกว่า

Brand Finance ยังได้มีการจัดอันดับภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ โดยมีการจัดทำตัวชี้วัดและให้คะแนน มีการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วยเสาหลัก ๘ เสา คือ ๑) ด้านธุรกิจและการค้า ๒) การเมืองการปกครอง ๓) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ๔) วัฒนธรรมและมรดก ๕) สื่อและการสื่อสาร ๖) การศึกษาและวิทยาศาสตร์ ๗) ผู้คนและค่านิยม และ ๘) อนาคตที่ยั่งยืน โดยแต่ละเสาหลักมีองค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้^๗

- | | |
|------------------------|---|
| ๑) ด้านธุรกิจและการค้า | <ul style="list-style-type: none"> - ความสะดวกในการทำธุรกิจ - เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ - สินค้าและผลิตภัณฑ์ - ศักยภาพในการเจริญเติบโต |
| ๒) การเมืองการปกครอง | <ul style="list-style-type: none"> - ผู้นำได้รับการยอมรับจากนานาชาติ |

^๕ กรมยุทธศึกษาทหารเรือ. (๒๕๕๕). SOFT POWER ตามแนวความคิดของ Joseph Nye. นาวิกานุสรณ์, ฉบับที่ ๘๔. หน้า ๓๓-๔๗.

^๖ นิยามโดย เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ความเห็นต่อที่ประชุมวุฒิสภาในวันอังคารที่ ๑๐ ตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

^๗ <https://brandirectory.com/softpower>

- เสถียรภาพทางการเมือง
- มาตรฐานทางจริยธรรม
- ความปลอดภัย
- กฎหมายและสิทธิมนุษยชน
- ๓) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
 - อิทธิพลทางการทูต
 - การช่วยเหลือประเทศอื่น ๆ
 - ความสัมพันธ์ที่ตึงเครียดระหว่างประเทศ
- ๔) วัฒนธรรมและมรดก
 - ศิลปะและบันเทิง
 - อาหารการกิน
 - สถานที่ท่องเที่ยว
 - มรดกล้ำค่า
 - วิถีชีวิต
 - ผู้นำด้านกีฬา
- ๕) สื่อและการสื่อสาร
 - ความง่ายต่อการติดต่อสื่อสาร
 - เรื่องราวที่ได้รับการติดตาม
 - สื่อที่มีอิทธิพล
 - สิ่งที่น่าเชื่อถือและไว้วางใจได้
- ๖) การศึกษาและวิทยาศาสตร์
 - ความเป็นผู้นำด้านวิทยาศาสตร์
 - ความเข้มแข็งของระบบการศึกษา
 - ความเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม
 - การลงทุนสำรวจอวกาศ
- ๗) ผู้คนและค่านิยม
 - ความใจกว้าง
 - ความสนุกสนาน
 - ความเป็นมิตร
 - ความซื่อสัตย์
 - ความอดทนอดกลั้นและไม่ทอดทิ้ง
- ๘) อนาคตที่ยั่งยืน
 - การพิทักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม
 - เมืองและการขนส่งที่ยั่งยืน
 - เทคโนโลยีและพลังงานสะอาด
 - ความพยายามลดภาวะโลกร้อน

๒.๒.๒ แนวคิดการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy)

การทูตเชิงวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการทูต โดยเป็นการนำวัฒนธรรม (culture) จากประเทศของตนไปเผยแพร่ต่อประเทศอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของประเทศตน มีการสันนิษฐานว่า การทูตวัฒนธรรมอาจ

เป็นไปได้ว่ามีการใช้มาตั้งแต่เมื่อมีการกำเนิดของศาสนาคริสต์และการเผยแพร่ในยุโรป ซึ่งชาวยุโรปเห็นว่า ตนมีวัฒนธรรมที่สูงส่งและควรเผยแพร่ไปยังประเทศอื่น ๆ ที่มีความเจริญน้อยกว่า การเผยแพร่วัฒนธรรมจึงเป็นการเผยแพร่ความเชื่อ แนวความคิด หรือวิถีการดำเนินชีวิตจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่ง เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจถึงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และชีวิต ความเป็นอยู่ ดังกล่าว

การทูตเชิงวัฒนธรรม เป็นการดาเนินนโยบายต่างประเทศโดยใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแนวความคิด ค่านิยม ความเชื่อ และวิถีชีวิต รวมไปถึงผ่านการสื่อสารทางวัฒนธรรม หรือ กิจกรรมทางการทูตอื่น ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม^๙ นักวิชาการยอมรับว่า มิติวัฒนธรรมมีความสำคัญเทียบเท่าการเมือง การทหาร และเศรษฐกิจ ที่มีส่วนชี้นำการพัฒนานโยบายด้านการต่างประเทศ แต่วัฒนธรรมจะมีผลต่อนโยบายด้านการต่างประเทศต่อเมื่อจำเป็นต้องใช้เวลาในการสั่งสมและซึมซับเพื่อให้เกิดการคล้อยตาม^{๑๐} ในทางปฏิบัติงานทูตวัฒนธรรม โดยทั่วไปเป็นภารกิจหรือกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งทูตวัฒนธรรมปฏิบัติอยู่ในต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะรวมถึงงานที่เกี่ยวกับการศึกษา ภาษา ศาสนา ศิลปะขนบธรรมเนียมประเพณี การประชาสัมพันธ์ การรวบรวมและแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม และการเป็นผู้แทนทางวัฒนธรรมของประเทศ ซึ่งมีทูตวัฒนธรรม คือ เจ้าหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายจากรัฐให้รับผิดชอบการดำเนินงานทูตวัฒนธรรมในต่างประเทศ อาจจะเป็นข้าราชการของรัฐหรือไม่ก็ได้และมีสถานภาพทางการทูตหรือไม่ก็ได้^{๑๑}

John Robert Kelley ระบุว่า แนวโน้มของนโยบายทางการทูตในอนาคตมีตัวกระทำ (agent) ที่มาจากตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ (non-state actors) มีบทบาทมากขึ้นในปฏิบัติการทางการทูตจะปรับเปลี่ยนจากการเน้นสถานะ (diplomacy of status) ไปสู่การเน้นขีดความสามารถสมรรถนะ (diplomacy of capabilities) ทักษะทางการทูตที่จำเป็นสำหรับนักการทูตจึงอยู่ที่ความสามารถในเสนอแนวคิดหรือลงมือแก้ไขปัญหาหรือประเด็นท้าทายในระดับโลกและภูมิภาคมากกว่าการตอบสนองเพียงผลประโยชน์เฉพาะของประเทศตนเท่านั้น มิเช่นนั้นตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐก็อาจเข้ามามีบทบาทแทนที่ได้ สมรรถนะของตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐที่ผู้เขียนนำเสนอได้แก่ การสร้างความพลิกผัน (disrupting) การเป็นผู้กำหนดวาระ (agenda setting) การเป็นผู้ขับเคลื่อนหรือระดมทรัพยากร (mobilizing) และการเป็นผู้รักษาประตู (gatekeeping) ที่แสดงบทบาทในการเชื่อมโยงผู้เล่นต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และเพิ่มหรือลดความสำคัญของวาระทางสังคมต่าง ๆ ได้^{๑๒}

^๙Yue Hu, “Institutional Difference and Cultural Difference: A Comparative Study of Canadian and Chinese Cultural Diplomacy,” *Journal of American-East Asian Relations*, Vol. ๒๐ (๒๐๑๓): ๒๕๘.

^{๑๐} Sheri Berman, “Ideas, Norms, and Culture in Political Analysis,” *Comparative Politics*, Vol. ๓๓ No. ๒ (January ๒๐๐๑): ๒๓๑-๒๕๐.; Ronald Inglehart, “The Renaissance of Political Culture,” *The American Political Science Review*, Vol. ๘๒ (December ๑๙๘๘) และ Ronald Inglehart and Christian Welzel, *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence* (Cambridge and New York: Cambridge University Press, ๒๐๐๕).

^{๑๑} ฉันทนา จันทร์บรรจง. (๒๕๔๒). *บทบาททูตวัฒนธรรมต่างประเทศในประเทศไทย และแนวทางการดำเนินงานทูตวัฒนธรรมไทยในต่างประเทศ*. กลุ่มงานวิจัยกรุงเทพมหานคร, กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.

^{๑๒} เสกสรรค์ อานนทศิริเกียรติ. “ตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐกับบทบาททางการทูตในโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลง” ออนไลน์ <https://isc.mfa.go.th>.

๒.๒.๓ แนวคิดการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)^{๑๒}

การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) เป็นเครื่องมือที่รัฐ สมาคมของรัฐต่าง ๆ องค์กรภายใต้รัฐ และตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐใช้เพื่อ สร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม ทัศนคติ และพฤติกรรม สร้างและบริหารความสัมพันธ์ สร้าง อิทธิพลต่อความเห็นและการปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อขยายผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐ^{๑๓} ตัวแสดงที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะไม่ได้จำกัดเพียงแค่หน่วยงานของรัฐเท่านั้น หากแต่ยังหมายรวมถึงตัวแสดงใหม่ ๆ ที่ สามารถสร้างความเข้าใจและส่งอิทธิพลต่อการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้ เช่น องค์กรภาคประชาสังคมระหว่างประเทศ กลุ่ม เครือข่าย และสมาคมที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อ พัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับประชาชน มีประเด็นใหม่ ๆ ที่รัฐต่าง ๆ ร่วมกัน กำหนดเป้าหมายการต่างประเทศที่มีมากกว่าแค่การตอบสนองผลประโยชน์แห่งชาติ เช่น การขับเคลื่อนวาระสันติภาพของโลก การลดอาวุธ เป็นต้น^{๑๔}

การทูตสาธารณะใหม่ยังเน้นบทบาทของสื่อใหม่ที่มาพร้อมกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น Twitter Facebook และที่สำคัญมีกรอบความคิด เรื่องการสื่อสารระหว่างกันที่เป็นแบบสองทางสมมาตร (Two-way Symmetrical Communication) ซึ่งมีใช้แค่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของรัฐเดียวฝ่ายเหมือนก่อน แต่หมายรวมผู้มีส่วนได้เสียทางยุทธศาสตร์ (Strategic Stakeholder) และประชาชนทั่วไปเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อร่วมกันกำหนด ทิศทางและขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของรัฐด้วย Cull เห็นว่า การทูตสาธารณะแตกต่าง จากการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ในหลายประเด็น เช่น การทูตสาธารณะเป็นการสื่อสารสองทาง แต่โฆษณาชวนเชื่ออาจไม่เป็นเช่นนั้น การทูตสาธารณะเน้นการฟังเพื่อเรียนรู้ แต่โฆษณาชวนเชื่อเน้นการฟังเพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมาย การทูตสาธารณะอยู่บนฐานของ ความจริงและยึดหลักจริยธรรม แต่โฆษณาชวนเชื่อเลือกสรรความจริงและอาจไม่คำนึงถึง หลักจริยธรรม และอื่น ๆ ^{๑๕}

แนวทางจำกัดขอบเขตการศึกษาว่า กิจกรรมระหว่างประเทศของตัวแสดง ที่ไม่ใช่รัฐจะเข้าข่ายเป็นการทูตสาธารณะได้หรือไม่ตัวแสดงนั้นจะต้องมีคุณสมบัติพื้นฐาน ๕ ประการ ดังนี้^{๑๖}

- (๑) ตัวแสดงนั้นต้องมีความเป็นสถาบัน (Institutionalized) ในระดับหนึ่ง มีการจัดตั้งอย่างเป็นทางการ มีค่านิยม บรรทัดฐานที่ยอมรับร่วมกันและปฏิบัติตามมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง
- (๒) ตัวแสดงนั้นต้องก่อตั้งและดำเนินการโดยมีเป้าหมายเพื่อการทูตสาธารณะอย่างชัดเจน

^{๑๒} เสกสรรค์ อาณันทศิริเกียรติ. (๒๕๖๕). ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้: บทเรียนและข้อเสนอแนะต่อไทย. (พิมพ์ครั้งที่ ๒) ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ. กรุงเทพฯ บริษัท พี. เพรส จำกัด.

^{๑๓} Bruce Gregory, "Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field," The Annals of the American Academy of Political and Social Science ๖๑๖, no. ๑ (๒๐๐๘): ๒๗๖.

^{๑๔} Jan Melissen, ed., The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations (New York: Palgrave MacMillan, ๒๐๐๕).

^{๑๕} Nicholas J. Cull, Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age (Cambridge: Polity Press, ๒๐๑๙),

๑๓

^{๑๖} Kadir Jun Ayhan, "The Boundaries of Public Diplomacy and Nonstate Actors: A Taxonomy of Perspectives," International Studies Perspectives ๒๐, no. ๑ (๒๐๑๙): ๗๕;

- (๓) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องมีเป้าหมายทางการเมืองและสอดคล้องกับเป้าหมายการต่างประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวาระการทูตสาธารณะของรัฐบาล หรือเป็นการส่งเสริมอิทธิพล ต่อการดำเนินนโยบายต่างประเทศต่อรัฐอื่น ๆ
- (๔) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องเน้นการสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติ หรือชุมชนระหว่างประเทศ
- (๕) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์สาธารณะมิใช่ประโยชน์ทางธุรกิจหรือประโยชน์ส่วนบุคคล

นอกจากนี้ การศึกษาการทูตสาธารณะส่วนใหญ่มักเชื่อมโยงกรอบการวิเคราะห์เข้ากับภูมิพลวัตวัฒนธรรม ในด้านหนึ่งกรอบความคิด Soft Power มีจุดรวมกับการทูตสาธารณะอยู่ที่เป้าหมายสูงสุดนั่นก็คือ “การสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรมและนโยบายของรัฐบาลประเทศอื่น ๆ ด้วยการสร้างทัศนคติและความนิยมของประเทศหนึ่ง ๆ ในหมู่พลเมืองต่างชาติ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง คือ การให้ความสำคัญกับความสามารถในการสร้างอิทธิพลเหนือผู้อื่น และได้ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ด้วย การสร้างความดึงดูดใจ (Attraction) และการจูงใจโน้มน้าว (Persuasion) มากกว่าการบังคับด้วยกำลัง (Coercion) หรือการชักจูงด้วยเงิน (Payment)^{๑๗}

๒.๒.๓ แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value-chain)

ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ซึ่งเป็นสิ่งสะท้อนความหมายทางสังคมและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้อง ขณะเดียวกันผู้บริโภคหรือผู้เสพวัฒนธรรมสามารถแสดงออกถึงอัตลักษณ์รสนิยม และความต้องการส่วนบุคคลและสังคมผ่านการซื้อและการใช้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมนั้นได้ หลายประเทศได้มีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อทำหน้าที่สนับสนุนและส่งเสริมทุนวัฒนธรรมไปสู่ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นภูมิพลวัตวัฒนธรรม บนฐานการพัฒนานวัตกรรมและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยเข้าไปกระตุ้นส่งเสริมอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ และวิสาหกิจในชุมชนมาตรการต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างหลากหลาย เช่น พัฒนาศักยภาพให้บริษัทที่มีความสามารถทางการตลาด การพัฒนาแบรนด์ช่างฝีมือหรือนักออกแบบ และการบูรณาการทำงานระหว่างภาคธุรกิจกับภาครัฐ

องค์กรยูเนสโกได้ส่งเสริมการนำแนวคิดแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value-chain) มาใช้เพื่อการพัฒนาทุนวัฒนธรรม โดยพัฒนากรอบกระบวนการเชื่อมต่ออย่างเป็นระบบซึ่งมีความครอบคลุมตั้งแต่การสร้างสรรค การผลิต และการเผยแพร่วัฒนธรรม ทำให้สามารถเห็นถึงความเชื่อมโยงของชุดกระบวนการที่มีความเกี่ยวข้องกัน ผู้กำหนดนโยบายสามารถนำห่วงโซ่คุณค่ากำหนดความต้องการของอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ นำเสนอนโยบายและมาตรการ สนับสนุนการออกแบบโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ และตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ โดยการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่ามี “กิจกรรมหลักพื้นฐาน (Primary activities)” ประกอบด้วย ๕ ขั้นตอน^{๑๘}

^{๑๗} Joseph S. Nye, “Soft power: the origins and political progress of a concept,” Palgrave Communications ๓, no. ๑๗๐๐๘ (๒๐๑๗), ๒, <https://www.nature.com/articles/palcomms๑๗๐๐๘๗.pdf>

^{๑๘} UNESCO. (n.d.). Introduction to the Value Chain. Capacity-Building Programme in Africa, online <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/Introduction%๒๐to%๒๐Value%๒๐Chain.pdf>.

(๑) การสร้างสรรค์ (Creation) เป็นการริเริ่มหรือการเขียนความคิดและเนื้อหา จากศิลปินหรือผู้ที่มีความสามารถในการสร้างสรรค์ศิลปะและวัฒนธรรม เช่น ประติมากร นักเขียน บริษัทออกแบบ งานฝีมือ และจิตรศิลป์ เป็นต้น

(๒) การผลิต (Production) รูปแบบทางวัฒนธรรมที่ทำซ้ำได้ ตลอดจนเครื่องมือพิเศษ โครงสร้างพื้นฐาน และกระบวนการที่ใช้ในการทำให้เกิดขึ้นจริง ในขั้นตอนนี้ ผู้ที่เกี่ยวข้องจะเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ และผู้ประกอบการระดับชุมชน

(๓) การเผยแพร่ (Dissemination) การนำผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่ผลิตโดยทั่วไปไปสู่ผู้บริโภคและผู้แสดงสินค้า เช่น การขายส่ง-ปลีก การให้เช่า และการจัดจำหน่าย ทั้งการจัดจำหน่ายหน้าร้านและการจำหน่ายแบบดิจิทัล สินค้าและบริการบางประเภทยังสามารถส่งตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคได้โดยตรง

(๔) นิทรรศการ/การรับชม/การสื่อสาร (Exhibition/Reception/Transmission) เป็นสถานที่บริโภคและการจัดเตรียมประสบการณ์ทางวัฒนธรรมแบบทั้งแบบสดและ/หรือแบบไม่มีสื่อกลาง แก่ผู้ชมโดยการอนุญาตหรือขายการเข้าถึงการบริโภค/มีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมตามเวลา (เช่น การจัดงานเทศกาลและการผลิต โรงละครโอเปร่า โรงละคร พิพิธภัณฑ์) และสภาพแวดล้อมที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งรวมถึงการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้จากรุ่นสู่รุ่น

(๕) การบริโภค/การมีส่วนร่วม (Consumption/Participation) กิจกรรมของผู้ชมและผู้เข้าร่วมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมและประสบการณ์ทางวัฒนธรรม (เช่น การอ่านหนังสือ การเดินร่ำ การเข้าร่วมงานรื่นเริง การฟังวิทยุ การเยี่ยมชมแกลเลอรี)

นอกจากมุมมองการขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานด้วยกิจกรรมหลักในข้างต้นแล้ว ในการพัฒนาอุตสาหกรรม ยังสามารถแบ่งกระบวนการขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทานออกได้เป็น ๓ กระบวนการ ได้แก่

(๑) กิจกรรมต้นน้ำ (Upstream activities) มักเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตในขั้นต้น หรือริเริ่มสร้างสรรค์ในระดับบุคคล หรือชุมชน

(๒) กิจกรรมกลางน้ำ (Midstream activities) เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ หรือชุมชน ให้มีความสามารถในการแข่งขัน สามารถเพิ่มคุณค่าและมูลค่า พร้อมตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

(๓) กิจกรรมปลายน้ำ (Downstream activities) เป็นกิจกรรมเพื่อการกระจายผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้พัฒนาหรือแปรรูปเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าในขั้นกลางน้ำ ไปยังผู้บริโภค ตลอดทั้งการบริการหลังการขายเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค หรืออาจกล่าวได้ว่า กิจกรรมปลายน้ำ เป็นกลไกการส่งมอบ (Delivery Mechanism) นั้นเอง

การขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่ายังจำเป็นต้องมีสิ่งที่เรียกว่า “กิจกรรมรอง (Secondary activities)” หรือกระบวนการทำหน้าที่หนุนเสริม ซึ่งอาจเรียกว่า “กระบวนการสนับสนุน (Distribution)” ซึ่งทำหน้าที่ในการสนับสนุนและเอื้ออำนวยกิจกรรมหลัก ประกอบด้วย^{๑๔}

^{๑๔} Katie Terrell Hanna. (๒๐๒๔). Value Chain. Online <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/value-chain>.

(๑) การจัดซื้อและจัดหาผู้แทนขาย (Procurement and purchasing) ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การค้นหาผู้จำหน่ายหรือผู้ขาย การรักษาความสัมพันธ์กับผู้จำหน่ายหรือผู้ขาย และการเจรจาต่อรองด้าน ราคาและกิจกรรมอื่น ๆ ที่จำเป็นเพื่อให้ได้มาซึ่งวัสดุและทรัพยากรที่ใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการ

(๒) การบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Management) ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจ้าง หรือจัดหาผู้ทำหน้าที่ขับเคลื่อนหรือปฏิบัติ การฝึกอบรม การสร้างและการรักษาวัฒนธรรมการทำงาน ตลอดจนการรักษาความสัมพันธ์เชิงบวกของบุคลากรที่เกี่ยวข้อง

(๓) การพัฒนาเทคโนโลยี (Technology development) ได้แก่ การวิจัยและพัฒนา การจัดการด้านไอที และความปลอดภัยทางไซเบอร์ และการทำงานในประเด็นอื่น ๆ ที่สร้างและดูแล รักษาการใช้เทคโนโลยี

(๔) การพัฒนาและเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure) ได้แก่ การพัฒนาระบบสนับสนุนทางการเงินหรือกองทุน (Funder) การพัฒนากฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง (Legal) การจัดทำงบประมาณ การเงิน และบัญชี การประชาสัมพันธ์ การคุ้มครองทรัพย์สิน ทางปัญญา และการประกันคุณภาพ

ข้อพึงพิจารณาที่สำคัญสำหรับการขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าในยุคปัจจุบัน คือ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและระบบอัตโนมัติ ความปลอดภัยของข้อมูล ความเป็นส่วนตัว การปรับแต่งให้ สอดรับกับกระแสหรือบริบท และการปรับเปลี่ยนเฉพาะบุคคลหรือเฉพาะกลุ่มมากขึ้น รวมทั้งกฎเกณฑ์ กติกาต่าง ๆ ในเวทีระหว่างประเทศ ความแตกต่างทางวัฒนธรรม การคำนึงถึงระบบนิเวศในการทำงาน ร่วมกันที่ต้องประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายภาคส่วนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งความโปร่งใส มาตรฐานด้านคุณธรรม จริยธรรม และความยั่งยืน

๒.๓ บทเรียนการดำเนินนโยบาย ยุทธศาสตร์ และการจัดตั้งสถาบันด้านการส่งเสริมภูมิพลัง วัฒนธรรม ของต่างประเทศ

๒.๓.๑ สหรัฐอเมริกา

วัฒนธรรมอเมริกา มีอิทธิพลและแทรกซึมเป็นส่วนหนึ่งของแทบทุกชนชาติมายาวนาน ความนิยมสื่อฮอลลีวูดอเมริกา วงดนตรีชื่อดัง ดนตรี อาหาร ภาพยนตร์ ภาษา ล้วนเป็นวัฒนธรรม สากลที่มีอิทธิพลทั่วโลก หากสำรวจเบื้องหลังความสำเร็จนี้ จะเห็นว่า ๒ องค์ประกอบสำคัญ คือ ๑) การ สร้างความนิยม และ ๒) ภูมิพลังวัฒนธรรม โดยเฉพาะสื่อบันเทิง จากการสนับสนุนและขยายฐาน อำนาจของวิทยุและสื่อโทรทัศน์ของอเมริกา ทำให้ภาพยนตร์อเมริกันกระจายสู่สายตาโลกอย่างต่อเนื่อง สร้างความนิยมโดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลผ่านสื่อ ซึ่งไม่เพียงสร้างการเติบโตให้กับวงการบันเทิง อเมริกันเท่านั้น แต่เปิดโอกาสให้ Soft Power พัฒนาไปอีกขั้น^{๒๐}

การสร้างอิทธิพลยังมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายไปยังเด็กและเยาวชนทั่วโลก ผ่าน อุตสาหกรรมบันเทิง เช่น Disney ซึ่งเป็นผู้สร้างจินตนาการจากการ์ตูน สู่ภาพยนตร์ จากภาพยนตร์สู่ theme park สวนสนุก Disney land และ Disney world และล่าสุด คือ Disney plus ซึ่งเป็น

^{๒๐} เขมทัตต์ พลเดช. (๒๕๖๖). Soft Power (อำนาจละมุน). ออนไลน์ <https://www.adteb.or.th/content/๓๑๑๘/soft-power-อำนาจละมุน-โดย-เขมทัตต์-พลเดช>.

streaming platform ที่รวม contents จำนวนมาก รวมทั้งมีการถ่ายทอด “ภาษา” อย่างแยบยลผ่านซีรีส์ เช่น ซีรีส์ Friends ซึ่งกลายเป็นซีรีส์ที่เยาวชนทั่วโลกต่างใช้เพื่อฝึกภาษาอังกฤษ และส่งผลต่อการเรียนรู้วัฒนธรรมอเมริกันโดยปริยาย สร้างแรงดึงดูดกระแสอเมริกันอย่างแนบเนียน ส่งผลถึงระดับจิตใต้สำนึกให้ผู้ชมต้องการมาเยือนเพื่อสัมผัสวิถีอเมริกันจริง ๆ สักครั้ง นอกจากนี้ ความบันเทิง ที่เน้นกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่เยาวชนจนถึงผู้สูงวัย

อีกกรณีหนึ่ง คือ Hollywood สร้างให้ American Pop Culture เป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก ทั้งในแง่ของเสรีภาพ ความเท่าเทียมและความเป็นประชาธิปไตย ผ่านการสอดแทรกทั้งแนวเพลง แฟชั่นวิถีชีวิต และแนวคิด ลงไปในภาพยนตร์ สมาคมภาพยนตร์แห่งอเมริกา (MPAA) เปิดเผยตัวเลขในช่วงก่อน COVID-๑๙ ว่า Hollywood ทำรายได้ให้กับรัฐ กว่า ๒.๐๖ หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ก่อให้เกิดการจ้างงานทางตรงกว่า ๗๐๐,๐๐๐ ตำแหน่ง และยังมีส่วนสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่นกว่า ๔๐๐,๐๐๐ แห่ง Hollywood Content ยังคงเป็นที่ต้องการของคนทั่วโลก ทำให้ Hollywood Content มีมูลค่าส่งออกกว่า ๑.๖๕ หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ^{๒๑}

นอกจากนี้ สหรัฐอเมริกา มีการดำเนินนโยบายและการวางแผนภาษา (Language Policy and Planning, LPP) ผ่านการแอบแฝงโดยอ้อม (covert and indirect) นโยบายของอเมริกา คือการให้การสนับสนุนและส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาอังกฤษแบบอเมริกันรวมไปกับการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีด้วย ๑) การสนับสนุนการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในบริบทของการศึกษาทั้งการแลกเปลี่ยนนักเรียน นักศึกษา เพื่อมาเรียนภาษา แลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น ๒) การผลักดันให้ภาษาอังกฤษเป็นหนึ่งในภาษาทางการในองค์กรระดับนานาชาติ ๓) การพัฒนาความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีร่วมไปกับการส่งเสริมการใช้และการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในนานาประเทศ และ ๔) การเผยแพร่วัฒนธรรมประชานิยม (pop culture) ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ ละคร เป็นต้น

๒.๓.๒ สหราชอาณาจักร

สหราชอาณาจักร ได้กำหนดเป้าหมายให้สหราชอาณาจักรเป็นมหาอำนาจทาง Soft Power (Super Power) โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์ สำคัญคือ “Global Britain” จากการศึกษาพบว่า สหราชอาณาจักรเป็นอันดับ ๑ ในการใช้ Soft Power เพื่อการสร้างชื่อเสียงและดึงดูด และเป็นอันดับ ๒ ในด้านการเป็นที่ยอมรับเชื่อถือของกลุ่มประเทศ G ๒๐ และเป็นประเทศที่มี Soft Power แข็งแกร่งในกลุ่มประเทศ Commonwealth รวมถึงประเทศในเอเชีย จุดแข็งของสหราชอาณาจักรใน Soft Power ได้แก่ ด้านวัฒนธรรมทั้งในด้านประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยว และกีฬา รวมถึงการศึกษาและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งทั่วโลกยังคงให้การยอมรับ ซึ่งสหราชอาณาจักรจะต้องมีนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนในการรักษาความเป็น ผู้นำในด้านเหล่านี้ไว้^{๒๒}

อีกด้านหนึ่งของอังกฤษที่เห็นได้ชัด คือ วัฒนธรรม ซึ่งพบว่า ศิลปินของอังกฤษผลิตอัลบั้มเพลงติดอันดับระหว่างประเทศมากกว่านักร้องของประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะวัฒนธรรมป๊อป และ

^{๒๑} <https://www.salika.co/๒๐๒๒/๑๒/๐๗/๖-success-case-soft-power-policy/>.

^{๒๒} สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน. (๒๕๖๖). รายงาน Soft Power สหราชอาณาจักร. รายงานข่าวประจำสัปดาห์ ๑๘ - ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๖ ออนไลน์ https://oldweb.ditp.go.th/contents_attach/๙๗๙๐๓๓/๙๗๙๐๓๓.pdf.

ในเรื่องการกีฬา มีการสร้างแบรนด์ทีมฟุตบอลและ นักฟุตบอล และลีกส์การแข่งขันให้เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก^{๒๓} กลยุทธ์ในการสร้าง Soft Power ยังให้ความสำคัญกับการสร้างสื่อภาพยนตร์ให้เป็นที่รู้จักและจดจำทั่วโลก เช่น เจมส์ บอนด์ และแฮรี่ พอตเตอร์ เป็นต้น กลไกสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่สหราชอาณาจักรใช้ในการนำเสนอข้อมูล ข่าวสาร และความเคลื่อนไหวของประเทศให้เป็นที่รับรู้ทั่วโลก คือ สำนักงาน BBC ซึ่งเป็นองค์การกระจายเสียงสาธารณะของสหราชอาณาจักร ที่ได้รับการยอมรับด้านความเป็นมืออาชีพ ประชาธิปไตย และเสรีภาพของสื่อและการแสดงออก รวมทั้งกฎหมายของอังกฤษที่ถูกนำไปเป็นแม่แบบการพัฒนากฎหมายของหลายประเทศทั่วโลก^{๒๔}

ด้านภาพลักษณ์ของประเทศ นอกจากการเป็นประเทศต้นแบบประชาธิปไตยที่มีเอกลักษณ์ของการปกครองในระบอบรัฐสภาที่มีพระมหากษัตริย์อยู่ภายใต้รัฐธรรมนูญแล้ว สิ่งที่น่าสนใจและได้รับการยอมรับอย่างมาก คือ จุดยืนต่อประเด็นนานาชาติ เช่น การให้ความสำคัญกับการพัฒนาเทคโนโลยี การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การศึกษาที่มีคุณภาพ การค้าเสรี และประเด็นสากลอื่น ๆ รัฐบาลและองค์กรของสหราชอาณาจักรมีเครือข่ายทางการทูตสากลที่ยอดเยี่ยมมาก เป็นผู้นำทั้งในสหประชาชาติ (United Nations) เครือจักรภพ (Commonwealth) และอื่น ๆ

นอกจากนี้ สหราชอาณาจักร ใช้นโยบายแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct) ในการดำเนินนโยบายและการวางแผนภาษาโดย ๑) การจัดตั้งศูนย์สอนภาษาอังกฤษ British Council ในต่างประเทศตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๓๔ เพื่อเผยแพร่ภาษาอังกฤษแบบสหราชอาณาจักร (British English) ในต่างประเทศ สร้างพื้นฐานความรู้และความเข้าใจที่เป็นมิตรของผู้คนในประเทศสหราชอาณาจักรในต่างประเทศ เข้าถึงปรัชญาและวิถีชีวิตของสหราชอาณาจักร ซึ่งจะนำไปสู่การเห็นอกเห็นใจต่อนโยบายต่างประเทศของอังกฤษ

ศูนย์สอนภาษาอังกฤษ British Council มีพันธกิจหลักคือ (ก) สนับสนุนให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาของการวิจัยและเทคโนโลยีเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับเจ้าของภาษา (ข) เพิ่มจำนวนผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ และเพิ่มทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียน (ค) มุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการเรียนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ เป็นการเรียนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาที่สอง โดยเฉพาะในประเทศที่มีการพูดภาษาอังกฤษ รวมไปถึงภาษาประจำชาติหรือภาษาพื้นถิ่น ทั้งนี้ ภาษาอังกฤษแบบสหราชอาณาจักร (British English) ได้รับการยอมรับจาก British Academy ว่าเป็นทรัพยากรหลักในการสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม (soft power asset) ที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของ Brand Britain ในปัจจุบัน กลยุทธ์ Soft power

สหราชอาณาจักร ยังพัฒนาภาษาอังกฤษแบบสหราชอาณาจักร (British English) ให้เป็นมาตรฐานและมีเกณฑ์ในการวัดระดับในระดับนานาชาติ การส่งเสริมและสนับสนุนให้นักเรียนและนักศึกษาต่างชาติมาเรียนภาษาอังกฤษแบบสหราชอาณาจักรในประเทศ และการสนับสนุนให้นักศึกษาต่างชาติมาศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในประเทศสหราชอาณาจักร ที่เอื้อให้เกิดประโยชน์กับสหราชอาณาจักรใน ๒ ประเด็นคือ นักศึกษาต่างชาติเกิดความผูกพันที่ยาวนานกับประเทศสหราชอาณาจักร

^{๒๓} VOA Thai. (๒๐๑๕). อิทธิพลของอังกฤษยังครอบคลุมทั่วโลกแม้จะไม่มีจักรภพปกครอง. ออนไลน์ <https://www.voathai.com/a/britain-soft-power-nm/๒๘๖๒๑๙๐.html>.

^{๒๔} สังเคราะห์จากบทสัมภาษณ์ใน Soft superpower H.E. Mark Gooding, the British Ambassador to Thailand, and Ms. Helga Stellmacher, Country Director of the British Council in Thailand narrated the story of British soft power. (ภัทริยา พัวพงศกร เรียบเรียง) ออนไลน์ <https://readthecloud.co/soft-power-uk/>.

และนักศึกษาที่จบการศึกษานำแนวคิด และแนวทางแบบสหราชอาณาจักรไปเผยแพร่ หรือใช้ใน ประเทศต้นกำเนิดของตนทำให้สหราชอาณาจักรสามารถสร้างตลาดทางธุรกิจใหม่ ๆ ได้ ตัวอย่าง นโยบายและการวางแผนภาษาในระดับนานาชาติของประเทศสหราชอาณาจักรได้แสดงหลักฐานที่ ชัดเจนของความผูกพันอันแน่นแฟ้นระหว่าง การส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาและการเพิ่มความน่าดึงดูดและ ความเข้าใจในฐานะพื้นฐานของ "การเห็นคุณค่าด้วยความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ" ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญ ของภูมิพลัวัฒนธรรม

๒.๓.๓ เยอรมัน

เยอรมันเป็นประเทศที่มีความน่าสนใจเนื่องจากภาษาเยอรมันมีสถานภาพเป็นภาษา ท้องถิ่น ประเทศเยอรมันมีนโยบายส่งเสริม ภาษา ศิลปะ และวรรณกรรมในระดับนานาชาติในบริบท ของการศึกษา วัฒนธรรมสร้างสรรค์ นโยบายและการวางแผนภาษาและวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ เป็นแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct) โดยมีการจัดตั้งสถาบัน เกอเธ่ ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๕๒ สถาบันเกอเธ่ทำหน้าที่เป็นทั้งศูนย์สอนภาษา ศูนย์สอบ และศูนย์เผยแพร่วัฒนธรรม สถาบันเกอเธ่ ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลเยอรมัน ผ่านกระทรวงต่างประเทศ และมีการจัดสรร งบประมาณส่วนหนึ่ง เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนภาษาเยอรมันในโรงเรียนท้องถิ่นในประเทศต่าง ๆ และการจัดตั้งสถาบันเกอเธ่ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก นอกจากนี้ นโยบายและการวางแผนภาษาใน ระดับต่างประเทศของเยอรมันยังมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการย้ายถิ่นฐานของ ผู้บริหารระดับสูง (top executives) เพื่อให้ เยอรมันเป็นผู้นำด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์และวิจัยในระดับโลก การลงทุนเพื่อ ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาเยอรมันในต่างประเทศเป็นแนวทางในการสร้างแรงดึงดูดทางวัฒนธรรม (cultural attractiveness) เพื่อเสริมภูมิพลัวัฒนธรรมของประเทศ

ผลสำรวจทัศนคติของนักศึกษานานาชาติ แสดงให้เห็นว่า นักศึกษานานาชาติมอง ประเทศเยอรมันว่าเป็นประเทศที่มีมหาวิทยาลัยที่มีความน่าสนใจ มีมาตรฐานระดับโลกทั้งในมิติ การศึกษาและวิจัย มีเศรษฐกิจที่ดี เป็นผู้นำด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นประเทศที่มีนักคิด และ ศิลปิน และวรรณกรรมที่โดดเด่น (DAAD et al., ๒๐๒๑) นอกจากสถาบันเกอเธ่ ประเทศเยอรมันยังมี สถาบันแลกเปลี่ยนทางวิชาการ Deutscher Akademischer Austauschdienst German Academic Exchange Service (DAAD) Zentrale für Auslandsschulwesen The Central Agency for German Schools Abroad (ZFA), Pädagogischer Austauschdienst German foreign exchange service (PAD) ที่เป็นองค์กรรัฐบาลที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ การศึกษาในต่างประเทศ และ บริการแลกเปลี่ยนการสอนในต่างประเทศอีกด้วย

๒.๓.๔ ญี่ปุ่น

วิธีการที่ญี่ปุ่นให้สร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ใหม่หลังสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ ๒ คือ การเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ(UNESCO) ในการประชุมสมัยสามัญครั้งที่ ๖ ของ UNESCO ใน ค.ศ. ๑๙๕๑ ซึ่งมีวาระสำคัญคือ การรับรองสมาชิก ภาพของญี่ปุ่นใน UNESCO หลักการสำคัญ คือ “จิตวิญญาณของ UNESCO คือหลักการที่ขึ้นญี่ปุ่น ซึ่ง กลายมาเป็นวิถีที่ญี่ปุ่นสร้างตนเองขึ้นใหม่ในฐานะรัฐที่เป็นประชาธิปไตยและรักสันติภาพ” “ขยาย คุณค่าและผลประโยชน์แห่งรัฐ” ผ่านการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่ไม่ใช่ญี่ปุ่นในช่วงสงคราม อีกด้านหนึ่ง

เป็นมุมมองอุดมคตินิยม (Idealism) ที่ต้องการวางญี่ปุ่นให้อยู่ในสถานะที่สามารถต่อรองระหว่างประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้วกับประเทศเอเชียที่กำลังพัฒนาซึ่งเป็นสถานะดั้งเดิมของญี่ปุ่นในช่วงที่รุ่งเรืองก่อนจะกลายเป็นผู้แพ้สงครามโลก^{๒๕}

UNESCO ร่วมกับสถาบันภาพยนตร์แห่งอังกฤษ (British Film Institute:BFI) เผยแพร่แค็ตตาล็อกภาพยนตร์ชุด Orient: A Survey of Films Produced in Countries of Arab and Asian Culture โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพยนตร์ที่ช่วยให้ “ความคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวตะวันออกที่มีรายละเอียดมากขึ้นและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น” แค็ตตาล็อกส่วนแรกเป็นภาพยนตร์สำหรับฉายในเทศกาลภาพยนตร์ต่าง ๆ จำนวน ๑๓๙ เรื่อง มีภาพยนตร์ญี่ปุ่นจำนวน ๓๗ เรื่อง ในจำนวนนี้ ๓๖ เรื่องถ่ายทำในทศวรรษ ๑๙๕๐ ซึ่งเป็น “ยุคทอง” ที่ญี่ปุ่นคือผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ ที่สุด และเริ่มเปิดตลาดสู่ภูมิภาคยุโรป มีการคาดการณ์ว่า ญี่ปุ่นสามารถผลิตภาพยนตร์ได้ เฉลี่ยปีละ ๕๐๐ เรื่องในช่วงกลางทศวรรษ ๑๙๕๐ ซึ่งเป็นช่วงที่สหรัฐอเมริกายึดครอง ญี่ปุ่น ผลิตภาพยนตร์เผยแพร่ทั่วโลกใน ค.ศ. ๑๙๕๕ ถึง ๒,๘๐๐ เรื่อง^{๒๖}

นอกจากการเผยแพร่ภาพยนตร์ที่แสดงความเป็นจริงของญี่ปุ่นแล้ว ภาครัฐบาลยังมิบทบาทสำคัญในการขยายผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐญี่ปุ่นในช่วงเวลาดังกล่าวด้วยใน ค.ศ. ๑๙๕๑ จอห์น ดี ร็อกเฟลเลอร์ (John D. Rockefeller) บริจาคเงินให้ญี่ปุ่นเพื่อก่อตั้ง International House of Japan (IHJ/公益財団法人国際文化会館) ในเดือนสิงหาคม ค.ศ. ๑๙๕๒ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมและองค์ความรู้ระหว่างญี่ปุ่นกับสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นแนวทางหลักในการดำเนินนโยบายต่างประเทศของญี่ปุ่นโดยให้สหรัฐอเมริกาเป็นหลักประกันความมั่นคงและช่วยเหลือญี่ปุ่นในทางเศรษฐกิจตามหลักนิยามโยะชิเดะซึ่งปรากฏอยู่ในรัฐธรรมนูญ และสนธิสัญญาความมั่นคงสหรัฐอเมริกา-ญี่ปุ่น ทั้งนี้ นายกรัฐมนตรีโยะชิเดะสนับสนุน IHJ อย่างแข็งขันด้วยการจัดกิจกรรมระดมทุนขนาดใหญ่ที่บ้านพักของนายกรัฐมนตรีใน เดือนพฤศจิกายนปีเดียวกัน โดยมีผู้แทนภาคธุรกิจจำนวน ๒๐๐ คนและปัญญาชนญี่ปุ่น จำนวน ๑๐๐ คนเข้าร่วม มีประชาชนประมาณ ๑,๐๐๐ คน และบริษัทห้างร้านอีกประมาณ ๕,๐๐๐ บริษัทร่วมบริจาคเงินสมทบการดำเนินงานของ IHJ เป็นเงินจำนวน ๑ ล้านเยนรวม กับเงินบริจาคของร็อกเฟลเลอร์เป็นจำนวนทั้งสิ้น ๔ ล้านเยนไว้สำหรับดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจนถึงปีงบประมาณ ค.ศ. ๑๙๕๗

สหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่นทั้งสองประเทศได้จัดการประชุมแลกเปลี่ยนการศึกษาและวัฒนธรรม (United States-Japan Conference on Cultural and Educational Interchange: CULCON/日米文化教育交流会議) ใน ค.ศ. ๑๙๖๒ เพื่อ “ยกระดับและสร้างความเข้ม แข็งให้รากฐานทางการศึกษาและวัฒนธรรมของความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ และ เสริมสร้างภาวะผู้นำที่เข้มแข็งระหว่างสองประเทศในประเด็นดังกล่าว” การประชุมนี้ เป็นพื้นฐานสำหรับการใช้การทูตสาธารณะเพื่อกระชับความสัมพันธ์กับประเทศอื่น ๆ ในเวลาต่อมา

นอกจากองค์การการทูตสาธารณะที่ไม่ใช่รัฐอย่าง IHJ แล้ว อีกหนึ่งหน่วยงานเอกชนที่มีบทบาทมากในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและวิชาการคือ ศูนย์การแลกเปลี่ยนระหว่าง

^{๒๕} Miia Huttunen, “De-demonising Japan? Transitioning from war to peace through Japan’s cinematic post-war cultural diplomacy in UNESCO’s Orient project ๑๙๕๗-๑๙๕๙,” International Journal of Cultural Policy ๒๓, no. ๖ (๒๐๑๗): ๗๕๓-๗๕๔.

^{๒๖} Ibid, ๗๕๔.

ประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan Center for International Exchange: JCIE/日本国際交流センター) ก่อตั้งขึ้นใน ค.ศ. ๑๙๗๐ ภารกิจหลักของ JCIE มี ๒ ประการ ได้แก่ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาสังคมและการสร้างประโยชน์ ในระดับประเทศและระดับโลก และจัดตั้ง สร้างความเข้มแข็ง ขยายเครือข่ายความร่วมมือ และการแลกเปลี่ยนกับสังคมระหว่างประเทศด้วยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ

ในช่วงทศวรรษที่ ๑๙๗๐ วงการการทูตญี่ปุ่นได้ปรับภาพลักษณ์และการสื่อสารกับสังคม ภายนอก และหันมาสนใจเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง ยุโรป และประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น ใน ช่วงเวลาดังกล่าว มีการก่อตั้งมูลนิธิญี่ปุ่น (Japan Foundation: JF/国際交流基金) ขึ้นใน ปี ค.ศ. ๑๙๗๒ โดยมีวัตถุประสงค์ ๓ ประการ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนกับประชาชน การ ส่งเสริมญี่ปุ่นศึกษา และกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมหลากหลาย หลายรูปแบบ๔๔ ส่วนโครงการ แลกเปลี่ยนเยาวชนที่โดดเด่นมากของญี่ปุ่นในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ โครงการเรือเยาวชนเอเชียอาคเนย์ (Ship for Southeast Asian and Japanese Youth Program: SSEAYP/東南アジア青年の船)^{๒๗}

นอกจากนี้ ในกรณีบางประเทศ ญี่ปุ่นมียุทธศาสตร์เฉพาะ เช่น กรณีที่มุ่งเป้าหมายไปที่ พลเมืองต่างชาติ ในเดือนมกราคม ค.ศ. ๑๙๗๙ ญี่ปุ่นส่งการแสดงละครkabuki (Kabuki/歌舞伎) ไปจีน โดยรัฐบาลจีนส่งการแสดงอุปรากรปักกิ่งไปเยือนเป็นการตอบแทน ในปี ค.ศ. ๑๙๘๒ รัฐบาล ญี่ปุ่นสนับสนุนการอบรมภาษาญี่ปุ่น ในหมู่ครูชาวจีนผ่านการมอบความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา (ODA) และ JF ริเริ่มโครงการ รับนักศึกษาจีนมาศึกษาต่อในญี่ปุ่นและเปิดศูนย์ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในกรุงปักกิ่ง ซึ่งพัฒนาเป็น ศูนย์วิจัยญี่ปุ่นศึกษาใน ค.ศ. ๑๙๘๕ เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นและระดับ บัณฑิตศึกษา การสร้างความสัมพันธ์เมืองคูมิตร์ในระดับท้องถิ่นระหว่างสองประเทศ และ กระแสความ นิยมจีนที่เรียกว่า Silk Road Boom (シルクロードブーム) ในญี่ปุ่น และ ความนิยมละครและซีรีส์ ญี่ปุ่น เช่น สงครามชีวิตโอชิน ยูโดสายดำ (Jūdō Icchokusen/柔道 一直線) ละครซีรีส์เรื่องสีชาด (Akai/赤い) ในจีน^{๒๘}

กระทรวงการต่างประเทศตั้งสำนักการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Department /広報文化交流部) เป็นครั้งแรกในเดือนสิงหาคม ค.ศ. ๒๐๐๔ ชื่อตามตัวอักษร ภาษาญี่ปุ่น ของสำนักดังกล่าวนั้นแปลว่า “ส่วนงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและข่าวสาร” มีหน้าที่ นำ ข้อตกลงระหว่างประเทศว่าด้วยการส่งเสริมวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ร่วมมือกับองค์การ วัฒนธรรมระหว่าง ประเทศ เผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ ส่งเสริมการ แลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับ ประเทศต่าง ๆ และกำกับดูแล JF ให้เน้นการจัดทำยุทธศาสตร์ และการวางแผนนโยบายในระยะยาว โดยให้อิสระแก่ JF ในการดำเนินงานพอสมควร ในปีเดียวกันนายกรัฐมนตรีโคะอิสุมิจัดการประชุมโต๊ะ กลมเพื่อปรึกษาหารือแนวทาง ส่งเสริมการทูตวัฒนธรรมมีแนวคิดสำคัญคือ “ความเข้าใจญี่ปุ่นของ ประชาชนในต่างประเทศเป็นปัจจัย สำคัญที่สุดที่ประเทศนั้นกำหนดนโยบายและการปฏิบัติต่อญี่ปุ่น” โดยเน้น “การบ่มเพาะ เมล็ดพันธุ์ที่ทำให้ความเข้าใจญี่ปุ่นลึกซึ้งมากขึ้นในหมู่คนรุ่นต่อไป” คณะกรรมการดังกล่าว ยังมีข้อเสนอเชิงนโยบายอีกว่า “ญี่ปุ่นควรเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการสร้าง “คน รุ่นแอนิเมชัน ญี่ปุ่น (Japanese Animation Generation)” ที่มีอยู่ทั่วโลก ใช้ความสนใจภาษาญี่ปุ่น

^{๒๗} Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” ๘๖

^{๒๘} Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” ๘๗.

และ วัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นโอกาสขยายความสนใจวัฒนธรรมญี่ปุ่นด้านอื่น ๆ ต่อไป” นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังให้ความสำคัญแก่ Soft Power และการเสริมสร้างบทบาทของชาวญี่ปุ่นในสังคม ระหว่างประเทศอย่างแข็งขันดังที่ปรากฏใน Diplomatic Bluebook ค.ศ. ๒๐๐๕ ด้วย^{๒๙}

โครงการการทูตสาธารณะที่มีชื่อเสียงมากในรัฐบาลโคเออิสุมิและยังคงดำเนินอยู่จนถึงปัจจุบันโครงการหนึ่ง ได้แก่ การสร้างแบรนด์แห่งชาติ “ญี่ปุ่นเท่ (Cool Japan/クールジャパン)” ซึ่งพัฒนามาจากข้อเสนอของ McGray ที่เห็นว่า ญี่ปุ่นมีอิทธิพลทางวัฒนธรรมและทรัพยากร Soft Power เช่น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่อาจเรียกได้ว่าเป็น “ความเข้มงวดรวมประชาชาติ (Japan’s Gross National Cool: GNC)”^{๓๐} ทรัพยากรเหล่านี้สามารถนำมาแปรเป็นความนิยมญี่ปุ่นในหมู่ชาวต่างชาติเพื่อฟื้นฟูและรักษาสถานะของญี่ปุ่นในโลกหลังสงครามเย็นสิ้นสุดได้

รัฐบาลญี่ปุ่นตอบรับข้อเสนอดังกล่าวอย่างดี ใน ค.ศ. ๒๐๐๓ สำนักนายกรัฐมนตรีมีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจว่าด้วยเนื้อหาสาระทาง วัฒนธรรมหรือแบรนด์แห่งชาติ (Task Force on Contents or Japan Brand/コンテンツ 専門業務 หรือ 日本ブランド専門業務) เพื่อพิจารณาแนวทางการบริหารเนื้อหาสาระในสื่อ ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเพลง ภาพยนตร์ เกม ซอฟต์แวร์ หรือ แอนิเมชัน ในปีต่อมา มีการตั้งคณะทำงานย่อยว่าด้วยแบรนด์ประเทศญี่ปุ่น (Japan Brand Working Group: JWBG/日本ブランドワーキンググループ) เพื่ออภิปรายแนวทางการสร้างแบรนด์แห่งชาติในเชิงลึก JWBG จัดทำรายงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมแบรนด์แห่งชาติญี่ปุ่นเผยแพร่ในเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. ๒๐๐๕ ระบุว่า เนื้อหาสาระสำคัญ ๓ ประการของการทูตวัฒนธรรมของญี่ปุ่นประกอบด้วย วัฒนธรรมอาหาร แฟชั่น และแบรนด์ท้องถิ่น

ในกระแสศตวรรษที่ ๒๑ ญี่ปุ่นแสดงออกซึ่งจุดยืนและภาพลักษณ์ “สันตินิยมแบบญี่ปุ่น (Japanese Pacifism)” ไม่มุ่งให้อำนาจทางทหาร ญี่ปุ่นไม่ใช่ประเทศตะวันตก แต่ก็ไม่ได้ เท่าเทียมเสมอเหมือนกับชาวเอเชียอื่น ๆ (อยู่ในสภาพที่เหนือกว่า) ๆ นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวเป็นความพยายามของรัฐบาลในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยได้แรงบันดาลใจมาจากโครงการ “บริเทนเท่ (Cool Britannia)” ของนายกรัฐมนตรีโทนี แบลร์ (Tony Blair) แห่ง อังกฤษ โคเออิสุมิแต่งตั้งทะกะชิมะ ฮะทซุฮิซะ (Takashima Hatsuhsa) ผู้มีความเชื่อว่า การทูตสาธารณะ (รวมถึงการทูตวัฒนธรรม) คือ เครื่องมือการสร้างความนิยมและ การสนับสนุนของชาวต่างชาติในนโยบายการทูตของประเทศ เป็น โฆษกกระทรวงการ ต่างประเทศเพื่อช่วยเหลือในการสื่อสารยุทธศาสตร์และความจำเป็นเบื้องหลังโครงการดังกล่าว^{๓๑}

บทเรียนที่น่าสนใจในช่วงการดำเนินนโยบายสร้างภาพลักษณ์ประเทศญี่ปุ่นสมัยนายกรัฐมนตรีโคเออิสุมิ ในการส่งสื่อทางวัฒนธรรมออกนอกประเทศและสร้างแบรนด์แห่งชาติ รัฐบาลดำเนินโครงการญี่ปุ่นเท่อย่างจริงจังมากเนื่องจากต้องการใช้สื่อในการขยาย ผลประโยชน์และคุณค่าของ รัฐญี่ปุ่นด้วยการตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานต่าง ๆ โดยมีกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และ อุตสาหกรรม (Ministry of Economy, Trade, and Industry: METI/経済産業省) รับเป็นเจ้าภาพหรือ เลขาธิการ อาทิ

^{๒๙} Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” ๒๘๑; Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” ๙๒.

^{๓๐} Taku Tamaki, “Repackaging national identity: Cool Japan and the resilience of Japanese identity narratives,” Asian Journal of Political Science ๒๗, no. ๑ (๒๐๑๙): ๑๑๓-๑๑๔.

- สำนักยุทธศาสตร์ทรัพยากรสารสนเทศทางปัญญา (ค.ศ. ๒๐๐๒)
- คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ค.ศ. ๒๐๐๓)
- คณะกรรมการซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสารข้อมูล (ค.ศ. ๒๐๐๓)
- ความริเริ่ม เพื่อการสร้างแบรนด์ญี่ปุ่น (ค.ศ. ๒๐๐๓)
- คณะกรรมการวิจัยสร้างสรรค์ธุรกิจที่ใช้เนื้อหา สาระทางวัฒนธรรม (ค.ศ. ๒๐๐๕)
- คณะทำงานส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ (ค.ศ. ๒๐๐๖)

สมัณายกรัฐมนตรีชิโอะเบะ ชินโซ การดำเนินกิจกรรมการทูตสาธารณะตามนโยบายของรัฐบาลมี JF ยังเป็นหน่วยงานสำคัญในการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะในกำกับของกระทรวง การต่างประเทศ JF มีพันธกิจในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรม การส่งเสริม การเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นและญี่ปุ่นศึกษาในต่างประเทศ และการแลกเปลี่ยน นักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิ โครงการ JET เป็นโครงการแลกเปลี่ยนขนาดใหญ่ที่ดำเนินมาอย่าง ต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

สถานะปัจจุบันญี่ปุ่น จัดอยู่ในอันดับที่ ๔ ในดัชนีการสำรวจศักยภาพด้านภูมิพลังวัฒนธรรมประจำปี ค.ศ. ๒๐๒๓ ประเทศญี่ปุ่นมีนโยบายและการวางแผนภาษาและวัฒนธรรมแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct) โดยมีสถาบัน Japan Foundation ที่เน้นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมญี่ปุ่นกับนานาชาติ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างสรรค์โอกาสในการพุ่มพกรักษามิตรภาพ ความไว้วางใจ และความเข้าใจซึ่งกันและกันผ่านภาษาและวัฒนธรรม เพื่อปลูกฝังมิตรภาพและความผูกพันระหว่างประเทศญี่ปุ่นและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก นอกจากนี้ประเทศญี่ปุ่นยังใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่มีภาษาเป็นกุญแจหลักในการสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สนับสนุนโดยรัฐบาลญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็น เทศกาล กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการทางวัฒนธรรม นิทรรศการ และการแสดงที่นำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม เช่น พิธีชงชา การจัดดอกไม้ พู่กันญี่ปุ่น ศิลปะการแสดงคาบูกิ ที่มักจะมีภาษาญี่ปุ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญ โครงการที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายคือ โครงการริเริ่ม "Cool Japan" ของญี่ปุ่นที่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่น รวมถึงอะนิเมะ มังงะ เพลงเจป๊อป และวิดีโอเกม ซึ่งมักใช้ภาษาญี่ปุ่น การส่งออกทางวัฒนธรรมเหล่านี้มีฐานคนติดตามทั่วโลกและมีส่วนสนับสนุนภูมิพลังวัฒนธรรมของญี่ปุ่นโดยการสร้างความสนใจในภาษาและวัฒนธรรมของญี่ปุ่นเป็นกลยุทธ์หลัก นอกจากนี้ บริษัทกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งญี่ปุ่น (NHK) มีการผลิตและนำเสนอข่าวสารต่างประเทศ และรายการวัฒนธรรมในหลายภาษา การออกอากาศเหล่านี้ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของญี่ปุ่นและช่วยเผยแพร่ภาษาญี่ปุ่นไปด้วย ในมิติของการศึกษาญี่ปุ่นสนับสนุนการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการเรียนภาษาญี่ปุ่นของนักเรียน นักศึกษาต่างชาติทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในมิติภาษา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสังคมของญี่ปุ่น ซึ่งล้วนมีส่วนทำให้เกิดภูมิพลังวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งของประเทศญี่ปุ่น

๒.๓.๕ จีน

จีนมีทรัพยากร Soft Power ที่เข้มแข็ง คือ วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ รวมทั้งชาวจีนโพ้นทะเล ตัวแทนของชาวจีนโพ้นทะเลมีการสืบสานและทำหน้าที่ส่งออกวัฒนธรรมโดยธรรมชาติไปยังประเทศอื่น ๆ สู่การรับรู้ของพลเมืองท้องถิ่นในประเทศนั้น ๆ มรดกวัฒนธรรมที่โดดเด่น คือ ภาษาจีน

การแสดงอุปการ (งั่ว) แพทย์จีน ปรัชญา วรรณกรรม และอาหาร แต่วัฒนธรรมร่วมสมัยยังไม่เป็นที่นิยมในระดับสากลมากนัก^{๓๑} นอกจากนี้ บทบาทภาพยนตร์เป็นเครื่องมือของรัฐในการทำหน้าที่ในแง่ของ Soft Power เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับจีนในการเป็นผู้นำโลกอย่างสันติและสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ผลลัพธ์จากการที่จีนพยายามทุ่มเทในการสร้างภาพยนตร์ในเวทีระหว่างประเทศยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก^{๓๒}

ด้านอุตสาหกรรมบันเทิง ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๒๐๑๕ อุตสาหกรรมละครออนไลน์ของจีนมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตละครและภาพยนตร์เริ่มหันไปลงทุนจำนวนมากเข้าสู่อุตสาหกรรม แต่อย่างไรก็ตาม คุณภาพของละครออนไลน์เริ่มไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร มีเนื้อหาไม่เหมาะสม รุนแรง ไม่สุภาพ แล ทำลายภาพลักษณ์ของประเทศ^{๓๓}

ต้นปี ค.ศ. ๒๐๒๔ อุทยานในตลาคมีความต้องการประเภทละครที่เน้นถึงการสะท้อนความเป็นจริงของสังคม แนวตำนานย้อนยุค สืบสวนสอบสวน และแฟนตาซีไซไฟ เพิ่มมากขึ้น ตัวอย่างละครจีนที่ได้รับความนิยมจากผู้ชมชาวจีน ได้แก่ The Knockout, Three-Body, Youths and Golden Coffin และ Forbidden love เป็นต้น ละครแนวสะท้อนถึงความเป็นจริงของสังคม มีพลังขับเคลื่อนในการพัฒนาอุตสาหกรรมละครออนไลน์ในประเทศมากขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะเดียวกันยังเป็นการสะท้อนถึงวิถีชีวิต อุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นจริงในสังคม ทำให้เห็นถึงกระบวนการพัฒนาความก้าวหน้าของยุคสมัย กระตุ้นให้ผู้คนเกิดการรับรู้ ตระหนักถึงหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคม การขับเคลื่อนและพัฒนาของละครออนไลน์ของจีนกำลังเข้าสู่ยุค “ยิ่งสั้นยิ่งดี” จากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของแพลตฟอร์มวิดีโอสั้นอย่าง Kuaishou, Tiktok และ Bilibili เป็นต้น

ปัจจุบัน อุตสาหกรรมละครออนไลน์ของจีนยังมีการเร่งประยุกต์ใช้เทคโนโลยี AI Empowerment เข้าใช้กับอุตสาหกรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถ และเพิ่มประสิทธิภาพในอุตสาหกรรม โดยในกระบวนการสร้างเนื้อหาละครด้วย AI ที่จะสามารถช่วยผู้เขียนสามารถจำลองความแม่นยำของเนื้อหา บท ภาพ ฉาก และตัวละครเสมือนจริงได้อย่างรวดเร็ว และเพิ่มความมั่นใจในการปรับปรุงและดัดแปลงบทละครได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในอนาคตคาดว่า AI จะมีส่วนช่วยเพิ่มศักยภาพในการผลิตละครในด้านต่าง ๆ มากขึ้น ที่สามารถปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตเนื้อหาอย่างครอบคลุม เพิ่มความสมบูรณ์และจินตนาการของการนำเสนอเนื้อหาได้อย่างสมบูรณ์

ในปี ค.ศ. ๒๐๒๓ จีนอยู่ในอันดับที่ ๕ บนดัชนีการสำรวจศักยภาพด้านภูมิพลังวัฒนธรรม นโยบายและการวางแผนภาษาในระดับนานาชาติของจีนนอกจากจะเป็นแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct) ยังเป็นแบบขยายออก (expansionistic) ที่มีความยืดหยุ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ ได้อย่างชาญฉลาดและแยบยล ความพยายามของจีนในการเพิ่มภูมิพลังวัฒนธรรมนั้นส่วนใหญ่มีพื้นฐานอยู่บนการส่งเสริมเรียนรู้ภาษาและแลกเปลี่ยน

^{๓๑} กิตติ ประเสริฐสุข. (๒๕๖๖). Book Review: Soft Power ของจีน ญู่ปุ่น เกาหลี่ได้ ในอาเซียนและนัยต่อ. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม.

^{๓๒} ธนาภัทร ธาณรัตน์. (๒๕๖๔). อุตสาหกรรมภาพยนตร์กับ Soft Power ของจีน: กรณีศึกษาภาพยนตร์ของ เจียจางเค่อ. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

^{๓๓} นันทน์ภัส งามแมน. (๒๕๖๖). ทำความรู้จักอุตสาหกรรมละครออนไลน์ หนึ่งใน Soft Power ทรงพลังของจีน. ออนไลน์ <https://www.ditp.go.th/post/๑๕๑๓๖๓>

วัฒนธรรมจีนในฐานะทรัพย์สินที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประเทศจีนมีการจัดตั้งสถาบันขงจื๊อและห้องเรียนขงจื๊อในหลายประเทศเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน (กลาง) และวัฒนธรรมจีน รัฐบาลจีนยังสนับสนุนการเผยแพร่สื่อของจีน เช่น CCTV และสนับสนุนการใช้ภาษาจีนกลางในธุรกิจระหว่างประเทศและการทูต

สำหรับนโยบายและการวางแผนภาษาของจีนในระดับนานาชาติมีพื้นฐานมาจากความคิดริเริ่มจากบนลงล่างที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก Hanban “สถาบันสาธารณะในเครือกระทรวงศึกษาธิการของจีน ซึ่งมุ่งมั่นที่จะจัดหาทรัพยากรและบริการการสอนภาษาและวัฒนธรรมจีนทั่วโลก” โดยมีสถาบันขงจื๊อเป็นผู้ดำเนินการ เครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมภาษาของสาธารณรัฐประชาชนจีน มีกลไกดังต่อไปนี้ ๑) การเสนอโอกาสทางการศึกษาแก่นักศึกษาต่างชาติ ๒) การให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือกับประเทศเครือข่ายอย่างครอบคลุม ๓) การสอนภาษาจีนโดยตรงผ่านสถาบันขงจื๊อและชั้นเรียนขงจื๊อ และ ๔) ส่งเสริมการบูรณาการหลักสูตรภาษาจีนเข้ากับระบบการศึกษาของประเทศต่าง ๆ

สถาบันขงจื๊อ (Confucius Institute) เป็นสถาบันการศึกษาแบบไม่แสวงผลกำไรของประเทศจีน โดยได้รับทุนสนับสนุนและดำเนินการในปัจจุบันโดยมูลนิธิศึกษานานาชาติจีน ซึ่งเป็นองค์กรพัฒนาเอกชนที่จัดตั้งโดยรัฐบาล (GONGO) ภายใต้กระทรวงการศึกษาของสาธารณรัฐประชาชนจีน เดิมคือ สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้การสอนภาษาจีนแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน (Office of Chinese Language Council International) หรือ Hanban (เมื่อเดือนกรกฎาคม ค.ศ. ๒๐๒๐ สถาบันขงจื๊ออยู่ในการดูแลของ Centre for Language Education and Cooperation (CLEC) และเป็นองค์กรเอกชนที่ไม่สังกัดอำนาจรัฐเพื่อความโปร่งใส)

ปัจจุบัน มีสถาบันขงจื๊ออยู่ใน ๑๒๖ ประเทศทั่วโลก และมีการทำสื่อวิทยุและสื่อออนไลน์สถาบันขงจื๊อ ร่วมไปกับการพัฒนาโทรทัศน์สถาบันขงจื๊ออีกด้วย ที่สำคัญการดำเนินการของ Hanban ใช้เงินทุนต่ำกว่าองค์กรส่งเสริมภาษาและวัฒนธรรมอื่น ๆ อย่างมาก เช่น บริติช เคานซิล หรือสถาบันเกอเธ่ ประสิทธิภาพของนโยบายและการวางแผนภาษาระดับนานาชาติของจีนส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก "การปรับเข้าสู่ความเป็นท้องถิ่นในระดับสูง" ซึ่งหมายถึง การฝึกอบรมครูในท้องถิ่นที่มีความสามารถ และการบูรณาการเข้ากับความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่นโดยนำเสนอคำตอบหรือแนวทางการดำเนินการร่วมที่ยืดหยุ่น และเป็นไปตามความต้องการด้านการศึกษาในปัจจุบันและระบบการศึกษาของท้องถิ่นเป็นสำคัญ

โครงการสถาบันขงจื๊อมีจุดมุ่งหมายของโครงการ คือ เพื่อส่งเสริมภาษาและวัฒนธรรมจีน สนับสนุนการสอนภาษาจีนในท้องถิ่นในระดับนานาชาติ และอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม สถาบันดำเนินการโดยความร่วมมือกับวิทยาลัยและมหาวิทยาลัยในเครือในท้องถิ่นทั่วโลก และมีการแบ่งปันเงินทุนระหว่างสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้การสอนภาษาจีนแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน และสถาบันโฮสต์ โครงการห้องเรียนขงจื๊อที่เกี่ยวข้องเป็นพันธมิตรกับโรงเรียนมัธยมในท้องถิ่น หรือเขตการศึกษาเพื่อจัดหาครูและอุปกรณ์การเรียนการสอนโดยรับนโยบายมาจากสำนักงานใหญ่ หรือสำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้การสอนภาษาจีนแห่งสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงศึกษาธิการ ด้วยความต้องการเข้าถึงประชากร นักเรียน นักศึกษารุ่นใหม่

นอกจากนี้ ประเทศจีนยังมึนโยบายผสมผสานระหว่างแนวทางการสนับสนุนแบบ “走出去” “引进来” ‘การเปิดกว้างสู่ภายนอก’ และ ‘การนำเข้า’ ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๙๖ ซึ่งเป็นการส่งเสริมและรณรงค์การยื่นหยัดที่จะเปิดกว้างสู่โลกภายนอกอย่างรอบด้านและปรับปรุงความน่าดึงดูดใจของการ “นำเข้า” และความสามารถในการแข่งขันของ “การออกสู่ภายนอก” อยู่เสมอ (必须坚持全方位对外开放 · 不断提高“引进来”的吸引力和“走出去”的竞争力) ทำให้เกิดนโยบายที่ทั้งครอบคลุมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนภาษาวัฒนธรรม นำไปสู่มิตรภาพและความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ

๒.๓.๖ เกาหลีใต้

เกาหลีใต้ เป็นประเทศที่หลายประเทศให้ความสนใจ ถึงแม้ว่าอันดับของประเทศเกาหลีใต้ใน ดัชนีการสำรวจศักยภาพด้านภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้จะอยู่ในอันดับที่ ๑๕ (ตกลงมาจากปีที่แล้ว ๓ ลำดับ) คุณลักษณะที่โดดเด่นของการทูตวัฒนธรรมเกาหลีคือการเพิ่มขึ้นของการบริโภควัฒนธรรมป๊อปเกาหลีทั่วโลก ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ ๑๙๙๐ และเป็นกระบวนการที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ด้านสื่อบันเทิง เช่น วัฒนธรรมป๊อป ภาพยนตร์ ดนตรี วรรณกรรม และละครโทรทัศน์ ส่งออกไปต่างประเทศ ที่ถูกมองว่าเป็นเครื่องมือสำหรับภูมิพลังวัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือในการเพิ่มชื่อเสียงของเกาหลีในภูมิภาค

ยิ่งไปกว่านั้น ในปี ค.ศ. ๒๐๒๓ ประเทศเกาหลีใต้มีเป้าหมายที่จะเพิ่ม ทุนในการสนับสนุน โครงการด้านภาษาและวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ในเดือนมกราคม ๒๐๒๓ กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ได้จัดสรรเงินจำนวน ๘๔๔.๒ พันล้านวอนสำหรับการสร้างและโปรโมตเนื้อหา K-content สนับสนุนให้วัฒนธรรมเกาหลี “เป็นที่ผลิตผลิตของสาธารณชนและได้รับการชื่นชมจากทั่วโลก” กระแส Hallyu ‘ฮันรยู’ จุดประกายความสนใจในการเรียนภาษาเกาหลีเพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ ภาพยนตร์และดนตรีเกาหลีเป็นแรงบันดาลใจอย่างมากให้นักเรียนภาษาหันมาศึกษาภาษาเกาหลี สถาบันวัฒนธรรมและภาษาชั้นนำที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเกาหลีคือ King Sejong Institute Foundation (KSIF) ในเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๒ KSI ได้รับการระบุว่าเป็นหนึ่งใน ๑๐ ลำดับความสำคัญของ Presidential Council of National Branding เป็นผลให้จำนวนสถาบันเพิ่มขึ้นจาก ๒๙ แห่งในปี ค.ศ. ๒๐๑๐ เป็น ๒๔๔ แห่งในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. ๒๐๒๓

สำหรับอุตสาหกรรมบันเทิงของเกาหลีใต้ เริ่มจากอุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีใต้ ถูกก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. ๑๙๙๘ หลังประเทศเจอวิกฤติทางการเงิน ‘คิมแดง’ ผู้นำเกาหลีใต้ได้ฟื้นฟูวัฒนธรรมเกาหลี ผ่านนโยบายภาครัฐ โดยเน้นผลักดัน Pop Culture และสื่อต่าง ๆ ภายใต้แผน Hallyu Industry Support เกาหลีได้สั่งสมเวลาสร้าง Soft Power กว่า ๒๕ ปี สร้างรายได้เข้าประเทศอย่างมหาศาล ลักษณะการขับเคลื่อนจัดเป็น The Growth Master ที่ประสบความสำเร็จไปอย่างสูงทั้งในภูมิภาคเอเชียและทั่วโลก ยุทธศาสตร์ Soft Power ที่ทำให้อิทธิพลจากเกาหลีใต้ค่อย ๆ สร้างความประทับใจได้สำเร็จ ผ่านโลกออนไลน์ไร้พรมแดน จนเกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า K-Shaped Discovery ปัจจุบันเกาหลีใต้ยังมีสตาร์ทอัพ K-Unicorn ขึ้นมาถึง ๑๑ แห่ง และภาครัฐของเกาหลีใต้ยังส่งเสริมและสนับสนุนด้วยทุนกว่า ๑๑.๗ พันล้านดอลลาร์ เพื่อแก้ปัญหาให้กับผู้ประกอบการขนาดเล็กที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติ Covid-๑๙ รวมทั้งยังมีการสนับสนุนโครงการในลักษณะ sandbox ให้กับสตาร์ท

อัพและมีหน่วยงานที่ชื่อว่า “Born2Global” ซึ่งเป็นหน่วยงานไอซีทีและการวางแผนอนาคตประเทศเกาหลีใต้ ทำหน้าที่ให้การสนับสนุนอาชีพนักพัฒนาซอฟต์แวร์ และอาชีพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง^{๓๔}

ปัจจุบันเทคโนโลยี AI ถูกนำมาใช้ผสมผสานและทดแทนการทำงานของคนได้หลายบทบาท เกาหลีใต้ได้นำเทคโนโลยี AI มาสร้างคอนเสิร์ตให้วงการเพลง อย่างเช่นวง Aespa ซึ่งเป็นศิลปินเกิร์ลกรุ๊ปจากเกาหลีใต้วงแรกที่ใช้ AI สร้างสีหน้าและเป็นจุดขาย ซึ่งชื่อของวง (แบรนด์) นั้นย่อมาจาก Avatar x Experience^{๓๕} เรียกว่าเป็นการผสมอย่างลงตัวระหว่างศิลปินกับ AI ที่เป็นตัวแทนจาก Metaverse หรือโลกเสมือนจริง เปิดตัวด้วย Youtube ที่มีผู้ชมมากถึง ๒๘๒.๕ ล้านวิว ถือเป็นก้าวสำคัญจากเกาหลีใต้ที่ใช้ Soft Power ผสานเข้ากับเทคโนโลยี AI ได้สำเร็จในมุมของการโปรโมตให้ทั่วโลกได้รู้ว่า เกาหลีใต้พร้อมรับมือและก้าวไปสู่โลก Metaverse อย่างเต็มตัว

ด้านอุตสาหกรรมอาหาร มีการส่งเสริมผ่านภาพยนตร์และซีรีส์ต่าง ๆ จนเกิดความนิยมไปทั่วโลก ยิ่งไปกว่านั้น เพื่อให้เกิดการรับรู้ถึง “ความแท้จริง” ด้านอาหาร ในเนื้อหาภาพยนตร์ยังใส่รายละเอียดไว้อย่างชัดเจน เช่น เนื้อหาที่ตัวละครแข่งขันกันปรุงอาหารต้นตำหรับหรือรสชาติมาตรฐานดั้งเดิม พร้อมไปกับการผลักดันแฟรนไชส์อาหารเกาหลี และส่งออกผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น ซุปเต้าหู้อ่อน กิมจิ หมูผัดซอสโคจูให้ได้รับความนิยมไปทั่วโลก นอกจากนี้ ในปี ๒๐๒๐ เกาหลีใต้สามารถทำให้เกิด Soft Power “ปลูกฝังค่านิยม” กับคนรุ่นใหม่หรือรุ่นเก่า ๆ ที่อยากจะเริ่มต้นธุรกิจหรือเลือกทำสิ่งใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยผสานเข้ากับการเติบโตของเทคโนโลยี นวัตกรรมสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ และการลงทุนในอาหารเกาหลีได้อย่างแนบเนียนผ่านเนื้อหาของซีรีส์ เช่นเรื่อง Start-up และ Itaewon Class เป็นต้น

ด้านอุตสาหกรรมแฟชั่น จัดเป็น ๑ ใน ๑๐ อุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ อันเป็นผลจากกระแสความนิยมในละครซีรีส์และเพลงเกาหลีทำให้ดารานักกร้องเกาหลีมีบทบาทต่อวงการแฟชั่นทั้งในและต่างประเทศอย่างมาก ทำให้ผู้ชมหลายประเทศแต่งตัวตามต้นแบบที่ตนชื่นชอบทำให้สินค้าประเภทเสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า และเครื่องประดับทั้งหญิงและชายสไตล์เกาหลีเป็นที่ต้องการในตลาดมากขึ้น ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมแฟชั่นของเกาหลีได้ส่วนใหญ่เป็นการผลิตและออกแบบแบรนด์สินค้าของตนเอง (Original Brand Manufacturing: OBM) อีกส่วนหนึ่งเป็นลักษณะการออกแบบและผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ของบริษัทอื่น (Original Design Manufacturing: ODM) ทำให้มอุตสาหกรรมแฟชั่นมุ่งเน้นไปที่การสร้างการเติบโตเชิงมูลค่ามากกว่าปริมาณ^{๓๖}

กลยุทธ์การตลาดแฟชั่น รัฐบาลเกาหลีใต้มีส่วนสำคัญอย่างมากในความสำเร็จของอุตสาหกรรมแฟชั่น จนส่งผลให้เกาหลีใต้ก้าวขึ้นเป็นผู้นำแฟชั่นในอันดับต้นๆ ของโลก โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์จุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมเกาหลี เพื่อวางแผนการตลาดร่วมกับทุกภาคส่วนอย่างเป็นระบบและสนับสนุนนักออกแบบผ่านการฝึกอบรมและการจัดประกวดผลงาน

^{๓๔} VENUS KANPAKSORN. (๒๐๒๒). Soft Power ส่องอิทธิพลการเติบโตจากเกาหลีใต้ ที่สร้างความสำเร็จไปทั่วโลก. ออนไลน์ <https://thegrowthmaster.com/growth-mindset/soft-power-south-korea>.

^{๓๕} โดยแบ่งเป็นศิลปิน ๔ คน และร่าง AI (สมาชิก Avatar) ที่เป็นเหมือนคู่หูของศิลปิน อีก ๔ ร่าง และศิลปิน AI ทั้ง ๔ คนนั้น จะมีความคิดความอ่านเป็นของตัวเอง เปิดให้แฟนคลับสามารถพูดคุยหรือแชทพอร์ตได้ ซึ่งนั่นเป็นการปฏิวัติวงการและเรียกฐานแฟนคลับที่ชื่นชอบเทคโนโลยีเสมือนจริง ได้เป็นอย่างดี

^{๓๖} สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (๒๖๖๑). อุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องประดับเกาหลีใต้ ออนไลน์ <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.๑๘๑.๑.๐.html>.

ออกแบบรวมทั้งใช้งบประมาณราวร้อยละ ๑ ของงบประมาณภาครัฐทั้งหมดในการสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่นผ่านการประชาสัมพันธ์กิจกรรมด้านวัฒนธรรม อาทิ จัดกิจกรรม“Seoul Fashion Week” ในกรุงโซลเพื่อผลักดันให้เมืองหลวงแห่งนี้เป็นศูนย์กลางแฟชั่นของเอเชียการประชาสัมพันธ์ด้วยศิลปินดารา นักแสดงนักร้องผ่านการโชว์ตัวในงานอีเวนต์ต่าง ๆ และการสร้างเขตแฟชั่นในเมือง Yeongjong เพื่อเป็นศูนย์กลางการออกแบบของประเทศ เป็นต้น ส่วนผู้ผลิตสินค้าแฟชั่นมักจะใช้กลยุทธ์แฟงการโฆษณาสินค้าผ่านละครซีรีส์ทำให้แบรนด์เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า เครื่องประดับที่นักแสดงสวมใส่ในละครเป็นสินค้าขายดี รวมทั้งการโฆษณาสินค้าที่ตัวเอกเป็นพรีเซ็นเตอร์ในขณะที่ละครซีรีส์กำลังออกอากาศจะยิ่งกระตุ้นยอดขายให้กับสินค้านั้นอีกหลายเท่าตัว

ด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ เป็นแบบครบวงจรตั้งแต่การผลิตอัญมณี การปรับปรุงคุณภาพ ไปจนถึงการออกแบบและผลิตเครื่องประดับ ในส่วนการผลิตอัญมณีนั้นเกาหลีใต้สามารถผลิตพลอยเนื้ออ่อนอย่างแอมethyst และคริสตัลควอตซ์ได้หลากหลายชนิดจากเหมืองผลิตพลอยเนื้ออ่อนที่กระจายอยู่ในหลายเมืองราว ๕๐ เหมือง โดยแหล่งผลิตแอมethystที่มีชื่อเสียงอยู่ในเมือง Eonyang ทั้งนี้แอมethystของเกาหลีใต้ขึ้นชื่อว่ามีคุณภาพมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลกรัฐบาลจึงได้กำหนดให้เป็นพลอยประจำประเทศมาตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๘๗ พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์สร้างภาพลักษณ์แอมethystพ่วงกับภาคการท่องเที่ยวจนประสบความสำเร็จอย่างสูงส่งผลให้เมืองแอมethystกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก และสินค้าเกี่ยวกับแอมethystก็กลายเป็นของขวัญของฝากยอดนิยมของเหล่านักท่องเที่ยวโดยเฉพาะชาวจีนและญี่ปุ่น ส่วนอุตสาหกรรมการผลิตเครื่องประดับนั้น มีทั้งผลิตเครื่องประดับพลอยสี เครื่องประดับเพชรเครื่องประดับไข่มุก เครื่องประดับทอง เครื่องประดับเงิน และเครื่องประดับแฟชั่น โดยธุรกิจขนาดกลางและเล็กเน้นใช้ฝีมือแรงงานเป็นส่วนใหญ่ ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ผลิตสินค้าโดยใช้เครื่องมือเครื่องจักรทันสมัยร่วมกับแรงงานมีฝีมือและธุรกิจส่วนมากผลิตภายใต้แบรนด์ของตนเอง

๒.๔ กรอบแนวคิดการพิจารณาศึกษา (Conceptual Framework)

การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมจำเป็นต้องคำนึงถึงเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ ที่มุ่งเน้นการให้สิทธิประชาชน ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการเข้ามามีส่วนร่วมบริหารจัดการวัฒนธรรม รวมทั้งเคารพและให้ความสำคัญกับความหลากหลายของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมบนพื้นฐานของการสร้างสรรค์สังคมให้อยู่ร่วมกันอย่างสันติสุข ขณะเดียวกันหน้าที่ของรัฐต้องทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในกระบวนการดังกล่าวและชี้ให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของไทยที่มีสถาบันชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมยังต้องคำนึงถึง แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ทั้งยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมและยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ ซึ่งในทางปฏิบัตินั้นจะต้องพิจารณาเนื้อหาและรายละเอียดของแผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติในประเด็นที่ (๒) การต่างประเทศ ประเด็นที่ (๓) การเกษตร ประเด็นที่ (๕) การท่องเที่ยว ประเด็น (๑๐) การปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ประเด็นที่ (๑๒) การพัฒนาการเรียนรู้

และประเด็นที่ (๑๕) พลังทางสังคม แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๓ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ หมายความว่า ๑ ไทยเป็นประเทศชั้นนำด้านสินค้าเกษตร และเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง หมายความว่า ๒ ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน หมายความว่า ๔ ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง หมายความว่า ๖ ไทยเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะและอุตสาหกรรมดิจิทัล หมายความว่า ๗ ไทยมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ หมายความว่า ๘ ไทยมีพื้นที่และเมืองอัจฉริยะที่น่าอยู่ปลอดภัย เติบโตได้อย่างยั่งยืนกลยุทธ์ที่สำคัญ หมายความว่า ๑๒ ไทยมีกำลังคนสมรรถนะสูง มุ่งเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ตอบโจทย์การพัฒนา แห่งอนาคต

นโยบายรัฐบาลนายกรัฐมนตรีนายเศรษฐา ทวีสิน ยังได้ให้ความสำคัญกับนโยบายด้านการส่งเสริมค่านิยม ทักษะคน และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ นโยบายการส่งเสริมการเรียนรู้เทคโนโลยีทางการเงินรูปแบบใหม่ นโยบายการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมดิจิทัล นโยบายฟื้นชีวิตอุตสาหกรรมประมง นโยบายสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการจัดสรรทรัพยากร นโยบายสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ Soft Power ของประเทศ นโยบายส่งเสริมการเปิดกว้างและเปิดรับความหลากหลายทางอัตลักษณ์ความเชื่อและทางความคิดจากผู้คน และนโยบายการดำเนินความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศต่าง ๆ อย่างสมดุล ขณะเดียวกันเพื่อให้การขับเคลื่อนเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีทิศทาง รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดเป้าหมายการขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาล บูรณาการการดำเนินงานของส่วนราชการและภาคเอกชนให้มีประสิทธิภาพและมีความสอดคล้องกับการพัฒนาศักยภาพของประเทศไทย ไปสู่นานาชาติ มีการกำหนดสาขาที่สำคัญเป็นกรอบในการขับเคลื่อน และมีโครงการที่ชัดเจนในการผลักดันโครงการ ๑ ครอบครัว ๑ ซอฟต์พาวเวอร์ (One Family One Soft Power: OFOS)” และจัดตั้ง Thailand Creative Content Agency (THACCA) คล้ายกับในกรณีของหลายประเทศที่ประสบความสำเร็จ ที่ผ่านมาระทรวงวัฒนธรรมยังได้จัดทำแผนการดำเนินงานขับเคลื่อน Soft Power ด้วยมิติทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย (พ.ศ.๒๕๖๖-๒๕๗๐) ไว้อีกด้วย

ในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมให้เกิดผลสัมฤทธิ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยังจำเป็นต้องกำหนดกระบวนการบริหารจัดการเชิงระบบ โดยอาศัยแนวคิดห่วงโซ่อุปทาน (Value Chain) ในสาขาต่าง ๆ ให้มีความชัดเจน โดยกิจกรรมหลักพื้นฐาน (Primary activities) ควรประกอบด้วย ๑) กิจกรรมต้นน้ำ (Upstream activities) ซึ่งเป็นการยกระดับศักยภาพในทุนมนุษย์ (Human Capital) ผ่านระบบการศึกษา การจัดฝึกอบรมเพื่อเพิ่มหรือรู้พื้นที่ทักษะต่าง ๆ (Up skills/Reskills) บทเรียนที่น่าสนใจของการพัฒนากิจกรรมต้นน้ำ คือ กรณีของเกาหลีใต้ที่มีการจัดตั้ง Korea Creative Content Agency (KOCCA) ๒) กิจกรรมกลางน้ำ (Midstream activities) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเพิ่มขีดความสามารถของภาคอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ หรือชุมชน เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ๓) กิจกรรมปลายน้ำ (Downstream activities) หรือกระจายผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ได้พัฒนาหรือแปรรูปไปยังผู้บริโภค ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการส่งมอบ (Delivery Mechanism) สิ่งที่ได้พัฒนาหรือเพิ่มมูลค่าส่งถึงผู้บริโภคอย่างไร นอกจากนี้ กิจกรรมปลายน้ำยังจำเป็นต้องอาศัยกลยุทธ์ทางด้านการทูตเชิงวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) จากประเทศไทยไปเผยแพร่ต่อในประเทศเป้าหมาย เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทัศนคติที่ดีต่อชนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมของไทย

รวมทั้งการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ในฐานะเครื่องมือให้องค์กรที่ไม่ใช่รัฐหรือภาคประชาสังคม สร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม ทักษะคิด และพฤติกรรมบริหารความสัมพันธ์ และสร้างอิทธิพลต่อความเห็นและการปฏิบัติ เพื่อนำไปสู่การสร้างประโยชน์ที่ดีต่อการขับเคลื่อนภูมิพลัฒนธรรม การขับเคลื่อนห่วงโซ่คุณค่าภูมิพลัฒนธรรมจะไม่สามารถประสบความสำเร็จได้ตามเป้าหมาย หากขาดซึ่งกิจกรรมรอง (Secondary activities) หรือกระบวนการสนับสนุน (Distribution) อันประกอบด้วย ระบบนิเวทางด้านกฎหมายและโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้ออำนวย การปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการจัดสรรเงินทุนอย่างเป็นรูปธรรมโดยจัดตั้งกองทุนต่าง ๆ ให้เข้ามารับผิดชอบ

บทเรียนจากกรณีศึกษาในหลายประเทศ พบว่า ประเทศที่ประสบความสำเร็จสูง มักมีการกำหนดเป้าหมายการขับเคลื่อนภูมิพลัฒนธรรมไว้อย่างชัดเจน อาทิ สหราชอาณาจักร มีการกำหนดเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ให้สหราชอาณาจักรเป็นอันดับ ๑ ในการใช้ Soft Power เพื่อการสร้าง ความสนใจและดึงดูด และเป็นอันดับ ๒ ในด้านการเป็นที่ยอมรับเชื่อถือของกลุ่มประเทศ G ๒๐ มีการกำหนด “ภาพลักษณ์ประเทศ (National Brand)” ด้านการส่งเสริมคุณค่าประชาธิปไตยและเคารพในเอกลักษณ์จากการมีสถาบันพระมหากษัตริย์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมจิตใจของประชาชนในกลุ่มประเทศ Commonwealth ประเทศญี่ปุ่น มีการนำจิตวิญญาณของ UNESCO เป็นหลักการที่ธำรงมาเป็นวิถีที่ญี่ปุ่นสร้างตนเองขึ้นใหม่ในฐานะรัฐที่เป็นประชาธิปไตยและรักสันติภาพให้ปรากฏต่อสายตาชาวโลก โดยร่วมมือกับสถาบันภาพยนตร์แห่งอังกฤษ (British Film Institute:BFI) เผยแพร่วัฒนธรรมไปต่างประเทศ ในศตวรรษที่ ๒๑ ญี่ปุ่นแสดงออกซึ่งจุดยืนและภาพลักษณ์สันตินิยมแบบญี่ปุ่น (Japanese Pacifism) ทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศญี่ปุ่นต่อนานาประเทศมีมุมมองเชิงบวกอย่างชัดเจน

นอกจากนี้ หลายประเทศมีการใช้ยุทธศาสตร์ภาพยนตร์ ภาษา และค่านิยม เป็นธงนำไปสู่การขับเคลื่อนในมิติอื่น ๆ กรณีตัวอย่าง คือ สหรัฐอเมริกาได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิง (เช่น Hollywood และ Disney) สร้าง American Pop Culture จนประสบความสำเร็จไปทั่วโลก พร้อมไปกับการดำเนินนโยบายและการวางแผนภาษา (Language Policy and Planning, LPP) ผ่านการแอบแฝงโดยอ้อม (covert and indirect) หรือกรณีสหราชอาณาจักรมีการจัดตั้ง British Council เยอรมันมีการจัดตั้งสถาบัน เกอเธ่ และจีนมีการจัดตั้งสถาบันขงจื้อ ซึ่งเป็นการดำเนินนโยบายแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct)

การขับเคลื่อนภูมิพลัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จได้นั้น ยังจำเป็นต้องมีการวางแผนยุทธศาสตร์และกำหนดวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน รวมทั้งคำนึงถึงโอกาสในการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคอุตสาหกรรมทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น ตัวอย่างคือ กรณีเกาหลีใต้ กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ได้กำหนดวิสัยทัศน์ทางวัฒนธรรม ๒๐๐๐ (Cultural Vision ๒๐๐๐) ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกับที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจในเอเชีย มีการกำหนดแผนงานว่าต้องสนับสนุนการศึกษา เพื่อผลิตเยาวชนรุ่นใหม่ที่มีความคิดสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม มีมหาวิทยาลัยและคณะที่ได้รับการสนับสนุนเป็นผู้รับผิดชอบ มหาวิทยาลัย Hongik University มุ่งเน้นการพัฒนาทุนมนุษย์ด้านจิตรกรรม การออกแบบ สถาปัตยกรรม และนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย Korea National University of Arts มุ่งเน้นด้านศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ นิเทศศาสตร์ และดนตรี เป็นต้น วิทยาลัย Chungkang College of

Cultural Industries มุ่งเน้นการเปิดสอนหลักสูตรเกี่ยวกับแอนิเมชัน การ์ตูน Manhwa เกม อาหาร แฟชั่น ดนตรีและละครเพลง วิชาการสื่อสารเคลื่อนที่ เป็นต้น^{๓๗}

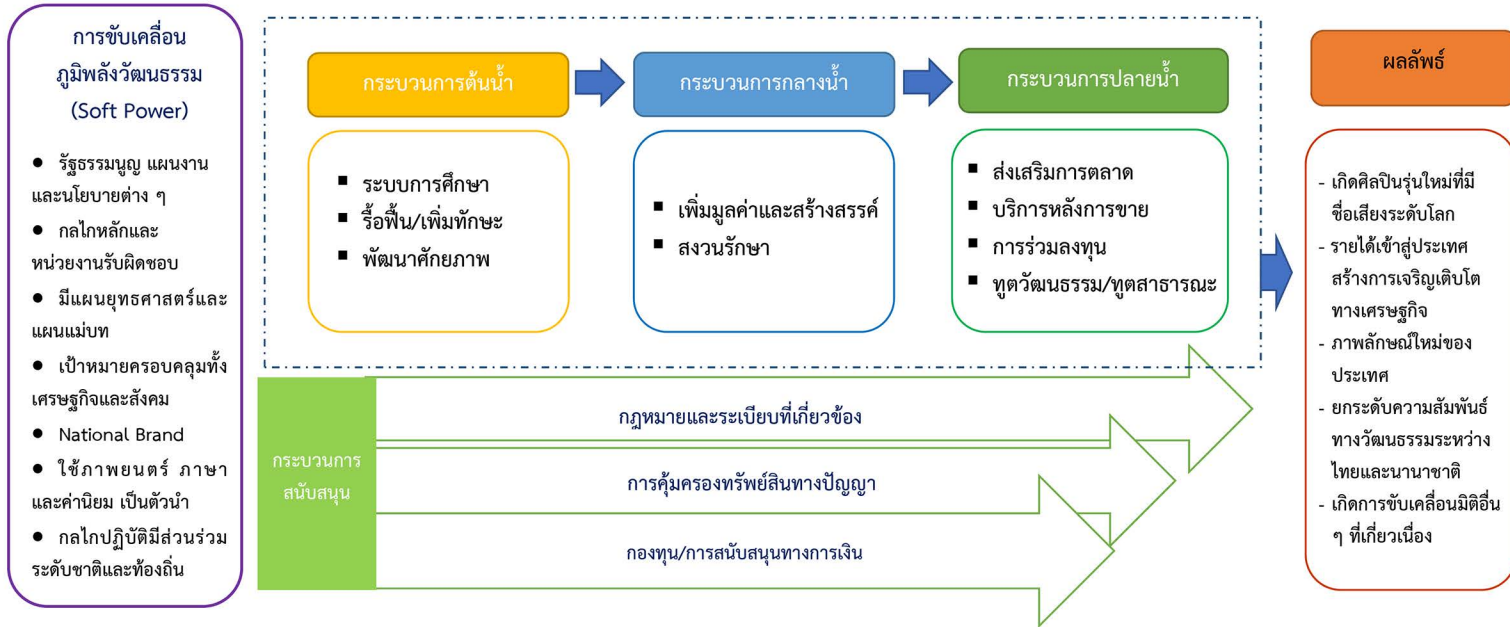
กรณีที่น่าสนใจอย่างมาก คือ เกาหลีใต้ ได้มีการก่อตั้งสถาบัน The Korea Creative Content Agency (KOCCA) ขึ้นมาอย่างเป็นทางการผ่านการร่วมมือจากหลายองค์กร เพื่อวางแผน บริหารจัดการ และพัฒนาธุรกิจด้านวัฒนธรรมเกาหลีอย่างครบวงจร โดยการส่งเสริมให้เนื้อหาสาระความเป็นเกาหลี สอดแทรกลงไปในส่วนต่าง ๆ KOCCA ยังทำหน้าที่ออกกฎระเบียบที่คุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา พัฒนาเทคโนโลยี สนับสนุนภาคเอกชนโดยเฉพาะรายเล็ก ในการจัดตั้งธุรกิจด้านเนื้อหาวัฒนธรรม รวมทั้งยังร่วมลงทุนและให้กู้ ไปจนถึงมีสตูดิโอให้เช่าในราคาถูกการขยายตลาดวัฒนธรรมไปยังต่างประเทศ เพื่อเป็นธุรกิจส่งออก ซึ่งปัจจุบันมีสำนักงานที่ต่างประเทศอยู่ทั้งสิ้น ๘ สาขา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ยุโรป สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย และจีน ปัจจุบัน KOCCA ได้ให้การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมเชิงวัฒนธรรมอยู่ ๑๒ ธุรกิจ ได้แก่ ระบบโทรทัศน์เคลื่อนที่ดิจิทัล (Broadcasting) เพลง (Music), เกม (Game) การ์ตูน (Comics), ภาพเคลื่อนไหว (Animation) คาแรคเตอร์ (Character licensing) แฟชั่น (Fashion) การขยายไปยังต่างประเทศ (Overseas expansion) เทคโนโลยีวัฒนธรรม (Culture Technology R&D) การสร้างเนื้อหา สำหรับคนรุ่นหลัง (Next-generation content) การพัฒนาทรัพยากรบุคคล (Human Resource Development) การสร้างศูนย์สนับสนุนและเรียนรู้ด้านธุรกิจ (CKL Business support center & Academy)^{๓๘}

จากการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมของหลายประเทศ ทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ตามมาในเชิงบวกต่อประเทศอย่างมากศาล ทั้งรายได้จากการส่งออกสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม เงินหมุนเวียนทุกระดับ รายได้จากภาษีและบริการต่าง ๆ กลับคืนสู่ภาครัฐเพื่อพัฒนามิติอื่น ๆ ช่วยเสริมภาพลักษณ์ใหม่ของประเทศต่อสายตาประชาคมโลกในทางที่ดี ส่งเสริมและสนับสนุนความยั่งยืนทางวัฒนธรรมของประเทศ ผ่านกระบวนการบ่มเพาะและเพิ่มศักยภาพเด็ก เยาวชน ศิลปิน และผู้ที่เกี่ยวข้อง ช่วยสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ ช่วยสร้างหรือเพิ่มทางเลือกใหม่ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ ยกกระดับความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างไทยและนานาชาติ และช่วยให้ประเทศสามารถบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนได้เป็นอย่างดี

^{๓๗} Urban Creature. (๒๐๒๐). อุตสาหกรรมบันเทิง' เศรษฐกิจหลักเกาหลี หมดเด็จจากรัฐบาล. ออนไลน์ <https://urbancreature.co/southkorea-koreanwave/>.

^{๓๘} เรื่องเดิม.

รูปที่ ๒.๑ กรอบแนวคิดการศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



บทที่ ๓

ระเบียบวิธีการพิจารณาศึกษา

๓.๑ วิธีการศึกษาวิจัย (Research Method)

กระบวนการจัดทำรายงานพิจารณาศึกษา เรื่อง การขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative method) ด้วยวิธีการศึกษาจากการวิจัยเชิงเอกสาร การจัดเวทีเสวนาทางวิชาการเพื่อรับฟังข้อมูล ข้อเสนอแนะ และข้อเสนอแนะ ตลอดจนการพัฒนาข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาต่าง ๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

๓.๑.๑ การทบทวนแผนงาน ยุทธศาสตร์ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ประกอบด้วย รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. ๒๕๖๐ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐ แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๓ พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ นโยบายรัฐบาลนายกรัฐมนตรีนายเศรษฐา ทวีสิน แนวทางการขับเคลื่อนงานของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ และแผนการดำเนินงานขับเคลื่อน Soft Power ด้วยมิติทางวัฒนธรรมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย พ.ศ.๒๕๖๖-๒๕๗๐

๓.๑.๒ การทบทวนแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ได้แก่ แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรม แนวคิดการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) แนวคิดการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) และแนวคิดกระบวนการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม (Value Chain of Soft Power) ตลอดจนการศึกษาบทเรียนจากประเทศที่ประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม

๓.๑.๓ การจัดเวทีสัมมนาวิชาการภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ ไทย-นานาชาติ โดยความร่วมมือระหว่างคณะกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา ร่วมกับ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล กระทรวงการต่างประเทศ และกระทรวงวัฒนธรรม ได้จัดงานสัมมนาวิชาการ เรื่อง ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ ไทย-นานาชาติ วันเสาร์ที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๖.๓๐ นาฬิกา ณ ห้องประชุม ๔๐๒ - ๔๐๓ ชั้น ๔ อาคารวุฒิสภา (สว.) รัฐสภา เกียกกาย กรุงเทพมหานคร

๓.๑.๔ การจัดโครงการสัปดาห์นิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ ในหัวข้อ แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ โดยความร่วมมือระหว่างคณะกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา ร่วมกับ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ศูนย์วิชาการเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และหน่วยงานภาคีเครือข่าย ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๓ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ เวลา ๐๙.๐๐-๑๘.๐๐ นาฬิกา ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น ๑ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร โดยมีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคม ร่วมส่งข้อมูลสำหรับจัดทำนิทรรศการ จำนวน ๑๗ หน่วยงาน ประกอบด้วย

- (๑) กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี
- (๒) กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- (๓) กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม
- (๔) กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- (๕) กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ
- (๖) กระทรวงวัฒนธรรม
- (๗) แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- (๘) ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)
- (๙) สถาบันบริติช เคาน์ซิล (British Council)
- (๑๐) สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย มหาวิทยาลัยมหิดล
- (๑๑) สมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย
- (๑๒) สมาคมภัตตาคารไทย (Thai Restaurant Association)
- (๑๓) สมาคมร้านอาหารไทย และสตรีทฟู้ด
- (๑๔) สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน)
- (๑๕) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (องค์การมหาชน)
- (๑๖) สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม
- (๑๗) คณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

๓.๑.๕ การนำข้อมูลที่ได้จากผลการศึกษาในข้อ ๓.๑.๓ และ ๓.๑.๔ มาสังเคราะห์ เพื่อตอบ โจทย์วัตถุประสงค์ของการพิจารณาศึกษา ๓ ประเด็น ได้แก่ (๑) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โครงสร้าง และระบบกลไกขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ไทยสู่สากล (๒) ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลัง วัฒนธรรม “รายสาขา” และ (๓) ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในบริบท “อัตลักษณ์ที่ หลากหลาย” และคำนึงถึง “ความสมดุลหลากหลายมิติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

นอกจากนี้ ในการสังเคราะห์ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม “รายสาขา” มีการนำกรอบแนวคิดห่วงโซ่คุณค่าภูมิพลังวัฒนธรรม (Value-Chain of Soft Power) ในลักษณะ จำแนกรายสาขา จำนวน ๑๒ สาขา ได้แก่ ๑) อาหาร ๒) กีฬา ๓) แฟชั่น ๔) เทศกาล ๕) การท่องเที่ยว ๖) ภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์ ๗) วรรณกรรม ๘) ศิลปะ ๙) เกม ๑๐) ออกแบบและงานช่างฝีมือ ๑๑) ดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน และ ๑๒) ภาษา และจัดทำแบบสอบถามความคิดเห็นไปยัง ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ เพื่อลำดับความสำคัญ ความจำเป็นเป็นเร่งด่วน และความเหมาะสมของ โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับการขับเคลื่อนใน ๓ ระยะ ได้แก่ ระยะสั้น-ระยะปานกลาง-ระยะ ยาว

๓.๑.๖ การวิเคราะห์ข้อมูลและจัดทำข้อเสนอแนะฉบับสมบูรณ์ โดยนำข้อมูลที่ได้จากข้อ ๓.๑.๕ มาวิเคราะห์เทียบกับกรอบแนวคิดทางการศึกษาและบทเรียนจากต่างประเทศ เพื่อพัฒนา เป็นข้อเสนอแนะและตัวแบบการขับเคลื่อน

๓.๒ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้รูปแบบการนำข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีเสวนาทางวิชาการทั้ง ๒ ครั้ง และข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เข้าร่วมจัดนิทรรศการมา “สังเคราะห์ (Synthesis)” โดยพิจารณาถึงข้อมูลที่เป็นลักษณะสอดคล้องกันเป็นหลักและ “วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis)” จากนั้นนำข้อสรุปเชิงสังเคราะห์ดังกล่าวมาพิจารณาและวิเคราะห์กับความเหมาะสมกับการขับเคลื่อนในระยะต่าง ๆ ในแต่ละสาขา นอกจากนี้ เพื่อให้ข้อเสนอแนะมีความสมบูรณ์และมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ยังได้มีการนำผลการศึกษาที่ได้มา “วิเคราะห์โดยเทียบเคียง (benchmarking analysis)” กับกรณีประเทศที่ประสบความสำเร็จในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เพื่อให้ได้ข้อเสนอที่มีความสมบูรณ์และสามารถพัฒนาเป็นตัวแบบ (Model) ที่สมบูรณ์ต่อไป

บทที่ ๔ ผลการพิจารณาการศึกษา

๔.๑ ผลการสัมมนาวิชาการภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ

คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม ในคณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา ร่วมกับ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเซีย (มหาวิทยาลัยมหิดล) กระทรวงการต่างประเทศ และกระทรวงวัฒนธรรม ได้จัดงานสัมมนาวิชาการ เรื่อง ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ ไทย-นานาชาติ วันเสาร์ที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖ เวลา ๐๙.๐๐ - ๑๖.๓๐ นาฬิกา ณ ห้องประชุม ๔๐๒ - ๔๐๓ ชั้น ๔ อาคารวุฒิสภา (สว.) รัฐสภา เกียกกาย กรุงเทพมหานคร

อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานคณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา ได้กล่าวเปิดงานและปาฐกถาที่มีสาระสำคัญว่า วุฒิสภา มีหน้าที่ในการติดตาม เสนอแนะ และเร่งรัดการปฏิรูปประเทศและแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งการจัดทำข้อเสนอการขับเคลื่อนแนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ เป็นประเด็นที่คณะอนุกรรมการฯ ให้ความสำคัญอย่างยิ่ง ที่ผ่านมา คณะอนุกรรมการฯ ได้มีการตั้งคณะทำงานพิจารณาการศึกษา การเปิดพื้นที่ไตรภาคีศิลปวัฒนธรรม ภูมิพื้นที่วัฒนธรรม เพื่อสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมและการแสดงออกของวิถีชีวิตคนในสังคมและต้องการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนจากทุนวัฒนธรรม คณะกรรมการฯ ยังได้ร่วมกับภาคีเครือข่ายเปิดพื้นที่ตลาดวัฒนธรรมกว่า ๕๐ จังหวัด พร้อมทั้งมีเวทีสำหรับแสดงศิลปะและวัฒนธรรม รายงานการพิจารณาอีกฉบับหนึ่ง คือ การจัดทำข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิภาคและปัญญาแผ่นดิน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของสังคมไทย ข้อเสนอที่ได้จากกระบวนการพิจารณาการศึกษาในครั้งนี้ คือ การผลักดันให้เกิดองค์กรที่มีชื่อว่า สถาบันภูมิภาคและปัญญาแผ่นดิน (องค์การมหาชน) สำหรับการจัดทำรายการงานพิจารณาการศึกษาเรื่อง ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาตินั้น ต้องการส่งเสริมสนับสนุนให้ศิลปวัฒนธรรมไทยเป็นที่รู้จักของนานาชาติ โดยนำร่องในกลุ่มประเทศอาเซียน

๔.๑.๑ ผลการสัมมนา เรื่อง โอกาสของไทยกับการเชื่อมโยงผ่านโลกดิจิทัล

การสัมมนา เรื่อง โอกาสของไทยกับการเชื่อมโยงผ่านโลกดิจิทัล ผู้เข้าร่วมเสวนา ๒ ท่าน ประกอบด้วย ๑) หม่อมราชวงศ์เฉลิมชาตรี ยุคล กรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ด้านภาพยนตร์ และ ๒) นายธนกร นิมิบุตร ผู้กำกับภาพยนตร์ ผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์ และนักเขียนบทภาพยนตร์ โดยมีนายพัฒนา จีรวงศ์ อนุกรรมการด้านศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา เป็นผู้ดำเนินรายการ

หม่อมราชวงศ์เฉลิมชาตรี ยุคล ได้ชี้ให้เห็นความหมายของ “โลกดิจิทัล” ที่ภาคธุรกิจต้องทำความเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีตั้งแต่ยุคอนาล็อก (Analog) มาสู่ยุคอินเทอร์เน็ต (Internet) และดิจิทัล (Digital) โดยตั้งแต่ยุคอินเทอร์เน็ตเป็นต้นได้หลายอย่างทั้งด้านเวลาและสถานที่ การรับชมรับฟังสื่อ การสร้างความพลิกผัน (Disruption) ของงานด้านสื่อและภาพยนตร์ คุณลักษณะของมนุษย์มีแนวโน้มสู่การเป็น “พลเมืองโลก” และเป็นส่วนหนึ่งของ “ประชาคมโลก” มากขึ้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งเทคโนโลยีดิจิทัลทำให้โลกไร้พรมแดนมากขึ้น รวมทั้งโอกาสในการเข้าถึง

(Accessibility) สื่อประเภทต่าง ๆ เกิดขึ้นโดยทั่วไป ปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวเร่ง คือ การทลายข้อจำกัดด้านภาษาที่มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการแปลความหมายทำให้เกิดการสื่อสารข้ามประเทศได้ง่ายและรวดเร็ว ทุกประเทศมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยน (Share) และสร้างการยอมรับซึ่งกันและกัน ส่วนความท้าทายของการเข้าสู่ยุคดิจิทัล ได้แก่ การแข่งขันในระดับสากล โอกาสที่จะสร้างและส่งออกสื่อ รวมทั้งสามารถพิจารณาถึงเวลาและสถานที่เพื่อส่งออกไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำมากขึ้นได้ ขณะเดียวกัน “ปัจเจกบุคคล” มีโอกาสที่จะทำหน้าที่เป็นสื่อได้เช่นกันผ่านการโพสต์เนื้อหาต่าง ๆ ลงในระบบสื่อหลากหลายรูปแบบ

เมื่อพิจารณาถึงสาเหตุสำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยมีข้อจำกัดในด้านการลงทุน คือ เนื่องจากผู้สร้างคุ้นเคยกับรูปแบบภาพยนตร์เดิม เงื่อนไขผู้ลงทุนรัดกุมมากขึ้น (เช่น หากทำรายได้ต่ำกว่า ๒๐ ล้านบาท ผู้กำกับจะไม่ได้รับการจ้างงานต่อ) อุตสาหกรรมภาพยนตร์มีสภาพการแข่งขันในลักษณะลดต้นทุนมากขึ้น การออกแบบภาพยนตร์และการนำเสนอไม่ทันสมัยหรือสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้ชม ฯลฯ ส่งผลให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์โดยรวมมีความสามารถในการแข่งขันลดลง แม้ปัจจุบันการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัล โดยรวมการนำเสนอภาพยนตร์ทั้งอุตสาหกรรมของไทยยังไม่สามารถผลิตได้เกิน ๑๐๐ เรื่อง/ปี

ดังนั้น แนวทางการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยให้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม มีดังนี้

(๑) ภาครัฐควรจัดตั้งกองทุนภาพยนตร์ โดยจัดหารายได้จากการบริจาค การระดมทุนของภาคธุรกิจและประชาชนให้สนับสนุน (Sponsor) เพื่อนำเงินที่ได้มาใช้ในการตลาด การแปล/คำบรรยาย ส่งเสริมการผลิตในลักษณะร่วมทุน หรือลงทุน รวมทั้งปรับเปลี่ยนวิธีการให้ทุนจากรูปแบบ “Project-based” ไปสู่การสนับสนุนงบประมาณที่ต่อเนื่อง “Consecutively” เพื่อให้การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมสามารถเดินทางต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องด้วย

(๒) ภาครัฐควรสร้างความตระหนักให้เด็ก เยาวชน และประชาชนตระหนักเห็นถึงคุณค่าและโอกาสสร้างมูลค่าของงานด้านภาพยนตร์มากขึ้น

(๓) ภาครัฐควรการวางรากฐานด้านทุนมนุษย์ตั้งแต่เด็กและเยาวชนผ่านระบบการศึกษา ดังเช่นกรณีสหรัฐฯ มีการส่งเสริมการศึกษาเรียนรู้แบบ STEAM ประกอบด้วย วิทยาศาสตร์ (Science) เทคโนโลยี (Technology) วิศวกรรมศาสตร์ (Engineering) และคณิตศาสตร์ (Mathematics) และ “ศิลปะ (Art)”

(๔) ภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับการคุ้มครองและปกป้อง “ทรัพย์สินทางปัญญา” และต้องทำให้เกิดการปันส่วน (Share) รายได้จากภาพยนตร์หรือบทประพันธ์ที่สมเหตุสมผลระหว่างผู้ลงทุนและผู้ผลิตภาพยนตร์

(๕) อุตสาหกรรมภาพยนตร์ จำเป็นต้องมีการศึกษาเฉพาะกลุ่ม (Study Group) ขึ้นมารองรับการออกแบบและผลิตภาพยนตร์

(๖) อุตสาหกรรมภาพยนตร์ควรสร้างภาพยนตร์ตามพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อของผู้ชม เช่น เดิมผู้สร้างภาพยนตร์มักศึกษาตลาดคนดู หรือ “กระแส” ที่คนดูให้ความสนใจในระยะสั้นๆ นำมาสร้างภาพยนตร์ได้ อย่างไรก็ตาม ข้อพึงระวังคือ อาจเกิดปัญหาการไม่ตอบสนองตลาดในระยะยาวเช่นกัน หรือมีการเชื่อมต่อระหว่างช่องทาง (Channel) เดิม เช่น โทรทัศน์ กับภาพยนตร์ ซึ่งทำให้เกิด

ปัญหาผู้บริโภคกลุ่มเดิมซ้ำ (ไม่ขยายตัว/เปลี่ยนกลุ่ม) อาจนำไปสู่สภาพที่เรียกว่า “ก้นหอย” ของวงการภาพยนตร์ได้

(๗) อุตสาหกรรมภาพยนตร์ ควรขยายฐานผู้รับชมใหม่ไปยังช่องทางสื่อดิจิทัลมากขึ้น โดยการขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในยุคสื่อดิจิทัล ต้องคำนึงถึงความสมดุล (Balance) ระหว่าง “จำนวนภาพยนตร์” และ “จำนวนผู้เข้าชม”

(๘) ภาครัฐและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ควรร่วมกันส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนในโครงการสร้างภาพยนตร์เพื่อยกระดับคุณภาพของภาพยนตร์ให้สูงขึ้น โดยอาจใช้รูปแบบการร่วมทุนสร้างระหว่างประเทศ เช่น กรณีภาพยนตร์เรื่อง “มิกัสยูนิ”

(๙) ภาครัฐและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ควรร่วมกันพัฒนากระบวนการบ่มเพาะและสร้างเสริมศักยภาพของผู้ผลิต ผู้กำกับ ผู้สร้าง และนักแสดงภาพยนตร์ มีการส่งเสริมการวิจัยและถอดบทเรียน การพูดถึงในพื้นที่สื่อเพื่อให้การรับรู้และสนับสนุนผลงาน รวมทั้งมีกระบวนการวิเคราะห์บุคคล (Person Analysis)

(๑๐) ภาครัฐและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอ “วัฒนธรรมย่อย (Sub-culture)” ในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อนำมาขับเคลื่อนเป็นภูมิพลังวัฒนธรรม โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมระดับชุมชน ปลุกฝังความตระหนักในคุณค่า เปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมชุมชนไปสู่การสร้างมูลค่าให้ได้

(๑๑) ภาครัฐและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ต้องทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดและการผลิต นำทุนทรัพยากรภูมิพลังวัฒนธรรมมาแฝงเร้นไว้ในภาพยนตร์

(๑๒) ภาครัฐและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ร่วมกันจัดกิจกรรมกระตุ้นส่งเสริมเป็นระยะ ๆ ในลักษณะ “Film Festival” เป็นต้น

นายธนกร นิมิบุตร ได้นำเสนอพัฒนาการของการฉายภาพยนตร์ของไทย ซึ่งเริ่มจากการฉายภาพยนตร์ในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ฉายหนังชายยา การนำเสนอในงานมหรสพต่าง ๆ ข้อจำกัดในยุคแรก คือ การหาแหล่งทุนเพื่อลงทุนสร้างภาพยนตร์ที่เป็นไปด้วยความยากลำบาก และไม่สามารถคาดการณ์สภาพการตอบรับของผู้ชมได้ อย่างไรก็ตาม ภาพยนตร์ในยุคนั้นเป็นกลไกสื่อสารให้เห็นถึงสถานะ “ประเทศกำลังพัฒนาของไทย” ได้อย่างชัดเจน เช่น พฤติกรรมของผู้คน วิถีชีวิต การแต่งกาย และอาหารการกิน เป็นต้น ความน่าสนใจอีกประการหนึ่งคือ ประเทศไทยเป็นเพียงประเทศเดียวที่มีการ “พากษ์หนังสด” ระหว่างการฉายภาพยนตร์ ปัจจุบันมีเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลเข้ามาสร้างการเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรมภาพยนตร์ เช่น NETFLIX ในกรณีนี้การสร้างภาพยนตร์เรื่อง “มนต์รักนักพากษ์” เป็นการนำภาพสะท้อนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ยุคออนไลน์ให้ปรากฏบนเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล เพื่อสร้างความเข้าใจให้กับผู้คนได้ ข้อสังเกตสำคัญ คือ นักลงทุนต่างชาติ เช่น NETFLIX Singapore ไม่กล้าลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากการคำนึงถึงปัจจัยเสี่ยงด้านความคุ้มค่า แต่ NETFLIX Thailand กล้าตัดสินใจและให้การสนับสนุน

NETFLIX มีการออกภาพยนตร์เดือนละ ๑ เรื่องที่มีลักษณะของเนื้อหา (content) แบบไทย ที่เคยประสบความสำเร็จในระดับโลก เช่น Hunger Game (อันดับ ๑ ของโลก) ความท้าทายของงานภาพยนตร์ไทย คือ ตลาดภายในประเทศอาจไม่ให้การตอบรับในภาพยนตร์บางประเภท เช่น

ภาพยนตร์ตลกในขณะที่ต่างประเทศให้การตอบรับเป็นอย่างดี ส่วนภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย เช่น นางนาค พี่มากพระโขนง หนังสือเรื่องนี้สร้างจากเค้าโครงเรื่องเดียวกัน แต่มีการ “ปรับมุม” ของภาพยนตร์จนเกิดเป็น “หนังผี” และ “หนังตลก” ที่ประสบความสำเร็จได้ ดังนั้นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยอาจเรียนรู้จากบทเรียนกรณีที่ประสบความสำเร็จดังกล่าวได้

๔.๑.๒ ผลการอภิปราย เรื่อง นโยบายและยุทธศาสตร์ของประเทศไทยเกี่ยวกับการส่งเสริมความร่วมมือด้านวัฒนธรรมระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน

นางสาวนิภัสสร คำภา ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองสังคมและวัฒนธรรม กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ ได้นำเสนอภูมิหลังความร่วมมือในกรอบอาเซียนว่า ที่ผ่านมามีการมีดำเนินการภายใต้ “กรอบความร่วมมือประชาคมอาเซียน” ซึ่งวิสัยทัศน์ประชาคมอาเซียน ๒๐๒๕ กำหนดว่า “..เราตกลงที่จะทำให้ประชาคมของเราแข็งแกร่ง โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของกระบวนการการรวมกลุ่มที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อให้อาเซียนเป็นประชาคมที่ยึดมั่นในกฎกติกา ทำเพื่อประโยชน์ของประชาชน และมีประชาชนเป็นศูนย์กลาง โดยเป็นที่ซึ่งประชาชนมีสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและได้รับประโยชน์จากการสร้างประชาคมเสริมสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและมีอัตลักษณ์ร่วมเป็นไปตามวัตถุประสงค์และหลักการของกฎบัตรอาเซียน”

ภารกิจหลักของความร่วมมืออาเซียนด้านวัฒนธรรมและศิลปะ มีอยู่ด้วยกัน ๕ พันธกิจ ได้แก่ ๑) ส่งเสริมความร่วมมือด้านวัฒนธรรมและความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศสมาชิกด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ๒) รักษามรดกทางวัฒนธรรมและประเพณีของประเทศสมาชิก ๓) การสร้างความตระหนักในเอกลักษณ์อาเซียน ๔) การส่งเสริมและเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของอาเซียนต่อประชาคมโลก และ ๕) กระทรวงวัฒนธรรม เป็นผู้ประสานงานของไทยกับสำนักเลขาธิการอาเซียน

การนำเสนอ ASEAN Strategic Plan for Culture and Arts ๒๐๑๖-๒๐๒๕ โดยได้กล่าวถึงเป้าหมายประการหนึ่งของพิมพ์เขียว “ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC)” คือ การสร้างความสามัคคีและความสามัคคีในภูมิภาคอาเซียนโดยการสร้างอัตลักษณ์ร่วมกันที่สนับสนุนความเข้าใจที่มากขึ้นและความเคารพซึ่งกันและกันในหมู่ประชาชนในภูมิภาคอาเซียน พิมพ์เขียว ASCC ได้ชี้แนะแนวทางริเริ่มของภาคส่วนวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง “ถือว่ามีความเกี่ยวข้องอย่างมากในการบรรลุวัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ในการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ การรวมความสามัคคีในความหลากหลาย และในการทำความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นในหมู่ประเทศสมาชิกอาเซียน” ด้วยเป้าหมายที่กำหนดโดยพิมพ์เขียว ASCC ภาควัฒนธรรมยังได้ผลักดันการอนุรักษ์ การอนุรักษ์ และการปกป้องมรดกทางวัฒนธรรมของประชาคมอาเซียนเช่นเดียวกัน

ASEAN Strategic Plan for Culture and Arts ๒๐๑๖-๒๐๒๕ มีวัตถุประสงค์ เพื่อการกระชับแนวคิดความร่วมมือของประชาคมอาเซียนให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น อำนวยความสะดวกในการเจรจาข้ามวัฒนธรรมระหว่างประชาชนในอาเซียน ผ่านการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่าง ๆ สร้างความตระหนักและชื่นชมประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศิลปะ ประเพณี และคุณค่าของภูมิภาคอาเซียน รวมทั้งมุ่งหวังที่จะให้ประชาชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของในการอนุรักษ์และรักษามรดกทางวัฒนธรรมของอาเซียน และส่งเสริมการใช้วัฒนธรรมเพื่อความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการสร้างความเป็นอยู่ที่ดี

นำไปสู่การสร้างประชาคมอาเซียนที่เป็นหุ้นส่วนระดับโลกเพื่อการพัฒนาอย่างครอบคลุมคนทุกกลุ่มและยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ของ ASEAN Strategic Plan for Culture and Arts ๒๐๑๖-๒๐๒๕ ได้แก่

(๑) ส่งเสริมบทบาทผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย ด้านการส่งเสริมแนวคิดและอัตลักษณ์ของอาเซียน เพื่อเพิ่มความซาบซึ้งต่อประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ศิลปะ ประเพณี และค่านิยมของประชาคมอาเซียน

(๒) ส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมของอาเซียน โดยเน้นสร้างสายใยวัฒนธรรมที่ยั่งยืนเพื่อเชื่อมโยงภูมิภาคเพื่อพัฒนาความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม

(๓) พัฒนาสิทธิทางวัฒนธรรมของประชาชนทุกคนในอาเซียน เพื่อกระตุ้นการพัฒนาที่ผู้คนสามารถเข้าถึงทรัพย์สินทางวัฒนธรรมอย่างเท่าเทียมและเป็นไปอย่างครอบคลุม เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืน

(๔) กำกับดูแลการมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านนวัตกรรม การสร้างความเป็นอยู่ที่ดี และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศสมาชิกอาเซียน (AMS)

(๕) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและอำนวยความสะดวกในการอภิปรายระหว่างผู้กำหนดนโยบาย ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ปฏิบัติงาน และสถาบันที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและศิลปะ เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการจัดการทุนวัฒนธรรมและมรดกวัฒนธรรม

(๖) ส่งเสริมบทบาทของวัฒนธรรมให้อาเซียนเป็นสมาชิกเชิงรุกของประชาคมโลก
กลไกความร่วมมือขับเคลื่อนกรอบ ASEAN Strategic Plan for Culture and Arts ๒๐๑๖-๒๐๒๕ แบ่งออกเป็น ๔ ระดับด้วยกัน ประกอบด้วย ๑) ความร่วมมือระดับรัฐมนตรีด้านศิลปะและวัฒนธรรมอาเซียน ๒) ความร่วมมือระดับเจ้าหน้าที่อาวุโส ๓) คณะทำงานด้านวัฒนธรรมและข้อมูลสารสนเทศ และ ๔) คณะทำงานย่อยด้านวัฒนธรรมและข้อมูลสารสนเทศ

นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้ง “กองทุนวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Cultural Fund: ACF)” จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นกองทุนสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมและโครงการความร่วมมือของอาเซียนทางด้านวัฒนธรรมและข้อมูลสารสนเทศแต่ละประเทศสามารถจัดหาข้อเสนอโครงการเพื่อรับการสนับสนุนงบประมาณ โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาจัดสรร ได้แก่ มีความสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และปฏิญญาที่เกี่ยวข้อง ประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง ๑๐ ประเทศจะต้องมีความเกี่ยวข้องและมีส่วนร่วมมีวงเงินที่จะขอรับการสนับสนุนไม่เกิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐฯ ผู้เสนอโครงการควรสนับสนุนงบประมาณร่วมด้วย เป็นต้น

ความร่วมมือด้านศิลปะและวัฒนธรรมเป็นประเด็นมีความเชื่อมโยงกับหลายสาขา (cross-cutting) โดยมีกรอบแนวคิดสำคัญ คือ การสร้างความเชื่อมโยงและส่งเสริมซึ่งกันและกันระหว่างกรอบความร่วมมือ “**ประชาคมเศรษฐกิจ**” ซึ่งประกอบด้วย นวัตกรรมและเทคโนโลยี การส่งออกสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว ความเชื่อมโยงทางดิจิทัล ทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาอย่างยั่งยืน และสุขภาพ เข้ากับ “**ประชาคมสังคมและวัฒนธรรม**” อันได้แก่ อัตลักษณ์ ภูมิปัญญาพื้นบ้าน วัฒนธรรมและศิลปะ อาทิจานฝีมือและหัตถกรรม ดนตรีศิลปะการแสดง ทัศนศิลป์ และวรรณกรรม การเชื่อมโยงดังกล่าวมีเป้าหมายสำคัญ คือ การเพิ่มเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และการส่งออกวัฒนธรรม ซึ่ง

ที่ผ่านมาพบว่า สาขาที่มีศักยภาพส่งออกในระดับโลก เรียกว่า “๕F” ประกอบด้วย Food (อาหาร) Film (ภาพยนตร์) Fashion (แฟชั่น) Fighting (มวยไทย) และ Festival (เทศกาลประเพณี)

เมื่อวิเคราะห์โอกาสส่งเสริมความร่วมมือในกรอบอาเซียน พบว่า กรอบอาเซียนและกระทรวงการต่างประเทศ สามารถเข้าไปมีบทบาทสำคัญใน ๕ มิติด้วยกัน ได้แก่ ๑) บูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานด้านศิลปะทุกแขนงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ๒) สนับสนุนหน่วยงาน องค์กร ศิลปินให้เข้าร่วมกิจกรรมและกลไกความร่วมมือด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรอบความร่วมมืออาเซียน ๓) ส่งเสริมบทบาทสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Agency: CEA) ๔) แปลวรรณกรรมไทยเป็นภาษาต่าง ๆ และเผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ และ ๕) ริเริ่มการจัดและเข้าร่วมเทศกาลศิลปะที่ไทยมีศักยภาพ อาทิ ซีรีส์ ภาพยนตร์ หนังสือ โฆษณา และงานศิลปะ

ตัวอย่างกิจกรรมทางวัฒนธรรม ภายในกลุ่มประเทศอาเซียนด้วยกัน เช่น ASEAN Festival of ASEAN, The Best of ASEAN Arts Performing, Cultural Heritage Series Documentary, ASEAN People Exchange Program, ASEAN Youth Camp, Festival of ASEAN Cultural Expressions และ voyage ASEAN Flagship voyage เป็นต้น นอกจากนี้ ความร่วมมือกับประเทศอื่น ๆ นอกกลุ่มอาเซียน Bangkok ASEAN Film Festival (BAFF), Seoul-Thai Festival, Creative Thailand-Guangzhoo เป็นต้น

๔.๑.๓ ผลการอภิปรายเรื่อง แผนงาน ความก้าวหน้า และผลสัมฤทธิ์ของการส่งออก วัฒนธรรม

นางสาวเพชรรัตน์ สายทอง ตำแหน่ง ผู้ตรวจราชการกระทรวงวัฒนธรรม ได้กล่าวถึง บทบาทของกระทรวงวัฒนธรรมในช่วงที่ผ่านมาว่า มีบทบาทในขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์สถิติ ดังนี้ ตัวชี้วัด เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนอย่างตรงจุดให้ประชาชนเข้าถึงและเข้าใจบทบาทของงานวัฒนธรรมต่อการพัฒนาในทุกมิติ สำหรับการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ด้วยมิติวัฒนธรรม โดยเริ่มต้นจากการทำงานภายใต้กรอบ “๕F” ประกอบด้วย Food (อาหาร) Film (ภาพยนตร์) Fashion (แฟชั่น) Fighting (มวยไทย) และ Festival (เทศกาลประเพณี) และต่อมาได้เพิ่มเติมสาขาที่มีศักยภาพจากการต่อยอดทุนวัฒนธรรมสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามนโยบายของรัฐบาลอีก ๖ สาขา เรียกว่า “๕F Plus” โดยเพิ่มสาขาด้านเทศกาล หนังสือ ซอฟต์แวร์และเกม สุขภาพ/สปา/สมุนไพร/เครื่องสำอาง และศิลปะ รวม ๑๐ สาขา โดยแต่ละสาขามีกรอบแนวทางการส่งเสริม สนับสนุน และขับเคลื่อนสู่การเป็นภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้แข็งแกร่ง ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมของไทย ภายใต้แผน “๕F Plus”	
สาขา	แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม
กลุ่มภาพยนตร์ ซีรีส์ โฆษณา แอนิเมชัน และ เทศกาลภาพยนตร์	- การให้ทุนสนับสนุนภาพยนตร์และวีดิทัศน์ที่ส่งเสริม Soft Power ของไทยในเวทีโลก อาทิ ภาพยนตร์แมนสรวง - นำผู้ประกอบการเข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ และการจับคู่ธุรกิจ สร้างรายได้กว่า ๓,๓๐๐ ล้านบาท

สาขา	แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม
	- ส่งเสริมการเผยแพร่ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ทั้งใน และต่างประเทศ - ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์และวีดิทัศน์และอุตสาหกรรม คอนเทนต์ทั้งในประเทศและในต่างประเทศภายใต้ชื่อ - พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านภาพยนตร์รุ่นใหม่ (Content Thailand Academy)
กลุ่มอาหาร เครื่องดื่ม และร้านอาหาร	- ส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาทางด้านอาหาร จากรุ่นสู่รุ่น - จัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องอาหารไทย - ขึ้นทะเบียนรายการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทย และการได้รับการประกาศให้เป็นอาหารยอดเยี่ยมของโลก - สนับสนุนให้มีการต่อยอดอาหารไทยในรูปแบบ “อาหารเป็นยา” และ “อาหารอร่อยร้าน ๑๐๐ ปี” “๑ จังหวัด ๑ เมนู เชิดชูอาหารถิ่น” - สนับสนุนการส่งออกอาหารไทย ขยายตัวกว่าร้อยละ ๑๒ สร้างรายได้กว่า ๙.๙ ล้านล้านบาท เป็นอันดับ ๑๓ ของโลก
กลุ่มงานออกแบบ แฟชั่น และงานกราฟท์	- ส่งเสริมการใช้ผ้าไทยและการออกแบบผ้าไทยให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล - จัดทำทำเนียบผู้ประกอบการผ้าไทย และศูนย์ข้อมูลใหญ่องค์ความรู้เรื่องผ้า (Big Data) - ประกาศและบันทึกจดหมายเหตุผ้าไทยลายอัตลักษณ์ ๗๖ จังหวัด - รณรงค์การสวมใส่ผ้าไทยในโครงการผ้าไทยสวมใส่ ได้จริง “พลิ้ว” และงานภูษาศิลป์จากท้องถิ่นสู่สากล - จัดประกวดออกแบบผ้าไทยร่วมสมัย - จัดงานแฟชั่นโชว์ จัดมหกรรมผ้าไหมไทยสู่เส้นทางโลก โดยมีทูตานุทูตร่วมเดินแบบ
กลุ่มกีฬา	- จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้มวยไทย (Big Data) - ประกาศขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญา ทางวัฒนธรรมของชาติ “มวยไทย” - จัดกิจกรรมใน “วันมวยไทย” (วันที่ ๕ กุมภาพันธ์ของทุกปี)
กลุ่มดนตรี เพลง และคอนเสิร์ต	- จัดเทศกาลดนตรีไทยและนานาชาติ - ส่งเสริมการเรียนการสอนดนตรี “๑ คน ๑ เครื่องดนตรี”
กลุ่มท่องเที่ยวและโรงแรม	- ส่งเสริมและยกระดับเทศกาลประเพณี จากกระดับท้องถิ่นสู่ระดับชาติและนานาชาติ - ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน “เที่ยวชุมชน ยลวิถี” และท่องเที่ยว “๑๐ ตลาดบก และตลาดน้ำ” - ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดงานมหกรรม วัฒนธรรมแห่งชาติ “วิถีถิ่น วิถีไทย” ๔ ภูมิภาค
กลุ่มหนังสือ	- จัดทำจดหมายเหตุในวาระสำคัญของชาติ - จัดทำหนังสือรวบรวมองค์ความรู้ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม

สาขา	แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม
	- อบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวรรณศิลป์ - พัฒนาการให้บริการระบบออนไลน์ของหอสมุดแห่งชาติ และหอจดหมายเหตุแห่งชาติ
กลุ่มศิลปินร่วมสมัย ละครเวที และแกลอรี่	- จัดมหกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยนานาชาติ (Thailand Biennale) จำนวน ๓ ครั้ง ใน ๓ จังหวัด ได้แก่ กระบี่ นครราชสีมา และเชียงราย - สนับสนุนการจัดงานเทศกาลศิลปะแห่งกรุงเทพ - บ่มเพาะเด็กและเยาวชนที่มีพรสวรรค์ให้เป็นศิลปินอาชีพ - จัดให้มีการถ่ายทอดทักษะความรู้จากศิลปินแห่งชาติ ศิลปินศิลปาธร เพื่อสนับสนุนให้เติบโตเป็นศิลปินระดับโลก - พัฒนาศักยภาพนักออกแบบรุ่นใหม่ "ชนช้างกราฟิก" และสร้างแรงบันดาลใจให้กับคนรุ่นใหม่
กลุ่มสุขภาพ สปา จากสมุนไพร-นวัตกรรม และเครื่องสำอาง	- ผลักดันให้ชาวไทยได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของยูเนสโก - ส่งเสริมผู้ประกอบการชาวไทยให้มีรายได้ - อนุรักษ์ภูมิปัญญานวดไทย ผลักดันจาริกวัดโพธิ์ เรื่องการแพทย์แผนไทย ให้เป็นมรดกแห่งความทรงจำของโลก - รวบรวมองค์ความรู้ภูมิปัญญาสมุนไพรไทย และร่วมมือกับหน่วยงาน/องค์กร ที่เกี่ยวข้องพัฒนา เป็นผลิตภัณฑ์เวชสำอาง
กลุ่มซอฟต์แวร์ เกม	- บ่มเพาะ ส่งเสริมทักษะดิจิทัลกราฟิก ให้กับผู้ประกอบการ ผู้ประกอบอาชีพ ด้านดิจิทัล คอนเทนต์ สร้างแรงบันดาลใจดึงดูดคนรุ่นใหม่ ที่สนใจเข้าสู่อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์เกม - ผลักดันและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ด้วยภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม (Cultural Content and Media)

ผลสัมฤทธิ์การขับเคลื่อนงานวัฒนธรรมที่โดดเด่นในช่วงที่ผ่านมา คือ การผลักดันการจดทะเบียนมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของไทย เป็น “มรดกโลก” ขึ้นทะเบียนกับองค์กรยูเนสโก โดยกระทรวงวัฒนธรรมประสบความสำเร็จทั้งสองประเภท และมีแผนผลักดันในอนาคต ดังนี้

ตารางที่ ๔.๒ สถานะของมรดกทางวัฒนธรรมของไทยที่ขึ้นทะเบียนกับองค์กรยูเนสโก

ประเภท	ขึ้นทะเบียนมรดกโลกเรียบร้อยแล้ว	อยู่ระหว่างผลักดันขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก
มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้	- นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และเมืองป้อมปราการ (พ.ศ. ๒๕๓๔)	- อุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท จังหวัดอุดรธานี - วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร จังหวัดนครศรีธรรมราช

	- เมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวาร (พ.ศ. ๒๕๓๔) - แหล่งโบราณบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี (พ.ศ. ๒๕๓๕) - เมืองโบราณศรีเทพ จังหวัดเพชรบูรณ์ (พ.ศ. ๒๕๖๕)	- อนุสรณ์สถานแหล่งต่าง ๆ และภูมิทัศน์ประวัติศาสตร์เชิงใหม่ นครหลวงแห่งล้านนา - แหล่งมรดกวัฒนธรรมปราสาทพนมรุ้ง ปราสาทเมืองต่ำ และปราสาทปลายบัด จังหวัดบุรีรัมย์ - พระธาตุพนม จังหวัดนครพนม
มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้	- โขน (พ.ศ. ๒๖๖๑) - นวดไทย (พ.ศ. ๒๕๖๒) - โนรา (พ.ศ. ๒๕๖๔)	- สงกรานต์ - มวยไทย - ต้มยำกุ้ง - ลอยกระทง - เเคยยา - ผ้าขามม้า

กระทรวงวัฒนธรรมยังได้มีการขึ้นบัญชีมรดกทางวัฒนธรรมระดับประเทศ ในส่วนของมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้อีกจำนวน ๓๙๔ รายการ ประกอบด้วย ศิลปะการแสดง ๘๗ รายการ งานช่างฝีมือดั้งเดิม ๘๒ รายการ วรรณกรรมพื้นบ้าน ๙๑ รายการ การเล่นพื้นบ้าน ๔๒ รายการ แนวปฏิบัติทางสังคม ๔๕ รายการ และความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติ ๔๗ รายการ นอกจากนี้ กระทรวงวัฒนธรรมได้มีแนวคิดผลักดันการจัดตั้ง “เมืองสร้างสรรค์ (Creative City)” ทั้งที่ได้ดำเนินการแล้ว อยู่ระหว่างรอการพิจารณา และอยู่ระหว่างการขับเคลื่อน ดังนี้

ตารางที่ ๔.๓ สถานการณ์ขับเคลื่อนผลักดันพื้นที่เมืองสร้างสรรค์ (Creative City)

ผลสัมฤทธิ์	จังหวัด/สาขา
ดำเนินการแล้ว	- ภูเก็ต สาขาอาหาร (พ.ศ. ๒๕๕๘) - เชียงใหม่ สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (พ.ศ. ๒๕๖๐) - สุโขทัย สาขาหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (พ.ศ. ๒๕๖๒) - กรุงเทพมหานคร สาขาการออกแบบ (พ.ศ. ๒๕๖๒) - เพชรบุรี สาขาอาหาร (พ.ศ. ๒๕๖๔)
อยู่ระหว่างรอการพิจารณา	- เชียงราย สาขาการออกแบบ (เสนอ พ.ศ. ๒๕๖๖) - สุพรรณบุรี สาขาคดนตรี (เสนอ พ.ศ. ๒๕๖๖)
อยู่ระหว่างการขับเคลื่อน	- น่าน สาขาหัตถกรรมและศิลปะ - นครปฐม สาขาคดนตรี

ที่ผ่านมา กระทรวงวัฒนธรรมยังได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (Cultural Product of Thailand : CPOT) โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ๕,๙๖๖ รายการ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ๓,๗๓๐ คน จับคู่ธุรกิจ ๒๖๕ คู่ บรรทุกซื้อคกลงความร่วมมือ

๗ หน่วยงาน สร้างรายได้มากกว่า ๖๐๐ ล้านบาท และส่งเสริมช่องทางจัดจำหน่ายกว่า ๑๒ ล้านบาท ผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และห้างค้าปลีก

ด้านการบริหารจัดการมรดกวัฒนธรรมทั่วประเทศ พบว่า กระทรวงวัฒนธรรมดำเนินการดูแลแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมหลายประเภท ประกอบด้วย พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ๔๒ แห่ง โบราณสถาน ๙,๒๕๑ แห่ง หอสมุดแห่งชาติ ๑๕ แห่ง โบราณวัตถุ ๒๗๙,๔๘๕ รายการ อุทยานประวัติศาสตร์ ๑๑ แห่ง หอสมุดแห่งชาติ ๑๒ แห่ง ข้อมูลดิจิทัลหอสมุดแห่งชาติ ๕๙๔,๔๑๑ รายการ และข้อมูลดิจิทัลของหอจดหมายเหตุ ๑,๕๐๒,๑๖๒ รายการ มีแผนกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนในรูปแบบตลาดวัฒนธรรม ๘๙ แห่ง ร้านอาหารอร่อย ๑๐๐ ปี ๗๒ ร้าน และประเพณี/เทศกาลสำคัญ ๒๕๓ เทศกาล

แผนการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ระยะต่อไป ในภาพรวมขับเคลื่อนด้วยกลยุทธ์ ๑ ปัจจัย ๒ แผนงาน และ ๓ เป้าหมาย โดย ๑ ปัจจัยสำคัญ คือ “ทุนวัฒนธรรม” แผนงาน จำนวน ๒ แผนงาน ได้แก่ (ร่าง) แผนขับเคลื่อนซอฟพาวเวอร์ด้วยวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐ และ (ร่าง) แผนปฏิบัติการส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศผ่านสื่อบันเทิงในลักษณะอำนาจละมุน เพื่อบรรลุเป้าหมายใน ๓ เป้าหมาย ได้แก่ ๑) เพิ่มสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศด้วยสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ ๘.๓๙ เป็นร้อยละ ๑๕.๐๐ และติดอันดับ ๑ ใน ๑๕ ประเทศที่มีมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมในตลาดโลก ๒) ประเทศไทยติดอันดับโลกด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมที่ดีขึ้น และ ๓) ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการสร้างสรรค์ศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญของโลก

ปัจจุบันอยู่ระหว่างการจัดทำ “(ร่าง) แผนขับเคลื่อนซอฟพาวเวอร์ด้วยวัฒนธรรม เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐” โดยความร่วมมือระหว่างกระทรวงวัฒนธรรมกับสถาบันศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มีการกำหนด Thailand's Soft Power Positioning จัดทำแนวทางการสื่อสารภูมิพลังวัฒนธรรมไปยังกลุ่มเป้าหมาย บูรณาการทุกภาคส่วนบนฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ ศึกษาแนวโน้มการตลาดของสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมไทย ต่อยอดสู่ภูมิพลังวัฒนธรรมรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์เพื่อกำหนดแบรนด์ประเทศไทย จัดทำแผนงานข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย แนวทางการพัฒนา กลยุทธ์ กลไกขับเคลื่อน

แผนขับเคลื่อนฯ ดังกล่าวมีขั้นตอนการจัดทำโดยเริ่มจากศึกษาแนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมและความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ วิเคราะห์ภูมิพลังวัฒนธรรมในมิติวัฒนธรรมของไทยและต่างประเทศ วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม กับความท้าทายของประเทศไทย ศึกษาจากประเทศที่ประสบความสำเร็จ สัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง กำหนดกลุ่มเป้าหมายและวิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาและพัฒนาดัชนีชี้วัดภูมิพลังวัฒนธรรมของไทย และกำหนดจุดยืนของประเทศไทยสู่การสร้างแบรนด์ประเทศไทย ภายในแผนดังกล่าวมีรายละเอียดสำคัญ เช่น วิสัยทัศน์ พันธกิจ แนวทาง เป้าหมาย ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ส่งเสริมภูมิพลังวัฒนธรรมด้วยมิติวัฒนธรรม ความเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติ และแผนฯ ๑๓ ข้อเสนอแบรนด์ประเทศไทย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย วิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า แนวทางการแปลงแผนสู่การปฏิบัติ ตัวชี้วัด เป็นต้น

๔.๑.๔ ผลการอภิปราย หัวข้อ ภาษาและพลังภูมิพลังวัฒนธรรม: กลยุทธ์สู่ความสำเร็จจากมุมมองระดับโลก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุมิตรา สุวรรตน์เดชา อาจารย์ประจำ สถาบันวิจัยภาษาและเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล ได้กล่าวถึง ผลการศึกษาจากกลยุทธ์พลังภูมิพลังวัฒนธรรม (soft power strategy) ที่นานาประเทศนำมาใช้ในการสร้างฐานภูมิพลังวัฒนธรรมในระดับสากล จะทำให้เราได้เห็น บทเรียนต้นแบบและแนวทางในการออกแบบนโยบายที่นำมาซึ่งความสำเร็จในการวางรากฐานภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ได้

ผลการสำรวจจาก Brand Finance ซึ่งเป็นองค์กรระดับโลกที่ให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาแบรนด์ชาติ หรือภาพจำของประเทศ (Nation Brand) ในปี พ.ศ. ๒๕๖๖ พบว่า ประเทศที่ติดอันดับ TOP ๓ มาอย่างต่อเนื่องคือ ประเทศ สหรัฐอเมริกา ประเทศสหราชอาณาจักร และ ประเทศเยอรมัน ประเทศในภูมิภาคเอเชียที่ติด TOP ๕ มีเพียงสองประเทศคือ ประเทศญี่ปุ่น และ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน

เมื่อศึกษานโยบายและการวางแผนภาษา (Language Policy and Planning, LPP) ของประเทศต่าง ๆ ที่ติดอันดับสูงสุด ๕ ประเทศ พบว่า ทุกประเทศดังกล่าว มีนโยบายและการวางแผนภาษาและวัฒนธรรมเป็นหัวใจหลักของการขับเคลื่อนพลังภูมิพลังวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ อาจกล่าวได้ว่า การวาง ‘ภาษา’ เป็นกลยุทธ์สำคัญในนโยบายภาษาระดับนานาชาติเพื่อขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม (soft power) นำไปสู่ความความเข้มแข็งและความยั่งยืนของแผนพัฒนา soft power ได้อย่างเป็นรูปธรรม

บทบาทของภาษาในระดับนโยบายของประเทศที่ติดอันดับสูงสุด ๕ อันดับในดัชนีการสำรวจศักยภาพด้านภูมิพลังวัฒนธรรม คือ ประเทศทั้ง ๕ มีนโยบายและการวางแผนภาษาและวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ ดังนี้

(๑) สหรัฐอเมริกา ใช้นโยบายแอบแฝงโดยอ้อม (covert and indirect) นโยบายของอเมริกา คือการให้การสนับสนุนและส่งเสริมการเรียนภาษาอังกฤษแบบอเมริกันร่วมไปกับการดำเนินการตามแผนยุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยี ด้วย (๑) การสนับสนุนการเรียนภาษาอังกฤษในบริบทของการศึกษาทั้งการแลกเปลี่ยนนักเรียน นักศึกษา เพื่อมาเรียนภาษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น (๒) การผลักดันให้ภาษาอังกฤษเป็นหนึ่งในภาษาทางการในองค์กรระดับนานาชาติ (๓) การพัฒนาความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีร่วมไปกับการส่งเสริมการใช้และการเรียนภาษาอังกฤษในนานาประเทศ (๔) การเผยแพร่วัฒนธรรมประชานิยม (pop culture) ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ ละคร เป็นต้น

(๒) สหราชอาณาจักร ใช้นโยบายแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct) โดย (๑) การจัดตั้งศูนย์สอนภาษาอังกฤษ British Council ในต่างประเทศตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๓๔ เพื่อเผยแพร่ภาษาอังกฤษแบบสหราชอาณาจักร (British English) ในต่างประเทศ สร้างพื้นฐานความรู้และความเข้าใจที่เป็นมิตรของผู้คนในประเทศสหราชอาณาจักรในต่างประเทศ เข้าถึงปรัชญาและวิถีชีวิตของสหราชอาณาจักร ซึ่งจะนำไปสู่การเห็นอกเห็นใจต่อบทบาทต่างประเทศของอังกฤษ ศูนย์สอนภาษาอังกฤษ British Council มีพันธกิจหลักคือ (ก) สนับสนุนให้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาของการวิจัยและเทคโนโลยีเพื่อเอื้อประโยชน์ให้กับเจ้าของภาษา (ข) เพิ่มจำนวนผู้เรียนภาษาอังกฤษเป็น

ภาษาต่างประเทศ และเพิ่มทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษของผู้เรียน (ค) มุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการเรียนรู้ภาษาอังกฤษในฐานะภาษาต่างประเทศ เป็นการเรียนภาษาอังกฤษในฐานะภาษาที่สอง โดยเฉพาะในประเทศที่มีการพูดภาษาอังกฤษ รวมไปถึงภาษาประจำชาติหรือภาษาพื้นถิ่น ทั้งนี้ ภาษาอังกฤษแบบสหราชอาณาจักร (British English) ได้รับการยอมรับจาก British Academy ว่าเป็นทรัพยากรหลักในการสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม (soft power asset) ที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จของ Brand Britain ในปัจจุบัน (British Academy Report, ๒๐๑๔) กลยุทธ์ Soft power

อีกประการของประเทศสหราชอาณาจักรคือ การสร้างภาษาอังกฤษแบบสหราชอาณาจักร (British English) ให้เป็นมาตรฐานและมีเกณฑ์ในการวัดระดับในระดับนานาชาติ การส่งเสริมและสนับสนุนให้นักเรียนและนักศึกษาต่างชาติมาเรียนภาษาอังกฤษแบบสหราชอาณาจักรในประเทศ และการสนับสนุนให้นักศึกษาต่างชาติมาศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นในประเทศสหราชอาณาจักรที่เอื้อให้เกิดประโยชน์กับสหราชอาณาจักรใน ๒ ประเด็นคือ นักศึกษาต่างชาติเกิดความผูกพันที่ยาวนานกับประเทศสหราชอาณาจักร และนักศึกษาที่จบการศึกษานำแนวคิด และแนวทางแบบสหราชอาณาจักรไปเผยแพร่ หรือใช้ในประเทศต้นกำเนิดของตนทำให้สหราชอาณาจักรสามารถสร้างตลาดทางธุรกิจใหม่ๆ ได้ ตัวอย่างนโยบายและการวางแผนภาษาในระดับนานาชาติของประเทศสหราชอาณาจักรได้แสดงหลักฐานที่ชัดเจนของความผูกพันอันแน่นแฟ้นระหว่างการส่งเสริมการเรียนรู้ภาษา และการเพิ่มความน่าดึงดูดและความเข้าใจในฐานะพื้นฐานของ "การเห็นคุณค่าด้วยความเข้าใจและเห็นอกเห็นใจ" ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของภูมิพลังวัฒนธรรม

(๓) เยอรมัน เป็นประเทศที่มีความน่าสนใจ เนื่องจากภาษาเยอรมันมีสถานภาพเป็นภาษาท้องถิ่น เยอรมันมีนโยบายส่งเสริม ภาษา ศิลปะ และวรรณกรรมในระดับนานาชาติในบริบทของการศึกษา วัฒนธรรมสร้างสรรค์ นโยบายและการวางแผนภาษาและวัฒนธรรมในระดับนานาชาติเป็นแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct) โดยมีการจัดตั้งสถาบัน เกอเธ่ ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๕๒ สถาบันเกอเธ่ทำหน้าที่เป็นทั้งศูนย์สอนภาษา ศูนย์สอบ และศูนย์เผยแพร่วัฒนธรรม สถาบันเกอเธ่ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากรัฐบาลเยอรมัน ผ่านกระทรวงต่างประเทศ และมีการจัดสรรงบประมาณส่วนหนึ่ง เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนภาษาเยอรมันในโรงเรียนท้องถิ่นในประเทศต่าง ๆ และการจัดตั้งสถาบันเกอเธ่ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

นอกจากนี้ นโยบายและการวางแผนภาษาในระดับต่างประเทศของเยอรมันยังมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการย้ายถิ่นฐานของ ผู้บริหารระดับสูง (top executives) เพื่อให้ เยอรมันเป็นผู้นำด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์และวิจัยในระดับโลก การลงทุนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาเยอรมันในประเทศเป็นแนวทางในการสร้างแรงดึงดูดทางวัฒนธรรม (cultural attractiveness) เพื่อเสริมพลังภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศ ผลสำรวจทัศนคติของนักศึกษานานาชาติ แสดงว่า นักศึกษานานาชาติมองประเทศเยอรมันว่าเป็นประเทศที่มีมหาวิทยาลัยที่มีความน่าสนใจ มีมาตรฐานระดับโลกทั้งในมิติการศึกษาและวิจัย มีเศรษฐกิจที่ดี เป็นผู้นำด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เป็นประเทศที่มีนักคิด และศิลปิน และวรรณกรรมที่โดดเด่น (DAAD et al., ๒๐๒๑) นอกจากสถาบันเกอเธ่ ประเทศเยอรมันยังมีสถาบันแลกเปลี่ยนทางวิชาการ Deutscher Akademischer Austauschdienst German Academic Exchange Service (DAAD) Zentrale für Auslandsschulwesen The Central Agency for German Schools Abroad (ZFA), Pädagogischer Austauschdienst German foreign exchange

service (PAD) ที่เป็นองค์กรรัฐบาลที่ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ การศึกษาในต่างประเทศ และบริการแลกเปลี่ยนการสอนในต่างประเทศอีกด้วย

(๔) ญี่ปุ่น จัดอยู่ในอันดับที่ ๔ ในดัชนีการสำรวจศักยภาพด้านพลังภูมิวัฒนธรรม ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ประเทศญี่ปุ่นมีนโยบายและการวางแผนภาษาและวัฒนธรรมแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct) โดยมีสถาบัน Japan Foundation ที่เน้นการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมญี่ปุ่นกับนานาประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างสรรค์โอกาสในการพุ่มพักรักษามิตรภาพ ความไว้วางใจ และความเข้าใจซึ่งกันและกันผ่านภาษาและวัฒนธรรม เพื่อปลูกฝังมิตรภาพและความผูกพันระหว่างประเทศญี่ปุ่นและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก

นอกจากนี้ประเทศญี่ปุ่นยังใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ที่มีภาษาเป็นกุญแจหลักในการสร้างพลังภูมิวัฒนธรรมของประเทศไม่ว่าจะเป็น กิจกรรมทางวัฒนธรรมที่สนับสนุนโดยรัฐบาลญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็น เทศกาล กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการทางวัฒนธรรม นิทรรศการ และการแสดงที่นำเสนอศิลปะและวัฒนธรรมญี่ปุ่นแบบดั้งเดิม เช่น พิธีชงชา การจัดดอกไม้ ฟุกันญี่ปุ่น ศิลปะการแสดงคาบูกิ ที่มีจะมีภาษาญี่ปุ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญ โครงการที่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายคือ โครงการริเริ่ม "Cool Japan" ของญี่ปุ่นที่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่น รวมถึงอะนิเมะ มังงะ เพลง เจป๊อป และวิดีโอเกม ซึ่งมักใช้ภาษาญี่ปุ่น การส่งออกทางวัฒนธรรมเหล่านี้มีฐานคนติดตามทั่วโลกและมีส่วนสนับสนุนพลังภูมิวัฒนธรรมของญี่ปุ่นโดยการสร้างความสนใจในภาษาและวัฒนธรรมของญี่ปุ่นเป็นกลยุทธ์หลัก นอกจากนี้ บริษัทกระจายเสียงและแพร่ภาพแห่งญี่ปุ่น (NHK) มีการผลิตและนำเสนอสื่อข่าวสารต่างประเทศ และรายการวัฒนธรรมในหลายภาษา การออกอากาศเหล่านี้ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของญี่ปุ่นและช่วยเผยแพร่ภาษาญี่ปุ่นไปด้วย ในมิติของการศึกษาญี่ปุ่นสนับสนุนการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการเรียนภาษาญี่ปุ่นของนักเรียน นักศึกษาต่างชาติทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในมิติภาษา วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และสังคมของญี่ปุ่น ซึ่งล้วนมีส่วนทำให้เกิดภูมิพลังวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งของประเทศญี่ปุ่น

(๕) จีน อยู่ในอันดับที่ ๕ ในดัชนีการสำรวจศักยภาพด้านพลังภูมิวัฒนธรรม นโยบายและการวางแผนภาษาในระดับนานาชาติของจีนนอกจากจะเป็นแบบเปิดเผยและตรงไปตรงมา (overt and direct) ยังเป็นแบบขยายออก (expansionistic) ที่มีความยืดหยุ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของท้องถิ่นในภูมิภาคต่าง ๆ ได้อย่างชาญฉลาดและแยบยล ความพยายามของจีนในการเพิ่มพลังภูมิวัฒนธรรมนั้นส่วนใหญ่มีพื้นฐานอยู่บนการส่งเสริมเรียนรู้ภาษาและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจีนในฐานะทรัพย์สินที่ยิ่งใหญ่ที่สุดของประเทศ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจ ประเทศจีนมีการจัดตั้งสถาบันขงจื๊อและห้องเรียนขงจื๊อในหลายประเทศเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาจีน (กลาง) และวัฒนธรรมจีน รัฐบาลจีนยังสนับสนุนการเผยแพร่สื่อของจีน เช่น CCTV และสนับสนุนการใช้ภาษาจีนกลางในธุรกิจระหว่างประเทศและการทูต

นโยบายและการวางแผนภาษาของจีนในระดับนานาชาติมีพื้นฐานมาจากความคิดริเริ่มจากบนลงล่างที่ได้รับแรงบันดาลใจจาก Hanban “สถาบันสาธารณะในเครือกระทรวงศึกษาธิการของจีน ซึ่งมุ่งมั่นที่จะจัดหาทรัพยากรและบริการการสอนภาษาและวัฒนธรรมจีนทั่วโลก” โดยมีสถาบันขงจื๊อเป็นผู้ดำเนินการ เครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมภาษาของสาธารณรัฐประชาชนจีน มีกลไกคือ ๑) การเสนอโอกาสทางการศึกษาแก่นักศึกษาต่างชาติ ๒) การให้ความช่วยเหลือและความร่วมมือกับ

ประเทศเครือข่ายอย่างครอบคลุม ๓) การสอนภาษาจีนโดยตรงผ่านสถาบันขงจื่อและชั้นเรียนขงจื่อ และ ๔) ส่งเสริมการบูรณาการหลักสูตรภาษาจีนเข้ากับระบบการศึกษาของประเทศต่าง ๆ ปัจจุบันมีสถาบันขงจื่ออยู่ใน ๑๒๖ ประเทศทั่วโลก และมีการทำสื่อวิทยุและสื่อออนไลน์สถาบันขงจื่อร่วมไปกับการพัฒนาโทรทัศน์สถาบันขงจื่ออีกด้วย ที่สำคัญการดำเนินการของ Hanban ใช้เงินทุนต่ำกว่าองค์กรส่งเสริมภาษาและวัฒนธรรมอื่น ๆ อย่างมาก เช่น บริติช เคานซิล หรือสถาบันเกอเธ่ ประสิทธิภาพของนโยบายและการวางแผนภาษาระดับนานาชาติของจีนส่วนหนึ่งเป็นผลมาจาก "การปรับเข้าสู่ความเป็นท้องถิ่นในระดับสูง" ซึ่งหมายถึง การฝึกอบรมครูในท้องถิ่นที่มีความสามารถ และการบูรณาการเข้ากับความต้องการที่แท้จริงของท้องถิ่นโดยนำเสนอคำตอบหรือแนวทางการดำเนินการร่วมที่ยืดหยุ่น และเป็นไปตามความต้องการด้านการศึกษาในปัจจุบันและระบบการศึกษาของท้องถิ่นเป็นสำคัญ

นอกจากนี้ ประเทศจีนยังมีนโยบายผสมผสานระหว่างแนวทางการสนับสนุนแบบ “走出去” “引进来” 'การเปิดกว้างสู่ภายนอก' และ 'การนำเข้า' ตั้งแต่ปี ค.ศ. ๑๙๙๖ ซึ่งเป็นการส่งเสริมและรณรงค์การยืนหยัดที่จะเปิดกว้างสู่โลกภายนอกอย่างรอบด้านและปรับปรุงความน่าดึงดูดใจของการ "นำเข้า" และความสามารถในการแข่งขันของ "การออกสู่ภายนอก" อยู่เสมอ (必须坚持全方位对外开放，不断提高“引进来”的吸引力和“走出去”的竞争力) ทำให้เกิดนโยบายที่ทั้งครอบคลุมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนภาษาวัฒนธรรม นำไปสู่มิตรภาพและความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ

(๖) เกาหลีใต้ เป็นประเทศที่หลายประเทศให้ความสนใจ ถึงแม้ว่าอันดับของประเทศเกาหลีใต้ในดัชนีการสำรวจศักยภาพด้านพลังภูมิวัฒนธรรมของประเทศเกาหลีใต้จะอยู่ในอันดับที่ ๑๕ (ตกลงมาจากปีที่แล้ว ๓ ลำดับ) คุณลักษณะที่โดดเด่นของการทูตวัฒนธรรมเกาหลีคือการเพิ่มขึ้นของการบริโภควัฒนธรรมป๊อปเกาหลีทั่วโลก ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงทศวรรษ ๑๙๙๐ และเป็นกระบวนการที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ด้านสื่อบันเทิง เช่น วัฒนธรรมป๊อป ภาพยนตร์ ดนตรี วรรณกรรม และละครโทรทัศน์ ส่งออกไปต่างประเทศ ที่ถูกมองว่าเป็นเครื่องมือสำหรับพลังภูมิวัฒนธรรม และเป็นเครื่องมือในการเพิ่มชื่อเสียงของเกาหลีในภูมิภาค (Feng & Zhao, ๒๐๑๘, หน้า ๙๔) ยิ่งไปกว่านั้น ในปี พ.ศ. ๒๕๖๖

ประเทศเกาหลีใต้มีเป้าหมายที่จะเพิ่ม ทุนในการสนับสนุน โครงการด้านภาษาและวัฒนธรรม อย่างต่อเนื่อง ในเดือนมกราคม ๒๐๒๓ กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้ได้จัดสรรเงินจำนวน ๘๔๔.๒ พันล้านวอนสำหรับการสร้างและโปรโมตเนื้อหา K-content สนับสนุนให้วัฒนธรรมเกาหลี “เป็นที่ผลิตเพลินของสาธารณชนและได้รับการชื่นชมจากทั่วโลก” (MCST, ๒๐๒๓). กระแส Hallyu ‘ฮันรยู’ จุดประกายความสนใจในการเรียนภาษาเกาหลีเพิ่มมากขึ้น: การทำความเข้าใจภาพยนตร์และดนตรีเกาหลีเป็นแรงบันดาลใจอย่างมากให้นักเรียนภาษาหันมาศึกษาภาษาเกาหลี สถาบันวัฒนธรรมและภาษาชั้นนำที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลเกาหลีคือ King Sejong Institute Foundation (KSIF) ในเดือนมีนาคม พ.ศ. ๒๕๕๒ KSI ได้รับการระบุว่าเป็นหนึ่งใน ๑๐ ลำดับความสำคัญของ Presidential Council of National Branding เป็นผลให้จำนวนสถาบันเพิ่มขึ้นจาก

๒๙ แห่งในปี ๒๐๑๐ เป็น ๒๔๔ แห่งในเดือนพฤษภาคม ๒๐๒๓ เมื่อเปรียบเทียบกับสถาบัน Goethe ที่ ๑๒ แห่ง ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และโอเชียเนียประกอบด้วยศูนย์ KSIF ๕๕ แห่ง (KSIF, ๒๐๒๓)

๔.๑.๕ การอภิปรายถอดบทเรียนการเดินทางจัดทำสารคดี เรื่อง "เขียนแผ่นดินสุวรรณภูมิ"

นายพัฒนา จีรวงศ์ ผู้กำกับภาพยนตร์และนักวิชาการอิสระ และอนุกรรมการศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา ได้นำเสนอสารคดี เรื่อง “เขียนแผ่นดิน” โดยนำเสนอเสนอหารูปแบบวิธีทัศน์ จำนวน ๔ ตอน ประกอบด้วย ๑) เขียนแผ่นดินสุวรรณภูมิเมียนมาตอน มุมมองเมียนมา ๒) เขียนแผ่นดินสุวรรณภูมิเวียดนามตอน บ้านหัวถนน ๓) เขียนแผ่นดินสุวรรณภูมิกำพูชา ตอน สำหรับกำพูชา และ ๔) เขียนแผ่นดินสุวรรณภูมิมาเลเซียตอน อ่านกวี

นายพัฒนา จีรวงศ์ ได้นำเสนอประสบการณ์และบทเรียนสำคัญจากการได้เข้าร่วมในการถ่ายทำสารคดีในครั้งนี้ว่า เป็นโอกาสที่ศิลปินของไทยได้ทราบถึงความสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมร่วมกันในคาบสมุทรสุวรรณภูมิ เช่น ในพื้นที่บ้านหัวถนน เมืองเดียนเบียนฟู ประเทศเวียดนาม ซึ่งมีชาว “ไทยดำ” ซึ่งข้อสังเกตจากการเดินทางในครั้งนี้ คือ ความคล้ายคลึงกันของภาษาคำที่ใช้คล้ายคลึงกับภาษาอีสานของไทย มีการหยิบยืมและผสมผสานวัฒนธรรมหลากหลายปรากฏออกมาเป็นเครื่องดนตรี วิถีชีวิตชุมชน เกษตรกรรม การแต่งกาย และการขับร้อง เป็นต้น นอกจากนี้ คนที่นั่นยังเชื่อว่า รากฐานของคนไทยอพยพมาจากเมืองเดียนเบียนฟู การถ่ายทำสารคดีดังกล่าวจึงมิใช่แค่สารคดีท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงโอกาสในการเรียนรู้ของศิลปินในลักษณะ “ข้ามวัฒนธรรม” และสามารถนำประสบการณ์ ภูมิความรู้มาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงานอื่น ๆ เช่น การแต่งบทกวี

สารคดีชุดดังกล่าว ยังได้นำเสนอให้เห็นภาพ “ความหลากหลายทางวัฒนธรรม” รวมทั้งความเชื่อทางประวัติศาสตร์ โอกาสในการทำงานและเรียนรู้ในรูปแบบ “ศิลปินพำนัก” ที่ไม่เป็นทางการ ตลอดจนเป็นโอกาสที่ศิลปินได้มีโอกาสเอาหัวใจ อารมณ์ และความรู้สึกไปสัมผัสกับพื้นที่และผู้คนจนเกิดความซาบซึ้งผ่าน “อาตนะทั้ง ๖” นอกจากนี้ บทเรียนในมิติด้านการบริหารจัดการในครั้งนี้ ยังรวมไปถึงโอกาสในการสร้างประสบการณ์ด้านการวางแผนการทำงาน การเดินทาง ค่าใช้จ่าย การเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ภาพเคลื่อนไหว ภาพถ่าย การจดบันทึก การผลิตสื่อสำหรับนำเสนอสู่สาธารณะชน รวมทั้งการผลิตและสร้างสรรค์ผลงานที่เกิดขึ้นออกมาต่อเนื่อง และการผันตนเองของศิลปินไปสู่การทำงานในลักษณะของ “ทูตวัฒนธรรม” ของภาคประชาชน

๔.๒ ผลการจัดงานนิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ หัวข้อ แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ

โครงการสัปดาห์นิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ ในหัวข้อ “แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ” เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการพิจารณาศึกษา เพื่อระดมข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ ภาคประชาสังคม และสื่อมวลชนของประเทศไทย ตลอดจนผู้แทนทางการทูตและหน่วยงานที่ขับเคลื่อนภารกิจด้านการทูต วัฒนธรรมและการทูตสาธารณะของประเทศต้นแบบ อาทิ สหรัฐฯ สหราชอาณาจักร เยอรมัน จีน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และอินเดีย เพื่อนำไปประมวลผลและจัดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้กับรัฐบาลและ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมและการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมของประเทศไทยกับนานาประเทศในเชิงยุทธศาสตร์ โดยวางอยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาอย่างยั่งยืนในมิติต่าง ๆ และการพัฒนาประเทศที่ทุกฝ่ายได้ประโยชน์ร่วมกันอย่างครอบคลุม

กิจกรรมดังกล่าวจัดขึ้นระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๓ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ เวลา ๐๙.๐๐-๑๘.๐๐ น. ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น ๑ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร โดยมีหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคม ร่วมส่งข้อมูลสำหรับจัดทำนิตรรศการ จำนวน ๑๗ หน่วยงาน และมีการเสวนาทางวิชาการ ๓ วัน จำนวนผู้เข้าร่วมเสวนาและให้ข้อเสนอแนะ จำนวนรวมทั้งสิ้น ๑๗ คน

การดำเนินกิจกรรมเสวนาทางวิชาการ เริ่มต้นในวันที่ ๑๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ เวลา ๑๐.๐๐ น. โดย รองศาสตราจารย์ ดร.เกศินี ประทุมสุวรรณ ประธานคณะกรรมการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ ได้กล่าวต้อนรับและกล่าวรายงาน และนายมหารณพ เดชวิทักษ์ ประธานคณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา เป็นผู้กล่าวเปิดโครงการสัปดาห์นิตรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ ในหัวข้อ “แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ”

ผลการจัดกิจกรรมเสวนาวิชาการวันที่ ๑๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ ในแต่ละช่วง สรุปได้ดังนี้

๔.๒.๑ ผลการปาฐกถาพิเศษ เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลัง วัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ” โดย อาจารย์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานคณะกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานคณะกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา “วัฒนธรรม” มีความสำคัญในการสานความเป็นหนึ่งเดียวกันของสังคมโลก คำว่าวัฒนธรรม คำว่า “วัฒนธรรม” มาจากคำศัพท์บาลีสันสกฤต โดยคำว่า “วัฒน” แปลว่า จอกเงยขึ้น ซึ่งเป็นคำกลาง ๆ ที่มีความหมายทั้งในทิศทางเชิงบวกและเชิงลบ แต่มักนำคำว่า “วัฒน” มาใช้ประกอบคำในทิศทางที่ดี ส่วนคำว่า “ธรรม” เป็นคำที่มีความหมายอย่างกว้าง ซึ่งพุทธศาสนิกชนเคยกล่าวไว้ว่า สิ่งที่ไม่ได้รับความเป็นธรรมมากที่สุด คือ คำว่า “ธรรม” นั่นเอง ซึ่งมีรากศัพท์มาจาก “ธ” แปลว่า ทรงไว้ซึ่งความเป็นเช่นนั้น ดังนั้น คำว่า “วัฒนธรรม” จึงหมายถึง สิ่งที่ทรงไว้ซึ่งความเป็นเช่นนั้น ความจอกเงยขึ้น อาจกล่าวได้ว่า คำว่า “วัฒนธรรม” เป็นคำที่ใช้กันกลาง ๆ เท่านั้นเอง

เมื่อมีการนำคำว่า “Soft Power” มาใช้ สามารถแปลความหมายตรงตัวได้ว่า วัฒนธรรมอย่างอ่อน วัฒนธรรมนุ่มนวล หรือในคำศัพท์ไทยโบราณใช้คำว่า ไม้แข็ง ไม้ฉนวน ซึ่งการนำคำภาษาอังกฤษดังกล่าวมาใช้ อาจทำให้ประชาชนโดยทั่วไปไม่เข้าใจในความหมายของของคำจำกัดความที่แท้จริง จึงได้มีการกำหนดคำว่า “Soft Power” เป็นคำว่า “ภูมิพลังวัฒนธรรม” หมายถึง วัฒนธรรมที่ดีที่เป็นทั้งพลังและอำนาจ

หากพิจารณาถึงองค์ประกอบของคำว่า “ภูมิพลังวัฒนธรรม” สามารถอธิบายได้ว่า คำว่า “ภูมิพลัง” ในอีกความหมายหนึ่ง หมายถึง ประวัติ ส่วนคำว่า “พละ” คือ พลัง ประกอบกับพระนามของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ ๙ คือ “ภูมิพล” จึงมีความหมายในอีกทางคือ “ภูมิพลัง” นั่นเอง ส่วนคำว่า “วัฒนธรรม” หมายถึง สิ่งที่ยกเงยขึ้น สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นมา โดยส่วนใหญ่คำว่า วัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มนุษย์เป็นผู้สร้าง เพื่อให้มนุษย์มีชีวิตอยู่อย่างปกติสุขร่วมกัน อาจกล่าวได้ว่า คำว่า

“วัฒนธรรม” จึงหมายถึง วิถีชีวิตของมนุษย์ทุกชาติ ทุกศาสนา ทุกสังคม ที่ต้องมีชีวิตเพื่อสร้างสรรค์ ความปกติสุขของสังคม ยกตัวอย่างเหตุการณ์เครื่องบินตกในป่าเมซอน เมื่อเดือนพฤษภาคม ๒๕๖๖ ซึ่งมีผู้รอดชีวิตเป็นเด็ก ๔ คน โดยได้ใช้ชีวิตในป่าเมซอนถึง ๔๐ วัน จากเหตุการณ์ดังกล่าวนี้สะท้อนให้เห็นถึง “พลังของมนุษย์ที่มนุษย์มี” จึงเป็นแรงบันดาลใจให้ได้เขียนกลอนขึ้น ดังนี้

“พลังของมนุษย์ที่มนุษย์มี”

เธอคือ พลัง ความพิสุทธ์	ของความเป็นมนุษย์ ที่สุดยิ่ง
เมื่อเผชิญ เรื่องจริงยิ่งกว่าจริง	...ถูกทิ้งอยู่ในป่าเมซอน !!
หนึ่ง เผชิญภาวะรับผิดชอบ	พี่กับน้องมอบแก่กันก่อน
สอง คือความกล้าหาญ ทุกขั้นตอน	สู้สรรพภัยที่ซ่อน ทุกสารทิศ
สาม เผชิญอาลัยแทบใจขาด	แม่มาดับอนาถ ณาจวิฤต
สี่ ต้องหาอาหารประทังชีวิต	ห้า ต้องเผชิญ ต้องพิชิต...สุดคิดแล้ว...
เธอคือ พลัง มนุษยชาติ	พิสุทธ์วัยใสสะอาด ดังหยาดแก้ว
มาดกหล่อทึบทับ แทบดับแวว	ยังพรายแพรวให้เห็น ความเป็นมนุษย์
อันหนึ่งอันเดียวกัน กับธรรมชาติ	ไม่ประมาท ไม่หวาดไหว และไม่หยุด
ให้ความรัก ความหวัง ไม่สร้างทรุด	ที่สุดถึงที่สุด...มนุษย์มี
อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์	

สิ่งเหล่านี้ คือ ความเชื่อ ความศรัทธาของมนุษย์ ซึ่งโลกในปัจจุบันนี้อยู่ในภาวะวิกฤตทั้งภัยที่เกิดจากธรรมชาติและเกิดจากการกระทำของมนุษย์ เมื่อเราเข้าใจในงานวัฒนธรรมอย่างแท้จริงจะเห็นว่า งานวัฒนธรรมจะช่วยให้มนุษย์คืนสู่ความเป็นมนุษย์และสร้างสรรค์ให้โลกเป็นโลกที่น่าอยู่ได้มากยิ่งขึ้น หากเราเชื่อในภูมิพลังวัฒนธรรมที่เรามีอยู่สามารถจะสร้างสรรค์โลกนี้ได้อย่างแท้จริง จึงขอให้ร่วมกันคิด ร่วมกันขับเคลื่อนให้โลกนี้ให้เป็นโลกใบเดียวกัน

๔.๒.๒ ผลการเวทีเสวนา เรื่อง การส่งเสริมระบบนิเวศเพื่อก้าวต่อไปของภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ

การเวทีเสวนา เรื่อง การส่งเสริมระบบนิเวศเพื่อก้าวต่อไปของภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ มีผู้เข้าร่วมเสวนา ๔ ท่าน ประกอบด้วย ๑) H.E. Mr. Park Yong-min ตำแหน่ง เอกอัครราชทูตสาธารณรัฐเกาหลีประจำประเทศไทย Mr. Wu Zhiwu ตำแหน่ง รัฐมนตรีและรองหัวหน้าสำนักงานสถานเอกอัครราชทูตจีนประจำประเทศไทย ๓) Ms. Chang Yumeng ตำแหน่ง ที่ปรึกษาจากสถานทูตสาธารณรัฐประชาชนจีนประจำประเทศไทย และ ๔) Ms. Paulomi Tripathi ตำแหน่ง รองหัวหน้าสำนักงานสถานเอกอัครราชทูตอินเดียประจำประเทศไทย โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมิตรา สุรรัตน์เดชา อาจารย์ประจำ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย

มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นผู้ดำเนินรายการ สำคัญจากการเสวนาในครั้งนี้ สามารถสรุปได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังนี้

ภาษาไทย

“ผู้แทนสถานเอกอัครราชทูตฯ เสนอแนะกลยุทธ์พลังภูมิวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล”

การเสวนาหัวข้อ 'การส่งเสริมระบบนิเวศเพื่อก้าวต่อไปของภูมิพลังวัฒนธรรมนานาชาติ' สถานทูตเกาหลีใต้ จีน และอินเดีย ได้เข้าร่วมเสวนาเพื่อแลกเปลี่ยนประเด็นบทบาท นโยบายเชิงกลยุทธ์ของพลังภูมิวัฒนธรรมในการทูตระดับโลก H.E. Mr. Park Yong-min เอกอัครราชทูตสาธารณรัฐเกาหลีประจำประเทศไทย Minister Wu Zhiwu รัฐมนตรีและรองหัวหน้าสำนักงาน และ Miss Chang Yumeng ที่ปรึกษาจากสถานทูตสาธารณรัฐประชาชนจีน พร้อมด้วย Ms. Paulomi Tripathi รองหัวหน้าสำนักงาน สถานทูตอินเดีย

ในระหว่างการเสวนาเชิงลึกนี้ เอกอัครราชทูตและผู้แทนได้แบ่งปันประสบการณ์เฉพาะของตนเกี่ยวกับนโยบายและมาตรการที่ออกแบบมาเพื่อส่งเสริมพลังภูมิวัฒนธรรมของประเทศของตน ผู้ร่วมอภิปรายมีส่วนร่วมในการอภิปรายที่กระตุ้นความคิด โดยเน้นประเด็นสำคัญหลายประการที่เกี่ยวข้องกับการใช้พลังภูมิวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ประเด็นสำคัญที่ได้รับการหยิบยกโดยสถานทูตทั้งสามแห่งคือแนวคิดที่ว่า soft power ไม่ควรถูกกำหนดหรือบังคับใช้ แต่ควรได้รับการยอมรับอย่างเป็นธรรมชาติ ทุกท่านเน้นย้ำถึงความสำคัญของการรักษาสมดุลระหว่างการจัดแสดงคุณลักษณะทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และการสะท้อนด้วยค่านิยมสากลที่มีร่วมกัน และเห็นพ้องกันว่าแนวทางนี้ส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งและแท้จริงยิ่งขึ้นระหว่างประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ การอภิปรายยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของความร่วมมือและการประสานงานระหว่างพันธมิตร ผู้ร่วมอภิปรายเห็นพ้องว่าความร่วมมือดังกล่าวมอบโอกาสอันล้ำค่าแก่ประเทศต่าง ๆ ในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เรียนรู้จากกันและกัน และเติบโตอย่างแข็งแกร่งไปด้วยกัน

ข้อตกลงที่น่าสนใจระหว่างผู้ร่วมอภิปรายคือบทบาทของมรดกภูมิปัญญาและความรู้ที่ทุกท่านเห็นตรงกันว่า เป็นรากฐานสำคัญของพลังภูมิวัฒนธรรมของประเทศ ในขณะที่การอภิปรายดำเนินไป ความสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในการส่งเสริมและอนุรักษ์ความรู้ด้านมรดกนี้ได้รับการเน้นย้ำเป็นพิเศษ ในยุคที่แพลตฟอร์มดิจิทัลกลายเป็นส่วนสำคัญในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและการศึกษามากขึ้น ผู้ร่วมอภิปรายได้เน้นย้ำว่าการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเหล่านี้ทำให้เกิดช่องทางใหม่ในการแสดงและเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมอันยาวนานที่สามารถเก็บรักษาได้อย่างยั่งยืน และเข้าถึงพลเมืองโลกทุกเพศทุกวัย

นอกจากนี้ ฉันทามติที่มีนัยสำคัญในหมู่ผู้ร่วมอภิปรายในแงุ่มที่สำคัญอีกประการหนึ่งของการส่งเสริมภูมิพลังวัฒนธรรมคือ บทบาทของความคิดสร้างสรรค์ พวกเขาเห็นพ้องต้องกันว่าความคิดสร้างสรรค์ทำหน้าที่เป็นกุญแจสำคัญในการเผยแพร่และเพิ่มประสิทธิภาพของภูมิพลังวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ ในบริบทนี้ บทบาทของสถาบันการศึกษา โดยเฉพาะโรงเรียนและมหาวิทยาลัย และการจัดการเรียนรู้สาธารณะ ถือเป็นเรื่องสำคัญยิ่ง ผู้ร่วมอภิปรายเน้นย้ำว่าโรงเรียนไม่ได้เป็นเพียงศูนย์กลางของการเรียนรู้ แต่ยังเป็นรากฐานที่สำคัญสำหรับการปลูกฝังและส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์และจินตนาการ แนวทางนี้หล่อเลี้ยงคนรุ่นอนาคตที่ไม่เพียงแต่ตระหนักถึงมรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง

เท่านั้น แต่ยังพร้อมที่จะมีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมระดับโลกอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งจะช่วยให้โลกที่มีชีวิตชีวาและเชื่อมโยงถึงกันมากขึ้น

การเสวนานี้ได้ให้ความกระจ่างเกี่ยวกับผลกระทบที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในการเพิ่มการเข้าถึงและประสิทธิผลของกลยุทธ์ soft power โดยตอกย้ำว่ามรดกภูมิปัญญาและความรู้เมื่อนำมาผนวกกับเครื่องมือดิจิทัลสมัยใหม่สามารถเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการเสริมสร้างความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างประเทศได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน เส้นทางสู่ความสำเร็จในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ ซึ่งเสริมคุณค่าด้วยมรดกภูมิปัญญาและความรู้ด้วยทักษะดิจิทัล จำเป็นต้องมีความพยายามร่วมกัน โดยเรียกร้องให้มีการจัดตำแหน่งเชิงกลยุทธ์และการดำเนินการร่วมกันจากภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งครอบคลุมหน่วยงานของรัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ซึ่งแต่ละฝ่ายมีบทบาทสำคัญในการกำหนดอนาคตทางการทูตทางวัฒนธรรมให้เจริญงอกงามอย่างมั่นคงและยั่งยืนในยุคดิจิทัล

ภาษาอังกฤษ

"Embassy Representatives Discuss Soft Power and Heritage in the Digital Age"

In a recent panel titled 'Promoting the Ecosystem for Advancing Soft Power in International Cultural Relations', distinguished representatives from the embassies of South Korea, China, and India convened to discuss the strategic role of soft power in global diplomacy. The panel featured H.E. Park Yong-min, Ambassador of the Republic of Korea, Mr. Wu Zhiwu, Minister and Deputy Chief of Mission, and Ms. Chang Yumeng, Counselor from the Embassy of the People's Republic of China, alongside Ms. Paulomi Tripathi, Deputy Chief of Mission from the Embassy of India.

During this insightful session, the ambassadors and esteemed representatives shared their unique experiences with policies and measures designed to promote the soft power of their respective countries. The panelists engaged in a thought-provoking discussion, highlighting several key issues central to the effective use of soft power in international relations.

A critical point raised by all three embassies was the notion that soft power should not be imposed but rather should be embraced organically. They emphasized the importance of maintaining a balance between showcasing unique cultural attributes and resonating with shared universal values. This approach, they agreed, fosters a deeper, more authentic connection between nations.

The discussion also underscored the importance of collaborations and coordination among alliances. The panelists concurred that such partnerships provide invaluable opportunities for countries to exchange ideas, learn from one another, and grow stronger together.

A compelling agreement among the panelists was the role of heritage knowledge as the cornerstone of a country's soft power. As the discussion progressed, the importance of digitalization in promoting and preserving this heritage knowledge was particularly underscored. In an era where digital platforms are increasingly becoming integral to cultural exchange and education, the panelists highlighted how leveraging these technologies offers new avenues to showcase and disseminate their rich cultural legacies to a global audience.

Furthermore, a significant consensus emerged among the panelists on another crucial aspect of promoting soft power: the role of creativity. They unanimously agreed that creativity serves as a vital key in the effective dissemination and enhancement of soft power. In this context, the role of educational institutions, particularly schools, was highlighted as paramount. The panelists emphasized that schools are not just centers of learning but vital grounds for cultivating and boosting creativity and imagination. This approach nurtures future generations who are not only aware of their own cultural heritage but are also equipped to engage innovatively with global cultures, thereby contributing to a more vibrant and interconnected world.

This panel not only facilitated an engaging dialogue among experts from various corners of the world but also shed light on the significant impact of digitalization in enhancing the reach and effectiveness of soft power strategies. It underscored how heritage, when combined with modern digital tools, can be a powerful means of fostering international understanding and cooperation. As the discussion reached its culmination, the panelists collectively underscored a pivotal message: the path to success in the realm of soft power, enriched by digitalized heritage, demands a synergistic effort. It calls for a strategic alignment and concerted action from diverse sectors – encompassing government authorities, the private sector, and civil society – each playing an integral role in shaping a future where cultural diplomacy thrives in the digital age.

๔.๒.๓ ผลการเสวนา เรื่อง ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์กับการเชื่อมโลกผ่านดิจิทัล

การเสวนา เรื่อง ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์กับการเชื่อมโลกผ่านดิจิทัล มีผู้เข้าร่วมเสวนา ๓ ท่าน ประกอบด้วย ๑) หม่อมราชวงศ์ เฉลิมชาติรี ยุคล ตำแหน่ง คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ด้านภาพยนตร์ ๒) นายชีวิน ศิริศักดิ์ ตำแหน่ง ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อีเร็กทรัส จำกัด (Erectus) และ ๓) นายวิวัฒน์ สังสะกิจ ตำแหน่ง ที่ปรึกษาด้านการผลิต บริษัท สตาร์ ฮันเตอร์ เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด และกรรมการผู้จัดการ HUNTER VILLAGE โดยมี ดร.ลักษณ นัยน์ ทรงเลี้ยงไชย อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ดำเนินรายการ ผลการเสวนา มีสาระสำคัญ ดังนี้

บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลต่อวงการอุตสาหกรรมบันเทิงในปัจจุบันและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต โดยบริบทของเทคโนโลยีดิจิทัลสามารถนำมาปรับประยุกต์ใช้ได้หลากหลายมิติ ทั้งในมิติการสร้าง Profiling เพื่อศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับชม รวมถึงสิ่งที่ผู้คนให้ความสนใจหรืออยู่ในกระแส ถัดมาเป็นในเชิงมิติระบบนิเวศของสื่อมีเดียถูกเชื่อมโยงด้วยดิจิทัลส่งผลให้ช่องแบ่งระหว่างพื้นที่และเวลา (Space and Time) หายไปจากอดีตที่จะรับชมได้เฉพาะช่วงระยะเวลาและช่องทางหลักเท่านั้น แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีทางด้านอุปกรณ์สื่อสารอิเล็กทรอนิกส์หรือโทรศัพท์มือถือ ทำให้สามารถเข้ารับชมได้ทุกสถานที่และทุกเวลาโดยไม่จำกัด จึงเป็นผลให้เกิดการผลิตสื่อดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ อาทิ YouTube หรือที่เรียกว่า Online Creative Content และอีกหนึ่งมิติ คือ มิติการสร้างมูลค่าเพิ่มจากผลงานด้วยผลพวงจากโลกดิจิทัลทั้งแก่ผู้ผลิตและศิลปิน

นอกจากนี้ เทคโนโลยีดิจิทัล ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดรูปแบบการผลิตสื่อบันเทิง (Content Journey) ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าในตลาดอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างครอบคลุม จึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างรอบด้าน เพื่อสามารถนำมาปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัลที่อย่างรวดเร็ว (Disruption) และก่อให้เกิดเทคโนโลยีรูปแบบใหม่อย่างไม่สิ้นสุด อาทิ Metaverse Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีเสมือนจริงที่สร้างประสบการณ์ให้กับผู้ใช้งานผ่านโลกออนไลน์ และในอนาคตเทคโนโลยีดังกล่าวจะมีต้นทุนถูกลงและประสิทธิภาพของระบบจะมีความแม่นยำยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม การเชื่อมโลกผ่าน Digital Platform มีส่วนเปิดกว้างมากในการบริโภคสื่อบันเทิง ดังนั้น การส่งเสริมองค์ความรู้ด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) จึงเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง เพื่อการสร้างเกราะป้องกันและแก้ไขปัญหาทางสังคม

สำหรับการเติบโตของ Digital Platform กับโอกาสและความท้าทายของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่จะต้องเผชิญจากการเปลี่ยนแปลงนั้น อุตสาหกรรมบันเทิงของไทยจำเป็นต้องมีการปรับตัวและเปลี่ยนแปลงไปอย่างมากจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ส่งผลให้รูปแบบการเติบโตของธุรกิจอุตสาหกรรมบันเทิงทั่วโลกมีความผันผวนตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ปรับตัวสู่โลกดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง หรือที่เรียกว่า Digital Platform ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคมีอิสระและทางเลือกในการเข้าถึงสื่อบันเทิงที่หลากหลายยิ่งขึ้น และสามารถเข้าถึงได้ง่ายและไม่จำกัดช่วงเวลา อีกทั้ง ยังเป็นการเพิ่มโอกาสที่มากขึ้นให้กับผู้ผลิตจากการใช้ Digital Platform เป็นเครื่องมือการสร้างมูลค่าจากการผลิตและจำหน่ายสื่อบันเทิงไปสู่กลุ่มผู้บริโภคที่ได้อย่างรวดเร็วและทั่วถึง โดยเฉพาะการนำสื่อบันเทิงไปสู่ต่างประเทศจะเป็นไปได้ง่ายขึ้น อีกทั้งในเรื่องความคุ้มค่าในการลงทุนที่มีต้นทุนการผลิตต่ำลง แต่รายได้เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม สื่อบันเทิงถือเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมและสามารถสร้างมูลค่าเศรษฐกิจทางอ้อมได้จากการดึงดูดให้ผู้ชมมาบริโภคสินค้าหรือบริการได้อีกทางหนึ่ง โดยในปัจจุบันกระแสซีรีส์วายหรือแนว BL (Boy's Love) ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และสามารถเติบโตได้ทั้งตลาดไทยและตลาดต่างประเทศในเอเชีย นอกจากนี้ ยังเกิดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการพัฒนาต้นแบบศิลปินจากการสร้างภาพจำลองตัวละคร โดยทำการวิเคราะห์ศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยี AI ผลลัพธ์ที่ได้จะนำไปใช้ในการจัดทำเป็นโมเดลการพัฒนาศิลปินต่อไป

ความท้าทายต่อสายงานการผลิตสื่อ (Production) ที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทต่อการยกระดับคุณภาพผลงานที่ล้ำสมัยทำให้เกิดการแข่งขันที่สูงขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ที่ทำงานจะต้องปรับรูปแบบการทำงานใหม่ แต่สิ่งที่เทคโนโลยีดิจิทัลไม่สามารถทดแทนได้ คือ แนวทางการตัดสินใจของศิลปินหรือผู้ผลิตสื่อ ถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะผลงานด้านศิลปะนั้น ๆ คงไว้ ดังนั้น การพัฒนาทักษะของบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัล จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะต้องศึกษาค้นคว้าอย่างไม่หยุดนิ่ง เพื่อพัฒนาปรับประยุกต์ใช้ในสายงานให้ทันต่อกระแสความนิยมในปัจจุบัน ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เชื่อมโยงผ่านโลกดิจิทัลของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยที่สำคัญ คือ ควรมีการกำหนดแนวทางและทิศทางการขับเคลื่อนที่ชัดเจน รวมถึงการสร้างระบบนิเวศทางโครงสร้างพื้นฐานรองรับให้อุตสาหกรรมบันเทิงไทยไปไกลสู่ระดับโลก

๔.๒.๔ ผลการเสวนา เรื่อง ศิลปินพำนัก (Artist in Residence)

การเสวนา เรื่อง ศิลปินพำนัก (Artist in Residence) มีผู้เข้าร่วมจำนวน ๕ ท่าน ประกอบด้วย ๑) อาจารย์อัมพล คุหวัณศิลป์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำ ภาควิชาภาพยนตร์ คณะดิจิทัลมีเดียและศิลปะภาพยนตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ๒) นายกมลธร เอกวัฒนกิจ ตำแหน่ง นักลำดับภาพ Berlinale Talent Campus เมืองเบอร์ลิน ประเทศเยอรมัน กับ Asian Film Academy ณ เมืองปูซาน ประเทศเกาหลีใต้ ตัวแทนสมาคมผู้กำกับภาพยนตร์ไทย ๓) นายเรวัตร์ พันธุ์พิพัฒน์ ตำแหน่ง นักเขียนรางวัลซีไรต์ ปี พ.ศ. ๒๕๔๗ และศิลปินดีเด่นรางวัล “ศิลปิน” สาขาวรรณศิลป์ ประจำปี พ.ศ. ๒๕๕๗ และ ๔) นางสาว คุณอริกา สมครสมาน ตำแหน่ง ศิลปินหอผ้าร่วมสมัย โดยมีนายเจน สงสมพันธุ์ และนายพัฒนะ จีรวงศ์ อนุกรรมการด้านศิลปะ และวัฒนธรรม วุฒิสภา เป็นผู้ดำเนินรายการ สาระสำคัญจากการจัดเสวนาดังกล่าว มีดังนี้

โครงการ “ศิลปินพำนัก” เป็นการสร้างแรงบันดาลใจแก่ศิลปินรุ่นใหม่ที่มีความฝันต่อทำงานด้านศิลปะหรือสั่งสมประสบการณ์ด้วยการเปิดโอกาสให้ไปใช้ชีวิตและทำงานศิลปะ ณ ต่างประเทศ ซึ่งเป็นการสนับสนุนทุนให้แก่ศิลปินเพื่อสร้างสรรค์ผลงานที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะงานศิลปะ ผ่านการเรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตโดยรวมของเมืองที่พักอาศัย ซึ่งศิลปินพำนัก ๔ ท่าน ได้ถ่ายทอดประสบการณ์ที่ได้รับจากการเป็นศิลปินพำนักในแง่การทำงานทั้งสายงานภาพยนตร์ นักเขียน และศิลปะหัตถ์ ได้สะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมของแต่ละประเทศหลัก และประเทศจากศิลปินที่เข้าร่วมโครงการซึ่งต่างภาษาต่างวัฒนธรรม จนนำไปสู่แรงบันดาลใจต่อการก้าวข้ามกรอบการทำงานไปสู่งานศิลปะมิติใหม่ ตลอดจนรูปแบบวิธีการทำงานที่สามารถนำมาปรับใช้ในการทำงานของตนได้

อาจารย์อัมพล คุหวัณศิลป์ กล่าวว่า เมื่อปี ค.ศ. ๒๐๐๖ เข้าร่วมโครงการ Asian Young Filmmaker Forum ณ ประเทศเกาหลี เมืองจอนจู ระยะเวลารวม ๑๐ เดือน โดยเชิญศิลปินหรือผู้ที่ทำงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมและกีฬาจากกลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งรัฐบาลเกาหลี โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ทุนสนับสนุนเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก และค่าเบี้ยเลี้ยงรายเดือน ทั้งนี้ โครงการไม่มีเงื่อนไขผูกมัดในการขอใช้ทุน สำหรับเมืองจอนจูถือเป็นเมืองวัฒนธรรมอาหารของเกาหลี ทางโครงการได้ถ่ายทอดความเชื่อมโยงความผูกพันทางวัฒนธรรมและอาหารพื้นถิ่นประจำชาติ และกำหนดให้ผู้เข้าร่วมโครงการจะต้องฝึกเรียนภาษาเกาหลี เพื่อใช้สื่อสารต่อการใช้ชีวิตประจำวัน ทั้งนี้

แม้ไม่มีข้อผูกมัดทางด้านผลงาน แต่หากจะจัดทำผลงานภาพยนตร์ขึ้น ได้ขอความร่วมมือในการใช้สถานที่และนักแสดงของเกาหลีเท่านั้น นอกจากนี้ ประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าร่วมโครงการ คือ ได้เรียนรู้วิธีการคิด วิธีการทำงานของผู้เข้าร่วมจากประเทศอื่น และนำมาปรับใช้ในการทำงานของตนเอง และนำไปถ่ายทอดต่อผู้ร่วมงานได้ ดังนั้น ภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนทุนโครงการศิลปินพำนักอย่างจริงจัง

นายกมลธร เอกวัฒนกิจ กล่าวว่า เมื่อปี ค.ศ. ๒๐๑๐ ได้เข้าร่วมโครงการ Berlinale Talent Campus ณ เมืองเบอร์ลิน ประเทศเยอรมัน เป็นโครงการที่รวบรวมนักผลิตภาพยนตร์เด็กรุ่นใหม่จาก ๓๐๐ ประเทศ ซึ่งเกิดจากความสนใจสมัครเข้าร่วมโครงการดังกล่าวด้วยตัวเอง โดยโครงการจะสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และจัดหาที่พักรองรับ สำหรับโครงการจะมีกิจกรรม workshop ร่วมกันระหว่างผู้เข้าร่วมโครงการที่เป็นมืออาชีพกับเด็กรุ่นใหม่ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนแนวความคิดสร้างสรรค์มาทำให้เกิดขึ้นจริงด้วยประสบการณ์จากมืออาชีพ หรือที่เรียกว่า Intensive Workshop ซึ่งส่วนตัวได้สมัครเข้าร่วมในกิจกรรม workshop เกี่ยวกับโปรแกรม Editing Studio เพิ่มเติม ต่อมา ปี ค.ศ. ๒๐๑๑ ได้สมัครเข้าร่วมโครงการ Asian Film Academy ณ เมืองปูซาน ประเทศเกาหลี ซึ่งเป็นโครงการประเภท Intensive Workshop เพื่อจัดทำภาพยนตร์เรื่องสั้น จำนวน ๒ เรื่อง แบ่งเป็น ๒ กลุ่ม กลุ่มละ ๑๒ คน โดยผ่านการสัมภาษณ์ได้รับเลือกทำหน้าที่ช่างภาพ และตลอดระยะเวลาในการทำภาพยนตร์สั้นจะมีพี่เลี้ยงมืออาชีพจากอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของเกาหลี รวมไปถึงระดับฮอลลีวูด เข้ามาดูแลทั้งนี้ โครงการนี้จะมีความเข้มงวดในเรื่องกฎระเบียบการปฏิบัติตนที่เคร่งครัด และมีแผนกิจกรรมที่ชัดเจน ซึ่งกิจกรรมในหลักสูตรถูกสอดแทรกวัฒนธรรมเกาหลี นอกจากนี้ โครงการจะไม่อนุญาตให้ผู้เข้าร่วมเดินทางไปข้างนอกได้อย่างอิสระ ซึ่งแตกต่างกับโครงการ Berlinale Talent Campus ที่ให้อิสระต่อการสร้างสรรค์ผลงานและการใช้ชีวิต ดังนั้น การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมควรเริ่มจากกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนให้มีทิศทางที่มีเป้าหมายชัดเจนเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งอาจนำร่องจากการคัดเลือกเมืองที่เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาค

นายเรวตร์ พันธุ์พิพัฒน์ กล่าวว่า จากการไปร่วมงานเทศกาลวรรณกรรม ณ ประเทศไต้หวัน ได้เกิดแรงบันดาลใจที่ในการเดินทางไปใช้ชีวิตและเขียนผลงานวรรณกรรม จึงได้สมัครเข้าร่วมโครงการศิลปินพำนักของประเทศไต้หวัน และเมื่อปี ค.ศ. ๒๐๑๙ ได้รับการคัดเลือกให้เป็นศิลปินนานาชาติในพำนักเพื่อสร้างสรรค์งานวรรณกรรมจาก The Artist Village Alliance of Taiwan, Taipei Culture Foundation ณ Treasure Hill Artist Village กรุงไทเป ประเทศไต้หวัน พร้อมกับศิลปินนานาชาติจากหลากหลายประเทศ ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวไม่ได้สนับสนุนในเรื่องค่าใช้จ่ายใด ๆ จึงได้ขอรับสนับสนุนทุนจากสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าครองชีพ แต่อย่างไรก็ดี โครงการได้จัดบ้านพักให้แก่ศิลปินแต่ละท่าน ณ หมู่บ้านศิลปินบนเนินเขา Treasure Hill Artist Village ซึ่งภายในหมู่บ้านจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ศิลปินเกือบทุกแขนง ผลลัพธ์จากการเข้าร่วมโครงการ ได้เขียนนวนิยายเกี่ยวกับแรงงานไทยในไต้หวัน ในชื่อเรื่อง “ฝูงนกอพยพ” และขอรับเงินสนับสนุนการจัดพิมพ์จากรัฐบาลไต้หวัน และในปีถัดมาได้สมัครเข้าร่วม Shanghai Writing Program เป็นโครงการเฉพาะนักเขียนวรรณกรรม โดยได้พบเจอกับนักเขียนจากนานาชาติ ซึ่งโครงการสนับสนุนที่พักและค่าเบี้ยเลี้ยง โดยมีกิจกรรมพบปะเพื่อศิลปิน ซึ่งมีลามเข้ามาช่วยสื่อสารจากสถานทูตของแต่ละประเทศ ตลอดจนกิจกรรม workshop เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้

ร่วมกัน และมีข้อเสนอแนะ คือ ควรมีหน่วยงานหลักที่ขับเคลื่อนและดูแลรับผิดชอบ เนื่องจากภาครัฐเป็นส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนโครงการทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร เป็นต้น

นางสาววิภา สมัครสมาน กล่าวว่า เริ่มจากการทำงานเกี่ยวกับการออกแบบสิ่งทอผ้าร่วมกับชุมชน รวมถึงเปิด workshop การทอผ้าให้กับชุมชนและผู้สนใจทั่วไป และต่อมาได้เกิดแรงบันดาลใจที่มุ่งหวังสื่อสารการถ่ายทอดเรื่องราวของงานสิ่งทอ นำมาสู่การจัดทำโปรเจก Social Weaving นำเสนอผ่านกระบวนการทำงานสิ่งทอ เลือกใช้เป็น กี่เอนหรือกี่ทอผ้าของชาว โดยให้ผู้คนสร้างปฏิสัมพันธ์ผ่านการทอเส้นใยไปพร้อมกัน และร่วมกันตั้งคำถามคู่ขนานกับโครงสร้างทางสังคม จึงนำเสนอโครงการดังกล่าวกับกลุ่มบ้านนอกความร่วมมือทางด้านศิลปวัฒนธรรม เพื่อขยายโครงการไปสู่พื้นที่อื่น ๆ ภายในประเทศในหลายจังหวัด และถอดผลลัพธ์ทางกระบวนการจากโครงการ ไปสู่ประเทศไต้หวัน ภายใต้การทำบันทึกข้อตกลงร่วมกันระหว่างกลุ่มบ้านนอกๆ กับ Bamboo Curtain จึงเป็นแรงบันดาลใจในการเข้าร่วมโครงการศิลปินพำนักร Bamboo Curtain กรุงเทพฯ ประเทศไทยไต้หวัน ซึ่งเป็นกิจกรรม workshop เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ผ่านวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนที่ได้เข้าไปสำรวจ

นอกจากนี้ ประเทศไทยมีศักยภาพด้านบริบทพื้นที่ ซึ่งมีความพร้อมรองรับโครงการดังกล่าวเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ภาครัฐจากโครงการจะสร้างประโยชน์แก่ชุมชนท้องถิ่นเกิดกระบวนการทำงานโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community Based) นำไปสู่ความเป็นชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน ยกตัวอย่าง ในฐานะบทบาทเป็นเจ้าบ้าน (Host) ของศิลปินพำนักร ขององค์กรที่ไม่หวังผลกำไร จะเน้นให้ความสำคัญต่อความสนใจ/ความต้องการของศิลปิน และทำหน้าที่จัดหา/สนับสนุน/ประสานงานต่อการสร้างผลงาน โดยทำงานร่วมกับชุมชน (ศิลปินท้องถิ่น) จึงเกิดการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชนในโครงการดังกล่าว

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ภาครัฐถือเป็นส่วนสำคัญไม่เฉพาะการเปิดบ้านต้อนรับ แต่จะต้องสนับสนุนให้ศิลปินไทยเดินทางไปเชื่อมสัมพันธ์ทางด้านวัฒนธรรมกับนานาชาติ และการขับเคลื่อนโครงการศิลปินพำนักรของประเทศไทย ควรเริ่มจากภาครัฐจะต้องให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนและผลักดันความเป็นเลิศทางวัฒนธรรมไทยอย่างจริงจัง โดยเริ่มจากกำหนดแนวทางการขับเคลื่อนให้มีทิศทางที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ซึ่งอาจนำร่องจากการคัดเลือกเมืองที่เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรมของแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้ ศักยภาพของประเทศไทยทางด้านบริบทพื้นที่ มีความพร้อมรองรับโครงการดังกล่าวเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ภาครัฐจากโครงการสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นทำให้เกิดกระบวนการทำงานโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (Community Based) สู่ชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน

ผลการเสวนาในวันที่ ๑๒ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ ในแต่ละช่วง สรุปได้ดังนี้

๔.๒.๕ ผลการเสวนาประกอบการฉายภาพยนตร์สั้น หัวข้อ สุนทรียภาพทางภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ

การเสวนาประกอบการฉายภาพยนตร์สั้น หัวข้อ สุนทรียภาพทางภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ แบ่งออกเป็น ๒ ช่วง (ย่อย) ประกอบด้วย

ช่วงที่ ๑ ตามรอยกาลิเลโอ คินี “ความเป็นไทยจากปลายพู่กันของศิลปินก้องโลก” มีผู้เข้าร่วมเสวนา ๒ ท่าน ประกอบด้วย ๑) นางสาวประคำกรอง วชิรวรภักดิ์ ตำแหน่ง ที่ปรึกษาการ

สร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้น Dear Chini และ ๒) นางสาววิลาสินี ทองศรี ตำแหน่ง ผู้ดูแลการผลิตสารคดี โดยมีพัฒนา จีรวงศ์ อนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา เป็นผู้ดำเนินรายการสาระสำคัญสรุปได้ ดังนี้

ความสำคัญของกาลิเลโอ คินี นายพัฒนา จีรวงศ์ ได้ยกย่องให้กาลิเลโอ คินี เป็นศิลปินพำนักในยุคแรก ๆ ของไทย เพราะเป็นศิลปินต่างชาติที่ผู้นำวัฒนธรรมไทยออกสู่นานาชาติ และยังผู้ที่แนะนำอาจารย์ศิลป์ พีระศรี ให้เข้ามาสอนที่ประเทศไทย นางสาววิลาสินี ทองศรี ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า เดิมรัชกาลที่ ๕ มีการนำเข้าศิลปินและสถาปนิกอิตาลี แต่กาลิเลโอ คินี เป็นศิลปินชาวฟลอเรนซ์ (Florence) ประเทศอิตาลี คนแรกที่เข้ามาในเมืองไทยและหลังจากนั้นอาจารย์ศิลป์ พีระศรี ศิลปินชาวฟลอเรนซ์ (Florence) ได้เข้ามาในช่วงสมัยรัชกาลที่ ๗

ความเป็นมาของการผลิตภาพยนตร์สารคดี เรื่อง ตามรอยกาลิเลโอ คินี เกิดจากการรวมตัวกันของทีมผู้จัดทำสารคดีต้องการสืบค้นร่องรอยภาพวาดกาลิเลโอ คินี ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมุมมองของทีมผู้จัดทำสารคดีต้องการสื่อสารไปยังผู้ชมให้เห็นว่า กระบวนการทำงานของทีมผู้จัดทำสารคดีเป็นอย่างไร การถ่ายทอดเรื่องราวควบคู่ไปกับผลงานภาพวาดของกาลิเลโอ คินี มีจุดเริ่มต้นจากพระบรมสาทิสลักษณ์ของรัชกาลที่ ๖ ณ สำนักอธิการบดี มหาวิทยาลัยศิลปากร และได้รับฟังเรื่องราวเกี่ยวกับกาลิเลโอ คินี จึงเกิดความประทับใจที่ท่านมีความรักเมืองไทย ตลอดจนเป็นแรงบันดาลใจที่นำไปสู่การรวมตัวกันในการสร้างผลงานสารคดีขึ้น หลังจากนั้นได้มีการรวมกลุ่มกับผู้ที่มีความสนใจในเรื่องราวของกาลิเลโอ คินี เพิ่มมากขึ้น เหตุการณ์ที่สำคัญเกิดขึ้นจากการโพสต์ภาพลงเฟซบุ๊ก (Facebook) ส่วนตัว และเกิดการขยายวงกว้างไปสู่การเปิดเพจ “ตามรอยกาลิเลโอ คินี” ขึ้น

บทเรียนของการนำภาพยนตร์สารคดี เรื่อง ตามรอยกาลิเลโอ คินี ไปสู่การขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม นางสาวประคำกรอง วชิรวรภักดิ์ ที่ปรึกษาการสร้างสรรค์ภาพยนตร์สั้น Dear Chini มองว่า เป็นเรื่องของความผูกพันระหว่างคนทำงานกับเรื่องราวของกาลิเลโอ คินี ซึ่งงานชิ้นนี้พัฒนาไปไกลกว่าเนื้อหาและผลงานของกาลิเลโอ คินี แต่เป็นการแสดงให้เห็นถึง “ความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) ความหลงใหล ความรัก และความผูกพัน” ประเด็นนี้เป็นเนื้อหาที่น่าสนใจและต่อยอดไปจากเรื่องราวของกาลิเลโอ คินี สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเสมือนต้นทุนในการนำไปปรับใช้ต่อไปได้ และมองว่าเป็นภูมิพลวัฒนธรรม ด้วยเหตุผลที่ว่า หากความสนใจมีความลึกซึ้งมากเพียงพอที่จะนำไปสู่ความชอบ ความผูกพัน ความหลงใหล เมื่อเกิดความรู้สึกเหล่านี้ขึ้นจะกลายเป็นขุมทรัพย์ที่ไม่มีวันหมด ดังนั้น เนื้อหา (Content) คือ ภูมิพลวัฒนธรรมที่จะสามารถกระตุ้นความรู้สึกของคนทั้งโลก มีใช้กระบวนการจัดการในการจัดประชาสัมพันธ์ให้ได้มากที่สุด หากแต่ควรคำนึงถึงการผลิตเนื้อหา (Content) ที่มีความคมชัดและมีคุณค่าให้เข้าถึงความรู้สึกของคนทำงานและคนทั่วไป โดยที่เนื้อหา (Content) นั้นจะต้องก้าวข้ามวัฒนธรรมและนำไปสู่การสร้างสรรคสิ่งใหม่

นอกจากนี้ ยังเชื่อว่า คนทำงานสร้างสรรค์มักพยายามหลีกเลี่ยงคำว่า “วัฒนธรรม” ด้วยเหตุผลจากความเข้าใจที่ว่าวัฒนธรรมเป็นเรื่องของขนบธรรมเนียมประเพณี เป็นเรื่องเก่าแก่โบราณ แต่โดยแท้จริงแล้วนั้น ในเวทีโลกได้ปรับเปลี่ยนไปเป็นคำว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industries) ซึ่งวัตถุประสงค์หลักของคนทำงานสร้างสรรค์ต้องการส่งต่อแรงบันดาลใจ ความประทับใจ ความรัก ความหลงใหล ให้แก่ผู้คน โดยที่ความสนใจของผู้คนนั้นเป็นวัตถุประสงค์โดยอ้อม (ผลกระทบที่เกิดขึ้น) จากการต่อยอดสิ่งที่สร้างสรรค์ จนนำไปสู่การหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรม

สร้างสรรค์” (Creative Industries) อย่างไรก็ตาม สิ่งที่สำคัญคือ การหาคนทำงานสร้างสรรค์ที่มีความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) คล้าย ๆ กัน ในเบื้องต้นทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอาจต้องทำความเข้าใจในเบื้องต้นก่อนว่า ความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) นั้นเป็นอย่างไร ต้องมีการพัฒนาความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) ในประเด็นใดบ้าง มีรูปแบบในการสื่อสารสิ่งที่เป็นความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) อย่างไร

ตัวอย่างของผลิตสารคดีตามรอยกาลิเลโอ คินี แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือของคนทำงานสร้างสรรค์จากหลากหลายภาคส่วน ซึ่งงานชิ้นนี้เป็นการส่งต่อองค์ความรู้ทางเทคนิคและศิลปะในแง่ของโบราณคดี งานศิลปะ มัณฑนศิลป์ เซรามิก การออกแบบเสื้อผ้า โครงการละคร งานวรรณกรรม งานบทเพลง ฉาก และภาพยนตร์ รวมไปถึงงานประชาสัมพันธ์ในเชิงการศึกษา การทำงานเครือข่าย งานวิจัยที่ต้องมีการศึกษาหาข้อมูลก่อนการจัดทำสารคดี และงานถอดบทเรียน ด้วยประเด็นทั้งหมดนี้จะกล่าวได้ว่า องค์ความรู้ทางเทคนิคที่เกิดขึ้นเหล่านี้เป็นผลพวงมาจากจุดเริ่มต้นที่เป็นความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) ของคนทำงานที่ได้มีการส่งต่อไปยังผลงานต่าง ๆ อีกมากมาย แสดงให้เห็นว่าคนทำงานในสายวัฒนธรรมนั้นมีทักษะ (skills) พร้อมทั้งจะปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา ตลอดจนความร่วมมือในการทำงานร่วมกันจากหลากหลายภาคส่วน หรือสาขาย่อยมีส่วนร่วมสำคัญที่จะทำให้เกิดทักษะในการทำงานที่หลากหลายมากขึ้นด้วยเช่นกัน

ในประเด็นนี้ นายพัฒนะ จีรวงศ์ กล่าวเสริมว่า นับว่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจ เนื่องจากผู้รับชมต่างมีความชื่นชอบเนื้อหา (Content) ที่มีความสนุกและเล่าเรื่องได้ดี ซึ่งปัจจุบันอาจต้องการแผนที่ของเนื้อหา (Content Mapping) ที่นำทางไปสู่เส้นทางและการต่อยอดที่หลากหลาย ตัวอย่าง ในงานกาลิเลโอ คินี ที่มีจุดตั้งต้นจากการจัดทำสารคดี จนมีการต่อยอดไปสู่การสร้างงานละคร การเชื่อมโยงไปยังการค้นหายุคชน รวมไปถึงการนำพาไปสู่ฮิตาดี เป็นต้น นอกจากนี้ ในฐานะผู้จัดทำสารคดีได้รับแรงบันดาลใจสำคัญที่ต้องการรับรู้เรื่องราวและเรื่องเล่าของบุคคลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับกาลิเลโอ คินี

นอกจากนี้ ยังได้ชี้ชวนให้เห็นถึงข้อเสนอแนะ ๒ ประการ ประการแรก รูปแบบการเรียนการสอนวิชาประวัติศาสตร์ ควรมีการสอนผ่านการตามรอยรูปภาพในอดีตมากกว่าการสอนแบบท่องจำ ซึ่งมองว่าเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่สนุกและท้าทาย ประการที่สอง กาลิเลโอ คินี เป็นตัวอย่างหนึ่งของผู้ที่มีทักษะเกี่ยวกับศิลปะที่หลากหลาย ประการที่สาม ผลงานสารคดีเรื่อง ตามรอยกาลิเลโอ คินี เป็นตัวอย่างหนึ่งของการถ่ายทอดเรื่องราวและการส่งต่อความชื่นชอบ ความประทับใจ ความหลงใหล และความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) ของผู้จัดทำ

นางสาวประคำกรอง วชิรวรภักดิ์ ได้กล่าวยกตัวอย่างเพิ่มเติมว่า สิ่งที่ทำควบคู่การเผยแพร่วัฒนธรรมอย่างกรณีประเทศจีน มีการสร้างความเข้าใจเบื้องต้นในมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่เป็นเครื่องมือของ “การรุกไปข้างหน้าของวัฒนธรรม” ในเวทีโลก โดยเริ่มต้นจากการทำให้คนภายในประเทศไทยได้เข้าใจก่อนว่า “อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” (Creative Industries) ประกอบด้วยอะไรบ้าง มีความสำคัญเช่นใดต่อประชาชนทั่วไป รวมไปถึงการแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงต่อการสร้างสรรค์ผลงานว่ามีความผูกโยงอย่างไรในบริบทเชิงพื้นที่และบริบทสากล

อีกตัวอย่างหนึ่งอย่างในประเทศอินเดียที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างความตระหนักรู้ (awareness) หมายถึง ความตื่นรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการสร้างสรรค์ ซึ่งความคิด

สร้างสรรค์ (creativity) เป็นทักษะที่มีความสำคัญต่อการทำงานในอนาคตของทุกแวดวงอาชีพ ซึ่งประเทศอินเดียให้การสนับสนุนและส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนได้มีความคิดสร้างสรรค์ผ่านการสอดแทรกเข้าไปในระบบการศึกษา ประเด็นดังกล่าวทั้งตัวอย่างของจีนและอินเดียต่างเป็นกรณีศึกษาที่ประเทศไทยสามารถนำมาต่อยอดเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ต่อไป

สุดท้าย คำว่า “วัฒนธรรม” เป็นคำกว้างที่ครอบคลุมไลฟ์สไตล์ อุตสาหกรรม และมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถนำประเด็นดังกล่าวนี้ไปสู่การพัฒนาผลงานที่สร้างสรรค์ต่อไป เนื่องจากวัฒนธรรมเป็นผลผลิตของมนุษย์ที่แสดงให้เห็นถึงความร่ำรวยทางอารยธรรม ไม่ว่าจะเป็น วิถีชีวิต ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เป็นต้น

ตัวอย่างของสารคดีตามรอยกาลิเลโอ คินี เป็นตัวอย่างหนึ่ง que แสดงให้เห็นถึงการหยั่งรากไปยังคนทำงาน และสามารถงอกเงยไปในทิศทางใดก็ได้ ซึ่งเนื้อหา (Content) ของภาพยนตร์สารคดีนี้สามารถต่อยอดไปได้อีกหลากหลาย ดังนั้น แนวโน้มต่อการสร้างสรรค์ผลงานในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ต้องมีการพัฒนาเนื้อหา (Content) ให้เท่าทันต่อสุนทรีและการรับรู้ของผู้ชมที่มีทางเลือกมากขึ้น เช่น ความรู้สึกของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไปอาจมีความชื่นชอบในไอดอลที่ไม่ใช่ตัวบุคคลแต่เป็นปัญญาประดิษฐ์ (AI) เป็นต้น บทบาทของผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงต้องรังสรรค์และคัดเลือกผลงานที่ดีให้แก่ผู้ชมในการเลือกเสพสื่อ ประเด็นดังกล่าวนี้จึงเป็นงานที่ท้าทายสำหรับผู้ที่อยู่ในแวดวงกลุ่มที่เผยแพร่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนมองว่าข้อจำกัดเรื่องภาษามีข้ออุปสรรคอีกต่อไป แต่ความท้าทายของการสร้างสรรค์ผลงาน นั่นคือ เนื้อหา (Content) ที่ต้องแข็งแรงมากพอที่จะไปยืนอยู่ในเวทีโลก และต้องเป็นเนื้อหา (Content) ที่สร้างคุณค่า (Value) ให้แก่ผู้รับชม

ช่วงที่ ๒ “ผัดไทย” อาหารไทยในโลกภาพยนตร์ วัฒนธรรมชิมได้ มีผู้เข้าร่วมเสวนา ๑ ท่าน คือ ดร.สรวิทย์ จีระวรวิสุทธิ ตำแหน่ง นักเขียนบทละครโทรทัศน์ สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง ๓ และนักวิชาการอิสระ โดยมีดร.ลักษณนัยน์ ทรงเสียงไชย อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ดำเนินรายการ สารคดีสำคัญสรุปได้ ดังนี้

ดร.ลักษณนัยน์ ทรงเสียงไชย กล่าวแนะนำผลงานภาพยนตร์ทั้ง ๓ เรื่อง ได้แก่ เรื่องที่ ๑ “ผัดไทย” สูตรเคล็ดลับลึขิตผืน เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารไทยอย่างผัดไทย ได้รับการสนับสนุนผลิตเป็นละครสั้น โดยกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ เรื่องที่ ๒ หน้ากาก เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับประเพณีผีตาโชน เรื่องที่ ๓ “Letter from the Sun ครั้งนั้น ...ไม่เคยลืม” เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับศิลปหัตถกรรมอย่างจักสานย่านลิเภา และเป็นผลงานที่ได้รับรางวัลประเภท Special Mention Award จากภาพยนตร์ ๑๕๐ เรื่องจาก ๒๓ ประเทศ ทั่วโลกที่เข้าร่วมแสดงในงานานี้ ซึ่งผลงานทั้ง ๓ เรื่องนี้ของศูนย์พัฒนาวัฒนธรรมศึกษาและนวัตกรรมทางสังคม สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับสถานีโทรทัศน์ Thai PBS เพื่อร่วมมือกันสื่อสารสาระความรู้และความบันเทิงที่มีคุณภาพสู่สาธารณะของทั้ง ๒ หน่วยงาน เป็นการนำผลงานวิจัยด้านวัฒนธรรมไทยมาต่อยอดสร้างสรรค์เป็นผลงานละคร สารคดี รายการเสวนา หรือในรูปแบบอื่น ๆ ที่เหมาะสมสู่สาธารณชน เพื่อขยายการรับรู้และสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยอย่างถูกต้องและสร้างสรรค์

สำหรับความเป็นมา รวมไปถึงภาพยนตร์ดังกล่าวเป็นสุนทรีภาพทางภูมิพลังวัฒนธรรมอย่างไร และสัมพันธ์ไทย กับนานาชาติอย่างไร

ดร.สรรัตน์ จิรบรรวิสุทธิ์ ได้ให้ข้อมูลว่า เกิดขึ้นจากทางกระทรวงวัฒนธรรมได้ผลักดันโครงการ THAI ๕F SOFT POWER นำเสนอเสน่ห์ของวัฒนธรรม ๕F ได้แก่ F-Food อาหาร, F-Film ภาพยนตร์ และวีดิทัศน์, F-Fashion การออกแบบแฟชั่นไทย, F-Fighting ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย และ F-Festival เทศกาลประเพณีไทย ทางศูนย์พหุวัฒนธรรมศึกษาและนวัตกรรมทางสังคม สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย จึงมีการขานรับนโยบายดังกล่าว เนื่องจากภูมิพลวัฒนธรรม ใด ๆ ก็ตามไม่สามารถอยู่ได้ด้วยตนเองหากไม่มีเรื่องเล่า จึงนำไปสู่การสร้างสรรคผลงานดังกล่าวขึ้น

เรื่อง “ผัดไทย” สูตรเคล็ดลับลึขิตผืน นั้นต้องการนำเสนอให้เห็นถึงภูมิปัญญาด้านอาหารของไทยที่สืบทอดกันมานาน ซึ่งหมุดหมายของอาหารไทยนั้นมีจุดตั้งต้นมาจากตำราอาหารเล่มแรก ที่ชื่อว่า “แม่ครัวหัวป่าก์” ของท่านผู้หญิงเปลี่ยน ภาสกรวงศ์ ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากหนังสือ The Book of Household Management (พ.ศ. ๒๔๐๔) แต่โดยแท้จริงแล้วภูมิปัญญาทางด้านอาหารได้มีการสืบทอดกันมานานประกอบกับที่ผ่านมการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับอาหารมักเป็นการแสดงให้เห็นถึง “อาหารชาววัง” ประเด็นดังกล่าวจึงทำให้กลับมาพิจารณาได้ว่า ภาพการนำเสนอเรื่องราวของภูมิปัญญาอาหารที่ผ่านมานั้นในระดับนานาชาติได้มองเห็นเช่นนั้นหรือไม่ ประกอบกับในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ มีการบัญญัติ คำว่า “ผัดไทย” (padthai) ไว้ในดิกชันนารีออกฟอร์ด แสดงให้เห็นว่า ผัดไทยเป็นที่รู้จักแล้วในระดับสากล อย่างไรก็ตาม หากย้อนไปศึกษาถึงเรื่องราวและที่มาของผัดไทย พบว่า ความเป็นมาของผัดไทยนั้นมิได้เกิดขึ้นในช่วงที่ประเทศมีความอุดมสมบูรณ์มากนัก หากแต่เมนูผัดไทยกลับเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาของการทำสงคราม ประเด็นดังกล่าวนี้จึงต้องการนำเสนอเนื้อหาที่ชี้ชวนให้ผู้ชมได้เข้าใจว่า ภูมิปัญญาทางด้านอาหารอย่าง “ผัดไทย” ก็สามารถเกิดขึ้นในยุคที่มีการขาดแคลนทางอาหารได้เช่นกัน เป็นการใช้อรรถาธิบายดังกล่าวมาหลอมรวมวัฒนธรรมเป็นภูมิปัญญาอาหาร

อีกประการหนึ่งในการนำเสนอการถ่ายทอดเรื่องราวก็เป็นสิ่งที่ยากหากต้องนำเสนอให้เป็นระดับสากล ผลงานภาพยนตร์นี้จึงมีรูปแบบการเล่าเรื่อง ในลักษณะ “Local to Global” โดยเนื้อหา (Content) เป็นการถ่ายทอดมาจากบริบทของท้องถิ่นหรือบริบทเชิงพื้นที่ (Local content) แต่จะใช้กลวิธีการเล่าเรื่องในลักษณะที่มีความเป็นสากล (Global) ซึ่งดร.สรรัตน์ จิรบรรวิสุทธิ์ ได้ชี้ชวนให้เห็นว่า ที่ผ่านมการถ่ายทอดเรื่องราวยังไม่มีความเป็นสากล (Global) จึงทำให้ระดับนานาชาติยังไม่มี ความเข้าใจในวัฒนธรรมที่แตกต่าง ประเด็นดังกล่าวจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ

อย่างไรก็ตาม ดร.สรรัตน์ จิรบรรวิสุทธิ์ ได้กล่าวเสริมว่า จากตัวอย่างของเรื่องราว “ผัดไทย” แสดงให้เห็นว่า ภูมิพลวัฒนธรรมของไทย เราไม่ต้องค้นหาความจริงแท้ของวัฒนธรรม (authentic) เนื่องจากไม่มีสิ่งใดที่เป็นวัฒนธรรมไทยแท้ เช่น ผัดไทยก็เกิดจากการผสมผสานของวัฒนธรรม หรือตัวยำกุ่มก็มีจุดกำเนิดจากชาวฮั่น เป็นต้น แต่ควรมุ่งเน้นไปที่การให้ความสำคัญของภูมิปัญญาที่สามารถปรับปรุง ปรับเปลี่ยน และต่อยอดภูมิพลวัฒนธรรมไปสู่ในมิติอื่น ๆ เสียมากกว่า ซึ่งหากระดับสากล (โลก) รับรู้ถึงสิ่งนั้นคือ “ไทย” นั่นก็คือ “ความเป็นเรา” นั่นเอง

ดร.ลักษณนันท์ ทรงเสี่ยงไชย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ได้ตั้งประเด็นคำถามที่ว่า ทำไมถึงเป็นผัดไทย ไม่เลือกเรื่องตัวยำกุ่ม ซึ่งเป็นเรื่องราวที่คนรู้จักกันอยู่แต่เดิม ดร.สรรัตน์ จิรบรรวิสุทธิ์ จึงให้เหตุผลว่า เนื่องจากเป็นเทรนด์ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๓ ที่มีการบัญญัติ คำว่า “ผัดไทย” (padthai) ไว้ในดิกชันนารีออกฟอร์ด ซึ่งในการทำเนื้อหา (Content) สิ่งหนึ่งที่ละเลยมิได้นั้นคือ บริบททางวัฒนธรรม (Context) ในช่วงเวลานั้น เนื่องจากบริบททางวัฒนธรรม (Context) นำไปสู่การเกิดขึ้น

ของเนื้อหา (Content) หรืออย่างเมื่อเรากล่าวถึงคำว่า “วัฒนธรรม” มักเป็นคำที่หลีกเลี่ยงเนื่องจากเป็นคำใหญ่ หมายถึง “วิถีชีวิต” หรืออย่างคำว่า “ภูมิพลังวัฒนธรรม” คำว่า “ภูมิ” มีความหมาย ๒ นัยยะ ความหมายแรก หมายถึง พื้นที่ (ภูมิประเทศ) ในขณะที่อีกความหมาย คือ ภูมิ ที่แปลว่า ความรู้ (ความรู้เชิงพื้นที่) ดังนั้น ภูมิพลังวัฒนธรรม จึงหมายถึง พลังของภูมิปัญญาในเชิงพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม

ส่วนเรื่อง หน้ากาก เป็นโปรเจกต์ที่เกิดจากงานวิจัยที่ทำให้เห็นข้อมูลหลากหลาย งานวิจัยที่ดีคืองานที่มองไปถึงอนาคตมิใช่การกล่าวถึงเรื่องราวในอดีต เช่นเดียวกับมุมมองในเชิงวัฒนธรรม เรามีเคยพูดถึงในอนาคตข้างหน้าว่า “วัฒนธรรมในอีก ๑๐ ปีข้างหน้าจะเป็นเช่นใด” จึงทำให้คำว่า วัฒนธรรมถูกแซ่แซ้งไว้ที่บางอย่างบางเรื่อง ดังนั้น การทำงานวิจัยจึงทำให้ผู้สร้างสรรค์ผลงานได้มีมุมมองที่กว้างมากขึ้น ดังตัวอย่างของเรื่องหน้ากาก ประเทศไทยไม่มีวัฒนธรรมการแสดงหน้ากาก หากมีก็มีเพียงหน้ากากผีตาโชนซึ่งเป็นการละเล่นที่เชื่อมโยงไปสู่พิธีกรรมที่มีการหล่อหลอมทางวัฒนธรรมระหว่างพุทธ (พระเวสสันดร) พราหมณ์ (การนับถือเจ้าพ่อประจำเมือง) และผี (ผีป่าที่มาส่องพระเวสสันดร) สิ่งเหล่านี้จึงเป็น “พหุวัฒนธรรม” ที่หล่อหลอมความเป็นไทย ซึ่งเรื่องหน้ากากที่มีความเป็นวัฒนธรรมและการเข้าถึงชีวิตในแง่ของการเปิดเผยตัวและอัตลักษณ์บางอย่างของตนเองต่อสังคม

ดร.สรรัตน์ จิรบรรวิสุทธิ์ ได้ชวนคิดต่อไปว่า ทำไมสิ่งที่กระทรวงวัฒนธรรมพยายามจะสื่อสารในระดับนานาชาติว่า “เมืองไทยคือเมืองพุทธ” แต่ในสายตาของชาวต่างชาติ “เมืองไทย คือเมืองบาป (Sin City)” ซึ่งภาพลักษณ์ของประเทศในมุมมองของต่างชาติจึงมีความแตกต่างกัน ดังนั้น ภูมิพลังวัฒนธรรม ไม่ใช่เรื่องของโอท็อป (OTOP) แต่ภูมิพลังวัฒนธรรม เป็นเรื่องของแนวคิด ซึ่งเป็นแนวคิดที่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดและพฤติกรรมให้เป็นไปตามเรา ซึ่งภูมิพลังวัฒนธรรม ไม่สามารถอยู่ได้หากไม่มีการเล่าเรื่อง (story telling) จึงต้องมีการดำเนินการควบคู่กันไปในการสอดแทรกวัฒนธรรม เพราะทุกที่ทุกเรื่องราวมีเรื่องเล่า ในประเด็นนี้อาจนำมาใช้ในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ได้

ดร.ลักษณีย์นทร์ ทรงเสียงไชย คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ตั้งคำถามต่อไปว่า ข้อจำกัดและความยากง่ายของการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในการเล่าเรื่อง (story telling) ในฐานะนักเขียนบท เป็นอย่างไร

ดร.สรรัตน์ จิรบรรวิสุทธิ์ ได้ตอบประเด็นคำถามที่ว่า ปัจจุบันมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่กว้างมากขึ้นทั้งภายในประเทศและระดับสากล เนื่องจากช่องทางการเผยแพร่มีหลากหลายแพลตฟอร์มมากขึ้น จึงมองกลุ่มเป้าหมายที่กว้างมากขึ้นและสากล โดยการอาศัยเนื้อหา (Content) ที่มาจากบริบทของท้องถิ่นหรือบริบทเชิงพื้นที่ (Local content) แต่จะใช้กลวิธีการเล่าเรื่องในลักษณะที่มีความเป็นสากล (Global) อย่างไรก็ตาม หากกล่าวถึงการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม กับเนื้อหา (Content) จึงขอให้ข้อเสนอทั้งท้ายเพิ่มเติมว่า

๑. คุณภาพ (Quality) โอกาสในการจัดสรรงบประมาณในการทำเนื้อหา (Content) เพื่อให้งานชิ้นนี้มีคุณภาพยังอยู่ในระดับต่ำ แต่เมื่อเทียบกับประเทศเกาหลีแล้วจะให้การสนับสนุนด้านงบประมาณต่อการส่งเสริมในการทำเนื้อหา (Content) จำนวนมาก

๒. ความต่อเนื่อง (Consistency) ภูมิพลังวัฒนธรรม ต้องมีความต่อเนื่อง แต่ในข้อเท็จจริงงบประมาณที่ได้รับสนับสนุนต้องไม่จำกัดตามช่วงเวลา

๓. ความร่วมมือ (Cooperation) ต้องมีความร่วมมือที่กว้างขึ้น มีการร่วมทุนของอุตสาหกรรมต่างชาติ ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานทั้งภาครัฐ วิชาชีพและวิชาการร่วมมือกัน โดยบทบาทของภาครัฐต้องให้การสนับสนุนทางด้านงบประมาณ ลดการแทรกแซงในเชิงอุดมการณ์ บทบาทของนักวิชาชีพและนักวิชาการต้องทำความเข้าใจในการรังสรรค์ผลงานร่วมกัน

๔. ความหลากหลาย (Diversity) เนื้อหาต้องมีความหลากหลายและไม่ถูกจำกัด ดังเช่นตามรอยกาลิเลโอ คินี เป็นการย้อนกลับมาหาตัวตนที่หล่นหาย ซึ่งเนื้อหา (Content) จะเป็นสิ่งที่ผู้ชมตัดสินใจได้เองว่าเลือกเสกสือใด ดังนั้น จึงควรเปิดโอกาสให้มีความหลากหลาย ซึ่งหนึ่งในกลยุทธ์ของการสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม ทุกชาติ คือ การเปิดโอกาสให้เนื้อหา (Content) มีความหลากหลาย (Diversity) แต่ประเทศไทยเรายังขาดในประเด็นดังกล่าว ที่ผ่านมามีเมื่อกล่าวถึงคำว่า “วัฒนธรรมไทย” ยังคงมีการกีดกันและกำกับวัฒนธรรมบางอย่าง ซึ่งคำว่า “วัฒนธรรม” นั้นคือ อะไรก็ได้ที่อยู่ในวิถีชีวิตของเรา ไม่จำเป็นต้องมาค้นหาว่าอะไรคือไทยแท้ แต่มองว่า ความเป็น “วัฒนธรรมดั้งเดิม” กับ “วัฒนธรรมแบบใหม่” เป็นการต่อรองการแย่งชิงพื้นที่ทางความคิดที่จะทำให้วัฒนธรรมไม่ตายและมีพลวัตต่อไปเรื่อย ๆ ซึ่งความเป็นพลวัตนี้เองจะทำให้เกิดการขับเคลื่อนที่มีพลัง สิ่งเหล่านี้ต่างหากที่ทุกแผนกลยุทธ์จำต้องให้การส่งเสริมและสนับสนุน

๔.๒.๖ ผลการเสวนา เรื่อง ภาษากับภูมิพลังวัฒนธรรม: กลยุทธ์สู่ความสำเร็จในมุมมองสากล

การเสวนา เรื่อง ภาษากับภูมิพลังวัฒนธรรม: กลยุทธ์สู่ความสำเร็จในมุมมองสากล ผู้เข้าร่วมเสวนามาจากผู้แทนสถาบันต่างประเทศที่มีสำนักงานตั้งอยู่ในประเทศไทย จำนวน ๓ ท่าน ประกอบด้วย ๑) Mr. Sylvain Bano ตำแหน่ง ผู้อำนวยการสมาคมฝรั่งเศสประเทศไทย ๒) Mr. Danny Whitehead ตำแหน่ง ผู้อำนวยการบริติช เคานซิล ประเทศไทย และ ๓) Mr. Manasse Pinsuwan ตำแหน่ง ผู้ประสานงานประชาสัมพันธ์และสื่อมวลชนจากสถาบันเกอเธ่ โดยการเสวนามีผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมิตรา สุวรรณ์เดชา อาจารย์ประจำ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล เป็นผู้ดำเนินรายการ สามารถสรุปได้ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังนี้

ภาษาไทย

"สถาบันภาษาระดับโลกหรือถึงพลังของภาษาในการทูตทางวัฒนธรรม"

การเสวนาเริ่มต้นด้วยการกล่าวสุนทรพจน์จากแต่ละสถาบัน ซึ่งเป็นการวางรากฐานสำหรับการอภิปรายแบบกลุ่มในครั้งหลังของการเสวนา ศูนย์วัฒนธรรมเหล่านี้ก่อตั้งขึ้นในประเทศไทยมานานหลายทศวรรษ โดยได้ปฏิบัติภารกิจด้านภาษา วัฒนธรรม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในฐานะภูมิพลังวัฒนธรรม ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม และเชื่อมโยงประเทศต่าง ๆ ให้ใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น

สถาบันเหล่านี้มองการดำเนินงานของตนว่า เป็นมากกว่าศูนย์การเรียนรู้ภาษา พวกเขาเป็นศูนย์กลางของความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างผู้คนผ่านผู้คน ด้วยการศึกษา ภาษา และศิลปะ Alliance Française ซึ่งดำเนินธุรกิจในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๔๕๕ บริติช เคานซิล ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๔๙๕ และสถาบันเกอเธ่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๐๓ ต่างนำมรดกทางวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์และความเกี่ยวข้องร่วมสมัยมาใช้

ผู้ร่วมอภิปรายเห็นพ้องต้องกันว่า ภาษา เป็นกลยุทธ์พลังภูมิวัฒนธรรมแบบองค์รวม ที่ช่วยสร้างความไว้วางใจ ส่งผลไปยังการส่งเสริมการค้า และส่งเสริมมุมมองและจุดยืนที่ดีของประเทศต่าง ๆ สถาบันเหล่านี้มีส่วนทำให้เกิดสันติภาพและความเข้าใจ โดยโอบรับทั้งประเพณีและองค์ประกอบร่วมสมัย เช่น ศาสตร์การทำอาหาร แพชั่น ดนตรี และกีฬา เป็นต้น และเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศชาติได้

การอภิปรายมุ่งเรียนรู้และถอดบทเรียนสถาบันภาษาและวัฒนธรรมเหล่านี้ว่ามีการวางแผนหรือดำเนินการจัดนโยบายและกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับนโยบายภาษาภายนอกของประเทศของตนอย่างไร สถาบันทั้งสามแห่งนี้อยู่ในประเทศไทยอย่างมั่นคง และยั่งยืนบนพื้นฐานของ ความรัก ความไว้วางใจ และมิตรภาพ ระหว่างคนสู่คน ซึ่งเป็นค่านิยมที่สะท้อนให้เห็นในความพยายามทางวัฒนธรรมและการบริหารการศึกษาของสถาบันภาษาเหล่านี้

นอกจากนี้ ผู้ร่วมอภิปรายยังได้เสนอข้อเสนอแนะเชิงลึกเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไทย พวกเขาให้คำแนะนำในการพัฒนาแนวทางที่ครอบคลุม ทันสมัย และมีชีวิตชีวา ซึ่งนำเสนอวัฒนธรรมร่วมสมัยของประเทศไทยควบคู่ไปกับประวัติศาสตร์อันยาวนาน การส่งเสริมโอกาสในการมีส่วนร่วมกับประเทศไทยในด้านการทำงาน การศึกษา การเดินทาง หรือปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความสนใจในภาษาและวัฒนธรรมไทย

อีกกลยุทธ์ที่ทำได้คือ การให้ชาวไทยพลัดถิ่นและนักศึกษาที่ศึกษาในต่างประเทศเป็นทูตวัฒนธรรม การมอบหมายบทบาทความเป็นผู้นำให้กับองค์กรอิสระเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทยร่วมสมัย สนับสนุนอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ในท้องถิ่น และตระหนักถึงความจำเป็นในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมทั่วโลก อันถือเป็นกุญแจสำคัญ

โดยสรุป การอภิปรายในหัวข้อนี้เน้นย้ำถึง บทบาทของภาษาในฐานะตัวขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมอย่างแยบยล ความสามารถในการวางแผน การปรับตัวและจิตวิญญาณแห่งนวัตกรรมของสถาบันภาษาและวัฒนธรรมเหล่านี้ ผ่านการวิจัย ที่ไม่หยุดนิ่ง และการเรียนรู้เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงระดับโลกอย่างสม่ำเสมอทำให้สถาบันภาษาและวัฒนธรรมเหล่านี้มีความยั่งยืน และมีอิทธิพลสำคัญในบริบทการทูตทางวัฒนธรรม

ภาษาอังกฤษ

"Global Language Institutes Discuss the Power of Language in Cultural Diplomacy"

In a compelling panel session titled 'Language and Soft Power: Strategies for Success from Global Perspectives', key cultural figures gathered to discuss the dynamic role of language in shaping international relations. The event featured Mr. Sylvain Bano, Director of Alliance Française Thailand, Mr. Danny Whitehead, Director of the British Council Thailand, and Mr. Manasse Pinsuwan, PR & Press Coordinator from the Goethe Institut, each representing institutions with a rich legacy in Thailand.

The session kicked off with keynote speeches from each representative, laying the groundwork for an engaging panel discussion. These cultural centers, established over

decades in Thailand, have transcended language education to become beacons of soft power, fostering cultural ties and bridging nations.

A central theme was the positioning of these institutes as more than language learning centers; they are hubs of cultural relations focusing on people-to-people connections through education, language, and arts. Alliance Française, present in Thailand since ๑๙๑๒, the British Council since ๑๙๕๒, and the Goethe Institut since ๑๙๖๐, each bring their unique cultural legacy and contemporary relevance.

Language, the panelists concurred, is a holistic soft power strategy. It builds trust, enhances trade, and fosters favorable views and positions for countries. These institutes contribute to peace and understanding, embracing both tradition and contemporary elements like gastronomy, fashion, sports, music, and so on and so forth.

The discussion highlighted how these institutes align their policies and strategies with their respective countries' external language policies. Their sustainability is underpinned by love, trust, and friendship, values that resonate in their cultural and educational endeavors.

The panelists also offered insightful recommendations for Thailand's soft power strategy. They advised developing a comprehensive, modern, and dynamic approach that projects Thailand's contemporary culture alongside its rich history. Promoting opportunities for engagement with Thailand in terms of work, study, travel, or cultural interaction is crucial for inspiring interest in the Thai language and culture.

Utilizing the Thai diaspora and students studying overseas as cultural ambassadors, delegating leadership to independent organizations for promoting contemporary Thai culture, supporting local cultural and creative industries, and recognizing the need for constant evolution in the context of global social and cultural changes were underscored as key strategies.

In conclusion, the event highlighted the adaptability and innovative spirit of these language institutes. Their regular research and responsiveness to global changes have kept them relevant and influential in the realm of cultural diplomacy. The panel session not only showcased the enduring impact of language in cultural diplomacy but also set forth a visionary roadmap for nations like Thailand to harness the power of language and culture in building soft power.

๔.๒.๖ ผลการเสวนา เรื่อง ๖ ทศวรรษ ผลงานอาจารย์ไพจิตร ศุภวารี กับภูมิพลวัฒนธรรม

การเสวนา เรื่อง ๖ ทศวรรษ ผลงาน อ.ไพจิตร ศุภวารี กับภูมิพลวัฒนธรรม มีวิทยากรเข้าร่วมการเสวนา ๔ ท่าน ประกอบด้วย ๑) อาจารย์ไพจิตร ศุภวารี อดีตผู้อำนวยการสร้างภาพยนตร์และนักปั้นดารานักแสดง ๒) อาจารย์วินัย พันธุรักษ์ ศิลปินแห่งชาติสาขาศิลปะการแสดง (ขับร้อง-เพลงไทยสากล) ๓) อาจารย์สมพร ศิริพิพัฒน์กุล นักวิชาการ และ ๔) อาจารย์วศัญญา มุ่งหมาย นักแสดง นักร้อง พิธีกร

วิทยากร การเสวนามีวิทยากร ๒ ท่าน ร่วมเป็นผู้ดำเนินรายการ ได้แก่ ๑) รองศาสตราจารย์ ดร.เกศินี ประทุมสุวรรณ ประธานคณะทำงานขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ และ ๒) อาจารย์ ดร.ดนัย หวังบุญชัย รองประธานคณะทำงานขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ สาระสำคัญการเสวนาสรุปได้ ดังนี้

จุดเริ่มต้นของ “๖ ทศวรรษ ผลงาน อาจารย์ไพจิตร ศุภวารี กับภูมิพลังวัฒนธรรม” ได้ตระหนักถึงคุณค่าผลงานของศิลปินไทยอันทรงคุณค่าที่สมควรได้รับยกย่อง เพื่อไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา จึงเกิดแรงจูงใจแก่ ดร.ดนัย หวังบุญชัย จัดทำการรวบรวมผลงานทุกแขนงของอาจารย์ไพจิตร อันเป็นบุคคลที่มีผลงานในช่วงยุคสมัยหนึ่งที่เป็นที่รู้จัก และเป็นผู้ที่มีคุณูปการต่อวงการภาพยนตร์ไทย นำมาเผยแพร่สู่สาธารณะ

การเสวนาในครั้งนี้ ผู้ร่วมเสวนาเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์ทั้งความเป็นพี่น้อง พ้องเพื่อน และผู้ร่วมงาน ร่วมกันแบ่งปันมุมมองที่มีต่ออาจารย์ไพจิตร ได้สะท้อนให้เห็นเส้นทางชีวิตของอาจารย์ไพจิตร ซึ่งมีความมุ่งมั่น ใฝ่เรียนรู้ เป็นแบบอย่างให้แก่คนในครอบครัว และมีความสามารถในการประพันธ์ และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้เกิดผลงานสร้างสรรค์ที่ต่อยอดไปหลายหลากแขนงจากบทบาบทนักเขียนเรื่องสั้น สู่บทเขียนบทละครวิทยุ บทโฆษณา บทละครเวที และบทภาพยนตร์ ฯลฯ ต่อมาได้ผันตัวจากวิชาชีพครู เข้าสู่วงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ร่วมก่อตั้งบริษัท พี.ดี.โปรดักชั่น ในฐานะหุ้นส่วน และทำหน้าที่ดูแลการอำนวยความสะดวก การกำกับแสดง การเขียนบท โดยตลอด ๕ ทศวรรษ ตั้งแต่ปลาย ๒๕๑๐ - ๒๕๕๐ มีผลงานภาพยนตร์สู่สังคมทั้งสิ้นกว่า ๑๐๐ เรื่อง นอกจากนั้น อาจารย์ไพจิตรยังได้สร้างสรรค์ผลงานข้ามสื่อ ด้วยการนำ นักร้อง มาเป็น นักแสดง พร้อมทั้งร้องเพลงประกอบภาพยนตร์ จึงทำให้เป็นที่นิยมทั้งในฐานะนักร้องและนักแสดง และหนึ่งในบุคคลที่ได้เข้าสู่วงการภาพยนตร์เพลง คือ อาจารย์ยวัญญู มุ่งหมาย กล่าวว่ “ได้รับโอกาสเข้ามาเป็นนักแสดงภาพยนตร์เพลง ในบทพระเอก โดยการคัดเลือกด้วยเสียงที่ไพเราะ มีเอกลักษณ์ มากกว่าหน้าตา” ต่อมา อ.ไพจิตรได้เปิดค่ายเพลงในช่วงปลายทศวรรษ ๒๕๒๐ คู่ขนานกับการทำงานภาพยนตร์ ได้ปั้นศิลปินอีกหลายคน เช่น สุชาติ ชวกรูร, พุ่มพวง ดวงจันทร์ เป็นต้น

ทว่าความสำเร็จจากผลงานภาพยนตร์ที่ได้รังสรรค์ จะสอดแทรกและสะท้อนภาพสังคมในขณะนั้น อาทิ ด้านการศึกษาไทยที่เชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาและสถาบันครอบครัว และมุ่งการสืบทอดอุดมการณ์ คุณธรรมของครู จนมีสโลแกนประกอบภาพยนตร์ที่กลายเป็นกระแสในขณะนั้น คือ “ไม่รีรอสร้างคนให้เป็นรัฐมนตรี” ปรากฏในเรื่อง คุณครูคนใหม่ และอีกภาพสะท้อนวิถีชีวิตไทยเกี่ยวกับฐานะความเป็นอยู่ของผู้คนหลากหลายระดับอาชีพ อันเป็นความสุขเรียบง่าย รวมถึงการความเหลื่อมล้ำจากการนายทุน และการต่อสู้กับภัยธรรมชาติไปจนถึงอำนาจเถื่อนของผู้ทรงอิทธิพล เช่น ผลงานเรื่อง ลูกสาวกำนัน และเรื่อง เขยบ้านนอก เป็นต้น โดยผู้เข้าร่วมงานท่านหนึ่ง กล่าวว่า “ผลงานของ อ.ไพจิตร ทำให้นึกย้อนภาพวิถีชีวิตในวัยเด็ก สะท้อนวิถีชีวิตวัฒนธรรมไทยในสมัยนั้น เป็นรากฐานที่สำคัญของสังคมปัจจุบัน”

ต่อมาเมื่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกำลังก้าวจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล จึงหันเหมาทำงานการกุศลและงานจิตสาธารณะมากขึ้น ประกอบกับเป็นผู้ที่ส่งเสริมประสบการณ์ในวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทำให้ได้รับเลือกดำรงตำแหน่ง นายกสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ และประธานกรรมการมูลนิธิสมาชิศิลปิน และสมาพันธ์ศิลปินเพื่อสังคม นอกจากนั้น เมื่อเข้าทศวรรษ ๒๕๖๐ ได้เข้าร่วมเป็นกรรมการมูลนิธิสร้างเสริมศิลปวัฒนธรรมภาคประชาชน จึงสะท้อนให้เห็นถึงการทำงานด้วยจิตวิญญาณสาธารณะขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ทั้งนี้ อาจารย์วินัย พันธุรักษ์ ศิลปินแห่งชาติสาขาศิลปะการแสดง

กล่าวว่า “ในฐานะที่ได้ร่วมงานกับ อ.ไพจิตร มาเป็นระยะเวลายาวนาน ได้เห็นบทบาท ฝีมือที่หลากหลาย จึงเห็นควรได้รับการยกย่องและเชิดชูให้เป็นบุคลากรสมองเพชร” และ อาจารย์วาทัญญู มุ่งหมาย กล่าวว่า “อ.ไพจิตร ถือเป็นคนที่มีความตั้งใจ และเป็นผู้ที่ให้การสนับสนุนและให้คำแนะนำต่อการทำงานอย่างดีมาโดยตลอดทั้งเบื้องหน้าและเบื้องหลังจนถึงปัจจุบัน”

ทว่าความสำเร็จจากผลงานภาพยนตร์ที่ได้รังสรรค์ จะสอดแทรกและสะท้อนภาพสังคมในขณะนั้น อาทิ ด้านการศึกษาไทยที่เชื่อมโยงกับสถาบันการศึกษาและสถาบันครอบครัว และมุ่งการสืบทอดอุดมการณ์ คุณธรรมของครู จนมีสโลแกนประกอบภาพยนตร์ที่กลายเป็นกระแสในขณะนั้น คือ “ไม่รีรอสร้างคนให้เป็นรัฐมนตรี” ปรากฏในเรื่อง คุณครูคนใหม่ และอีกภาพสะท้อนวิถีชีวิตไทยเกี่ยวกับฐานะความเป็นอยู่ของผู้คนหลากหลายระดับอาชีพ อันเป็นความสุขเรียบง่าย รวมถึงการความเหลื่อมล้ำจากการนายทุนและการต่อสู้กับภัยธรรมชาติไปจนถึงอำนาจเถื่อนของผู้ทรงอิทธิพล เช่น ผลงานเรื่อง ลูกสาวกำนัน และเรื่อง เขยบ้านนอก เป็นต้น ต่อมาเมื่ออุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกำลังก้าวจากยุคแอนะล็อกสู่ยุคดิจิทัล จึงหันเหมาทำงาน

การกุศลและงานจิตสาธารณะมากขึ้น ประกอบกับเป็นผู้ที่ส่งเสริมประสบการณ์ในวงการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย ทำให้ได้รับเลือกดำรงตำแหน่ง นายกสมาพันธ์ภาพยนตร์แห่งชาติ และประธานกรรมการมูลนิธิสืมาฯ ศิลปิน และสมาพันธ์ศิลปินเพื่อสังคม นอกจากนั้น เมื่อเข้าทศวรรษ ๒๕๖๐ ได้เข้าร่วมเป็นกรรมการมูลนิธิสร้างเสริมศิลปวัฒนธรรมภาคประชาชน จึงสะท้อนให้เห็นถึงการทำงานด้วยจิตวิญญาณสาธารณะขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม และควรได้รับสมญานามว่า บุคลากรสมองเพชร จากการเดินทางตามรอยเส้นทางกว่า ๖ ทศวรรษของอาจารย์ไพจิตร ทำให้ตระหนักได้ว่า ผลงานทุกชิ้นที่ได้สร้างสรรค์ในทุกแขนงสาขา ล้วนเชิดชูและอ้างไว้ซึ่ง “คุณค่า” ของสังคม เมื่อนำมาหล่อหลอมรวมจึงเป็น “ภูมิพลังวัฒนธรรม” ของสังคม ดังนั้น จึงควรมีการรวบรวมจัดเก็บผลงานของศิลปินที่มีผลงานอันทรงคุณค่าและสร้างคุณประโยชน์ให้แก่วงการอุตสาหกรรมบันเทิงไทย เพื่อไม่ให้ “คุณค่า” ของสังคมอันน่ายกย่องสูญหายไปตามกาลเวลา

ผลการเสวนาในวันที่ ๑๓ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ ในแต่ละช่วง สรุปได้ดังนี้

๔.๒.๗ ผลการกล่าวปาฐกถา (พิเศษ) เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม

หลังจากรองศาสตราจารย์ ดร.เกศินี ประทุมสุวรรณ ประธานคณะทำงานฯ ได้กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมชมนิทรรศการและงานเสวนา ชี้แจงวัตถุประสงค์การจัดงาน และอธิบายกำหนดการเรียบร้อยแล้ว อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานคณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา ได้กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมเสวนาได้กล่าวถึงแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ว่าควรมีความครอบคลุม “สามฐาน” สำคัญ ประกอบด้วย

- (๑) รากฐาน ควรมีการจัดตั้ง “สถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน” ขึ้นมารองรับ เพื่อดูแลงานด้านภาษาและภูมิปัญญาแผ่นดิน
- (๒) พื้นฐาน ควรมีภูมิพื้นที่วัฒนธรรม เช่น ตลาดวัฒนธรรม เวทีวัฒนธรรม รองรับการแสดงออกทางวัฒนธรรม

(๓) ภูมิฐาน ควรยกระดับการขับเคลื่อนจากภูมิวัฒนธรรม ไปสู่ภูมิพลังวัฒนธรรม สัมพันธ์นานาชาติ

การจัดงานในช่วงสองวันที่ผ่านมาได้เชิญผู้แทนจากหลากหลายประเทศ เช่น จีน และ อินเดียมาร่วมให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะ และยังได้เล่าประสบการณ์ที่เคยพูดคุยแลกเปลี่ยนกับนายไมเคิล ไรท์ (ชาวอังกฤษ) ได้เคยกล่าวว่า “ในเอเชียอินเดียเป็นแม่ จีนเป็นพ่อ ออกกลุมาเป็นชาวสยามที่งามที่สุด” ซึ่งถือเป็นเสน่ห์ที่ยังไม่ถูกทำให้ปรากฏ และเชื่อว่ารัฐบาลชุดนี้และนายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี จะช่วยผลักดัน “ไม่นวม” ทำให้สิ่งนี้ปรากฏสู่สายตาประชาคมโลกได้สำเร็จ ในช่วงท้ายของการกล่าวปาฐกถาพิเศษ อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ได้กล่าวบทกลอนที่ชื่อว่า “ภูมิพลังวัฒนธรรมไทย” ดังนี้

“ภูมิพลังวัฒนธรรมไทย”

พื้นฐาน ความดีงาม ความเป็นไทย	คือ ภูมิฐาน ทนสมัย ใฝ่ทสมาน
จากรากฐาน คุณธรรม เป็นตำนาน	จิตวิญญาณ งดงาม ความเป็นไทย
คือพลัง สามพลัง อันตั้งมั่น	กลายเป็น ภูมิคุ้นกัน อันยิ่งใหญ่
หนึ่งพลัง ภูมิศาสตร์ เป็นฉัตรชัย	สมบูรณ์ใน สันทรพยากร
สองคือ ภูมิวิถีวัฒนธรรม	ล้วนเลิศล้ำ เลอค่า มาเก่าก่อน
ให้สืบสาน สร้างสรรค์ ตามขั้นตอน	เบิกบวร วิวัฒนา สู่สากล
สามคือ ภูมิหัวใจ ให้ประจักษ์	ให้รู้จัก รู้ใจ ในทุกหน
รู้ชนบ ชนชั้น รู้ชั้นชน	รู้อ่อนน้อม ถ่อมตน ทนไม่ตรี
คือพลัง ดีงาม ความเป็นไทย	ให้โลกได้ รู้จัก เป็นสักขี
พลังความนุ่มนวล อันควรมี	คือ ความดี ความงาม ความเป็นไทย”

อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์

๔.๒.๘ ผลการเสวนา เรื่อง “Principle of Governance” กับความท้าทาย นโยบายและกฎหมาย Soft Power ไทย

การเสวนา เรื่อง “Principle of Governance” กับความท้าทาย นโยบายและกฎหมาย Soft Power ไทย มีผู้เข้าร่วมเสวนา ๒ ท่าน ประกอบด้วย ๑) นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี ตำแหน่งกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ และ ๒) พลอากาศเอก ประจิน จั่นตอง ประธานคณะกรรมการวิสามัญศึกษาและพิจารณาเสนอแนะแผนกลยุทธ์การส่งเสริมซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ เพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงแห่งชาติวุฒิสภา ในการเสวนามี อาจารย์ประสาร มฤคพิทักษ์ อนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา และ ดร.ลักษณ

นัยน์ ทรงเลี้ยงไชย อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นผู้ดำเนินรายการสาระสำคัญของการเสวนา สรุปได้ ดังนี้

นิยามของคำว่า “Soft Power” คือ อะไร

นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี ให้ความเห็นว่า คำว่าซอฟพาวเวอร์ (Soft Power) ในต่างประเทศมีความเห็นที่แตกต่างกัน เป็นการจับลำดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ปัจจุบันคำว่า “Soft Power” ของแต่ละประเทศมีถึง ๔ สถาบันในการจัดอันดับก็ต่างกัน สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นในภาพรวมว่า “Soft Power” ยังมีการนิยามแตกต่างกัน ตัวอย่างหนึ่งของเกาหลี มีอย่างน้อย ๒ สถาบันที่เกาหลีไม่ติดอันดับใน ๑-๑๐ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จุดเริ่มต้นที่แท้จริงของแนวคิดดังกล่าว มาจากนักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ชื่อ โจเซฟ เนย์ (Joseph Nye) จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “Soft Power” ในปี ค.ศ. ๑๙๘๕ ในดิคชินนารี ออกฟอร์ต ที่อ้างอิงจากบทความวิจัย และมีคนไทยในผลงานวิจัยที่เกิดขึ้นในยุคสงครามเย็น เกิดคำว่า “Hard Power” และ “Soft Power” ต้องการให้คนในสังคมเกิดการโน้มน้าวโดยไม่ต้องขู่เชือด ต้องการใช้อิทธิพลของอเมริกายังประเทศอื่น ๆ ให้ได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรม จนมาวันนี้กว่า ๒๐ ปี มีการใช้คำว่า “Soft Power” ในหลากหลายมิติ ดังนั้น ความหมายของคำว่า “Soft Power” ที่มีความแตกต่างแต่สิ่งสำคัญเราจะทำให้ “วัฒนธรรม” กลายเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้ชีวิตของคนไทยดีขึ้น จึงนำมาสู่การเกิดขึ้นของนโยบาย “Soft Power” ที่ส่งออกวัฒนธรรมและความคิดในการหนุนเสริมทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ขอให้ท่านกล่าวถึงภาพรวมเกี่ยวกับ Soft Power ของไทย โดยเฉพาะบทบาทของ Thailand Creative Content Agency (THACCA) เป็นอย่างไร

นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี ได้สะท้อน “มุมมองรัฐบาล” ต้องหาโอกาสใหม่ให้ประเทศไทย ซึ่งวัฒนธรรมเป็นชุมทรัพย์ของไทย อดีตเคยทำนโยบายที่ประสบความสำเร็จ อาทิ นโยบายครัวไทยสู่ครัวโลก และการส่งเสริมมวยไทยในต่างประเทศ เพียงแต่ยังไม่มีจัดการอย่างเป็นระบบ ในขณะที่ประเทศอื่นมีปัญหาเศรษฐกิจและฟื้นตัวได้รวดเร็วอย่างเกาหลีได้ฟื้นตัวได้ไว ผ่านการวางรากฐานวัฒนธรรม อย่างกรณีของการจัดตั้งสถาบัน Korea Creative Content Agency (KOCCA) หรือกรณีของไต้หวันมองว่าวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญ จึงมีการจัดตั้ง Taiwan Creative Agency (TAICCA) ดังนั้นกรณีของประเทศจึงจำเป็นต้องมีการจัดตั้ง “ *Thailand Creative Content Agency (THACCA)* ” ที่มีบทบาทในการประสานทรัพยากรอย่างเป็นระบบ ไม่ใช่ระบบราชการ มีความยืดหยุ่น มีการรวมทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม เช่น สภาภาพยนตร์ เหตุผลสำคัญที่ต้องมีการจัดตั้ง THACCA เพื่อให้เห็นเป็น DNA เดียวกันในเวทีโลก ไทยมีขอบเขตนานกว่าประเทศอื่นที่มากกว่าไปคอนเทนต์ เช่น อาหาร ภาพยนตร์ ซึ่ง THACCA จะไม่ทำทุกอย่าง แต่มุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนในการแก้ปัญหากฎหมาย เพราะเชื่อว่า เราคงไม่ได้รู้ดีเท่าเจ้าของเรื่องนั้น ๆ แต่เราจะมอบให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการเป็นหลัก

พลอากาศเอก ประจิน จั่นตอง ได้สะท้อน “มุมมองของวุฒิสภา” ประเทศไทยในอดีตเกิดการกฏกติกการ มีการบันทึก การละเล่น ประเพณี สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดประวัติศาสตร์ชาติไทย ซึ่งคำว่า “วัฒนธรรม” ในประเทศไทยมีความหลากหลาย เมื่อเป็นคำใหญ่จะมีคำอื่นเข้ามาภายใต้วัฒนธรรม

นำมาสู่อาหารและอื่น ๆ สุดท้ายเป็นการกลับมาใช้เพื่อเพิ่มขีดความสามารถที่มีอยู่ในการสร้างศักยภาพ ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น ผลិតภัณฑ์ ความภูมิใจ จึงจำเป็นต้องส่งออกให้เกิดการรับรู้ เมื่อออกมาเป็นมรดกไทยก็ตาม และมีการหยิบยืมมาใช้ใน “Soft Power” และทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในระดับสากล สิ่งสำคัญที่ทำให้ต้องรู้ความเป็นมาของ Soft Power เช่น คำแปล ที่มาของ Soft Power โดยขอให้ใช้คำว่า **“ภูมิพลวัฒนธรรม”** ซึ่งการใช้คำทับศัพท์อาจทำให้เกิดองค์รวมในการขับเคลื่อน

หากต้องการทำให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ ต้องมีองค์กรกลางในการบริหารจัดการภาพรวมทางนโยบาย การกำกับดูแล และต้องอาศัยความร่วมมือจากหลากหลายภาคส่วน ในลักษณะ **“Single Umbellar”** เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนนโยบายแบบมุ่งเป้า (และไม่ควรเป็นกฎหมายที่ควบคุม แต่ให้อิสระกับศิลปินได้มากที่สุด) สุดท้าย ขอประเด็นเพิ่มเติมบทเรียนของสหรัฐอเมริกา มิใช่เพียงแต่ต้องการได้รับชัยชนะในการครองอำนาจผ่านการสื่อสารและแทรกซึมผ่านวัฒนธรรม ดังนั้น การเผยแพร่โดยตรงและโดยอ้อมอย่างสื่อภาพยนตร์ ถ้าต้องการทำให้สอดคล้องระดับสากลมักเป็นการนำศิลปวัฒนธรรมมาร้อยเรียงในบทของการแสดงมาตั้งต้นให้เห็นว่าเป็นภูมิพลวัฒนธรรม ดังนั้น การสืบสาน ต่อยอด อนุรักษ์ จึงต้องมีการประยุกต์ ไม่ควรทำงานแบบแยกส่วน หากต้องการทำให้ Soft Power เคลื่อนตัวไปได้มากที่สุด ต้องดำเนินการผ่านสื่อภาพยนตร์

ทำอย่างไรที่จะทำให้หน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งศิลปิน ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม ผู้สร้างสรรค์ผลงาน ฯลฯ เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับ Soft Power ไปในทิศทางเดียวกัน

นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี ให้ความเห็นว่า ด้วยเรื่องนี้เป็นเรื่องที่ใหญ่และได้มีการวางแผนทั้งระบบ พิจารณาปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบตั้งแต่ **“ต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ”** ในอดีตเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ยังไม่ได้ให้ความสำคัญสัมพันธ์นานาชาติ ซึ่ง Soft Power นั้น โจเซฟ เนย์ ให้ความสำคัญกับนโยบายต่างประเทศในมิติวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งด้วย

ระดับต้นน้ำ คือ “คน” คนจะได้ประโยชน์อย่างไร เรามักไม่ได้ใช้คนจากทุนทางวัฒนธรรม หากต้องการสร้างภูมิพลวัฒนธรรมให้แข็งแรง ซึ่งคนอาจมีอัจฉริยภาพ (talent) เช่น นวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ปรัชญาปิ่นแก้ว ลิซ่า และบัวขาว เป็นต้น เราอาจมีนโยบาย ๑ ครอบครัว ๑ ซอฟต์แวร์ สิ่งเหล่านี้เป็นโอกาส จึงต้องมีการ upskill และ reskill เช่น เป็นเชฟทำอาหาร รัฐบาลจะให้การเกื้อหนุนหรือฝึกอบรมของโรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต (Le Cordon Bleu Dusit Culinary School) โดยที่ทุกอย่างต้องฟรี ตั้งเป้าไว้ ๒๐ ล้านครัวเรือน ๒๐ ล้านคน เพื่อส่งออกเชฟไปต่างประเทศ เป็นต้น

ระดับกลางน้ำ คือ “ภาคอุตสาหกรรม” ในทุกวันนี้มีปัญหาและข้อจำกัดเยอะมาก เช่น กฎหมายด้านภาพยนตร์ มีการควบคุมมากกว่าส่งเสริม ขณะนี้มีการทำร่างแก้ไขกฎหมายด้านภาพยนตร์ และระเบียบต่าง ๆ เป็นร่มใหญ่ และจะแตกย่อยย่อยไปยัง ๑๑ สาขา และจะมีการพัฒนาระบบ **“one stop service”** โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.) เข้ามารองรับ

ระดับปลายน้ำ คือ “ต่างประเทศ” โดยกระทรวงต่างประเทศ และกระทรวงพาณิชย์ มี “ทูตพาณิชย์” อยากมีการทำวิจัยว่าไทยจะส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ ได้อย่างไร เช่น มวยไทย และทูตพาณิชย์สามารถระดมข้อมูลประเทศต่าง ๆ มาวางแผน ทำหน้าที่สื่อสาร ประสานงาน และส่งเสริมวัฒนธรรมของไทยออกไปยังประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นบทบาทของ ๒ กระทรวงในการหารือกับนานาชาติ หรืออย่างอาหารไทยในต่างประเทศ ที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม มีการจัดสรรงบประมาณไว้ต้นน้ำ ๓๐% กลางน้ำ ๔๕% และปลายน้ำ ๒๕% โดยงบประมาณ ต้นน้ำ เช่น อาหาร มีการออกแบบกับสถาบันอาหารและปรึกษาร่วมกับ ภัตตาคารอาหาร กระทรวงศึกษาธิการ โดยมีสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ กลางน้ำ ซึ่งงบประมาณมีการ ออกแบบจากอนุกรรมการแต่ละชุด เช่น คณะอนุกรรมการด้านอุตสาหกรรมอาหาร เป็นต้น ขณะเดียวกันในสาขาภาษาและหนังสือไทยจะมีการส่งเสริมการแปล รวมทั้งส่งเสริมคนเขียนบท ภาพยนตร์ เป็นต้น

THACCA สามารถสร้างระบบนิเวศในการสร้าง Soft Power ได้หรือไม่ อย่างไร

นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี ระบุว่า ปัจจุบันเรามีเม็ดเงินลงทุนที่ดี แต่สิ่งที่ต้องทำ คือ พยายามปรับปรุงดิน ต้องการสร้างระบบนิเวศให้คนได้เติบโต ไม่ต้องการเห็นลิซ่าแค่คนเดียว ถ้าเรายัง สร้างไอดอลขึ้นมาจะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้แก่คนอื่น ๆ ซึ่งทุกคนสามารถใช้ทักษะที่มาจาก พรสวรรค์และพรแสวง

เราจะสร้างเนื้อหาและส่งออกวัฒนธรรมให้มีเสรีภาพ การกำกับดูแล การเปิดกว้าง ทางความคิด และคำนึงถึงความเป็นมาตรฐานและค่านิยมสากลในมุมมองของวุฒิสภา ได้อย่างไร

พลอากาศเอก ประจิน จั่นตอง ในมุมมองรัฐสภา ที่ผ่านมาวุฒิสภา ได้มีการจัดตั้ง คณะกรรมาธิการสามัญชุดต่าง ๆ และคณะกรรมาธิการวิสามัญ (เพื่อเสริมงานของรัฐบาล) เช่น คณะกรรมาธิการวิสามัญศึกษาแนวทางการสร้างคนดี คนเก่ง สู้สังคมเพื่อพัฒนาชาติไทยอย่างยั่งยืน และคณะกรรมาธิการวิสามัญศึกษาและพิจารณาเสนอแนะแผนกลยุทธ์ การส่งเสริมซอฟต์แวร์แห่งชาติเพื่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคงแห่งชาติ เพื่อเสริมงานด้านสังคมและ เศรษฐกิจ มีการรับฟังความคิดเห็นจากหลายหลายภาคส่วน เช่น ผู้ทรงคุณวุฒิ ๑๑ สาขาที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยว กีฬา ภาพยนตร์ สื่อ อาหาร/ร้านอาหาร ศิลปะอาชีพ เป็นต้น รวมทั้งตัวแทนของภาค ประชาชน เช่น มัคคุเทศก์ ประชาชนในพื้นที่ กลุ่มศิลปวัฒนธรรมประเพณีพื้นบ้าน ในพื้นที่ต่าง ๆ มี กระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมโดยการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ส่งออกทางวัฒนธรรม เพื่อทราบ ถึงข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะ รวมทั้งปัญหาอุปสรรค หรือแม้แต่ศิลปวัฒนธรรมที่เคยมีและสูญ หายไป นำมาสู่การปรับปรุงและออกแบบกติกา

ข้อค้นพบจากการรับฟังความคิดเห็นเบื้องต้นในช่วงที่ผ่านมาพบว่า **“ประชาชนต้องการ เข้าไปมีส่วนร่วม”** เพราะที่ผ่านมาประชาชนมีการร้องเรียนว่า ทำไมชุมชนถึงไม่เข้าไปมีส่วนร่วม เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ (ชนเผ่า) ศิลปินพื้นบ้าน (จังหวัดสุพรรณบุรี) เป็นต้น และมีขั้นตอนต่าง ๆ ซับซ้อนในการ เข้าถึงโอกาสในการให้ข้อเสนอแนะและมีส่วนร่วม ซึ่งรัฐจำเป็นต้องดำเนินการด้วยหลักธรรมาภิบาล การบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน รวมทั้งจำเป็นต้องมีการศึกษากฎกติกาต่าง ๆ ในระดับ สากล และการศึกษาในแต่ละคลัสเตอร์กว่า ๑๕ คลัสเตอร์ที่น่าสนใจ เพื่อศึกษาแนวทางสนับสนุนแหล่ง เงินทุน กฎกติกา มาตรฐานที่น่าเชื่อถือ ซึ่งทั้งหมดนี้จะนำไปสู่การตอบโจทย์ที่สมดุลทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม และความมั่นคง

อะไรคือดัชนีความสำเร็จของการขับเคลื่อน (soft power index) ของไทย

นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี ระบุว่า จุดเน้นสำคัญในระดับต้นน้ำ คือ การพัฒนา **“คน”** โดยการ upskill-reskill ตั้งเป้าหมายในปี พ.ศ. ๒๕๖๓ จำนวน ๑ ล้านคน และภายใน ๔ ปี ต้องได้ ๒๐ ล้านคน ระดับกลางน้ำ แต่ละอุตสาหกรรมจะมีตัวชี้วัดที่ได้กำหนดไว้ตามแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่ง

กฎหมายหากไม่สอดคล้องกับยุคสมัยจะริบแก้ไข เช่น พรบ.ภาพยนตร์ฯ และต้องการผลักดันให้เกิดการจัดตั้ง THACCA ภายในปี พ.ศ. ๒๕๖๘ และผลักดันให้ประเพณีสงกรานต์สร้าง “เมืองเฟสติวัล ชิตี” เพื่อให้เป็น festival economy ภายในปีนี้

คำถามจากผู้เข้าร่วมงานเสวนา (ช่วงท้าย)

อาจารย์ ดร.ดนัย หวังบุญชัย (ถาม) : คำถามที่ ๑ นโยบายหนึ่งครอบครัวหนึ่งซอฟต์แวร์ ที่ต้องการพัฒนาให้คน (ในครอบครัว) เกิดเป็น “Talent” ขึ้นมา มีความครอบคลุมถึงการส่งเสริมศิลปนิเทศยุคเก่าและศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านหรือไม่ และสถานศึกษาควรมีบทบาทอย่างไร คำถามที่ ๒ คณะกรรมการและเลขานุการคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ได้คำนึงถึงการขับเคลื่อนในมิติของ “ความยั่งยืน” อย่างไรบ้าง

นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี (ตอบ): ปัจจุบันจะพบว่าในบางสาขา เช่น เพลงลูกทุ่ง มีการขับเคลื่อนในมิติภูมิพลวัฒนธรรมแล้วในรูปแบบการแสดง (paradise) แต่ศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านบางส่วน เช่น ลำตัด อาจจะยังไม่มีภาพชัดเจนในการขับเคลื่อนไปสู่ภูมิพลวัฒนธรรม จำเป็นต้องมีการพัฒนารูปแบบการนำเสนอให้มีความสอดคล้องกับบริบทของโลก เช่น อาหารไทย จำเป็นต้องมีการตัดเพลงให้ถูกจริตของต่างประเทศ ในกรณีนี้อาจใช้โครงสร้างที่มีอยู่ เช่น โรงเรียน สถาบันอาชีวศึกษา และมหาวิทยาลัย ซึ่งมีบุคลากร ทรัพยากร และโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อมอยู่แล้ว รวมทั้งคนที่มีองค์ความรู้และทักษะในชุมชน

ส่วนในมิติสร้างความยั่งยืน ต้องมีการพัฒนาต่อเนื่องต้องมีการออกแบบกฎหมายและองค์การรองรับการทำงานในระยะยาว ชื่อว่า THACCA ซึ่งออกโดยมีพระราชบัญญัติของตนเอง เช่นเดียวกับนโยบาย ๓๐ บาทรักษาทุกโรค ที่ขับเคลื่อนโดย สปสช.

พลอากาศเอก ประจิน จั่นตอง (ตอบ) : นโยบายหนึ่งครอบครัวหนึ่งซอฟต์แวร์ เป็นเรื่องที่สามารถทำได้และสร้างผลสัมฤทธิ์ในภาพใหญ่ แต่จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากครอบครัว สถาบันการศึกษา และคนที่มีความรู้มาเป็นวิทยากร ตลอดจนคำนึงถึงตลาดแรงงาน อาชีพ หรือมาตรการส่งเสริมการประกอบการเข้ามารองรับ นอกจากนี้ มิติภูมิพลวัฒนธรรม จำเป็นต้องคำนึงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น การไหว้ ความกตัญญู ต้องสอดแทรกเข้าไปด้วย ขณะเดียวกันจำเป็นต้องมีการรับรองมาตรฐานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งต้องมีหน่วยงานของรัฐทำหน้าที่ให้การสนับสนุน ทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้หลักธรรมาภิบาลที่เน้นการมีส่วนร่วม ความคุ้มค่า และมีกฎหมายรองรับจะทำให้ประสบความสำเร็จได้

นายพัฒนา จีรวงศ์ (ถาม): ปัจจุบันมีการประกวดงานศิลปวัฒนธรรมในระดับสถานศึกษา ในหลากหลายสาขาด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่พบว่า การจัดประกวดสิ้นสุดแค่ในระดับเขตหรือระดับภาค เท่านั้น จึงขอสอบถามว่า THACCA จะมีการส่งเสริมการจัดประกวดในระดับชาติหรือไม่ อย่างไร

นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี (ตอบ): มีความตั้งใจที่จะให้มีการประกวดในระดับชาติ ที่ผ่านมานี้ในอดีตเคยมีการประกวดหรือแข่งขัน เช่น ชิงถ้วยพระราชทาน ขณะนี้กำลังให้ภาคอุตสาหกรรมแต่ละสาขาช่วยกันออกแบบขึ้นมา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ เอี่ยมสำอาง (เสนอแนะ): เสนอแนะให้เครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ ๓๖ แห่ง และเครือข่ายมหาวิทยาลัยราชภัฏ ๙ แห่ง ทั่วประเทศ มีความพร้อม

ผลักดันศิลปวัฒนธรรมในสาขาต่าง ๆ สามารถช่วยขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ได้ จึงขอให้การจัดทำนโยบายขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมอาศัยกลไกและเครือข่ายที่มีอยู่ของมหาวิทยาลัยราชภัฏ และมหาวิทยาลัยราชภัฏมณฑลให้เป็นประโยชน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุมิตรา สุวรรณ์เดชา (ถาม): นโยบายการขับเคลื่อนภาษาไทยและวรรณกรรมอย่างไร เพราะในประเทศที่เป็นผู้นำภูมิพลังวัฒนธรรมที่เป็นผู้นำ จำเป็นต้องมีการส่งเสริมภาษาไทยในระดับนานาชาติ โดยมีการจัดตั้งสถาบันที่ชัดเจน เช่น จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เป็นต้น

นายแพทย์สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี (ตอบ): ในเบื้องต้นได้มีแนวคิดจัดตั้งสถาบันด้านส่งเสริมวัฒนธรรมและภาษาไทยในต่างประเทศ เช่นเดียวกับสถาบันขงจื้อ (จีน) สถาบัน เกอเธ่ (เยอรมัน) และสมาคมฝรั่งเศส เป็นนโยบายขับเคลื่อนในระยะถัดไป

๔.๒.๙ ผลการจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น ภายใต้หัวข้อ “การพัฒนากฎหมายเพื่อยกระดับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้วยเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และส่งเสริมวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ

การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น ภายใต้หัวข้อ “การพัฒนากฎหมายเพื่อยกระดับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้วยเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และส่งเสริมวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ” นำเสนอและให้ข้อมูลมีจำนวน ๒ ท่าน ประกอบด้วย ๑) นายพงศ์ธันว์ สำเภาเงิน ตำแหน่ง ผู้อำนวยการกองโบราณคดี กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม และ ๒) นางสาวราพรณ ชัยชนะศิริ ตำแหน่ง รองอธิบดีกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม โดยมีผู้ดำเนินรายการ ๒ ท่าน ได้แก่ ๑) รองศาสตราจารย์ ดร. เกศินี ประทุมสุวรรณ ประธานคณะทำงานขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ และ ๒) อาจารย์สุมาลี สุวรรณกร ประธานเครือข่ายสื่อศิลปวัฒนธรรมชุมชนอีสาน

การจัดกิจกรรมแบ่งออกเป็น ๒ ช่วง (ย่อย) และในแต่ละช่วงสามารถสรุปผลการนำเสนอและรับฟังความคิดเห็นได้ ดังนี้

ช่วงที่ ๑ นำเสนอกฎหมายที่เกี่ยวข้อง “มรดกวัฒนธรรมจำเป็นต้องได้-จำเป็นต้องไม่ได้”

● กรณี มรดกทางวัฒนธรรมที่จำเป็นต้องได้

นายพงศ์ธันว์ สำเภาเงิน ผู้อำนวยการกองโบราณคดี กรมศิลปากร กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยกรมศิลปากร ในฐานะหน่วยงานที่กำกับ ดูแล อนุรักษ์ บำรุงรักษา ฟื้นฟู ส่งเสริม สร้างสรรค์ เผยแพร่ วิจัย และพัฒนา สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมแบบจำเป็นต้องได้ มีหลักการบริหารงานเป็นไปตาม พ.ร.บ. โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๐๔ โดยมุ่งเน้นปกป้อง รักษาคุณค่า ๓ ประการ (อายุ สถาปัตยกรรม และศิลปะ) เพื่อเพิ่มมูลค่า นำไปสู่ความมั่งคั่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา กรมศิลปากรได้ส่งเสริม พัฒนา และบริหารจัดการโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม ประกอบกับการพึ่งพิงปัจจัยหนุนเสริมต่อการยกระดับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เชิงเศรษฐกิจ ที่ทำให้เกิดกระแสการหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศเพิ่มจำนวนมากขึ้น อาทิ การขึ้นทะเบียนแหล่ง

มรดกโลก กระแสความนิยมจากละคร การจัดงานประเพณี จนนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างล้นหลาม นอกจากนี้ ยังเป็นการกระตุ้นและปลูกฝังให้คนรุ่นใหม่เกิดความรู้สึกหวงแหนและอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมอีกด้วย และเผยแพร่ไปสู่ระดับนานาชาติ และนำเสนอแนวทางการพัฒนามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (ICH) ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว สู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

● กรณี มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

นางสาววราพรณ ชัยชนะศิริ รองอธิบดีกรมส่งเสริมวัฒนธรรม กล่าวว่า กรมส่งเสริมวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานที่เข้ามาส่งเสริมและพัฒนามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ เพื่อเสนอขึ้นบัญชีมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ระดับนานาชาติ ซึ่งในปี พ.ศ. ๒๕๖๖ ทาง UNESCO ได้ประกาศขึ้นทะเบียน “สงกรานต์ในประเทศไทย” เป็นรายการในบัญชีตัวแทนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ ลำดับที่ ๔ นอกจากนี้ UNESCO ได้ประกาศขึ้นทะเบียนวัฒนธรรมไทยมาแล้ว อาทิ โขน นวดไทย และ โนรา จากผลงานความภาคภูมิใจดังกล่าวข้างต้น จึงเห็นได้ว่า ประเทศไทยได้ดำเนินการเกี่ยวกับมรดกภูมิปัญญาไทยที่จับต้องไม่ได้มาอย่างช้านาน และในระดับนานาชาติ UNESCO ได้มีอนุสัญญาการสงวนรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ค.ศ. ๒๐๐๓ โดยประเทศไทยเข้าร่วมเป็นภาคีสมาชิก ปี พ.ศ. ๒๕๕๙ ดังนั้น เพื่อส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมให้มีความสืบเนื่องและยั่งยืนสืบไป นำไปสู่การตรา พ.ร.บ. ส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. ๒๕๕๙ กำหนดลักษณะประเภทและกระบวนการเสนอขอขึ้นทะเบียน แต่อย่างไรก็ดี กรมส่งเสริมวัฒนธรรมได้ตระหนักและให้ความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการมีส่วนร่วมจากภาคประชาสังคมที่จะต้องให้ความเห็นชอบและความยินยอมที่จะเสนอขึ้นทะเบียนบัญชี โดยเสนอผ่านกลไกการทำงานระดับจังหวัดในรูปแบบคณะกรรมการ และเสนอต่อกรมส่งเสริมวัฒนธรรม ดำเนินการเสนอคณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบเพื่อนำเสนอต่อ UNESCO ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๖๗ รายการต้มยำกุ้ง รายการชุดเคบายาจะได้รับการขึ้นทะเบียนอย่างเป็นทางการ และรายการผ้าขาวม้าอยู่ระหว่างการพิจารณา ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า กรมส่งเสริมวัฒนธรรมถือเป็นต้นน้ำต่อการส่งเสริมผลักดันและเพิ่มคุณค่าแก่มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ สู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ ตลอดจนการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ในการเผยแพร่องค์ความรู้และคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ไปสู่สาธารณะชนได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มวัย เพื่อสร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง

ช่วงที่ ๒ เวทีรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะการพัฒนากฎหมาย และนโยบายที่เกี่ยวข้อง

สำหรับช่วงที่ ๒ เป็นการแลกเปลี่ยนประเด็นคำถามและข้อเสนอแนะจากผู้ร่วมเสวนา และผู้เข้ารับฟังการเสวนา ตอบทบทวน ภารกิจ หน้าที่ของหน่วยงานที่ขับเคลื่อนการอนุรักษ์ บำรุงรักษา พิธีกรรม ส่งเสริม สร้างสรรค์ เผยแพร่ ตลอดจนพัฒนาสืบทอด และแนวทางการพัฒนาโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ (มรดกทางวัฒนธรรม) และมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (ICH) ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้ว สู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ จากการบรรยายช่วงที่ ๑ โดยสามารถสรุปแยกเป็นประเด็นได้ดังนี้

ด้านการสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนกับการอนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมและมรดกภูมิปัญญาที่จับต้องไม่ได้ ไปสู่การขึ้นทะเบียนระดับโลกและการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม สามารถดำเนินการได้อย่างไร

อาจารย์สุมาลี สุวรรณกร (ถาม) จากภาพการดำเนินการขับเคลื่อนการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของทั้ง ๒ หน่วยงาน สู่การขึ้นทะเบียนระดับโลกและการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้นั้น จะต้องอาศัยฐานสำคัญการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในฐานะเจ้าของมรดก ตระหนักรู้ถึงความสำคัญและให้คุณค่าแก่สิ่งที่มีอยู่ จนก่อให้เกิดเป็นความรู้สึกหวงแหนรักษา ไปสู่การเผยแพร่ความงดงามของมรดกเหล่านี้ให้เป็นที่รู้จักสู่สาธารณะในวงกว้าง นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

นายพงศ์ธันว์ สำเภาเงิน (ตอบ) ยกตัวอย่างการขึ้นทะเบียนเมืองโบราณศรีเทพเป็นมรดกโลก ทำให้ประชาชนเกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์มรดกดังกล่าวตั้งแต่ระดับประชาชน ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ อาทิ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ไปจนถึงส่วนราชการในพื้นที่

นางสาววราพรรณ ชัยชนะศิริ (ตอบ) เจตนารมณ์ของ พ.ร.บ. ส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม พ.ศ. ๒๕๕๙ มุ่งการส่งเสริมและให้ความสำคัญกับชุมชนผู้เป็นเจ้าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ดังนั้น กระบวนการนำรายการเสนอขึ้นทะเบียนฯ กำหนดให้จะต้องผ่านมติความเห็นชอบของชุมชนก่อน เช่นเดียวกันกับของกรมศิลปากร

อาจารย์สุมาลี สุวรรณกร (ถาม) ในฐานะหน่วยงาน (ต้นน้ำ) ขับเคลื่อนพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมและมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ที่ผ่านรับการรับรอง/ขึ้นทะเบียนในระดับชาติและระดับโลกแล้ว สำหรับภาคส่วนใดบ้างที่จะต้องเข้าร่วมขับเคลื่อนหลังที่ได้รับการรับรอง/ขึ้นทะเบียน (กลางน้ำ) เพื่อให้ไปถึงการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (ปลายทาง) ได้ตามเป้าหมายที่มุ่งหวัง

นายพงศ์ธันว์ สำเภาเงิน การขับเคลื่อนมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม หรือ ภูมิพลังวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เปรียบเสมือน ”ห่วงโซ่คุณค่า” ที่ผสมผสานสัมพันธ์ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งหน่วยงานทั้ง ๒ ถือเป็น ”ต้นน้ำ” ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐและกฎหมายกำหนด โดยยึดหลักประชาชนเป็นสำคัญ เพื่อมุ่งไปสู่ความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจ นั่นคือ ”ปลายน้ำ” จะต้องมีการจัดวางเชิงระบบของการบริหารจัดการโครงการ/แหล่งท่องเที่ยวไปสู่เป้าหมายการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ คือ ”กลางน้ำ” ทั้งนี้ ปัจจัยหนุนเสริมที่จะช่วยให้การขับเคลื่อนดังกล่าวได้รับการตอบสนองได้รวดเร็วขึ้น จะต้องมีการกำหนดให้เป็นวาระเชิงนโยบายของรัฐบาล หรือในนามพรรคกล้า จะสามารถทำให้ประสบความสำเร็จได้เร็วยิ่งขึ้น

นางสาววราพรรณ ชัยชนะศิริ อุตสาหกรรมส่งออกวัฒนธรรม Soft Power ยกตัวอย่างที่เห็นผลลัพธ์ได้ชัดเจน คือ ภายหลังรายการงานประเพณีสงกรานต์ไทยได้รับการขึ้นทะเบียนบัญชีฯ มีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมด้านเทศกาล เพื่อดำเนินการจัดงานมหาสงกรานต์ “World Water Festival – The Songkran Phenomenon” ในปี พ.ศ. ๒๕๖๗ โดยกรมส่งเสริมวัฒนธรรมทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการของคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนฯ ประกอบกับกรมส่งเสริมวัฒนธรรมมุ่งเน้นต่อการเผยแพร่องค์ความรู้และคุณค่าของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ไปที่ได้รับการขึ้นทะเบียนฯ ไปสู่สาธารณะชนได้อย่างครอบคลุมทุกกลุ่มวัย เพื่อสร้างการรับรู้ที่ถูกต้อง (พันธ

สัญญา กับ UNESCO) จึงนำไปสู่การเสนอขอรับจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมและขับเคลื่อนการจัดงานมหาสงกรานต์ทั่วทั้งประเทศ รวมจำนวน ๑๒๖ พื้นที่ (๕๐ เขตในพื้นที่กรุงเทพฯ และ ๗๖ จังหวัด) นอกจากนี้ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ยกตัวอย่างเช่น มโนรา ที่สร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่เยาวชนในชุมชนที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีรายได้หมุนเวียนเข้าสู่ครัวเรือนและชุมชนท้องถิ่น รวมถึงยังสามารถสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่ได้ตระหนักรู้และอนุรักษ์รักษามรดกทางวัฒนธรรมได้ในคราวเดียวกัน

ผู้ตรวจราชการกระทรวงวัฒนธรรม (นางสาวเพชรรัตน์ สายทอง) : การขับเคลื่อน soft power ของหน่วยงาน ต้นทุนเป็นสิ่งสำคัญและกระบวนการทำงานเป็นส่วนเสริมต่อการขับเคลื่อนไปสู่เป้าหมาย เพราะฉะนั้น บทบาทและหน้าที่ของกระทรวงวัฒนธรรมถือเป็นต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เหตุผลที่กล่าวเช่นนี้ เนื่องจากปัจจุบันกระทรวงวัฒนธรรมได้ปรับบทบาท วิธีการและแนวทางการทำงาน ให้เป็นหน่วยงานขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยแวดล้อมภายนอก เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดโรคโควิด-๑๙ ส่งผลให้ภาพรวมทางเศรษฐกิจของประเทศถดถอยลง กระทรวงวัฒนธรรมจึงได้ปรับบทบาทการทำงานเปลี่ยนเป็นองค์กรด้านสังคมเชิงเศรษฐกิจ โดยใช้ทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเป็นกลไกขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ (ต้นน้ำ) และดำเนินการส่งเสริมและขยายบทบาทการทำงานเชิงนโยบายระดับกระทรวงไปสู่ระดับพื้นที่ เพื่อเข้าสู่กระบวนการสร้างรายได้ ร่วมกับหน่วยงานภาคีเครือข่าย อาทิ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงอุตสาหกรรม และองค์กรปกครอง

ส่วนท้องถิ่น (กลางน้ำ) สุดท้ายจะต้องดำเนินการส่งเสริมทางด้านการตลาดสู่การส่งออกทางวัฒนธรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ปลายน้ำ) ถือเป็นการวางยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบและกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในระยะยาว

ผู้แทนสถาบันวัฒนธรรมศึกษา ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมว่า สถาบันวัฒนธรรมศึกษาเป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับของกระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งสถาบันมีความพร้อมอย่างยิ่งต่อการดำเนินการขับเคลื่อนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของประเทศ มุ่งสร้างประโยชน์แก่ประชาชนเป็นสำคัญ และสนองตอบต่อนโยบายของรัฐบาลด้วยการนำทุนทางวัฒนธรรมส่งออกไปสู่ระดับนานาชาติ

ด้านการพัฒนาระบบฐานข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

อาจารย์สุมาลี สุวรรณกร แสดงความคิดเห็นว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่มีจำนวนมาก แต่ขาดการรวบรวม จัดเก็บและบันทึกข้อมูลที่สมบูรณ์ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากต่อการขึ้นทะเบียน ประกอบกับการมีงานวิจัยรองรับที่แสดงถึงคุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากภูมิพลวัฒนธรรม ยกตัวอย่างเช่น รายการหมอลำจังหวัดขอนแก่นที่ได้ผลักดันเป็นรายการนำเสนอขอขึ้นทะเบียนฯ อยู่ในขณะนี้จะมีการดำเนินการอย่างไร (ถาม)

นางสาววราพรรณ ชัยชนะศิริ (ตอบ) เห็นด้วยกับผู้ดำเนินรายการในการผลักดันรายการหมอลำของจังหวัดขอนแก่น นำเสนอขึ้นทะเบียน นอกจากนี้ ยังมีรายการมวยไทย ที่ยังไม่ได้ขึ้นทะเบียนฯ เนื่องจากทาง UNESCO ให้ความสำคัญต่อสิทธิมนุษยชน จึงทำให้การชกมวยไทยไม่ผ่านการขอขึ้นทะเบียนฯ ได้ ดังนั้น กรมส่งเสริมวัฒนธรรมจึงปรับเปลี่ยนการนำเสนอจากประเด็นด้านการชกต่อย แต่เชิดชูนำเสนอทางด้านศิลปะแม่ไม้มวยไทย อันเป็นภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้น อาทิ สายมงคลประเจียด เสือยันต์ เป็นต้น

ด้านแนวทางการขับเคลื่อนพัฒนาสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มพิพิธภัณฑ์สถาน

ผู้แทนสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล (ถาม) ปัจจุบันประเทศไทยมีพิพิธภัณฑ์ ประมาณ ๑,๖๐๐ แห่ง โดยส่วนใหญ่มากกว่ากึ่งหนึ่ง เป็นพิพิธภัณฑ์ที่จัดตั้งขึ้นโดยภาคเอกชน หรือนักสะสม ปราชญ์ชาวบ้าน หรือที่เรียกว่า “พิพิธภัณฑ์ชุมชน” จึงอยากจะทราบถึงว่า กรมศิลปากรจะมีนโยบายส่งเสริมและสนับสนุนให้แก่พิพิธภัณฑ์ของชุมชนไปสู่การขับเคลื่อนเป็น Soft Power ได้อย่างไรบ้าง

นายพงศ์ธันว์ สำเภาเงิน (ตอบ) กรมศิลปากรมีนโยบายการดำเนินการดูแลมาตรฐานพิพิธภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานสากล ถือเป็นการส่งเสริมขั้นพื้นฐาน ควบคู่กับการส่งเสริมการพัฒนาพิพิธภัณฑ์อื่น ๆ ได้รับความนิยมนและเป็นแหล่งทุนทางวัฒนธรรม Soft Power ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ผ่านกลไกการสื่อสารองค์ความรู้ระหว่างเจ้าหน้าที่พิพิธภัณฑ์ หรือภัณฑารักษ์ในกลุ่มพิพิธภัณฑ์ที่อยู่ในการกำกับดูแลของกรมศิลปากรและกลุ่มพิพิธภัณฑ์ชุมชน ซึ่งประสานการดำเนินงานผ่านสมาคมพิพิธภัณฑ์ไทย อันเกิดจากความรวมกลุ่มขององค์กรพิพิธภัณฑ์ที่ดำเนินการในประเทศไทยทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ องค์กรศาสนา ภาคเอกชนและส่วนบุคคล ซึ่งเป็นองค์กรที่มุ่งพัฒนากิจการพิพิธภัณฑ์สถานของไทย และทำงานเชื่อมโยงกับพิพิธภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ดีค่านิยมต่อการเสพศิลปมีความแตกต่างตามช่วงวัย จึงควรสร้างวัฒนธรรมศิลปให้เกิดขึ้นสังคม สำหรับแนวทางการพัฒนาและสร้างคุณค่าพิพิธภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ จะต้องสร้างระบบนิเวศเชิงมัลติฟังก์ชันให้ครบวงจร จะช่วยกระตุ้นและจูงใจแก่กลุ่มวัยรุ่นหันมาสนใจเข้าพิพิธภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น

สรุปบทเรียนจากเวทีรับฟังความคิดเห็น

จากบทเรียนข้างต้น จะเห็นได้ว่า การขับเคลื่อนมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม หรือ ภูมิพลังวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมให้เป็นวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ เปรียบเสมือน “ห่วงโซ่คุณค่า” ที่ผสานสัมพันธ์ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ซึ่งหน่วยงานทั้ง ๒ เป็นต้นน้ำ ทำหน้าที่ส่งเสริมและพัฒนาให้เป็นไปตามนโยบายของรัฐและกฎหมายกำหนด โดยมีประชาชนเป็นเป้าหมายสำคัญที่จะได้รับผลประโยชน์ดังกล่าว สำหรับกลางน้ำ คือ การเข้ามามีส่วนร่วมและบูรณาการทำงานในลักษณะภาคีเครือข่ายกับกระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงอุตสาหกรรม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคธุรกิจเอกชน รวมถึงภาคประชาชน ร่วมกันขับเคลื่อนหนุนเสริมไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมให้เป็นวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติอย่างยั่งยืน และประชาชนได้รับประโยชน์อย่างแท้จริง อันเป็นปลายน้ำของห่วงโซ่คุณค่านี้ สำหรับประเด็นการพัฒนาและส่งเสริมอนุรักษ์รักษามรดกทั้ง ๒ ประเภท ในฐานะเจ้าของมรดก นั่นคือ ประชาชน จะต้องตระหนักรู้ถึงคุณค่า ความสำคัญ การปกป้อง รักษาคุณค่าและเผยแพร่ไปสู่สาธารณะทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทั้งนี้ กรมศิลปากรและกรมส่งเสริมวัฒนธรรม ถือเป็นหนึ่งในกลไกขับเคลื่อนภายใต้บริบทที่กฎหมายกำหนดไว้ เพื่อการส่งเสริมการอนุรักษ์ พัฒนาและสร้างสรรค์เพิ่มคุณค่าแก่มรดกทางวัฒนธรรมและมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ก่อเกิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์สินค้าต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ ตลอดจนสร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่คนในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ครัวเรือนและประเทศ รวมถึงยังสามารถสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่ได้ตระหนักรู้และอนุรักษ์รักษามรดกทางวัฒนธรรมได้ในคราวเดียวกัน

การเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นในหัวข้อนี้ได้เน้นย้ำถึง การสร้างความตระรู้ถึงคุณค่าของประชาชนในฐานะเจ้าของมรดก และการเข้ามามีส่วนร่วมและบูรณาการทำงานจากทุกภาคส่วนในรูปแบบภาคีเครือข่ายตั้งแต่ระดับพื้นที่จนถึงระดับนโยบายควบคู่กับการพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องต่อการยกระดับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้วยเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และส่งเสริมวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติอย่างยั่งยืน

๔.๒.๑๐ พิธีปิดงานสัปดาห์นิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ และปาฐกถาพิเศษ (เพิ่มเติม)

อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ประธานอนุกรรมการศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา ได้กล่าวปิดงานสัปดาห์นิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้

แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม มีข้อพึงพิจารณา ดังนี้

(๑) การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เราจะต้องไม่มีการ “เสกสร้าง” และต้องไม่มีการ “สั่งการ” แต่ควรปล่อยให้วัฒนธรรมเจริญงอกงามของตัวเองถึงจะเสนห์ที่แท้จริงของวัฒนธรรมและเสนห์ของแผ่นดิน

(๒) การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เราจะต้อง “ร่วมรู้” ภูมิพลังวัฒนธรรมซึ่งกันและกันบนานาประเทศ และ “แลกเปลี่ยน” เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ พื้นฟู และอุ้มชูแผ่นดินซึ่งกันและกัน

(๓) การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เราจะต้องเรียนรู้ “องค์คุณของสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์” แต่ละสถาบันทำหน้าที่สร้างองค์คุณให้ดำรงอยู่ โดยองค์คุณของสถาบันชาติ คือ การก่อเกิดของ “อารยธรรม” องค์คุณของศาสนา คือ “ศานติธรรม” และองค์คุณของสถาบันพระมหากษัตริย์ คือ “สามัคคีธรรม” ซึ่งองค์คุณทั้งสามเป็นสิ่งที่มนุษยชาติต่าง ๆ ต้องการ ในกรณีของประเทศไทยเราจึงควรทำหน้าที่เป็น “ผู้นำ” ในการแสดงออกเป็นสัญลักษณ์ในฐานะภูมิพลังวัฒนธรรมในประเด็นเหล่านี้ เพราะถือเป็น “องค์คุณสูงสุด”

อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์ ยังได้ฝากบทกลอนสะท้อนความสำคัญของวัฒนธรรมไว้เป็นแง่คิดและแนวทางปฏิบัติการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม “วัฒนธรรมวิถี”

“วัฒนธรรมวิถี”

"วัฒนธรรมคือวิถีแห่งชีวิต	ของคนคิดคนทำคนสร้างสรรค์
เพื่อประโยชน์เป็นอยู่รู้แบ่งปัน	ไปตามขั้นครรลองของชีวิต
ศิลปะนั้นเป็นความเจนจัด	จากปฏิบัติการงานการประดิษฐ์
ศิลปวัฒนธรรมจึงนำคิด	ให้รู้ทิศรู้ทางรู้ย่างเท้า
พื้นฐานบ้านเราคือชาวบ้าน	ทำงานไร่นามาก่อนเก่า
เป็นปู่เป็นย่าตายายเรา	ปลูกเหยาแปลงย่านเป็นบ้านเมือง
เป็นเมืองเรืองรุ่งเป็นกรุงไกร	ลูกไทยหลานไทยได้ฟูเฟื่อง
น้ำใจไมตรีมีนองเนื่อง	จากเบื้องบรรพกาลถึงวันนี้
ศิลปวัฒนธรรมประจำชาติ	เอกราชเอกลักษณะเอกศักดิ์ศรี
เป็นคั่นช่องส่องความงามและความดี	เป็นโคมฉายช่วยชีวิติชน ฯ”

อาจารย์เนาวรัตน์ พงษ์ไพบูลย์

๔.๓ ผลการพิจารณาข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม สำหรับจัดทำนิตรรศการจาก ๑๗ หน่วยงาน

ในการจัดโครงการสัปดาห์นิตรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ ในหัวข้อ “แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ” (ข้อ ๔.๒) คณะทำงานฯ ได้รับความอนุเคราะห์ข้อมูล ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และสถาบันวิชาการ จำนวน ๑๗ แห่ง สามารถสรุปสาระสำคัญข้อมูลหน่วยงานต่าง ๆ แต่ละแห่งได้ (เรียงตามลำดับอักษรชื่อหน่วยงาน) ดังนี้

๔.๓.๑ กรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรี

กรมประชาสัมพันธ์ มีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการประชาสัมพันธ์ภาครัฐที่มีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้อง เสนอแนะ นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ให้กับรัฐบาลและส่วนราชการต่าง ๆ และดำเนินการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ประชาชน มีโอกาสรับรู้ เกิดความรู้ความเข้าใจ สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารของรัฐในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม กรมประชาสัมพันธ์ เป็นหน่วยงานด้านการประชาสัมพันธ์ที่ได้รับความน่าเชื่อถือด้านข้อมูลข่าวสาร ซึ่งพร้อมให้การสนับสนุนและช่วยเหลือเกี่ยวกับการจัดทำแผนประชาสัมพันธ์แก่หน่วยงานราชการ โดยนำนโยบายจากรัฐบาล มติคณะรัฐมนตรีเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ที่ผ่านมามีกรมประชาสัมพันธ์ ได้ดำเนินการบริหารข้อมูลข่าวสาร เพื่อสร้างการรับรู้ให้ประชาชน ผ่านช่องทางการสื่อสารทั้งสื่อส่วนกลางและสื่อส่วนภูมิภาค ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ๖ สถานี (๔ ภูมิภาค), สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ๑๐๔ สถานี, สื่อออนไลน์ อาทิ เฟสบุ๊ก, ยูทูบ, ทวิตเตอร์ เป็นต้น ตลอดจนอาสาสมัครประชาสัมพันธ์ประจำหมู่บ้าน (อปมช.) โดยดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารจากภาครัฐไปสู่ประชาชน ด้วยการขับเคลื่อนประเด็นการสื่อสาร ที่เป็นเรื่องเดียวกัน สื่อสารพร้อมกันทั้งประเทศ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารไปถึงประชาชนทุกกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ดังนั้น กลยุทธ์การสื่อสารที่กรมประชาสัมพันธ์สามารถสนับสนุนการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม คือ การบริหารจัดการข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานภาครัฐที่น่าเชื่อถือ มีข้อมูลข่าวสารที่เป็นเอกภาพ สามารถสื่อสารไปยังประชาชนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และเพื่อส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นกรมประชาสัมพันธ์ได้มีการสื่อสารภาษาทางการ และภาษาท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค

๔.๓.๒ กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กรมส่งเสริมการเกษตร มีนโยบายค้นหาเป้าหมายการใช้ทรัพยากรภูมิพลังวัฒนธรรม ที่มีศักยภาพ ภายใต้ “แนวคิดการส่งเสริมการเกษตรโดยใช้พื้นที่เป็นตัวตั้ง (Area-base Agriculture)” ด้วยกลไกขับเคลื่อนงานในเชิงพื้นที่เชิงบูรณาการจากทุกภาคส่วนที่ เพื่อร่วมกันพัฒนาชุมชนเกษตรให้มีความเข้มแข็งและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ นำไปสู่การพึ่งพาตนเองในระยะยาว และยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและเพิ่มคุณค่าทางสังคมด้วยการส่งเสริม “เกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น” เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เทคโนโลยีและนวัตกรรม

พัฒนาคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์และสร้างแบรนด์ และส่งเสริมการบริโภคสินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นทั้งในระดับประเทศและเพื่อการส่งออก

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม การบูรณาการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วน เพื่อขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยอย่างมีวิสัยทัศน์ มีความต่อเนื่อง และยืดหยุ่นตามสถานการณ์ เน้นการใช้ทรัพยากรที่มี “ความหลากหลาย” และสะท้อนให้เห็นอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ เพื่อนำมาขับเคลื่อนความตัวตนของแต่ละพื้นที่ เพื่อกำหนดเป็น “จุดเด่น” และต่อยอดด้วย อัตลักษณ์ของความเป็นคนไทยที่มีความสนุกสนาน ชีวิตความเป็นอยู่ สังคม วัฒนธรรมที่มีความร้อยเรียงกัน ด้วยการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรม ผนวกการขับเคลื่อนพัฒนาด้วยความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยี

๔.๓.๓ กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม มีนโยบายส่งเสริมและรักษามรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเพื่อให้สังคมไทยไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนบนรากฐานของทุนทางวัฒนธรรม และต่อยอดไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและรายได้ของครัวเรือน ที่ผ่านมามีกรมส่งเสริมวัฒนธรรมได้ผลักดันมรดกภูมิปัญญาของไทยได้รับการขึ้นทะเบียน เป็นรายการตัวแทนมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ โดยองค์การยูเนสโกแล้ว ๔ รายการ ได้แก่ โขน นวดไทย โนรา และสงกรานต์ และในปีถัดไปมีแผนที่จะขึ้นเสนอรายการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทยเพื่อขอขึ้นทะเบียน ๘ ชุดไทยพระราชนิยม ต้มยำกุ้ง ลอยกระทง และมวยไทย

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม กรมส่งเสริมวัฒนธรรมจะดำเนินการรวบรวมทุนทางวัฒนธรรม เพื่อนำมาต่อยอดใน ๑๐ อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และผลักดันนโยบาย One family One Soft Power (OFOS) เพื่อสร้าง “เสน่ห์วิถีไทย ครองใจคนทั้งโลก” รวมทั้งยกระดับอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นที่มีความหลากหลายมาพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม ส่งเสริมแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม (Thailand Soft Power Space) เพื่อสร้างโอกาสให้คนไทยได้แสดงออกในคุณค่าของตนเอง (Value) ส่งเสริมทักษะฝีมือคุณภาพ (Up skill to high-value crafts) สร้างสรรค์ผลงานหัตถกรรมและนวัตกรรม (Creative and Innovation) ให้เข้าถึงและจับต้องได้ในชีวิตประจำวัน และยกระดับภาพลักษณ์ของประเทศ และสร้างเทศกาลของไทยให้เป็นเทศกาลระดับโลก (Festival Hub of Asia) โดยจัดงานเทศกาลพร้อมกันทั้งประเทศ ผ่านเครือข่ายวัฒนธรรม ๗๖ จังหวัดทั่วประเทศ และ ๕๐ เขตในกรุงเทพมหานคร

๔.๓.๔ กรมหม่อนไหม กระทรวงเกษตรและสหกรณ์

กรมหม่อนไหม มีภารกิจดูแลงานด้านหม่อนไหมของประเทศแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

ต้นน้ำ ด้านการอนุรักษ์พันธุกรรมหม่อนไหม และไม่ยอมสี มุ่งเน้นสำรวจ รวบรวม จัดระบบ และรักษาไว้ทั้งในแหล่งอนุรักษ์และในชุมชน ส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางพันธุกรรมให้เกิดประสิทธิภาพและประโยชน์สูงสุดกับเกษตรกร และด้านการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและเพิ่มมูลค่า การผลิตพันธุ์และส่งเสริมพันธุ์หม่อนและไหมที่มีคุณภาพ

ให้บริการแก่เกษตรกร รวมทั้ง การส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เพื่อให้เกษตรกรมีปัจจัยการผลิตที่ดี มีคุณภาพ มีองค์ความรู้ที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ และเทคโนโลยีที่ทันสมัยในการประกอบอาชีพ

กลางน้ำ ดำเนินการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการผลิตสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมให้มีคุณภาพ และได้รับการรับรองมาตรฐาน โดยมีกรมหม่อนไหมทำหน้าที่เป็นหน่วยตรวจรับรองมาตรฐานหม่อนไหม นอกจากนี้ ยังดำเนินการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการผลิตผ้าไหมตรานกยุงพระราชทาน เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสในการแข่งขัน รวมถึง การใช้นวัตกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ การพัฒนาตลาดและผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์โดดเด่น การเพิ่มเรื่องราวแหล่งกำเนิดสินค้าหม่อนไหม

ปลายน้ำ มีภารกิจด้านการตลาดและการสร้างความยั่งยืน โดยดำเนินการแสวงหาช่องทางการตลาด และเชื่อมโยงสินค้าและผลิตภัณฑ์หม่อนไหมทั้งในประเทศและต่างประเทศ การสร้างโอกาสในการเจรจาธุรกิจ ระหว่างผู้ผลิตกับผู้ประกอบการ เพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจดิจิทัล อาทิ การซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ การประชาสัมพันธ์รณรงค์การใช้ผ้าไหมไทย ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรด้านหม่อนไหม รวมไปถึงการสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่เพื่อเป็นทายาทในการสืบทอดอาชีพด้านหม่อนไหม

ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ควรส่งเสริม “ผ้าไหมไทย” ซึ่งจัดเป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นของประเทศไทยซึ่งมีความแตกต่างของเทคนิควิธีการทอให้เกิดเป็นลวดลายตามภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ถึงความวิจิตรสวยงามและคุณภาพของผ้าไหมไทย กรมหม่อนไหมในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่ดูแลงานด้านหม่อนไหม มีแผนในการขับเคลื่อนโดยมุ่งเน้นในด้านต้นน้ำในการผลิตผ้าไหมเป็นสำคัญ ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและผู้ทอผ้า ให้มีการผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและมีลวดลายและต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น รวมทั้งบูรณาการกับหน่วยงานในพื้นที่ในการสนับสนุนผ้าไหมพื้นเมืองที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น นำมาต่อยอดเชิงสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ร่วมสมัย เพื่อยกระดับสู่สินค้าระดับพรีเมียม และผลักดันสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์สู่ระดับสากล โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานด้านการต่างประเทศและองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมไทย

๔.๓.๕ กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ

กรมอาเซียน มีบทบาทในฐานะสำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติ เลขาธิการคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ และสนับสนุนกระทรวงวัฒนธรรม เพื่อขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ไทยให้เป็นที่รู้จักในอาเซียนและร่วมขับเคลื่อนกับประชาคมอาเซียน ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๖๕ - ๒๕๖๖ กิจกรรมด้านวัฒนธรรมและศิลปะในกรอบอาเซียนมี อาทิ

- โครงการ ASEAN Winds Bands & Marching Arts Clinic พ.ศ. ๒๕๖๕ เพื่อส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนในอาเซียนร่วมกันในกิจกรรมวงดุริยางค์เครื่องลมและมาร์ชชีงอาร์ท

- โครงการ Rain Motions: Connecting (with) the Skies of Southeast Asia พ.ศ. ๒๕๖๖ เพื่อนำเสนอแนวปฏิบัติทางประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ และความศรัทธาที่เกี่ยวข้องกับน้ำและฝน เพื่อให้เกิดการนำเสนอในมุมมองใหม่ทางวิชาการและการสร้างสรรค์การแสดง

■ โครงการ Seminar Project on ASEAN Green Cultural Entrepreneur พ.ศ. ๒๕๖๖ เพื่อให้ผู้ประกอบการด้านผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมสีเขียวของประเทศสมาชิกอาเซียน ร่วมแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น งานฝีมือ สิ่งทอ และจักสาน เป็นต้น

■ กิจกรรมอื่น ๆ อาทิ เทศกาลภาพยนตร์อาเซียนแห่งกรุงเทพมหานคร (Bangkok ASEAN Film Festival: BAFF เทศกาลดนตรีอาเซียน - เกาหลี (ASEAN-Korea Music Festival) การจัดการแสดงวัฒนธรรมเนื่องในโอกาสครบรอบ ๕๐ ปี ความสัมพันธ์อาเซียน - ญี่ปุ่น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม กรมอาเซียนพร้อมให้ความร่วมมือและสนับสนุนกระทรวงวัฒนธรรมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งเสริมบทบาทและเผยแพร่จุดแข็งด้านวัฒนธรรมและศิลปะตามนโยบายและยุทธศาสตร์ของไทยในภูมิภาคอาเซียน รวมถึงส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศคู่เจรจา เพื่อขับเคลื่อนประชาคมอาเซียนตามวิสัยทัศน์ประชาคมอาเซียน ค.ศ. ๒๐๒๕ และแผนยุทธศาสตร์อาเซียนด้านวัฒนธรรมและศิลปะ ปี พ.ศ. ๒๕๕๙ - ๒๕๖๘

๔.๓.๖ กระทรวงวัฒนธรรม

กระทรวงวัฒนธรรม มีนโยบาย **“สร้างเสน่ห์วิถีไทย ครองใจคนทั้งโลก”** โดยนำทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของไทย เพื่อนำมาพัฒนาต่อยอดใน ๑๑ กลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ได้แก่ (๑) เฟสติวัล ระดับโลกและเทศกาลประเพณี (๒) ท่องเที่ยว (๓) อาหาร (๔) ศิลปะ (๕) ออกแบบ (๖) กีฬา (๗) ดนตรี (๘) หนังสือ (๙) ภาพยนตร์ ซีรีส์ แอนิเมชัน (๑๐) แฟชั่น และ (๑๑) เกม นอกจากนี้ กระทรวงวัฒนธรรม ยังเป็นหน่วยงานหลักในการผลักดัน **“นโยบาย ๑ ครอบครัว ๑ ซอฟต์แวร์เวอร์”** เพื่อสร้างโอกาสให้เข้าถึงแหล่งทุนของผู้ประกอบการด้านวัฒนธรรม ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการต่อยอดงานวัฒนธรรม และเปิดพื้นที่สำหรับเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้รับโอกาสในการเรียนรู้และแสดงออกนำไปสู่การสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรมเป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม เพื่อเพิ่มมูลค่าทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ อาทิ

■ อาหาร: ถ่ายทอดเรื่องราวและที่มาอาหารเพื่อสร้างคุณค่า แปรรูป และเพิ่มตลาดส่งออก

■ แฟชั่นและหัตถกรรม: ถ่ายทอดที่มาและเบื้องหลังของผลงาน ดัดแปลงศิลปหัตถกรรมดั้งเดิมให้สอดคล้องกระแสคนทุกกลุ่ม ผสานเอกลักษณ์ไทยในสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

■ ภาพยนตร์: สนับสนุนผู้ผลิตเข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์ จับคู่ธุรกิจ สร้างเนื้อหาที่มีคุณค่าสากล จัดกิจกรรมกับแฟนคลับต่างประเทศ ให้ทุนการศึกษาศิลปะการอุตสาหกรรมภาพยนตร์

■ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: จัดทำแผนที่เส้นทางประเพณี พัฒนาสถานที่ที่สะท้อนเอกลักษณ์ และสอดแทรกสถานที่ท่องเที่ยวและเทศกาลผ่านสื่อและอินฟลูเอนเซอร์

■ มวยไทยและกีฬาพื้นบ้าน: นำเทคโนโลยีมาช่วยฝึกมวยไทย ประยุกต์การรាំมวยไทยมาใช้ออกกำลังกาย และเพิ่มจำนวนการแข่งขันกีฬาพื้นบ้าน

■ ศิลปะการแสดง: จัดแสดงในงานสำคัญของจังหวัดและจัดแข่งขันระดับจังหวัดและระดับประเทศ และผลิตของที่ระลึกจากเอกลักษณ์ของศิลปะการแสดง

■ ความเชื่อ: สอดแทรกเรื่องราวและที่มา เชื่อมโยงเรื่องราวในพื้นที่ และออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยตำนานและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ นำเสนอร่วมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นผ่านสื่อทันสมัย

๔.๓.๗ แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) “สร้างสรรค์อัตลักษณ์และเสริมสร้างคุณค่าสื่อศิลปวัฒนธรรม อันนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงสุขภาวะในทุกกระดับ ทั้งระดับปัจเจกบุคคล ชุมชน และสังคม”

วัตถุประสงค์ของแผนงานฯ

(๑) เพื่อสร้างขีดความสามารถของชุมชนและประชาชนเป้าหมายทุกกลุ่ม ทั้งเด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้เปราะบาง กลุ่มชาติพันธุ์ ในการเข้าถึง “ระบบสื่อสุขภาวะ” ภายใต้มิติงานศิลปะและวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ อันนำไปสู่ “วิถีชีวิตสุขภาวะ” (Healthy Lifestyle)

(๒) เพื่อสนับสนุนการเชื่อมโยงภาคีเครือข่ายยุทธศาสตร์ของมิติงานศิลปะและวัฒนธรรมด้วยการพัฒนาศักยภาพและความเข้มแข็งของภาคีเครือข่ายผ่านวิถีสุขภาวะ เพื่อให้เกิดการร่วมขับเคลื่อนงานสู่ “วิถีชีวิตสุขภาวะ”

เป้าหมายของแผนงานฯ

(๑) งานสื่อสารและกิจกรรมสื่อศิลปวัฒนธรรมที่สร้างเสริมระบบสื่อสุขภาวะ
(๒) สนับสนุนการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ และสื่อสร้างสรรค์ ภายใต้มิติงานศิลปวัฒนธรรม
(๓) พัฒนาศักยภาพของบุคลากรหรือกลไก เพื่อสร้างการเรียนรู้ผ่านกระบวนการสื่อสารสร้างสรรค์และวิถีสุขภาวะทางปัญญา ในสถานศึกษาหรือชุมชน

(๔) กลไกและ/หรือกระบวนการพัฒนาขีดความสามารถในการสื่อสารประเด็นสุขภาวะของนักสื่อสารสุขภาวะและผู้นำการเปลี่ยนแปลง

(๕) ขับเคลื่อนนโยบายทั้งระดับชาติและท้องถิ่นภายใต้มิติของงานศิลปะและวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพที่เอื้อต่อการพัฒนาระบบสื่อที่มีสุขภาวะและวิถีสุขภาวะทางปัญญา

(๖) งานบูรณาการเพื่อนำไปสู่เป้าหมายหลักของ สสส. โดยนำประเด็นสุขภาวะมาร่วมขับเคลื่อน และหนุนเสริมความเข้มแข็งด้านสุขภาวะทางปัญญาของภาคีเครือข่าย

การร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) ร่วมพัฒนาและต่อยอดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จากทุนทางวัฒนธรรมชุมชน เพื่อยกระดับสู่การเป็นภูมิพลังวัฒนธรรม และร่วมสนับสนุนนโยบาย One Family One Soft Power ของรัฐบาล บนพื้นฐานการมีส่วนร่วมหลากหลายภาคส่วนแบบองค์รวมในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ กระจายรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนและชุมชน และได้ดำเนินการ “ขยายผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI)” อย่างต่อเนื่อง ผ่านโครงการและกิจกรรมจำนวนมาก อาทิ พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ศิลปสร้างสรรค์” ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพ จัดกิจกรรมศิลปะบำบัดเชิงสร้างสรรค์ด้วยมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น พัฒนาระบบจัดการองค์ความรู้ของชุมชน ยกย่องศักยภาพองค์กรชุมชนสู่การเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำอัตลักษณ์ชุมชน

พัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการ และพัฒนาสื่อด้านศิลปวัฒนธรรมเผยแพร่สู่สังคมในวงกว้าง เป็นต้น

บทบาทด้านการส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) แผนงานสื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพได้ดำเนินการส่งเสริม สนับสนุน พัฒนา และผลักดันให้เกิดการร่วมกลุ่มอาชีพ/เศรษฐกิจในชุมชนให้มีความเข้มแข็งในรูปแบบ “**วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)**” เพื่อให้สามารถสร้างคุณค่าจากทุนทางวัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และคุณค่าทางสังคมของชุมชน พร้อมกับสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนี้

(๑) บูรณาการกลไกด้านศิลปวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการเสริมสร้างสุขภาวะ ๔ มิติ ผ่านเครื่องมือด้านศิลปวัฒนธรรมทั้งในเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น หนุนเสริมศักยภาพภาคีเครือข่าย SE ให้มีบทบาทเป็นแกนนำ/พี่เลี้ยง มุ่งเน้นการออกแบบการพัฒนาศักยภาพนักสื่อสารสร้างสรรค์สุขภาวะในพื้นที่ต้นแบบ

(๒) พัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรม เพื่อให้ประเด็นสุขภาวะทั้ง ๔ มิติมีความโดดเด่นเป็นรูปธรรมผ่านภูมิพลังวัฒนธรรมงานด้านอาหารท้องถิ่น (Food /Gastronomy) งานศิลป์หัตถกรรมท้องถิ่น (Craft & Design) และบันเทิงศิลป์ท้องถิ่น (Cultural Entertainment)

(๓) ยกระดับเครือข่ายกลไกวิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม ให้ทำงานกับเครือข่ายภาครัฐ เอกชน ประชาสังคมจากทุนวัฒนธรรมที่เข้มแข็งขึ้นและนำไปสู่การจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. ๒๕๖๒ เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากด้วยการพัฒนาช่องทางพื้นที่สื่อ พื้นที่กิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(๔) สร้างเครือข่ายศิลป์เต็มใจ (Art Therapy) ด้วยเครื่องมือกระบวนการศิลปะบำบัด และการพัฒนาหลักสูตรศิลป์เต็มใจ เพื่อนำไปขยายผลลงสถานศึกษา ชุมชน และพื้นที่วิสาหกิจชุมชนเพื่อสังคม เช่น ดนตรียาใจ ศิลปะซูโจ ศิลปะเบาใจ ละครพื้นฟูศักยภาพเยาวชน ละครหุ่นเงาเพื่อเด็กออทิสติก

ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในภาพรวมควรเสริมสร้างอัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรมชุมชน เพื่อเพิ่มคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ขณะเดียวกันจำเป็นต้องมีการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์ในสาขาต่าง ๆ มีดังนี้

- ภาพยนตร์ ซีรีส์ และโฆษณา: ส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์ คลิปสั้น และสื่อแสดงออกถึงทุนทางวัฒนธรรมพื้นที่ต่าง ๆ และประชาสัมพันธ์เชิงรุกกว้างผ่านสื่อออนไลน์และสื่อรูปแบบอื่น ๆ
- อาหาร และเครื่องดื่ม: พัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากท้องถิ่นให้มีจุดเด่นที่ชัดเจน
- แฟชั่นและกราฟท์: นำทุนวัฒนธรรมของชุมชนที่มีอัตลักษณ์และประวัติศาสตร์ชุมชนมาพัฒนาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการของชุมชนที่โดดเด่น
- เส้นทางท่องเที่ยว: พัฒนาศักยภาพไกด์เยาวชน ส่งเสริมนวัตกรรม และกิจกรรมของชุมชนด้วยการสร้างเศรษฐกิจชุมชนอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน
- หนังสือ: ส่งเสริมการจัดตั้ง “สถาบันขับเคลื่อนแนวคิดภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน” และเผยแพร่ผลงานนักเขียนออกสู่ระดับนานาชาติ
- ศิลปะร่วมสมัย ละครเวที และเกอลอรี: จัดทำชุดเรื่องเล่าชุมชนและประวัติศาสตร์ชุมชน ให้เด็กและเยาวชนได้เรียนรู้ ตระหนักเห็นในคุณค่า และร่วมประชาสัมพันธ์เผยแพร่

■ ซอฟต์แวร์: พัฒนาเครือข่ายสื่อท้องถิ่นและจัดทำ “วารสารศาสตร์มือถือ” (Mobile Journalism: Mojo)” เผยแพร่เรื่องราว วิถีชีวิต วัฒนธรรม และของดีในชุมชน

๔.๓.๘ ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน)

ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน) มีบทบาทในการสนับสนุนและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากองค์ความรู้ทางมานุษยวิทยาและสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้สังคมเห็นคุณค่าความเป็นมนุษย์และเคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรม ปัจจุบันมีการบูรณาการฐานข้อมูล ๓๐ ฐานข้อมูลผ่าน www.sac.or.th รวมทั้งสร้างการมีส่วนร่วมและเสริมพลังให้กับชุมชนชาติพันธุ์ทั้ง ๖๐ กลุ่ม เพื่อพัฒนาชุดองค์ความรู้ และเผยแพร่องค์ความรู้เพื่อให้กลุ่มชาติพันธุ์ได้รับการยอมรับมีสถานะทางสังคม ผลักให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงนโยบายด้านชาติพันธุ์ของประเทศไทย โดยขับเคลื่อน “(ร่าง) พระราชบัญญัติคุ้มครองและส่งเสริมวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ พ.ศ.”

ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดความเคารพในอัตลักษณ์ อารักขาวัฒนธรรมที่หลากหลาย และลดอคติทางวัฒนธรรม อันนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข ดังนั้น ควรผลักดันให้มี “กฎหมายคุ้มครองและส่งเสริมวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์” และจัดตั้ง “สมัชชาชาติพันธุ์แห่งประเทศไทย” เพื่อเป็นกลไกสร้างการมีส่วนร่วมเชิงบวก

กลยุทธ์ขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้วย ๓ กลยุทธ์

■ สร้างองค์ความรู้: ส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษา วิจัย และบูรณาการองค์ความรู้เกี่ยวกับกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ

■ สร้าง “คน” และ “เครือข่าย”: ส่งเสริมศักยภาพชุมชนชาติพันธุ์ ภายใต้แนวคิดการขับเคลื่อน “เขตพื้นที่คุ้มครองวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์” เพื่อรักษาอารักขาวิถีชีวิต สามารถจัดการทรัพยากรธรรมชาติบนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรม และพัฒนาคุณภาพชีวิตบนฐานเศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

■ สร้างการสื่อสารเพื่อการเปลี่ยนแปลง: เผยแพร่ให้สาธารณชนมีความเข้าใจ เห็นคุณค่า และยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรม อันนำไปสู่ลดอคติทางวัฒนธรรม เกิดการปรับเปลี่ยนทั้งในระดับมโนทัศน์ พฤติกรรม และโครงสร้างทางนโยบาย เพื่อร่วมกันพัฒนาและต่อยอดไปสู่การสร้างคุณค่าและมูลค่า ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม

๔.๓.๙ สถาบันบริติช เคาน์ซิล (British Council)

บริติช เคาน์ซิล (British Council) เป็นองค์กรอิสระของสหราชอาณาจักรที่มีอิทธิพลด้านการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในระดับนานาชาติ และเป็นผู้ดำเนินการ “พัฒนาและส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของสหราชอาณาจักรและประเทศไทย” อันเป็นหัวใจสำคัญของภูมิพลังวัฒนธรรม ผ่านการแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดภาษา ศิลปะ มรดกวัฒนธรรม การศึกษา และค่านิยม เพื่อนำไปสู่ความร่วมมือที่เข้มแข็งทางด้านสังคม การศึกษา วิทยาศาสตร์ การวิจัย การค้าและการลงทุน การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนนักเรียน/นักศึกษาของทั้งสองประเทศ

ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนนโยบายภาษาต่างประเทศและภูมิพลวัฒนธรรม ประเทศไทยควรมีการขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์ที่ “ท้าทาย” และ “มีความสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ” ทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว ผ่านการส่งเสริม พัฒนา และยกระดับสินทรัพย์ภูมิพลวัฒนธรรมในเชิงบวก ทันสมัย มีพลวัต มีนวัตกรรม และร่วมสมัย (Contemporary) ควบคู่กับการดำรงรักษาและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ ประวัติศาสตร์ และประเพณีที่ดีงาม เพื่อให้การขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมเป็นไปอย่าง “สมดุลและยั่งยืน” รวมทั้งส่งเสริมการใช้ภาษาไทยให้เกิดความแพร่หลายในระดับสากล ควบคู่กับการดำเนินยุทธศาสตร์ส่งเสริมความร่วมมือในด้านการลงทุน แรงงาน การศึกษา การท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมวัฒนธรรมสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ

๔.๓.๑๐ สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล

สถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล มุ่งยกระดับระบบนิเวศกระบวนการทำงานวิจัยแบบองค์รวม สร้างสรรค์ผลงานวิจัยในด้าน “พหุภาษา พหุวัฒนธรรม และการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม” ให้มีความเป็นเลิศในระดับสากลด้วยวิธีการแบบสหวิทยาการ รวมทั้งแสวงหา “เครือข่ายพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ” ในการร่วมกันสร้างงานวิจัยแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ นโยบาย เศรษฐกิจ และสังคม ส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม และชี้แนะทางนโยบายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ตัวอย่างโครงการและกิจกรรมของสถาบันวิจัยภาษาและวัฒนธรรมเอเชีย มหาวิทยาลัยมหิดล ที่ได้ร่วมขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ (Soft Power) และมีความน่าสนใจในช่วงที่ผ่านมา

- วิจัยและบริการวิชาการ: หลักสูตรสร้างเสริมเครือข่ายนานาชาติด้วยมิติภาษาและวัฒนธรรมเพื่อเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน ร่วมกับประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน
- ปลุกฝังภูมิปัญญา: ค่ายศิลปวัฒนธรรมสร้างสรรค์สำหรับเยาวชน (RILCA Camp) เพื่อเสริมสร้างพัฒนาการ ทักษะทางศิลปะและวัฒนธรรม และการใช้ภาษาอังกฤษในการสื่อสาร
- การศึกษาและส่งเสริมภาษา: เปิดสอนหลักสูตรภาษาไทยให้กับนักเรียนต่างชาติ และพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการเรียนรู้ภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ
- ขับเคลื่อน SDGs: โครงการจัดการศึกษาแบบทวิ-พหุภาษาและการเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะลันตา จังหวัดกระบี่ (MTB MLE- ICE) ร่วมกับมูลนิธิ Pestalozzi Children Foundation สวิสเซอร์แลนด์
- สร้างสื่อ: ส่งเสริมการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อยอดในการสร้างสื่อสารคดีพหุวัฒนธรรมในชื่อ “สารคดี SOME ONE หนึ่งในหลาย” จำนวน ๔๕ ตอน

๔.๓.๑๑ สมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย

สมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย มีวิสัยทัศน์ “ประเทศที่ยิ่งใหญ่ต้องมีเรื่องเล่าที่ยิ่งใหญ่” พันธกิจสำคัญของสมาคมฯ การเชื่อมโยงความผูกพันใกล้ชิดระหว่างประเทศไทยกับความสัมพันธ์กับนานาชาติ โดยเริ่มจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสัมพันธ์กันมาอย่างยาวนานทั้งในมิติประวัติศาสตร์

และสังคมร่วมสมัย ด้วยเหตุนี้อิทธิพลด้านความเชื่อ และคตินิยมด้านภาษาและวัฒนธรรมจึงมักปรากฏให้เห็นอยู่ในสังคมวัฒนธรรมของกันและกันอยู่เสมอๆ

ศิลปะและวัฒนธรรมได้รับความเชื่อถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะก่อให้เกิดการประสานความเข้าใจระหว่างกันและกันได้ ในท่ามกลางความแตกต่าง การใช้ศิลปะโดยเฉพาะวรรณกรรมเป็นตัวสื่อประสาน อาจทำให้ผู้คนต่างวัฒนธรรม ต่างความเชื่อสามารถล่วงรู้ถึงวิถีคิด และความรู้สึกนึกคิดของกันและกันมากขึ้น สามารถเข้าใจได้ว่าจิตใจของกันและกันเป็นเช่นไร ซึ่งสุดท้ายแล้วก็จะทำให้ต่างฝ่ายต่างเข้าใจและยอมรับในความแตกต่าง เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขได้ บทบาทที่โดดเด่นเช่นนี้ของวรรณกรรม อาจจะนำไปสู่ความร่วมมือด้านต่าง ๆ ต่อไป

วัตถุประสงค์การสร้างความสัมพันธ์ระดับนานาชาติประเทศ เนื่องจากการสร้างความสัมพันธ์ระดับนานาชาติประเทศ เป็นการการณีกำลักระหว่างนักเขียนไทยและนักเขียนนานาชาติ เพื่อร่วมสร้างสรรค์ สนับสนุน และผลักดันวรรณกรรม กับวรรณกรรมนั้น นอกจากจะเป็นการสำแดงถึงพลังอำนาจของงานเขียนและอัตลักษณ์ของชาติแล้ว วรรณกรรมและหนังสือยังเป็นพลังของความร่วมมือ ด้วยความเข้าใจอันดีต่อกัน โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้

(๑) เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ด้านศิลปวัฒนธรรม โดยอาศัยวรรณกรรมเป็นสื่อกลาง ในการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยและนานาชาติประเทศ

(๒) เพื่อส่งเสริมการศึกษา ค้นคว้า และเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ ในมิติต่าง ๆ ทางด้านประวัติศาสตร์ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และต้นตอในวงวิชาการเกี่ยวกับในด้านองค์ความรู้ของแต่ละประเทศ

(๓) เพื่อมุ่งสร้างคุณค่าและองค์ความรู้ และพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างวรรณกรรมไทยให้ก้าวสู่ระดับนานาชาติ

(๔) เพื่อกระตุ้นให้มีการนำเอาความรู้และความเข้าใจที่ได้ ไปปรับให้เอื้อต่อการสร้างความเข้าใจอันดีของประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน และนานาชาติประเทศ

(๕) เกิดการแตกยอดทางความรู้โดยสมานฉันท์ระหว่างความเห็นที่แตกต่างในด้านมนุษยวิทยาและสังคมศาสตร์ให้มีมุมมองประเด็นปัญหาใหม่ๆ เกี่ยวกับภูมิภาคอาเซียน และนานาชาติประเทศ

(๖) เพื่อแลกเปลี่ยนนักเขียน (Writer Resident) สร้างสัมพันธ์ภาพอันดีระหว่างนักเขียนไทย-นานาชาติประเทศ

ภารกิจและบทบาทของสมาคมนักเขียนแห่งประเทศไทย ที่ผ่านมามีมาตามคมาฯ ได้กำหนดให้จัดทำโครงการวรรณกรรมสัมพันธ์ระหว่างนักเขียนไทยกับประเทศอาเซียน และนานาชาติประเทศเป็นนโยบายหลักต่อเนื่อง เพื่อเผยแพร่วรรณกรรมไทยออกไปและเป็นการเรียนซึ่งกันและกันไปพร้อมกัน โดยเผยแพร่และสร้างความสัมพันธ์ในมิติต่าง ๆ ดังตัวอย่าง อาทิ ร่วมเป็นคณะกรรมการดำเนินการรางวัลวรรณกรรมสร้างสรรค์ยอดเยี่ยมแห่งอาเซียน (ซีไรต์) จัดทำ MOU ทางวรรณกรรมในกลุ่มประเทศแม่น้ำโขง (เมียนมาร์ จีน ลาว กัมพูชา เวียดนาม) และกลุ่มอาเซียนและคาบสมุทรมลายู (มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย บรูไนดารุสซาลาม ฟิลิปปินส์) สมาคมเข้าร่วมเป็นภาคีโครงการวรรณกรรมแม่น้ำโขง จัดให้มีรางวัล และการสัมมนาต่อเนื่องทุกปีวรรณกรรมแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ การแปลวรรณกรรมร่วมสมัย เช่น ไทย-กัมพูชา ไทย-จีน ไทย-มาเลเซีย ไทย-อินโดนีเซีย ไทย-ลาว ไทย-เนปาล

ไทย-พม่า ไทย-แคนาดา โครงการศิลปินพำนัก ประเทศสาธารณรัฐเกาหลี ปี ๒๕๕๔ โครงการ Resident Artist (ศิลปินในพำนัก) กับรัฐบาล เข้าร่วมกิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการนานาชาติ จัดโดย Mindanao creative & Cultural Workers group (MCWG) และ Mindanao Creative & Cultural Workers Group (MCCWG) ร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรมและศิลปะแห่งชาติฟิลิปปินส์ มหาวิทยาลัยแห่งชาติมินดาเนา และสถาบันเทคโนโลยีอีลีแกน โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือคนรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพ สมาคมนักเขียนฯ ได้คัดเลือกตัวแทนนักเขียนเข้าร่วมในการประชุมเชิงปฏิบัติการ

ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ที่ผ่านมานโยบายวรรณกรรมต่างประเทศไม่ปรากฏชัดเจน การส่งเสริมสนับสนุนยังขาดความต่อเนื่อง นักเขียนไทยต้องพึ่งพาตนเอง และวรรณกรรมสัมพันธ์นานาชาติถูกมองข้ามจากภาครัฐ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการส่งเสริมวรรณกรรมไทยให้เป็นที่รู้จักและช่วยยกระดับความสัมพันธ์ระดับอื่น ๆ ในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยในสาขาวรรณกรรมให้มีความเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

- (๑) ภาครัฐควรมุ่งเน้น ส่งเสริมสนับสนุน และผลักดัน เผยแพร่ เพิ่มศักยภาพนักเขียน เวทีพื้นที่แสดงศักยภาพ เพื่อความยิ่งใหญ่ของวรรณกรรม
- (๒) มีโครงการที่หน่วยงานรัฐอุดหนุนหรือส่งเสริม เพื่อประกอบสร้างโครงการตามกระแส เป็นครั้ง ๆ ไป ไม่มีการติดตามผลและความต่อเนื่อง
- (๓) จัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมและจัดการวัฒนธรรมโดยรวม เพื่อผลักดันให้วัฒนธรรมเป็นพลังของชาติ ที่มีเป้าหมายชัดเจน

๔.๓.๑๒ สมาคมภัตตาคารไทย (Thai Restaurant Association)

สมาคมภัตตาคารไทย มีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางการประสานงานและประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการประกอบอาชีพในกิจการร้านอาหารและภัตตาคารจากภาครัฐและเอกชนให้กับสมาชิกของสมาคม ดำเนินการด้านการฝึกอบรมด้านอาหารและภัตตาคารร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ การส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและภัตตาคารเป็นประจำทุกปีและในวาระอื่น ๆ ดำเนินการให้ความช่วยเหลือด้านการประสานงานให้กับสมาชิกกับหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงแรงงาน กระทรวงการท่องเที่ยวฯ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น ส่งเสริมและสนับสนุนให้สมาชิกได้มีการออกร้านค้าหรือบูธในตามเทศกาลหรือกิจกรรมต่าง ๆ สมาคมยังจัดให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกและจัดกิจกรรมเสวนาและพบปะกับสมาชิกสมาคมเพื่อประเมินสถานการณ์แวดล้อมและกำหนดทิศทางร่วมกันเป็นประจำทุกปี

ตัวอย่างผลงานและกิจกรรมของภัตตาคารไทยในช่วงที่ผ่านมา

- Network is Power “Matching Day” คู่มือ มีแต่รู้: อาศัยความร่วมมือกันระหว่างร้านอาหารที่เป็นสมาชิกของสมาคมกว่า ๓๐,๐๐๐ แห่ง ร่วมกับ สมาคมการตลาดท่องเที่ยวไทย ผู้ผลิตวัตถุดิบ เกษตรกร อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร ผ่านทางสมาพันธ์ SME เพื่อผนึกกำลังกันสร้างเครือข่ายทั้งประเทศ ขับเคลื่อนร่วมกันทั้งห่วงโซ่อุปทานให้ผู้ประกอบการรายย่อย ผู้ผลิตวัตถุดิบหรือเกษตรกร เพื่อช่วยลดความเหลื่อมล้ำ

- Food & Hospitality Thailand: ร่วมกับอินฟอร์มา มาร์เก็ตส์ ผู้จัดงานแสดงสินค้าระดับโลก จัดงานแสดงสินค้าด้านอาหาร ท่องเที่ยว และการบริการ เพื่อสร้างศักยภาพ พัฒนาความรู้

นำเสนอแนวโน้มธุรกิจ สนับสนุนช่วยเหลือผู้ประกอบการให้สามารถปรับตัว ดำเนินธุรกิจในสถานการณ์โควิดและรับการเปิดประเทศ พร้อมจัดการประชุมและสัมมนาประจำปีของสมาคมฯ

■ Bangkok International Food Festival: ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำเสนอความหลากหลายของสินค้าท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในรูปแบบ Amazing Food Festival ด้วยการจัดงานเทศกาลอาหารระดับนานาชาติ เพื่อขับเคลื่อนเป็น Soft Power ให้เป็นที่รู้จักและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

■ กิจกรรมผลักดันร้านอาหารและภัตตาคารไทย ไปกับการท่องเที่ยวทั่วประเทศ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการบริโภคร้านอาหารและภัตตาคารในภูมิภาคต่าง ๆ กระจายรายได้สู่ชุมชนตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม สาขาอาหารไทย มีดังนี้

- (๑) ยกย่องมาตรฐานอาหารไทยสู่ครัวสากล ควรมีนโยบายส่งเสริมการสร้างมาตรฐานอาหารไทยแต่ละอย่างให้มีการกำหนดด้านมาตรฐานสูตรอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคำนึงถึงความเป็น “ต้นตำรับ” ตั้งแต่เดิมมากขึ้น ตลอดจนมาตรฐานวัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่ใช้ในการปรุงอาหาร และความสะอาดปลอดภัย ให้เป็นที่ยอมรับและเชื่อมั่นของนานาชาติ
- (๒) ส่งเสริมองค์ความรู้โภชนาการและสรรพคุณที่ได้รับจากอาหารไทย เนื่องจากอาหารไทยมีการใช้วัตถุดิบที่เป็นพืชสมุนไพรในเมนูต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการสร้างเสริมสุขภาพและโภชนาการที่หลากหลายตามสรรพคุณของวัตถุดิบ เช่น พริก ขิง ข่า ตะไคร้ ใบมะกรูด ข้าวแต่ละประเภท ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้มีสรรพคุณทางยาและการรักษาโรคต่าง ๆ ในอาหารจึงควรนำมาเป็นจุดแข็งส่งเสริมการรับรู้ให้มากยิ่งขึ้นเพื่อสร้างแรงดึงดูดและเพิ่มเสน่ห์ให้กับอาหารไทย
- (๓) ส่งเสริมการสร้างเนื้อหา/เรื่องราว (Content/Story) และนำเสนอที่ทันสมัย อาทิ การปรุงอาหารต่อหน้าผู้บริโภคและเล่าเรื่องราวความเป็นมาของวัตถุดิบและเครื่องปรุงต่าง ๆ ให้ผู้บริโภครับรู้ตระหนักเห็นถึงคุณค่าและความรู้ทางโภชนาการที่ได้รับ เช่น เกลือและวิตามินประเภทต่าง ๆ กับประโยชน์ในการเสริมสร้างระบบการทำงานในร่างกายแต่ละส่วน
- (๔) ส่งเสริมและสนับสนุนการเผยแพร่อาหารไทยให้เป็นที่รู้จักด้วยสื่อที่ทันสมัยและภาษาที่หลากหลาย โดยภาครัฐควรส่งเสริมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นตามพฤติกรรมการรับสื่อที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเผยแพร่ TikTok การใส่ไว้ในเนื้อหาภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์ รวมทั้งการส่งเสริมอาหารไทยสู่การประกวดและรับรองมาตรฐานของหน่วยงานต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น เช่น มิชลินสตาร์
- (๕) ส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับหน่วยงานหรือร้านอาหารระดับนานาชาติ โดยอาจเริ่มจากการส่งตัวแทนร้านอาหารไทยเข้าสู่เวทีประกวดระดับนานาชาติ เพื่อให้เห็นเทคนิคของร้านอาหารที่มีมาตรฐานระดับนานาชาติ นำมาพัฒนาตนเองเป็นต้นแบบและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อนำไปถ่ายทอดด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น เดินสายถ่ายทอด การจัดทำคู่มือ และสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ

๔.๓.๑๓ สมาคมร้านอาหารไทย และสตรีทฟู้ด

สมาคมร้านอาหารไทย และสตรีทฟู้ด มีบทบาทเป็นศูนย์กลางประสานงานองค์กรผู้ประกอบการร้านอาหารไทยและสตรีทฟู้ด ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และสมาชิกทั่วประเทศ ดำเนินภารกิจส่งเสริมการดำเนินธุรกิจและยกระดับมาตรฐานคุณภาพให้ทัดเทียมกับสากล และสนับสนุนช่วยเหลือสมาชิกแก้ไขอุปสรรคที่ขัดข้องต่าง ๆ เผยแพร่ความรู้ในทางวิชาการ ตลอดจนร่วมมือกับภาครัฐในการส่งเสริมการค้า การเงิน หรือธุรกิจอื่นใดในทางเศรษฐกิจให้มั่นคงและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้านอาหารและสตรีทฟู้ดของไทย มีดังนี้

- (๑) นำเสนออาหารไทยในสไตล์สตรีทฟู้ดที่มีเสน่ห์และโดดเด่นในแต่ละท้องถิ่น โดยจัดโซนสถานที่ เวลาให้สอดคล้องกับบริบทในแต่ละพื้นที่ และจัดกิจกรรมส่งเสริมเป็นเทศกาลอาหาร
- (๒) ส่งเสริมสนับสนุนความรู้ด้านการสัมผัสอาหาร การแต่งกาย การบริหารจัดการ และนำเสนออาหารในรูปแบบที่ทันสมัยแต่ยังคงความเป็นพื้นถิ่นที่ต้องเข้ามาลองชิมหรือสัมผัส แก่ผู้จำหน่ายอาหาร
- (๓) บูรณาการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อลดปัญหาการทำผิดทางกฎหมาย ร่วมกันประชาสัมพันธ์ จัดการประกวดสตรีทฟู้ดในแต่ละพื้นที่ และยกระดับมาตรฐานร้านอาหารไทยให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น
- (๔) จัดการประกวดร้านอาหารไทยประจำถิ่นและให้มีเมนูเพื่อสุขภาพ และโปรโมททั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการทำสื่อผ่านทางช่องทางท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สายการบิน และสนามบิน
- (๕) นำเมนูประจำถิ่นนำเสนอตั้งแต่ต้นน้ำ (ผู้ผลิต) กลางน้ำ (ผู้ประกอบการร้านอาหาร) และปลายน้ำ (ผู้บริโภค) ให้สามารถเข้าถึงได้มาบูรณาการร่วมการ สามารถลดต้นทุนสร้างรายได้กับทุกห่วงโซ่ซึ่งจะทำให้เกิดความยั่งยืน และดีต่อผู้ประกอบการและดีต่อสุขภาพผู้บริโภค

๔.๓.๑๔ สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน)

สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) ร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ไทยสู่สากล ภายใต้นโยบาย “SACIT’s Result Chain” ประกอบด้วย

- การสืบสานคุณค่าแห่งศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านการสร้างเครือข่ายผู้สร้างสรรค์งานศิลปหัตถกรรม พัฒนาระบบฐานข้อมูลและองค์ความรู้ และส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการศิลปหัตถกรรมไทย

- สร้างสรรค์และพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไทยให้เกิดความยั่งยืน ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ และรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

- สืบสานและส่งเสริมภาพลักษณ์งานศิลปหัตถกรรมไทย

- ส่งเสริมการตลาดทั้งในระบบออนไลน์ ออฟไลน์ และการตลาดระหว่างประเทศ

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน) มีเป้าหมายขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม เพื่อบรรลุเป้าหมายสำคัญ อันได้แก่ เกิดการสืบสานงานหัตถศิลป์เต็มเต็มศักยภาพบุคลากร สร้างความแข็งแกร่งจากภายในสู่ภายนอก สร้างมาตรฐานงานศิลปหัตถกรรมไทย พัฒนาผลิตภัณฑ์สอดคล้องความต้องการคนทุกกลุ่มและทุกวัย ส่งเสริมและขยายผลงานศิลปหัตถกรรมไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ สื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทยเพื่อให้เกิดความสนใจและร่วมอนุรักษ์ส่งเสริมของคนทุกช่วงวัย รวมทั้งประสานบูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ ขับเคลื่อนงานศิลปหัตถกรรมไทยอย่างเป็นเอกภาพร่วมกัน

๔.๓.๑๕ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (องค์การมหาชน)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานหลักของไทยที่ทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน ให้ความช่วยเหลือ และพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ที่ประกอบธุรกิจที่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อส่งเสริมการจ้างงานแก่กลุ่มเป้าหมายพิเศษ การแก้ไขปัญหาหรือการพัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สังคมเกิดความเป็นธรรมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน รวมทั้งสร้างและพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการสังคมที่หลากหลายและมีคุณภาพ

ตัวอย่าง วิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) ที่ประสบความสำเร็จ

- บริษัท สงขลาเฮอริเทจ จำกัด ดำเนินการให้คำปรึกษาออกแบบและบูรณะปรับปรุงฟื้นฟูอาคารทรงคุณค่าตามแนวทางสากล การศึกษาสถาปัตยกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการออกแบบพัฒนาและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนที่แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น
- บริษัท โลเคิล อโลค์ จำกัด ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้มาตรฐาน นำเรื่องราวความเป็นมาภูมิปัญญาของชุมชนมาสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าสินค้าชุมชน และสร้างตลาดการท่องเที่ยวและสินค้าชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (องค์การมหาชน) พร้อมร่วมดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาให้วิสาหกิจเพื่อสังคมให้เกิดขึ้นอย่างกว้างขวาง มีคุณภาพ และเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และประเทศชาติ ทำหน้าที่เป็นหน่วยวิชาการและรับผิดชอบการธุรการของคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมและสนับสนุนให้เกิดการขึ้นทะเบียนวิสาหกิจเพื่อสังคม ตลอดจนดำเนินแผนงาน โครงการสนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์ตามมาตรการต่าง ๆ ของรัฐที่จะเกิดขึ้น

๔.๓.๑๖ สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม

สำนักช่างสิบหมู่ เป็นหน่วยงานในสังกัดกรมศิลปากร มีนโยบายในการอนุรักษ์ สืบทอด พัฒนางานด้านศิลปกรรมของชาติ โดยการสร้างสรรค์และต่อยอดมรดกศิลปกรรมที่ล้ำค่าของไทยสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ รวมถึงเผยแพร่และสร้างเครือข่ายและพัฒนาเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านศิลปกรรมทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ ตัวอย่างโครงการที่สำคัญในช่วงที่ผ่านมาในปี พ.ศ. ๒๕๖๖ อาทิ

โครงการฝึกอบรมการสร้างงานศิลปกรรมแก่ชุมชนเมืองโบราณศรีเทพ โครงการฝึกอบรมด้านงานศิลปกรรมสำหรับบุคคลภายนอกทั่วไป และโครงการ Community Engagement Program โดยมีกลุ่มเป้าหมายทั้งเด็ก เยาวชน นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป

ข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม สำนักช่างสิบหมู่ ร่วมส่งเสริมและสนับสนุนให้การการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อสืบสานและเสริมสร้างทักษะในงานด้านศิลปกรรมให้สามารถต่อยอดความรู้และนำไปประกอบอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและชุมชน รวมทั้งต่อยอดผลงานศิลปกรรมจากทุนมรดกทางวัฒนธรรมทั้งองค์ความรู้ เทคนิคความชำนาญเฉพาะด้าน และความคิดสร้างสรรค์เฉพาะตน เพื่อนำเสนอต่อประชาชนทั่วไป โดยเริ่มต้นจากเด็กและเยาวชนให้เกิดความตระหนัก เห็นคุณค่า และความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นของชาติ ตลอดจนนำศิลปวัฒนธรรมมาพัฒนาและต่อยอดเป็นพลังวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์สร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชนและประชาชน

๔.๓.๑๗ คณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

คณะกรรมการการศาสนา คุณธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา มีบทบาทพิจารณา ร่างพระราชบัญญัติที่เกี่ยวกับการอุปถัมภ์และคุ้มครองศาสนา การส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม การอนุรักษ์ และสืบสานศิลปะ ประเพณี วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งติดตาม เสนอแนะ และเร่งรัดการปฏิรูปประเทศและแผนแม่บท ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม ภายใต้คณะกรรมการ ฯ มีบทบาทศึกษาและพัฒนากฎหมาย กฎ ระเบียบ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริม ปกป้อง พิทักษ์ ประเพณี อนุรักษ์ เผยแพร่และสืบสาน ศิลปะและวัฒนธรรม โดยคำนึงถึงการทำงานแบบบูรณาการกับทุกภาคส่วน ที่ผ่าน มา คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม ได้มีการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อจัดทำรายงานพิจารณา ศึกษาและสร้างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับข้อเสนอการเร่งรัดการปฏิรูปประเทศด้านศิลปะและวัฒนธรรม ประกอบด้วย

- (๑) รายงานพิจารณาการศึกษา เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพื้นที่ไตรภาคี ศิลปวัฒนธรรม เพื่อผลักดันการส่งเสริม สนับสนุนให้ “ไตรภาคี” (รัฐ ชุมชน ภาคธุรกิจ) นำทุนทางวัฒนธรรม มาสร้าง มูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม ผ่านการเปิดพื้นที่ตลาดวัฒนธรรม ย่านวัฒนธรรม ถนนคนเดิน ที่เป็นอัตลักษณ์ ก่อให้เกิดเศรษฐกิจวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ที่มั่นคงและยั่งยืน
- (๒) รายงานการพิจารณาการศึกษา เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิภาษา และปัญญาแผ่นดิน เพื่อผลักดันการอนุรักษ์ พื้นฟู สืบสานและพัฒนาภูมิภาษาและภูมิปัญญาแผ่นดิน ใน ๓ ด้าน ๑. ด้านภูมิบ้านภูมิเมือง (โบราณสถาน แหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ มรดกทางวัฒนธรรม) ๒. ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น (ภูมิรู้ ศิลปวัฒนธรรมจากปราชญ์ชาวบ้าน) และ ๓. ด้านภูมิภาษาและวรรณกรรม (รวมทั้งเพลงพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และจารีตประเพณี)
- (๓) รายงานการพิจารณาการศึกษา เรื่อง แนวทางการอนุรักษ์และพัฒนาามรดกวัฒนธรรม อย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริม สนับสนุน อำนวยความสะดวก ตลอดจนสร้างระบบนิเวศที่

เอื้ออำนวยต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนามรดกวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ รวมทั้งจัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องและการบริหารจัดการเชิงบูรณาการอย่างเป็นระบบทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน

- (๔) รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ เพื่อส่งเสริม สนับสนุนการขับเคลื่อน "ศิลปวัฒนธรรมไทย" ทุกแขนง ทุกระดับ ผ่านศิลปินและ ประชาชนชาวบ้าน ให้เป็น "ภูมิพลวัฒนธรรม" (Soft Power) ที่มีอัตลักษณ์ เป็นที่รู้จัก ยอมรับ และชื่นชม จากนานาชาติ ประเทศ ที่มีศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนผลักดัน และสร้างสรรค์งานด้านวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้าใจในอัตลักษณ์วัฒนธรรมของประเทศไทย โดยบูรณาการความร่วมมือกับกระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม สถาบันอุดมศึกษา และองค์กรภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

๔.๔ ผลการสังเคราะห์ข้อเสนอแนะแนวทางขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การสังเคราะห์แนวทางขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ของไทย เป็นการประมวลผลข้อมูลที่ได้จาก ๑) ผลการสัมมนาวิชาการ หัวข้อ “ภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ” ซึ่งจัดขึ้นในวันที่ ๓๐ กันยายน พ.ศ. ๒๕๖๖ ณ ห้องประชุม ๔๐๒ - ๔๐๓ ชั้น ๔ อาคารรัฐสภา ๒) ผลการเสวนาในโครงการ สัปดาห์นิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ ในหัวข้อ “แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ” ซึ่งจัดขึ้นในระหว่างวันที่ วันที่ ๑๑ - ๑๓ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น ๑ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร ๓) ผลการให้ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม สำหรับจัดทำนิทรรศการจาก ๑๗ หน่วยงาน รวมทั้งการสอบถามข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ๑๑ สาขา

ผลการสังเคราะห์ข้อมูลในที่นี้ มุ่งเน้นการตอบวัตถุประสงค์ของการจัดทำรายงานการพิจารณา ศึกษา ๓ ประเด็น ประกอบด้วย

๑. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โครงสร้าง และระบบกลไกขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ไทยสู่สากล
๒. ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม “รายสาขา”
๓. ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ในบริบท “อัตลักษณ์ที่หลากหลาย” และคำนึงถึง “ความสมดุลหลากหลายมิติเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

๔.๔.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โครงสร้าง และระบบกลไกขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรมไทยสู่สากล จำแนกได้เป็น ๕ มิติ ประกอบด้วย

- (๑) มิติการจัดวางโครงสร้างและกลไกการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม

(๑.๑) โครงสร้างหลักขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมในภาพรวม ควรใช้รูปแบบ “คณะกรรมการ (Committee)” โดยมีองค์ประกอบจากหลากหลายภาคส่วนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันวิชาการ สื่อมวลชน และภาคประชาชน ในสาขาต่าง ๆ ทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น

(๑.๒) จัดตั้งหน่วยงานหลักผสมผสานการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม โดยมีโครงสร้างทรัพยากรบุคคล และงบประมาณรองรับเฉพาะที่สามารถสร้างผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมได้ เพื่อเป็นหน่วยประสานขับเคลื่อนงานเชิงบูรณาการอย่างมีประสิทธิภาพ

(๑.๓) มุ่งเน้นการขับเคลื่อนงานโดยใช้แผนยุทธศาสตร์เป็นตัวตั้ง แบ่งการทำงานที่ชัดเจนทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ของการขับเคลื่อนโดยรวมและรายสาขา

(๒) มติยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในภาพรวม

(๒.๑) มีการวางแผนเชิงบูรณาการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมร่วมกับแผนพัฒนาในมิติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การส่งเสริมการค้าต่างประเทศ การท่องเที่ยว การพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการ การส่งเสริมการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม สุขภาพ ฯลฯ

(๒.๒) พัฒนาระบบนิเวศ (Eco-System) ที่เอื้ออำนวยต่อการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม อันประกอบด้วย

(๒.๒.๑) สำรวจกฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่ยุ่งยากซับซ้อนและเป็นอุปสรรคต่อการทำงานในมิติต่าง ๆ เพื่อแก้ไข หรือพัฒนากฎหมายที่ขัดอุปสรรคเหล่านั้นได้อย่างครอบคลุม

(๒.๒.๒) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล อินเทอร์เน็ต และโครงข่ายระบบบูรณาการฐานข้อมูลสินทรัพย์ภูมิพลังวัฒนธรรม

(๒.๒.๓) จัดตั้ง “กองทุนส่งเสริมภูมิพลังวัฒนธรรม” รองรับ และควรกำหนดให้รูปแบบการอุดหนุนสามารถดำเนินการได้หลากหลายรูปแบบ ทั้งการจัดสรร “ทุนให้เปล่า” “เงินกู้ยืม (เงื่อนไขพิเศษ)” และ “การร่วมทุนรัฐ-เอกชน”

(๒.๒.๔) พัฒนาศักยภาพบุคลากรภาครัฐที่เกี่ยวข้องให้มีองค์ความรู้ที่จำเป็น อาทิ ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม ทักษะการใช้สื่อดิจิทัล ทักษะการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ ทักษะการบริหารจัดการเครือข่าย เป็นต้น

(๒.๒.๕) เตรียมความพร้อมการจัดวาง “โหนด (Node)” และ “เครือข่าย (Network)” ผู้ขับเคลื่อนงานในระดับพื้นที่และสาขาต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมหลายภาคส่วน

(๒.๓) ลักษณะการจัดทำแผนงานเชิงยุทธศาสตร์ของประเทศเพื่อยกระดับสินทรัพย์ภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power Resource) ผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ประกอบด้วย

(๒.๓.๑) ส่งเสริมและค้นหาเป้าหมายการใช้สินทรัพย์ภูมิพลังวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของประเทศ

(๒.๓.๒) กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และยุทธศาสตร์ (Strategies) ในการส่งเสริมสินทรัพย์ภูมิพลังวัฒนธรรมที่ชัดเจนมีความต่อเนื่อง และยืดหยุ่นได้ตามสถานการณ์

(๒.๓.๓) บูรณาเชื่อมโยงการทำงานหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งภารกิจการวิจัยพัฒนา และงบประมาณ โดยกำหนดผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน

(๒.๓.๔) ดำเนินนโยบายต่างประเทศที่เสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมให้เข้มแข็ง

(๓) มติดกลยุทธ์ขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้วยแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value-chain) ด้วยการกำหนดกระบวนการต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ

(๓.๑) กระบวนการต้นน้ำ มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพ “ทุนมนุษย์ (Human Capital)” กลุ่มเป้าหมายได้แก่ เด็ก เยาวชน คนรุ่นใหม่ ศิลปิน ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงาน และประชาชนทั่วไป สามารถดำเนินการได้หลากหลายรูปแบบ ได้แก่

(๓.๑.๑) สร้างความตระหนัก (Awareness) เกิดค่านิยมหวงแหน สืบสาน และอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ผ่านสื่อออนไลน์และสื่อกระแสหลักให้เด็ก เยาวชน และประชาชน เห็นถึงคุณค่า ความสำคัญ และพร้อมทั้งชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาต่อยอดสินทรัพย์ภูมิพลังวัฒนธรรมที่มีอยู่ในชุมชนท้องถิ่น ฐานข้อมูล แหล่งเรียนรู้ต่าง ๆ ทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้

(๓.๑.๒) รวบรวมองค์ความรู้สินทรัพย์ภูมิพลังวัฒนธรรมให้อย่างเป็นระบบ ด้วยการพัฒนาฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อประโยชน์ในการศึกษา วิจัย ค้นคว้า และนำองค์ความรู้พัฒนาต่อยอดสร้างสรรค์ผลงาน

(๓.๑.๓) ภาครัฐร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรม ดำเนินการพัฒนาและบ่มเพาะ “ศิลปิน” และ “ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ผลงาน” ผ่านหลักสูตรการศึกษาในทุกระดับและส่งเสริมหลักสูตร “STEAM” ในสถาบันการศึกษา

(๓.๑.๔) พัฒนาระบบถ่ายทอดส่งต่อ โดยส่งเสริมศิลปินและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานที่มีประสบการณ์ความอาวุโส เข้าสู่กระบวนการพัฒนาตนเองเป็น “โค้ช” หรือ “พี่เลี้ยง” ให้กับเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ หรือผู้ที่สนใจในสาขาต่าง ๆ โดยมีพื้นที่แสดงออก ฝึกซ้อม และแสดงผลงาน

(๓.๑.๕) กระตุ้น ส่งเสริม และสร้างแรงจูงใจผ่านการจัดประกวดผลงานในระดับท้องถิ่น ระดับเขต และระดับชาติ รวมทั้งส่งเสริมศักยภาพสู่เวทีระดับนานาชาติ

(๓.๑.๖) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ใน “กลุ่มศิลปิน” และ “ผู้ที่เกี่ยวข้อง” ในสาขาต่าง ๆ เพื่อพัฒนาเป็นเครือข่าย (Network) ที่เข้มแข็งในการสร้างสรรค์ผลงานเชิงรูปธรรม และภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณ หรือร่วมทุนกับภาคอุตสาหกรรม เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน โดยอาจเป็นการแลกเปลี่ยนระหว่างกันภายในประเทศตามสถานที่และวาระต่าง ๆ

(๓.๑.๗) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานระหว่างประเทศ ในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนนักเรียน นักศึกษา ศิลปินพำนัก (Artist Residence) การจัดทำผลงานสร้างสรรค์ร่วมกันระหว่างไทยกับต่างประเทศ การส่งเสริมศิลปินที่มีศักยภาพเข้าสู่ระบบการบ่มเพาะหรือระบบการศึกษาในต่างประเทศที่มีศักยภาพ

(๓.๑.๘) เสริมสร้างพลังนักสื่อสารสร้างสรรค์ และพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ และสนับสนุนการขยายเครือข่ายพัฒนาพื้นที่ต้นแบบพร้อมทั้งขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในระดับชุมชน

(๓.๑.๙) ส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อสืบสานและเสริมสร้างทักษะในงานด้านศิลปวัฒนธรรมให้สามารถต่อยอดความรู้และนำไปประกอบอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและชุมชน

(๓.๑.๑๐) ถอดบทเรียน “ศิลปินต้นแบบ” และ “การบริหารจัดการ” ที่ประสบความสำเร็จทั้งอัตชีวประวัติ ประสบการณ์ คุณลักษณะ ทักษะ เทคนิคการบริหาร เทคนิคความชำนาญเฉพาะด้าน และความคิดสร้างสรรค์เฉพาะตน (ถอด DNA) สำหรับให้เด็ก เยาวชน หรือคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจได้ใช้เป็นบทเรียน และนำไปพัฒนาเป็นหลักสูตรการศึกษาในระดับต่าง ๆ ที่เหมาะสม

(๓.๒) กระบวนการกลางน้ำ เป็นการส่งเสริม สนับสนุน อำนวยความสะดวก และพัฒนาศักยภาพให้แก่ “ผู้ประกอบการภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power Enterprise)” ได้แก่ องค์กรเศรษฐกิจชุมชน (เช่น วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม กลุ่มอาชีพในชุมชน) ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มธุรกิจ SMEs และกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ โดยมีมาตรการดังต่อไปนี้

(๓.๒.๑) สำรวจ วิเคราะห์ และวิจัย ความต้องการของผู้บริโภค โอกาส และความเป็นไปได้ในการส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการทางศิลปวัฒนธรรมแต่ละภูมิภาคหรือแต่ละประเทศ

(๓.๒.๒) ส่งเสริมการศึกษา วิจัย และค้นคว้าองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่การพัฒนาต่อยอดเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่า มีเสน่ห์และโดดเด่นในแต่ละท้องถิ่น และทันสมัยแต่สะท้อนอัตลักษณ์ มีความร่วมสมัย มีความเป็นนวัตกรรม พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และสร้างสรรค์ผลงานที่ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเทศ เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน

(๓.๓.๓) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาศักยภาพองค์กรเศรษฐกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งด้านการบริหารจัดการและการสร้างเครือข่ายตลาดสินค้าและบริการด้านศิลปวัฒนธรรม เช่น การพัฒนาวิสาหกิจชุมชน/กลุ่มอาชีพไปสู่การเป็น “วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE)”

(๓.๓.๔) ยกกระดานราคาด้วยการพัฒนาช่องทางพื้นที่สื่อ พื้นที่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาหาร เพื่อขยายผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment - SROI) ที่ยั่งยืน ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดอบรมไกด์เด็ก กิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม การพัฒนาสินค้าท้องถิ่น เป็นต้น

(๓.๓.๕) พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้มีความเข้มแข็ง ด้วยการส่งเสริมสนับสนุนด้านเงินทุนช่วยเหลือหรือเงินกู้ยืม เสริมสร้างองค์ความรู้ ทักษะดิจิทัล การสร้างคุณค่าและมูลค่า พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และนวัตกรรมให้กับสินค้าและบริการด้านศิลปวัฒนธรรม

(๓.๓.๖) ส่งเสริมการสร้างพื้นที่การรวมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิต แปรรูป และจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางศิลปวัฒนธรรมในกลุ่มคลัสเตอร์เดียวกันให้เกิดการ Matching ในห่วงโซ่อุปทาน

(๓.๓.๗) พัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและการแบ่งรายได้ที่เหมาะสมระหว่างอุตสาหกรรมกับศิลปิน

(๓.๓.๘) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการภายในและภายนอกประเทศ

(๓.๓) กระบวนการปลายน้ำ การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการด้านศิลปวัฒนธรรมออกสู่ตลาด เพื่อนำรายได้กลับเข้าสู่ประเทศ สร้างความกินดีอยู่ดีให้กับศิลปิน ผู้ที่เกี่ยวข้องผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่น ได้แก่

(๓.๓.๑) ส่งเสริมให้สินค้าและบริการได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ

(๓.๓.๒) เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้าและบริการด้านศิลปวัฒนธรรมต่อนานาชาติ

(๓.๓.๓) แสวงหาช่องทางการตลาด และเชื่อมโยงสินค้า สร้างโอกาสในการเจรจาธุรกิจระหว่างผู้ผลิตกับผู้ประกอบการ เพิ่มมูลค่าด้วยเศรษฐกิจดิจิทัล อาทิ การซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ การประชาสัมพันธ์รณรงค์การใช้ ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวัฒนธรรม และบ่มเพาะคนรุ่นใหม่

(๓.๓.๔) พัฒนาโครงข่ายช่องทางการจัดจำหน่าย (Market Connectivity) ผลงานหรือผลิตภัณฑ์ด้านศิลปวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นจากศิลปิน ชุมชน และผู้ประกอบการ ผ่านทั้งระบบออนไลน์ ออฟไลน์ และตลาดต่างประเทศรองรับ โดยในกรณีของตลาดต่างประเทศควรมีการจัดทำกรอบความร่วมมือ (MOU) รองรับที่ชัดเจน

(๔) มิติการส่งเสริมวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ

(๔.๑) ส่งเสริมโอกาสในการมีส่วนร่วมกับประเทศไทยกับต่างประเทศหลากหลายด้าน ได้แก่ ด้านการทำงาน การศึกษา การเดินทาง หรือปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้เกิดความสนใจในภาษาและวัฒนธรรมไทย

(๔.๒) ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างศิลปินหรือผู้ผลิตผลงานสร้างสรรค์ระหว่างประเทศอย่างเป็นทางการระหว่างศิลปินภาคประชาชน อาทิ โครงการศิลปินพำนัก (Artist Residence) ของประเทศไทย ควรดำเนินการทั้งในลักษณะ “เจ้าบ้าน (Host)” และ “ผู้เยี่ยมเยือน (guest)” โดยรัฐควรร่วมมือกับหน่วยงานด้านศิลปวัฒนธรรมในต่างประเทศ สนับสนุนการสร้าง “เครือข่ายศิลปิน” ระหว่างศิลปินไทยกับศิลปินต่างประเทศ และวางกรอบพิจารณาจัดสรรการให้ทุนสนับสนุนที่ครอบคลุมทั้งค่าที่พัก ค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน และค่าเดินทาง ตลอดจนมีหลักประกันความปลอดภัยของศิลปินรองรับ เช่น ประกันสุขภาพ ประกันอุบัติเหตุ และประกันชีวิต

(๔.๓) ส่งเสริมความสัมพันธ์ด้านศิลปวัฒนธรรมโดยอาศัย “ภาษา” และ “วรรณกรรม” เป็นสื่อกลาง ในการเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยและนานาชาติ

(๔.๔) ส่งเสริมการศึกษา ค้นคว้า และเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ระหว่างประเทศไทยกับนานาชาติ ในมิติประวัติศาสตร์ สังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และต้นตอในวงวิชาการเกี่ยวกับ

ในด้านองค์ความรู้ของแต่ละประเทศ และแสวงหา “เครือข่ายพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ” ร่วมกันสร้างงานวิจัยแบบบูรณาการข้ามศาสตร์ เพื่อนำไปสู่การใช้ประโยชน์ด้าน วิชาการ นโยบาย เศรษฐกิจ และสังคม ส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม และชี้นำทางนโยบายเพื่อ สนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(๕) มิติการสร้างแบรนด์ของประเทศ (National Brand) มีหลักการและแนวทาง ขับเคลื่อน ดังนี้

(๕.๑) สร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญ “สถาบันหลัก” ของ ประเทศไทย ซึ่งมี “องค์คุณ” พื้นฐานที่จำเป็นต่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขของมวลมนุษยชาติ ซึ่งใน กรณียของประเทศไทยนั้น มีสถาบันสำคัญ ๓ สถาบัน เป็นเสาหลักและได้สร้างคุณประโยชน์เป็นอย่างมาก อันประกอบด้วย สถาบันชาติ มีองค์คุณ คือ “อารยธรรม” สถาบันศาสนา มีองค์คุณ คือ “ศานติ ธรรม” และสถาบันพระมหากษัตริย์ มีองค์คุณ คือ “สามัคคีธรรม” โดยอธิบายขยายความเข้าใจที่ถูกต้อง ทั้งต่อเด็ก เยาวชน ประชาชนในประเทศและต่างประเทศ

(๕.๒) สร้างความตระหนักรู้และความรู้ความเข้าใจถึงความสำคัญของ “ทุน วัฒนธรรม” และสั่งสมอย่างยาวนานทั้งในระดับรากฐาน พื้นฐาน และภูมิฐาน ในฐานะสินทรัพย์ภูมิพลัง วัฒนธรรมที่มีความน่าภาคภูมิใจ สามารถสร้างเกียรติภูมิให้กับประเทศ และพัฒนาต่อยอดเชิงคุณค่า และมูลค่าได้ ผ่านสื่อ ระบบการศึกษา และกิจกรรมต่าง ๆ

(๕.๓) นำเสนอภาพลักษณ์ความเป็นไทยที่ค้ำึงถึง “พหุวัฒนธรรม” และ “อัต ลักษณ์ที่หลากหลาย” ในเชิงบวกต่อประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อลดการกีดกัน วัฒนธรรมย่อย (Sub-culture) แต่ส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขและงดงาม

(๕.๔) สร้างเนื้อหา (Content) การเล่าเรื่อง (Story Telling) และภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ และสื่อต่าง ๆ โดยแทรกสอดทุนวัฒนธรรม ค่านิยม และวิถีชีวิตที่ดีงามไว้อย่างแยบยล โดยนำเสนอ “เสน่ห์ของเมืองไทย” เช่น ความเป็นมิตร น้ำใจไมตรี ความเอื้อเฟื้อและเมตตาต่อกัน รอยยิ้ม การไหว้ ความอ่อนน้อมถ่อมตน ความกตัญญูต่เวที การยอมรับและเคารพในความแตกต่างหลากหลายทางเชื้อ ชาติ ศาสนา ภาษา และวิถีชีวิต ภูมิปัญญา อาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ และอื่น ๆ

(๕.๕) ส่งเสริมการใช้ภาษาไทยให้เกิดความแพร่หลายในระดับสากล ควบคู่กับการ ดำเนินยุทธศาสตร์ส่งเสริมความร่วมมือในด้านการลงทุน แรงงาน การศึกษา การท่องเที่ยว และการมี ส่วนร่วมในกิจกรรมวัฒนธรรมสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ

(๕.๖) การต่อยอดจุดแข็งด้านคุณลักษณะของคนไทยด้านความเมตตาและเอื้ออา ร มาต่อยอดเพื่อแสดงจุดยืน “ความเป็นกลาง” ในเวทีระหว่างประเทศ และพร้อมสนับสนุนให้การ ช่วยเหลือด้าน “มนุษยธรรม” แก่ชนทุกชาติในเชิงรุก เช่น การส่งแพทย์และบุคลากรภาคสนามให้ความ ช่วยเหลือผู้ประสบภัยพิบัติทางธรรมชาติ ภัยสงคราม และโรคระบาดในต่างประเทศโดยไม่เลือกปฏิบัติ

๔.๔.๒ ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม “รายสาขา”

ข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม “รายสาขา” ในที่นี้ เป็นการนำกรอบการจัดหมวดหมู่สาขาต่าง ๆ จำนวน ๑๑ สาขาตามนโยบายขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของรัฐบาล และแนวคิดกระบวนการห่วงโซ่คุณค่า (Value-chain) มาใช้ในการสังเคราะห์เนื้อหา โดยนำข้อมูลและข้อเสนอแนะที่ได้จากการเสวนาทางวิชาการที่จัดขึ้น ๒ ครั้ง และข้อเสนอแนะจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประกอบการจัดนิทรรศการ ๑๗ หน่วยงาน แต่ละสาขามีเนื้อหาและรายละเอียดข้อเสนอการจัดทำโครงการหรือกิจกรรมที่เป็นภายใต้กระบวนการต่าง ๆ ของห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งแบ่งออกเป็น ๔ กระบวนการ ประกอบด้วย

- (๑) กระบวนการต้นน้ำ (Upstream) ได้แก่ ระบบการศึกษา(Education) รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill) และ พัฒนาศักยภาพ (Competency)
- (๒) กระบวนการกลางน้ำ (Midstream) ได้แก่ เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion) และการสงวนรักษา (Preservation)
- (๓) กระบวนการปลายน้ำ (Downstream) ได้แก่ การตลาด (Marketing) และการบริการหลังการขาย (After Sale Service)
- (๔) กระบวนการสนับสนุน (Distribution) ได้แก่ ระบบนิเวศ (Eco-system) ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property) และกองทุนสนับสนุน (Funding)

จากนั้นเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ความจำเป็นเร่งด่วน และโอกาสความเป็นไปได้ในการดำเนินการในระยะสั้น (ภายใน ๑ ปี) ระยะปานกลาง (ภายใน ๒-๓ ปี) และระยะยาว (ภายใน ๕ ปี) โดยผู้วิเคราะห์มาจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิที่มาประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขา รายละเอียดข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ๑๒ สาขา เรียงตามลำดับ ดังนี้

- (๑) อาหาร
- (๒) กีฬา
- (๓) แฟชั่น
- (๔) เทศกาล
- (๕) การท่องเที่ยว
- (๖) ภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์
- (๗) วรรณกรรม
- (๘) ศิลปะ
- (๙) เกม
- (๑๐) ออกแบบและงานช่างฝีมือ
- (๑๑) ดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน
- (๑๒) ภาษา (เพิ่มเติม)

๔.๔.๑ อาหาร (Foods)

ตารางที่ ๔.๔ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย
สาขา อาหาร^{๓๔}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	ส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาทางด้านอาหารจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งในระดับครัวเรือน ชุมชน และระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน		✓	
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	ส่งเสริมและสนับสนุนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับหน่วยงานหรือร้านอาหารระดับนานาชาติ โดยอาจเริ่มจากการส่งตัวแทนร้านอาหารไทยเข้าสู่เวทีประกวดระดับนานาชาติ เพื่อให้เห็นเทคนิคของร้านอาหารที่มีมาตรฐานระดับนานาชาติ นำมาพัฒนาตนเองเป็นต้นแบบและพัฒนาองค์ความรู้เพื่อนำไปถ่ายทอดด้วยวิธีการต่าง ๆ เช่น เดินสายถ่ายทอด การจัดทำคู่มือ และสื่อการเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ			✓
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	ส่งเสริมสนับสนุนความรู้เกี่ยวกับอาหารทั้งด้านการสัมผัสอาหาร การแต่งกาย และการบริหารจัดการ และวิธีการนำเสนออาหารในรูปแบบที่ทันสมัย แต่ยังคงความเป็นพื้นถิ่นที่ต้องเข้ามาลองชิมหรือสัมผัสกับผู้จำหน่ายอาหาร	✓		
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	สนับสนุนให้มีการต่อยอดอาหารไทยในรูปแบบ “อาหารเป็นยา” และ “อาหารอร่อยร้าน ๑๐๐ ปี” “๑ จังหวัด ๑ เมนู เชิดชูอาหารถิ่น”	✓		
	ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาด้านการประกอบอาหารมาผลิตเป็นเนื้อหา (Content) ภาพยนตร์ โดยมีเนื้อหาที่มากกว่ารูปลักษณ์ภายนอก เช่น ความเป็นมา วิธีการประกอบอาหาร คุณประโยชน์ วัตถุดิบและสรรพคุณทางยา ประโยชน์ต่อสุขภาพ วิถีชีวิตของผู้คนที่เกี่ยวข้อง		✓	
	ยกระดับมาตรฐานอาหารไทยสู่ครัวสากล โดยสร้างมาตรฐานอาหารไทยแต่ละอย่างให้มีการกำหนดด้านมาตรฐานสูตรอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการคำนึงถึงความเป็น “ต้นตำรับ” ดั้งเดิมมากขึ้น ตลอดจนมาตรฐานวัตถุดิบหรือส่วนประกอบที่ใช้ในการปรุงอาหาร และความสะอาดปลอดภัย ให้เป็นที่ยอมรับและเชื่อมั่นของนานาชาติมากขึ้น		✓	
สงวนรักษา (Preservation)	ขึ้นทะเบียนรายการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทย และการได้รับการประกาศให้เป็นอาหารยอดเยี่ยมของโลก	✓		
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				

^{๓๔} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากนางฐนิวรรณ กุลมงคล นายกสมาคมภัตตาคารไทย และนางสาวแววรัตน์ ชำนาญภักดี ผู้อำนวยการสายงานบุคคลและประชาสัมพันธ์ บริษัท ยิบอินซอย จำกัดและบริษัทในเครือ

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
การตลาด (Marketing)	นำเสนออาหารไทยแต่ละ “ท้องถิ่น” ในสไตล์สตรีทฟู้ดที่มีเสน่ห์และโดดเด่น โดยจัดโซนสถานที่ เวลาให้สอดคล้องกับบริบทในแต่ละพื้นที่ และจัดกิจกรรมส่งเสริมเป็นเทศกาลอาหาร	✓		
	สนับสนุนการส่งออกอาหารไทย ขยายตัวกว่าร้อยละ ๑๒ สร้างรายได้กว่า ๙.๙ ล้านล้านบาท เป็นอันดับ ๑๓ ของโลก (กระทรวงวัฒนธรรม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง)	✓		
	ส่งเสริมและเผยแพร่การรับรู้ในลักษณะ “Local to Global” โดยเนื้อหา (Content) เป็นการถ่ายทอดมาจากบริบทของท้องถิ่นหรือบริบทเชิงพื้นที่ (Local content) แต่จะใช้กลวิธีการเล่าเรื่องในลักษณะที่มีความเป็นสากล (Global) เนื้อหา (Content) ที่เผยแพร่ไม่จำเป็นต้องพยายามค้นหาความจริงแท้ของวัฒนธรรม (authentic) เนื่องจากอาหารไทยและอาหารพื้นถิ่น มักมีการผสมและผสมผสานในลักษณะ “ข้ามวัฒนธรรม” แต่ควรเน้นที่อาหารไทยสามารถ “ปรับเปลี่ยน” ได้ตามความชอบ		✓	
	ส่งเสริมและสนับสนุนการเผยแพร่อาหารไทยให้เป็นที่รู้จักด้วยสื่อที่ทันสมัยและภาษาที่หลากหลาย โดยภาครัฐควรส่งเสริมการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นตามพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเผยแพร่ TikTok การใส่ไว้ในเนื้อหาภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์ รวมทั้งการส่งเสริมอาหารไทยสู่การประกวดและรับรองมาตรฐานของหน่วยงานต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น เช่น มิชลินสตาร์		✓	
บริการหลังการขาย (After Sale Service)	พัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารไทยและอาหารถิ่น ให้สอดคล้องกับมาตรฐานด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย ราคา และสูตรการปรุงที่ถูกต้อง			✓
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	จัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องอาหารไทย	✓		
	บูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อลดปัญหาการทำผิดทางกฎหมาย		✓	
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)	พัฒนาระบบส่งเสริมการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) ให้มีการทำงานเชิงรุกมากขึ้น		✓	
	พัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและ/หรือการคุ้มครองความลับทางการค้า เกี่ยวกับสูตรอาหารที่เชื่อมโยงกับคุณประโยชน์ทางยา การรักษาโรค และโภชนาการ ที่สามารถพิสูจน์ได้อย่างชัดเจน			✓
กองทุน (Funding)	จัดตั้งกองทุนส่งเสริมกิจการอาหารไทยและอาหารถิ่น ทั้งเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร การยกระดับมาตรฐาน การถนอมอาหารเพื่อการส่งออก และการส่งเสริมการขายในประเทศและต่างประเทศ		✓	

๔.๔.๒ กีฬา (Sports)

ตารางที่ ๔.๖ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย
สาขา กีฬา^{๔๐}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	จัดทำหลักสูตรอบรมระยะสั้น	✓		
รีอ์ฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	พัฒนาศักยภาพบุคลากรวงการมวย	✓		
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	สร้างครูมวยต้นแบบทั่วประเทศ		✓	
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	รัฐ-เอกชนไทย ร่วมมือกันทำงานลิขสิทธิ์การถ่ายทอดรายการต่าง ๆ	✓		
	รัฐ ช่วยเหลือเอกชนด้านเงินทุนสนับสนุน หรือหาผู้สนับสนุน (Sponsor)	✓		
สงวนรักษา (Preservation)	ประกาศขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาวัฒนธรรมของชาติ "มวยไทย"		✓	
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	รณรงค์ผ่านการจัดกิจกรรมใน "วันมวยไทย" (วันที่ ๕ กุมภาพันธ์ของทุกปี)	✓		
	จัดกิจกรรมแข่งขันมวยไทย - มวยพื้นบ้าน แต่ละภูมิภาค	✓		
บริการหลังการขาย (After Sale Service)	มีองค์กรพี่เลี้ยงคอยให้คำปรึกษาค่ายมวยและสถาบันมวยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ		✓	
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้มวยไทย (Big Data) และกีฬาพื้นบ้าน			✓
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)	ดำเนินมาตรการเชิงรุกด้านการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาการจัดกีฬาหรือการละเล่นพื้นบ้านของไทย	✓		
กองทุน (Funding)	จัดตั้งกองทุนสนับสนุนกีฬามวยไทยและกีฬาอื่น ๆ โดยตรง		✓	

^{๔๐} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ศิลาเดช อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.

๔.๔.๓ แฟชั่น (Fashions)

ตารางที่ ๔.๗ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย สาขา แฟชั่น^{๔๑}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	จัดทำหลักสูตรการต่อยอดส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การออกแบบสร้างสรรค์แฟชั่นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ (การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ทอผ้า และตีไซเนอร์) ลายโบราณ ลายดั้งเดิม เก็บรวบรวมลายผ้า			✓
ส่งเสริมภูมิปัญญา (Continuing and Promoting Wisdom)	การผลิตเส้นใยธรรมชาติจากภูมิปัญญาโบราณ จากปราชญ์ท้องถิ่น สู่กระบวนการนำนวัตกรรมผลิตเส้นใย อย่างคุณภาพ		✓	
	องค์ความรู้เรื่องเทคนิค และลดลวดลายสู่กระบวนการออกแบบลดลวดลายให้ทันสมัย ในรูปแบบการทอตามวิวัฒนาการ		✓	
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	สร้างเครือข่ายกลายาณมิตรในศิลปินรุ่นใหม่ กับ “ครูอาวโส”	✓		
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	ส่งเสริมการพัฒนาตนเองของศิลปิน สร้างแรงบันดาลใจ ความมุ่งมั่น ตั้งใจ และกำหนดเป้าหมายในชีวิตที่ชัดเจน		✓	
	จัดประกวดออกแบบผ้าไทยร่วมสมัย	✓		
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพให้กับเกษตรกร ผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและผู้ทอผ้า ให้มีการผลิตที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและมีลวดลายและต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น (เน้นเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและปลอดภัยต่อผู้ผลิตและผู้ซื้อ)	✓		
	บูรณาการกับหน่วยงานในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนผ้า (ไหม ตัดคำว่าผ้าไหมออก) พื้นที่ที่เป็น อัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น นำมาต่อยอดเชิงสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ร่วมสมัย เพื่อยกระดับสู่สินค้าระดับพรีเมียม		✓	
สงวนรักษา (Preservation)	การสร้างมาตรฐานของการผลิต สู่ความยั่งยืนแห่งโลกปัจจุบัน การนำพืชให้สีท้องถิ่น กลับมาทดแทนการใช้สารเคมีรักษาความสมดุลของโลก และการรักษาสีสิ่งแวดล้อม และนำนวัตกรรมบูรณาการกับวิถีชีวิตชุมชน		✓	
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
	เพิ่มพื้นที่จัดแสดงผลงาน หรือโอกาสในการแสดงผลงานตามโอกาสต่าง ๆ	✓		

^{๔๑} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากอาจารย์สุมาลี สุวรรณกร ประธานเครือข่ายศิลปวัฒนธรรมชุมชนอีสาน นักคิด นักเขียน นัก
สื่อสารมวลชน

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
การตลาด (Marketing)	กระทรวงวัฒนธรรม จัดงานรณรงค์การสวมใส่ผ้าไทยในโครงการผ้าไทยสวมใส่ ได้จริง "พลิ้ว" และงานภูษาศิลป์จากท้องถิ่นสู่สากล	✓		
	ส่งเสริมการใช้ผ้าไทยและการออกแบบผ้าไทยให้เป็นที่ยอมรับระดับสากล		✓	
	จัดงานแฟชั่นโชว์ จัดมหกรรมผ้าไหมไทยสู่เส้นทางโลก โดยทูตานุทูต ร่วมเดินแบบ		✓	
	ผลักดันสินค้าผ้าไหมและผลิตภัณฑ์สู่ระดับสากล โดยบูรณาการร่วมกับหน่วยงานด้านการต่างประเทศและองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมไทย		✓	
บริการหลังการขาย (After Sale Service)				
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	จัดทำทำเนียบผู้ประกอบการผ้าไทย และศูนย์ข้อมูลใหญ่องค์ความรู้เรื่องผ้า (Big Data)		✓	
	ส่งเสริมค่านิยมเรื่องงานหัตถกรรมงานฝีมือเพื่อเพิ่มมูลค่าและเพิ่มคุณค่ากับผลิตภัณฑ์แฮนด์เมดของไทย ๑ ชิ้น ๑ งานฝีมือไม่ซ้ำใครในโลก มากกว่าค่านิยมแบรนด์เนมของต่างประเทศ		✓	
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)	การนำไปใช้ผ่านนวัตกรรมเทคโนโลยี ผสมกับผ้าอื่น ๆ เพื่อการออกแบบการสร้างค่านิยมการใช้ผ้าพื้นถิ่นในรูปแบบใหม่ เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน พร้อมจดลิขสิทธิ์ลายผ้า การออกแบบลายผ้า เพื่อสืบทอดในพื้นที่ประเทศไทย		✓	
กองทุน (Funding)	จัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนด้านการศึกษาให้กับเด็ก เยาวชน และผู้ที่มีความสนใจในสาขาหัตถกรรม		✓	

๔.๔.๔ เทศกาล (Festivals)

ตารางที่ ๔.๘ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย
สาขา เทศกาล^{๔๒}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะ ปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	พัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นและจัดการเรียนการสอน “งานบุญ หรืองานประเพณี” ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ โดยให้ผู้เรียนแต่ละระดับได้เรียนรู้และพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องตามความสนใจของตนเอง	✓		
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	การเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนในการเป็นเจ้าภาพที่ดี ด้วยการเสริมสร้างมรรยาทสังคมต่าง ๆ เช่น การทักทาย การรับรองแขก มรรยาทบนโต๊ะอาหาร การเสิร์ฟอาหาร-เครื่องดื่ม มาตรฐานห้องครัว ห้องนอน ความสะอาดของ Home Stay การปฐมพยาบาลเบื้องต้น ฯลฯ โดยที่คงความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบไทย ๆ	✓		
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	พัฒนาศักยภาพแกนนำชุมชนเกี่ยวกับทักษะที่จำเป็น เช่น การเป็นผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ การบริหารงบประมาณ เป็นต้น	✓		
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและ สร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	สร้างการมีส่วนร่วมในการจัด “เทศกาลท้องถิ่น” ที่หลากหลายและกระจายอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ โดยส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดโครงการ “๑ อำเภอ ๑ เทศกาลสร้างสรรค์” และสนับสนุนให้แต่ละจังหวัดจัดทำปฏิทิน “เทศกาลประจำเดือน” ตลอดทั้งปี		✓	
สงวนรักษา (Preservation)				
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	เผยแพร่และประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ต่อประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการนำเสนอเนื้อหาผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ซีรีส์ สารคดี ฯลฯ	✓		
	ส่งเสริมและยกระดับเทศกาลประเพณี จากระดับท้องถิ่นสู่ระดับชาติและนานาชาติ		✓	
บริการหลังการขาย (After Sale Service)				
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				

^{๔๒} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากรองศาสตราจารย์ ดร.เกศินี ประทุมสุวรรณ ศูนย์วิชาการเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม .

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะ ปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
ระบบนิเวศ (Eco-system)	พัฒนาหรือแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการสนับสนุนการจัดงานเทศกาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น		✓	
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)				
กองทุน (Funding)				

๔.๔.๕ ท่องเที่ยว (Travels)

ตารางที่ ๔.๙ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ของไทย สาขา ท่องเที่ยว^{๔๓}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	ส่งเสริมสนับสนุนให้ทุกโรงเรียนพัฒนาและจัดการเรียนการสอนหลักสูตรท้องถิ่น “มัคคุเทศก์น้อย”	√		
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	พัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ให้กับผู้ประกอบการ	√		
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	พัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	√		
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	สร้างสรรค์เพิ่มคุณค่าแก่มรดกทางวัฒนธรรมและมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ก่อเกิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์สินค้าต่าง ๆ หลากหลาย	√		
	สร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่คนในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ครัวเรือนและประเทศ	√		
	เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและบูรณาการทำงานในลักษณะภาคีเครือข่ายกับกระทรวงการท่องเที่ยว กระทรวงอุตสาหกรรม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคธุรกิจเอกชน รวมถึงภาคประชาชน (ระดับกลางน้ำ) เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนหนุนเสริมไปสู่	√		

^{๔๓} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากรองศาสตราจารย์ ดร.เกศินี ประทุมสุวรรณศูนย์วิชาการเพื่อการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม .

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	การเพิ่มมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจและส่งเสริมให้เป็นวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติอย่างยั่งยืน (เช่น โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการจัดงานมหกรรม วัฒนธรรมแห่งชาติ “วิถีถิ่น วิถีไทย” ๔ ภูมิภาค ของกระทรวงวัฒนธรรม)			
สงวนรักษา (Preservation)				
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อภาพยนตร์ ซีรีส์ และละคร ในระดับนานาชาติ	√		
	นำเสนอ “ของดี” สำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เชื่อมโยงกับค่านิยมความเชื่อ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่ละชนชาติ นำมาสร้างเนื้อหาเพื่อดึงดูดจุดสนใจนักท่องเที่ยว	√		
บริการหลังการขาย (After Sale Service)				
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	ส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความตระหนักรู้ถึงคุณค่าความสำคัญ การปกป้อง รักษาคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติ	√		
	พัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องต่อการยกระดับขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้วยเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และส่งเสริมวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติอย่างยั่งยืน		√	
	พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนตามมาตรฐานเกณฑ์ของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนระดับโลก (GSTC)		√	
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)				
กองทุน (Funding)				

๔.๔.๖ ภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์

ตารางที่ ๔.๑๐ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย
สาขา ภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์^{๔๔}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	บทบาทภาครัฐ			
	ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อการสร้างเกราะป้องกันและแก้ไขปัญหาทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย	✓		
	สร้างความตระหนักรู้ (awareness) ความตื่นรู้ ความเข้าใจ และความสามารถในการสร้างสรรค์ในกลุ่มเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ ผ่านการแทรกซึมไว้ใน “ระบบการศึกษา”		✓	
	ปรับเปลี่ยนระบบการศึกษา โดยลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ “สาขาศิลปวัฒนธรรม” มากขึ้น ด้วยการใช้แนวคิดการศึกษาการเรียนรู้ใหม่ “STEAM” ๕ ศาสตร์ ได้แก่ วิทยาศาสตร์ (Science) เทคโนโลยี (Technology) วิศวกรรมศาสตร์ (Engineering) และคณิตศาสตร์ (Mathematics) และศิลปะ (Art)		✓	
	พัฒนาหลักสูตรและระบบการเรียนการสอน สอดแทรกการถ่ายทอดการเรียนรู้ด้วยภาพยนตร์ในการศึกษาขั้นพื้นฐาน และมัธยมศึกษา สำหรับสร้างแรงบันดาลใจให้เด็กและเยาวชนสนใจเข้าสู่วงการ ภาพยนตร์ ซีรีส์ และละคร		✓	
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	บทบาทภาครัฐ ร่วมมือกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์			
	พัฒนาสร้างแรงจูงใจและพัฒนาทักษะของบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัลในสายงานต่าง ๆ ของการผลิตภาพยนตร์ ซีรีส์ และละคร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น โครงการ Content Thailand ของกระทรวงวัฒนธรรม	✓		
	พัฒนาหลักสูตรระยะสั้น-ปานกลาง เพื่อพัฒนาความสามารถและทักษะในการสร้างเรื่องราว (Story Telling) ให้กับบุคลากรในวงการ ภาพยนตร์			✓
	พัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านสื่อดิจิทัลแก่ผู้ผลิตและผู้อำนวยการสร้างให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัลที่รวดเร็ว (Disruption) และก่อให้เกิดเทคโนโลยีรูปแบบใหม่อย่างไม่สิ้นสุด เช่น Metaverse Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) เพื่อให้สามารถนำเสนอต่อผู้ชมรูปแบบใหม่ ๆ	✓		

^{๔๔} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากนายพัฒนะ จิระวงศ์ ผู้กำกับภาพยนตร์ และอนุกรรมการศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	พัฒนาระบบบ่มเพาะและสร้างเสริมศักยภาพของผู้ผลิต ผู้กำกับ ผู้เขียนบทประพันธ์ บทละคร/ภาพยนตร์ ผู้สร้าง และนักแสดงไทย พร้อมกระตุ้นส่งเสริมให้เกิด “ความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) ความหลงใหล ความรัก และความผูกพัน” ในหมู่ศิลปินต่อเรื่องราวหนึ่ง เพื่อให้เกิดการต่อยอด ขยายผล รวมตัวกันสร้างสรรค์ผลงานออกมา			✓
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	บทบาทภาครัฐ ร่วมมือกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์			
	ส่งเสริมการรวมกลุ่มหรือเครือข่ายของศิลปินให้เกิดเป็น “ทีมงาน” และ “กระบวนการทำงาน” เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานเชิงรูปธรรมในหลากหลายสาขา อาทิ โบราณคดี งานศิลปะ มัณฑนศิลป์ เซรามิก เสื้อผ้า ละคร งานวรรณกรรม งานบทเพลง ฉาก และภาพยนตร์ และประชาสัมพันธ์ในเชิงการศึกษา เพื่อร่วมกันต่อยอดและพัฒนาผลงานใหม่ๆ		✓	
	พัฒนาต้นแบบศิลปินจากการสร้างภาพจำลองตัวละคร (AI) เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค สำหรับนำผลลัพธ์ที่ได้จะนำไปใช้ในการจัดทำเป็นโมเดลการพัฒนาศิลปินไทย	✓		
	ส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์ไทยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีรูปแบบใหม่ เช่น Metaverse Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) เพื่อนำเสนอต่อผู้ชมรูปแบบใหม่ ๆ	✓		
	ส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ สารคดี และสื่อหลากหลายรูปแบบที่ให้ความสำคัญกับ “วัฒนธรรมย่อย (Sub-culture) ที่มีความหลากหลาย (Diversity) เพื่อนำมาขับเคลื่อนเป็นภูมิพลังวัฒนธรรม โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมระดับชุมชน ปลุกฝังความตระหนักในคุณค่า เปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมชุมชนไปสู่การสร้างมูลค่าให้ได้	✓		
	ส่งเสริมการ “ร่วมทุน” ของอุตสาหกรรมบันเทิงไทย-ต่างชาติ สร้างสรรค์ผลงาน โดยมีหน่วยงานภาครัฐสนับสนุนเงินทุนและไม่แทรกแซงเชิงเนื้อหา ส่วนบทบาทของนักวิชาชีพและนักวิชาการต้องทำความเข้าใจในการรังสรรค์ผลงานร่วมกัน		✓	
	บทบาทอุตสาหกรรมภาพยนตร์			
	ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสร้างโอกาสในการเข้าถึง (Accessibility) สื่อประเภทต่าง ๆ เกิดขึ้นโดยทั่วไปมากขึ้น พร้อมทั้งมุ่งเน้นการสร้างภาพยนตร์ที่ยกระดับ “คุณภาพ (Quality)” ให้สูงขึ้น	✓		
	สร้างผลงานภาพยนตร์เชิงประวัติศาสตร์หรือประวัติศาสตร์ร่วมสมัย โดยสอดแทรกสะท้อนภาพสังคมในขณะนั้น เช่น สถาบันครอบครัว		✓	

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	สถาบันการศึกษา อาชีพ/บุคลิกภาพ ชุดอุดมการณ์ การแต่งกาย อาหาร ประเพณี สังคมและวัฒนธรรม			
	นำเค้าโครงเรื่องเดิมมาใช้ในการ “ปรับเปลี่ยนมุมมอง” การนำเสนอและพัฒนาต่อยอดใหม่ เช่น ภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จ เช่น นางนาค (หนังผี) มาเป็น พี่มากพระโขนง (หนังตลก) เป็นต้น	✓		
	ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับชม (สร้าง Profiling) เพื่อวิเคราะห์ความสนใจ กระแส และการใช้สื่อดิจิทัล และกำหนดรูปแบบการผลิตสื่อบันเทิง (Content Journey) ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มลูกค้าในตลาดอุตสาหกรรมบันเทิงอย่างครอบคลุม	✓		
	ดำเนินการศึกษาเฉพาะกลุ่ม (Study Group) ขึ้นมารองรับการออกแบบและผลิตภาพยนตร์โดยค้นหาความสนใจส่วนตัวของผู้รับชมตามบริบทพื้นที่และช่วงเวลา (Space and Time) เพื่อนำสื่อบันเทิงไปสู่ผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างเหมาะสมและเกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ	✓		
	ส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหา (Content) ให้มีความแข็งแกร่งที่จะไปยืนอยู่ในเวทีโลกและต้องเป็นเนื้อหา (Content) ที่สร้างคุณค่า (Value) ให้แก่ผู้รับชม โดยสามารถนำโครงการที่ผ่านการประกวดในเวทีต่าง ๆ (เช่น จัดโดยกองภาพยนตร์ กระทรวงวัฒนธรรม) มาพัฒนาต่อยอดเป็นภาพยนตร์เชิงพาณิชย์ มุ่งเน้นตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ	✓		
สงวนรักษา (Preservation)	การจัดทำฐานข้อมูลภาพยนตร์ที่มีการแปลและคุ้มครองลิขสิทธิ์ ให้ประชาชนทั้งชาวไทยและต่างประเทศ สามารถเข้าถึงได้			✓
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	ส่งเสริมการตลาดและการผลิตนำสินทรัพย์ภูมิปัญญาวัฒนธรรมเข้ามาแฝงเร้นในภาพยนตร์	✓		
	จัดกิจกรรมกระตุ้นส่งเสริมเป็นระยะ ๆ ในลักษณะ “Film Festival” เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว และส่งเสริมการ “แปล” เพื่อส่งออกภาพยนตร์		✓	
	เผยแพร่ผลงานภาพยนตร์ ซีรีส์ และละครผ่านแพลตฟอร์มหลากหลายมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่กว้างมากขึ้นและสากล โดยอาศัยเนื้อหา (Content) ที่มาจากบริบทของท้องถิ่นหรือบริบทเชิงพื้นที่ (Local content) แต่จะใช้กลวิธีการเล่าเรื่องในลักษณะที่มีความเป็นสากล (Global)	✓		
	รวบรวมและเผยแพร่ผลงานภาพยนตร์ยุคเก่า เพื่อพัฒนาและต่อยอดสู่การเผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ	✓		
	สนับสนุนการบุคลากรที่ทำหน้าที่นำพาประเด็นที่อยู่ในภาพยนตร์ไปสู่ประเด็นทางสังคม เพื่อสร้างกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น	✓		

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	ภาพยนตร์ที่พูดถึงปัญหาคนไร้สัญชาติ (บุคลากรตำแหน่งนี้จะต้องนำไปเสนอต่อการแก้กฎหมายได้จริง มิเช่นนั้นประเด็นนั้นก็จะจบไปพร้อมกับภาพยนตร์ที่ลาโรงไปเท่านั้น)			
บริการหลังการขาย (After Sale Service)	สนับสนุนวงการและวิชาการวิจารณ์ภาพยนตร์เพราะคนดูในปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากการดูหรืออ่านบทวิจารณ์ภาพยนตร์ต่อการตัดสินใจเลือกดูภาพยนตร์ บทวิจารณ์ที่มีส่วนส่งเสริมภาพยนตร์	✓		
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	บทบาทภาครัฐ ร่วมมือกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์			
	กำหนดแนวทางและทิศทางการขับเคลื่อนที่ชัดเจน และสร้างระบบนิเวศโครงสร้างพื้นฐานรองรับให้อุตสาหกรรมบันเทิงไทยไปไกลสู่ระดับโลก			✓
	แก้ไขกฎหมายภาพยนตร์ให้มีลักษณะที่เกื้อหนุนและเอื้ออำนวยต่อการทำงานร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์และภาครัฐ เพื่อขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม อย่างมีทิศทางร่วมกัน		✓	
	สร้างกระแสความตื่นตัว มุ่งเน้นการลงทุนในระยะยาว และเปิดโอกาสให้เด็ก เยาวชน คนรุ่นใหม่ ตระหนักและรู้สึกถึงคุณค่าและวิธีการให้ได้มาซึ่งการสร้างมูลค่าจากทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่	✓		
	วิเคราะห์บุคคล (Person Analysis) เพื่อถอดบทเรียนศักยภาพ และประสบการณ์ศิลปินต้นแบบ สำหรับใช้เป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพศิลปินรุ่นต่อไป	✓		
	ถอดบทเรียน วิธีการบริหารจัดการและกระบวนการทำงานร่วมกัน (Process Model) ของศิลปินหลากหลายสาขาเพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ผลงาน เพื่อพัฒนาเป็นแนวทางปฏิบัติให้กับผู้สนใจสร้างสรรค์ผลงานต่อไปในอนาคต	✓		
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)	เร่งพัฒนากฎหมายและระบบคุ้มครองและปกป้อง “ทรัพย์สินทางปัญญา” และต้องทำให้เกิดการปันส่วน (Share) รายได้จากภาพยนตร์หรือบทประพันธ์ที่สมเหตุสมผลระหว่างผู้ลงทุนและผู้ผลิตภาพยนตร์		✓	
กองทุน (Funding)	จัดตั้ง “กองทุนภาพยนตร์” เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุน การร่วมทุน และการช่วยเหลือทางการเงิน พร้อมทั้งให้การสนับสนุนงบประมาณที่ต่อเนื่อง (Consecutively) เพื่อให้การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมให้สามารถเดินทางต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องด้วยพร้อมกำหนดมาตรการจูงใจด้านการลดหย่อนภาษีเงินบริจาค ทั้งนี้ข้อพึงระวังของการให้ทุนแก่ผู้สนใจสร้างหรือพัฒนาภาพยนตร์ คือ ๑) มีความอิสระในการดำเนินการ หรือเป็น “องค์การมหาชน” ๒) สามารถให้ทุนสนับสนุนได้ในระยะยาวและต่อเนื่องได้			✓

มติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	๓) มีหลักเกณฑ์และขั้นตอนหรือกรอบเงื่อนไขในการขอรับการอุดหนุนทุนที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป หรือก่อให้เกิดอุปสรรคในการเข้าถึงทุน ๔) ไม่กำหนดรอบการขอทุนตามกรอบปีงบประมาณ แต่ควรเปิดกว้างด้านระยะเวลาในการเสนอโครงการขอรับเงินอุดหนุน ๕) ไม่มุ่งเน้นการพิจารณาจากหลักเกณฑ์ด้านราคา แต่มุ่งเน้นคุณภาพ และให้โอกาสในการเข้าถึงแหล่งทุนของผู้ที่สนใจทั่วถึงมากที่สุดเท่าที่เป็นไปได้			

๔.๔.๗ หนังสือและวรรณกรรม (Books and Literatures)

ตารางที่ ๔.๑๑ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ของไทย

สาขา หนังสือและวรรณกรรม^{๔๕}

มติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	ส่งเสริม สนับสนุน และรณรงค์ลักษณะนิสัยรักการเขียนและการอ่าน “วรรณกรรม” ภายในประเทศ ในกลุ่มเด็ก เยาวชน และประชาชน และส่งเสริมการอ่านผ่านหลักสูตรการศึกษาทุกระดับชั้น โดยพิจารณาความเหมาะสมแต่ละช่วงวัย รวมถึงส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้	✓		
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	ฝึกอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวรรณศิลป์ โดยเฉพาะการส่งเสริมการอ่านแบบคิดวิเคราะห์ แยกแยะ วิพากษ์วิจารณ์ เพื่อนำไปสู่การสร้างนักอ่านที่มีคุณภาพ และงานเขียนที่มีคุณภาพ	✓		
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	พัฒนาศักยภาพนักอ่าน นักเขียน สร้างเวทีพื้นที่แสดงศักยภาพ เพื่อความยิ่งใหญ่ของวรรณกรรม		✓	
	ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนด้านภาษาและวรรณกรรมระหว่างนักเขียนไทย และนักเขียนต่างชาติ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ศิลปินนักเขียนพำนัก		✓	
	ส่งเสริมการประกวดวรรณกรรมในกลุ่มเด็กและเยาวชนทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และผลักดันสู่ระบบนานาชาติ		✓	
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				

^{๔๕} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากอาจารย์สุมาลี สุวรรณกร ประธานเครือข่ายสื่อศิลปวัฒนธรรมชุมชนอีสาน นักคิด นักเขียน นักสื่อสารมวลชน

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
เพิ่มมูลค่าและ สร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	ส่งเสริมการศึกษาวิจัยด้านภาษาและวรรณกรรม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักเขียน		✓	
	จัดทำโครงการที่หน่วยงานรัฐอุดหนุนหรือส่งเสริมให้เกิดความต่อเนื่อง โดยอาจดูถึงทิศทางและกระแสวงการเขียน วรรณกรรม เป็นโจทย์ให้กับนักเขียน		✓	
	ส่งเสริมการอ่านไปสู่การเขียนและการแปลที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อเผยแพร่ผลงานวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศสร้างรายได้ให้กับนักเขียน		✓	
สงวนรักษา (Preservation)	จัดทำจดหมายเหตุในวาระสำคัญของชาติ			✓
	จัดทำหนังสือรวบรวมองค์ความรู้ ประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญา		✓	
	พัฒนาการให้บริการระบบออนไลน์ของหอสมุดแห่งชาติ และหอจดหมายเหตุแห่งชาติ		✓	
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	จัดให้มีระบบฐานข้อมูลวรรณกรรม ผลงานนักเขียนไทยและฉบับแปลสำหรับผู้อ่านที่สนใจทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติดาวน์โหลดและซื้อขายในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล	✓		
	พัฒนาช่องทางการขายให้กับนักเขียนไทย ผ่านระบบร้านค้าออนไลน์ และอำนวยความสะดวกด้านการจัดส่งสินค้าวรรณกรรม ให้กับนักอ่านทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	✓		
	ให้ชาวไทยพลัดถิ่นและนักศึกษาที่ศึกษาในต่างประเทศเป็นทูตวัฒนธรรม เผยแพร่ภาษาและวรรณกรรมในต่างประเทศ		✓	
	รัฐควรสนับสนุนการแปลผลงานวรรณกรรมสร้างสรรค์แห่งอาเซียน หรือ ซีไรต์ รวมถึงผลงานดี ๆ เพื่อเผยแพร่สู่ต่างประเทศ	✓		
บริการหลังการขาย (After Sale Service)				
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	จัดตั้ง “สถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน (องค์การมหาชน)” ขึ้นมารับผิดชอบที่ชัดเจน เพื่อใช้ “ภาษา” และ “วรรณกรรม” เพื่อทำหน้าที่ศึกษา วิจัย พัฒนา และปฏิบัติการกิจด้านภาษา วัฒนธรรม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในฐานะภูมิพลังวัฒนธรรม ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม และเชื่อมโยงประเทศต่าง ๆ ให้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น เป็นกลยุทธ์พลังภูมิวัฒนธรรมแบบองค์รวม เพื่อสร้างความไว้วางใจ ส่งเสริมการค้า การศึกษา การลงทุน การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและภาษาระหว่างกัน		✓	

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	ให้สถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน (องค์การมหาชน) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างผู้คนระหว่างชาติ ผ่านมิติการศึกษา ภาษา และศิลปะ เช่นเดียวกับ Alliance Française และสถาบันเกอเธ่		✓	
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)	พัฒนากฎหมายและระบบคุ้มครองลิขสิทธิ์และการแบ่งปันรายได้ที่เหมาะสม และลดภาษีรายได้ของนักเขียนที่ถูกมองว่าไม่มีต้นทุน ให้เห็นว่าความคิด มั่นสมอง และระยะเวลาในการสร้างสรรค์ผลงานคือต้นทุนในการผลิตงาน และจัดเก็บภาษีเงินได้เหมือนอาชีพพนักงานทั่วไป		✓	
	จัดสวัสดิการนักเขียน โดยให้นักเขียนสามารถเข้าถึงประกันสังคมและสามารถส่งเบี้ยประกันสังคมได้ และมีระบบจัดเก็บรายได้ หักภาษีเหมือนพนักงานบริษัท ซึ่งจะทำให้สามารถมีกองทุนเลี้ยงชีพได้ยามชรา		✓	
กองทุน (Funding)	จัดตั้งกองทุนสนับสนุนการเขียนและการแปลของศิลปินนักเขียน		✓	

๔.๔.๘ ศิลปะ (Arts)

ตารางที่ ๔.๑๒ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย สาขา ศิลปะ^{๔๖}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	ส่งเสริมหลักสูตร STEAM ในสถานศึกษา		✓	
	ลดภาษีอุปกรณ์การศึกษาด้านศิลปะ	✓		
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	พัฒนาศักยภาพและสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักออกแบบรุ่นใหม่ในการสร้างสรรค์ศิลปะ/กราฟฟิก	✓		
	พัฒนาความรู้ความเข้าใจและทักษะ การขายผลงานในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-Fungible Token: NFT) ในกลุ่มศิลปิน	✓		
พัฒนาศักยภาพ	บ่มเพาะเด็กและเยาวชนที่มีพรสวรรค์ให้เป็นศิลปินอาชีพ			✓

^{๔๖} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ทรงวิทย์ พิมพ์กรรม อดีตอาจารย์ประจำสาขาวิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น และผู้ทรงคุณวุฒิ สำนักงานวิจัยแห่งชาติ.

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
(Competency)	จัดให้มีการถ่ายทอดทักษะความรู้จากศิลปินแห่งชาติ ศิลปินศิลปาธร เพื่อสนับสนุนให้เติบโตเป็นศิลปินระดับโลก			✓
	ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานระหว่างประเทศ ในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนนักเรียน นักศึกษา ศิลปินพำนัก (Artist Residence)		✓	
	กิจกรรมจัดประกวดผลงานด้านศิลปะในกลุ่มเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และผลักดันสู่ระดับนานาชาติ			✓
กระบวนกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและ สร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	ส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำผลงาน สร้างสรรค์ร่วมกัน ระหว่างศิลปินไทย-ศิลปินต่างชาติ		✓	
	ส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายศิลปิน เพื่อแลกเปลี่ยน (Share) มุมมองการพัฒนาผลงาน และช่องทางจัดจำหน่ายผลงาน		✓	
	มีกระบวนการสร้างการเรียนรู้ด้านศิลปะร่วมสมัยต่อสาธารณชนในวงกว้าง ในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ ในรูปแบบการศึกษาในระบบ นอกกระบบ ตามอัธยาศัย ผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย	✓		
สงวนรักษา (Preservation)	มีสถานที่และระบบจัดเก็บผลงานทรงคุณค่าของศิลปินชั้นเยี่ยม / ศิลปินแห่งชาติ/ศิลปินศิลปาธร เพื่อการศึกษาเรียนรู้ สร้างแรงบันดาลใจในรูปแบบที่เหมาะสม			✓
กระบวนปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	ส่งเสริมและอำนวยความสะดวก “จับคู่ (Matching)” ระหว่างศิลปินไทย กับ นักสะสมชาวไทยและชาวต่างชาติ		✓	
	จัดงานเทศกาลศิลปะแห่งกรุงเทพ (ระดับชาติ)		✓	
	จัดมหกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยนานาชาติ (Thailand Biennale)		✓	
	ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้ศิลปิน นำผลงานศิลปะจำหน่ายในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-Fungible Token: NFT)		✓	
	มีระบบจัดจำหน่ายและสร้างมาตรฐานกลาง		✓	
บริการหลังการขาย (After Sale Service)	มีระบบจัดการฐานข้อมูลผลงานศิลปะที่มีการซื้อขาย		✓	
	มีระบบการดูแลผลงานหลังการขาย		✓	
กระบวนสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	เปิดพื้นที่การแสดงผลงานศิลปะทั้งในพื้นที่เชิงกายภาพและพื้นที่ทางสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างรายได้ให้กับศิลปิน	✓		
ทรัพยากรทางปัญญา				

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
(Intellectual Property)				
กองทุน (Funding)				

๔.๔.๙ เกม

ตารางที่ ๔.๑๓ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย
สาขา เกม^{๔๗}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	จัดทำหลักสูตรผู้พัฒนาเกม (Game Developer) และผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creators) สำหรับจัดการเรียนการสอนในสถาบันอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา		✓	
	พัฒนาหลักสูตรออนไลน์เรียนฟรีสำหรับผู้สนใจเป็นผู้พัฒนาเกม (Game Developer) และผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creators)	✓		
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	พัฒนาหลักสูตรสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาความเป็นมืออาชีพ (Professional) ให้กับผู้ที่สนใจหรือผู้ที่มีศักยภาพในการเป็นผู้พัฒนาเกม (Game Developer) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creators)	✓		
	ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างผู้พัฒนาเกม (Game Developer) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creators) รุ่นเก่าและรุ่นใหม่		✓	
	ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้พัฒนาเกม ผู้จัดงานเกม และผู้จำหน่ายเกมในประเทศและต่างประเทศ ทั้งในฐานะเจ้าบ้าน (Guest) และผู้เยี่ยมชมเยือนพำนักร (Resident)		✓	
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	พัฒนาระบบบ่มเพาะ ส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพของผู้พัฒนาเกมของไทยในการสร้างสรรค์เกมของไทย ทั้งแรงบันดาลใจ จิตนาการ และกลยุทธ์การแข่งขันที่แตกต่าง หรือ “ลูกเล่น (gimmick)”		✓	

^{๔๗} ประมวลข้อมูลและพัฒนาข้อมูลจากความเห็นผู้บริหารสำนักงานเศรษฐกิจดิจิทัล (สืบค้นได้ใน https://www.depa.or.th/th/article-view/๒๐๒๓๐๒๑_๐๑; https://www.depa.or.th/th/article-view/๒๐๒๓๐๔๐๑_๐๑; <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/๑๐๙๑๐๔๘>)

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	จัดเวทีประกวดผลงานการพัฒนาเกม (Game Developer) อย่างเป็นทางการในระดับประเทศ และส่งเสริมการแข่งขันในระดับนานาชาติ พร้อมจัดหาทุนส่งเสริมการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือทุนสนับสนุนการต่อยอดผลงาน		✓	
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและ สร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	ส่งเสริมการนำทุนวัฒนธรรมของไทยสร้างเนื้อหา (Content) ในการผลิตเกมในลักษณะ “ร่วมสมัย” โดยมีการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐหรือภาคเอกชนที่สนใจร่วมลงทุน		✓	
	พัฒนาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกมของไทยให้มีการทำงานร่วมกันอย่างเข้มแข็งระหว่างผู้พัฒนาเกม (Game Developer) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creators) และผู้จัดจำหน่ายเกม (Game Publisher) ของไทย			✓
	ส่งเสริมการร่วมทุน (Joint Venture) ระหว่างบริษัทต่างประเทศที่มีศักยภาพด้านการจัดจำหน่ายเกมกับนักลงทุนในประเทศ เพื่อนำเกมที่พัฒนาโดยคนไทยต่อยอดออกสู่ตลาดเกมระดับโลก			✓
สงวนรักษา (Preservation)	พัฒนาระบบฐานข้อมูลหรือทำเนียบเกมไทยที่จัดลิขสิทธิ์ให้กับผู้สนใจสามารถเข้าถึงเพื่อศึกษา เล่นเกม และซื้อบริเกมออนไลน์ได้		✓	
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	สร้างหรือจัดจ้าง “ผู้ทรงอิทธิพลวงการเกม (Game Influencer)” และ “ผู้ทรงอิทธิพลทางวัฒนธรรม ” ช่วยในการส่งเสริมและเผยแพร่เกมของคนไทย			✓
	ส่งเสริมการจัดการแข่งขัน “e-Sport” ระดับนานาชาติในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการแข่งขันเกมที่ผู้พัฒนาและผู้ผลิตเป็นของคนไทย และ/หรือ ต่างชาติที่มีการจดทะเบียนในประเทศไทย		✓	
	ส่งเสริมการตลาดตลาดเกมในต่างประเทศให้กับผู้ผลิตและผู้จำหน่ายเกมคนไทย หรือมีการจดทะเบียนในประเทศไทย			✓
	ส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐและภาคเอกชน สำหรับเกมที่พัฒนาโดยคนไทยที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ในการขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น รูปแบบการให้เงินทุนกู้ยืมเพื่อยกระดับผู้พัฒนาเกมไปสู่ผู้จัดจำหน่าย รูปแบบการส่งเสริมการลงทุนในลักษณะร่วมทุนระหว่างผู้พัฒนาเกมกับเอกชนรายใหญ่ การจับคู่ (Matching) ผู้จำหน่ายเกมสัญชาติไทยและบริษัทต่างชาติเพื่อขยายตลาดเกมที่พัฒนาโดยคนไทย เป็นต้น			✓
บริการหลังการขาย (After Sale Service)	กำหนดนโยบายให้ผู้อุตสาหกรรมเกมของไทย และที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ มีมาตรการรองรับด้านภาษา การแก้ไขปัญหา และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค โดยมีกฎหมายรองรับอย่างชัดเจน		✓	

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	พัฒนาระบบฐานข้อมูลดิจิทัลอุตสาหกรรมเกมในประเทศไทยให้เกิดความเชื่อมโยงกันทั้งระบบ		✓	
	ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาเกมที่มีศักยภาพและสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้คนในแต่ละกลุ่ม/ประเทศได้		✓	
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)	อำนวยความสะดวกในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้พัฒนาเกมควบคู่กับระบบการจัดสรรปันส่วนรายได้ที่เหมาะสม	✓		
กองทุน (Funding)	มีช่องทางและโครงการส่งเสริมการสร้างสรรคการผลิตผลงานเกมหรือเนื้อหาของเกม ให้มีโอกาสการได้รับการสนับสนุนจาก “กองทุนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม”	✓		
	กองทุนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ทำหน้าที่เชื่อมโยงกับแหล่งทุนจากภาคเอกชน เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และต่อยอดการพัฒนาเกม เนื้อหาเกม จัดงานเกม และการจัดจำหน่ายเกม		✓	

๔.๔.๑๐ ออกแบบ และงานช่างฝีมือ (Design and Crafts)

ตารางที่ ๔.๑๔ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย
สาขา ออกแบบ และงานช่างฝีมือ^{๔๔}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	สื่อสารและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทย เพื่อให้เกิดความสนใจและร่วมอนุรักษ์ส่งเสริมของคนทุกช่วงวัย ผ่านการศึกษาขั้นพื้นฐานและการเรียนรู้ตลอดชีวิต	✓		
	รวบรวมความรู้ จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้ภูมิปัญญาไทยด้านงานช่างศิลป์ที่ครอบคลุมครบถ้วน ถูกต้องและถ่ายทอด องค์ความรู้สู่ช่างรุ่นใหม่ผ่านการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ถ่ายทอดความรู้จากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง		✓	

^{๔๔} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจากนางสาวชุตินันท์ ฤกษ์ขานวิน นักวิชาการช่างศิลป์ชำนาญการ สังกัด ศูนย์ศิลปะและการช่างไทย สำนักช่างสิบหมู่ กรมศิลปากร.

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	จัดทำหลักสูตรสำหรับถ่ายทอดสู่ชุมชน นักเรียน นักศึกษา ในระดับต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน รวมถึงเหมาะสมกับระยะเวลาในรายวิชาที่ต้องการถ่ายทอด		✓	
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	ส่งเสริมและสนับสนุนให้การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อร่วมกันสืบสานและเสริมสร้างทักษะในงานด้านศิลปกรรม	✓		
	สืบสานงานช่างศิลป์ไทยสู่เยาวชน ชุมชน และร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ศิลปวัฒนธรรม จากทุนมรดกทางวัฒนธรรมที่มี จนสามารถต่อยอดความรู้ นำไปประกอบอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและชุมชน	✓		
	สนับสนุน ส่งเสริมให้ฟื้นฟูงานศิลปกรรมที่ขาดหาย โกลจะสูญหาย ไม่มีการสืบทอด ให้คงอยู่ (งานถมปัด,งานคร่ำ)	✓		
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	ส่งเสริมการประกวดผลงานการออกแบบและงานช่างฝีมือ ในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และผลักดันสู่ระดับนานาชาติ		✓	
	พัฒนาศักยภาพบุคลากรยกระดับคุณภาพฝีมือและมาตรฐานงานช่างศิลป์ไทยเสริมสร้างความรู้และเพิ่มพูนประสบการณ์ทั้งในและต่างประเทศ	✓		
	สนับสนุนให้ช่างได้มีโอกาสในการเรียนรู้ทักษะฝีมือและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคเชิงช่างกับศิลปินและช่างฝีมือจากทั้งในและต่างประเทศ (เช่น การจัดปฏิบัติการworkshop ศึกษาดูงานด้านศิลปกรรมต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเป็นแรงบันดาลใจและนำมาพัฒนาการปฏิบัติงาน) เพื่อเสริมศักยภาพ นำไปสู่การพัฒนาในการสร้างสรรค์งานศิลปกรรมต่อไป	✓		
	สนับสนุนให้ช่างได้ผลิตและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมที่ทรงคุณค่าทั้งรูปแบบ วัสดุแบบดั้งเดิม เพื่อเป็นการส่งต่อ สืบทอดความรู้ให้คงอยู่คู่สังคมไทย เป็นมรดกทางศิลปกรรมของชาติ	✓		
	เพิ่มอัตรากำลังของบุคลากรในหน่วยงาน เพื่อรองรับการปฏิบัติงานที่พัฒนาขึ้นตามยุคสมัย และเพื่อตอบสนองนโยบายพันธกิจของหน่วยงานให้ได้ประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น		✓	
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์	บูรณาการการทำงาน of หน่วยงานต่าง ๆ ขับเคลื่อนงานศิลปวัฒนธรรมไทยอย่างเป็นเอกภาพร่วมกัน และนำศิลปวัฒนธรรมมาพัฒนาและต่อยอดเป็นพลังวัฒนธรรมที่		✓	

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
(Value Creation & Promotion)	สร้างสรรค์สร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านเศรษฐกิจให้กับชุมชนและประชาชน			
	ยกระดับมาตรฐานงานศิลปหัตถกรรมไทย	✓		
	พัฒนาผลิตภัณฑ์สอดคล้องความต้องการคนทุกกลุ่มและทุกวัย	✓		
	พัฒนาระบบการผลิตผลงานในลักษณะ “Pre-order” และ “ความต้องการเฉพาะบุคคล” ที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพ		✓	
สงวนรักษา (Preservation)	พัฒนาองค์กรสู่การเป็นแหล่งแลกเปลี่ยน เรียนรู้และค้นคว้า วิจัย ด้านงานช่างศิลป์ไทยชั้นสูงของประเทศที่มีความร่วมมือกับหลากหลายองค์กรทั้งในและต่างประเทศ		✓	
	โครงการก่อสร้างอาคารศูนย์เรียนรู้ ด้านศิลปกรรม (อาคารวิศิษฐ์ศิลปาคาร) พื้นที่แสดงผลงานและพื้นที่แลกเปลี่ยน เรียนรู้ที่สร้างแรงบันดาลใจสร้างการมีส่วนร่วมของศิลปินและช่างศิลป์รุ่นใหม่ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ (รอกการสนับสนุนงบประมาณ ปี ๒๕๖๙)		✓	
	โครงการศิลปินในพำนักในสำนักช่างสิบหมู่ (Artist in Residence Program in Sipmoo) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ งานด้านช่างศิลป์ไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย		✓	
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	ส่งเสริมและขยายผลงานศิลปหัตถกรรมไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ		✓	
	พัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย / พื้นบ้าน ให้สามารถจัดจำหน่ายได้ในช่องทางดิจิทัลและนานาชาติ	✓		
บริการหลังการขาย (After Sale Service)	พัฒนาพื้นที่หรือช่องทางในการนำเสนอผลงานต่อสาธารณชนในระดับชาติอย่างสม่ำเสมอ เช่น จัดนิทรรศการ จัดงานประกวดผลงาน และจัดทำสื่อ มัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ผลงาน	✓		
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	ศึกษาวิจัย และพัฒนาความรู้ ด้านเทคนิคในการผลิตช่างศิลป์ ภายในสาขาและระหว่างสาขา		✓	

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	พัฒนาพื้นที่แสดงผลงานและพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ที่สร้างแรงบันดาลใจสร้างการมีส่วนร่วมของศิลปินและช่างศิลป์รุ่นใหม่ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ			✓
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)				
กองทุน (Funding)				

๔.๔.๑๑ ดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน

ตารางที่ ๔.๑๕ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ของไทย สาขา ดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน^{๔๔}

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปาน กลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	ส่งเสริมการเรียนการสอนดนตรี "๑ คน ๑ เครื่องดนตรี" (กระทรวงวัฒนธรรม ร่วมกับ กระทรวงศึกษาธิการ)		✓	
	พัฒนาหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน มัธยมศึกษา และอาชีวศึกษา ให้มีการส่งเสริมความสามารถทางด้านดนตรี คีตศิลป์ หรือการแสดง พื้นบ้านให้นักเรียนได้มีโอกาสมุ่งเน้นการเรียนรู้และฝึกฝนสิ่งที่สนใจ เป็นการเฉพาะ (ไม่เรียนหลายอย่าง)		✓	
	พัฒนาหลักสูตร (เสริม) ดนตรีสร้างสรรค์ในชุมชน โดยความร่วมมือระหว่างโรงเรียน ชุมชน และศิลปินพื้นบ้าน		✓	
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรค์ผลงานให้กับคนรุ่นใหม่ เพื่อสร้างผลงานที่วางอยู่บนพื้นฐานของแรงบันดาลใจ (Passion) จิตนาการ (Imagine) และสุนทรีย์ทางอารมณ์ (Emotion)	✓		
	พัฒนาทักษะการใช้สื่อดิจิทัลในกลุ่มนักดนตรีและศิลปินพื้นบ้าน	✓		

^{๔๔} ข้อมูลสนับสนุนและความคิดเห็นเพิ่มเติมจาก อาจารย์ ดร.ด้อย หวังบุญชัย มูลนิธิสร้างเสริมศิลปวัฒนธรรมภาคประชาชน และผู้จัดการแผนงาน สื่อศิลปวัฒนธรรมสร้างเสริมสุขภาพ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	จัดให้มีและพัฒนาพื้นที่สำหรับการแสดงออกและการเรียนรู้ดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้านของเด็ก เยาวชน และคนในชุมชน		✓	
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	ส่งเสริมเด็ก เยาวชน คนรุ่นใหม่ให้ โดยมีระบบสนับสนุนศิลปินที่มีความสามารถสูงเป็น “ผู้ฝึกสอน/โค้ช” เพื่อบ่มเพาะ ฝึกทักษะ สร้างแรงบันดาลใจ ให้แก่คนรุ่นใหม่หรือผู้ที่มีความสนใจ		✓	
	ส่งเสริมการประกวดการแสดงดนตรีไทย ดนตรีพื้นบ้าน ดนตรีชาติพันธุ์ ตามอัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรม		✓	
	ส่งเสริมการจัดประกวดประกวดดนตรีในระดับเยาวชนระดับนานาชาติ โดยร่วมมือกับสถาบันความร่วมมือระดับนานาชาติ			✓
กระบวนกรกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและ สร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	ผลักดันนักดนตรีที่มีความสามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมดนตรีระดับชาติของไทย			✓
	ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมบันเทิงไทย-ต่างชาติ		✓	
	ส่งเสริมการประยุกต์การแสดงของศิลปินพื้นบ้านให้มีความ “ร่วมสมัย” มากยิ่งขึ้น		✓	
	ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ “สื่อ (Media)” สำหรับการเผยแพร่ผลงานที่ทันสมัย	✓		
	รัฐต้องสนับสนุนและสร้างโอกาสในการเผยแพร่ผลงานและกิจกรรมดนตรีของศิลปินไปสู่เวทีสากลให้มากยิ่งขึ้นในทุกระดับ พร้อมกันนั้นก็อำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้อง เช่น การส่งเสริมล่าม หรือ ผู้จัดการศิลปิน หรือฝ่ายสิทธิประโยชน์ ที่มีประสิทธิภาพในการทำงานระดับสากล			✓
	รัฐต้องสนับสนุนและสร้างโอกาสให้ศิลปินมีโอกาสพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานร่วมกับศิลปินที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ การนำเอา เพลง ผลงานดนตรีไปแปลเป็นภาษาต่างประเทศเพื่อเผยแพร่ผลงานออกไประดับสากล รวมทั้งการเชื่อมโยงต่อยอดไปยังอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ ในต่างประเทศ			✓
สงวนรักษา (Preservation)	มีการจัดทำฐานข้อมูลและขึ้นทะเบียนและให้การรับรองอาชีพศิลปิน นักร้อง นักดนตรี นักแต่งเพลง ช่างทำเครื่องดนตรี นักเทคโนโลยีเสียง ด้านดนตรีและคีตศิลป์ในทุกระดับให้เป็นแรงงานสร้างสรรค์		✓	
	พัฒนาชุดระบบสวัสดิการและหลักประกันรายได้ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน		✓	
กระบวนกรปลายน้ำ (Downstream)				
	จัดเทศกาลดนตรีไทยและนานาชาติ		✓	

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
การตลาด (Marketing)	ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมด้านดนตรีในพื้นที่แต่ละท้องถิ่นให้เกิดความตระหนักในคุณค่าและสร้างการรับรู้ต่อคนในท้องถิ่นและสาธารณชนในรูปแบบสตรีมมิง (Streaming)		✓	
	อำนวยความสะดวก “การแปล” ผลงานการขับร้องและการแสดงพื้นบ้านของไทยที่มีความโดดเด่นและน่าสนใจ เพื่อเผยแพร่สู่นานาชาติ			✓
บริการหลังการขาย (After Sale Service)	สนับสนุนระบบจัดเก็บข้อมูลในระบบคลาวด์และสื่อดิจิทัลที่สามารถเข้าถึงได้สะดวกและไม่สูญหายโดยง่าย			✓
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	มีคณะทำงานระดับประเทศ ในการผลักดันส่งเสริมดนตรีและคีตศิลป์ทุกแขนงทุกระดับในงานเทศกาลดนตรี งานประเพณีวัฒนธรรม และการแสดงที่เกี่ยวข้องระดับประเทศ	✓		
	มีสถาบันกลาง ที่มาขับเคลื่อนงานส่งเสริมดนตรีพื้นบ้าน พื้นถิ่น ชาติพันธุ์ ที่เป็นอัตลักษณ์จากทุนวัฒนธรรม ให้หนุนเสริมและเชื่อมโยงงานกับงานวัฒนธรรมอื่น ๆ อาทิ ภาพยนตร์ ละคร วรรณศิลป์ ทัศนศิลป์ การออกแบบ สถาปัตยกรรม แฟชั่น อาหาร การท่องเที่ยว กีฬา ชุมชน การเมือง เกมส์ ฯลฯ เพื่อ บ่มเพาะศิลปินรุ่นใหม่ให้สร้างสรรค์ดนตรี และคีตศิลป์ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สังคม และสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว			✓
	พัฒนาระบบบ่มเพาะและส่งเสริมการลงทุนสร้างศิลปินเช่นเดียวกับกรณี Korea Creative Content Agency (KOCCA) ของประเทศเกาหลีใต้ และ Taiwan Creative Agency (TAICCA) ของไต้หวัน		✓	
	เปิดพื้นที่การแสดงของศิลปินพื้นบ้านเพื่ออำนวยความสะดวกโดยเฉพาะพื้นที่ของหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรยกเว้นค่าธรรมเนียมสถานที่หรือได้รับการลดหย่อนค่าธรรมเนียมเป็นกรณีพิเศษ		✓	
	โครงการ ๑ ตำบล ๑ โรงมหรสพ-ดนตรีในชุมชน (BLACK BOX MUSIC THEATRE IN COMMUNITY) สำหรับเป็นพื้นที่ให้เด็กเยาวชน และศิลปินได้มีพื้นที่แสดงออกและพัฒนาศักยภาพ		✓	
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)	พัฒนากฎหมายและระบบปกป้องคุ้มครองด้าน “สิทธิบัตร” และ “สิทธิเผยแพร่” ให้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานได้รับประโยชน์จากรายได้ที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม เช่น คุ้มครองตลอดชีพและ (+) ๗๐ ปี หลังเสียชีวิต		✓	
	มีสถาบันกลาง ที่มาจัดการด้านลิขสิทธิ์เพลง ทรัพย์สินทางปัญญาที่เที่ยงตรง เป็นธรรม และเป็นที่ยอมรับ			✓

มติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กองทุน (Funding)	จัดตั้ง “กองทุน” สำหรับส่งเสริมและสนับสนุนการบ่มเพาะศิลปิน พื้นบ้านในกลุ่มเด็กและเยาวชนให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องในพื้นที่ต่าง ๆ และรองรับการพัฒนากระบวนการสวัสดิการและหลักประกันรายได้ให้ผู้ เกี่ยวข้องกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน			✓

๔.๔.๑๒ ภาษา

ตารางที่ ๔.๑๖ แนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ของไทย

สาขา ภาษา

มติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนกรต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	ทบทวนและพัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้ภาษาไทยที่เพื่อฝึกฝนการสร้างสรรค์ผลงานอื่น ๆ เช่น การเขียนเนื้อหา การเล่าเรื่อง แต่งบทกวี บทประพันธ์ บทละคร วรรณกรรม บทความ และอื่น ๆ ตั้งแต่ในระดับการศึกษาประถม-มัธยม		✓	
	พัฒนารูปแบบการเรียนการสอนในสถานศึกษา ให้มีชีวิตชีวาและกระตุ้นการเรียนรู้ภาษาไทย และเรียนรู้การดำรงอยู่ของภาษาชาติพันธุ์อื่น ๆ ในสังคมไทย เพื่อให้เกิดการยอมรับและมีทัศนคติเชิงบวก เช่น ภาพยนตร์สั้น สารคดี กิจกรรมทัศนจร การพบปะเชิงนันทนาการ เป็นต้น	✓		
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	ฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านการจัดความรู้และการจัดการเรียนรู้ในบริบทพหุภาษา พหุวัฒนธรรมในระดับชาติและสากล ฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอาเซียน/สากล	✓		
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	พัฒนาศักยภาพการเรียนการสอนภาษาวัฒนธรรมไทย ทั้งในฐานะภาษาที่หนึ่ง ภาษาที่สอง และภาษาต่างประเทศ ทั้งในด้านบุคลากรและสื่อต่าง ๆ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพด้านความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม		✓	
กระบวนกรกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	ส่งเสริมการศึกษาวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการวางกลยุทธ์และนโยบายภาษาระดับนานาชาติ	✓		
	จัดทำโครงการที่หน่วยงานรัฐอุดหนุนหรือส่งเสริมเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมให้เกิดความต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงบริบทสังคมวัฒนธรรมในบริบทอาเซียน/สากล		✓	

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	ส่งเสริมการเรียนรู้ความหลากหลายทางภาษาวัฒนธรรมในสถาบันการศึกษา และองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกระดับ เพื่อสร้างความตระหนัก ความเชื่อมโยง และความเข้าใจอันเป็นรากฐานสำคัญของภูมิพลวัฒนธรรม		✓	
สงวนรักษา (Preservation)	จัดทำโครงการเพื่อศึกษา ส่งเสริม และต่อยอด ภูมิพลวัฒนธรรม ความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมของประเทศไทยในสถาบันการศึกษาไทย และองค์กรท้องถิ่นทั่วทุกภูมิภาค เพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์มรดกภาษาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เข้มแข็ง			✓
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	ให้ศูนย์หรือสำนักงานสถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน เชื่อมโยงกับสถานทูต และพันธมิตรสถาบันภาษาวัฒนธรรมประเทศต่าง ๆ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมและเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมไทย		✓	
	จัดทำโครงการแลกเปลี่ยน นักเรียน นักศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนภาษา วัฒนธรรมระหว่างประเทศ ในฐานะทูตวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเริ่มจากพื้นที่เครือข่ายสถาบันการศึกษาในต่างประเทศที่มีการจัดการเรียนการสอน “Thai Study” และขยายขอบเขตการขับเคลื่อนไปยังประเทศอื่น ๆ ในอนาคตอย่างชัดเจน		✓	
	จัดทำ และเผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์ (หลายภาษา) “ภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดินไทย” ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความหลากหลายในมรดกภาษาวัฒนธรรมของไทย	✓		
บริการหลังการขาย (After Sale Service)	มีกระบวนการติดตามผล เพื่อสร้างเสริมความเข้มแข็งของเครือข่าย และต่อยอดอย่างยั่งยืน		✓	
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	จัดตั้ง “สถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน” ทำหน้าที่ศึกษา วิจัย ส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่ภาษาไทย และความหลากหลายของภาษาวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างผู้คน ชุมชน ในระดับชาติและนานาชาติ ผ่านมิติการศึกษา ภาษา และศิลปะ วัฒนธรรม ^{๕๐}		✓	
	ใช้ “ภาษา” เป็นกลยุทธ์พลังภูมิวัฒนธรรมแบบองค์รวม โดยมีหน้าที่ศึกษา วิจัย พัฒนา เผยแพร่ และปฏิบัติการกิจด้านภาษาและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมในประเทศ และเชื่อมโยงประเทศต่าง ๆ ให้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้นด้วย		✓	

^{๕๐} การดำเนินการในลักษณะคล้ายกับ เช่นเดียวกับ British Council Alliance Française สถาบันเกอเธ่ สถาบันขงจื๊อ Japan Foundation Korean Cultural Center Korean Education Center

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
	ภาษาและวัฒนธรรม เพื่อสร้างความไว้วางใจ ส่งเสริมการค้า การศึกษา การลงทุน การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และภาษา ระหว่างกัน			
	กำหนดนโยบายภาษาในลักษณะ “คู่ขนาน” ทั้ง “แฝงเร้น และเปิดเผยตรงไปตรงมา” ในกลุ่มประเทศที่อิทธิพลภาษาและวัฒนธรรมไทยมีอยู่เดิม เช่น เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา จีนตอนใต้ เวียดนาม เป็นต้น ขณะเดียวกันสามารถดำเนินกลยุทธ์แบบ “เปิดเผยตรงไปตรงมา” ผ่านการจัดตั้ง “ศูนย์/สำนักงาน” ในต่างประเทศ		✓	
ทรัพย์สินทางปัญญา (intellectual property)		✓		
กองทุน (Funding)	จัดตั้งกองทุนเพื่อการวิจัยและการแลกเปลี่ยนภาษาวัฒนธรรม และทุนการศึกษาเพื่อแลกเปลี่ยนนักเรียนและนักศึกษา		✓	

๔.๔.๓ ข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ในบริบท “อัตลักษณ์ที่หลากหลาย” และคำนึงถึง “ความสมดุลหลากหลายมิติเพื่อความยั่งยืน” ประกอบด้วย

(๑) สร้างความตระหนักรู้ความหลากหลายของสังคมพหุวัฒนธรรมให้กับสังคม โดยรณรงค์สร้างความตระหนักเพื่อปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ในการจัดการความแตกต่างหลากหลายในสังคมผ่านสื่อ (Media) ด้วยแนวคิด “ผสมกลมกลืน” เชื่อมโยงไปสู่แนวคิด “การส่งเสริมศักยภาพ” บนฐานของการเคารพและเชื่อมั่นในศักยภาพของความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยมองว่าความแตกต่างหลากหลายเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่มีทั้งคุณค่าและมูลค่า บนหลักการที่ต้องเคารพ “สิทธิเจ้าของวัฒนธรรม” เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีลดปัญหาความเหลื่อมล้ำในสังคม และนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมระดับปัจเจกและการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระดับนโยบายต่อการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม

(๒) มีกระบวนการเรียนรู้เพื่อปลูกฝังภูมิปัญญาทางศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายให้กับกลุ่มเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ ผ่านการออกแบบและจัดการกระบวนการการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่หลากหลายชาติพันธุ์ และสร้างสรรค์ผลงานศิลปวัฒนธรรมที่สะท้อนการดำรงอยู่และการเคารพในความแตกต่าง รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ เช่น การจัดประกวดภาพถ่าย ภาพวาดศิลปะ การจัดทำสื่อสร้างสรรค์ เป็นต้น

(๓) พัฒนาความรู้ความเข้าใจในภาษาและวัฒนธรรมไทยให้กลุ่มชาติพันธุ์ รวมถึงสมรรถนะด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างนวัตกรรมด้านการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มต่างวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมการอยู่ร่วมกันอย่างสันติท่ามกลางความหลากหลาย

(๔) เปิดพื้นที่ให้กลุ่มคนที่มีความแตกต่างมีพื้นที่ในการแสดงออกทางวัฒนธรรม และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านพหุภาษา พหุวัฒนธรรม และสร้างโอกาสให้เกิดการเรียนรู้ความแตกต่างหลากหลายซึ่งกันและกันของคนทุกกลุ่ม ทุกชาติพันธุ์ที่มีอยู่ในสังคมไทยในเชิงบวกและสร้างสรรค์ มีความเคารพซึ่งกันและกัน และต่อยอดไปสู่การสรรค์สร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ หรือความร่วมมือในเชิงสร้างสรรค์ของสังคม

(๕) พัฒนางานวิจัยและฐานข้อมูลด้านชาติพันธุ์และคนกลุ่มต่าง ๆ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้สำหรับใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม โดยเน้นพัฒนาฐานข้อมูลกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทยเพื่อใช้เป็นข้อมูลอ้างอิงในการกำหนดนโยบายและการขับเคลื่อนงานชาติพันธุ์ รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดงานวิจัยด้านชาติพันธุ์ทั้งในรูปแบบของงานวิจัยพื้นฐานเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านชาติพันธุ์ และงานวิจัยประยุกต์เพื่อใช้ประโยชน์ในรูปแบบของงานวิจัยเพื่อพัฒนา และงานวิจัยเชิงนโยบาย รวมทั้งการแสวงหาเครือข่ายการวิจัยในต่างประเทศ/ข

(๖) ส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพทุกกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอยู่ในประเทศไทยอย่างครอบคลุม ให้มีความสามารถพัฒนาบริหารจัดการทุนวัฒนธรรม สามารถพัฒนา ยกระดับ และต่อยอดทุนวัฒนธรรม ศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีอยู่สร้างคุณค่าและมูลค่า เพื่อสร้างชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี โดยส่งเสริมศักยภาพให้ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์มีความสามารถในการนำองค์ความรู้ที่มีอยู่และจากการศึกษาวิจัยมาใช้ในการออกแบบการพัฒนาชุมชนเพื่อ “พึ่งตนเอง” พร้อมกับขับเคลื่อนแนวคิด “เขตพื้นที่คุ้มครองวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์” เพื่อเป้าหมายในการธำรงวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบททางสังคมและวัฒนธรรม ทำให้มีความสามารถในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนบนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรม และเกิดการพัฒนาคูณภาพชีวิตบนฐาน “เศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรม”

(๗) มีมาตรการส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการยกระดับสินทรัพย์ภูมิพลังวัฒนธรรมในเชิงบวก ให้มีความทันสมัย มีพลวัต มีนวัตกรรม และร่วมสมัย (Contemporary) ควบคู่กับการธำรงรักษาและเชิดชูสถาบันพระมหากษัตริย์ ประวัติศาสตร์ และประเพณีที่ดีงาม เพื่อให้การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นไปอย่าง “สมดุลและยั่งยืน”

(๘) ผลักดันให้มีกฎหมายคุ้มครองและส่งเสริมวิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อให้เป็นกลไกเชิงนโยบายในการส่งเสริมการใช้ศักยภาพของกลุ่มชาติพันธุ์ให้เป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของชาติ

(๙) สนับสนุนให้มีการรวมตัวกันของชาติพันธุ์ที่เข้มแข็งในลักษณะ “เครือข่าย” และผลักดันการจัดตั้ง “สมัชชาชาติพันธุ์แห่งประเทศไทย” ให้เป็นองค์กรด้านชาติพันธุ์ที่กลุ่มชาติพันธุ์ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการสร้างพลังเชิงบวกขับเคลื่อนการแก้ไขปัญหากลุ่มชาติพันธุ์ด้วยทุนทางวัฒนธรรมซึ่งจะเป็นปัจจัยทางสังคมที่ช่วยลดปัญหาความขัดแย้งรุนแรงอันเนื่องมาจากความแตกต่างทางวัฒนธรรม

(๑๐) ส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือกับรัฐบาลต่างประเทศ สถาบันวิชาการ หรือภาคประชาสังคมทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อจัดกิจกรรมเรียนรู้ความแตกต่างด้านภาษา วัฒนธรรม และวิถีชีวิตระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง เช่น พัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมระหว่างกัน เปิดสอนหลักสูตรภาษาไทยให้กับนักเรียนต่างชาติ และพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการเรียนรู้ภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติ ให้สามารถเผยแพร่ความเข้าใจและความซาบซึ้งในวัฒนธรรมได้ สามารถช่วยขับเคลื่อนนโยบายภาษาไทยในระดับสากล

(๑๑) เสริมสร้างภูมิคุ้มกันสร้างวิจรรณญาณในการรับสื่อดิจิทัล (Digital Literacy) เพื่อให้เกิดทักษะในการวิเคราะห์ ใช้วิจรรณญาณ การตัดสินใจที่ต้อง และการใช้ประโยชน์จากสื่อและความรู้ที่มีในสื่อหรือเนื้อหาต่าง ๆ สร้างประโยชน์ในเชิงบวก

บทที่ ๕

สรุปผลการศึกษา บทวิเคราะห์และข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุปผลการศึกษา

๕.๑.๑ สรุปผลการศึกษาข้อเสนอแนะนโยบาย โครงสร้าง และระบบกลไกขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ไทยสู่สากล

(๑) โครงสร้างหลักขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ควรใช้รูปแบบคณะกรรมการ (committee) ที่มาจากการมีส่วนร่วมหลากหลายภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม สื่อมวลชน สถาบันวิชาการ และอื่น ๆ โดยมีแผนยุทธศาสตร์ร่มใหญ่ (Single Umbrella) ทั้งในระยะสั้น-ระยะปานกลาง-ระยะยาว สำหรับขับเคลื่อนเชิงบูรณาการอย่างมีเอกภาพ และมีหน่วยงานหลักทำหน้าที่ในลักษณะหน่วยเลขานุการประสาน บูรณาการ และเชื่อมโยงการขับเคลื่อนด้านต่าง ๆ ร่วมกัน

(๒) มีกระบวนการจัดทำแผนยุทธศาสตร์เชิงบูรณาการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ร่วมกับแผนพัฒนาในมิติอื่น ๆ โดยมีวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ เป้าหมาย และหน่วยงานผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน พร้อมทั้งพัฒนาระบบนิเวศที่เกื้อหนุนและเอื้ออำนวย ประกอบด้วย การทบทวน แก้ไข และยก ร่างกฎหมายใหม่ที่เกี่ยวข้อง พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล กองทุนส่งเสริมภูมิพลังวัฒนธรรม ที่มีเงื่อนไขไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีการกำหนดหนดการขับเคลื่อนในระดับพื้นที่ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมหลายภาคส่วน และสำรวจสินทรัพย์ภูมิพลังวัฒนธรรมที่มีศักยภาพมาใช้อย่างเต็มศักยภาพ

(๓) กำหนดกลยุทธ์การขับเคลื่อนในแต่ละสาขาโดยนำแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value-chain) มาใช้ในการออกแบบกระบวนการเชื่อมต่อ

กระบวนการต้นน้ำ (Upper Activities) มุ่งเน้นการสร้างความตระหนัก การพัฒนาทุนมนุษย์ผ่านระบบการศึกษา ทั้งการส่งเสริมหลักสูตร “STEAM” หลักสูตรเสริมในสถาบันการศึกษา หลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น-ปานกลาง-ยาว รวมทั้งพัฒนาระบบผู้ฝึกสอนและถ่ายทอด มีการพัฒนาศักยภาพผ่านการกระตุ้น ส่งเสริม และสร้างแรงจูงใจโดยมีเวทีประกวดผลงานในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และระดับนานาชาติ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานในสาขาเดียวกันและต่างสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศ เช่น โครงการศิลปินพำนัก เสริมสร้างพลังนักสื่อสารสร้างสรรค์และพื้นที่ชุมชนสร้างสรรค์ และถอดบทเรียน ศิลปินต้นแบบและการบริหารจัดการที่ประสบความสำเร็จ

กระบวนการกลางน้ำ (Midstream Activities) ส่งเสริม สนับสนุน อำนวยความสะดวก และพัฒนาศักยภาพให้แก่ผู้ประกอบการภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power Enterprise) ได้แก่ องค์กรเศรษฐกิจชุมชน (เช่น วิสาหกิจชุมชน วิสาหกิจเพื่อสังคม กลุ่มอาชีพในชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มธุรกิจ SMEs และกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดใหญ่) ได้แก่ การสำรวจและรวบรวมข้อมูล องค์ความรู้ การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม การประยุกต์ใช้องค์ความรู้สร้างคุณค่า การยกระดับกลุ่มเศรษฐกิจชุมชนสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม การให้เงินกู้ยืม โครงการ Sandbox การสร้างพื้นที่การรวมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการทั้งผู้ผลิต แปรรูป และจัดจำหน่ายสินค้าและบริการทางศิลปวัฒนธรรมในกลุ่มคลัสเตอร์เดียวกันให้เกิดการ Matching ในห่วงโซ่อุปทาน และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการภายในและภายนอกประเทศ

กระบวนการปลายน้ำ (Downstream Activities) การจัดจำหน่ายสินค้าและบริการ ด้านศิลปวัฒนธรรมออกสู่ตลาด เพื่อสร้างความกินดีอยู่ดีให้กับศิลปิน ผู้ที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่น โดยสร้างมาตรฐานสินค้าและบริการ เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดี แสวงหาช่องทางการตลาด สร้างโอกาสในการเจรจาธุรกิจ การซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ การประชาสัมพันธ์รณรงค์การใช้ และพัฒนาโครงข่ายช่องทางการจัดจำหน่าย (Market Connectivity)

กระบวนการสนับสนุน (Distribution) ได้แก่ การกำหนดให้เมืองคักรหรือกลไก รับผิดชอบในแต่ละสาขา การพัฒนากฎหมายและระเบียบต่าง ๆ การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและการวิจัยเพื่อการพัฒนาและต่อยอดเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนในแต่ละสาขาที่มีเงื่อนไขไม่ยุ่งยากซับซ้อนแต่ มุ่งเน้นการส่งเสริมให้เกิดความต่อเนื่อง

(๔) การส่งเสริมวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทยกับนานาชาติ ทั้งการสร้างสรรค์ผลงาน การศึกษา การเดินทาง หรือปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม จัดทำโครงการศิลปินพำนัก (Artist Residence) ให้ประเทศไทยร่วมเป็นเจ้าบ้าน (Host) และผู้เยี่ยมเยือน (Guest) ใช้ภาษาและวรรณกรรมเป็นเครื่องมือเสริมและ เร่งการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม และแสวงหาเครือข่ายพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์กับต่างประเทศ เพื่อ ร่วมกันสร้างงานวิจัย นำไปสู่การใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ นโยบาย เศรษฐกิจ และสังคม ส่งเสริมการ เรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม และชี้แนะทางนโยบายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(๕) การกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์และแบรนด์ของประเทศ (National Brand) โดย นำเสนอเอกลักษณ์และความสำคัญของสถาบันชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ให้นานาชาติรับรู้ ทุน วัฒนธรรม พหุวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ที่หลากหลายที่สามารถดำรงอยู่ร่วมกันได้อย่างสันติสุข อุปนิสัย ที่ดีดีงามของชาวไทย และนโยบายความเป็นกลางทางการเมืองระหว่างประเทศและมุ่งเน้นการทำงาน เพื่อมนุษยธรรมให้มีความโดดเด่นและรับรู้ในระดับสากล

๕.๑.๒ สรุปผลการศึกษาข้อเสนอแนะกลยุทธ์การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม รายสาขา จำนวน ๑๒ สาขา

ผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ๑๒ สาขา (เพิ่ม สาขา ภาษา จากเดิมที่รัฐบาลกำหนดไว้ ๑๑ สาขา) สามารถนำกรอบการขับเคลื่อนด้วยแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ทั้งในระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะ ยาว ได้ทั้ง ๑๒ สาขา โดยมีกระบวนการต้นน้ำ (ภายใน ๑ ปี) กระบวนการกลางน้ำ (ภายใน ๒-๓ ปี) กระบวนการปลายน้ำ (ภายใน ๔-๕ ปี) และกระบวนการสนับสนุนในแต่ละสาขา ซึ่งสามารถนำเสนอใน ลักษณะของ “แผนงาน” สำหรับนำไปประยุกต์ใช้ในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ได้ดังนี้

(๑) อาหาร (Food)

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น: - ส่งเสริมความรู้และทักษะด้านการสัมผัสอาหาร การแต่งกาย และการบริหารจัดการ และวิธีการนำเสนอที่ทันสมัย
- ระยะปานกลาง: - ส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาทางด้านอาหารจากรุ่นสู่รุ่นในระดับครัวเรือน ชุมชน และระบบการศึกษาขั้นพื้นฐาน
- ระยะยาว: - ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์กับหน่วยงานหรือร้านอาหารระดับนานาชาติ เพื่อนำมาถ่ายทอดและส่งต่อภายในประเทศ

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะสั้น: - ต่อยอดอาหารไทย สู่ “อาหารเป็นยา”
- โครงการอาหารอร่อยร้าน ๑๐๐ ปี
- ขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาอาหาร และผลักดันเป็นอาหารยอดนิยมโลก
- ระยะปานกลาง: - นำภูมิปัญญาการประกอบอาหารมาผลิตเป็นเนื้อหาภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ เช่น ความดั้งเดิม สรรพคุณ มาตรฐานการปรุงอาหาร ความเป็นมา ฯลฯ
- ยกย่องมาตรฐานอาหารไทยสู่ครัวสากล

กระบวนการปลายน้ำ

- ระยะสั้น: - นำเสนออาหารไทยแต่ละท้องถิ่นในสไตล์สตรีทฟู้ดที่มีเสน่ห์
- สนับสนุนการถนอมอาหาร เพื่อส่งออกอาหารไทย
- ระยะปานกลาง: - ส่งเสริมและเผยแพร่การรับรู้ในลักษณะ Local to Global โดยเนื้อหาถ่ายทอดมาจากบริบทของท้องถิ่นหรือบริบทเชิงพื้นที่ (Local content)
- สนับสนุนการเผยแพร่อาหารไทยด้วยสื่อที่ทันสมัยและภาษาที่หลากหลาย
- ระยะยาว - พัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านอาหารไทยและอาหารถิ่น

กระบวนการสนับสนุน

- ระยะสั้น: - จัดเก็บและเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องอาหารไทย
- ระยะปานกลาง: - ทำงานเชิงรุกด้านการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI)
- บูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องลดปัญหาการทำผิดทางกฎหมาย สร้างความมั่นใจอาหารสะอาด ปลอดภัย และได้มาตรฐาน
- จัดตั้งกองทุนส่งเสริมกิจการอาหารไทยและอาหารถิ่น เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร ยกย่องมาตรฐาน การถนอมอาหาร เพื่อการส่งออก และการส่งเสริมการขายในประเทศและต่างประเทศ
- ระยะยาว: - พัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและ/หรือการคุ้มครองความลับทางการค้า

(๒) กีฬา (Sports)

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น:
- จัดทำหลักสูตรอบรมระยะสั้น
 - พัฒนาศักยภาพบุคลากรวงการมวย

- ระยะปานกลาง:
- สร้างครูมวยต้นแบบทั้งประเทศ

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะสั้น:
- รัฐ-เอกชนไทย ร่วมมือกันทำงานลิขสิทธิ์การถ่ายทอดรายการต่าง ๆ
 - รัฐ ช่วยเหลือเอกชนด้านเงินทุนสนับสนุน หรือหาผู้สนับสนุน (Sponsor)
- ระยะปานกลาง:
- ประกาศขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาวัฒนธรรมของชาติ "มวยไทย"

กระบวนการปลายน้ำ

- ระยะสั้น:
- จัดกิจกรรมวันมวยไทยทุกปี และประกาศวันสำคัญของชาติ
 - จัดกิจกรรมแข่งขันมวยไทย ควบคู่กับมวยพื้นบ้าน แต่ละภูมิภาค
- ระยะปานกลาง:
- องค์กรพี่เลี้ยงให้คำปรึกษาค่ายมวยและสถาบันมวยที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ

กระบวนการสนับสนุน

- ระยะสั้น:
- จัดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาการจัดกีฬา/การเล่นพื้นบ้าน
- ระยะปานกลาง:
- จัดตั้งกองทุนสนับสนุนกีฬามวยไทยและกีฬาอื่น ๆ
- ระยะยาว:
- จัดทำฐานข้อมูลองค์ความรู้มวยไทย (Big Data) และกีฬาพื้นบ้าน

(๓) แฟชั่น (Fashions)

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น:
- สร้างเครือข่ายกัลยาณมิตรในศิลปินรุ่นใหม่กับครูอาวูโส
 - จัดประกวดออกแบบผ้าไทยร่วมสมัย
- ระยะปานกลาง:
- ส่งเสริมการผลิตเส้นใยธรรมชาติจากภูมิปัญญาโบราณ ปราชญ์ท้องถิ่น สู่กระบวนการนำนวัตกรรมผลิตเส้นใยอย่างคุณภาพ
 - ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านเทคนิคและลวดลายสู่กระบวนการออกแบบลวดลายให้ทันสมัย ในรูปแบบการทอตามวิวัฒนาการ
- ระยะยาว:
- จัดทำหลักสูตรการต่อยอดส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การออกแบบสร้างสรรค์แฟชั่นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะสั้น:
- พัฒนาศักยภาพผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและผู้ทอผ้าให้มีมาตรฐาน มีลวดลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น

กิจกรรมและโครงการ

- ระยะปานกลาง:
- บูรณาการหน่วยงานในพื้นที่ร่วมสนับสนุนผ้าพื้นเมืองที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น นำมาต่อยอดเชิงสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย และยกระดับสู่สินค้าระดับพรีเมียม
 - สร้างมาตรฐานของการผลิตให้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมการนำพืชให้สีท้องถิ่นกลับมาทดแทนการใช้สารเคมี

กระบวนการปลายน้ำ

- ระยะสั้น:
- เพิ่มพื้นที่จัดแสดงผลงานหรือโอกาสในการแสดงผลงานตามโอกาสต่าง ๆ
 - รณรงค์การสวมใส่ผ้าไทยและผ้าท้องถิ่น ให้เป็นที่นิยมรับ
- ระยะปานกลาง:
- ส่งเสริมการใช้ผ้าไทยและการออกแบบผ้าไทยให้เป็นที่นิยมระดับสากล
 - จัดงานแฟชั่นโชว์มหกรรมผ้าไหมไทย/ผ้าท้องถิ่นให้ทูตานุทูตร่วมเดินแบบ
 - บูรณาการร่วมกับหน่วยงานด้านการต่างประเทศและองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ผ้าไหมไทยและผ้าท้องถิ่น

กระบวนการสนับสนุน

- ระยะปานกลาง:
- จัดทำทำเนียบผู้ประกอบการผ้าไทย และศูนย์ข้อมูลความรู้เรื่องผ้า
 - ส่งเสริมค่านิยมเรื่องงานหัตถกรรมงานฝีมือเพื่อเพิ่มมูลค่าและเพิ่มคุณค่ากับผลิตภัณฑ์แฮนด์เมดของไทย ๑ ชิ้น ๑ งานฝีมือไม่ซ้ำใครในโลก มากกว่าค่านิยมแบรนด์เนมของต่างประเทศ
 - จัดลิขสิทธิ์ลายผ้า การออกแบบลายผ้า เพื่อสืบทอดในพื้นที่ประเทศไทย
 - ส่งเสริมนวัตกรรมลายผ้าไทยและผ้าท้องถิ่น ส่งการประยุกต์ใช้พัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย และผลิตภัณฑ์อื่น ๆ
 - จัดตั้งกองทุนเพื่อสนับสนุนด้านการศึกษาให้กับเด็ก เยาวชน และผู้ที่มีความสนใจในสาขาหัตถกรรม

(๔) เทศกาล (Festivals)

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น:
- พัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นและจัดการเรียนการสอนเรียนรู้งานบุญ หรืองานประเพณีที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่
 - เตรียมความพร้อมให้กับชุมชนในการเป็นเจ้าภาพที่ดี เช่น มรรยาทสังคม การเสิร์ฟอาหาร มาตรฐานสถานที่พัก การปฐมพยาบาลเบื้องต้นฯ โดยที่คงความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมแบบไทย ๆ
 - พัฒนาศักยภาพทักษะแกนนำชุมชน เช่น ภาวะผู้นำ การทำงานเป็นทีม การสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ การบริหารจัดการ การบริหารงบประมาณ เป็นต้น

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะปานกลาง:
- สร้างการมีส่วนร่วมในการจัดเทศกาลท้องถิ่นที่หลากหลายในพื้นที่ต่าง ๆ
 - โครงการ “๑ อำเภอ ๑ เทศกาลสร้างสรรค์”
 - ให้แต่ละจังหวัดจัดทำปฏิทิน “เทศกาลประจำเดือน” ตลอดทั้งปี

กระบวนการปลายน้ำ

- ระยะสั้น:
- เผยแพร่และประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ต่อประชาชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยมีการนำเสนอเนื้อหาผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ภาพยนตร์ ซีรีส์ สารคดี ฯลฯ
- ระยะปานกลาง:
- ส่งเสริมและยกระดับเทศกาลประเพณี จากระดับท้องถิ่น ไปสู่ระดับชาติ และนานาชาติ

กระบวนการสนับสนุน

- ระยะปานกลาง:
- แก้ไขหรือพัฒนากฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการสนับสนุนการจัดงานเทศกาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

(๕) ท่องเที่ยว (Travels)**กิจกรรมและโครงการ****กระบวนการต้นน้ำ**

- ระยะสั้น:
- ส่งเสริมให้ทุกโรงเรียนจัดการเรียนการสอนหลักสูตรมัธยมศึกษา
 - พัฒนาศักยภาพการสื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ให้กับผู้ประกอบการ
 - พัฒนาศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะสั้น:
- สร้างสรรค์เพิ่มคุณค่าแก่มรดกทางวัฒนธรรมและมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรม ก่อเกิดเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์สินค้าต่าง ๆ หลากหลาย
 - สร้างโอกาสทางอาชีพให้แก่คนในชุมชน ก่อให้เกิดรายได้เข้าสู่ครัวเรือน และประเทศ
 - เปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมและบูรณาการทำงานบริหารจัดการท่องเที่ยวในลักษณะภาคีเครือข่าย เพื่อร่วมกันขับเคลื่อนหนุนเสริมไปสู่การเพิ่มมูลค่าทางด้านเศรษฐกิจและส่งเสริมให้เป็นวัฒนธรรมสัมพันธ์ นานาชาติอย่างยั่งยืน

กระบวนการปลายน้ำ

- ระยะสั้น:
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อภาพยนตร์ ซีรีส์ และละคร ในระดับนานาชาติ

- นำเสนอ “ของดี” สำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เชื่อมโยงกับค่านิยม ความเชื่อ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่ละชนชาติ นำมาสร้างเนื้อหา เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

กระบวนการสนับสนุน

- ระยะสั้น:
- ส่งเสริมให้ประชาชนเกิดความตระหนักรู้ถึงคุณค่าความสำคัญ การปกป้อง และรักษาคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวมรดกวัฒนธรรมและธรรมชาติ
- ระยะปานกลาง:
- พัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้วย เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และส่งเสริมวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติอย่าง ยั่งยืน
 - พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวยั่งยืนตามมาตรฐาน GSTC

(๖) ภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น:
- ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อการ สร้างเกราะป้องกันและแก้ไขปัญหาทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย
 - พัฒนาทักษะและสร้างแรงจูงใจให้บุคลากรอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ซีรีส์ และละคร รองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัลในสายงานต่าง ๆ
 - พัฒนาองค์ความรู้และทักษะด้านสื่อดิจิทัลแก่ผู้ผลิตและผู้อำนวยการสร้าง ให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Metaverse Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) เพื่อให้สามารถนำเสนอ ต่อผู้ชมรูปแบบใหม่ ๆ
- ระยะปานกลาง:
- สร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมความสามารถเชิงสร้างสรรค์ในกลุ่มเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ ผ่านระบบการศึกษา
 - ส่งเสริมแนวคิดการศึกษาการเรียนรู้ใหม่ “STEAM” ในสถานศึกษา
 - พัฒนาหลักสูตรและระบบการเรียนการสอน สอดแทรกการถ่ายทอดการ เรียนรู้ด้วยภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ
- ระยะยาว:
- พัฒนาระบบบ่มเพาะผู้ผลิต ผู้กำกับ ผู้เขียนบทประพันธ์ บทละคร/ภา ยยนตร์ ผู้สร้าง และนักแสดงไทย เพื่อให้เกิดการต่อยอด ขยายผล รวมตัว กันสร้างสรรค์ผลงานออกมา
 - พัฒนาหลักสูตรพัฒนาความสามารถและทักษะในการสร้างเรื่องราว (Story Telling) ให้กับบุคลากรในวงการภาพยนตร์อย่างต่อเนื่อง

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะสั้น:
- ภาครัฐ ร่วมมือกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

กิจกรรมและโครงการ

- ร่วมพัฒนาต้นแบบศิลปินจากตัวละคร AI เพื่อศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาศิลปินไทย
- ส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์ไทยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีรูปแบบใหม่ เช่น Metaverse Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR)
- ส่งเสริมการผลิตภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ สารคดี และสื่อหลากหลายรูปแบบ ที่ให้ความสำคัญกับ “วัฒนธรรมย่อย (Sub-culture)”

บทบาทอุตสาหกรรมภาพยนตร์

- ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สร้างโอกาสในการเข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ
- มุ่งเน้นการสร้างภาพยนตร์ที่ยกระดับคุณภาพ (Quality) มากยิ่งขึ้น
- ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้รับชม และกำหนดรูปแบบการผลิตสื่อบันเทิง (Content Journey) ในลักษณะการศึกษาเฉพาะกลุ่ม (Study Group) ขึ้นมารองรับการออกแบบและผลิตภาพยนตร์โดยค้นหาความสนใจส่วนตัวของผู้รับชม ตามบริบทพื้นที่และช่วงเวลา (Space and Time) เพื่อนำสื่อบันเทิงไปสู่ผู้ชมทั้งในประเทศและต่างประเทศได้อย่างเหมาะสมและเกิดความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ
- ส่งเสริมการพัฒนาเนื้อหา (Content) ให้มีความแข็งแกร่งเพียงพอที่จะไปยืนอยู่ในเวทีโลก มุ่งเน้นการสร้างคุณค่า (Value) ให้แก่ผู้รับชม โดยนำโครงการที่ผ่านการประกวดในเวทีต่าง ๆ (เช่น จัดโดยกองภาพยนตร์กระทรวงวัฒนธรรม) มาพัฒนาต่อยอดเป็นภาพยนตร์เชิงพาณิชย์

ระยะปานกลาง: ภาครัฐ ร่วมมือกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์

- สนับสนุนรวมกลุ่มเป็นทีมงานและร้อยเรียงกระบวนการทำงาน เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานเชิงรูปธรรมในหลากหลายสาขา เพื่อร่วมกันต่อยอดและพัฒนาผลงานใหม่ๆ
- ส่งเสริมการร่วมทุนของอุตสาหกรรมบันเทิงไทย-ต่างชาติ เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน โดยมีภาครัฐสนับสนุนเงินทุนและไม่แทรกแซงเชิงเนื้อหา

บทบาทอุตสาหกรรมภาพยนตร์

- สร้างผลงานภาพยนตร์เชิงประวัติศาสตร์หรือประวัติศาสตร์ร่วมสมัย โดยสอดแทรกสะท้อนภาพสังคมในขณะนั้น เช่น สถาบันครอบครัว สถาบันการศึกษา อาชีพ/บุคลิกภาพ ชุดอุดมการณ์ การแต่งกาย อาหาร ประเพณี สังคมและวัฒนธรรม

- ระยะยาว:
- การจัดทำฐานข้อมูลภาพยนตร์ที่มีการแปลและคุ้มครองลิขสิทธิ์ ให้ประชาชนทั้งชาวไทยและต่างประเทศ สามารถเข้าถึงได้

กระบวนการปลายน้ำ

- ระยะสั้น:
- ส่งเสริมการนำภูมิพลวัฒนธรรมเข้ามาแฝงเร้นในภาพยนตร์

กิจกรรมและโครงการ

- เผยแพร่ผลงานภาพยนตร์ ซีรีส์ และละครผ่านแพลตฟอร์มหลากหลายมากขึ้น สามารถสนองกลุ่มเป้าหมายที่กว้างมากขึ้นและสากล โดยอาศัยเนื้อหา (Content) ที่มาจากบริบทของท้องถิ่นหรือบริบทเชิงพื้นที่
- รวบรวมและเผยแพร่ผลงานภาพยนตร์ยุคเก่า เพื่อพัฒนาและต่อยอดสู่การเผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- สนับสนุนการบุคลากรที่ทำหน้าที่นำพาประเด็นที่อยู่ในภาพยนตร์ไปสู่ประเด็นทางสังคม เพื่อสร้างกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เช่น ภาพยนตร์ที่พูดถึงปัญหาคนไร้สัญชาติ (บุคลากรตำแหน่งนี้จะต้องนำไปเสนอต่อการแก้กฎหมายได้จริง มิเช่นนั้นประเด็นนั้นก็จะจบไปพร้อมกับภาพยนตร์ที่ลาโรงไปเท่านั้น)
- สนับสนุนวงการและวิชาการวิจารณ์ภาพยนตร์เพราะคนดูในปัจจุบันได้รับอิทธิพลจากการดูหรืออ่านบทวิจารณ์ภาพยนตร์ต่อการตัดสินใจเลือกดูภาพยนตร์ บทวิจารณ์ที่ดีมีส่วนส่งเสริมภาพยนตร์

ระยะปานกลาง: - จัดกิจกรรมกระตุ้นส่งเสริมเป็นระยะ ๆ ในลักษณะ “Film Festival” เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว และส่งเสริมการ “แปล” เพื่อส่งออกภาพยนตร์

กระบวนการสนับสนุน

ระยะสั้น: - สร้างกระแสดความตื่นตัวให้เด็ก เยาวชน คนรุ่นใหม่ ตระหนักและรู้สึกถึงคุณค่าและวิธีการให้ได้มาซึ่งการสร้างมูลค่าจากทุนวัฒนธรรมที่มีอยู่

- วิเคราะห์บุคคล (Person Analysis) เพื่อถอดบทเรียนศักยภาพ และประสบการณ์ศิลปินต้นแบบ เป็นแนวทางพัฒนาศักยภาพศิลปินรุ่นต่อไป

- ถอดบทเรียน วิธีการบริหารจัดการและกระบวนการทำงานร่วมกัน (Process Model) ของศิลปินหลากหลายสาขา เพื่อร่วมกันสร้างสรรค์ผลงานต่อไปในอนาคต

ระยะปานกลาง: - แก้ไขกฎหมายภาพยนตร์ให้มีลักษณะที่เกื้อหนุนและเอื้ออำนวยต่อการทำงานร่วมกันระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์และภาครัฐ

- พัฒนากฎหมายและระบบปกป้องคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และหลักเกณฑ์การแบ่งปันรายได้จากภาพยนตร์หรือบทประพันธ์ที่สมเหตุสมผลระหว่างผู้ลงทุนและผู้ผลิตภาพยนตร์

ระยะยาว: - กำหนดทิศทางการขับเคลื่อนที่ชัดเจน และสร้างระบบนิเวศ โครงสร้างพื้นฐานรองรับให้อุตสาหกรรมบันเทิงไทยไปไกลสู่ระดับโลก

- จัดตั้ง “กองทุนภาพยนตร์” เพื่อส่งเสริมให้เกิดการลงทุน การร่วมทุน และการช่วยเหลือทางการเงินที่ต่อเนื่อง (Consecutively) และไม่มีเงื่อนไขที่เป็นอุปสรรคหรือเข้าถึงยาก

(๓) หนังสือและวรรณกรรม (Books and Literatures)

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น:
- ส่งเสริม สนับสนุน และรณรงค์ลักษณะนิสัยรักการเขียนและการอ่าน วรรณกรรม การคิดวิเคราะห์ การวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เหมาะสมผ่านระบบการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิตแต่ละวัย
 - ฝึกอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านวรรณศิลป์ เพื่อการอ่านแบบคิดวิเคราะห์ แยกแยะ วิพากษ์วิจารณ์ เพื่อนำไปสู่การสร้างนักอ่านที่มีคุณภาพ และงานเขียนที่มีคุณภาพ
- ระยะปานกลาง:
- พัฒนาศักยภาพนักอ่าน นักเขียน สร้างเวทีพื้นที่แสดงศักยภาพ
 - ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนด้านภาษาและวรรณกรรมระหว่างนักเขียนไทย และนักเขียนต่างชาติ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ศิลปินนักเขียนพำนักร
 - ส่งเสริมการประกวดวรรณกรรมในกลุ่มเด็กและเยาวชนทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และผลักดันสู่ระบบนานาชาติ

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะปานกลาง:
- ส่งเสริมการวิจัยภาษาและวรรณกรรม เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้นักเขียน
 - จัดทำโครงการที่ภาครัฐอุดหนุนหรือส่งเสริมให้เกิดความต่อเนื่อง โดยอาจดูถึงกระแสวงรอบการเขียน วรรณกรรม เป็นโจทย์ให้กับนักเขียน
 - ส่งเสริมการอ่านไปสู่การเขียนและการแปลที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ เพื่อเผยแพร่ผลงานวรรณกรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ
 - จัดทำหนังสือรวบรวมองค์ความรู้ ประวัติศาสตร์ ศาสนา ศิลปะ วัฒนธรรม และภูมิปัญญา
 - พัฒนาการให้บริการระบบออนไลน์ของหอสมุดแห่งชาติ และหอจดหมายเหตุแห่งชาติ
- ระยะยาว:
- จัดทำจดหมายเหตุในวาระสำคัญของชาติ

กระบวนการปลายน้ำ

- ระยะสั้น:
- พัฒนาระบบฐานข้อมูลวรรณกรรมของนักเขียนไทยและฉบับแปล ให้ชาวไทยและชาวต่างชาติดาวน์โหลดและซื้อขายในรูปแบบไฟล์ดิจิทัล
 - พัฒนาช่องทางการขายให้กับนักเขียนไทยผ่านระบบร้านค้าออนไลน์ และอำนวยความสะดวกการจัดส่งสินค้าวรรณกรรมให้กับนักอ่านทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ
 - สนับสนุนการแปลผลงานวรรณกรรมสร้างสรรค์แห่งอาเซียน หรือ ซีไรต์ รวมถึงผลงานดี ๆ เพื่อเผยแพร่สู่ต่างประเทศ
- ระยะปานกลาง:
- ให้ชาวไทยพลัดถิ่นและนักศึกษาที่ศึกษาในต่างประเทศเป็นทูตวัฒนธรรม เผยแพร่ภาษาและวรรณกรรมในต่างประเทศ

กระบวนการสนับสนุน

- ระยะปานกลาง:
- จัดตั้ง “สถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน (องค์การมหาชน) เพื่อทำหน้าที่ศึกษา วิจัย พัฒนา และปฏิบัติการกิจด้านภาษา วัฒนธรรม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในฐานะภูมิพลังวัฒนธรรม ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม และเชื่อมโยงประเทศต่าง ๆ ให้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น
 - ให้สถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน (องค์การมหาชน) ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างผู้คนระหว่างชาติ ผ่านมิติการศึกษา ภาษา และศิลปะ
 - พัฒนากฎหมายและระบบคุ้มครองลิขสิทธิ์และการแบ่งปันรายได้ที่เหมาะสม และลดภาษีรายได้ของนักเขียนให้เหมาะสม
 - จัดสวัสดิการนักเขียน ให้เข้าถึงประกันสังคม ระบบจัดเก็บรายได้ ระบบหักภาษี ณ ที่จ่าย และพัฒนากองทุนเลี้ยงชีพในยามชรา
 - จัดตั้งกองทุนสนับสนุนการเขียนและการแปลของศิลปินนักเขียน

(๘) ศิลปะ (Arts)

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น:
- ลดภาษีอุปกรณ์การศึกษาด้านศิลปะ
 - พัฒนาศักยภาพและสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักออกแบบรุ่นใหม่ในการสร้างสรรค์ศิลปะและงานกราฟฟิก
 - พัฒนาความรู้ความเข้าใจและทักษะการขายผลงานในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-Fungible Token: NFT)
- ระยะปานกลาง:
- ส่งเสริมหลักสูตร STEAM ในสถานศึกษา
 - ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานระหว่างประเทศ ในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนนักเรียน นักศึกษา ศิลปินพำนัก (Artist Residence)
- ระยะยาว:
- บ่มเพาะเด็กและเยาวชนที่มีพรสวรรค์ให้เป็นศิลปินอาชีพ
 - จัดให้มีการถ่ายทอดทักษะความรู้จากศิลปินแห่งชาติ และศิลปินศิลปาธร
 - จัดประกวดผลงานด้านศิลปะเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ ในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และผลักดันสู่ระดับนานาชาติ

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะสั้น:
- สร้างการเรียนรู้ด้านศิลปะร่วมสมัยต่อสาธารณชนในวงกว้าง ในทุกระดับอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ ผ่านการศึกษาในระบบและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- ระยะปานกลาง:
- ส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำผลงานสร้างสรรค์ร่วมกัน ระหว่างศิลปินไทย-ศิลปินต่างชาติ

- ส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายศิลปิน เพื่อแลกเปลี่ยน (Share) มุมมองการพัฒนาผลงาน และช่องทางจัดจำหน่ายผลงาน
- ระยะยาว:
 - จัดสถานที่และระบบจัดเก็บผลงานทรงคุณค่าของศิลปินชั้นเยี่ยม ศิลปินแห่งชาติ ศิลปินศิลปาธร เพื่อการศึกษาและสร้างแรงบันดาลใจ
- กระบวนการปลายน้ำ**
 - ระยะปานกลาง:
 - ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกการจับคู่ (Matching) ผลงานและศิลปินไทย กับนักสะสมชาวไทยและชาวต่างชาติ
 - จัดงานเทศกาลศิลปะแห่งกรุงเทพ (ระดับชาติ)
 - จัดมหกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยนานาชาติ (Thailand Biennale)
 - ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้ศิลปิน นำผลงานศิลปะจำหน่ายในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-Fungible Token: NFT)
 - มีระบบจัดจำหน่ายและสร้างมาตรฐานกลาง
 - มีระบบจัดการฐานข้อมูลผลงานศิลปะที่มีการซื้อขาย
 - มีระบบการดูแลผลงานหลังการขาย
- กระบวนการสนับสนุน**
 - ระยะสั้น:
 - เปิดพื้นที่การแสดงผลงานศิลปะทั้งในพื้นที่เชิงกายภาพและพื้นที่ทางสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างรายได้ให้กับศิลปิน
 - ระยะปานกลาง:
 - พัฒนาระบบการจับคู่ศิลปิน-นักสะสม ผ่านช่องทางดิจิทัล
 - พัฒนาระบบซื้อขายแลกเปลี่ยนผลงานศิลปะ ในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-Fungible Token: NFT)
 - เผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา
 - สนับสนุนทุนและงบประมาณเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ

(๙) เกม

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

ระยะสั้น:

- พัฒนาหลักสูตรสูตรระยะสั้นเพื่อพัฒนาความเป็นมืออาชีพ (Professional) ให้กับผู้ที่สนใจหรือผู้ที่มีศักยภาพในการเป็นผู้พัฒนาเกม (Game Developer) ผู้จัดงาน (Organizer) ผู้ผลิตเนื้อหา (Content Creators)
- พัฒนาหลักสูตรออนไลน์เรียนฟรีสำหรับผู้สนใจเป็นผู้พัฒนาเกม และผู้ผลิตเนื้อหา

ระยะปานกลาง:

- จัดทำหลักสูตรผู้พัฒนาเกมและผู้ผลิตเนื้อหา สำหรับจัดการเรียนการสอนในสถาบันอาชีวศึกษาและอุดมศึกษา
- ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ระหว่างผู้พัฒนาเกม ผู้จัดงาน ผู้ผลิตเนื้อหา ระหว่างรุ่นเก่าและรุ่นใหม่
- ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้พัฒนาเกม ผู้จัดงานเกม และผู้จำหน่ายเกมในประเทศและต่างประเทศ ทั้งในฐานะเจ้าบ้าน (Guest) และผู้เยี่ยมชมพำนักร (Resident)
- พัฒนาระบบบ่มเพาะ ส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพของผู้พัฒนาเกมของไทยในการสร้างสรรค์เกมของไทย ทั้งแรงบันดาลใจ จิตนาการ และกลยุทธ์การแข่งขันที่แตกต่าง หรือ “ลูกเล่น (gimmick)”
- จัดเวทีประกวดผลงานการพัฒนาเกมอย่างเป็นทางการในระดับประเทศ และส่งเสริมการแข่งขันในระดับนานาชาติ พร้อมจัดหาทุนส่งเสริมการศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น หรือทุนสนับสนุนการต่อยอดผลงาน

กระบวนการกลางน้ำ

ระยะสั้น:

- ส่งเสริมและสนับสนุนการนำทุนวัฒนธรรมสร้างเนื้อหา (Content) ผลิตเกมในลักษณะร่วมสมัย (Contemporary)

ระยะปานกลาง:

- พัฒนาระบบฐานข้อมูลหรือทำเนียบเกมไทยที่จัดลิขสิทธิ์ให้กับผู้สนใจสามารถเข้าถึงเพื่อศึกษา เล่นเกม และซื้อบริเกมออนไลน์ได้

ระยะยาว:

- พัฒนาการรวมกลุ่มคลัสเตอร์อุตสาหกรรมเกมของไทยให้มีการทำงานร่วมกันอย่างเข้มแข็งระหว่างผู้พัฒนาเกม ผู้จัดงาน ผู้ผลิตเนื้อหา และผู้จำหน่ายเกมของไทย
- ส่งเสริมการร่วมทุน (Joint Venture) ระหว่างบริษัทต่างประเทศด้านการจัดจำหน่ายเกมกับนักลงทุนในไทย เพื่อนำเกมออกสู่ตลาดเกมระดับโลก

กระบวนการปลายน้ำ

ระยะปานกลาง:

- จัดการแข่งขัน e-Sport ระดับนานาชาติในประเทศไทย มุ่งเน้นการแข่งขันเกมผู้พัฒนา-ผู้ผลิตคนไทย และชาวต่างชาติที่จดทะเบียนในไทย

- กำหนดนโยบายให้อุตสาหกรรมเกมของไทย และที่ร่วมทุนกับต่างประเทศ มีมาตรการรองรับด้านภาษา และมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค
- ระยะยาว:
 - สร้างหรือจัดจ้างผู้ทรงอิทธิพลวงการเกม (Game Influencer) และผู้ทรงอิทธิพลทางวัฒนธรรม ช่วยในการเผยแพร่เกมของคนไทย
 - ส่งเสริมการตลาดตลาดเกมในต่างประเทศ
 - ส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐและภาคเอกชน สำหรับเกมที่พัฒนาโดยคนไทยที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ในการขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- กระบวนการสนับสนุน
 - ระยะสั้น:
 - อำนวยความสะดวกในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาผู้พัฒนาเกม ควบคู่กับระบบการแบ่งปันรายได้ที่เหมาะสม
 - ส่งเสริมให้ผู้ผลิตผลงานเกมหรือเนื้อหาเกม มีโอกาสการได้รับการสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง
 - ระยะปานกลาง:
 - เชื่อมโยงและพัฒนาระบบฐานข้อมูลดิจิทัลอุตสาหกรรมเกมในประเทศ
 - ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนาเกมที่มีศักยภาพและสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้คนในแต่ละกลุ่มหรือประเทศได้
 - เพิ่มบทบาท กองทุนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ทำหน้าที่เชื่อมโยงกับแหล่งทุนจากภาคเอกชน เพื่อส่งเสริม สนับสนุน และต่อยอดการพัฒนาเกม เนื้อหาเกม จัดงานเกม และการจัดจำหน่ายเกม

(๑๐) ออกแบบ และงานช่างฝีมือ (Design and Crafts)

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น:
 - สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับงานศิลปหัตถกรรมไทย ผ่านการศึกษาขั้นพื้นฐานและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
 - สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เพื่อร่วมกันสืบสานและเสริมสร้างทักษะในงานด้านศิลปกรรม
 - สืบสานงานช่างศิลป์สู่เด็ก เยาวชน ชุมชน และร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ศิลปวัฒนธรรม ให้สามารถต่อยอดและนำไปประกอบอาชีพสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนและชุมชน
 - สนับสนุน ส่งเสริมให้พื้นฟูงานศิลปกรรมที่ขาดหาย ใกล้เคียงสูญหาย และรู้พื้นที่ที่ไม่มีการสืบทอดให้คงอยู่ (งานถมปัด, งานคร่ำ)
 - พัฒนาศักยภาพบุคลากร เพื่อยกระดับคุณภาพฝีมือศิลปะและช่างฝีมือ และมาตรฐานงานช่างศิลป์ไทย

กิจกรรมและโครงการ

- สนับสนุนให้ช่างฝีมือได้มีโอกาสในการเรียนรู้ทักษะและแลกเปลี่ยนเรียนรู้เทคนิคด้านศิลปะและเชิงช่าง กับศิลปินและช่างฝีมือจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ
 - สนับสนุนให้ช่างฝีมือได้ผลิตและสร้างสรรค์งานศิลปกรรมที่ทรงคุณค่า ทั้งรูปแบบ วัสดุแบบดั้งเดิม เพื่อเป็นการส่งต่อ สืบทอดความรู้ ให้คงอยู่คู่สังคมไทย เป็นมรดกทางศิลปกรรมของชาติ
- ระยะปานกลาง:
- พัฒนารฐานข้อมูลและองค์ความรู้ภูมิปัญญาด้านงานช่างศิลป์ที่ครอบคลุมครบถ้วน ถูกต้อง และถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ช่างรุ่นใหม่
 - จัดทำหลักสูตรสำหรับถ่ายทอดสู่ชุมชน นักเรียน นักศึกษา ในระดับต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน รวมถึงเหมาะสมกับระยะเวลาในรายวิชาที่ต้องการถ่ายทอด
 - ส่งเสริมการประกวดผลงานการออกแบบศิลปะและงานช่างฝีมือในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และผลักดันสู่ระดับนานาชาติ
 - เพิ่มอัตรากำลังของบุคลากรในหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อรองรับการปฏิบัติงานที่พัฒนาขึ้นไปตามยุคสมัย
- กระบวนการกลางน้ำ
- ระยะสั้น:
- ยกระดับมาตรฐานงานศิลปหัตถกรรมไทย
 - พัฒนาผลิตภัณฑ์สอดคล้องความต้องการคนทุกกลุ่มและทุกวัย
- ระยะปานกลาง:
- บูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อนำศิลปวัฒนธรรมมาพัฒนาและต่อยอดสร้างสรรค์สร้างมูลค่าเพิ่มทางด้านเศรษฐกิจ
 - พัฒนาระบบการผลิตผลงานในลักษณะ Pre-order และตอบความต้องการเฉพาะกลุ่มและรายบุคคล
 - พัฒนาศูนย์กลางภาครัฐที่รับผิดชอบ สู่การเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้และค้นคว้า วิจัย ด้านงานช่างศิลป์ไทยชั้นสูงของประเทศ โดยร่วมมือกับหน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ
 - โครงการศิลปินในพำนักในสำนักช่างสิบหมู่ (Artist in Residence Program in Sipmoo) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ งานด้านช่างศิลป์ไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย)
- ระยะยาว:
- สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านศิลปกรรม ให้ศิลปินได้รับแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะร่วมกับศิลปินหลากหลายสาขาจากทั่วโลก
- กระบวนการปลายน้ำ
- ระยะสั้น:
- พัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมไทย / พื้นบ้าน ให้สามารถจัดจำหน่ายได้ในช่องทางดิจิทัลและนานาชาติ
 - พัฒนาพื้นที่นำเสนอผลงานต่อสาธารณชนอย่างสม่ำเสมอ เช่น นิทรรศการ จัดงานประกวดผลงาน และจัดทำสื่อ มัลติมีเดียเพื่อเผยแพร่ผลงาน

กิจกรรมและโครงการ

- ระยะปานกลาง: - ส่งเสริมและขยายผลงานศิลปหัตถกรรมไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

กระบวนการสนับสนุน

- ระยะปานกลาง: - ศึกษาวิจัย และพัฒนาความรู้ ด้านเทคนิคในการผลิตช่างศิลป์ภายในสาขาและระหว่างสาขา
- ระยะยาว: - พัฒนาพื้นที่แสดงผลงานและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของศิลปินและช่างศิลป์รุ่นใหม่ ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ

(๑๑) ดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น: - ส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างสรรคผลงานให้กับคนรุ่นใหม่ บนพื้นฐานของแรงบันดาลใจ จิตนาการ และสุนทรียทางอารมณ์ (Emotion)
- ระยะปานกลาง: - พัฒนาทักษะการใช้สื่อดิจิทัลในกลุ่มนักดนตรีและศิลปินพื้นบ้าน
- ระยะยาว: - ส่งเสริมการเรียนการสอนดนตรี “๑ คน ๑ เครื่องดนตรี”
- พัฒนาหลักสูตรการศึกษาให้ส่งเสริมความสามารถทางด้านดนตรี คีตศิลป์ หรือการแสดงพื้นบ้าน โดยมุ่งเน้นการเรียนรู้เฉพาะอย่าง
- พัฒนาหลักสูตร (เสริม) ดนตรีสร้างสรรค์ในชุมชน โดยความร่วมมือระหว่างโรงเรียน ชุมชน และศิลปินพื้นบ้าน
- จัดให้มีและพัฒนาพื้นที่แสดงออกและเรียนรู้ดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้านของเด็ก เยาวชน และคนในชุมชน
- พัฒนาระบบสนับสนุนศิลปินที่มีความสามารถสูงให้ผู้ฝึกสอน/โค้ช เพื่อบ่มเพาะ ฝึกทักษะ สร้างแรงบันดาลใจ ให้แก่คนรุ่นใหม่หรือผู้ที่มีความสนใจ
- ส่งเสริมการประกวดการแสดงดนตรีไทย ดนตรีพื้นบ้าน ดนตรีชาติพันธุ์ ตามอัตลักษณ์และทุนวัฒนธรรม
- ระยะยาว: - ส่งเสริมการจัดประกวดประกวดดนตรีในระดับเยาวชนระดับนานาชาติ โดยร่วมมือกับสถาบันความร่วมมือระดับนานาชาติ

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะสั้น: - ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้สื่อ (Media) เพื่อเผยแพร่ผลงานที่ทันสมัย
- ระยะปานกลาง: - ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมบันเทิงไทย-ต่างชาติ
- ส่งเสริมการแสดงของศิลปินพื้นบ้านให้มีความ “ร่วมสมัย” มากยิ่งขึ้น
- จัดทำฐานข้อมูล ขึ้นทะเบียน และรับรองอาชีพศิลปิน นักร้อง นักดนตรี นักแต่งเพลง ช่างทำเครื่องดนตรี นักเทคโนโลยีเสียง และคีตศิลป์ในทุกกระดับให้เป็นแรงงานสร้างสรรค์

กิจกรรมและโครงการ

- ระยะยาว:
- พัฒนาชุดระบบสวัสดิการและหลักประกันรายได้ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน
 - ผลักดันนักดนตรีที่มีความสามารถเข้าสู่อุตสาหกรรมดนตรีระดับชาติ
 - สนับสนุนและสร้างโอกาสเผยแพร่ผลงานและกิจกรรมดนตรีของศิลปินไปสู่เวทีสากลและอำนวยความสะดวก เช่น ล่าม ผู้จัดการศิลปิน หรือฝ่ายสิทธิประโยชน์ ที่มีประสบการณ์ในการทำงานระดับสากล
 - สนับสนุนให้ศิลปินมีโอกาสพัฒนาสร้างสรรค์ผลงานร่วมกับศิลปินที่มีชื่อเสียงของต่างประเทศ และการแปลเป็นภาษาต่างประเทศเพื่อเผยแพร่ผลงานออกไประดับสากล และต่อยอดไปยังอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อื่น ๆ
- กระบวนการปลายน้ำ
- ระยะปานกลาง:
- จัดเทศกาลดนตรีไทยและนานาชาติ
 - ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมด้านดนตรีแต่ละท้องถิ่นให้เกิดความตระหนักในคุณค่าและสร้างการรับรู้ต่อสาธารณชนในรูปแบบสตรีมมิง (Streaming)
- ระยะยาว:
- อำนวยความสะดวกการแสดงผลงานการขับร้องและการแสดงพื้นบ้านของไทยที่มีความโดดเด่นและน่าสนใจเพื่อเผยแพร่สู่นานาชาติ
 - สนับสนุนระบบจัดเก็บข้อมูลในระบบคลาวด์และสื่อดิจิทัล
- กระบวนการสนับสนุน
- ระยะสั้น:
- มีคณะทำงานระดับประเทศ ผลักดันส่งเสริมดนตรีและคีตศิลป์ทุกแขนงทุกระดับในงานเทศกาลดนตรี งานประเพณี และการแสดงระดับประเทศ
- ระยะปานกลาง:
- พัฒนาระบบบ่มเพาะและลงทุนสร้างศิลปิน (เหมือน KOCCA และ TAICCA)
 - เปิดพื้นที่การแสดงของศิลปินพื้นบ้าน โดยภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ยกเว้นค่าธรรมเนียมหรือลดหย่อนเป็นพิเศษ
 - โครงการ ๑ ตำบล ๑ โรงมหรสพ-ดนตรีในชุมชน (BLACK BOX MUSIC THEATRE IN COMMUNITY) สำหรับเป็นพื้นที่ให้เด็ก เยาวชน และศิลปินได้มีพื้นที่แสดงออกและพัฒนาศักยภาพ
 - พัฒนากฎหมายและระบบปกป้องคุ้มครองด้านสิทธิบัตรและสิทธิเผยแพร่ผลงานให้เหมาะสม เช่น คุ้มครองตลอดชีพและ (+) ๗๐ ปี หลังเสียชีวิต
- ระยะยาว:
- จัดตั้งองค์กรขับเคลื่อนงานส่งเสริมดนตรีพื้นบ้าน พื้นถิ่น ชาติพันธุ์ ที่เป็นอัตลักษณ์ ให้หนุนเสริมและเชื่อมโยงงานกับงานวัฒนธรรมอื่น ๆ เพื่อบ่มเพาะศิลปินรุ่นใหม่และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและผลประโยชน์ของศิลปิน
 - จัดตั้ง “กองทุน” สนับสนุนการบ่มเพาะศิลปินพื้นบ้าน และรองรับการพัฒนาชุดระบบสวัสดิการและหลักประกันรายได้ให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับดนตรี คีตศิลป์ และการแสดงพื้นบ้าน

(๑๒) ภาษา

กิจกรรมและโครงการ

กระบวนการต้นน้ำ

- ระยะสั้น:
- พัฒนารูปแบบการเรียนการสอนภาษาไทยให้มีชีวิตชีวา และเรียนรู้การดำรงอยู่ของภาษาชาติพันธุ์อื่น ๆ เช่น ภาพยนตร์ สารคดี ทัศนอากร การพบปะเชิงสนทนาการ เป็นต้น เพื่อสร้างการยอมรับและมีทัศนคติเชิงบวก
 - ฝึกอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านการจัดความรู้ในบริบทพหุภาษา พหุวัฒนธรรมในระดับชาติและสากล
 - ฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมทักษะการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมอาเซียน/สากล
- ระยะปานกลาง:
- พัฒนาหลักสูตรการเรียนรู้อาษาไทย ให้สามารถนำไปสู่การสร้างสรรค์ผลงานอื่น ๆ เช่น การเล่าเรื่อง แต่งบทกวี บทประพันธ์ บทละคร วรรณกรรม บทความ และอื่น ๆ
 - พัฒนาศักยภาพการเรียนการสอนภาษาวัฒนธรรมไทย ทั้งในฐานะภาษาที่หนึ่ง ภาษาที่สอง และภาษาต่างประเทศ ให้แก่บุคลากรและสื่อต่าง ๆ
 - พัฒนาศักยภาพด้านความสามารถในการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

กระบวนการกลางน้ำ

- ระยะสั้น:
- ส่งเสริมการศึกษาวิจัยด้านภาษาและวัฒนธรรม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการวางกลยุทธ์และนโยบายภาษาระดับนานาชาติ
- ระยะปานกลาง:
- ส่งเสริมเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมให้เกิดความต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงบริบทสังคมวัฒนธรรมในบริบทอาเซียน/สากล
 - ส่งเสริมการเรียนรู้ความหลากหลายทางภาษาวัฒนธรรมในสถาบันการศึกษา และองค์กรที่เกี่ยวข้องทุกระดับ เพื่อสร้างความตระหนัก ความเชื่อมโยง และความเข้าใจอันเป็นรากฐานสำคัญของภูมิพลัวัฒนธรรม
- ระยะยาว:
- จัดทำโครงการเพื่อศึกษา ส่งเสริม และต่อยอด ภูมิวัฒนธรรมความหลากหลายทางภาษาและวัฒนธรรมของประเทศไทยในสถาบันการศึกษาไทย และองค์กรท้องถิ่นทั่วทุกภูมิภาค เพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์มรดกภาษาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เข้มแข็ง

กระบวนการปลายน้ำ

- ระยะสั้น:
- จัดทำ และเผยแพร่ สื่อประชาสัมพันธ์ (หลายภาษา) “ภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดินไทย” ที่สะท้อนอัตลักษณ์ความหลากหลายในมรดกภาษาวัฒนธรรมของไทย
- ระยะปานกลาง:
- ให้ศูนย์หรือสำนักงานสถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน เชื่อมโยงกับสถานทูต และพันธมิตรสถาบันภาษาวัฒนธรรมประเทศต่าง ๆ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมและเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมไทย

กิจกรรมและโครงการ

- จัดทำโครงการแลกเปลี่ยน นักเรียน นักศึกษา เพื่อแลกเปลี่ยนภาษา วัฒนธรรมระหว่างประเทศ ในฐานะทูตวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเริ่มจาก พื้นที่เครือข่ายสถาบันการศึกษาในต่างประเทศที่มีการจัดการเรียนการสอน “Thai Study” และขยายขอบเขตการขับเคลื่อนไปยังประเทศอื่น ๆ ในอนาคตอย่างชัดเจน
- มีกระบวนการติดตามผล เพื่อสร้างเสริมความเข้มแข็งของเครือข่าย และต่อยอดอย่างยั่งยืน

ระยะยาว

- ดำเนินนโยบายส่งออกภาษาไทยแบบคู่ขนานทั้ง “แผ่เร้น และเปิดเผย ตรงไปตามมา” ในกลุ่มประเทศที่อิทธิพลภาษาและวัฒนธรรมไทยมีอยู่เดิม เช่น เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา จีนตอนใต้ เวียดนาม เป็นต้น ขณะเดียวกันสามารถดำเนินกลยุทธ์แบบ “เปิดเผยตรงไปตามมา” ผ่านการจัดตั้ง “ศูนย์/สำนักงาน” ในต่างประเทศ เพื่อเป็นเครื่องมือด้านการส่งเสริมวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ของประเทศไทย และความร่วมมือมิติอื่น ๆ

กระบวนการสนับสนุน

ระยะสั้น:

ระยะปานกลาง:

- จัดตั้ง “สถาบันภูมิภาคและปัญญาแผ่นดิน” ทำหน้าที่ศึกษา วิจัย ส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่ภาษาไทย และความหลากหลายของ ภาษาวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อเป็นศูนย์กลาง เสริมสร้างความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างผู้คน ชุมชน ในระดับชาติและนานาชาติ ผ่านมิติการศึกษา ภาษา และศิลปะ วัฒนธรรม
- ใช้ “ภาษา” เป็นกลยุทธ์พลังภูมิวัฒนธรรมแบบองค์รวม เพื่อส่งเสริม ความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับประเทศต่าง ๆ ให้ใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้นด้วย เพื่อสร้างความไว้วางใจ ส่งเสริมการค้า การศึกษา การลงทุน การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและภาษา ระหว่างกัน
- จัดตั้งกองทุนเพื่อการวิจัยและการแลกเปลี่ยนภาษาวัฒนธรรม และทุนการศึกษาเพื่อแลกเปลี่ยนนักเรียนและนักศึกษา

๕.๑.๓ สรุปผลการศึกษาข้อเสนอแนะการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ในบริบท “อัตลักษณ์ที่หลากหลาย” และคำนึงถึง “ความสมดุลหลากหลายมิติเพื่อความยั่งยืน” ประกอบด้วย

(๑) สร้างความตระหนักรู้ในคุณค่าของ “สังคมพหุวัฒนธรรม” โดยปรับเปลี่ยนมโนทัศน์ผ่านสื่อด้วยแนวคิดการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ และเคารพในการดำรงอยู่ท่ามกลางความแตกต่างหลากหลาย เพื่อนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมระดับปัจเจกบุคคลและการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระดับนโยบายต่อการขับเคลื่อนภูมิพลวัฒนธรรม ตลอดจนพัฒนา

กระบวนการเรียนรู้เพื่อปลูกฝังภูมิพลังวัฒนธรรมให้แก่เด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ รวมทั้งเสริมสร้างภูมิคุ้มกันในการรับสื่อดิจิทัล

(๒) เสริมอำนาจและพัฒนาศักยภาพให้กลุ่มชาติพันธุ์มีความรู้ความเข้าใจในภาษาและวัฒนธรรมไทย เสริมสร้างสมรรถนะด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม เปิดพื้นที่การแสดงออกและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ อันจะนำไปสู่การพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ใหม่ หรือการขยายผลความร่วมมือในรูปแบบใหม่

(๓) สร้างองค์ความรู้เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ด้วยการพัฒนางานวิจัย ทั้งงานวิจัยพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชาติพันธุ์และทุนวัฒนธรรม งานวิจัยเชิงประยุกต์และงานวิจัยเชิงนโยบายที่มุ่งเน้นการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมรายสาขา การบริหารจัดการทุนวัฒนธรรม การพัฒนานวัตกรรม การจัดการทรัพยากรธรรมชาติบนฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ตลอดจนการพัฒนาคุณภาพชีวิตบนฐานเศรษฐกิจเชิงวัฒนธรรม อันนำไปสู่การพัฒนาที่ “สมดุลและยั่งยืน”

(๔) สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายศิลปิน ครูภูมิปัญญา และกลุ่มชาติพันธุ์ โดยสนับสนุนให้มีการรวมตัวกันในลักษณะ “เครือข่าย” เพื่อเป็น “กลไก” ในการบริหารจัดการ สร้างพลังเชิงบวกแบบมีส่วนร่วม อันนำไปสู่การลดปัญหาความขัดแย้งที่อาจนำไปสู่ความรุนแรงต่าง ๆ

(๕) จัดตั้ง “สถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน” เพื่อเป็นกลไกหลักในการทำงานแบบมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับศักยภาพศิลปิน ครูภูมิปัญญา ผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และเป็นกลไกในการสนับสนุนให้ทุกภาคส่วน ทั้งภาควิชาการ ภาคประชาสังคมและภาคประชาชน เกิดความร่วมมือกับนานาประเทศ ในการพัฒนาแผนงานและกิจกรรมการเรียนรู้เรื่องภาษาและวัฒนธรรมผ่านสื่อและแพลตฟอร์มต่าง ๆ

๕.๒ บทวิเคราะห์และข้อเสนอตัวแบบการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Soft Power Model)

ผลการศึกษาในครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่า แนวทางการขับเคลื่อนแนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมระดับชาติ ต้องมีความสอดคล้องกับรัฐธรรมนูญ แผนยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี แผนแม่บทภายใต้แผนยุทธศาสตร์ชาติ แผนพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ ๑๓ โดยในการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมนั้น ควรมีการกำหนดทิศทาง แผนงาน เป้าหมาย และตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ให้ชัดเจน ทั้งในลักษณะแผนแม่บท (Master Plan) แผนงานขับเคลื่อนในแต่ละมิติในระยะสั้น - ระยะกลาง - ระยะยาว โดยมีกลไกขับเคลื่อนหลักทั้งในระดับชาติ ระดับจังหวัด และระดับชุมชน โดยมีการคณะกรรมการจัดทำยุทธศาสตร์ในระดับชาติ พร้อมทั้งมีหน่วยงานรับผิดชอบในการทำงานเชิงบูรณาการในฐานะ “กลไกหลัก (Core Mechanism)” ในลักษณะหน่วยเลขธิการ และกลไกรายสาขา (Section Mechanism) ซึ่งอาจให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องรับผิดชอบ หรือ/และจัดตั้งหน่วยงานเพิ่มเติมในบางสาขา โดยกลไกการขับเคลื่อนงานทั้งสองต้องวางอยู่บนพื้นฐานของหลักการบริหารราชการแผ่นดินแบบมีส่วนร่วมจากหลากหลายภาคส่วนและหลายระดับ (Multi-level Governance) ทั้งในระดับชาติและระดับพื้นที่ซึ่งต้องประกอบด้วยภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ภาควิชาการและวิจัย ศิลปิน ผู้สร้างสรรค์ผลงาน และสื่อมวลชน

นอกจากนี้ ในการขับเคลื่อนงานระดับพื้นที่ซึ่งควรมีการออกแบบร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมที่เรียกว่า “เครือข่ายภูมิพลังวัฒนธรรมระดับจังหวัด” โดยมีกลไกบริหารจัดการเครือข่าย

รองรับในรูปแบบคณะกรรมการ โดยมีองค์ประกอบพื้นที่ในเชิงพื้นที่สอดคล้องกับโครงสร้างกลไกระดับชาติ และสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสมของบริบทในแต่ละพื้นที่ กลไกระดับพื้นที่จังหวัดทำหน้าที่ในการรวบรวมข้อเสนอแนะและร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมให้เกิดการประสานสอดคล้อง หนุนเสริม และปิดช่องว่างการทำงานของกลไกระดับชาติกับระดับจังหวัดซึ่งกันและกัน อันก่อให้เกิดกระบวนการสื่อสารและทำงานร่วมกันสองทิศทาง คือ การบริหารจัดการในรูปแบบล่างขึ้นบน (Bottom-up) และบนลงล่าง (Top-Down) ไปพร้อมกัน นอกจากนี้ กลไกในระดับจังหวัดจะต้องทำหน้าที่ในการค้นหาและสำรวจทุนวัฒนธรรมและทรัพยากรภูมิพลังวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและสามารถสร้างมูลค่าในระดับชุมชน เพื่อนำมาใช้ในกระบวนการเพิ่มมูลค่าด้วยแนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรมในฐานะส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม

สำหรับการขับเคลื่อนเชิงยุทธศาสตร์นั้น จำเป็นต้องมีการกำหนดตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์ของไทยให้ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ภาพลักษณ์ประเทศ (National Brand)” ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า จุดแข็งของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบหลายประเทศมีอยู่ด้วยกันหลายประการ ๑) ค่านิยมทางการเมืองที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากหลายประเทศจากการมีสถาบันหลัก คือ ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ ที่ดำรงอยู่ร่วมกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอย่างมั่นคง ต้องนำเสนอถึง “องค์คุณ” ของทั้งสามสถาบันในเชิงบวกให้ประชาคมโลกรับรู้และเข้าใจว่า สามสถาบันเป็นรากฐานสำคัญของอารยธรรม คุณธรรม และสามัคคีธรรม เช่นเดียวกับที่มนุษยชาติหลายประเทศต่างต้องการ ๒) ภูมิฐานด้านศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายอันเกิดจากการดำรงอยู่ร่วมกันในบริบทพหุสังคมวัฒนธรรมหลากหลายตามภูมิภาค ความเชื่อ ศาสนา ภาษา วิถีชีวิต และอื่น ๆ และมีความงดงามแตกต่างจากหลายประเทศที่ยังมีความขัดแย้งในประเด็นดังกล่าว ๓) นโยบายต่างประเทศด้านความเป็นกลางทางการเมืองและการทูตระหว่างประเทศ (Politics and Diplomacy of Neutrality) จะต้องขยายผลให้เกิดความชัดเจนต่อสายตาประชาคมโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีความกล้าหาญเชิงนโยบายด้านมนุษยธรรม พร้อมให้ความช่วยเหลือแก่ทุกชนชาติโดยไม่เลือกปฏิบัติและพร้อมให้การสนับสนุนทั้งเมื่อได้ร้องขอและอาสาเข้าไปให้ความช่วยเหลือ ๔) การรณรงค์ให้ประชาชนในประเทศยึดถือค่านิยมและทัศนคติที่ดีงามของสังคมให้ดำรงอยู่ เช่น ความกตัญญู ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความมีเมตตากรุณา อหิงสาที่เป็นมิตร เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะต้องถูกปลูกฝังและนำไปสื่อสารให้ประชาคมโลกรับรู้และแทรกซึมไปในการขับเคลื่อนงานภูมิพลังวัฒนธรรมในแขนงต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสาขาท่องเที่ยว เทศกาล และภาพยนตร์

นอกจากการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการส่งออกไปยังประเทศต่าง ๆ แล้ว ยังควรให้ความสำคัญกับมิติการสร้างเครือข่ายทุนทางสังคมและพัฒนาศักยภาพให้กับผู้สร้างสรรค์ผลงานในลักษณะ “ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ (Soft Power Relationship)” เช่น โครงการศิลปินพำนัก (Artists in Residence) ที่ต้องเปิดโอกาสให้ศิลปินไทยร่วมเป็นเจ้าบ้าน (Host) และผู้เยี่ยมเยือน (Guest) ใช้ภาษาและวรรณกรรมเป็นเครื่องมือเสริมและเร่งการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม และแสวงหาเครือข่ายพันธมิตรเชิงยุทธศาสตร์กับต่างประเทศ เพื่อร่วมกันสร้างงานวิจัย นำไปสู่การใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ นโยบาย เศรษฐกิจ และสังคม ส่งเสริมการเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม และชี้แนะทางนโยบายเพื่อสนับสนุนการพัฒนาอย่างยั่งยืน

การขับเคลื่อนในมิติภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติของไทยนั้น ยังควรนำภาษาและวรรณกรรม เป็นตัวเชื่อมผ่านการจัดตั้ง “สถาบันภาษาและภูมิปัญญาแผ่นดิน” โดยมีการจัดตั้งสำนักงาน

ภาษาและปัญญาแผ่นดินในต่างประเทศร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ สถาบันวิชาการ และศิลปินภาคประชาสังคม เพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งออกและเผยแพร่วัฒนธรรมในมิติอื่น ๆ ซึ่งจำเป็นต้องมีการจัดทำยุทธศาสตร์ด้านภาษาและวรรณกรรมให้ชัดเจน ขณะเดียวกันสถาบันภาษาและภูมิปัญญาแผ่นดิน ไม่ควรทำหน้าที่เฉพาะด้านการเผยแพร่ภาษาไทยเท่านั้น แต่ควรคำนึงถึงโอกาสในการส่งเสริมภาษาอื่น ๆ ในบริบทความหลากหลายของอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ รวมอยู่ด้วย

สำหรับการขับเคลื่อนงานในเชิงปฏิบัติ ต้องมีแผนงานที่ชัดเจนด้วยการออกแบบจากแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ที่ประกอบด้วย กระบวนการต้นน้ำ-กลางน้ำ-ปลายน้ำ และกระบวนการสนับสนุนให้มีความชัดเจนว่า กิจกรรมใดควรขับเคลื่อนในระยะสั้น-ระยะยาว-ระยะปานกลาง ทั้งนี้

กระบวนการต้นน้ำ ควรมุ่งเน้นการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital Development) ซึ่งดำเนินการได้ผ่านการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ให้ความสำคัญกับมิติศิลปะมากยิ่งขึ้น (เช่น หลักสูตร STREAM) การค้นหาและพัฒนาศักยภาพเด็กและเยาวชนในระดับการศึกษาเพื่อให้ความสามารถด้านศิลปวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีความโดดเด่นเฉพาะตัวของผู้เรียน และการพัฒนาระบบส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตด้านศิลปวัฒนธรรม การพัฒนาหลักสูตรเพื่อจัดฝึกอบรมทั้งหลักสูตรระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว หรือหลักสูตรออนไลน์ เพื่อรื้อฟื้นหรือเพิ่มพูนทักษะให้กับศิลปินหรือผู้ที่สนใจอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาระบบถ่ายทอดองค์ความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ และแรงบันดาลใจจากครูอาวุโสหรือศิลปินรุ่นพี่ การเปิดพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่สื่อ (Physical and Media Space) เพื่อสร้างตัวตนและเสริมความกล้าแสดงออกให้เด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจหรือมีความสามารถในโรงเรียนและชุมชน การพัฒนาระบบบ่มเพาะและลงทุนสร้างศิลปิน ดังเช่น สถาบัน KOCCA ของเกาหลีใต้และ TAICCA ของไต้หวัน เป็นต้น การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างศิลปินไทยกับศิลปินต่างชาติ โดยเฉพาะการจัดทำ “โครงการศิลปินพำนัก (Artist in Residence)” ร่วมกับหน่วยงานด้านศิลปวัฒนธรรมต่างประเทศหรือหน่วยงานนานาชาติ การส่งเสริมการจัดประกวดการแสดงและผลงานเชิงสร้างสรรค์ของเด็ก เยาวชน คนรุ่นใหม่ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับจังหวัด ระดับชาติ และผลักดันสู่การประกวดในเวทีระดับนานาชาติ

กระบวนการกลางน้ำ ซึ่งโดยหลักการเป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับทุนวัฒนธรรมและหนุนเสริมให้ผลงานเชิงสร้างสรรค์ให้มีมูลค่าเชิงเศรษฐกิจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในต่างประเทศ กลุ่มเป้าหมายสำคัญผู้ประกอบการภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power Enterprise) จึงต้องมีความครอบคลุมทั้งภาคอุตสาหกรรมทั่วไป อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ผู้ประกอบการระดับชุมชน และองค์กรเศรษฐกิจของชุมชน เช่น วิสาหกิจชุมชน กลุ่มอาชีพ OTOPs เป็นต้น ลักษณะการดำเนินกิจกรรมมีความหลากหลายทั้งการเผยแพร่เนื้อหาหรือเรื่องราวของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ย่อย (Sub-culture) ผ่านสื่อในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง การพัฒนาต่อยอดภูมิปัญญาเพื่อเพิ่มมูลค่าด้วยนวัตกรรมและสร้างรูปลักษณ์ร่วมสมัย การส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการศึกษาความต้องการเฉพาะกลุ่ม (Group Studies) เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ มีมาตรการส่งเสริมการร่วมทุน เงินกู้ หรือการสนับสนุนเงินลงทุนที่มีเงื่อนไขไม่ยุ่งยากซับซ้อนจนเกินไป และรองรับการจัดทำโครงการในลักษณะ Sandbox การพัฒนาเครือข่ายในระดับพื้นที่หรือเครือข่ายภูมิพลังวัฒนธรรมระดับจังหวัดและสมาชิกในระดับชุมชน การพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการระหว่างสาขาหรือสาขาเดียวกันหรือสนับสนุนให้มีการ

ยกระดับความร่วมมือในลักษณะคลัสเตอร์ การยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการด้านต่าง ๆ เช่น การกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ การสนับสนุนการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการสงวนรักษามรดกและภูมิปัญญาต่าง ๆ ผ่านระบบจัดทำทะเบียน ฐานข้อมูล และองค์ความรู้

นอกจากนี้ กระบวนการกลางน้ำยังเกี่ยวข้องกับการสงวนรักษาภูมิปัญญาและผลงานเชิงสร้างสรรค์ที่เกิดขึ้น ได้แก่ การขึ้นทะเบียนผลงานที่เกิดขึ้นจากศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์ผลงานหรือผู้ประกอบการประเภทต่าง ๆ ทั้งในระดับประเทศและกับองค์กรระดับนานาชาติ การสร้างมาตรฐานของการผลิตผลงานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล (เช่น การคำนึงถึงมิติด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การพัฒนาระบบฐานข้อมูลและระบบคลาวด์ เพื่อความสะดวกในการสืบค้นและแสดงผลงาน การจัดทำจดหมายเหตุและการรวบรวมองค์ความรู้เป็นภูมิปัญญาของแผ่นดิน การจัดสถานที่รวบรวมและจัดเก็บผลงานทรงคุณค่าเพื่อการศึกษาเรียนรู้และสร้างแรงบันดาลใจ และการพัฒนาและยกระดับหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) เป็นต้น

กระบวนการปลายน้ำ ต้องให้ความสำคัญกับการศึกษาหรือกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Group Study) นำมาใช้ในการออกแบบผลงานให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยมีตั้งแต่การจัดทำภาพยนตร์ ซีรีส์ ละคร และสื่อต่าง ๆ ที่มีสอดแทรกเนื้อหาและเรื่องราวภูมิพลวัฒนธรรมหลากหลายสาขาและเผยแพร่ในระบบสตรีมมิ่งที่ทันสมัย เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผลผลิตตามความสนใจพฤติกรรม และวิถีชีวิตของประเทศกลุ่มเป้าหมาย มีกระบวนการกระตุ้นและส่งเสริมการบริโภคสินค้าและบริการภูมิพลวัฒนธรรมทั้งในประเทศและต่างประเทศ การสร้าง พัฒนา หรือเชื่อมต่อกับระบบสตรีมมิ่งที่มีศักยภาพและสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและผู้ชมเป้าหมาย มีการสร้างช่องทางทางการจัดจำหน่ายผ่านการเจรจาเชิงรุกกับประเทศคู่ค้าและภาครัฐทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการเชื่อมประสานเจรจาธุรกิจ พัฒนาระบบการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ และระบบการผลิตที่รองรับการสั่งสินค้าล่วงหน้า (Pre-order) และการส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้ศิลปินนำผลงานศิลปะจำหน่ายในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทนได้ (Non-Fungible Token: NFT) นอกจากนี้ กระบวนการปลายน้ำ ยังต้องให้ความสำคัญกับการบริการหลังการขาย (After Sale Service) ได้แก่ การพัฒนาระบบคุ้มครองผู้บริโภค การจัดตั้งหน่วยงานที่เลี้ยก้อยให้คำปรึกษาแนะนำ การอำนวยความสะดวกด้านการแปลและการจัดทำคำบรรยาย กระบวนการติดตามประเมินผลเพื่อสร้างเสริมความเข้มแข็งของเครือข่ายและต่อยอดการพัฒนาอื่น ๆ การพัฒนาสนับสนุนระบบจัดเก็บข้อมูลในระบบคลาวด์และสื่อดิจิทัลเพื่อประโยชน์สำหรับผู้สนใจ ต้องการสะท้อนกลับ (Feedback) หรือส่งเรื่องราวเรียน เป็นต้น

ผลการศึกษาในครั้งนี้ยังพบว่า กรณีของไทยสามารถใช้กลไกที่มีทุนเดิม คือ การทูตวัฒนธรรมของหน่วยงานภาครัฐและการทูตสาธารณะจากสถาบันการศึกษาที่เป็นเครือข่ายทางวิชาการ ทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์และวัฒนธรรมที่ดีให้กับประเทศได้ และยังพบว่า ประเทศไทยสามารถใช้ศักยภาพของอุตสาหกรรมบันเทิง ภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์ ดนตรี และคีตศิลป์ และการนำเสนอเรื่องราวและเนื้อหา ควรแฝงเร้นศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของผู้คนที่มีความหลากหลายทางอัตลักษณ์และสะท้อนสิ่งที่ดีงามของไทย รวมทั้งมีการจัดจ้างหรือผลิตผู้ทรงอิทธิพลทางวัฒนธรรม (Culture Influencer) ช่วยในการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของไทย การผลิตรวมทั้งการส่งเสริมการเรียนรู้ทางด้านภาษาเป็นเครื่องมือช่วยเร่งให้เกิดการรับรู้และการยอมรับผลิตภัณฑ์และบริการทางด้าน

ศิลปะวัฒนธรรมของไทยได้ โดยเฉพาะการให้ชาวไทยพลัดถิ่นและนักศึกษาที่ศึกษาในต่างประเทศเป็นทูตวัฒนธรรมเผยแพร่ภาษาและวรรณกรรมในต่างประเทศ สำหรับแนวทางการดำเนินนโยบายส่งออกภาษาไทย ควรดำเนินในแบบคู่ขนานทั้งแฝงเร้นและเปิดเผยตรงไปในกลุ่มประเทศที่อิทธิพลภาษาและวัฒนธรรมไทยมีอยู่เดิม เช่น เมียนมาร์ ลาว กัมพูชา จีนตอนใต้ เวียดนาม และอาเซียน เป็นต้น ขณะเดียวกันสามารถดำเนินกลยุทธ์แบบเปิดเผยตรงไปตามมา ผ่านการจัดตั้ง “ศูนย์/สำนักงาน” ในต่างประเทศ เช่น อเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย ฯลฯ เพื่อเป็นเครื่องมือด้านการส่งเสริมวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ของประเทศไทย และความร่วมมือมิติอื่น ๆ

กระบวนการสนับสนุน เป็นส่วนที่หน่วยงานภาครัฐหลายประเทศให้ความสำคัญมากที่สุด เนื่องจากถือเป็น “รากฐานและหัวใจของการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม” ให้ประสบความสำเร็จ มีความต่อเนื่องและยั่งยืน ผลการศึกษาในครั้งนี้พบว่า ภาครัฐต้องทำหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศ (Eco-system) ที่เอื้ออำนวยต่อการทำงานร่วมกันของทุกภาคส่วน ได้แก่ จัดตั้งสถาบันภูมิภาษา และปัญญาแผ่นดินทำหน้าที่ศึกษา วิจัย ส่งเสริม สนับสนุน และเผยแพร่ภาษาไทย และความหลากหลายของภาษาวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ เพื่อเป็นศูนย์กลางเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการเชื่อมโยงระหว่างผู้คน ชุมชน ในระดับชาติและนานาชาติ ผ่านมิติการศึกษา ภาษา วรรณกรรม ศิลปะ วัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ การวิจัย การท่องเที่ยว การพัฒนาเศรษฐกิจ และอื่น ๆ เช่นเดียวกับกรณีที่ประสบความสำเร็จของ British Council สถาบันเกอเธ่ และสถาบันขงจื้อ มีการจัดตั้งหน่วยงานเพื่อส่งเสริมการขับเคลื่อนการบ่มเพาะและผลิตผลงานภูมิพลังวัฒนธรรม ดังเช่นกรณี The Korea Creative Content Agency (KOCCA) ของเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นกลไกกลางในการประสานความร่วมมือจากหลายองค์กรเพื่อร่วมกันกำหนดทิศทาง วางแผน บริหารจัดการ และพัฒนาธุรกิจด้านวัฒนธรรมแบบครบวงจรทั้งในระดับชาติและระดับพื้นที่ การกำหนดให้มหาวิทยาลัยแต่ละแห่งได้มีโอกาสในการร่วมเป็นผู้นำการวิจัย พัฒนา จัดการข้อมูลและองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาและต่อยอดเชิงสร้างสรรค์

การพัฒนาระบบนิเวศยังรวมถึงการพัฒนากฎหมาย ระเบียบ และกติกาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมในทุกระดับ อาทิ พระราชบัญญัติภาพยนตร์และวีดิทัศน์ พ.ศ. ๒๕๕๑ ควรมีการแก้ไขปรับปรุงให้มีลักษณะที่เปิดกว้าง ความเป็นอิสระ และดำเนินการเชิงส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกมากกว่าควบคุม และภาครัฐให้การสนับสนุนและร่วมกับการกำหนดทิศทางการทำงานร่วมกันกับภาคอุตสาหกรรม ดังเช่น กรณี Hollywood ของสหรัฐอเมริกาที่ต้องการสร้างให้ American Pop Culture เป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก นำมาสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ ในที่นี้ ประเทศไทยยังสามารถนำบทเรียนจากญี่ปุ่นที่ได้มีการสร้างความร่วมมือกับสถาบันภาพยนตร์แห่งอังกฤษ (British Film Institute: BFI) เผยแพร่วัฒนธรรมของญี่ปุ่น ซึ่งในกรณีของไทยภาครัฐและอุตสาหกรรมบันเทิงจำเป็นต้องมีการสร้างพันธมิตรกับนักลงทุนในต่างประเทศที่มีประสบการณ์ในประเทศกลุ่มเป้าหมาย นอกจากนี้ การพัฒนาระบบนิเวศของไทยยังต้องให้ความสำคัญกับการวางรากฐานโครงข่ายความร่วมมือ (Connectivity) กับต่างประเทศในประเทศที่เป็นคู่ค้าและกลุ่มเป้าหมายให้พร้อมรองรับต่อการส่งออกสินค้าและผลงานสร้างสรรค์ของไทย เพื่อให้การทำงานมีกระบวนการเผยแพร่และส่งต่ออย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการสนับสนุนยังเกี่ยวข้องกับการแก้ไขและพัฒนากฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา ความลับทางการค้า และการจัดวางมาตรฐานกติกาสัญญาทางธุรกิจในการจัดสรรผลประโยชน์ระหว่าง

ผู้ประกอบการกับศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์ผลงานให้เกิดความเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับใจของทุกฝ่าย และคำนึงถึงการพัฒนาระบบสวัสดิการและการส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานในระยะยาว เพื่อให้มีขวัญและกำลังใจในการสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างข้อเสนอที่น่าสนใจในครั้งนี้นี้ คือ กฎหมายและระบบปกป้องคุ้มครองด้านสิทธิบัตรและสิทธิเผยแพร่ผลงานให้เหมาะสม เช่น คุ้มครองตลอดชีพและเพิ่มอีก ๗๐ ปีหลังเสียชีวิต เพื่อให้ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นตกแก่ทายาทของศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์ผลงานภายหลังการเสียชีวิต ซึ่งในกรณีของเกาหลีใต้มี KOCCA เป็นผู้ช่วยดูแลและวางกฎเกณฑ์ด้านทรัพย์สินทางปัญญาให้กับศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงาน

นอกจากนี้ กระบวนการสนับสนุนที่ถือได้ว่า มีความสำคัญอย่างมากต่อการส่งเสริมและสนับสนุนการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม คือ “กองทุน (Fund)” ซึ่งในที่นี้หน่วยงานของรัฐต้องมีการจัดตั้งอย่างเป็นทางการรองรับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมทั้งในลักษณะกองทุนหลัก (Core Fund) และกองทุนรายสาขา (Section Funds) อาทิ กองทุนส่งเสริมกิจการอาหารไทยและอาหารถิ่น กองทุนสนับสนุนกีฬา กองทุนส่งเสริมผ้าไทย หัตถกรรมไทย และการออกแบบ กองทุนภาพยนตร์ กองทุนสนับสนุนการเขียนและการแปล กองทุนส่งเสริมการบ่มเพาะศิลปินพื้นบ้าน และกองทุนเพื่อการวิจัยและการแลกเปลี่ยนภาษาวัฒนธรรม ข้อสำคัญคือ การกำหนดหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการจัดสรรเงินทุน ต้องเปิดกว้างต่อผู้มีส่วนร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการบ่มเพาะศิลปินหรือผู้สร้างสรรค์ผลงาน ผู้ประกอบการ ภาคประชาสังคม กลุ่มเศรษฐกิจในชุมชน รวมทั้งต้องไม่วางข้อจำกัดหรือกำหนดโจทย์การทำงานที่มุ่งเน้นมุมมองของรัฐฝ่ายเดียว แต่จะต้องมีกระบวนการปรึกษาหารือถึงกรอบทิศทางการจัดสรรทุนอย่างเหมาะสมและมีเป้าหมายที่ชัดเจน มีการสนับสนุนเงินทุนได้อย่างต่อเนื่อง (Continuously) และมีใช้จัดสรรให้ตามวงรอบปีงบประมาณเพียงรูปแบบเดียว การจัดสรรเงินทุนเพื่อขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมยังสามารถใช้งบประมาณของภาครัฐหรืองบประมาณแผ่นดินตามภารกิจของหน่วยงานต่าง ๆ ให้การสนับสนุนได้อีกทางหนึ่งด้วย ดังเช่นกรณีของภาครัฐของเกาหลีใต้ที่ได้ส่งเสริมและสนับสนุนเงินทุนกว่า ๑๑.๗ พันล้านดอลลาร์ เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการขนาดเล็กในช่วงวิกฤตและการสนับสนุนเงินทุนให้กลุ่มสตาร์ทอัพทำโครงการ Sandbox เป็นต้น

การส่งเสริมภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเพื่อเป็นภูมิพลังวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ไม่เพียงดำเนินการเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับขับเคลื่อนเท่านั้น หากแต่ควรวางรากฐานให้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานมีความเข้มแข็งในระดับตัวบุคคล จึงควรมีการจัดตั้งกองทุนด้านการส่งเสริมและดูแลสวัสดิการและคุณภาพชีวิตของศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงาน เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ เป็นเงินทุนหมุนเวียนของเครือข่ายศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานในพื้นที่ต่าง ๆ ให้สามารถดูแลตนเอง ครอบครัว และเผื่อแผ่ไปยังศิลปินอื่น ๆ ได้อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมยังรวมไปถึงกระบวนการย้อนกลับ (Feedback Process) จากการนำบทเรียนที่เกิดขึ้นจากกระบวนการปลายน้ำและผลลัพธ์กลับคืนสู่การปรับปรุงและพัฒนากระบวนการต้นน้ำและกลางน้ำ เพื่อนำบทเรียนมาพัฒนาและต่อยอดเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาศักยภาพผู้รับการส่งเสริมให้สอดคล้องกับทิศทางการความต้องการของตลาด ผู้เสพ และผู้บริโภค ซึ่งในกระบวนการย้อนกลับนี้ จำเป็นต้องมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และสถาบันวิชาการทำงานร่วมกันอย่างเข้มแข็ง สำหรับภาพรวมแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ๑๒ สาขา ภายใต้กระบวนการห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งได้มีการแบ่งออกเป็นระยะสั้น ระยะปานกลาง และระยะยาว นั้น ปรากฏในตารางที่ ๕.๒

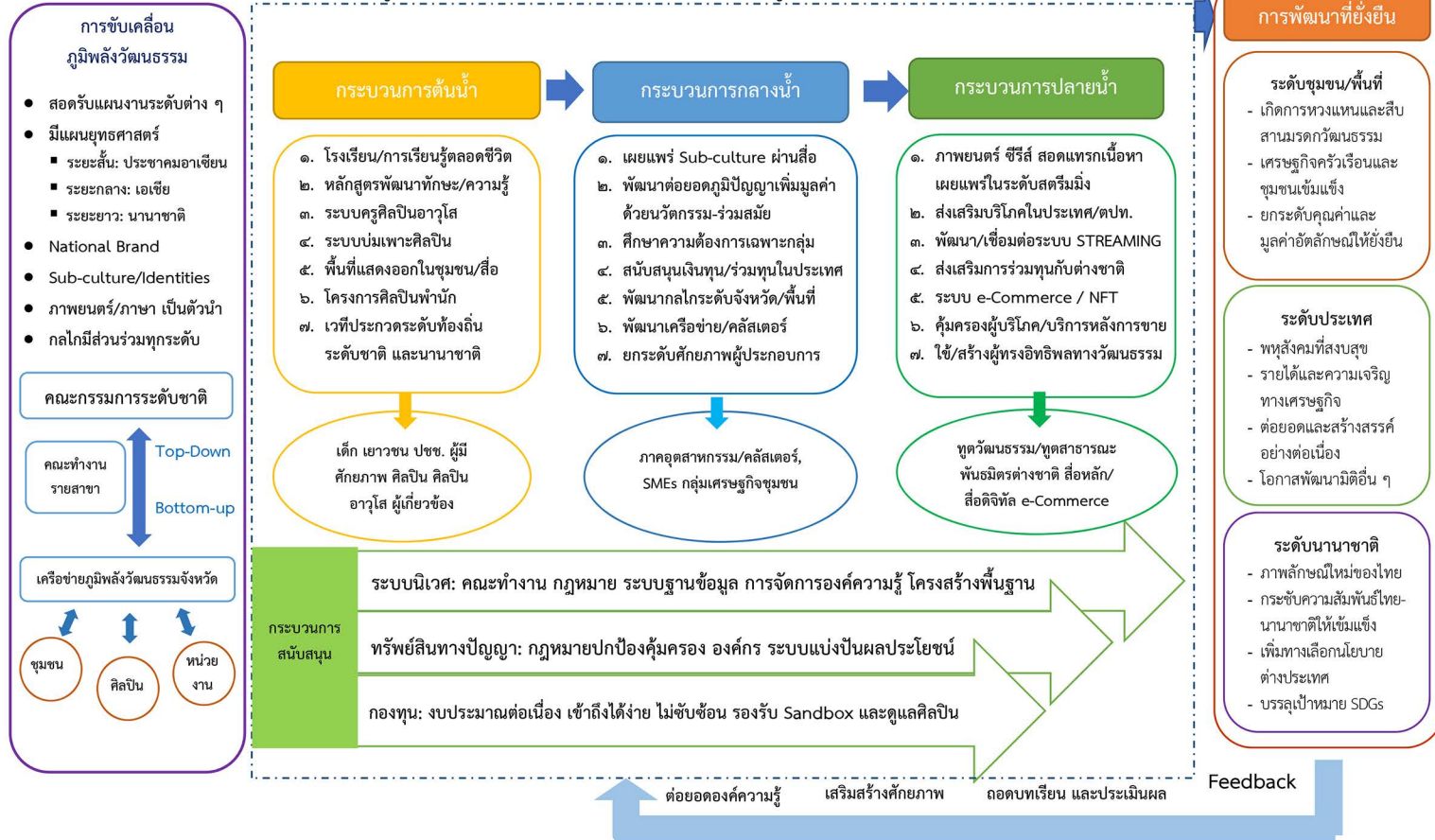
ผลลัพธ์ที่เกิดจากการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมดังกล่าวในข้างต้นนี้ จะนำไปสู่การสร้างและเพิ่มคุณค่าทางสังคมและมูลค่าทางเศรษฐกิจทั้งในระดับชุมชน ระดับพื้นที่ ระดับประเทศชาติ และระดับนานาชาติที่มีความเชื่อมโยงและผสานสอดคล้องระดับกันทุกระดับ ดังนี้

ระดับชุมชน/พื้นที่ ทั้งทำให้เกิดความตระหนัก ห่วงเหิน และสืบสานมรดกวัฒนธรรมของเด็กเยาวชน และคนรุ่นใหม่ ช่วยยกระดับเศรษฐกิจชุมชนและครัวเรือนให้มีความเข้มแข็งทั้งจากบทบาทการสร้างสรรคและต่อยอดผลงานและภูมิปัญญาต่าง ๆ หรือการสร้างงาน สร้างอาชีพ และรายได้ให้กับประชาชน รวมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นในกระบวนการห่วงโซ่คุณค่าเป็นสิ่งที่ช่วยยืนยันการดำรงอยู่อย่างมีศักดิ์ศรีของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลายในพื้นที่ต่าง ๆ เช่น ภาษา วิถีชีวิต ภูมิปัญญา มรดกวัฒนธรรมอื่น ๆ

ระดับประเทศ การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมในลักษณะดังกล่าว ถือเป็นการเน้นย้ำถึงจุดยืนของประเทศไทยที่เคารพต่อการอยู่ร่วมกันบนพื้นฐานของสังคมพหุวัฒนธรรมได้อย่างสงบสุขและสันติ ทำให้เกิดการนำภูมิปัญญาและศักยภาพของศิลปินมาสร้างรายได้และสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจจากการส่งออกสินค้าและบริการ เกิดการศึกษา พัฒนา และต่อยอดผลงานอย่างไม่สิ้นสุด ซึ่งช่วยแสดงให้เห็นถึงความร่ำรวยทางศิลปวัฒนธรรมของชาติ รวมทั้งการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมยังเป็นแกนหลักของการพัฒนาในมิติอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมและการติดต่อสื่อสาร การพัฒนาพื้นที่ทางสังคม เป็นต้น

ระดับนานาชาติ การพัฒนาศิลปินรุ่นใหม่ที่มีศักยภาพและมีชื่อเสียงของประเทศไทยช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่ดีในสายตานานาชาติ และการมีจุดยืนแน่วแน่ว่าเอกลักษณ์ของไทยคือการเคารพต่อความหลากหลายนั้น ยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์การดำเนินนโยบายความเป็นกลางและการให้ความสำคัญกับสิทธิมนุษยธรรมของไทยให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น กิจกรรมที่เกิดขึ้นในกระบวนการห่วงโซ่คุณค่ายังช่วยกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทย ประเทศเพื่อนบ้าน และนานาชาติให้มีความแน่นแฟ้นและเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น การขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพนี้ในระยะยาวจะช่วยเพิ่มทางเลือกของนโยบายต่างประเทศของไทยในการดำเนินนโยบายทางการทูต การเมือง ความมั่นคง สังคม และเศรษฐกิจ ในเวทีระหว่างประเทศให้มีความหลากหลาย สามารถเผชิญต่อสถานการณ์ที่ท้าทายและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ และภูมิพลังวัฒนธรรมในระดับต่าง ๆ จะช่วยทำให้ประเทศไทยมีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนและบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกับนานาชาติได้ในท้ายที่สุด

รูปที่ ๕.๑ ข้อเสนอแนะแบบการขับเคลื่อนแนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน



ตารางที่ ๕.๑ ภาพรวมแนวทางการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมของไทย ๑๒ สาขา ภายใต้แนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

ระยะขับเคลื่อน	ต้นน้ำ (Upstream Activities)	กลางน้ำ (Midstream Activities)	ปลายน้ำ (Downstream Activities)	ระบบสนับสนุนห่วงโซ่คุณค่า (Key Value Chain Support)
ระยะสั้น (ภายใน ๑ ปี)	๑. สร้างความตระหนัก ค่านิยม ทัศนคติ ๒. พัฒนา Media Skills/Digital Literacy ๓. หลักสูตรทักษะสื่อสารข้ามวัฒนธรรม ๔. หลักสูตรพัฒนาทักษะรายสาขา ๕. หลักสูตร Non-Fungible Token ๖. พัฒนาศักยภาพแกนนำชุมชน ๗. เว็บไซต์ระดับพื้นที่และระดับชาติ	๑. นำภูมิปัญญามาศึกษา วิจัย และต่อยอดนวัตกรรมเพิ่มคุณค่าและมูลค่า ๒. พัฒนาการสร้างสรรค์ผลงานร่วมสมัย ๓. ส่งเสริม Sub-culture ผ่านสื่อต่าง ๆ ๔. วิเคราะห์ Group Studies รายสาขา ๕. สร้างกลไกบูรณาการระดับพื้นที่ ๖. ให้ความช่วยเหลือผู้เงินทุนกรณีเร่งด่วน ๗. ขึ้นทะเบียนผลงาน/ทำเนียบศิลปิน	๑. ส่งเสริมการใช้สินค้าและบริการท้องถิ่น ๒. เผยแพร่เนื้อหาผ่านภาพยนตร์ ละคร ซีรีส์ ผ่าน Streaming (ระยะสั้น มุ่งเน้นประชาชนอาเซียนและทวีปเอเชีย) ๓. นำผลงานยุคก่อนมาพัฒนาเพิ่มคุณค่า ๔. พัฒนาระบบ Non-Fungible Token ๕. พัฒนาโครงข่ายร้านค้าออนไลน์ ๖. ส่งเสริมกลยุทธ์การตลาดให้ผู้ประกอบการ ๗. จัดกิจกรรมเชิงพื้นที่รายปี/วันสำคัญ	๑. สำรวจและวิจัยทุนวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ ๒. พัฒนาระบบฐานข้อมูลดิจิทัล องค์ความรู้ จัดหมายเหตุ และช่องทางการเข้าถึง ๓. จัดตั้งกองทุนภาพยนตร์ ๔. จัดตั้งคณะกรรมการระดับประเทศ (คณะทำงานหลัก-รายสาขา) ๕. จัดตั้งสถาบันภูมิภาษาและปัญญาแผ่นดิน ๖. มียุทธศาสตร์ส่งออกภาษาและวัฒนธรรม ๗. จัดตั้งหน่วยงานสนับสนุน ส่งเสริม และอำนวยความสะดวก ในภาพรวม
ระยะกลาง (ภายใน ๒-๓ ปี)	๑. พัฒนาหลักสูตรในระบบการศึกษา/STREAM/การเรียนรู้ตลอดชีวิต ๒. พัฒนาระบบโค้ชชิ่ง (Coaching) ศิลปินอาวุโส/ครูต้นแบบ ๓. ส่งเสริมการประกวดระดับนานาชาติ ๔. จัดพื้นที่สร้างสรรค์การแสดง/ผลงาน	๑. ยกระดับมาตรฐานการผลิต/สร้างสรรค์ ๒. ส่งเสริมนวัตกรรมเข้าสู่อุตสาหกรรม ๓. ร่วมมือสร้างสรรค์ผลงานกับต่างชาติ ๔. พัฒนาระบบ OBM และ Pre-order ๕. พัฒนาการใช้สื่อ AI และแฟลคเจก ๖. วางกรอบแผนงานระดับพื้นที่	๑. พัฒนาภาพยนตร์/สื่อเผยแพร่ และแปล Local to Global ตาม Group Studies ๒. ส่งเสริมการเจรจาร่วมทุนเพื่อส่งออกสินค้า ๓. จัดกิจกรรมร่วมกับสถานทูต/สถานกงสุล ๔. กิจกรรมทูตวัฒนธรรมและทูตสาธารณะ ๕. สถาบันภูมิภาษาใน ตปท.จัดกิจกรรมต่าง ๆ ๖. ยกระดับเทศกาลท้องถิ่นสู่นานาชาติ	๑. จัดตั้งกองทุนหลักและกองทุนรายสาขา ๒. วางกติกาสันสนุนเงินทุนเข้าถึงได้ง่าย ๓. แก๊ซและพัฒนากฎหมายที่เกี่ยวข้อง ๔. พัฒนาระบบคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และภูมิปัญญาท้องถิ่น ๕. ออกกฎหมายการแบ่งปันผลประโยชน์ ๖. พัฒนาพื้นที่ต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐานสากล
ระยะยาว (ภายใน ๔-๕ ปี)	๑. หลักสูตรพัฒนาทักษะ Story Telling/ Content Creation ๒. ภาครัฐ-เอกชน ร่วมพัฒนาระบบบ่มเพาะศิลปินที่มีศักยภาพสูง ๓. ส่งเสริมศิลปินแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับต่างประเทศ/โครงการศิลปินพำนัก	๑. สร้างเครือข่ายศิลปิน/ธุรกิจไทยกับต่างชาติ ๒. ภาครัฐเป็น “องค์กรแห่งการเรียนรู้” ๓. ผลักดันศิลปินที่มีศักยภาพสู่อุตสาหกรรมระดับชาติและนานาชาติ	๑. พัฒนาระบบคลาวด์และดิจิทัลเพื่อจำหน่ายระบบคุ้มครองผู้บริโภค และระบบบริการหลังการขาย ๒. ส่งเสริมการตลาดตลาด ตปท.ที่ทำนายและผู้ทรงอิทธิพลทางวัฒนธรรมเผยแพร่ ๓. สนับสนุนเงินทุน/ร่วมทุน เพื่อการส่งออก และพัฒนาระบบการแปลงผลงานต่าง ๆ	๑. พัฒนาระบบสวัสดิการและส่งเสริมคุณภาพชีวิตศิลปินและผู้ที่เกี่ยวข้อง ๒. พัฒนาและยกระดับพื้นที่แสดงผลงานสู่การยอมรับในระดับนานาชาติ ๓. ศึกษาและถอดบทเรียนการขับเคลื่อนเพื่อพัฒนาระบบการห่วงโซ่คุณค่า ๔. กำหนดแผนแม่บทขับเคลื่อนระยะยาว

๕.๓ ข้อเสนอแนะการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต

๕.๓.๑ รัฐบาลและคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ควรร่วมกันศึกษาและพัฒนาต้นแบบเครือข่ายภูมิพลังวัฒนธรรมระดับจังหวัด เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมในระดับจังหวัดและระดับชุมชน โดยอาจพิจารณาจากหลักเกณฑ์โดยกว้างอย่างน้อย ๒ ประการ ประการแรก จังหวัดที่มีเครือข่ายขับเคลื่อนการพัฒนาและยกระดับทุนวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง มีหลายภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม และได้รับการยอมรับอย่างเป็นทางการ และประการที่สอง จังหวัดที่มีศักยภาพทรัพยากรภูมิพลังวัฒนธรรมระดับสูง ซึ่งอาจปรากฏสาขาใดสาขาหนึ่งหรือหลากหลายสาขาก็ได้ เช่น การท่องเที่ยว การออกแบบ อาหาร ศิลปะ ภาษา วรรณกรรม ภาพยนตร์ เป็นต้น

๕.๓.๒ รัฐบาล คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมในสาขาต่าง ๆ ควรร่วมกันศึกษาแนวทางการพัฒนาและบูรณาการฐานข้อมูล องค์ความรู้ และทรัพยากรมนุษย์ ทางด้านภูมิพลังวัฒนธรรมในทุกแขนงและทุกระดับ เพื่อประโยชน์ในการนำข้อมูลและองค์ความรู้ไปสู่การเผยแพร่ การเรียนรู้ การพัฒนาและต่อยอดเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน และสงวนรักษา ตลอดจนเป็นฐานข้อมูลสำหรับการเข้าถึงของผู้เสพผลงานและใช้บริการได้สะดวก

๕.๓.๓ รัฐบาล คณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรมในสาขาต่าง ๆ ควรร่วมกันศึกษาและพัฒนากลไกเชิงระบบของห่วงโซ่คุณค่าการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม ตั้งแต่กิจกรรมต้นน้ำ กิจกรรมกลางน้ำ และกิจกรรมปลายน้ำ โดยพิจารณาถึงความครอบคลุมตั้งแต่การบูรณาการการพัฒนาผู้สร้าง ผู้เสพ ผู้สนับสนุน และประสานสอดคล้องกันอย่างครบวงจร

บรรณานุกรม

- Ayhan, Kadir Jun. (๒๐๑๙). "The Boundaries of Public Diplomacy and Nonstate Actors: A Taxonomy of Perspectives," *International Studies Perspectives* ๒๐, no. ๑ (๒๐๑๙): ๖๓-๘๓.
- Berman, Sheri. (๒๐๐๑). "Ideas, Norms, and Culture in Political Analysis," *Comparative Politics*, Vol. ๓๓ No. ๒ (January ๒๐๐๑): ๒๓๑-๒๕๐.
- Brand Finance. (๒๐๒๓). GLOBAL SOFT POWER INDEX. Online <https://brandirectory.com/softpower>. Retrieved ๒๖ December ๒๐๒๓.
- Cull, Nicholas J. (๒๐๑๙). *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age* (Cambridge: Polity Press, ๒๐๑๙).
- Gregory, Bruce. (๒๐๐๘). "Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science* ๖๑๖, no. ๑ (๒๐๐๘): ๒๗๖.
- Hanna, Katie Terrell. (๒๐๒๔). Value Chain. Online <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/value-chain>.
- Hu, Yue. (๒๐๒๓). "Institutional Difference and Cultural Difference: A Comparative Study of Canadian and Chinese Cultural Diplomacy," *Journal of American-East Asian Relations*, Vol. ๒๐ (๒๐๑๓): ๒๕๘.
- Huttunen, Miia. (๒๐๑๗). "De-demonising Japan? Transitioning from war to peace through Japan's cinematic post-war cultural diplomacy in UNESCO's Orient project ๑๙๕๗-๑๙๕๙," *International Journal of Cultural Policy* ๒๓, no. ๖ (๒๐๑๗): ๗๕๓-๗๕๔.
- Inglehart, Ronald and Welzel, Christian. (๒๐๐๕). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence* (Cambridge and New York: Cambridge University Press, ๒๐๐๕).
- Inglehart, Ronald. (๑๙๘๘). "The Renaissance of Political Culture," *The American Political Science Review*, Vol. ๘๒ (December ๑๙๘๘).
- Kanpaksorn, Venus. (๒๐๒๒). Soft Power ส่งอิทธิพลการเติบโตจากเกาหลีใต้ ที่สร้างความสำเร็จไปทั่วโลก. ออนไลน์ <https://thegrowthmaster.com/growth-mindset/soft-power-south-korea>.

Melissen, Jan. ed. (๒๐๐๕). *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (New York: Palgrave MacMillan, ๒๐๐๕).

Nye, Joseph S. (๒๐๑๗). “Soft power: the origins and political progress of a concept,” *Palgrave Communications* ๓, no. ๑๗๐๐๘ (๒๐๑๗), ๒, <https://www.nature.com/articles/palcomms๒๐๑๗๘.pdf>

Ogawa, Tadashi. (๒๐๒๐) “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads.” In *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, edited by Nancy Snow and Nicholas J. Cull. ๒๗๓-๒๘๓. Second Edition. New York: Routledge.

Salika. (๒๐๒๒). ถอดรหัสความสำเร็จของ ๖ ชาติทั่วโลก ที่เดินหน้ารันเศรษฐกิจประเทศด้วย นโยบาย Soft power. ออนไลน์ <https://www.salika.co/๒๐๒๒/๑๒/๐๗/๖-success-case-soft-power-policy/>.

Soeya, Yoshihide. (๑๙๑๒). “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” *The Journal of Race Development*, Vol. ๓, No. ๒ (Oct., ๑๙๑๒) : ๑๘๘-๒๐๐.

Tamaki, Taku. (๒๐๑๙). “Repackaging national identity: Cool Japan and the resilience of Japanese identity narratives,” *Asian Journal of Political Science* ๒๗, no. ๑ (๒๐๑๙): ๑๑๓-๑๑๔.

UNESCO. (n.d.). *Introduction to the Value Chain. Capacity-Building Programme in Africa*, online <https://en.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/digital-library/Introduction%๒๐to%๒๐Value%๒๐Chain.pdf>.

Urban Creature. (๒๐๒๐). อุตสาหกรรมบันเทิง’ เศรษฐกิจหลักเกาหลี หมดดีดจากรัฐบาล. ออนไลน์ <https://urbancreature.co/southkorea-koreanwave/>.

VOA Thai. (๒๐๑๕). อิทธิพลของอังกฤษยังครอบคลุมทั่วโลกแม้จะไม่มีจักรภพปกครอง. ออนไลน์ <https://www.voathai.com/a/britain-soft-power-nm/๒๘๖๒๑๙๐.html>.

กรมยุทธศึกษาทหารเรือ. (๒๕๕๕). *SOFT POWER ตามแนวความคิดของ Joseph Nye*. นาวีกาธิปัตย์สาร, ฉบับที่ ๘๔. หน้า ๓๓-๔๗.

กิตติ ประเสริฐสุข. (๒๕๖๖). Book Review: *Soft Power* ของจิ้น ญีปุ่น เกาหลีใต้ ในอาเซียนและนัยต่อ. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม.

เชมทัตต์ พลเดช. (๒๕๖๖). Soft Power (อำนาจละมุน). ออนไลน์

<https://www.adteb.or.th/content/๓๑๑๐๘/soft-power-อำนาจละมุน-โดย-เชมทัตต์-พลเดช>.

ฉันทนา จันทร์บรรจง. (๒๕๔๒). บทบาททูตวัฒนธรรมต่างประเทศในประเทศไทย และแนวทางการดำเนินงานทูตวัฒนธรรมไทยในต่างประเทศ. กลุ่มงานวิจัยกรุงเทพมหานคร, กรมส่งเสริมวัฒนธรรม.

ธนาภัทร ธาณิรัตน์. (๒๕๖๔). อุตสาหกรรมภาพยนตร์กับ Soft Power ของจีน: กรณีศึกษาภาพยนตร์ของเจียจางเค่อ. สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นันทน์ภัส งามแมน. (๒๕๖๖). ทำความรู้จักอุตสาหกรรมละครออนไลน์ หนึ่งใน Soft Power ทรงพลังของจีน. ออนไลน์ <https://www.ditp.go.th/post/๑๕๑๓๖๓>

ภพรียา พัวพงศกร (เรียบเรียง). (๒๐๒๓). Soft superpower H.E. Mark Gooding, the British Ambassador to Thailand, and Ms. Helga Stellmacher, Country Director of the British Council in Thailand narrated the story of British soft power. ออนไลน์ <https://readthecloud.co/soft-power-uk/>.

รัชณี เอื้อไพโรจน์กิจ. (๒๕๖๕). การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ: กรณีศึกษา Indian Council for Cultural Relations (ICCR). รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่๑๔ ปี ๒๕๖๕ สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ.

สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน). (๒๖๖๑). อุตสาหกรรมแฟชั่นและเครื่องประดับเกาหลีใต้ ออนไลน์ <https://www.thaitextile.org/th/insign/detail.๑๘๑.๑.๐.html>.

สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. (๒๕๖๖). การประชุมวุฒิสภา ครั้งที่ ๒๑ (สมัยสามัญประจำปีครั้งที่หนึ่ง) ๑๐/๑๐/๖๖. ออนไลน์ <https://www.youtube.com/watch?v=๙๖KJfkWmcNw>. สืบค้นวันที่ ๒๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๖

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน. (๒๕๖๖). รายงาน Soft Power สหราชอาณาจักร. รายงานข่าวประจำปีสัปดาห์ ๑๘ - ๒๔ มีนาคม ๒๕๖๖ ออนไลน์ https://oldweb.ditp.go.th/contents_attach/๙๗๙๐๓๓/๙๗๙๐๓๓.pdf.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. (๒๕๖๕). ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้: บทเรียนและข้อเสนอแนะต่อไทย. (พิมพ์ครั้งที่ ๒) ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ. กรุงเทพฯ บริษัท พี. เพรส จำกัด.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. “ตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐกับบทบาททางการทูตในโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลง”
ออนไลน์ <https://isc.mfa.go.th>.

๑. ภาพบรรยากาศการสัมมนาวิชาการภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ

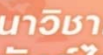


การสัมมนาวิชาการ ภูมิวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติ Thai-International Soft Power

โดย คณะอนุกรรมการด้านศิลปะและวัฒนธรรม
ในคณะกรรมาธิการการศาสนา วัฒนธรรม จริยธรรม ศิลปะและวัฒนธรรม วุฒิสภา













30

กันยายน
2566

เวลา 09.00-16.30 น.
ณ ห้องประชุม 402-403 ชั้น 4
อาคารวุฒิสภา (สว.)
รัฐสภา กรุงเทพมหานคร

ร่วมจัดโดย









๒. ภาพบรรยากาศการจัดงานนิทรรศการ และเวทีเสวนาทางวิชาการ หัวข้อ แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ
วันที่ ๑๑-๑๓ มกราคม ๒๕๖๗ เวลา ๙.๐๐-๑๘.๐๐ นาฬิกา ณ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร

ประชุมหารือการจัดงานสัปดาห์นิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการ
“แนวทางการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ”
ในวันพุธที่ ๒๗ ธันวาคม ๒๕๖๖ ณ ห้องประชุม ๓๒๔ ชั้น ๓ อาคารวุฒิสภา (ฝั่งสว.)

กำหนดจัดงานมี ๒ ช่วงเวลา
ช่วงแรก ระหว่างวันที่ ๑๑ - ๑๒ มกราคม ๒๕๖๗
ณ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร
และช่วงที่สอง การจัดนิทรรศการ ระหว่างวันที่ ๑๕ - ๓๑ มกราคม
ณ ชั้น ๑ อาคารรัฐสภา (ฝั่ง สว.)




นิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการว่าด้วยการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิด
“ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ”
๑๑ - ๑๒ มกราคม ๒๕๖๗
ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น ๑ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร



งานสัปดาห์นิทรรศการและเวทีเสวนาทางวิชาการว่าด้วยการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ ผ่านการดึงดูดทางวัฒนธรรมด้วยสื่อ การท่องเที่ยว ภาพยนตร์ หรือ นโยบายต่างประเทศรูปแบบต่างๆ ซึ่งประเทศไทยเองก็มีทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งที่สามารถใช้ความคิดสร้างสรรค์ และเทคโนโลยี ให้สิ่งเหล่านี้มีบทบาทสำคัญเพื่อสร้างสรรค์สินค้าและบริการให้เกิดขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม จนประสบความสำเร็จในระดับโลก สอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาลไทยในการขับเคลื่อน Soft Power

**เวทีเสวนาทางวิชาการว่าด้วยการขับเคลื่อนภายใต้แนวคิด
“ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ”**
๑๓ มกราคม ๒๕๖๗
ณ ห้องอเนกประสงค์ ชั้น ๑ หอศิลปวัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร



ภายในงานมีการจัดแสดงนิทรรศการของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ยังมีการจัดเวทีเสวนาทางวิชาการเพื่อหาแนวทางการผลักดันภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติสู่ภูมิภาคโดยยึดดิจิทัล และการส่งเสริมภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์ไทย-นานาชาติอย่างยั่งยืน รวมทั้งการระดมความคิดเห็นในเรื่องการพัฒนากฎหมายเพื่อยกระดับการขับเคลื่อนภูมิพลังวัฒนธรรม หรือ Soft Power ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์และส่งเสริมวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ

พิธีเปิดนิทรรศการ การขับเคลื่อนภายใต้แนวคิด “ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ”
๑๕ มกราคม ๒๕๖๗ เวลา ๐๙.๐๐-๑๕.๐๐ นาฬิกา
ณ ชั้น ๑ อาคารภูมิสถา (สว.)



ขอเชิญชมนิทรรศการ “Soft Power ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ”

ผ่าน ระบบ Metaverse

ได้ ๒ ช่องทาง

๑. ผ่านมือถือ สแกน QR Code

และดาวน์โหลด แอปพลิเคชัน Spatial



Metaverse
นิทรรศการ “Soft Power ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ”
ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Spatial บน App Store
สแกน QR Code



Metaverse
นิทรรศการ “Soft Power ภูมิพลังวัฒนธรรมสัมพันธ์นานาชาติ”
ดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน Spatial บน Play Store
สแกน QR Code

๒. และ คอมพิวเตอร์ สามารถเข้าด้วยการกดลิงค์ ...

<https://www.spatial.io/s/Soft-Power-phuumiphlangwathnthurmsamphanthnaanaachaati-659b5a9475eabe1792b901c2?share=2515819549658996083a>

๓. แบบฟอร์มสำรวจข้อคิดเห็นระยะเวลาขับเคลื่อนหน่วยงาน สำหรับจัดทำนิทรรศการจาก ๑๗ หน่วยงาน

แบบสำรวจข้อคิดเห็นการวางกรอบระยะเวลาขับเคลื่อนกลยุทธ์ภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power) สาขา ศิลปะ

ผู้ให้ข้อมูล:

ติดต่อ:

คำชี้แจง ๑. ขอให้ท่านพิจารณากิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์ และระยะระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ ด้วย

เครื่องหมาย ✓ ตามช่วงเวลาที่เหมาะสม

๒. หากท่านเห็นว่า กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์ ยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถแทรกตาราง เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้

๓. โปรดตอบกลับและส่งคืน ภายในวันที่ ๓๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ ทางอีเมลล์

Chardchawin@gmail.com

มติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์ (ท่านสามารถแทรกตารางเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้)	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
กระบวนการต้นน้ำ (Upstream)				
ระบบการศึกษา (Education)	ส่งเสริมหลักสูตร STEAM ในสถานศึกษา			
รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	พัฒนาศักยภาพและสร้างแรงบันดาลใจให้กับนักออกแบบรุ่นใหม่ในการสร้างสรรค์ศิลปะ/กราฟฟิก			
	พัฒนาความรู้ความเข้าใจและทักษะ การขายผลงานในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทนได้ (non-fungible token--NFT) ในกลุ่มศิลปิน			
พัฒนาศักยภาพ (Competency)	บ่มเพาะเด็กและเยาวชนที่มีพรสวรรค์ให้เป็นศิลปินอาชีพ			
	จัดให้มีการถ่ายทอดทักษะความรู้จากศิลปินแห่งชาติ ศิลปินศิลปาธร เพื่อสนับสนุนให้เติบโตเป็นศิลปินระดับโลก			
	ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศิลปินและผู้สร้างสรรค์ผลงานระหว่างประเทศ ในหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนนักเรียน นักศึกษา ศิลปินพำนัก (Artist Residence)			
	กิจกรรมจัดประกวดผลงานด้านศิลปะในกลุ่มเด็ก เยาวชน และคนรุ่นใหม่ ทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับชาติ และผลักดันสู่ระดับนานาชาติ			
กระบวนการกลางน้ำ (Midstream)				
เพิ่มมูลค่าและสร้างสรรค์ (Value Creation & Promotion)	ส่งเสริม สนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการจัดทำผลงานสร้างสรรค์ร่วมกัน ระหว่างศิลปินไทย-ศิลปินต่างชาติ			
	ส่งเสริมการปฏิสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายศิลปิน เพื่อแลกเปลี่ยน (Share) มุมมองการพัฒนาผลงาน และช่องทางจัดจำหน่ายผลงาน			

มิติ/ประเด็น	กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์ (ท่านสามารถแทรกตารางเพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้)	ระยะที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ		
		ระยะสั้น ๑ ปี	ระยะปานกลาง ๒-๓ ปี	ระยะยาว ๔-๕ ปี
สงวนรักษา (Preservation)				
กระบวนการปลายน้ำ (Downstream)				
การตลาด (Marketing)	ส่งเสริมและอำนวยความสะดวก “จับคู่ (Matching)” ระหว่างศิลปินไทย กับ นักสะสมชาวไทยและชาวต่างชาติ			
	จัดงานเทศกาลศิลปะแห่งกรุงเทพ (ระดับชาติ)			
	จัดมหกรรมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยนานาชาติ (Thailand Biennale)			
	ส่งเสริมและอำนวยความสะดวกให้ศิลปิน นำผลงานศิลปะจำหน่ายในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทนได้ (non-fungible token--NFT)			
บริการหลังการขาย (After Sale Service)				
กระบวนการสนับสนุน (Distribution)				
ระบบนิเวศ (Eco-system)	เปิดพื้นที่การแสดงผลงานศิลปะทั้งในพื้นที่เชิงกายภาพและพื้นที่ทางสื่อดิจิทัล เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างรายได้ให้กับศิลปิน			
	พัฒนาระบบการจับคู่ศิลปิน-นักสะสม ผ่านช่องทางดิจิทัล			
	พัฒนาระบบซื้อขายแลกเปลี่ยนผลงานศิลปะ ในรูปแบบเหรียญที่ไม่สามารถทดแทน ได้ (non-fungible token--NFT)			
ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property)				
กองทุน (Funding)	สนับสนุนทุนและงบประมาณเพื่อการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ			

๔. ตัวอย่าง แบบสำรวจข้อคิดเห็นระยะเวลาขับเคลื่อนกลยุทธ์ภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power)

แบบสำรวจข้อคิดเห็นการวางกรอบระยะเวลาขับเคลื่อนกลยุทธ์ภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power)

สาขา ภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์

ผู้ให้ข้อมูล:

ติดต่อ:

คำชี้แจง ๑. ขอให้ท่านพิจารณากิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์ และระยะเวลาที่ควรขับเคลื่อนให้แล้วเสร็จ ด้วย
เครื่องหมาย ✓ ตามช่วงเวลาที่ท่านเห็นว่าเหมาะสม

๒. หากท่านเห็นว่า กิจกรรม/โครงการเชิงกลยุทธ์ ยังไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ สามารถแทรกตาราง
เพื่อให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้

๓. โปรดตอบกลับและส่งคืน ภายในวันที่ ๓๑ มกราคม พ.ศ. ๒๕๖๗ ทางอีเมล

Chardchawin@gmail.com

[illegible]

รื้อฟื้น/เพิ่มทักษะ (Reskill/upskill)	ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) เพื่อการสร้างเกราะป้องกันและแก้ไขปัญหาทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย	X		
	บทบาทภาครัฐ ร่วมมือกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์			
	พัฒนาทักษะของบุคลากรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในโลกดิจิทัลในสายงานต่าง ๆ ของการผลิตภาพยนตร์ ซีรีส์ และละคร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ (ซึ่งเป็นสิ่งที่กระทรวงวัฒนธรรมได้ทำอยู่บ้าง ผ่านโครงการ Content Thailand แต่ยังมีปัญหาเรื่องแรงจูงใจให้บุคลากรเข้าร่วมอบรม) ปัญหาหนึ่งของบุคลากรในวงการ ที่ได้รับความเห็นมาบ่อยคือ ทักษะเรื่อง storytelling ข้อนี้ต้องยอมรับว่าการอบรมระยะสั้นอาจจะไม่ได้ช่วยอะไร แต่ต้องสั่งสมวัตถุดิบในตัวบุคลากรให้เยอะ สถาบันภูมิภาษาและแผ่นดินที่คณะอนุกรรมการด้านศิลปวัฒนธรรม แห่งวุฒิสภา อาจจะช่วยตอบโจทย์นี้	X		X
	พัฒนางานองค์ความรู้และทักษะด้านสื่อดิจิทัลแก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสร้างให้ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีดิจิทัลที่รวดเร็ว (Disruption) และก่อเกิดเทคโนโลยีรูปแบบใหม่อย่างไม่น่าสิ้นสุด เช่น Metaverse Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) เพื่อให้สามารถนำเสนอต่อผู้ชมรูปแบบใหม่ ๆ	X		

พัฒนาศักยภาพ (Competency)	พัฒนาระบบบ่มเพาะและสร้างเสริมศักยภาพของผู้ผลิต ผู้กำกับ ผู้เขียนบทประพันธ์ บทละคร/ภาพยนตร์ ผู้สร้าง และนักแสดงไทย พร้อมกระตุ้นส่งเสริมให้เกิด “ความปรารถนาอย่างแรงกล้า (Passion) ความหลงใหล ความรัก และความผูกพัน” ในหมู่วิศัลปิน ต่อเรื่องราวหนึ่ง เพื่อให้เกิดการต่อยอด ขยายผล รวมตัวกัน สร้างสรรค์ผลงานออกมา (เช่นเดียวกับการพัฒนาบุคลากร คือ ความหลงใหลหรือ passion น่าจะต้องมาจากประเด็นหรือวัตถุดิบหลาย ๆ อย่างที่สั่งสมในตัว ศัลปิน)			X
---	---	--	--	----------



ออกแบบที่ สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา

๐ ๒๕๓๓ ๙๔๑๕, ๐ ๒๕๓๓ ๙๔๑๖, ๐ ๒๕๓๓ ๙๔๑๗, ๐ ๒๕๓๓ ๙๔๑๘

ได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ
ISO
9001:2015
QUALITY MANAGEMENT SYSTEM