

ภูมิพลัง

วัฒนธรรมสร้างสรรค์

Soft Power & Creative Culture



ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

ผู้เขียน

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์
Soft Power & Creative Culture

ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

คณะสังคมศาสตร์

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Soft Power & Creative Culture)

- ผู้แต่ง** : ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร
- ออกแบบปก** : ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร
- พิมพ์ครั้งที่ ๑** : สิงหาคม ๒๕๖๗ จำนวน ๕๐ เล่ม
- ลิขสิทธิ์ของ** : ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตร
 สาขานวัตกรรมการสังคมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์
 ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา คณะสังคมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
- ราคา** : ๒๕๐ บาท

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

ขวัญชนก เหล่าสุนทร

ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ = Soft Power & Creative Culture.—

พระนครศรีอยุธยา : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2567.

130 หน้า.

1. ภูมิพลัง. 2. วัฒนธรรม. 3. การสร้างสรรค์. I. ขวัญชนก เหล่าสุนทร, ผู้วาด
 ภาพประกอบ. II. ชื่อเรื่อง.

338.9

ISBN 978-616-616-424-4

จัดทำโดย : ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร
 ๓๒๔ หมู่ ๔ ตำบลท่าสุต อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ๕๗๑๐๐
 โทรศัพท์ ๐๙๙ ๑๕๙ ๘๗๔๔

พิมพ์ที่ : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย พระนครศรีอยุธยา
 ๗๙ หมู่ ๑ ตำบลลำไทร อำเภอน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ๑๓๑๗๐
 โทรศัพท์ ๐๓๕ ๒๔๘ ๕๕๕-๕๕๕ โทรสาร ๐๓๕ ๒๔๘ ๕๕๕๕

คำนำ

ในโลกยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันสูง การสร้างอิทธิพลและความนิยมในระดับนานาชาติไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่อำนาจทางการทหารหรือเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงพลังอำนาจที่แผ่ซ่านออกมาจากวัฒนธรรม ค่านิยม และความคิดสร้างสรรค์ของประเทศนั้นๆ ด้วย ปรากฏการณ์นี้เรียกว่า "ภูมิพลังวัฒนธรรม" หรือ Soft Power ซึ่งได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ เพิ่มอำนาจต่อรอง และขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ทั่วโลก

หนังสือ "ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์" เล่มนี้ มุ่งนำเสนอมุมมองที่ครอบคลุมและลึกซึ้งเกี่ยวกับแนวคิดภูมิพลังวัฒนธรรมและการประยุกต์ใช้ในบริบทของวัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศไทย เราจะสำรวจตั้งแต่รากฐานทางทฤษฎี ไปจนถึงกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จจากทั่วโลก และวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของตนเอง

ผ่านหน้ากระดาษของหนังสือเล่มนี้ ผู้อ่านจะได้เรียนรู้ว่าภูมิพลังวัฒนธรรมไม่ใช่เพียงแค่เครื่องมือทางการทูตหรือการตลาด แต่เป็นกลไกสำคัญในการสร้างความเข้าใจ ความร่วมมือ และการพัฒนาที่ยั่งยืนระหว่างประเทศ เราจะพิจารณาว่าวัฒนธรรมดั้งเดิมและความคิดสร้างสรรค์สมัยใหม่สามารถผสมผสานกันอย่างไรเพื่อสร้างพลังที่ทรงอิทธิพลในเวทีโลก

นอกจากนี้ หนังสือเล่มนี้ยังมุ่งหวังที่จะเป็นแรงบันดาลใจให้ผู้กำหนดนโยบาย นักวิชาการ ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไป ได้ตระหนักถึงคุณค่าและศักยภาพของวัฒนธรรมไทยในการสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม ตลอดจนเสนอแนวทางในการพัฒนาและใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

ในท้ายที่สุด เราหวังว่าหนังสือเล่มนี้จะเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไทย และสร้างความเข้าใจถึงความสำคัญของวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและเอกลักษณ์ของชาติในยุคโลกาภิวัตน์

หวังเป็นอย่างยิ่งว่าท่านผู้อ่านจะได้รับประโยชน์และความเพลิดเพลินจากการอ่านหนังสือเล่มนี้ และร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยต่อไป

ท้ายที่สุดนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อ-ดร.ชชาย เหล่าสุนทร และคุณแม่-ดร.เฉลิมศรี เหล่าสุนทร ผู้เป็นรากฐานสำคัญของชีวิตและการศึกษาของข้าพเจ้า ท่านทั้งสองได้

ปลูกฝังความรักในวัฒนธรรมไทย และสนับสนุนให้ข้าพเจ้าได้เรียนรู้และซึมซับคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของเราตั้งแต่เยาว์วัย

คุณพ่อและคุณแม่คือแบบอย่างของความวิริยะอุตสาหะ ความคิดสร้างสรรค์ และการอุทิศตนเพื่อส่วนรวม ซึ่งเป็นแรงบันดาลใจสำคัญในการทำงานวิจัยและเขียนหนังสือเล่มนี้ ความเข้าใจในรากเหง้าทางวัฒนธรรมและการสนับสนุนอย่างไม่มีเงื่อนไขของท่านทั้งสอง ทำให้ข้าพเจ้าสามารถมองเห็นคุณค่าและศักยภาพของวัฒนธรรมไทยในบริบทของโลกสมัยใหม่

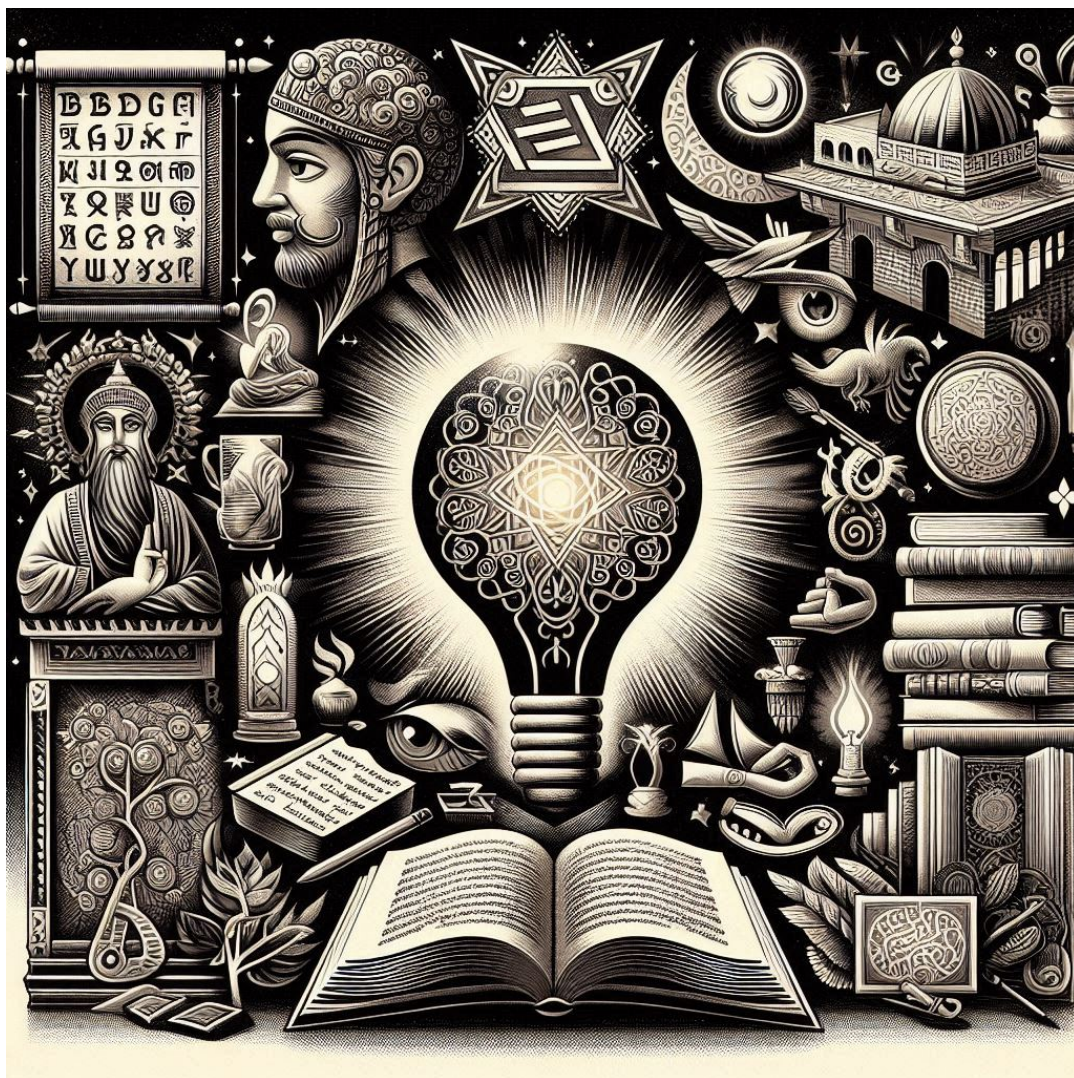
ขอขอบพระคุณสำหรับความรัก การอบรมสั่งสอน และการสนับสนุนที่ไม่มีวันสิ้นสุด หนังสือเล่มนี้จึงขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของคุณพ่อและคุณแม่ ผู้เป็นต้นภูมิพลังวัฒนธรรมในชีวิตของข้าพเจ้าเอง

ด้วยความเคารพและสำนึกในพระคุณอย่างสูงสุด

ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย



สารบัญ

คำนำ.....	๓
สารบัญ.....	๖
บทที่ ๑ ภูมิพลังวัฒนธรรมในโลกปัจจุบัน.....	๑๑
๑.๑ นิยามและแนวคิดของภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power).....	๑๑
๑.๒ ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	๑๕
๑.๓ บทบาทของภูมิพลังวัฒนธรรมในการพัฒนาประเทศและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ.....	๒๒
๑.๔ บทบาทของภูมิพลังวัฒนธรรมในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ.....	๒๔
๑.๕ สรุป.....	๒๖
บทที่ ๒ รากฐานทางทฤษฎีของภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	๒๙
๒.๑ ทฤษฎีภูมิพลังวัฒนธรรมของ Joseph Nye.....	๒๙
๒.๒ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรม.....	๓๔
๒.๓ การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	๓๙
๒.๔ สรุป.....	๔๕
บทที่ ๓ กรณีศึกษาการใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ.....	๔๙
๓.๑ กรณีศึกษาการใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ.....	๔๙
๓.๒ กรณีศึกษาจากประเทศเกาหลีใต้: K-Pop และอุตสาหกรรมบันเทิง.....	๕๓
๓.๓ กรณีศึกษาจากประเทศญี่ปุ่น: อนิเมะ มังงะ และวัฒนธรรมป๊อป.....	๖๐
๓.๔ กรณีศึกษาจากประเทศสหรัฐอเมริกา: ฮอลลีวูดและอุตสาหกรรมภาพยนตร์.....	๖๙
๓.๕ สรุป.....	๗๕
บทที่ ๔ ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทย.....	๘๐
๔.๑ ทิศทางวัฒนธรรมของไทยและศักยภาพในการพัฒนาเป็นภูมิพลังวัฒนธรรม.....	๘๐
๔.๒ นโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทย.....	๘๕
๔.๓ ความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยในเวทีโลก.....	๙๐
๔.๔ สรุป.....	๙๖
บทที่ ๕ นาคตของภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	๙๙
๕.๑ แนวโน้มการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล.....	๑๐๐

สารบัญ (ต่อ)

๕.๒ การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคมในการพัฒนา วัฒนธรรมสร้างสรรค์.....	๑๐๗
๕.๓ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไทย	๑๑๓
๕.๔ สรุป.....	๑๑๗
บรรณานุกรม.....	๑๑๙
ประวัติผู้เขียน.....	๑๒๘

"ภูมิพลังวัฒนธรรม คือ
สะพานที่เชื่อมโยงหัวใจของผู้คนต่างแดน"

บทที่ ๑

ภูมิพลังวัฒนธรรมในโลกปัจจุบัน

ในโลกยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อน การแข่งขันระหว่างประเทศ ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่มิติทางการทหารหรือเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงมิติทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ด้วย แนวคิดเรื่อง "ภูมิพลังวัฒนธรรม" หรือ Soft Power จึงได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในวงการความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การทูต และการพัฒนาประเทศ

๑.๑ นิยามและแนวคิดของภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power)

ภูมิพลังวัฒนธรรม หรือ Soft Power เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในโลกการเมืองระหว่างประเทศและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในปัจจุบัน แนวคิดนี้ถูกนำเสนอครั้งแรกโดย Joseph Nye นักวิชาการด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศชาวอเมริกัน ในช่วงปลายทศวรรษ 1980 และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน

Soft Power เป็นรูปแบบของอำนาจที่แตกต่างจาก Hard Power ซึ่งเป็นการใช้กำลังทางทหารหรือเศรษฐกิจเพื่อบังคับให้ผู้อื่นทำตามความต้องการ แต่ Soft Power เป็นความสามารถในการดึงดูดและโน้มน้าวให้ผู้อื่นต้องการในสิ่งที่เราต้องการ โดยไม่ต้องใช้การบังคับหรือให้สิ่งตอบแทน

๑. นิยามของ Soft Power Joseph Nye ได้ให้นิยามของ Soft Power ไว้ว่า "Soft Power คือความสามารถในการได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการด้วยการดึงดูดใจมากกว่าการบังคับหรือให้สิ่งตอบแทน มันเกิดจากความน่าดึงดูดใจของวัฒนธรรม อุดมการณ์ทางการเมือง และนโยบายของประเทศหนึ่ง เมื่อนโยบายของเรามีความชอบธรรมในสายตาของผู้อื่น Soft Power ของเราก็จะเพิ่มขึ้น" (Nye, 2004) นิยามนี้ชี้ให้เห็นว่า Soft Power เป็นรูปแบบของอำนาจที่ไม่ได้ใช้การบังคับ แต่เป็นการสร้างแรงดึงดูดและความน่าสนใจ ทำให้ผู้อื่นอยากทำตามโดยสมัครใจ

๒. แหล่งที่มาของ Soft Power Nye ได้ระบุแหล่งที่มาหลักของ Soft Power ไว้ ๓ ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม (Culture) วัฒนธรรมเป็นแหล่งสำคัญของ Soft Power โดยเฉพาะวัฒนธรรมที่มีความน่าดึงดูดใจในระดับสากล เช่น ภาพยนตร์ ดนตรี ศิลปะ วรรณกรรม แฟชั่น อาหาร เป็นต้น ประเทศที่มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับในระดับโลกจะมี Soft Power

สูง เช่น สหรัฐอเมริกามี Hollywood และเพลง Pop, ญี่ปุ่นมี anime และ manga, เกาหลีใต้มี K-pop และซีรีส์เกาหลี เป็นต้น, **ค่านิยมทางการเมือง (Political Values)** ค่านิยมทางการเมืองที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เช่น ประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน เสรีภาพ ความเท่าเทียม นิติธรรม เป็นต้น ประเทศที่ยึดมั่นและส่งเสริมค่านิยมเหล่านี้จะมี Soft Power สูงในสายตาของประเทศอื่นๆ ที่มีค่านิยมคล้ายคลึงกันและ **นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies)** นโยบายต่างประเทศที่ได้รับการมองว่ามีความชอบธรรม มีเหตุผล และคำนึงถึงผลประโยชน์ของประเทศอื่นด้วย จะช่วยเสริมสร้าง Soft Power ให้กับประเทศนั้นๆ เช่น นโยบายการให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรม การสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืน การส่งเสริมสันติภาพ เป็นต้น

๓. กลไกการทำงานของ Soft Power Soft Power ทำงานผ่านกลไกหลายประการ ได้แก่ **การสร้างความน่าดึงดูดใจ (Attraction)** Soft Power สร้างความน่าดึงดูดใจผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบาย ทำให้ผู้อื่นอยากเลียนแบบหรือทำตาม, **การกำหนดวาระ (Agenda-setting)** ประเทศที่มี Soft Power สูงสามารถกำหนดประเด็นสำคัญในเวทีระหว่างประเทศได้, **การโน้มน้าวใจ (Persuasion)** Soft Power ช่วยในการโน้มน้าวใจให้ผู้อื่นเห็นด้วยกับจุดยืนหรือนโยบายของประเทศ, **การสร้างความชอบธรรม (Legitimacy)** Soft Power ช่วยสร้างการยอมรับและความชอบธรรมให้การกระทำหรือนโยบายของประเทศ

๔. ความแตกต่างระหว่าง Soft Power และ Hard Power Soft Power แตกต่างจาก Hard Power ในหลายประการ ได้แก่ **วิธีการ** Hard Power ใช้การบังคับหรือให้สิ่งตอบแทน เช่น การใช้กำลังทหาร การคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจ การให้เงินช่วยเหลือ ในขณะที่ Soft Power ใช้การดึงดูดและโน้มน้าวใจ, **ผลลัพธ์** Hard Power มักให้ผลลัพธ์ที่เห็นได้ชัดเจนและรวดเร็วกว่า แต่ Soft Power มักให้ผลลัพธ์ที่ยั่งยืนกว่าในระยะยาว, **ต้นทุน** Hard Power มักมีต้นทุนสูงกว่า ทั้งในแง่ของทรัพยากรและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในขณะที่ Soft Power มีต้นทุนต่ำกว่าและมักไม่สร้างความขัดแย้ง, **การควบคุม** รัฐบาลสามารถควบคุม Hard Power ได้โดยตรง แต่ Soft Power มักเกิดจากภาคส่วนต่างๆ ในสังคม ทำให้ควบคุมได้ยากกว่า

๕. ความสำคัญของ Soft Power ในโลกปัจจุบัน Soft Power มีความสำคัญมากขึ้นในโลกปัจจุบันด้วยเหตุผลหลายประการ ได้แก่ **โลกาภิวัตน์และการเชื่อมต่อ** โลกที่เชื่อมต่อกันมากขึ้นทำให้การแพร่กระจายของวัฒนธรรมและค่านิยมเป็นไปได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น, **การเปลี่ยนแปลงของภูมิทัศน์ทางการเมืองโลก** การเกิดขึ้นของระบบหลายขั้วอำนาจทำให้การใช้

Hard Power เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป, **ความซับซ้อนของปัญหาระดับโลก** ปัญหาระดับโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การก่อการร้าย โรคระบาด ต้องการความร่วมมือระหว่างประเทศ ซึ่ง Soft Power สามารถช่วยสร้างได้ **และการเติบโตของประชาสังคมและสื่อสังคมออนไลน์** ทำให้ประชาชนมีบทบาทในการสร้างและแพร่กระจาย Soft Power มากขึ้น

๖. การวัดและประเมิน Soft Power การวัดและประเมิน Soft Power เป็นเรื่องที่ทำทนาย เนื่องจากเป็นแนวคิดที่เป็นนามธรรมและมีหลายมิติ อย่างไรก็ตาม มีความพยายามในการสร้างดัชนีและเครื่องมือวัด Soft Power หลายรูปแบบ เช่น **Soft Power 30 Index**: จัดทำโดย Portland Communications ร่วมกับ USC Center on Public Diplomacy วัด Soft Power ของประเทศต่างๆ โดยพิจารณาจากปัจจัย ๖ ด้าน ได้แก่ รัฐบาล วัฒนธรรม การศึกษา ความเชี่ยวชาญทางธุรกิจ การมีส่วนร่วมในระดับโลก และดิจิทัล, **Brand Finance Global Soft Power Index** จัดอันดับ Soft Power ของประเทศต่างๆ โดยพิจารณาจากปัจจัยหลายด้าน เช่น ความคุ้นเคย ชื่อเสียง อิทธิพล และประสิทธิภาพในด้านต่างๆ **และการสำรวจความคิดเห็นสาธารณะ**: การสำรวจทัศนคติของประชาชนในประเทศต่างๆ ที่มีต่อประเทศอื่นๆ สามารถใช้เป็นตัวชี้วัด Soft Power ได้

๗. กรณีศึกษาการใช้ Soft Power ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการใช้ Soft Power ผ่านวัฒนธรรมป๊อป ภาพยนตร์ Hollywood ดนตรี แบรินด์สินค้า และคำนิยม ประชาธิปไตย, **ญี่ปุ่น** ใช้ Cool Japan Strategy เพื่อส่งเสริม Soft Power ผ่านวัฒนธรรมป๊อป เช่น anime, manga, อาหาร เทคโนโลยี, **เกาหลีใต้** ใช้ Korean Wave หรือ Hallyu เพื่อส่งเสริม Soft Power ผ่าน K-pop, ซีรีส์เกาหลี อาหาร และเครื่องสำอาง**และจีน** พยายามเพิ่ม Soft Power ผ่านโครงการ Belt and Road Initiative, สถาบันขงจื้อ และการลงทุนในต่างประเทศ

๘. ข้อวิจารณ์และข้อจำกัดของแนวคิด Soft Power แม้ว่าแนวคิด Soft Power จะได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง แต่ก็มีข้อวิจารณ์และข้อจำกัดหลายประการ **ความยากในการวัดและประเมินผล** เนื่องจาก Soft Power เป็นแนวคิดที่เป็นนามธรรม จึงยากที่จะวัดและประเมินผลอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้การเปรียบเทียบระหว่างประเทศหรือการติดตามความเปลี่ยนแปลงเป็นไปได้ยาก, **ความไม่แน่นอนของผลลัพธ์** การใช้ Soft Power ไม่ได้รับประกันว่าจะได้ผลลัพธ์ตามที่ต้องการเสมอไป เพราะขึ้นอยู่กับการศึกษาและการรับรู้ของผู้รับสาร, **ความล่าช้าของผลลัพธ์**: Soft Power มักใช้เวลานานกว่าจะเห็นผล ทำให้ยากต่อการวางแผนและการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์,

ความไม่สอดคล้องกับนโยบายอื่น บางครั้ง Soft Power ของประเทศอาจถูกลดทอนด้วยนโยบายอื่น ๆ ที่ขัดแย้งกัน เช่น การใช้กำลังทหารหรือการละเมิดสิทธิมนุษยชน, การควบคุมที่จำกัด รัฐบาลไม่สามารถควบคุม Soft Power ได้ทั้งหมด เพราะส่วนใหญ่เกิดจากภาคเอกชนและประชาสังคม และความเป็นตะวันตกนิยม มีการวิจารณ์ว่าแนวคิด Soft Power มีความเอนเอียงไปทางตะวันตก และอาจไม่เหมาะสมกับบริบทของประเทศอื่นๆ

๙. การพัฒนาแนวคิด Soft Power แนวคิด Soft Power ได้รับการพัฒนาและขยายความเพิ่มเติมโดยนักวิชาการหลายท่าน รวมถึง Joseph Nye เอง, Smart Power Nye เสนอแนวคิด Smart Power ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่าง Soft Power และ Hard Power อย่างชาญฉลาด เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด, Sharp Power Christopher Walker และ Jessica Ludwig เสนอแนวคิด Sharp Power ซึ่งอธิบายถึงการใช้อิทธิพลเชิงบังคับและการบิดเบือนข้อมูลโดยระบอบอำนาจนิยม, Sticky Power Walter Russell Mead เสนอแนวคิด Sticky Power ซึ่งอธิบายถึงอำนาจทางเศรษฐกิจที่ทำให้ประเทศอื่นๆ ต้องพึ่งพาและยากที่จะถอนตัวและ Normative Power Ian Manners เสนอแนวคิด Normative Power ซึ่งอธิบายถึงความสามารถในการกำหนดบรรทัดฐานระหว่างประเทศ

๑๐. การประยุกต์ใช้ Soft Power ในบริบทต่างๆ Soft Power ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงในบริบทของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเท่านั้น แต่สามารถประยุกต์ใช้ในบริบทอื่นๆ ได้ด้วย การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ใช้ Soft Power ในการสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจกับประชาชนของประเทศอื่น, การตลาดระหว่างประเทศ ใช้ Soft Power ในการสร้างภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าและบริการ, การท่องเที่ยว ใช้ Soft Power ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ, การศึกษานานาชาติ ใช้ Soft Power ในการดึงดูดนักศึกษาต่างชาติและสร้างเครือข่ายระหว่างประเทศ, การพัฒนาองค์กร ใช้แนวคิด Soft Power ในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรและภาวะผู้นำ

๑๑. อนาคตของ Soft Power ในอนาคต Soft Power มีแนวโน้มที่จะมีความสำคัญมากขึ้น ด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้ การเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้การแพร่กระจายของวัฒนธรรมและข้อมูลเป็นไปได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น, การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร คนรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญกับค่านิยมและวัฒนธรรมมากขึ้น, ความท้าทายระดับโลก ปัญหาระดับโลกต้องการความร่วมมือระหว่างประเทศ ซึ่ง Soft Power สามารถช่วยสร้างได้, การ

แข่งขันทางเศรษฐกิจ ประเทศต่างๆ จะใช้ Soft Power มากขึ้นในการสร้างความได้เปรียบทางเศรษฐกิจ, การเปลี่ยนแปลงในระบบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การเกิดขึ้นของระบบหลายขั้วอำนาจทำให้ Soft Power มีความสำคัญมากขึ้น

บทสรุป

Soft Power เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในโลกปัจจุบัน แม้จะมีข้อจำกัดและความท้าทายในการวัดและประเมินผล แต่ Soft Power ก็เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างอิทธิพลและความร่วมมือระหว่างประเทศ การเข้าใจและใช้ประโยชน์จาก Soft Power อย่างชาญฉลาดจะช่วยให้ประเทศและองค์กรต่างๆ สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นในโลกที่มีการเชื่อมต่อและซับซ้อนมากขึ้นเรื่อยๆ

๑.๒ ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์

ในโลกยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อน วัฒนธรรมนับเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาและความก้าวหน้าของสังคม การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำความเข้าใจพลวัตทางวัฒนธรรมและศักยภาพในการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางสังคมและเศรษฐกิจ

ภูมิพลังวัฒนธรรม (Cultural Power) หมายถึง พลังอำนาจที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละสังคม ซึ่งสามารถส่งผลต่อความคิด พฤติกรรม และวิถีชีวิตของผู้คน รวมถึงการกำหนดทิศทางการพัฒนาของสังคมนั้นๆ ในขณะที่วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture) เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม ผ่านการผสมผสานระหว่างความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และมรดกทางวัฒนธรรม

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสองแนวคิดนี้จะช่วยให้เราเข้าใจถึงกลไกการทำงานของวัฒนธรรมในฐานะเครื่องมือขับเคลื่อนการพัฒนา และเห็นถึงโอกาสในการใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความเจริญก้าวหน้าและความยั่งยืนให้กับสังคม ในบทความนี้ เราจะวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในหลากหลายมิติ ได้แก่ ความเชื่อมโยงเชิงแนวคิด ผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ตลอดจนความท้าทายและโอกาสในการประยุกต์ใช้แนวคิดทั้งสองในบริบทของประเทศไทยและสังคมโลก

๑ นิยามและแนวคิดพื้นฐาน

๑.๑ ภูมิพลังวัฒนธรรม (Cultural Power)

ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นแนวคิดที่อธิบายถึงอิทธิพลและพลังอำนาจที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละสังคม ซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อข้อกำหนดความคิด ความเชื่อ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้คนในสังคมนั้นๆ นักวิชาการด้านวัฒนธรรมศึกษา อย่างเช่น ศาสตราจารย์ ดร.เสรี พงศ์พิศ ได้ให้ความหมายของภูมิพลังวัฒนธรรมว่าเป็น "พลังที่มีอยู่ในวัฒนธรรมทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นทุนในการพัฒนาและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและสังคม" (เสรี พงศ์พิศ, ๒๕๕๒)

ภูมิพลังวัฒนธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญหลายประการ ได้แก่

๑) ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) องค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่สั่งสมมาจากบรรพบุรุษและถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น

๒) ความเชื่อและศาสนา (Beliefs and Religion) ระบบความเชื่อและหลักคำสอนทางศาสนาที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตและจิตใจของผู้คน

๓) ประเพณีและพิธีกรรม (Traditions and Rituals) แบบแผนการปฏิบัติที่สืบทอดกันมาและมีความหมายเชิงสัญลักษณ์

๔) ศิลปะและวรรณกรรม (Art and Literature) ผลงานสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์และจิตวิญญาณของผู้คนในสังคม

๕) ภาษาและการสื่อสาร (Language and Communication) ระบบสัญลักษณ์ที่ใช้ในการถ่ายทอดความคิดและความหมายระหว่างสมาชิกในสังคม

ศาสตราจารย์ ดร.อานันท์ กาญจนพันธุ์ นักมานุษยวิทยาชื่อดังของไทย ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับภูมิพลังวัฒนธรรมว่า "เป็นพลังที่แฝงอยู่ในวิถีชีวิต ความเชื่อ และภูมิปัญญาของผู้คน ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นฐานในการสร้างความเข้มแข็งและพึ่งพาตนเองของชุมชน" (อานันท์ กาญจนพันธุ์, ๒๕๕๖)

๑.๒ วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture)

วัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ ๒๐ โดยมุ่งเน้นการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมมาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม แนวคิดนี้มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industries) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

ดร.สุรพล วิรุฬห์รักษ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรมไทย ได้ให้คำนิยามของวัฒนธรรมสร้างสรรค์ว่า "เป็นการนำเอามรดกทางวัฒนธรรมมาต่อยอดและพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยอาศัยความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม" (สุรพล วิรุฬห์รักษ์, ๒๕๖๐)

องค์ประกอบสำคัญของวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ประกอบด้วย:

- ๑) ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) มรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้
- ๒) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ความสามารถในการคิดนอกกรอบและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ
- ๓) นวัตกรรม (Innovation) การนำเอาความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่า
- ๔) เทคโนโลยี (Technology) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาและเผยแพร่ผลงานสร้างสรรค์
- ๕) การตลาดและการสื่อสาร (Marketing and Communication) กลยุทธ์ในการนำเสนอและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

ศาสตราจารย์ ดร.ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์ อดีตผู้อำนวยการสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ได้กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรมสร้างสรรค์ว่า "เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ โดยการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านกระบวนการสร้างสรรค์และนวัตกรรม" (ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์, 2558)

๒. ความเชื่อมโยงระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์

ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์มีลักษณะเป็นความสัมพันธ์เชิงพลวัตและเกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยสามารถวิเคราะห์ความเชื่อมโยงได้ในหลายมิติ ดังนี้

๒.๑ ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นฐานของวัฒนธรรมสร้างสรรค์

ภูมิพลังวัฒนธรรมเปรียบเสมือนรากฐานและแหล่งที่มาของทุนทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานและนวัตกรรมทางวัฒนธรรม ศาสตราจารย์ ดร.สุภัฏญา สุจฉายา นักคติชนวิทยา ได้อธิบายความสัมพันธ์นี้ว่า "ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นชุมทรัพย์ทางปัญญาและ

จิตวิญญาณของชุมชน ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดและพัฒนาเป็นผลงานสร้างสรรค์ที่มีคุณค่าและมูลค่าในบริบทร่วมสมัย" (สุกัญญา สุจนายา, ๒๕๖๒)

ตัวอย่างเช่น ภูมิปัญญาในการทอผ้าพื้นเมืองของแต่ละท้องถิ่น สามารถนำมาประยุกต์และพัฒนาเป็นแฟชั่นร่วมสมัยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือความเชื่อและพิธีกรรมท้องถิ่นสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นการแสดงศิลปะร่วมสมัยที่สื่อสารกับผู้ชมในยุคปัจจุบัน

๒.๒ วัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นกลไกในการเสริมพลังและต่อยอดภูมิพลังวัฒนธรรม

ในขณะที่ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นฐานของวัฒนธรรมสร้างสรรค์ วัฒนธรรมสร้างสรรค์ก็มีบทบาทสำคัญในการเสริมพลังและต่อยอดภูมิพลังวัฒนธรรมให้มีความร่วมสมัยและมีพลังมากขึ้น ดร.วีระ โชติธรรมภรณ์ นักวิชาการด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้กล่าวว่า "วัฒนธรรมสร้างสรรค์ช่วยให้ภูมิพลังวัฒนธรรมมีชีวิตชีวาและเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น ผ่านการตีความและนำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัยและน่าสนใจ" (วีระ โชติธรรมภรณ์, ๒๕๖๓)

ตัวอย่างเช่น การนำเอานิทานพื้นบ้านมาสร้างเป็นแอนิเมชันหรือเกมดิจิทัล ช่วยให้เรื่องราวและคุณค่าทางวัฒนธรรมเข้าถึงเยาวชนรุ่นใหม่ได้ง่ายขึ้น หรือการนำเอาดนตรีพื้นบ้านมาผสมผสานกับดนตรีร่วมสมัย ช่วยให้เกิดการอนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางดนตรีในรูปแบบที่มีความทันสมัย

๒.๓ การสร้างคุณค่าและมูลค่าร่วมกัน

ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ก่อให้เกิดการสร้างคุณค่าและมูลค่าร่วมกันทั้งในมิติทางเศรษฐกิจและสังคม ศาสตราจารย์ ดร.อภิชาติ ใจอารีย์ นักเศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม ได้อธิบายว่า "การผสมผสานระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ช่วยให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน" (อภิชาติ ใจอารีย์, ๒๕๖๑)

ตัวอย่างเช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ที่นำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างเป็นกิจกรรมและประสบการณ์ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนควบคู่ไปกับการอนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม

๓. ผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในหลายมิติ ดังนี้

๓.๑ การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

การผสมผสานระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ก่อให้เกิดโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง ดร. ธเนศ วงศ์ยานนาวา นักวิชาการด้านสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา ได้กล่าวว่า "การนำเอาทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเวทีเศรษฐกิจโลก" (ธเนศ วงศ์ยานนาวา, ๒๕๕๙)

ตัวอย่างเช่น การพัฒนาอุตสาหกรรมแฟชั่นที่นำเอาลวดลายผ้าพื้นเมืองมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าร่วมสมัย หรือการสร้างสรรค์อาหารฟิวชั่นที่ผสมผสานระหว่างวัตถุดิบและเทคนิคการปรุงแบบดั้งเดิมกับการนำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัย

๓.๒ การสร้างงานและกระจายรายได้

ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ก่อให้เกิดโอกาสในการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ใช้ฐานวัฒนธรรม ศาสตราจารย์ ดร.อำนาจ เย็นสบาย นักวิชาการด้านศิลปวัฒนธรรม ได้อธิบายว่า "การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม ช่วยสร้างโอกาสทางอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น และส่งเสริมการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง" (อำนาจ เย็นสบาย, ๒๕๖๐)

ตัวอย่างเช่น การพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สร้างรายได้ให้กับชาวบ้านจากการนำเสนอมรดกภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในรูปแบบที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว

๓.๓ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม

นอกเหนือจากมิติทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ยังมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคม ผ่านการสร้างความรู้ภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม รองศาสตราจารย์ ดร.ยุกติ มุกดาวิจิตร นักมานุษยวิทยา ได้กล่าวว่า "การนำเอาภูมิพลังวัฒนธรรมมาสร้างสรรค์และพัฒนาในบริบทร่วมสมัย ช่วยให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจและตระหนักถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน" (ยุกติ มุกดาวิจิตร, ๒๕๖๔)

ตัวอย่างเช่น การฟื้นฟูและพัฒนาเทศกาลประเพณีท้องถิ่นให้มีความร่วมสมัยและน่าสนใจสำหรับคนรุ่นใหม่ ช่วยสร้างความภาคภูมิใจและความสามัคคีในชุมชน รวมทั้งเป็นการสืบทอดคุณค่าและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่คนรุ่นต่อไป

๔. บทบาทในการสร้างอัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์มีบทบาทสำคัญในการสร้างและรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม รวมทั้งส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมในสังคม ดังนี้:

๔.๑ การสร้างและรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นรากฐานสำคัญของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ในขณะที่วัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือในการนำเสนอและสื่อสารอัตลักษณ์นั้นในบริบทร่วมสมัย ศาสตราจารย์ ดร. นิธิ เอียวศรีวงศ์ นักประวัติศาสตร์และนักคิดชื่อดัง ได้กล่าวว่า "การผสมผสานระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ช่วยให้อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมีพลวัตและสามารถปรับตัวให้เข้ากับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป โดยไม่สูญเสียแก่นแท้ของตนเอง" (นิธิ เอียวศรีวงศ์, ๒๕๕๗)

ตัวอย่างเช่น การพัฒนาศิลปะการแสดงร่วมสมัยที่นำเอาทำรำแบบดั้งเดิมมาผสมผสานกับเทคนิคการเต้นสมัยใหม่ ช่วยรักษาอัตลักษณ์ของศิลปะการแสดงไทยไว้ ในขณะที่เดียวกันก็ทำให้เข้าถึงผู้ชมรุ่นใหม่ได้มากขึ้น

๔.๒ การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ยังมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยเปิดพื้นที่ให้กับการแสดงออกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย รองศาสตราจารย์ ดร. สมสุข หินวิมาน นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน ได้อธิบายว่า "วัฒนธรรมสร้างสรรค์เปิดโอกาสให้เกิดการผสมผสานและแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ซึ่งนำไปสู่การสร้างพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและเปิดกว้างมากขึ้น" (สมสุข หินวิมาน, ๒๕๖๒)

ตัวอย่างเช่น การจัดเทศกาลดนตรีที่นำเสนอการผสมผสานระหว่างดนตรีพื้นบ้านของแต่ละภูมิภาคกับดนตรีร่วมสมัย ช่วยสร้างความเข้าใจและการยอมรับในความหลากหลายทางวัฒนธรรมผ่านภาษาของดนตรี

๕ ความท้าทายและโอกาสในการประยุกต์ใช้แนวคิด

การประยุกต์ใช้แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทยและสังคมโลก มีทั้งความท้าทายและโอกาสที่สำคัญ ดังนี้

๕.๑ ความท้าทาย

๑) การรักษาสสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา การนำเอาภูมิพลังวัฒนธรรมมาพัฒนาเป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ต้องคำนึงถึงการรักษาคุณค่าและความหมายดั้งเดิมไว้ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและสังคมร่วมสมัยได้

๒) การพัฒนาทักษะและความรู้ที่จำเป็น การสร้างสรรค์ผลงานที่ผสมผสานระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ ต้องอาศัยทักษะและความรู้ที่หลากหลาย ทั้งในด้านวัฒนธรรมดั้งเดิมและเทคโนโลยีสมัยใหม่

๓) การสร้างความเข้าใจและการยอมรับในสังคม การนำเสนอวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ๆ อาจเผชิญกับความไม่เข้าใจหรือการต่อต้านจากบางส่วนของสังคม โดยเฉพาะกลุ่มที่ยึดมั่นในรูปแบบดั้งเดิม

๔) การแข่งขันในตลาดโลก การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมสร้างสรรค์ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดโลก ซึ่งต้องอาศัยการพัฒนาคุณภาพและการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างต่อเนื่อง

๕.๒ โอกาส

๑) การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การผสมผสานระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์เปิดโอกาสในการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีเอกลักษณ์และมูลค่าสูง

๒) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การนำเสนอวัฒนธรรมในรูปแบบที่สร้างสรรค์และน่าสนใจ ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น

๓) การสร้างความภาคภูมิใจและความเข้มแข็งทางวัฒนธรรม การพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์บนฐานของภูมิพลังวัฒนธรรม ช่วยสร้างความภาคภูมิใจและความตระหนักในคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม

๔) การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ วัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในเวทีระหว่างประเทศ

บทสรุป

ความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในยุคปัจจุบัน การผสมผสานระหว่างรากฐานทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ แต่ยังมีส่วน

สำคัญในการรักษาและส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และสังคม อย่างไรก็ตาม การพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน และสถาบันการศึกษา ในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและการสร้างสรรค์ รวมทั้งการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับการสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพและมูลค่า ท้ายที่สุด การตระหนักถึงความสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ จะนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างความเจริญทางเศรษฐกิจ แต่ยังรักษาไว้ซึ่งคุณค่าและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอันเป็นรากฐานสำคัญของสังคมไทย และสังคมโลก

๑.๓ บทบาทของภูมิพลังวัฒนธรรมในการพัฒนาประเทศและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศในหลายมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

๑. ด้านเศรษฐกิจ ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศผ่านหลายช่องทาง

๑) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นจุดดึงดูดสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในแง่ของโบราณสถาน ประเพณี เทศกาล และวิถีชีวิตท้องถิ่น ศาสตราจารย์ ดร.มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด นักเศรษฐศาสตร์และผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมหาศาล และยิ่งช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น หากมีการจัดการที่ดีจะสามารถสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนได้" (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด, ๒๕๖๓)

๒) อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การนำทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่ม เช่น แฟชั่น การออกแบบ ภาพยนตร์ และดนตรี ดร.สุวิทย์ เมษินทรีย์ อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้เน้นย้ำว่า "การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับเศรษฐกิจไทยสู่ประเทศรายได้สูง โดยเฉพาะในยุค Thailand ๔.๐" (สุวิทย์ เมษินทรีย์, ๒๕๖๐)

๓) การส่งออกสินค้าวัฒนธรรม สินค้าที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม เช่น อาหารไทย ผลิตภัณฑ์สปา และงานหัตถกรรม สามารถสร้างมูลค่าการส่งออกได้อย่างมหาศาล

๔) การลงทุนจากต่างประเทศ ภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ดีสามารถดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศได้ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

๒. ด้านสังคม ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสังคมในหลายมิติ

๑) การสร้างความภาคภูมิใจและอัตลักษณ์ของชาติ วัฒนธรรมช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันและความภาคภูมิใจในความเป็นชาติ รองศาสตราจารย์ ดร.ยุกติ มุกดาวิจิตร นักมานุษยวิทยา กล่าวว่า "การตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่นและวัฒนธรรมชาติช่วยสร้างความมั่นคงทางจิตใจและความเข้มแข็งทางสังคม โดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการไหลบ่าของวัฒนธรรมต่างชาติ" (ยุกติ มุกดาวิจิตร, ๒๕๖๔)

๒) การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม การยอมรับและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมช่วยลดความขัดแย้งในสังคมและสร้างความสมานฉันท์

๓) การพัฒนาทุนมนุษย์ การส่งเสริมการเรียนรู้และสืบทอดภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมช่วยพัฒนาทักษะและความคิดสร้างสรรค์ของประชาชน

๔) การแก้ไขปัญหาสังคม การใช้มิติทางวัฒนธรรมในการแก้ไขปัญหาสังคม เช่น การใช้ศิลปะบำบัดในการฟื้นฟูผู้ติดยาเสพติด หรือการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ

๓. ด้านการเมือง ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในมิติทางการเมืองดังนี้

๑) การสร้างความชอบธรรมทางการเมือง วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ถูกใช้ในการสร้างความชอบธรรมให้กับระบอบการปกครองและสถาบันทางการเมือง ศาสตราจารย์ ดร. ชัยวัฒน์ สถาอานันท์ นักรัฐศาสตร์ชื่อดัง อธิบายว่า "วัฒนธรรมทางการเมืองไทยมีรากฐานมาจากประวัติศาสตร์และความเชื่อดั้งเดิม ซึ่งมีอิทธิพลต่อการกำหนดรูปแบบและพฤติกรรมทางการเมืองในปัจจุบัน" (ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, ๒๕๖๑)

๒) การทูตวัฒนธรรม การใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศและสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

๓) การส่งเสริมประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชน การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออกทางวัฒนธรรมและการยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาประชาธิปไตย

๔) การสร้างสันติภาพและความมั่นคง การใช้การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างความเข้าใจและลดความขัดแย้งระหว่างกลุ่มต่างๆ ในสังคม ดร.สุรชาติ บำรุงสุข นักวิชาการด้านความมั่นคงศึกษา เสนอว่า "การใช้มิติทางวัฒนธรรมในการแก้ไขปัญหาความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ เช่น การส่งเสริมการศึกษาและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในระยะยาวมากกว่าการใช้มาตรการทางทหารเพียงอย่างเดียว" (สุรชาติ บำรุงสุข, ๒๕๖๕)

จะเห็นได้ว่า ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง การตระหนักถึงความสำคัญและการใช้ประโยชน์จากภูมิพลังวัฒนธรรมอย่างชาญฉลาดจะช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน

๑.๔ บทบาทของภูมิพลังวัฒนธรรมในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการกำหนดและดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในหลายมิติ ดังนี้

๑. การสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของประเทศ วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีโลก ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และทัศนคติของประเทศอื่นๆ

ศาสตราจารย์ ดร.ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ นักประวัติศาสตร์และนักวิชาการด้านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา กล่าวว่า "ประเทศไทยได้ใช้วัฒนธรรมในการสร้างภาพลักษณ์ของ 'สยามเมืองยิ้ม' และ 'ดินแดนแห่งความสุข' ซึ่งมีส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากต่างประเทศ" (ธเนศ อาภรณ์สุวรรณ, ๒๕๖๒)

การสร้างแบรนด์ประเทศ (Nation Branding) ผ่านมิติทางวัฒนธรรมยังช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองในเวทีระหว่างประเทศ และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางเศรษฐกิจระดับโลก

๒. การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นจุดดึงดูดสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นอกจากนี้ การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม เช่น โครงการแลกเปลี่ยนนักศึกษา เทศกาลภาพยนตร์นานาชาติ หรือการจัดนิทรรศการศิลปะ ยังช่วยสร้างความเข้าใจและมิตรภาพระหว่างประชาชนของประเทศต่างๆ

ดร.ยวดี นิรัตน์ตระกูล ผู้อำนวยการฝ่ายวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับประเทศ แต่ยังเป็นการทูตวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพ ช่วยสร้างความเข้าใจและความประทับใจต่อประเทศไทยในสายตาชาวต่างชาติ" (ยวดี นิรัตน์ตระกูล, ๒๕๖๔)

๓. การเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ วัฒนธรรมสามารถเป็นจุดเชื่อมโยงในการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านต่างๆ เช่น

๑) การศึกษา การแลกเปลี่ยนทางวิชาการและวัฒนธรรมระหว่างสถาบันการศึกษา
๒) วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การร่วมมือในการวิจัยและพัฒนาบนพื้นฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น

๓) เศรษฐกิจ การส่งเสริมการค้าและการลงทุนผ่านความเข้าใจทางวัฒนธรรม ศาสตราจารย์ ดร.สุรชาติ บำรุงสุข นักวิชาการด้านความมั่นคงศึกษา เสนอว่า "การใช้วัฒนธรรมเป็นสะพานเชื่อมในการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอาเซียน จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงและการพัฒนาในภูมิภาคได้อย่างยั่งยืน" (สุรชาติ บำรุงสุข, ๒๕๖๓)

๔. การจัดการความขัดแย้งและการสร้างสันติภาพ วัฒนธรรมสามารถเป็นเครื่องมือในการลดความตึงเครียดและสร้างความเข้าใจระหว่างประเทศที่มีความขัดแย้ง ผ่านการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการสร้างความเข้าใจในความแตกต่าง

รองศาสตราจารย์ ดร.ชาญวิทย์ เกษตรศิริ นักประวัติศาสตร์และนักวิชาการด้านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา กล่าวว่า "การใช้มิติทางวัฒนธรรมในการแก้ไขปัญหาคความขัดแย้งระหว่างประเทศ เช่น กรณีพิพาทเขตแดนระหว่างไทยกับกัมพูชา สามารถช่วยลดความตึงเครียดและสร้างบรรยากาศแห่งความร่วมมือได้" (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, ๒๕๖๑)

๕. การเสริมสร้างอำนาจและอิทธิพลในเวทีโลก ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญของ Soft Power ที่ประเทศต่างๆ ใช้ในการเสริมสร้างอำนาจและอิทธิพลในเวทีระหว่างประเทศ โดยไม่ต้องใช้กำลังทหารหรือการบีบบังคับทางเศรษฐกิจ

ศาสตราจารย์ ดร.ไชยวัฒน์ คำชู นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ อธิบายว่า "ประเทศไทยมีศักยภาพสูงในการใช้ Soft Power ผ่านวัฒนธรรม อาหาร และการท่องเที่ยว ในการเสริมสร้างบทบาทและอิทธิพลในภูมิภาคและเวทีโลก ซึ่งจะช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองทางการทูตและเศรษฐกิจ" (ไชยวัฒน์ คำชู, ๒๕๖๕)

๖. การส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน วัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับโลก โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ (SDGs) เช่น การลดความยากจน การส่งเสริมการศึกษา และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

ดร.สุรินทร์ พิศสุวรรณ อดีตเลขาธิการอาเซียน กล่าวว่า "การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมดั้งเดิมในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชน เป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ซึ่งประเทศไทยสามารถแบ่งปันประสบการณ์และความรู้ในด้านนี้กับประเทศอื่นๆ ได้" (สุรินทร์ พิศสุวรรณ, ๒๕๖๔)

จะเห็นได้ว่า ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญและหลากหลายในการกำหนดและดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การตระหนักถึงความสำคัญและการใช้ประโยชน์จากภูมิพลังวัฒนธรรมอย่างชาญฉลาดจะช่วยเสริมสร้างบทบาทและอิทธิพลของประเทศในเวทีโลก ตลอดจนส่งเสริมความร่วมมือและการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับนานาชาติ

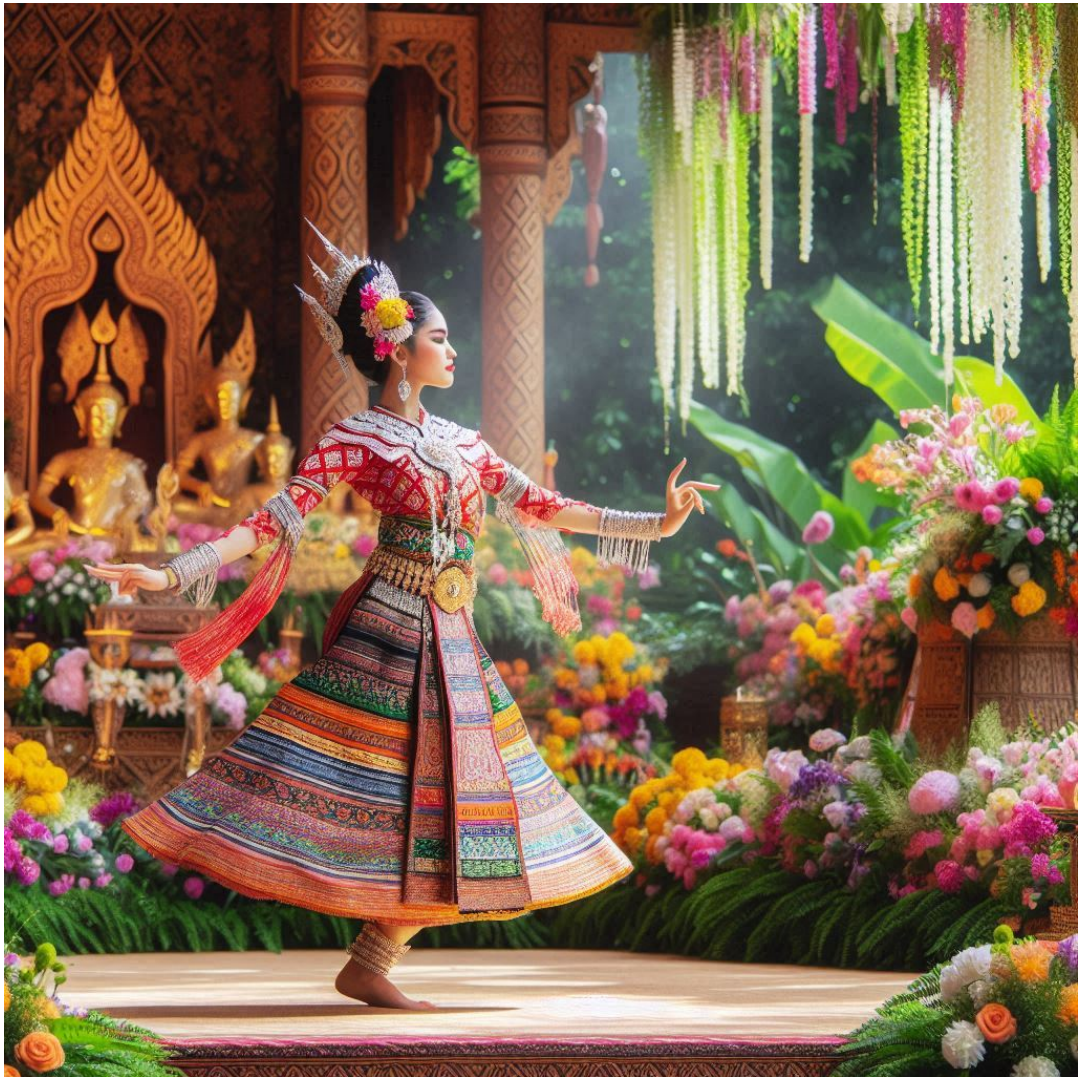
๑.๕ สรุป

ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการกำหนดและส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในหลายมิติ ทั้งในด้านการสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของประเทศ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ ในด้านการสร้างภาพลักษณ์และอัตลักษณ์ของประเทศ ภูมิพลังวัฒนธรรมถูกใช้ในการสร้างแบรนด์ประเทศ ส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม ผ่านการใช้ศิลปะ วรรณกรรม ประวัติศาสตร์ ภาษา กีฬา และเทคโนโลยี

ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ภูมิพลังวัฒนธรรมมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดเทศกาลและงานประเพณี การแลกเปลี่ยนทางการศึกษา และการจัดนิทรรศการศิลปะและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังรวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวชุมชน ในด้านการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ ภูมิพลังวัฒนธรรมถูกใช้ในการทูตวัฒนธรรม การสร้างเครือข่ายทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์มรดกโลก การจัดการประชุมและสัมมนานานาชาติ และการ

ร่วมมือทางการศึกษาและวิจัย นอกจากนี้ยังรวมถึงการใช้กีฬาและเทคโนโลยีในการส่งเสริมความร่วมมือ และการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ร่วมกัน

การใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพสามารถช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ และสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญคือต้องคำนึงถึงความเคารพในความหลากหลายทางวัฒนธรรม และการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละวัฒนธรรมไว้ด้วย การใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมอย่างชาญฉลาด และมีความรับผิดชอบจะช่วยส่งเสริมความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างประเทศในระยะยาว



บทที่ ๒

รากฐานทางทฤษฎีของภูมิพลังวัฒนธรรมและ วัฒนธรรมสร้างสรรค์

ในโลกยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและซับซ้อน แนวคิดเรื่องภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ได้รับความสนใจอย่างมากในแวดวงวิชาการและการพัฒนา ทั้งสองแนวคิดนี้มีความเชื่อมโยงกันอย่างลึกซึ้งและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ ทั่วโลก

ภูมิพลังวัฒนธรรม (Cultural Power) หมายถึง พลังอำนาจที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรม ซึ่งสามารถสร้างอิทธิพลและผลกระทบต่อวิถีชีวิต ความคิด และพฤติกรรมของผู้คนในสังคม ในขณะที่วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture) เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการพัฒนาและต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม การศึกษารากฐานทางทฤษฎีของทั้งสองแนวคิดนี้จะช่วยให้เราเข้าใจถึงที่มา พัฒนาการ และ ความสำคัญของภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

๒.๑ ทฤษฎีภูมิพลังวัฒนธรรมของ Joseph Nye

ทฤษฎีภูมิพลังวัฒนธรรม (Soft Power Theory) ของ Joseph Nye เป็นแนวคิดทางรัฐศาสตร์และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่มีอิทธิพลอย่างมากในโลกปัจจุบัน

๑. ความเป็นมาและนิยาม

Joseph Nye เสนอแนวคิดเรื่อง Soft Power ครั้งแรกในปี ๑๙๙๐ ในหนังสือ "Bound to Lead The Changing Nature of American Power" โดยเขาให้คำนิยามว่า Soft Power คือ "ความสามารถในการได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการผ่านการดึงดูดใจมากกว่าการบังคับหรือให้สิ่งตอบแทน"

Nye มองว่าอำนาจของรัฐไม่ได้มีเพียงมิติทางการทหารและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังมีมิติทางวัฒนธรรมและค่านิยมที่สามารถสร้างอิทธิพลต่อประเทศอื่นได้โดยไม่ต้องใช้กำลังบังคับ ซึ่งเขาเรียกว่า "Soft Power" หรือ "อำนาจละมุน" นั่นเอง

๒. องค์ประกอบของ Soft Power Nye ระบุว่า Soft Power ประกอบด้วย ๓ แหล่งที่มาหลัก ได้แก่

๑) วัฒนธรรม (Culture) ทั้งวัฒนธรรมระดับสูง เช่น ศิลปะ วรรณกรรม การศึกษา และวัฒนธรรมประชาานิยม เช่น ดนตรี ภาพยนตร์ อาหาร แฟชั่น

๒) ค่านิยมทางการเมือง (Political values) เช่น ประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน เสรีภาพ

๓) นโยบายต่างประเทศ (Foreign policies) นโยบายที่มีความชอบธรรมและมีอำนาจทางศีลธรรม

๓. กระบวนการทำงานของ Soft Power Soft Power ทำงานผ่านกระบวนการดังนี้

๑) การสร้างความดึงดูดใจ (Attraction) ประเทศใช้วัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายเพื่อสร้างความดึงดูดใจต่อประเทศอื่น

๒) การสร้างความชอบธรรม (Legitimacy) สร้างการยอมรับในบทบาทและสถานะของประเทศในเวทีโลก

๓) การกำหนดวาระ (Agenda-setting) มีอิทธิพลในการกำหนดประเด็นสำคัญในเวทีระหว่างประเทศ

๔) การสร้างความร่วมมือ (Cooperation) ชักจูงให้ประเทศอื่นร่วมมือโดยสมัครใจ

๕) การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior change) ทำให้ประเทศอื่นเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมตามที่ต้องการโดยไม่ต้องใช้การบังคับ

๔. ผลลัพธ์ของการใช้ Soft Power

๑) เพิ่มอิทธิพลทางการเมืองระหว่างประเทศ

๒) สร้างพันธมิตรและความร่วมมือระหว่างประเทศ

๓) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจ

๔) ส่งเสริมภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศ

๕) ลดความขัดแย้งและเพิ่มความมั่นคงระหว่างประเทศ

๕. ตัวอย่างการใช้ Soft Power

๑) สหรัฐอเมริกา ใช้อิทธิพลทางวัฒนธรรมผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด เพลงป๊อป แร็ปเปอร์ สีนค้ำ และค่านิยมประชาธิปไตย

๒) เกาหลีใต้ ใช้ Korean Wave หรือ Hallyu ผ่านซีรีส์ เพลง K-pop และสินค้าวัฒนธรรมอื่นๆ

๓) ญี่ปุ่น ใช้วัฒนธรรมป๊อปผ่านการ์ตูนมังงะ อนิเมะ และเกม รวมถึงอาหารญี่ปุ่น

๔) จีน ใช้สถาบันขงจื้อเพื่อเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีน และนโยบาย Belt and Road Initiative

๕) ฝรั่งเศส ใช้วัฒนธรรมระดับสูง เช่น แฟชั่น ศิลปะ วรรณกรรม และอาหาร

๖. ข้อวิจารณ์และข้อจำกัดของทฤษฎี Soft Power

๑) การวัดผลทำได้ยาก ผลลัพธ์ของ Soft Power มักเป็นนามธรรมและวัดได้ยาก

๒) ผลลัพธ์ใช้เวลานาน การสร้าง Soft Power ต้องใช้เวลาและความต่อเนื่อง

๓) ไม่สามารถควบคุมได้ทั้งหมด รัฐบาลไม่สามารถควบคุมทุกแง่มุมของ Soft Power ได้

๔) อาจถูกตีความเป็นการแทรกแซง บางประเทศอาจมองว่าเป็นการแทรกแซงทางวัฒนธรรม

๕) ประสิทธิภาพขึ้นอยู่กับบริบท Soft Power อาจได้ผลในบางประเทศแต่ไม่ได้ผลในบางประเทศ

๗. การประยุกต์ใช้ Soft Power ในปัจจุบัน

๑) การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ใช้สื่อและกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อสื่อสารกับประชาชนต่างประเทศ

๒) การทูตดิจิทัล (Digital Diplomacy) ใช้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างอิทธิพล

๓) Nation Branding การสร้างแบรนด์ประเทศเพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวและการลงทุน

๔) การศึกษาระหว่างประเทศ การแลกเปลี่ยนนักศึกษาและทุนการศึกษา

๕) ความช่วยเหลือด้านการพัฒนา การให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจและมนุษยธรรมแก่ประเทศอื่น

๘. Soft Power vs. Hard Power Nye เปรียบเทียบ Soft Power กับ Hard Power ดังนี้

๑) Hard Power ใช้การบังคับหรือให้รางวัล, ใช้กำลังทางทหารหรือเศรษฐกิจ, ได้ผลเร็วแต่อาจสร้างความขัดแย้ง

๒) Soft Power ใช้การดึงดูดใจและชักจูง, ใช้วัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบาย, ใช้เวลานานแต่สร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืน

๙. Smart Power ในภายหลัง Nye ได้เสนอแนวคิด "Smart Power" ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่าง Soft Power และ Hard Power อย่างชาญฉลาด โดยเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับสถานการณ์

๑๐. การพัฒนาทฤษฎี Soft Power

ตั้งแต่ Nye เสนอแนวคิดนี้ในปี ๑๙๙๐ ทฤษฎี Soft Power ได้รับการพัฒนาและขยายความโดยนักวิชาการหลายท่าน เช่น

๑) Janice Bially Mattern (๒๐๐๕) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง Soft Power กับอัตลักษณ์และภาษา

๒) Craig Hayden (๒๐๑๒) ศึกษาการใช้ Soft Power ในการทูตสาธารณะ

๓) Giulio Gallarotti (๒๐๑๑) เสนอแนวคิด "Cosmopolitan Power" ที่รวม Soft Power และ Hard Power เข้าด้วยกัน

๑๑. Soft Power ในบริบทโลกปัจจุบัน ในโลกยุคโลกาภิวัตน์และดิจิทัล Soft Power มีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจาก

๑) การเชื่อมต่อทางดิจิทัลทำให้วัฒนธรรมแพร่กระจายได้ง่ายและรวดเร็ว

๒) ความขัดแย้งระหว่างประเทศมีความซับซ้อนมากขึ้น ไม่สามารถแก้ไขด้วย Hard Power เพียงอย่างเดียว

๓) ประชาชนมีบทบาทในการกำหนดนโยบายต่างประเทศมากขึ้น ทำให้ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความนิยมในระดับประชาชน

๔) การแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศต้องอาศัยภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศมากขึ้น

๑๒. การวัดและประเมิน Soft Power แม้จะวัดได้ยาก แต่มีความพยายามในการสร้างเครื่องมือวัด Soft Power เช่น

๑) Soft Power 30 Index โดย Portland Communications

๒) Global Soft Power Index โดย Brand Finance

๓) Elcano Global Presence Index

๔) การสำรวจความคิดเห็นสาธารณะระหว่างประเทศ

๑๓. Soft Power ในบริบทของประเทศไทย ประเทศไทยมีการใช้ Soft Power ในหลายรูปแบบ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมไทย, การส่งเสริมอาหารไทยผ่านโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก, การใช้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงในการทูตเพื่อการพัฒนา และการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และซอฟต์แวร์

๑๔. ความท้าทายในการใช้ Soft Power การรักษาสสมดุลระหว่างการส่งเสริมวัฒนธรรมกับการรักษาอัตลักษณ์, การจัดการกับผลกระทบด้านลบของวัฒนธรรมประชานิยม, การแข่งขันด้าน Soft Power ที่เพิ่มขึ้นระหว่างประเทศต่างๆ, การรับมือกับการโจมตีทาง Soft Power จากประเทศคู่แข่ง และการพัฒนากลยุทธ์ Soft Power ที่ยั่งยืนในระยะยาว

๑๕. อนาคตของ Soft Power การใช้ AI และเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างและเผยแพร่ Soft Power, การพัฒนา Soft Power ในมิติใหม่ๆ เช่น ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน, การปรับตัวของ Soft Power ในโลกหลังโควิด-19, การใช้ Soft Power ในการแก้ไขปัญหาระดับโลก เช่น การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการพัฒนากลยุทธ์ Soft Power ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น

บทสรุป

ทฤษฎีภูมิพลังวัฒนธรรม หรือ Soft Power ของ Joseph Nye ได้เปลี่ยนแปลงมุมมองเกี่ยวกับอำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ โดยชี้ให้เห็นว่าอำนาจไม่ได้จำกัดอยู่เพียงมิติทางทหารและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงอิทธิพลทางวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายที่สามารถดึงดูดและชักจูงประเทศอื่นได้โดยไม่ต้องใช้การบังคับ

Soft Power ทำงานผ่านกระบวนการสร้างความดึงดูดใจ ความชอบธรรม การกำหนดวาระ และการสร้างความร่วมมือ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มอิทธิพลทางการเมืองระหว่างประเทศ การสร้างพันธมิตร และการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ แม้จะมีข้อจำกัดและความท้าทายในการใช้และวัดผล แต่ Soft Power ก็ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศของหลายประเทศทั่วโลก

ในโลกยุคปัจจุบันที่มีการเชื่อมต่อทางดิจิทัลอย่างกว้างขวาง Soft Power ยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น โดยประเทศต่างๆ ต้องปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์ Soft Power ให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป รวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในการสร้างและเผยแพร่อิทธิพลทางวัฒนธรรม

ในอนาคต คาดว่า Soft Power จะยังคงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยอาจมีการพัฒนาแนวคิดและการประยุกต์ใช้ในมิติใหม่ๆ เพื่อตอบสนองต่อความท้าทายระดับโลกที่ซับซ้อนมากขึ้น ทั้งนี้ การใช้ Soft Power อย่างมีประสิทธิภาพจะต้องอาศัยความเข้าใจในบริบททางวัฒนธรรม การวางแผนระยะยาว และการผสมผสานกับเครื่องมืออื่นๆ ทาง การทูตและนโยบายต่างประเทศอย่างสมดุล

๒.๒ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

๑ นิยามและความหมาย

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) หมายถึง แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ (UNCTAD, ๒๐๐๘)

อุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Cultural Industry) คือ อุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าหรือบริการทางวัฒนธรรม ซึ่งมีคุณค่าเชิงสัญลักษณ์ ความหมาย หรือการแสดงออกทางวัฒนธรรม โดยไม่คำนึงถึงคุณค่าเชิงพาณิชย์ที่อาจมี และไม่ว่าจะถูกผลิตโดยภาครัฐหรือเอกชน (UNESCO, ๒๐๐๙)

ทั้งสองแนวคิดนี้มีความเกี่ยวข้องและเชื่อมโยงกันอย่างใกล้ชิด โดยอุตสาหกรรมวัฒนธรรมถือเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่นำเอาทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

๒. องค์ประกอบสำคัญ

๑) องค์ประกอบของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑.๑) ทุนมนุษย์ (Human Capital) บุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และความสามารถในการสร้างนวัตกรรม

๑.๒) ทุนทางสังคม (Social Capital) เครือข่ายความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างบุคคล องค์กร และภาคส่วนต่างๆ

๑.๓) ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) มรดกทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและประเทศ

๑.๔) ทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) องค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และนวัตกรรมต่างๆ

๑.๕) โครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยี ระบบสาธารณูปโภค การสื่อสาร และเทคโนโลยีที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์และเผยแพร่ผลงาน

๒. องค์ประกอบของอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

๒.๑) มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น

๒.๒) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) ดนตรี การเต้นรำ ละคร และการแสดงพื้นบ้าน

๒.๓) ทัศนศิลป์ (Visual Arts) จิตรกรรม ประติมากรรม ภาพถ่าย และงานฝีมือ

๒.๔) สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อใหม่ (Publishing and New Media) หนังสือ นิตยสาร สื่อดิจิทัล และเกม

๒.๕) โสตทัศน (Audiovisual) ภาพยนตร์ โทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์

๒.๖) การออกแบบ (Design) แฟชั่น กราฟิก สถาปัตยกรรม และการออกแบบผลิตภัณฑ์

๒.๗) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้และสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น

๓. ขั้นตอนและกระบวนการ

๓.๑) การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๑) การวิเคราะห์ศักยภาพและทุนทางวัฒนธรรม ประเมินทรัพยากรทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีอยู่

๒) การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ วางแผนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับประเทศและท้องถิ่น

๓) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมการศึกษา ฝึกอบรม และพัฒนาทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

๔) การสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กฎหมาย และนโยบายที่สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

๕) การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา สนับสนุนการสร้างองค์ความรู้ใหม่และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี

๖) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม

๗) การส่งเสริมการตลาดและการเข้าถึงตลาด พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการสร้างสรรค์

๓.๒) กระบวนการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม

๑) การอนุรักษ์และฟื้นฟู รักษามรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่

๒) การวิจัยและพัฒนา ศึกษาวิจัยเพื่อต่อยอดองค์ความรู้และสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรม

๓) การสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและความหมาย

๔) การผลิต แปลงความคิดสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่จับต้องได้

๕) การเผยแพร่และจัดจำหน่าย นำเสนอและกระจายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมสู่ผู้บริโภค

๖) การบริโภคและการมีส่วนร่วม สร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคกับผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

๔. ผลลัพธ์และผลกระทบ

๔.๑) ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ

๑) การสร้างมูลค่าเพิ่ม เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการผ่านการใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม

๒) การสร้างรายได้และการจ้างงาน เกิดอาชีพและรายได้ใหม่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

๓) การกระจายรายได้ สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการรายย่อย

๔) การส่งออกและการท่องเที่ยว เพิ่มรายได้จากการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

๔.๒) ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม

- ๑) การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรม รักษาอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่
- ๒) การพัฒนาทุนมนุษย์ ยกกระดับทักษะและความสามารถของแรงงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- ๓) การสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและความภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น
- ๔) การส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม สนับสนุนการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม

๔.๓) ผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม

- ๑) การส่งเสริมการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตที่ยั่งยืน
- ๒) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ส่งเสริมการใช้วัสดุท้องถิ่นและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมผ่านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

๕. ตัวอย่างกรณีศึกษา

๕.๑) เมืองสร้างสรรค์ของ UNESCO UNESCO ได้ริเริ่มเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (Creative Cities Network) เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างเมืองที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน ตัวอย่างเช่น เชียงใหม่ (ประเทศไทย) เมืองสร้างสรรค์ด้านหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน, โบโลญญา (อิตาลี) เมืองสร้างสรรค์ด้านดนตรี, มอนทรีออล (แคนาดา) เมืองสร้างสรรค์ด้านการออกแบบ เมืองเหล่านี้ได้พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของทุนทางวัฒนธรรมที่มีอยู่ สร้างงาน สร้างรายได้ และส่งเสริมการท่องเที่ยววัฒนธรรม

๕.๒) อุตสาหกรรมภาพยนตร์เกาหลี อุตสาหกรรมภาพยนตร์และดนตรีเกาหลีใต้ หรือที่รู้จักกันในชื่อ "Korean Wave" หรือ "Hallyu" เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประสบความสำเร็จ โดยมีกระบวนการดังนี้

- ๑) การสนับสนุนจากภาครัฐ รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ลงทุนอย่างมากในการส่งเสริมอุตสาหกรรมบันเทิงตั้งแต่ทศวรรษ ๑๙๙๐

๒) การพัฒนาคุณภาพการผลิต ยกกระดับมาตรฐานการผลิตภาพยนตร์และรายการโทรทัศน์ให้ทัดเทียมระดับสากล

๓) การส่งออกวัฒนธรรม ส่งเสริมการเผยแพร่ผลงานไปยังต่างประเทศ โดยเฉพาะในเอเชีย

๔) การสร้างแบรนด์ประเทศ ใช้อุตสาหกรรมบันเทิงในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศ

ผลลัพธ์ อุตสาหกรรมนี้สร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศ ส่งเสริมการท่องเที่ยว และเพิ่มอิทธิพลทางวัฒนธรรมของเกาหลีใต้ในระดับโลก

๕.๓) หมู่บ้านศิลปินมอนมาร์ตร์ ปารีส หมู่บ้านศิลปินมอนมาร์ตร์ในกรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เป็นตัวอย่างของการพัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ที่ผสมผสานระหว่างศิลปะ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

๑) การอนุรักษ์พื้นที่ทางประวัติศาสตร์ รักษาสถาปัตยกรรมและบรรยากาศดั้งเดิมของย่าน

๒) การส่งเสริมศิลปิน เปิดพื้นที่ให้ศิลปินท้องถิ่นและนานาชาติได้สร้างสรรค์และจำหน่ายผลงาน

๓) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จัดกิจกรรมและนิทรรศการศิลปะอย่างต่อเนื่อง

๔) การสร้างระบบนิเวศทางวัฒนธรรม พัฒนาร้านอาหาร คาเฟ่ และสถานที่พักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

ผลลัพธ์ มอนมาร์ตร์กลายเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชนและศิลปิน และรักษามรดกทางวัฒนธรรมของปารีสไว้ได้อย่างมีชีวิตชีวา

บทสรุป

เศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมเป็นแนวคิดที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในยุคปัจจุบัน โดยมีจุดเด่นสำคัญดังนี้ การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ใช้ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ, การอนุรักษ์และต่อยอดวัฒนธรรม รักษาอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรม พร้อมทั้งพัฒนาให้ร่วมสมัย, การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งเสริมการพัฒนาทักษะและความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์, การสร้าง

ความยั่งยืน ส่งเสริมการพัฒนาที่สมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน สร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าและบริการในตลาดโลก

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม รวมถึงการวางแผนและดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยคำนึงถึงบริบททางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจของแต่ละพื้นที่

ในอนาคต คาดว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมจะมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์มีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่จะเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มในอนาคต

๒.๓ การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์

๑. ความหมายและความสำคัญ

ภูมิพลังวัฒนธรรม (Cultural Power) หมายถึง พลังอำนาจที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรมของชุมชนหรือสังคมหนึ่งๆ ซึ่งสั่งสมมาเป็นเวลานาน และสามารถส่งผลต่อวิถีชีวิต ความคิด และพฤติกรรมของผู้คนในสังคมนั้น ภูมิพลังวัฒนธรรมมักจะสะท้อนผ่านประเพณี ความเชื่อ ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ศิลปะ และวิถีปฏิบัติต่างๆ ที่สืบทอดกันมา

วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture) เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นการนำเอาทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอด สร้างสรรค์ และพัฒนาให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม โดยผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และเทคโนโลยีสมัยใหม่ วัฒนธรรมสร้างสรรค์มุ่งเน้นการสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม แต่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดร่วมสมัยได้

การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์จึงเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยการผสมผสานคุณค่าดั้งเดิมกับแนวคิดสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไปพร้อมกัน

๒. ขั้นตอนและกระบวนการบูรณาการ

การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์มีขั้นตอนและกระบวนการดังนี้

๒.๑) การสำรวจและวิเคราะห์ภูมิพลังวัฒนธรรม ศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชุมชน, รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี และความเชื่อ และวิเคราะห์จุดแข็งและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน

๒.๒) การประเมินศักยภาพทางเศรษฐกิจและสังคม วิเคราะห์โอกาสทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม, ประเมินความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ และวิเคราะห์แนวโน้มและกระแสความนิยมในตลาดโลก

๒.๓) การระดมความคิดสร้างสรรค์ จัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับชุมชนและผู้เชี่ยวชาญ, เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่มีส่วนร่วมในการเสนอแนวคิด และใช้เทคนิคการคิดเชิงออกแบบ (Design Thinking) เพื่อสร้างไอเดียใหม่ๆ

๒.๔) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานภูมิปัญญาดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่, สร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยว และพัฒนาแบรนด์และการตลาดที่สื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๕) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือ เชื่อมโยงผู้ผลิตในชุมชนกับนักออกแบบและผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด, สร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและหน่วยงานวิจัยและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๒.๖) การพัฒนาทักษะและศักยภาพของชุมชน จัดอบรมเพื่อพัฒนาทักษะด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด, ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการผลิตและจำหน่ายสินค้า และสร้างผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรุ่นใหม่

๒.๗) การประเมินผลและปรับปรุง ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง, รับฟังความคิดเห็นจากผู้บริโภคและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการอย่างสม่ำเสมอ

๓. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น

การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์สามารถก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สำคัญหลายประการ ดังนี้

๓.๑) ด้านเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม, สร้างรายได้และโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน, พัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในตลาดโลก

๓.๒) ด้านสังคมและวัฒนธรรม อนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างมีชีวิตชีวา, สร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และรากเหง้าทางวัฒนธรรม, ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ

๓.๓) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาทักษะและความสามารถของคนในชุมชน, สร้างผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมรุ่นใหม่ และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการสืบทอดภูมิปัญญา

๓.๔) ด้านนวัตกรรม กระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค์ผลงานและนวัตกรรมทางวัฒนธรรม, ผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่กับภูมิปัญญาดั้งเดิม และพัฒนารูปแบบการนำเสนอและการสื่อสารทางวัฒนธรรมแบบใหม่

๓.๕) ด้านสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืน, อนุรักษ์ภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สรุป

การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยการผสมผสานคุณค่าทางวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ กระบวนการนี้ช่วยให้ชุมชนสามารถรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้ได้ ในขณะที่เดียวกันก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางเศรษฐกิจ

การดำเนินการบูรณาการต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของตลาด นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะและศักยภาพของคนในชุมชน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการบูรณาการนี้ไม่เพียงแต่จะส่งผลดีต่อเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังช่วยอนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม สร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ

๔. ตัวอย่างกรณีศึกษา

ลำดับ	กรณีศึกษา	ขั้นตอนการบูรณาการ	ผลลัพธ์
๑	<p>หมู่บ้านบาติกเกาะยอ จังหวัดสงขลา</p> <p>หมู่บ้านบาติกเกาะยอ เป็นตัวอย่างที่ดีของการบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรม และวัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยชุมชนได้นำเอาภูมิปัญญาการทำผ้าทอเกาะยอแบบดั้งเดิม มาผสมผสานกับเทคนิคการทำบาติกซึ่งเป็นศิลปะการเขียนลวดลายบนผ้าด้วยเทียน ผลลัพธ์ที่ได้คือผลิตภัณฑ์ผ้าบาติกที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว สะท้อนวิถีชีวิตและธรรมชาติของท้องถิ่น</p>	<p>๑. ศึกษาและรวบรวม ลวดลายดั้งเดิมของผ้าทอเกาะยอ</p> <p>๒. จัดอบรมเทคนิคการทำบาติกให้กับชาวบ้านในชุมชน</p> <p>๓. พัฒนาลวดลายใหม่ที่ผสมผสานระหว่างศิลปะดั้งเดิมและร่วมสมัย</p> <p>๔. สร้างแบรนด์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น</p> <p>๕. เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยจัดทำโปรแกรมเรียนรู้ และทดลองทำบาติก</p>	<p>- สร้างรายได้เสริมให้กับชุมชน</p> <p>- อนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาการทำผ้าแบบดั้งเดิม</p> <p>- พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาด</p> <p>- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่</p>
๒	<p>โครงการ OTOP นวัตวิถี จังหวัดเชียงใหม่</p> <p>โครงการ OTOP นวัตวิถีในจังหวัดเชียงใหม่เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างของการบูรณาการภูมิพลังวัฒนธรรมกับ</p>	<p>๑. คัดเลือกผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีศักยภาพในการพัฒนา</p> <p>๒. จัดอบรมการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์</p>	<p>- ยกกระดับคุณภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ OTOP</p> <p>- สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่เชื่อมโยง</p>

	<p>วัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดย มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีมูลค่าเพิ่มและเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวชุมชน</p>	<p>๓. พัฒนาเรื่องราว (Story) ของผลิตภัณฑ์ที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ๔. สร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งผลิต OTOP กับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ๕. พัฒนาทักษะการเล่าเรื่องและการนำเสนอให้กับชุมชน</p>	<p>กับ วิถีชีวิต และ วัฒนธรรมท้องถิ่น - เพิ่มรายได้ให้กับ ชุมชนจากการท่องเที่ยวและการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ - อนุรักษ์และสืบทอด ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์</p>
<p>๓</p>	<p>โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่น หัตถศิลป์ไทย โครงการนี้เป็นความร่วมมือระหว่างภาคภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ในการยกระดับผ้าขาวม้า ซึ่งเป็นผ้าทอพื้นบ้านที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์แฟชั่นร่วมสมัย</p>	<p>๑. รวบรวมลายผ้าขาวม้าดั้งเดิมจากภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ๒. จัดประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้า ๓. จับคู่นักออกแบบมืออาชีพกับชุมชนผู้ผลิตผ้าขาวม้า ๔. พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องใช้ในบ้าน ๕. จัดแสดงสินค้าและเดินแฟชั่นโชว์เพื่อประชาสัมพันธ์</p>	<p>- สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าขาวม้าท้องถิ่น - เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างนักออกแบบและชุมชน - ขยายตลาดของผ้าขาวม้าไปสู่กลุ่มผู้บริโภคใหม่ๆ - อนุรักษ์และสืบทอด ภูมิปัญญาการทอผ้าขาวม้า</p>

ในการบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ สิ่งสำคัญคือการรักษาสสมดุลระหว่างการอนุรักษ์คุณค่าดั้งเดิมและการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ โดยต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหลัก เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายอย่างแท้จริง

การดำเนินการในลักษณะนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนเสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชนและประเทศชาติอีกด้วย ซึ่งในระยะยาวจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ

ความท้าทายและข้อควรระวัง

๑). การรักษาความเป็นของแท้ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ต้องระมัดระวังไม่ให้สูญเสียแก่นแท้ของวัฒนธรรมดั้งเดิม

๒). การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม ต้องมีกลไกที่ชัดเจนในการแบ่งปันผลประโยชน์ให้กับชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่าย

๓). การพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง ชุมชนต้องได้รับการพัฒนาทักษะที่จำเป็นอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สามารถปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้

๔). การรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น

๕). การป้องกันการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา ต้องมีมาตรการในการปกป้องภูมิปัญญาท้องถิ่นและผลงานสร้างสรรค์จากการละเมิดลิขสิทธิ์

แนวทางการพัฒนาในอนาคต

๑). การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล นำเทคโนโลยีเสมือนจริง (AR) และเทคโนโลยีเสมือนเสมือน (VR) มาใช้ในการนำเสนอประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

๒). การสร้างเครือข่ายระดับนานาชาติ เชื่อมโยงชุมชนสร้างสรรค์ทั่วโลกเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

๓). การพัฒนาหลักสูตรการศึกษา บรรจุเนื้อหาเกี่ยวกับการบูรณาการภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในหลักสูตรการศึกษาทุกระดับ

๔). การวิจัยและพัฒนา ส่งเสริมการวิจัยเชิงลึกเพื่อหาแนวทางใหม่ๆ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทุนทางวัฒนธรรม

๕). การพัฒนานโยบายสนับสนุน ผลักดันนโยบายและมาตรการสนับสนุนทางการเงินและภาษีสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสร้างสรรค์

บทสรุป

การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน โดยการผสมผสานคุณค่าทางวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ กระบวนการนี้ไม่เพียงแต่ช่วยรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้เท่านั้น แต่ยังสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนและประเทศ

ความสำเร็จของการบูรณาการนี้ขึ้นอยู่กับความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งชุมชน ภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา โดยต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะและศักยภาพของคนในชุมชน เพื่อให้สามารถเป็นผู้ขับเคลื่อนการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

ในขณะเดียวกัน ต้องคำนึงถึงความท้าทายและข้อควรระวังต่างๆ เช่น การรักษาความเป็นของแท้ การกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม และการรักษาสสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างสมดุลและยั่งยืน

ท้ายที่สุด การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์ไม่ใช่เพียงแค่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรม ตลอดจนเสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชนและประเทศชาติ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติ และการสร้างสังคมที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม มีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และมีคุณภาพชีวิตที่ดีสำหรับทุกคน

๒.๔ สรุป

บทนี้นำเสนอแนวคิดสำคัญสองประการที่เชื่อมโยงกัน ได้แก่ ทฤษฎีภูมิพลังวัฒนธรรมของ Joseph Nye และแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ทฤษฎีภูมิพลังวัฒนธรรมของ Nye เน้นย้ำถึงความสำคัญของอำนาจละมุน (Soft Power) ในการสร้างอิทธิพลระหว่างประเทศ โดยผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายต่างประเทศ แทนที่จะใช้กำลังทางทหารหรือเศรษฐกิจ ภูมิพลังวัฒนธรรมช่วยสร้างความน่าดึงดูดและความชอบธรรมให้กับประเทศ ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในเชิงบวก

ในขณะเดียวกัน แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมวัฒนธรรมมุ่งเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ครอบคลุมอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ศิลปะ ดนตรี ภาพยนตร์ แฟชั่น และการออกแบบ แนวคิดนี้ช่วยขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจและการสร้างงาน การบูรณาการระหว่างภูมิพลังวัฒนธรรมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างมิติทางการเมืองและเศรษฐกิจของวัฒนธรรม การส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แต่ยังเสริมสร้างภาพลักษณ์และอิทธิพลของประเทศในเวทีโลก ในทางกลับกัน ภูมิพลังวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม ส่งผลดีต่อการส่งออกและการท่องเที่ยว การเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดทั้งสองนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจและการทูตวัฒนธรรม



บทที่ ๓

กรณีศึกษาการใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ใน ระดับนานาชาติ

๓.๑ กรณีศึกษาการใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ

ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Cultural Power) เป็นแนวคิดที่เน้นการนำเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มในระดับนานาชาติ โดยผสมผสานระหว่างรากเหง้าทางวัฒนธรรมดั้งเดิมกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมสมัยใหม่ แนวคิดนี้ได้รับความสนใจอย่างมากในยุคโลกาภิวัตน์ ที่ประเทศต่างๆ ต้องการสร้างจุดยืนและอัตลักษณ์ของตนเองในเวทีโลก

การใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่ช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังช่วยส่งเสริมความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตน และสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมในระดับนานาชาติอีกด้วย กรณีศึกษาที่จะนำเสนอต่อไปนี้จะแสดงให้เห็นถึงวิธีการที่ประเทศต่างๆ ใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในการพัฒนาประเทศและสร้างชื่อเสียงในระดับโลก

๑. ขั้นตอนและกระบวนการ การใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติมีขั้นตอนและกระบวนการดังนี้

๑.๑) การศึกษาและวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรม ทำการสำรวจและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศ, วิเคราะห์จุดแข็งและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่น และศึกษาแนวโน้มและความต้องการของตลาดโลก

๑.๒) การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ กำหนดเป้าหมายระยะยาวในการใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์, วางยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน

๑.๓) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และโครงสร้างพื้นฐาน ส่งเสริมการศึกษาและฝึกอบรมด้านการออกแบบและความคิดสร้างสรรค์, พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม และสร้างพื้นที่สร้างสรรค์และแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม

๑.๔) การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับความทันสมัย, สร้างประสบการณ์และบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และพัฒนาแบรนด์และการตลาดที่สื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรม

๑.๕) การส่งเสริมการตลาดและการส่งออก จัดกิจกรรมและเทศกาลระดับนานาชาติ เพื่อแสดงศักยภาพทางวัฒนธรรม, สร้างเครือข่ายและพันธมิตรทางธุรกิจในต่างประเทศ และใช้การท่องเที่ยววัฒนธรรมในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

๑.๖ การประเมินผลและปรับปรุง ติดตามและประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคม, รับฟังความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งในและต่างประเทศ และปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง

๒. ผลลัพธ์

การใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติสามารถนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่สำคัญหลายประการ

๒.๑) ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม, สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และกีดการจ้างงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

๒.๒) ผลลัพธ์ทางสังคมและวัฒนธรรม เสริมสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตน, อนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม และส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมในระดับโลก

๒.๓) ผลลัพธ์ด้านภาพลักษณ์และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศในเวทีโลก, เพิ่มอำนาจการต่อรองทางการทูตและเศรษฐกิจ และส่งเสริมความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างประเทศ

๒.๔) ผลลัพธ์ด้านนวัตกรรมและการพัฒนา กระตุ้นการวิจัยและพัฒนาในด้านศิลปะและวัฒนธรรม, เกิดการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีกับภูมิปัญญาดั้งเดิม และพัฒนาโมเดลธุรกิจใหม่ๆ บนพื้นฐานของวัฒนธรรม

๓. ตัวอย่างกรณีศึกษา

ลำดับ	กรณีศึกษา	ขั้นตอนการบูรณาการ	ผลลัพธ์
๑	กรณีศึกษาจากเกาหลีใต้ Korean Wave (Hallyu)	<ul style="list-style-type: none"> - รัฐบาลเกาหลีใต้ลงทุนอย่างมากในอุตสาหกรรมบันเทิงและวัฒนธรรม - ส่งเสริมการผลิตและส่งออกซีรีส์ ภาพยนตร์ และเพลง K-pop - ใช้กลยุทธ์การตลาดที่เน้นความเป็นเอเชียผสมผสานกับความทันสมัย - สร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่สนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้มหาศาลจากการส่งออกสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม - เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมเกาหลี - สร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและน่าดึงดูดให้กับประเทศ - ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาและวัฒนธรรมเกาหลีทั่วโลก
๒	กรณีศึกษาจากญี่ปุ่น Cool Japan	<ul style="list-style-type: none"> - รัฐบาลญี่ปุ่นริเริ่มโครงการ "Cool Japan" เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมญี่ปุ่นในต่างประเทศ - ผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น ชามูโร เกอิชา กับวัฒนธรรมร่วมสมัย เช่น อนิเมะ มังงะ - ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารแฟชั่น และการออกแบบ - ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการนำเสนอวัฒนธรรม เช่น หุ่นยนต์ในพิพิธภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าวัฒนธรรมและความบันเทิง - ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกด้วยประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย - สร้างภาพลักษณ์ของญี่ปุ่นในฐานะผู้นำด้านนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ - ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศ
๓	กรณีศึกษาจากไทย Thai Soft Power	<ul style="list-style-type: none"> - ส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารไทยในต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - อาหารไทยได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก

		<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพ - สนับสนุนการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะและการออกแบบที่มีเอกลักษณ์ไทย - ใช้เทศกาลและงานแสดงสินค้านานาชาติในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย 	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวและบริการด้านสุขภาพ - สินค้าหัตถกรรมและการออกแบบของไทยได้รับการยอมรับในตลาดโลก - สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์และความหลากหลาย
--	--	---	---

๔. บทสรุป

การใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติเป็นกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการสร้างภาพลักษณ์ กรณีศึกษาจากประเทศต่างๆ แสดงให้เห็นว่าการผสมผสานระหว่างรากเหง้าทางวัฒนธรรมกับความคิดสร้างสรรค์สมัยใหม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันระดับโลกได้

อย่างไรก็ตาม การใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน การลงทุนอย่างต่อเนื่อง และการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของโลก นอกจากนี้ ยังต้องคำนึงถึงความสมดุลระหว่างการพัฒนาเชิงพาณิชย์กับการอนุรักษ์คุณค่าดั้งเดิมของวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่าย

ในอนาคต การใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์จะยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง ประเทศที่สามารถใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมของตนได้อย่างชาญฉลาดจะมีโอกาสในการสร้างความเจริญรุ่งเรืองและอิทธิพลในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืน

๓.๒ กรณีศึกษาจากประเทศเกาหลีใต้ K-Pop และอุตสาหกรรมบันเทิง

K-Pop ไม่ใช่เพียงแค่แนวดนตรี แต่เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมที่ครอบคลุมหลายมิติ ทั้งดนตรี การเต้น แฟชั่น ภาษา และไลฟ์สไตล์ การศึกษากรณี K-Pop จะช่วยให้เราเข้าใจถึงกลไกการสร้าง Soft Power และการส่งออกวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล

๑). ประวัติความเป็นมาของ K-Pop

๑.๑) ยุคบุกเบิก (ทศวรรษ ๑๙๙๐)	- Seo Taiji and Boys เปิดตัวราชใหม่ของวงการเพลงเกาหลีในปี ๑๙๙๒ - การก่อตั้งบริษัทบันเทิงยักษ์ใหญ่ เช่น SM Entertainment (๑๙๙๕), JYP Entertainment (๑๙๙๗), YG Entertainment (๑๙๙๖)
๑.๒) การขยายตัวในเอเชีย (ทศวรรษ ๒๐๐๐)	- ความสำเร็จของศิลปินเช่น BoA, TVXQ, Rain ในญี่ปุ่นและจีน - การเริ่มต้นของ "Korean Wave" หรือ "Hallyu" ผ่านละครโทรทัศน์และเพลง
๑.๓) การเติบโตระดับโลก (ทศวรรษ ๒๐๑๐)	- PSY กับเพลง "Gangnam Style" สร้างปรากฏการณ์ไวรัลทั่วโลกในปี ๒๐๑๒ - การปรากฏตัวของ BTS, BLACKPINK และวง K-Pop อื่นๆ บนเวทีระดับโลก
๑.๔) ยุคทองของ K-Pop (ทศวรรษ ๒๐๒๐)	- K-Pop กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมป๊อประแสหลัก - การขยายอิทธิพลสู่วงการภาพยนตร์ ซีรีส์ และแฟชั่นระดับโลก

๒). ขั้นตอนและกระบวนการสร้างศิลปิน K-Pop

๒.๑) การคัดเลือก	- จัดการอดิชั่นทั้งในเกาหลีและต่างประเทศ เช่น จีน ญี่ปุ่น ไทย สหรัฐอเมริกา - ใช้เทคโนโลยี AI ในการคัดกรองผู้สมัครเบื้องต้น - คัดเลือกผู้มีศักยภาพตั้งแต่อายุน้อย (บางคนเริ่มตั้งแต่อายุ ๑๐-๑๒ ปี)
๒.๒) การฝึกฝน	- ระบบ "เด็กฝึก" (Trainee) ที่เข้มข้น โดยเฉลี่ยใช้เวลา ๒-๕ ปี บางรายอาจนานถึง ๑๐ ปี

	<ul style="list-style-type: none"> - ตารางการฝึกซ้อมที่เข้มงวด ตั้งแต่เช้าจรดค่ำ รวมถึงวันหยุดสุดสัปดาห์ - ฝึกทักษะหลายด้าน ร้องเพลง, เต้น, แสดง, พุดในที่สาธารณะ, ภาษาต่างประเทศ (อังกฤษ, ญี่ปุ่น, จีน) - การศึกษาในระบบปกติควบคู่ไปกับการฝึกซ้อม <p style="text-align: center;">ตัวอย่าง Jungkook ของ BTS เข้าเป็นเด็กฝึกตั้งแต่อายุ ๑๓ ปี และใช้เวลาฝึกซ้อม ๓ ปีก่อนเดบิวต์</p>
๒.๓) การสร้าง ภาพลักษณ์	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดคอนเซ็ปต์ของวงที่ชัดเจน เช่น "น่ารักสดใส" "เท่เก๋มีสไตล์" "ศิลปินนักเขียนเพลง" - ออกแบบบุคลิกและบทบาทเฉพาะของสมาชิกแต่ละคน เช่น "ลีดเดอร์" "นักเต้นหลัก" "นักร้องเสียงสูง" - สร้างเรื่องราวความเป็นมา (Background Story) ของวงและสมาชิก - ฝึกการสื่อสารกับสื่อและแฟนคลับ
๒.๔) การเปิดตัว (Debut)	<ul style="list-style-type: none"> - วางแผนการเปิดตัวอย่างละเอียด มักใช้เวลาเตรียมการ ๖-๑๒ เดือน - สร้างความสนใจล่วงหน้าผ่านทีเซอร์และโซเชียลมีเดีย - จัดงานเปิดตัวใหญ่ พร้อมการถ่ายทอดสดทางออนไลน์ - ปล่อยมิวสิกวิดีโอคุณภาพสูง พร้อมโปรโมทอย่างเข้มข้นในสื่อทุกช่องทาง
๒.๕) การบริหาร จัดการอย่าง ต่อเนื่อง	<ul style="list-style-type: none"> - วางแผนการคัมแบ็ค (Comeback) ทุก ๔-๖ เดือน - จัดกิจกรรมพบปะแฟนคลับสม่ำเสมอ เช่น แฟนมีตติ้ง, ไชนิ่ง - พัฒนาทักษะและภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง ผ่านการฝึกซ้อมและการศึกษาเพิ่มเติม - สร้างคอนเทนต์หลากหลายนอกเหนือจากเพลง เช่น รายการวาไรตี้, พอดแคสต์, ไลฟ์สตรีม

๓). ผลกระทบทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม

<p>๓.๑) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างรายได้จากการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม (Cultural Exports) กว่า ๑๒.๓ พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ๒๐๒๓ (อ้างอิง กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวเกาหลีใต้) - เพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น เครื่องสำอาง อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า - กระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยในปี ๒๐๒๒ มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเกาหลีใต้กว่า ๑๐ ล้านคน - สร้างงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การผลิตสื่อ การจัดคอนเสิร์ต การท่องเที่ยว <p style="text-align: center;">ตัวอย่าง คอนเสิร์ต BTS ที่จัดขึ้นในกรุงโซลเป็นเวลา ๓ วันในปี ๒๐๒๒ สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจรวมกว่า ๑ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (อ้างอิง สถาบันวิจัยเศรษฐกิจฮันได)</p>
<p>๓.๒) ผลกระทบทางวัฒนธรรม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มความนิยมในการเรียนภาษาเกาหลี โดยจำนวนผู้เข้าสอบวัดระดับภาษาเกาหลี (TOPIK) เพิ่มขึ้นจาก ๒.๗ แสนคนในปี ๒๐๑๓ เป็น ๓.๓ ล้านคนในปี ๒๐๒๒ - ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศ ผ่านโครงการแลกเปลี่ยนนักเรียนและการท่องเที่ยว - เพิ่มการยอมรับและความเข้าใจในวัฒนธรรมเอเชียในระดับโลก - สร้างแรงบันดาลใจให้เยาวชนทั่วโลกในการพัฒนาตนเองและไล่ตามความฝัน

๔. ปัจจัยแห่งความสำเร็จ

๔.๑) ระบบการฝึกฝนที่เข้มข้น	<ul style="list-style-type: none"> - การลงทุนระยะยาวในการพัฒนาศิลปิน - เน้นการทำงานเป็นทีมและการมีวินัย - สร้างศิลปินที่มีทักษะรอบด้าน (All-round Entertainer)
๔.๒) การผสมผสานวัฒนธรรม	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้ภาษาอังกฤษผสมในเพลงเพื่อเข้าถึงผู้ฟังทั่วโลก - นำเสนอภาพลักษณ์ที่ทันสมัยควบคู่กับค่านิยมเอเชีย - ปรับแต่งเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละตลาด (Localization)
๔.๓) การใช้เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น Twitter, Instagram, TikTok - สร้างคอนเทนต์เฉพาะสำหรับแฟนคลับผ่านแอปพลิเคชันของค่าย เช่น Weverse ของ HYBE - ใช้เทคโนโลยี AR และ VR ในการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับแฟนคลับ
๔.๔) การสนับสนุนจากรัฐบาล	<ul style="list-style-type: none"> - นโยบาย "Korean Wave" เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมเกาหลีในต่างประเทศ - การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร - การสนับสนุนทางการเงินและการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่อุตสาหกรรมบันเทิง
๔.๕) คุณภาพการผลิต	<ul style="list-style-type: none"> - การลงทุนสูงในการผลิตมิวสิกวิดีโอและการแสดงสด - การสร้างสรรค์ทำนองที่เป็นเอกลักษณ์และจดจำง่าย - การใช้เทคนิคการถ่ายทำและตัดต่อระดับสูง

๕. ความท้าทายและข้อวิพากษ์วิจารณ์

๕.๑) ความกดดันและปัญหาสุขภาพจิต	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีการฆ่าตัวตายของศิลปิน K-Pop หลายราย เช่น Sulli, Goo Hara - การเปิดเผยปัญหาสุขภาพจิตของศิลปินชื่อดัง เช่น Mina (TWICE), Taeyeon (Girls' Generation) - การพัฒนาระบบสนับสนุนทางจิตวิทยาและการให้คำปรึกษาในบริษัทบันเทิง
---------------------------------	--

<p>๕.๒ วัฒนธรรมการวิพากษ์วิจารณ์ที่รุนแรง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การวิพากษ์วิจารณ์รูปร่างและน้ำหนักรุนแรงของศิลปินอย่างรุนแรง - กรณี "แฟนคลับ" ที่มีพฤติกรรมคุกคามศิลปินทั้งออนไลน์และออฟไลน์ (Sasaeng fans) - ผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของอุตสาหกรรม K-Pop ในระดับนานาชาติ <li style="padding-left: 40px;">ตัวอย่าง กรณีของ IU ที่ถูกวิจารณ์อย่างหนักเรื่องน้ำหนักตัว จนต้องออกมาขอโทษและอธิบายถึงปัญหาสุขภาพ
<p>๕.๓ ข้อถกเถียงเรื่องสัญญาที่ไม่เป็นธรรม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - กรณีการฟ้องร้องระหว่างศิลปินและต้นสังกัด เช่น กรณีของ JYJ กับ SM Entertainment - การแก้ไขกฎหมายเพื่อคุ้มครองสิทธิของศิลปิน เช่น "กฎหมาย JYJ" ในปี 2009 - ความพยายามในการสร้างมาตรฐานสัญญาที่เป็นธรรมโดยสมาคมอุตสาหกรรมเพลงเกาหลี (KFMA)
<p>๕.๔ การขาดความหลากหลาย</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การวิพากษ์วิจารณ์เรื่องมาตรฐานความงามที่จำกัด - ปัญหาการเหมารวมและการใช้วัฒนธรรมอื่นอย่างไม่เหมาะสม (Cultural Appropriation) - ความพยายามในการสร้างความหลากหลายมากขึ้น เช่น การรับศิลปินต่างชาติ หรือการสร้างวง K-Pop ในต่างประเทศ <li style="padding-left: 40px;">ตัวอย่าง วง BLACKSWAN ที่มีสมาชิกหลากหลายเชื้อชาติ รวมถึงสมาชิกชาวแอฟริกัน-อเมริกันคนแรกในวงการ K-Pop

๖). กรณีศึกษาเฉพาะ BTS

<p>๖.๑) นวัตกรรมทางธุรกิจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างจักรวาล BTS Universe (BU) ผ่านเพลง มิวสิควิดีโอ และสื่อต่างๆ - การพัฒนาแอปพลิเคชัน Weverse เพื่อสร้างชุมชนแฟนคลับ - การจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกผ่านแบรนด์ LINE FRIENDS และ BT21
<p>๖.๒) ผลกระทบต่อสังคม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การร่วมมือกับ UNICEF ในแคมเปญ "Love Myself" เพื่อต่อต้านความรุนแรง

	<ul style="list-style-type: none"> - การพูดที่สหประชาชาติเกี่ยวกับการเสริมพลังเยาวชน - การบริจาคเงินจำนวนมากเพื่อการกุศลและการศึกษา
๖.๓) การปรับตัวในช่วงการแพร่ระบาดของ COVID-19	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดคอนเสิร์ตออนไลน์ "Bang Bang Con" ที่มีผู้ชมกว่า 756,000 คน จาก 107 ประเทศ - การปล่อยเพลง "Dynamite" เพื่อสร้างกำลังใจให้แฟน ๆ ทั่วโลก ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างสูงในชาร์ต Billboard Hot 100

๗). บทสรุปและแนวโน้มในอนาคต

๗.๑) การพัฒนาอย่างยั่งยืน	<ul style="list-style-type: none"> - การให้ความสำคัญกับสุขภาพจิตของศิลปินมากขึ้น - การสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาทางธุรกิจและความรับผิดชอบต่อสังคม - การปรับปรุงระบบการฝึกฝนให้มีความยืดหยุ่นและเป็นมิตรกับเด็กและเยาวชนมากขึ้น
๗.๒) การขยายตัวทางภูมิศาสตร์	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างตลาดใหม่ในภูมิภาคที่ยังไม่อิ่มตัว เช่น ตะวันออกกลาง ละตินอเมริกา และแอฟริกา - การร่วมมือกับศิลปินท้องถิ่นเพื่อสร้างการยอมรับในตลาดใหม่ - การพัฒนาเนื้อหาที่เฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละภูมิภาค
๗.๓) นวัตกรรมทางเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ AI ในการสร้างสรรค์เพลงและคอนเทนต์ - การพัฒนาคอนเสิร์ตเสมือนจริง (Virtual Concert) ที่สมจริงมากขึ้น - การสร้างประสบการณ์แบบ Metaverse สำหรับแฟนคลับ
๗.๔) ความหลากหลายและการยอมรับ	<ul style="list-style-type: none"> - การเพิ่มความหลากหลายในการคัดเลือกศิลปิน ทั้งในแง่ของเชื้อชาติ รูปร่าง และภูมิหลัง - การส่งเสริมการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีความหมายและส่งผลกระทบเชิงบวกต่อสังคม - การสร้างความร่วมมือระหว่างวัฒนธรรมมากขึ้น เพื่อลดปัญหาการเหมารวมทางวัฒนธรรม

<p>๗.๕) การพัฒนาโมเดลธุรกิจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่ครบวงจร (Business Ecosystem) รวมถึงการศึกษา การท่องเที่ยว และเทคโนโลยี - การพัฒนาแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งและการสร้างคอนเทนต์เฉพาะทาง - การขยายธุรกิจสู่อุตสาหกรรมอื่นๆ เช่น แฟชั่น อาหาร และเครื่องสำอาง
--	---

๘) บทส่งท้าย

กรณีศึกษา K-Pop แสดงให้เห็นถึงพลังของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม เทคโนโลยี และกลยุทธ์ทางธุรกิจที่ชาญฉลาด ความสำเร็จของ K-Pop ไม่เพียงส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของเกาหลีใต้เท่านั้น แต่ยังเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของอุตสาหกรรมบันเทิงระดับโลกอย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่เกิดขึ้นยังคงต้องได้รับการแก้ไขอย่างจริงจัง เพื่อให้อุตสาหกรรมนี้สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม

การศึกษากรณี K-Pop ยังให้บทเรียนสำคัญสำหรับประเทศอื่นๆ ในการพัฒนา Soft Power และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของตนเอง โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ การสนับสนุนจากภาครัฐ และการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค

ในท้ายที่สุด ความสำเร็จของ K-Pop ไม่ได้เกิดจากสูตรสำเร็จตายตัว แต่เป็นผลจากการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง การรับฟังเสียงของแฟนคลับ และความกล้าที่จะท้าทายขนบธรรมเนียมเดิมๆ ของอุตสาหกรรมดนตรี สิ่งเหล่านี้จะยังคงเป็นกุญแจสำคัญในการรักษาความนิยมและขยายอิทธิพลของ K-Pop ในอนาคต

๓.๓ กรณีศึกษาจากประเทศญี่ปุ่น อนิเมะ มังงะ และวัฒนธรรมป๊อป

๑. ความเป็นมาและพัฒนาการ

๑.๑) จุดกำเนิดของมังงะและอนิเมะ	มังงะและอนิเมะมีรากฐานมาจากศิลปะการวาดภาพของญี่ปุ่นที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพม้วนที่เรียกว่า "เอะมากิโมะโนะ" ซึ่งเป็นการเล่าเรื่องด้วยภาพวาดและตัวอักษรบนม้วนกระดาษ ในช่วงปลายศตวรรษที่ ๑๙ ศิลปินญี่ปุ่นได้รับอิทธิพลจากการ์ตูนตะวันตก และเริ่มสร้างสรรค์ผลงานในรูปแบบใหม่ที่ผสมผสานระหว่างศิลปะญี่ปุ่นดั้งเดิมกับเทคนิคการวาดภาพแบบตะวันตก
๑.๒) ยุคทองของมังงะและอนิเมะ	หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 มังงะและอนิเมะได้รับความนิยมอย่างมากในญี่ปุ่น โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษ 1950-1960 ที่ถือเป็นยุคทองของวงการ ผลงานสำคัญในยุคนี้ เช่น "Astro Boy" ของ Osamu Tezuka ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นบิดาแห่งมังงะสมัยใหม่ ตัวอย่างภาษาไทย "เท็ตสึวัน อะตอม" หรือที่รู้จักกันในชื่อ "แอสโตรบอย" ในภาษาอังกฤษ
๑.๓) การแพร่กระจายสู่ตลาดโลก	ตั้งแต่ทศวรรษ ๑๙๘๐ เป็นต้นมา มังงะและอนิเมะเริ่มแพร่หลายไปทั่วโลก โดยเฉพาะในประเทศตะวันตก ทำให้เกิดกระแสความนิยมวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นในระดับสากล

๒. กระบวนการสร้างสรรค์

๒.๑) การสร้างมังงะ	๒.๒) การสร้างอนิเมะ
<p>ขั้นตอนการสร้างมังงะมีดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑) วางโครงเรื่องและออกแบบตัวละคร ๒) ร่างภาพด้วยดินสอ ๓) ลงหมึกและเพิ่มรายละเอียด ๔) ใส่เท็กซ์เจอร์และเงา ๕) เพิ่มคำพูดและเอฟเฟกต์ ๖) ตรวจสอบและแก้ไข ๗) ส่งให้บรรณาธิการตรวจสอบ ๘) ตีพิมพ์และจัดจำหน่าย 	<p>กระบวนการสร้างอนิเมะมีความซับซ้อนมากกว่า โดยมีขั้นตอนหลักๆ ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> ๑) เขียนบทและสตอรี่บอร์ด ๒) บันทึกเสียงพากย์ (ส่วนใหญ่จะทำก่อนการสร้างภาพเคลื่อนไหว) ๓) ออกแบบตัวละครและฉาก ๔) วาดภาพหลัก (key animation) ๕) วาดภาพระหว่างกลาง (in-between animation) ๖) ลงสีและเพิ่มเอฟเฟกต์ ๗) ตัดต่อและใส่เสียง ๘) ตรวจสอบคุณภาพ ๙) เผยแพร่ทางโทรทัศน์หรือโรงภาพยนตร์

๓. ผลกระทบทางสังคมและวัฒนธรรม

<p>๓.๑) อิทธิพลต่อสังคมญี่ปุ่น</p>	<p>มังงะและอนิเมะมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนและหล่อหลอมสังคมญี่ปุ่น โดยมีผลกระทบในหลายด้าน เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การศึกษา มีการใช้มังงะเป็นสื่อการเรียนการสอนในโรงเรียน - การรณรงค์ทางสังคม ใช้มังงะและอนิเมะในการสื่อสารประเด็นทางสังคมและการเมือง - การท่องเที่ยว เกิดการท่องเที่ยวแบบ "อนิเมะทัวร์" ที่พาแฟนๆ ไปยังสถานที่จริงที่ปรากฏในอนิเมะ <p>ตัวอย่างภาษาไทย "เซกะอิ" หรือ "สถานที่ศักดิ์สิทธิ์" ในบริบทของอนิเมะ หมายถึงสถานที่จริงที่ปรากฏในอนิเมะ</p>
------------------------------------	---

๓.๒) การส่งออกวัฒนธรรม	มังงะและอนิเมะเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งออกวัฒนธรรมญี่ปุ่นสู่ต่างประเทศ ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่เรียกว่า "Cool Japan" ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลญี่ปุ่นในการส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมป๊อป
๓.๓) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ	อุตสาหกรรมมังงะและอนิเมะสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศญี่ปุ่น ทั้งจากการขายลิขสิทธิ์ สินค้าที่ระลึก และการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดอาชีพใหม่ๆ เช่น นักพากย์อนิเมะ คอสเพลเยอร์อาชีพ เป็นต้น

๔. แนวโน้มและความท้าทายในปัจจุบัน

๔.๑) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี	การพัฒนาของเทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลกระทบต่อวงการมังงะและอนิเมะ เช่น - การเปลี่ยนจากการวาดด้วยมือเป็นการใช้คอมพิวเตอร์ - การเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และสตรีมมิ่ง - การใช้ AI ในกระบวนการผลิต
๔.๒) การแข่งขันในตลาดโลก	มังงะและอนิเมะต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้นจากคอนเทนต์จากประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะจีนและเกาหลีใต้ ทำให้ต้องมีการปรับตัวและพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่อง
๔.๓) ประเด็นทางสังคมและจริยธรรม	มังงะและอนิเมะบางประเภทถูกวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องของเนื้อหาที่รุนแรงหรือล่อแหลม ทำให้เกิดการถกเถียงเกี่ยวกับเสรีภาพในการแสดงออกและการคุ้มครองเยาวชน

๕. กรณีศึกษาเฉพาะ

ลำดับ	กรณีศึกษา	ขั้นตอนสู่ความสำเร็จ	ผลลัพธ์
๕.๑)	Studio Ghibli ความสำเร็จระดับโลก	๑) สร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณภาพและลึกซึ้ง	- ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ

	<p>Studio Ghibli เป็นตัวอย่างความสำเร็จของอนิเมะญี่ปุ่นในระดับโลก ผลงานของ Hayao Miyazaki เช่น "Spirited Away" ได้รับรางวัลออสการ์ สาขาภาพยนตร์แอนิเมชันยอดเยี่ยม ในปี ๒๐๐๓</p>	<p>๒) พัฒนาเทคนิคการสร้างภาพที่สวยงามและมีเอกลักษณ์</p> <p>๓) นำเสนอประเด็นทางสังคมและสิ่งแวดล้อมผ่านงานแอนิเมชัน</p> <p>๔) สร้างความร่วมมือกับบริษัทจัดจำหน่ายระดับโลกอย่าง Disney</p> <p>๕) รักษามาตรฐานคุณภาพอย่างต่อเนื่อง</p>	<p>- สร้างรายได้มหาศาลจากทั้งในและต่างประเทศ</p> <p>- มีอิทธิพลต่อวงการแอนิเมชันทั่วโลก</p>
<p>๕.๒)</p>	<p>One Piece</p> <p>ปรากฏการณ์มังงะยาวนานที่สุด</p> <p>One Piece เป็นมังงะและอนิเมะที่มีความยาวนานที่สุดและประสบความสำเร็จมากที่สุดเรื่องหนึ่งของญี่ปุ่น โดยเริ่มตีพิมพ์ตั้งแต่ปี ๑๙๙๗ จนถึงปัจจุบัน</p>	<p>๑) สร้างโลกแฟนตาซีที่กว้างใหญ่และน่าสนใจ</p> <p>๒) พัฒนาตัวละครที่มีเสน่ห์และมีพัฒนาการ</p> <p>๓) ผสมผสานระหว่างการผจญภัย ตลก และดราม่าได้อย่างลงตัว</p> <p>๔) สร้างกระแสด้วยการทำการตลาดที่หลากหลาย เช่น สินค้าที่ระลึก เกม ภาพยนตร์</p> <p>๕) รักษาคุณภาพและความน่าสนใจของเนื้อเรื่องตลอดระยะเวลาที่ยาวนาน</p>	<p>- ยอดขายมังงะทะลุ ๕๐๐ ล้านเล่มทั่วโลก</p> <p>- สร้างแฟรนไชส์ที่มีมูลค่ามหาศาล</p> <p>- กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมป๊อปปูล์นที่เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก</p>

๖. บทสรุป

มังงะ อนิเมะ และวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นได้กลายเป็นปรากฏการณ์ระดับโลกที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อทั้งสังคมญี่ปุ่นและนานาชาติ ความสำเร็จนี้เกิดจากการผสมผสานระหว่างความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และการตลาดที่มีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมนี้ยังต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการในยุคดิจิทัล ดังนี้

๖.๑) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ	<p>มังงะและอนิเมะไม่เพียงแต่สร้างรายได้โดยตรงจากการขายผลงานเท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดอุตสาหกรรมต่อเนื่องมากมาย เช่น อุตสาหกรรมของเล่นและสินค้าที่ระลึก, อุตสาหกรรมเกม, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการจัดงานอีเวนต์และคอนเวนชัน</p> <p>ตัวอย่างภาษาไทย "โอตาคุ" หมายถึงแฟนพันธุ์แท้ของวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่น ซึ่งมักจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคหลักของสินค้าในอุตสาหกรรมนี้</p>
๖.๒) การพัฒนาทางเทคโนโลยี	<p>เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างสรรค์และเผยแพร่มังงะและอนิเมะ เช่น การใช้ AI ในการวาดภาพและสร้างแอนิเมชัน, เทคโนโลยี VR และ AR ในการสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้ชม และแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งที่ทำให้เข้าถึงคอนเทนต์ได้ง่ายขึ้นทั่วโลก</p>
๖.๓) การปรับตัวทางวัฒนธรรม	<p>ในขณะที่มังงะและอนิเมะแพร่หลายไปทั่วโลก ก็ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับวัฒนธรรมท้องถิ่นในแต่ละประเทศ เช่น การแปลและดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับวัฒนธรรมท้องถิ่น, การร่วมมือกับศิลปินและนักเขียนท้องถิ่นในการสร้างผลงาน และการจัดกิจกรรมและนิทรรศการเพื่อส่งเสริมความเข้าใจทางวัฒนธรรม</p>

๗. แนวโน้มในอนาคต

๗.๑) การหลอมรวมกับสื่อใหม่	<p>มังงะและอนิเมะกำลังปรับตัวเข้ากับรูปแบบสื่อใหม่ๆ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - เว็บตูน (Webtoon) ที่ออกแบบมาเพื่อการอ่านบนสมาร์ตโฟนโดยเฉพาะ - อนิเมะแบบ interactive ที่ผู้ชมสามารถมีส่วนร่วมในการตัดสินใจดำเนินเรื่อง - การผสมผสานกับเทคโนโลยี blockchain และ NFT <p>ตัวอย่างภาษาไทย "เว็บตูน" เป็นรูปแบบการ์ตูนดิจิทัลที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในญี่ปุ่นและทั่วโลก</p>
๗.๒) การขยายตัวของตลาดต่างประเทศ	<p>ญี่ปุ่นกำลังมุ่งเน้นการขยายตลาดมังงะและอนิเมะในต่างประเทศมากขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และตลาดเกิดใหม่อื่นๆ วิธีการที่ใช้ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การร่วมทุนกับบริษัทท้องถิ่นในการผลิตและจัดจำหน่าย - การปรับเนื้อหาให้เข้ากับรสนิยมของผู้ชมในแต่ละประเทศ - การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ในการเข้าถึงผู้ชมทั่วโลก
๗.๓) การพัฒนาด้านเนื้อหาและรูปแบบ	<p>เพื่อรักษาความนิยมและดึงดูดผู้ชมรุ่นใหม่ มังงะและอนิเมะกำลังพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การนำเสนอประเด็นทางสังคมและการเมืองที่ซับซ้อนมากขึ้น - การสร้างตัวละครที่หลากหลายและเป็นตัวแทนของกลุ่มคนต่างๆมากขึ้น - การทดลองกับรูปแบบการเล่าเรื่องและเทคนิคทางศิลปะใหม่ๆ

๘. ความท้าทายและโอกาส

<p>๘.๑) การรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม</p>	<p>ในขณะที่ม้งและอนิเมะกลายเป็นสื่อระดับโลก ความท้าทายสำคัญคือการรักษาอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมไว้ โดยไม่สูญเสียเสน่ห์ดั้งเดิม วิธีการรับมือ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การส่งเสริมการศึกษาและวิจัยเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมญี่ปุ่น - การสนับสนุนศิลปินรุ่นใหม่ที่สามารถสืบทอดและต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรม - การจัดกิจกรรมและนิทรรศการเพื่อเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับรากเหง้าของม้งและอนิเมะ
<p>๘.๒) การแข่งขันกับคอนเทนต์จากประเทศอื่น</p>	<p>ประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะจีนและเกาหลีใต้ กำลังพัฒนาอุตสาหกรรมการ์ตูนและแอนิเมชันของตนเองอย่างรวดเร็ว ญี่ปุ่นจึงต้องหาวิธีการรักษาความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตใหม่ๆ - การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และทักษะ - การพัฒนาระบบการศึกษาและฝึกอบรมเพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพ
<p>๘.๓) การรับมือกับปัญหาสังคมและจริยธรรม</p>	<p>ม้งและอนิเมะบางประเภทถูกวิพากษ์วิจารณ์ในเรื่องของเนื้อหาที่ไม่เหมาะสม การรับมือกับปัญหานี้ เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสร้างระบบการจัดเรตติ้งที่มีประสิทธิภาพและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล - การส่งเสริมการสร้างสรรคเนื้อหาที่มีคุณค่าและสร้างสรรค์สังคม - การเปิดพื้นที่ให้มีการถกเถียงและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับประเด็นทางจริยธรรมในวงการ

๙. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

มังงะ อนิเมะ และวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นได้กลายเป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีความสำคัญระดับโลก ไม่เพียงแต่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจมหาศาล แต่ยังมีอิทธิพลอย่างลึกซึ้งต่อวัฒนธรรมและสังคมทั้งในและนอกประเทศญี่ปุ่น

ความสำเร็จนี้เกิดจากการผสมผสานระหว่างความคิดสร้างสรรค์ ทักษะทางศิลปะ การพัฒนาเทคโนโลยี และกลยุทธ์ทางการตลาดที่ชาญฉลาด อย่างไรก็ตาม เพื่อรักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนี้ ญี่ปุ่นจำเป็นต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อรับมือกับความท้าทายใหม่ๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาในอนาคต

- ๑). ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อยกระดับคุณภาพการผลิต
- ๒). สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อขยายตลาดและแลกเปลี่ยนความรู้
- ๓). พัฒนาระบบการศึกษาและฝึกอบรมเพื่อสร้างบุคลากรที่มีคุณภาพ
- ๔). ส่งเสริมการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณค่าและรับผิดชอบต่อสังคม
- ๕). ปรับปรุงระบบลิขสิทธิ์และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาให้เข้ากับยุคดิจิทัล
- ๖). สนับสนุนการอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นรากฐานของมังงะและอนิเมะ

เมะ

ในท้ายที่สุด มังงะ อนิเมะ และวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นไม่เพียงแต่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจและเชื่อมโยงผู้คนจากทั่วโลกเข้าด้วยกัน การพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างยิ่งยดยิ่งไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจญี่ปุ่นเท่านั้น แต่ยังมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการสร้างความเข้าใจระหว่างประเทศอีกด้วย

ในท้ายที่สุด มังงะ อนิเมะ และวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นไม่เพียงแต่เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นสื่อกลางในการสร้างความเข้าใจและเชื่อมโยงผู้คนจากทั่วโลกเข้าด้วยกัน การพัฒนาอุตสาหกรรมนี้อย่างยิ่งยดยิ่งไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจญี่ปุ่นเท่านั้น แต่ยังมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการสร้างความเข้าใจระหว่างประเทศอีกด้วย

๑๐. ผลกระทบระยะยาวและการคาดการณ์อนาคต

๑๐.๑) การเปลี่ยนแปลงทางสังคม	<p>มังงะและอนิเมะมีศักยภาพในการสร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในระยะยาว โดยเฉพาะในประเด็นต่อไปนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - การสร้างความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม - การส่งเสริมความหลากหลายและการยอมรับความแตกต่าง - การกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมในกลุ่มเยาวชน <p>ตัวอย่างภาษาไทย "โคโดโมะ โนะ ฮิ" หรือ "วันเด็ก" ในญี่ปุ่น มักมีการจัดกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมังงะและอนิเมะเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และความคิดสร้างสรรค์</p>
๑๐.๒) การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม	<p>อุตสาหกรรมมังงะและอนิเมะจะยังคงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - การพัฒนา AI ที่สามารถสร้างสรรค์เนื้อหาและภาพวาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น - การใช้เทคโนโลยี blockchain ในการปกป้องลิขสิทธิ์และสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจใหม่ๆ - การพัฒนาแพลตฟอร์มความบันเทิงแบบ immersive ที่ผสมผสานระหว่างโลกจริงและโลกเสมือน
๑๐.๓) การขยายตัวของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง	<p>ความนิยมของมังงะและอนิเมะจะส่งผลให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น</p> <ul style="list-style-type: none"> - อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นประสบการณ์เกี่ยวกับมังงะและอนิเมะ - การพัฒนาหลักสูตรการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์มังงะและอนิเมะในสถาบันการศึกษาทั่วโลก - การเติบโตของอุตสาหกรรม e-sports และเกมที่ได้รับแรงบันดาลใจจากมังงะและอนิเมะ

๑๑. บทส่งท้าย

มังงะ อนิเมะ และวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นได้เดินทางมาไกลจากจุดเริ่มต้นที่เป็นเพียงความบันเทิงท้องถิ่น สู่อการเป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรมระดับโลก การศึกษาพัฒนาการและผลกระทบของอุตสาหกรรมนี้ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมญี่ปุ่นเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงพลวัตของการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในยุคโลกาภิวัตน์ ความท้าทายในอนาคตจะเป็นการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์รากเหง้าทางวัฒนธรรมกับการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้ชมทั่วโลก การพัฒนาอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมนี้จะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม

ในขณะที่เราก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลและโลกเสมือนจริง มังงะและอนิเมะจะยังคงมีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมจินตนาการและสร้างแรงบันดาลใจให้กับผู้คนทั่วโลก การศึกษาและทำความเข้าใจปรากฏการณ์นี้จึงไม่เพียงแต่มีความสำคัญในเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังเป็น การเปิดหน้าต่างสู่โลกแห่งความเป็นไปได้ในอนาคตอีกด้วย

ท้ายที่สุดนี้ มังงะ อนิเมะ และวัฒนธรรมป๊อปญี่ปุ่นไม่ใช่เพียงสินค้าทางวัฒนธรรม แต่เป็น ภาษาสากลที่เชื่อมโยงผู้คนจากทุกมุมโลกเข้าด้วยกัน ผ่านเรื่องราว ความฝัน และจินตนาการที่ไร้พรมแดน การเข้าใจและส่งเสริมวัฒนธรรมนี้จึงเป็นการลงทุนในอนาคตที่มีความหลากหลาย สร้างสรรค์ และเชื่อมโยงกันมากยิ่งขึ้น

๓.๔ กรณีศึกษาจากประเทศสหรัฐอเมริกา ฮอลลีวูดและอุตสาหกรรมภาพยนตร์

๑. ประวัติความเป็นมาของฮอลลีวูด

ฮอลลีวูดเริ่มต้นเป็นเพียงชุมชนเล็กๆ ในลอสแอนเจลิส รัฐแคลิฟอร์เนีย ก่อนที่จะกลายเป็น ศูนย์กลางของอุตสาหกรรมภาพยนตร์โลก การเติบโตของฮอลลีวูดเริ่มขึ้นในช่วงต้นศตวรรษที่ ๒๐ เมื่อบริษัทผลิตภาพยนตร์เริ่มย้ายจากฝั่งตะวันออกของสหรัฐฯ มาที่แคลิฟอร์เนีย

ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดผู้ผลิตภาพยนตร์มาที่ฮอลลีวูด ได้แก่ สภาพอากาศที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายทำกลางแจ้งตลอดทั้งปี ภูมิประเทศที่หลากหลาย เหมาะสำหรับการถ่ายทำฉากต่างๆ, ค่าแรงและค่าที่ดินที่ถูกลงกว่าในนิวยอร์ก และการหลีกเลี่ยงการผูกขาดของ Thomas Edison ที่ควบคุมสิทธิบัตรอุปกรณ์ถ่ายทำภาพยนตร์ในฝั่งตะวันออก

๒. การก่อตั้งสตูดิโอภาพยนตร์ยุคแรก

ในช่วงทศวรรษ ๑๙๑๐-๑๙๒๐ มีการก่อตั้งสตูดิโอภาพยนตร์ขนาดใหญ่หลายแห่งในฮอลลีวูด ซึ่งต่อมากลายเป็นที่รู้จักในชื่อ "Big Five" และ "Little Three" ได้แก่

Big Five	Little Three
1. Paramount Pictures (1912)	1. Universal Pictures (1912)
2. Warner Bros. Pictures (1923)	2. Columbia Pictures (1924)
3. RKO Pictures (1928)	3. United Artists (1919)
4. 20th Century Fox (1935)	
5. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) (1924)	

สตูดิโอเหล่านี้สร้างระบบการผลิตภาพยนตร์แบบอุตสาหกรรม โดยควบคุมทุกขั้นตอนตั้งแต่การผลิต การจัดจำหน่าย ไปจนถึงการฉายในโรงภาพยนตร์ที่สตูดิโอเป็นเจ้าของ

๓. ยุคทองของฮอลลีวูด

ช่วงปี ๑๙๓๐-๑๙๖๐ ถือเป็น "ยุคทอง" ของฮอลลีวูด เป็นช่วงที่มีการผลิตภาพยนตร์คลาสสิกมากมาย และสร้างระบบดารานักแสดงที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมมวลชน

ลักษณะสำคัญของยุคทอง การผลิตภาพยนตร์จำนวนมากในแต่ละปี, การพัฒนาเทคนิคการเล่าเรื่องและการถ่ายทำ, การสร้างแนวภาพยนตร์ (Genre) ที่หลากหลาย เช่น ตลก โรแมนติก แอ็คชั่น ฯลฯ และการเติบโตของระบบดารานักแสดง (Star System) ที่สร้างนักแสดงให้กลายเป็นไอคอนวัฒนธรรม

ตัวอย่างภาพยนตร์สำคัญในยุคทอง "Gone with the Wind" (1939), "Casablanca" (1942), "Singin' in the Rain" (1952) และ "Ben-Hur" (1959)

๔. การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมภาพยนตร์

ในช่วงทศวรรษ ๑๙๖๐-๑๙๗๐ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ เนื่องจาก การเติบโตของโทรทัศน์ ทำให้คนดูภาพยนตร์ในโรงน้อยลง, การยกเลิกระบบสตูดิโอที่ผูกขาดการจัดจำหน่ายและโรงภาพยนตร์ และการเกิดขึ้นของผู้กำกับรุ่นใหม่ที่มีวิสัยทัศน์แตกต่าง (New Hollywood)

ผลลัพธ์ของการเปลี่ยนแปลง สตูดิโอใหญ่ต้องปรับตัว เน้นการผลิตภาพยนตร์ขนาดใหญ่ (Blockbuster), เกิดภาพยนตร์ทดลองและนวัตกรรมใหม่ๆ มากขึ้น และการเติบโตของภาพยนตร์อิสระ (Independent Films)

๕. เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการผลิตภาพยนตร์

ฮอลลีวูดมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตภาพยนตร์ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

พัฒนาการสำคัญ	ตัวอย่างภาพยนตร์ที่สร้างความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี
<ul style="list-style-type: none"> - การเปลี่ยนจากหนังเงียบเป็นหนังเสียง (1920s) - การพัฒนาเทคนิคสี Technicolor (1930s) - การใช้เทคนิคพิเศษ (Special Effects) ที่ซับซ้อนขึ้น - การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิก (CGI) ในการสร้างภาพ (1990s-ปัจจุบัน) - การพัฒนาเทคโนโลยี 3D และ IMAX 	<ul style="list-style-type: none"> - "The Jazz Singer" (1927) - ภาพยนตร์เสียงเรื่องแรก - "Snow White and the Seven Dwarfs" (1937) - ภาพยนตร์แอนิเมชันขนาดยาวเรื่องแรก - "Star Wars" (1977) - การใช้เทคนิคพิเศษขั้นสูง - "Jurassic Park" (1993) - การใช้ CGI อย่างก้าวกระโดด - "Avatar" (2009) - การใช้เทคโนโลยี 3D และ Motion Capture

๖. ระบบดาราศาสตร์และการตลาด

ระบบดาราศาสตร์ (Star System) เป็นกลยุทธ์สำคัญของฮอลลีวูดในการสร้างความนิยมให้กับภาพยนตร์ โดยมีลักษณะดังนี้ การสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับนักแสดง, การใช้นักแสดงที่มีชื่อเสียงเป็นจุดขายหลักของภาพยนตร์ และการทำสัญญาผูกมัดนักแสดงกับสตูดิโอ

กลยุทธ์การตลาดของฮอลลีวูด	ตัวอย่างดาราศาสตร์ที่มีอิทธิพลในแต่ละยุค
<ul style="list-style-type: none"> - การโฆษณาและประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง - การจัดงานพรีเมียร์หรูหรา - การสร้างกระแสผ่านสื่อต่างๆ - การขยายตลาดสู่ต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - ยุค 1930-1940 Clark Gable, Katharine Hepburn - ยุค 1950-1960 Marilyn Monroe, James Dean - ยุค 1970-1980 Robert De Niro, Meryl Streep - ยุค 1990-2000 Tom Cruise, Julia Roberts - ยุคปัจจุบัน Leonardo DiCaprio, Scarlett Johansson

๗. อิทธิพลทางวัฒนธรรมของภาพยนตร์ฮอลลีวูด

ภาพยนตร์ฮอลลีวูดมีอิทธิพลอย่างมากต่อวัฒนธรรมทั้งในสหรัฐฯ และทั่วโลก โดยส่งผลในด้านต่างๆ ดังนี้ การกำหนดแฟชั่นและรูปแบบการแต่งกาย, การสร้างค่านิยมและทัศนคติทางสังคม, การเผยแพร่วัฒนธรรมอเมริกันสู่ต่างประเทศ (Soft Power), การสร้างไอคอนและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม และการมีอิทธิพลต่อภาษาและสำนวนที่ใช้ในชีวิตประจำวัน

ตัวอย่างอิทธิพลทางวัฒนธรรม การแพร่หลายของวัฒนธรรม Fast Food จากภาพยนตร์อเมริกัน, การเลียนแบบสไตล์การแต่งกายของดาราศาสตร์ฮอลลีวูด และการใช้คำพูดหรือประโยคเด็ดจากภาพยนตร์ในชีวิตประจำวัน

๘. ความท้าทายและการปรับตัวในยุคดิจิทัล

อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ๆ ในยุคดิจิทัล ได้แก่ การเติบโตของบริการสตรีมมิ่ง เช่น Netflix, Amazon Prime, การละเมิดลิขสิทธิ์และการดาวน์โหลดภาพยนตร์แบบผิดกฎหมาย, การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปดูคอนเทนต์ออนไลน์มากขึ้น และการแข่งขันกับคอนเทนต์รูปแบบอื่นๆ เช่น ซีรีส์ทีวี วิดีโอเกม

การปรับตัวของฮอลลีวูด การลงทุนในแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งของตัวเอง เช่น Disney+, HBO Max, การเน้นผลิตภาพยนตร์ขนาดใหญ่ที่ต้องดูในโรงภาพยนตร์, การสร้างแฟรนไชส์ภาพยนตร์ขนาดใหญ่ เช่น Marvel Cinematic Universe เพื่อดึงดูดผู้ชมให้มาโรงภาพยนตร์, การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น VR (Virtual Reality) และ AR (Augmented Reality) เพื่อสร้างประสบการณ์ใหม่ให้ผู้ชม, การร่วมมือกับผู้ผลิตคอนเทนต์จากต่างประเทศเพื่อขยายตลาด และการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์และอินฟลูเอนเซอร์มากขึ้น

ตัวอย่างความสำเร็จในการปรับตัว Disney+ สามารถดึงดูดผู้สมัครสมาชิกได้มากกว่า ๑๐๐ ล้านคนภายในเวลาเพียง ๑๖ เดือนหลังเปิดตัว, ภาพยนตร์ "Avengers Endgame" (๒๐๑๙) ทำรายได้ทั่วโลกสูงถึง ๒.๘ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ แสดงให้เห็นถึงพลังของแฟรนไชส์ภาพยนตร์

๙. บทบาทของฮอลลีวูดในเศรษฐกิจสหรัฐฯ

ฮอลลีวูดมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ทั้งในแง่ของการสร้างรายได้และการจ้างงาน

ผลกระทบทางเศรษฐกิจ	ข้อมูลทางเศรษฐกิจ
<ul style="list-style-type: none"> - การสร้างรายได้จากการส่งออกภาพยนตร์ไปทั่วโลก - การสร้างงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การผลิต การตลาด เทคโนโลยี - การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการนำเสนอสถานที่ถ่ายทำในภาพยนตร์ - การกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นในพื้นที่ถ่ายทำภาพยนตร์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ในปี ๒๐๑๙ อุตสาหกรรมภาพยนตร์และโทรทัศน์ของสหรัฐฯ สร้างรายได้ ๑๗.๒ พันล้านดอลลาร์จากการส่งออก - อุตสาหกรรมนี้สร้างงานให้กับชาวอเมริกันมากกว่า ๒.๕ ล้านตำแหน่ง

๑๐. แนวโน้มและอนาคตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์

แนวโน้มสำคัญที่กำลังเกิดขึ้นและคาดว่าจะมีผลต่ออนาคตของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูด

๑). **การเติบโตของตลาดระดับโลก** การขยายตัวของตลาดในเอเชีย โดยเฉพาะจีนและอินเดีย และการผลิตภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาเป็นสากลมากขึ้นเพื่อตอบสนองตลาดทั่วโลก

๒). **การหลอมรวมของสื่อ** การควบรวมกิจการระหว่างบริษัทผู้ผลิตเนื้อหาและบริษัทเทคโนโลยี และการสร้างระบบนิเวศของคอนเทนต์ที่ครอบคลุมทั้งภาพยนตร์ โทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล

๓). **การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและการรับชม** การใช้ AI และ Machine Learning ในการผลิตและการตลาด และการพัฒนาเทคโนโลยี VR และ AR เพื่อสร้างประสบการณ์การรับชมแบบใหม่

๔). **การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการจัดจำหน่าย** การลดช่องว่างระหว่างการฉายในโรงภาพยนตร์และการเผยแพร่ทางสตรีมมิ่ง และการทดลองรูปแบบการจัดจำหน่ายใหม่ๆ เช่น การปล่อยภาพยนตร์พร้อมกันทั้งในโรงและทางออนไลน์

๕). **การให้ความสำคัญกับความหลากหลายและการมีส่วนร่วม** การเพิ่มความหลากหลายในเรื่องเชื้อชาติ เพศ และวัฒนธรรมในการผลิตภาพยนตร์ และการสนับสนุนผู้สร้างภาพยนตร์จากกลุ่มที่เคยถูกละเลยมาก่อน

ความท้าทายในอนาคต	โอกาสในอนาคต	ตัวอย่างโครงการที่แสดงถึงแนวโน้มในอนาคต
<ul style="list-style-type: none"> - การรักษาสมดุลระหว่างการสร้างสรรค์ทางศิลปะและความต้องการทางธุรกิจ - การแข่งขันกับผู้ผลิตคอนเทนต์รายใหม่ที่มีเงินทุนสูง เช่น Netflix, Amazon - การปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> - การใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อวิเคราะห์ความต้องการของผู้ชม - การสร้างประสบการณ์การรับชมแบบส่วนตัว (Personalized Viewing Experience) 	<ul style="list-style-type: none"> - โครงการ Quibi (2020) ที่พยายามสร้างคอนเทนต์สั้นสำหรับอุปกรณ์มือถือ แม้จะไม่ประสบความสำเร็จ แต่แสดงให้เห็นถึงความพยายามในการปรับตัวของอุตสาหกรรม - การใช้เทคโนโลยี AI ในการวิเคราะห์บทภาพยนตร์และ

<p>- การจัดการกับปัญหาการละเมิดลิขสิทธิ์ในยุคดิจิทัล</p>	<p>- การขยายตลาดไปสู่กลุ่มผู้ชมใหม่ๆ ทั่วโลกผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล</p>	<p>คาดการณ์ความสำเร็จของภาพยนตร์ เช่น ระบบ ScriptBook</p>
--	--	---

๑๑ บทสรุป

ฮอลลีวูดและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาได้ผ่านการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่องตลอดกว่าหนึ่งศตวรรษ จากจุดเริ่มต้นที่เป็นเพียงชุมชนเล็กๆ ฮอลลีวูดได้กลายเป็นศูนย์กลางของการผลิตภาพยนตร์ระดับโลก สร้างผลงานที่มีอิทธิพลต่อวัฒนธรรมและเศรษฐกิจทั่วโลก แม้จะต้องเผชิญกับความท้าทายมากมาย ทั้งการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี การแข่งขันจากสื่อรูปแบบใหม่ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค แต่อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดก็ยังคงแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการปรับตัวและสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง

ในอนาคต ความสำเร็จของฮอลลีวูดจะขึ้นอยู่กับความสามารถในการผสมผสานระหว่างศิลปะการเล่าเรื่อง เทคโนโลยีล้ำสมัย และความเข้าใจในตลาดระดับโลก ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกดิจิทัล ฮอลลีวูดยังคงมีโอกาสที่จะรักษาตำแหน่งผู้นำในอุตสาหกรรมความบันเทิงระดับโลก หากสามารถปรับตัวและตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่หลากหลายและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๓.๕ สรุป

บทสรุปของบทที่ ๓ กรณีศึกษาการใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติได้นำเสนอกรณีศึกษาจากสามประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับนานาชาติ ได้แก่ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

เกาหลีใต้โดดเด่นด้วย K-Pop และอุตสาหกรรมบันเทิง ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากทั่วโลก ความสำเร็จนี้เกิดจากการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับความทันสมัย การลงทุนในการฝึกฝนศิลปิน และกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดปรากฏการณ์ "คลื่นเกาหลี" ที่แพร่กระจายไปทั่วโลก

ญี่ปุ่นใช้อนิเมะ มังงะ และวัฒนธรรมป๊อปในการเผยแพร่อิทธิพลทางวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์ของงานศิลปะและการเล่าเรื่อง รวมถึงการนำเสนอมุมมองทางสังคมและปรัชญาผ่านสื่อเหล่านี้ ทำให้วัฒนธรรมญี่ปุ่นเป็นที่รู้จักและชื่นชอบในระดับสากล

สหรัฐอเมริกาใช้ฮอลลีวูดและอุตสาหกรรมภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการเผยแพร่วัฒนธรรมและค่านิยมอเมริกัน ด้วยการลงทุนขนาดใหญ่ เทคโนโลยีที่ทันสมัย และการเล่าเรื่องที่มีประสิทธิภาพ ภาพยนตร์ฮอลลีวูดสามารถสร้างอิทธิพลต่อผู้ชมทั่วโลก

กรณีศึกษาเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการใช้ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์อย่างมีกลยุทธ์สามารถสร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรมในระดับโลกได้ ทั้งสามประเทศประสบความสำเร็จในการผสมผสานเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมกับนวัตกรรมสมัยใหม่ การลงทุนในการพัฒนาบุคลากรและเทคโนโลยี และการใช้กลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นบทเรียนสำคัญสำหรับประเทศอื่นๆ ที่ต้องการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของตน



บทที่ ๔

ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทย

ประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน ซึ่งเป็นทรัพยากรอันล้ำค่าที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ได้ ในยุคที่โลกกำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การใช้ประโยชน์จากมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม จึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาประเทศ ภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทยมีรากฐานมาจากประวัติศาสตร์อันยาวนาน ประเพณี ศิลปะ วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสะท้อนถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชาติ การผสมผสานระหว่างความเป็นไทยดั้งเดิมกับแนวคิดสร้างสรรค์สมัยใหม่ สามารถนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและแตกต่าง

ในบริบทของประเทศไทย การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ครอบคลุมหลายมิติ ตั้งแต่การอนุรักษ์และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม ไปจนถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาหารไทย แฟชั่นและสิ่งทอ ศิลปะการแสดง และงานฝีมือ ล้วนมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีโลก การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทยจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน ชุมชน และสถาบันการศึกษา เพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ตลอดจนการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา การสร้างบุคลากรที่มีทักษะ และการเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ

การศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในบริบทของประเทศไทย จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสม สามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืน

๔.๑ ทูทางวัฒนธรรมของไทยและศักยภาพในการพัฒนาเป็นภูมิพลังวัฒนธรรม

ประเทศไทยเป็นดินแดนที่อุดมไปด้วยมรดกทางวัฒนธรรมอันหลากหลายและทรงคุณค่า ซึ่งสั่งสมมาอย่างยาวนานผ่านประวัติศาสตร์อันรุ่งเรือง วิถีชีวิต ประเพณี และภูมิปัญญาของผู้คน สิ่งเหล่านี้ไม่เพียงแต่เป็นเอกลักษณ์ที่สร้างความภาคภูมิใจให้แก่คนไทยเท่านั้น แต่ยังเป็น "ทูทางวัฒนธรรม" ที่มีศักยภาพในการพัฒนาประเทศในหลากหลายมิติ

ในยุคที่โลกเผชิญกับความท้าทายทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การนำทูทางวัฒนธรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดจึงเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับประเทศ แนวคิดเรื่อง "ภูมิพลังวัฒนธรรม" จึงเกิดขึ้นเพื่อเป็นกรอบในการพัฒนาทูทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นพลังขับเคลื่อนสังคมและเศรษฐกิจไทยในศตวรรษที่ ๒๑ ในบั้นนี้จะนำเสนอภาพรวมของทูทางวัฒนธรรมไทย วิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาสู่ภูมิพลังวัฒนธรรม รวมถึงเสนอแนะขั้นตอน กระบวนการ และแนวทางในการดำเนินการ พร้อมทั้งคาดการณ์ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น และยกตัวอย่างความสำเร็จที่เกิดขึ้นแล้วในบางพื้นที่ของประเทศไทย

๑). ความหมายและความสำคัญของทูทางวัฒนธรรม

ทูทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) เป็นแนวคิดที่ถูกนำเสนอโดยนักสังคมวิทยาชาวฝรั่งเศส Pierre Bourdieu ในทศวรรษ 1970 โดยหมายถึงสินทรัพย์ทางสังคมที่ไม่ใช่ตัวเงิน แต่สามารถแปลงเป็นทุนทางเศรษฐกิจและสังคมได้ (Bourdieu, ๑๙๘๖) ในบริบทของประเทศไทย ทูทางวัฒนธรรมครอบคลุมถึงมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งรวมถึง โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี ภูมิปัญญา ศิลปะการแสดง อาหาร และวิถีชีวิตของผู้คน

ความสำคัญของทูทางวัฒนธรรมมีหลายประการ ดังนี้

๑.๑). สร้างอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจ ทูทางวัฒนธรรมช่วยกำหนดอัตลักษณ์ของชาติและท้องถิ่น สร้างความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกันในสังคม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๔)

๑.๒). สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ สามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สินค้าหัตถกรรม อาหารท้องถิ่น (กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๓)

๑.๓). สร้างความยั่งยืน การอนุรักษ์และพัฒนาทูทางวัฒนธรรมช่วยรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการรักษาคุณค่าทางสังคม (ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, ๒๕๖๒)

๑.๔). เสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างประเทศ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, ๒๕๖๕)

๒). ทูตทางวัฒนธรรมของไทย

ประเทศไทยมีทูตทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและโดดเด่น สามารถจำแนกได้ดังนี้

๒.๑) **มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้** โบราณสถานและอนุสรณ์สถาน เช่น อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา, อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย, ศิลปวัตถุและโบราณวัตถุ เช่น พระพุทธรูป, เครื่องทองโบราณ และสถาปัตยกรรม เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม, เรือนไทยโบราณ

๒.๒) **มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้** ภาษาและวรรณกรรม เช่น ภาษาไทย, วรรณคดีเรื่องรามเกียรติ์, ศิลปะการแสดง เช่น โขน, หุ่นกระบอก, ลิเก, ประเพณีและพิธีกรรม เช่น สงกรานต์, ลอยกระทง, ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การแพทย์แผนไทย, การนวดไทย และอาหารไทย เช่น ต้มยำกุ้ง, ผัดไทย

๒.๓) **ทรัพยากรทางวัฒนธรรม** แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น ตลาดน้ำ, ชุมชนเก่าแก่ และสถาบันทางวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ, หอศิลป์

ทูตทางวัฒนธรรมเหล่านี้มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นภูมิพลังวัฒนธรรมที่สามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมหาศาล (สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย, ๒๕๖๔)

๓). แนวคิดเรื่องภูมิพลังวัฒนธรรม

ภูมิพลังวัฒนธรรม (Cultural Power) เป็นแนวคิดที่พัฒนาต่อยอดจากทูตทางวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการนำทูตทางวัฒนธรรมมาใช้เป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน แนวคิดนี้ได้รับการผลักดันในประเทศไทยโดยหน่วยงานต่างๆ เช่น กระทรวงวัฒนธรรม และสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

องค์ประกอบสำคัญของภูมิพลังวัฒนธรรม ได้แก่

- ๓.๑). การอนุรักษ์และฟื้นฟู การรักษาและสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่
- ๓.๒). การพัฒนาและต่อยอด การประยุกต์ใช้ทูตทางวัฒนธรรมให้เข้ากับบริบทปัจจุบัน
- ๓.๓). การสร้างมูลค่าเพิ่ม การแปลงทูตทางวัฒนธรรมให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ
- ๓.๔). การสร้างการมีส่วนร่วม การดึงชุมชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีบทบาทในการพัฒนา

๓.๕). การบูรณาการ การผสมผสานวัฒนธรรมกับศาสตร์อื่นๆ เช่น เทคโนโลยี การออกแบบ(กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๕)

๔). ขั้นตอนและกระบวนการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่ภูมิพลังวัฒนธรรม

การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นภูมิพลังวัฒนธรรมนั้น ต้องอาศัยกระบวนการที่เป็นระบบและการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ขั้นตอนสำคัญมีดังนี้

๔.๑) การสำรวจและจัดทำฐานข้อมูลทุนทางวัฒนธรรม รวบรวมข้อมูลทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่, จัดทำระบบฐานข้อมูลดิจิทัล และวิเคราะห์ศักยภาพและความโดดเด่นของทุนทางวัฒนธรรมแต่ละประเภท

๔.๒) การวางแผนยุทธศาสตร์ กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการพัฒนา, จัดทำแผนปฏิบัติการทั้งระยะสั้นและระยะยาว และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ

๔.๓) การสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วม จัดกิจกรรมรณรงค์สร้างความเข้าใจในชุมชน, ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของเยาวชนและคนรุ่นใหม่ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม

๔.๔) การพัฒนาและต่อยอดทุนทางวัฒนธรรม อนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมที่เสี่ยงต่อการสูญหาย, ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการนำเสนอวัฒนธรรม และพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าสูง

๔.๕) การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน, ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม, พัฒนาแบรนด์สินค้าและบริการที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทย และส่งเสริมการส่งออกสินค้าทางวัฒนธรรมสู่ตลาดโลก

๔.๖) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จัดการอบรมและพัฒนาทักษะด้านการจัดการวัฒนธรรม, ส่งเสริมการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากรุ่นสู่รุ่น และสร้างหลักสูตรการศึกษาที่บูรณาการความรู้ด้านวัฒนธรรมกับศาสตร์สมัยใหม่

๔.๗) การสร้างเครือข่ายและความร่วมมือระดับนานาชาติ แลกเปลี่ยนองค์ความรู้และประสบการณ์กับประเทศอื่นๆ, ร่วมมือในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมระดับนานาชาติ และส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมในภูมิภาค

๔.๘) การติดตามและประเมินผล จัดทำระบบการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง, วิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรม และปรับปรุงแผน

และกลยุทธ์ตามผลการประเมิน (อ้างอิง แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๙, กระทรวงวัฒนธรรม)

๕). ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่ภูมิพลังวัฒนธรรมคาดว่าจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่สำคัญ ดังนี้

<p>๕.๑) ด้านเศรษฐกิจ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและสร้างสรรค์ - สร้างรายได้และการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่น - เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม
<p>๕.๒) ด้านสังคม</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เสริมสร้างความภาคภูมิใจและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในสังคม - ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมผ่านการกระจายรายได้จากทุนทางวัฒนธรรม - สืบทอดและรักษามรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน
<p>๕.๓) ด้านการท่องเที่ยว</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม - ยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมทางวัฒนธรรม - กระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างทั่วถึง
<p>๕.๔) ด้านการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - สร้างบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการวัฒนธรรม - เพิ่มโอกาสทางการศึกษาและอาชีพในด้านวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์ - ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรม
<p>๕.๕) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - เสริมสร้างภาพลักษณ์และอำนาจละมุน (Soft Power) ของประเทศไทยในเวทีโลก - ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและความร่วมมือระหว่างประเทศ - เพิ่มบทบาทของไทยในการเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมในภูมิภาค (อ้างอิง ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

๖). ตัวอย่างความสำเร็จ

ประเทศไทยมีตัวอย่างความสำเร็จในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่ภูมิพลังวัฒนธรรมในหลายพื้นที่ ดังนี้

๖.๑) ชุมชนบ้านบาตร กรุงเทพมหานคร

ชุมชนเก่าแก่ที่สืบทอดภูมิปัญญาการทำบาตรพระมาหลายชั่วอายุคน ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศูนย์การเรียนรู้ ส่งผลให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมไว้ได้อย่างยั่งยืน (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๖๒)

๖.๒) ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ชุมชนชาวมอญที่อนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ได้อย่างดี พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียง มีการสาธิตการทำเครื่องปั้นดินเผา การแสดงศิลปวัฒนธรรมมอญ และการชิมอาหารพื้นถิ่น สร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างต่อเนื่อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ๒๕๖๔)

๖.๓) ชุมชนบ้านนาต้นจั่น จังหวัดสุโขทัย

ชุมชนที่พัฒนาผ้าหมักโคลนเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ ผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการออกแบบสมัยใหม่ จนได้รับความนิยมทั้งในและต่างประเทศ สร้างรายได้ให้ชุมชนอย่างมหาศาล (กรมการพัฒนาชุมชน, ๒๕๖๓)

๖.๔) เทศกาลดนตรีและศิลปะนานาชาติ "เวิลด์แจ๊สเฟสติวัล" จังหวัดหัวหิน

การจัดเทศกาลดนตรีที่ผสมผสานดนตรีแจ๊สสากลกับดนตรีไทย สร้างการรับรู้ด้านวัฒนธรรมไทยในระดับนานาชาติ และกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่ (กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๕)

๖.๕) โครงการ "มัดย้อมเมือง" จังหวัดเชียงใหม่

การนำเทคนิคการมัดย้อมผ้าแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้ในการตกแต่งเมือง สร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้กับเมืองเชียงใหม่ และดึงดูดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, ๒๕๖๔)

๗). บทสรุป

การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นแนวทางสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับประเทศไทยในศตวรรษที่ ๒๑ โดยอาศัยการบูรณาการองค์ความรู้ดั้งเดิมกับนวัตกรรมสมัยใหม่ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน และการวางแผนอย่างเป็นระบบ

ความท้าทายสำคัญในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรม ได้แก่ การรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา การสร้างความตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ และการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ที่จำเป็นในการจัดการทุนทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ด้วยความหลากหลายและความอุดมสมบูรณ์ของทุนทางวัฒนธรรมไทย หากมีการดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ภูมิพลังวัฒนธรรมจะกลายเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน สร้างความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ ความเข้มแข็งทางสังคม และความภาคภูมิใจในความเป็นไทยสืบไป (อ้างอิง รายงานสถานการณ์วัฒนธรรมประจำปี ๒๕๖๕, กระทรวงวัฒนธรรม)

ในบทนี้ได้นำเสนอภาพรวมของทุนทางวัฒนธรรมไทยและแนวทางในการพัฒนาสู่ภูมิพลังวัฒนธรรม โดยครอบคลุมประเด็นสำคัญตั้งแต่ความหมายและความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม การวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมของไทย แนวคิดเรื่องภูมิพลังวัฒนธรรม ขั้นตอนและกระบวนการพัฒนา ผลลัพธ์ที่คาดหวัง ตลอดจนตัวอย่างความสำเร็จในการดำเนินการที่ผ่านมา

การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสู่ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และชุมชนท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายร่วมกันในการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและสังคม ควบคู่ไปกับการรักษาอัตลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมของชาติ

ท้ายที่สุด การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมไม่เพียงแต่จะช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และส่งเสริมบทบาทของประเทศไทยในเวทีโลกผ่านการใช้อำนาจละมุน (Soft Power) ทางวัฒนธรรม ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนในศตวรรษที่ ๒๑ ต่อไป

๔.๒ นโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทย

วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture) เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมดั้งเดิมกับนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์สมัยใหม่ เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม ในบริบทของประเทศไทย การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศในหลายมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการสร้างอัตลักษณ์ของชาติในเวทีโลก

ความสำคัญของวัฒนธรรมสร้างสรรค์

๑. มิติทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมสร้างสรรค์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ ช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ และสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม งานหัตถกรรม และอุตสาหกรรมบันเทิง

๒. มิติทางสังคม การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ช่วยสร้างความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่น

๓. การสร้างอัตลักษณ์ของชาติ วัฒนธรรมสร้างสรรค์ช่วยนำเสนอภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและทันสมัยของประเทศไทยสู่สายตาชาวโลก ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุนจากต่างประเทศ

ด้วยความสำคัญดังกล่าว รัฐบาลไทยจึงได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน เสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศในเวทีโลก

๑). กรอบนโยบายการส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์

กระทรวงวัฒนธรรมได้กำหนดกรอบนโยบายหลักในการส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทย โดยมีประเด็นสำคัญดังนี้

๑.๑) การอนุรักษ์และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรม มุ่งเน้นการรักษาและฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เพื่อเป็นฐานในการพัฒนาต่อยอดสู่การสร้างสรรค

๑.๒) การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคม

๑.๓) การส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐาน

๑.๔) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์ เสริมสร้างทักษะและองค์ความรู้แก่บุคลากรในภาคส่วนต่างๆ

๑.๕) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน สนับสนุนให้ชุมชนและประชาชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๓)

๒). ยุทธศาสตร์หลักในการส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์

เพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามกรอบนโยบายข้างต้น รัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์หลัก ๕ ประการ ดังนี้

๒.๑) ยุทธศาสตร์การพัฒนาฐานข้อมูลและองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์
จัดทำฐานข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมของไทย, ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และพัฒนาระบบการจัดการความรู้และการเผยแพร่ข้อมูล

๒.๒) ยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์
พัฒนาหลักสูตรการศึกษาด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในทุกระดับ, จัดฝึกอบรมและพัฒนาทักษะแก่บุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้เชี่ยวชาญทั้งในและต่างประเทศ

๒.๓) ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อวัฒนธรรมสร้างสรรค์ พัฒนาพื้นที่สร้างสรรค์ (Creative Space) ในชุมชนและเมือง, ปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

๒.๔) ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาดและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรม พัฒนาแบรนด์และการตลาดสำหรับสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม, ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และสนับสนุนการเข้าถึงตลาดทั้งในและต่างประเทศ

๒.๕) ยุทธศาสตร์การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทั้งในและต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม, สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับนานาชาติในการแลกเปลี่ยนและพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และส่งเสริมบทบาทของไทยในเวทีวัฒนธรรมระดับนานาชาติ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, ๒๕๖๔)

๓). ขั้นตอนและกระบวนการดำเนินงาน

การดำเนินงานตามนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทยมีขั้นตอนสำคัญดังนี้

๓.๑) การวางแผนและกำหนดนโยบาย จัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์, ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์ทั้งในและต่างประเทศและ กำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายระยะยาว

๓.๒) การจัดทำแผนปฏิบัติการ แปลงยุทธศาสตร์สู่แผนงานและโครงการที่เป็นรูปธรรม กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จและระยะเวลาดำเนินการ และจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรที่จำเป็น

๓.๓) การดำเนินงานตามแผน มอบหมายหน่วยงานรับผิดชอบในแต่ละแผนงานและโครงการ, ดำเนินกิจกรรมตามแผนที่กำหนด และประสานงานและบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

๓.๔) การติดตามและประเมินผล จัดทำระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน, รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินงาน และจัดทำรายงานความก้าวหน้าและผลสัมฤทธิ์

๓.๕) การปรับปรุงและพัฒนา ทบทวนและปรับปรุงแผนงานตามผลการประเมิน, พัฒนานวัตกรรมและแนวทางใหม่ๆ ในการส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และถอดบทเรียนจากการดำเนินงาน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕)

๔). ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

การดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทยมุ่งหวังผลลัพธ์สำคัญดังนี้

๔.๑) ด้านเศรษฐกิจ เพิ่มสัดส่วนมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อ GDP ของประเทศ, เพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม และสร้างการจ้างงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง

๔.๒) ด้านสังคมและวัฒนธรรม เสริมสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ, เพิ่มการมีส่วนร่วมของประชาชนในการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรม และส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการอยู่ร่วมกันอย่างสร้างสรรค์

๔.๓) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาทักษะและความสามารถของบุคลากรในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์, สร้างผู้ประกอบการรุ่นใหม่ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนผ่านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์

๔.๔) ด้านภาพลักษณ์และการท่องเที่ยว เสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะแหล่งวัฒนธรรมสร้างสรรค์, เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ๒๕๖๖)

๕). ตัวอย่างความสำเร็จในการส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทย

๕.๑) โครงการ OTOP นวัตกรรม

โครงการนี้เป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมูลค่าเพิ่มและตอบสนองความต้องการของตลาด ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้และพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนอย่างยั่งยืน

๕.๒) เทศกาลดนตรีและศิลปะร่วมสมัย "Wonderfruit"

เทศกาลนี้เป็นตัวอย่างของการผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับความคิดสร้างสรรค์สมัยใหม่ โดยนำเสนอดนตรี ศิลปะ อาหาร และกิจกรรมที่เน้นความยั่งยืน ดึงดูดผู้เข้าร่วมงานทั้งชาวไทยและต่างชาติ สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยในฐานะศูนย์กลางวัฒนธรรมสร้างสรรค์

๕.๓) โครงการย่านเจริญกรุง Creative District

การพัฒนาย่านเจริญกรุงให้เป็นย่านสร้างสรรค์ โดยการฟื้นฟูอาคารเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ และส่งเสริมให้เป็นพื้นที่สำหรับศิลปิน นักออกแบบ และผู้ประกอบการสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในพื้นที่

๕.๔) โครงการ "ไทยเท่" (Thai-ness)

โครงการนี้มุ่งส่งเสริมการนำอัตลักษณ์ความเป็นไทยมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ ทำให้เกิดสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นที่ต้องการในตลาดโลก

๕.๕) พิพิธภัณฑศิลป์ไทยร่วมสมัย MOCA Bangkok

พิพิธภัณฑศิลป์แห่งนี้เป็นแหล่งรวบรวมและจัดแสดงผลงานศิลปะร่วมสมัยของไทย ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้และสร้างแรงบันดาลใจให้กับศิลปินรุ่นใหม่ รวมทั้งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจด้านศิลปวัฒนธรรม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, ๒๕๖๕)

๖). สรุป

นโยบายและยุทธศาสตร์การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของไทยเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการผสมผสานระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมอันทรงคุณค่ากับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันในเวทีโลก การดำเนินงานตามนโยบายและยุทธศาสตร์ดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาสังคม และชุมชน โดยมีเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนบนฐานของทุนทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์

ความท้าทายสำคัญในการดำเนินนโยบายนี้ได้แก่ การสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาต่อยอดเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีทักษะที่จำเป็นในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ อย่างไรก็ตาม ด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรมและศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ของคนไทย ประกอบกับการดำเนินนโยบายและยุทธศาสตร์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ประเทศไทยมีโอกาสที่จะก้าวขึ้นเป็นผู้นำด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระดับภูมิภาคและระดับโลก ซึ่งจะนำมาซึ่งการพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมในระยะยาว การส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์จึงไม่เพียงเป็นการรักษาและต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นการวางรากฐานสำคัญสำหรับอนาคตของประเทศไทยในยุคเศรษฐกิจสร้างสรรค์และนวัตกรรม

๔.๓ ความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยในเวทีโลก

๑). ความท้าทายในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมไทย

๑.๑). การรักษาอัตลักษณ์ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ ในยุคที่โลกเชื่อมโยงถึงกันอย่างไร้พรมแดน วัฒนธรรมตะวันตกมีอิทธิพลอย่างมากต่อสังคมไทย โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่

ทำให้เกิดความท้าทายในการรักษาอัตลักษณ์ความเป็นไทยไว้ ขณะเดียวกันก็ต้องปรับตัวให้ทันสมัย และเข้ากับบริบทโลก

๑.๒) การขาดความเข้าใจและภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเอง คนไทยจำนวนมากน้อยยังขาดความรู้ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของตนเอง ทำให้ขาดความภาคภูมิใจและไม่เห็นคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม ส่งผลให้การอนุรักษ์และสืบทอดเป็นไปได้ยาก

๑.๓) การสื่อสารวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่เข้าใจในระดับสากล การนำเสนอวัฒนธรรมไทยให้ชาวต่างชาติเข้าใจได้อย่างลึกซึ้งซึ่งเป็นความท้าทายสำคัญ เนื่องจากมีความแตกต่างทางภาษา ความเชื่อ และค่านิยม จำเป็นต้องมีการตีความและสื่อสารอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้อง

๑.๔) การสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา การรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ในขณะที่ต้องพัฒนาให้ร่วมสมัยเป็นความท้าทายที่สำคัญ ต้องหาจุดสมดุลระหว่างการอนุรักษ์คุณค่าดั้งเดิมและการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงไป

๑.๕) การขาดการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ แม้จะมีหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านวัฒนธรรม แต่การสนับสนุนยังขาดความต่อเนื่องและเป็นระบบ ทั้งในด้านงบประมาณ นโยบาย และการบูรณาการระหว่างหน่วยงานต่างๆ

๑.๖) การแข่งขันกับวัฒนธรรมของประเทศอื่นๆ ในเวทีโลก ประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในการนำเสนอวัฒนธรรมของตน ทำให้ต้องมีกลยุทธ์ที่โดดเด่นและแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจ

๑.๗) การรับมือกับผลกระทบของเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบอย่างมากต่อวิถีชีวิตและวัฒนธรรม การใช้ประโยชน์จากสิ่งเหล่านี้ในการเผยแพร่วัฒนธรรมโดยไม่ทำลายคุณค่าดั้งเดิมเป็นความท้าทายสำคัญ

๒). โอกาสในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมไทย

๒.๑) การใช้ประโยชน์จากกระแสความสนใจในวัฒนธรรมเอเชีย ปัจจุบันทั่วโลกมีความสนใจในวัฒนธรรมเอเชียมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหาร ศิลปะ หรือการท่องเที่ยว นี่เป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะนำเสนอวัฒนธรรมของตนสู่เวทีโลก

๒.๒) การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม วัฒนธรรมไทยสามารถเป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีเอกลักษณ์ เช่น แฟชั่น การออกแบบภาพยนตร์ และดนตรี ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล

๒.๓) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจะช่วยเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่นานาชาติและสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น

๒.๔) การใช้เทคโนโลยีในการเผยแพร่วัฒนธรรม เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์เปิดโอกาสให้สามารถเผยแพร่วัฒนธรรมไทยสู่ผู้คนทั่วโลกได้อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

๒.๕) การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศเปิดโอกาสให้ไทยได้แสดงศักยภาพและเรียนรู้จากประเทศอื่นๆ ในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรม

๒.๖) การบูรณาการวัฒนธรรมเข้ากับการพัฒนาประเทศ การนำมิติทางวัฒนธรรมมาใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ เช่น การศึกษา เศรษฐกิจ และการพัฒนาสังคม จะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน

๒.๗) การสร้างแบรนด์ประเทศบนพื้นฐานวัฒนธรรม วัฒนธรรมไทยสามารถเป็นจุดขายสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์และแบรนด์ประเทศที่โดดเด่นในเวทีโลก

๓). ขั้นตอนและกระบวนการในการพัฒนา

๓.๑) การศึกษาและวิจัย ทำการวิจัยเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยในมิติต่างๆ, ศึกษาแนวทางการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จ และวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวัฒนธรรมไทยในบริบทโลก

๓.๒) การกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ กำหนดวิสัยทัศน์ระยะยาวสำหรับการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมไทย, วางยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการที่ชัดเจน และกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จที่เป็นรูปธรรม

๓.๓) การสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วม รณรงค์สร้างความตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมไทยในทุกภาคส่วน และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน และภาคเอกชนในการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรม

๓.๔) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ฝึกอบรมบุคลากรด้านวัฒนธรรมให้มีความรู้และทักษะในการจัดการวัฒนธรรมสมัยใหม่ และส่งเสริมการศึกษาด้านวัฒนธรรมในระบบการศึกษาทุกระดับ

๓.๕) การพัฒนานวัตกรรมทางวัฒนธรรม สนับสนุนการสร้างสรรค์ผลงานที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมดั้งเดิมกับแนวคิดร่วมสมัย, ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการนำเสนอและเผยแพร่วัฒนธรรม

๓.๖) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ สร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม และพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศด้านวัฒนธรรม

๓.๗) การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อนำเสนอวัฒนธรรมไทยสู่เวทีโลก และใช้สื่อหลากหลายรูปแบบในการประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมไทย

๓.๘) การติดตามและประเมินผล จัดทำระบบการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงแผนและกลยุทธ์ตามผลการประเมิน

๔). ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

๔.๑) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่มีรากฐานจากวัฒนธรรมไทย โดยคาดว่าจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ไม่ต่ำกว่าร้อยละ ๕ ของ GDP ภายในระยะเวลา ๕ ปี และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ได้อย่างน้อยร้อยละ ๑๐ ต่อปี

ตามรายงานของ UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) ในปี ๒๐๒๑ พบว่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีศักยภาพในการสร้างรายได้และการจ้างงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนา

๔.๒) การเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ ยกระดับการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในด้านวัฒนธรรมให้ติดอันดับ ๑ ใน ๑๐ ของโลกภายในระยะเวลา ๑๐ ปี และเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในวัฒนธรรมไทยในระดับนานาชาติ

การศึกษาของ Anholt-Ipsos Nation Brands Index แสดงให้เห็นว่าประเทศที่มีภาพลักษณ์ด้านวัฒนธรรมที่แข็งแกร่งมักได้รับความนิยมในด้านการท่องเที่ยวและการลงทุนมากกว่า

๔.๓) การอนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรม เพิ่มจำนวนมรดกทางวัฒนธรรมที่ได้รับการขึ้นทะเบียนโดย UNESCO อย่างน้อย ๕ รายการภายใน ๑๐ ปี, พัฒนาระบบการจัดการความรู้ด้านวัฒนธรรมที่ครอบคลุมและเข้าถึงได้ง่าย

UNESCO ระบุว่า การขึ้นทะเบียนมรดกโลกช่วยในการอนุรักษ์และสร้างความตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมในระดับโลก

๔.๔) การพัฒนาทุนมนุษย์ด้านวัฒนธรรม เพิ่มจำนวนผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการวัฒนธรรมให้ได้อย่างน้อย ๑,๐๐๐ คนภายใน ๕ ปี และสร้างเครือข่ายนักสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมทั่วประเทศอย่างน้อย ๑๐,๐๐๐ คนภายใน ๓ ปี

การศึกษาของ World Economic Forum ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาทุนมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการพัฒนาทางวัฒนธรรม

๔.๕) การสร้างความเข้มแข็งทางสังคมและวัฒนธรรม เพิ่มดัชนีความสุขของประชาชนที่เกี่ยวข้องกับมิติทางวัฒนธรรมให้สูงขึ้นอย่างน้อยร้อยละ ๑๐ ภายใน ๕ ปี, ลดปัญหาสังคมที่เกี่ยวข้องกับการขาดรากฐานทางวัฒนธรรมลงร้อยละ ๒๐ ภายใน ๑๐ ปี

งานวิจัยของ Journal of Happiness Studies แสดงให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขและคุณภาพชีวิตของประชาชน

๕). ตัวอย่างความสำเร็จ

๕.๑) เกาหลีใต้ Korean Wave (Hallyu)

เกาหลีใต้ประสบความสำเร็จอย่างมากในการใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างอิทธิพลทางเศรษฐกิจและการทูต ผ่านปรากฏการณ์ที่เรียกว่า "Korean Wave" หรือ "Hallyu" ซึ่งรวมถึงความนิยมในดนตรี K-pop ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และวัฒนธรรมอาหาร

ตามรายงานของ Korea Foundation for International Cultural Exchange ในปี 2020 มูลค่าทางเศรษฐกิจของ Hallyu ทั่วโลกสูงถึง ๑๒.๓ พันล้านดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มการท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมเกาหลี

บทเรียนสำหรับไทย ไทยสามารถพัฒนากลยุทธ์การส่งออกวัฒนธรรมแบบบูรณาการ โดยเน้นจุดแข็งด้านอาหาร ศิลปะการแสดง และความเป็นมิตรของคนไทย

๕.๒) ญี่ปุ่น Cool Japan

รัฐบาลญี่ปุ่นได้ริเริ่มโครงการ "Cool Japan" เพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมญี่ปุ่นในต่างประเทศ ครอบคลุมทั้งอนิเมะ มังงะ แฟชั่น อาหาร และเทคโนโลยี โครงการนี้ช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของญี่ปุ่นและสร้างรายได้มหาศาล

ตามรายงานของกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น (METI) ในปี ๒๐๑๙ มูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับ Cool Japan สูงถึง ๑๒.๕ ล้านล้านเยน บทเรียนสำหรับไทย ไทยสามารถพัฒนาแบรนด์ประเทศที่ครอบคลุมหลากหลายมิติของวัฒนธรรม และใช้นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง

๕.๓) สิงคโปร์ การผสมผสานวัฒนธรรมดั้งเดิมกับความทันสมัย

สิงคโปร์ประสบความสำเร็จในการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ต่างๆ ไว้ ขณะเดียวกันก็พัฒนาประเทศให้ทันสมัย ผ่านการวางผังเมือง การอนุรักษ์ย่านประวัติศาสตร์ และการจัดเทศกาลวัฒนธรรมระดับนานาชาติ

ตามรายงานของ Singapore Tourism Board ในปี ๒๐๑๙ รายได้จากการท่องเที่ยวของสิงคโปร์สูงถึง ๒๗.๑ พันล้านดอลลาร์สิงคโปร์ โดยส่วนหนึ่งมาจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บทเรียนสำหรับไทย ไทยสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ผสมผสานระหว่างความดั้งเดิมและความทันสมัย โดยเน้นการอนุรักษ์พื้นที่ประวัติศาสตร์และการจัดกิจกรรมระดับนานาชาติ

๖). สรุป

การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยในเวทีโลกเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนและต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยมีเป้าหมายหลักคือการรักษาอัตลักษณ์ความเป็นไทยไว้ ขณะเดียวกันก็ต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลงไป การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศ อีกทั้งยังช่วยยกระดับภาพลักษณ์และบทบาทของประเทศไทยในเวทีโลก อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความมุ่งมั่น การวางแผนอย่างรอบคอบ และการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยในเวทีโลกเป็นภารกิจที่ท้าทายแต่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศในระยะยาว การศึกษาจากตัวอย่างความสำเร็จของประเทศอื่นๆ และการ

ประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของไทย จะช่วยให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม สิ่งสำคัญคือการรักษาความเป็นไทยไว้ ขณะเดียวกันก็ต้องเปิดรับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาให้สอดคล้องกับยุคสมัย การสร้างสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาจะเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จในการยกระดับภูมิพลังวัฒนธรรมไทยสู่เวทีโลกอย่างยั่งยืน

๔.๔ สรุป

ประเทศไทยมีทุนทางวัฒนธรรมที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์ ทั้งมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ซึ่งมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นภูมิพลังวัฒนธรรม โดยการผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรมสมัยใหม่ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมได้อย่างมีนัยสำคัญ รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ จึงได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมด้านนี้อย่างเป็นระบบ โดยมุ่งเน้นการอนุรักษ์และต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์ และการส่งเสริมการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก และการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ในขณะเดียวกัน ก็มีโอกาสมากมายในการนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไทยในเวทีโลก การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม และการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมของไทยจึงเป็นทั้งความท้าทายและโอกาสที่สำคัญ ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการขับเคลื่อนอย่างบูรณาการและต่อเนื่อง เพื่อให้ประเทศไทยสามารถใช้จุดแข็งทางวัฒนธรรมในการสร้างความได้เปรียบในเวทีโลกได้อย่างยั่งยืน



บทที่ ๕

อนาคตของภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์และ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

บทที่ ๕ นี้มุ่งนำเสนอมุมมองเกี่ยวกับอนาคตของภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในประเทศไทย พร้อมทั้งเสนอแนะแนวทางเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลกำลังเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว การเข้าใจแนวโน้มและการเตรียมพร้อมรับมือกับความท้าทายที่จะเกิดขึ้นเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง

ส่วนแรกของบทนี้จะวิเคราะห์แนวโน้มการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล โดยพิจารณาถึงผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น ปัญญาประดิษฐ์ เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน และบล็อกเชน ที่มีต่อการสร้างสรรค์ การเผยแพร่ และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ยังจะกล่าวถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลที่ส่งผลต่อรูปแบบการนำเสนอ และการบริโภคผลงานทางวัฒนธรรม

ส่วนที่สองจะเน้นความสำคัญของการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคมในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยนำเสนอตัวอย่างความสำเร็จและบทเรียนจากทั้งในและต่างประเทศ พร้อมทั้งเสนอแนะรูปแบบความร่วมมือที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย เพื่อสร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ส่วนสุดท้ายจะนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไทย ครอบคลุมประเด็นสำคัญ เช่น การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา การสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเผยแพร่ และต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรม ตลอดจนการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น บทนี้มุ่งหวังที่จะเป็นแนวทางสำหรับผู้กำหนดนโยบาย ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ที่สนใจในการร่วมกันขับเคลื่อนการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทยให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในยุคดิจิทัล

๕.๑ แนวโน้มการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญในทุกมิติของสังคม การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทใหม่ การผสมผสานระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ไม่เพียงแต่จะช่วยอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างโอกาสใหม่ๆ ในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอีกด้วย

๑). ความหมายของภูมิพลังวัฒนธรรม

ภูมิพลังวัฒนธรรม หมายถึง พลังหรือศักยภาพที่แฝงอยู่ในวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นหรือชุมชน ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นทุนในการพัฒนาในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ภูมิพลังวัฒนธรรมประกอบด้วยองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประเพณี ศิลปะ ทัศนกรรม อาหาร และวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนนั้นๆ

ตามแนวคิดของ ศาสตราจารย์ ดร.เอกวิทย์ ณ ถลาง นักวิชาการด้านการศึกษาและวัฒนธรรมของไทย ภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนและอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งหากได้รับการพัฒนาอย่างเหมาะสม จะสามารถเป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนได้

๒). บริบทของยุคดิจิทัล

ยุคดิจิทัลเป็นยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีบทบาทสำคัญในทุกภาคส่วนของสังคม ลักษณะสำคัญของยุคดิจิทัล ได้แก่ การเชื่อมต่อที่ไร้พรมแดน อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้ผู้คนสามารถเชื่อมต่อถึงกันได้ทั่วโลก, ข้อมูลมหาศาล มีการสร้างและจัดเก็บข้อมูลจำนวนมากมหาศาลในรูปแบบดิจิทัล, การเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว, การหลอมรวมสื่อ สื่อต่างๆ สามารถผสมผสานและนำเสนอในรูปแบบดิจิทัลได้หลากหลาย และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ ผู้ใช้สามารถสร้างและแบ่งปันเนื้อหาได้ง่ายขึ้น

บริบทเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อวิธีการที่ผู้คนเข้าถึง เรียนรู้ และมีปฏิสัมพันธ์กับวัฒนธรรม จึงเป็นความท้าทายและโอกาสในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคนี้

๓). แนวโน้มการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล แนวโน้มสำคัญในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล มีดังนี้

๓.๑) การดิจิทัลไลเซชันของมรดกทางวัฒนธรรม การแปลงข้อมูลและองค์ความรู้ทางวัฒนธรรมให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัล เช่น การสร้างฐานข้อมูลดิจิทัล การทำดิจิทัลอาร์ไคฟ์ และการสร้างพิพิธภัณฑ์เสมือนจริง

๓.๒) การใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงและเสมือนผสม การนำเทคโนโลยี Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) มาใช้ในการนำเสนอและสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรม

๓.๓) การสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เอื้อต่อการเรียนรู้ แบ่งปัน และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม

๓.๔) การใช้ Big Data และ AI ในการวิเคราะห์และพัฒนาวัฒนธรรม การนำเทคโนโลยีการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่และปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการศึกษา วิเคราะห์ และพัฒนาวัฒนธรรม

๓.๕) การสร้างสรรค์เนื้อหาทางวัฒนธรรมในรูปแบบดิจิทัล การผลิตสื่อและเนื้อหาทางวัฒนธรรมในรูปแบบดิจิทัลที่น่าสนใจและเข้าถึงได้ง่าย เช่น วิดีโอ พอดแคสต์ และแอปพลิเคชัน

๓.๖) การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมการนำทุนทางวัฒนธรรม มาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล

๓.๗) การสร้างเครือข่ายและชุมชนวัฒนธรรมออนไลน์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์และแพลตฟอร์มดิจิทัลในการเชื่อมโยงผู้คนที่สนใจในวัฒนธรรมเดียวกัน

๓.๘) การพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับผู้สืบทอดทางวัฒนธรรม การเสริมสร้างความรู้ และทักษะด้านดิจิทัลให้แก่ศิลปิน ช่างฝีมือ และผู้สืบทอดทางวัฒนธรรม

๔). ขั้นตอนและกระบวนการพัฒนา

การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลประกอบด้วยขั้นตอนและกระบวนการสำคัญ ดังนี้

๔.๑) การศึกษาและวิเคราะห์บริบท ศึกษาสภาพปัจจุบันของภูมิพลังวัฒนธรรมในพื้นที่ วิเคราะห์โอกาสและความท้าทายในการพัฒนาในยุคดิจิทัล และระบุกลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

๔.๒) การวางแผนกลยุทธ์ กำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายในการพัฒนา, วางแผนการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสม และจัดทำแผนงานและกำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ

๔.๓) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล พัฒนาระบบฐานข้อมูลและแพลตฟอร์มดิจิทัล, จัดหาอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่จำเป็น และสร้างระบบรักษาความปลอดภัยและการจัดการข้อมูล

๔.๔) การพัฒนาเนื้อหาและสื่อดิจิทัล รวบรวมและจัดระบบองค์ความรู้ทางวัฒนธรรม, ผลิตสื่อดิจิทัลที่น่าสนใจและเข้าถึงได้ง่าย และ สร้างสรรค์เนื้อหาที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

๔.๕) การพัฒนาทักษะและศักยภาพบุคลากร จัดอบรมและพัฒนาทักษะดิจิทัลให้แก่ผู้เกี่ยวข้อง, ส่งเสริมการเรียนรู้และการใช้เทคโนโลยีอย่างสร้างสรรค์ และสร้างเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญและที่ปรึกษา

๔.๖) การสร้างการมีส่วนร่วมและเครือข่าย จัดกิจกรรมและโครงการที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม, สร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งออนไลน์และออฟไลน์ และเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างชุมชน หน่วยงาน และภาคส่วนต่างๆ

๔.๗) การทดลองและปรับปรุง ทดลองใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ, รวบรวมข้อมูลและประเมินผลการดำเนินงาน และปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

๔.๘) การขยายผลและสร้างความยั่งยืน ถอดบทเรียนและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ขยายผลความสำเร็จไปสู่พื้นที่อื่นๆ, พัฒนากลไกการสนับสนุนทางการเงินและทรัพยากรที่ยั่งยืน และสร้างความตระหนักและการยอมรับในคุณค่าของภูมิพลังวัฒนธรรมในวงกว้าง

๕). ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลมุ่งหวังผลลัพธ์ที่สำคัญ ดังนี้

๕.๑) การอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ มรดกทางวัฒนธรรมได้รับการบันทึกและจัดเก็บในรูปแบบดิจิทัลอย่างเป็นระบบ, องค์ความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นได้รับการถ่ายทอดสู่คนรุ่นใหม่ผ่านช่องทางที่หลากหลาย

๕.๒) การเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากทุนทางวัฒนธรรม, เกิดผลิตภัณฑ์และบริการสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล, รายได้ของชุมชนและผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น

๕.๓) การเข้าถึงและการมีส่วนร่วมทางวัฒนธรรมที่กว้างขวางขึ้น ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลและประสบการณ์ทางวัฒนธรรมได้ง่ายขึ้นและเกิดการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรมผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

๕.๔) การพัฒนาทักษะและศักยภาพของบุคลากรทางวัฒนธรรม ผู้สืบทอดทางวัฒนธรรมมีทักษะดิจิทัลที่จำเป็นในการเผยแพร่และพัฒนางานและเกิดอาชีพใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล

๕.๕) การสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรม เกิดรูปแบบการนำเสนอและการสร้างสรรค์ผลงานทางวัฒนธรรมแนวใหม่ และมีการบูรณาการระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

๕.๖) การเสริมสร้างอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจทางวัฒนธรรม ชุมชนและท้องถิ่นมีความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมมากขึ้น และเยาวชนและคนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าและภาคภูมิใจในรากเหง้าทางวัฒนธรรมของตน

๕.๗) การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสนับสนุน และการท่องเที่ยวสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

๖.). ตัวอย่างการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล

เพื่อให้เห็นภาพที่ชัดเจนขึ้น ขอยกตัวอย่างโครงการและแนวทางการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลของประเทศไทย ดังนี้

ลำดับ	โครงการ	ขั้นตอนการดำเนินงาน	ผลลัพธ์
๖.๑)	โครงการพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เสมือนจริง กรมส่งเสริม วัฒนธรรม กระทรวง วัฒนธรรม ได้ริเริ่มโครงการ พัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เสมือนจริง โดยใช้ เทคโนโลยี VR และ AR ใน การนำเสนอข้อมูลและวัตถุ	๑. คัดเลือกพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น นำร่อง ๒. จัดทำฐานข้อมูลดิจิทัลของ วัตถุจัดแสดงและข้อมูลทาง วัฒนธรรม ๓. พัฒนาแอปพลิเคชันและ คอนเทนต์ VR/AR ๔. ทดสอบและปรับปรุงระบบ	- ผู้ชมสามารถเข้าถึง ข้อมูลและประสบการณ์ ทางวัฒนธรรมได้อย่าง สะดวก - เพิ่มความน่าสนใจ และการมีส่วนร่วมใน การเรียนรู้ ประวัติศาสตร์และ วัฒนธรรมท้องถิ่น

	จัดแสดงในพิพิธภัณฑ์ ท้องถิ่นทั่วประเทศ ผู้ชม สามารถเข้าชมและเรียนรู้ได้ จากทุกที่ผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล	๕. เปิดให้บริการและ ประชาสัมพันธ์	- สร้างโอกาสในการ พัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมแบบใหม่
๖.๒)	แพลตฟอร์มการเรียนรู้ ศิลปะการแสดงที่บ้าน ออนไลน์ สถาบันบัณฑิตพัฒน ศิลป์ ร่วมกับภาคเอกชน พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ สำหรับการเรียนรู้ ศิลปะการแสดงที่บ้านของ ไทย เช่น โขน หุ่นกระบอก และรำไทย	๑. รวบรวมและจัดระบบองค์ ความรู้ด้านศิลปะการแสดง ที่บ้าน ๒. ผลิตสื่อการเรียนรู้ดิจิทัล เช่น วิดีโอสอน แอนิเมชัน และเกมส์ ๓. พัฒนาระบบการเรียนการ สอนออนไลน์แบบโต้ตอบ ๔. สร้างชุมชนออนไลน์สำหรับ ผู้เรียนและผู้สอน ๕. จัดกิจกรรมและการแสดง ออนไลน์อย่างสม่ำเสมอ	- เยาวชนและผู้สนใจ สามารถเรียนรู้ ศิลปะการแสดง ที่บ้านได้อย่าง สะดวก - ศิลปินและครูผู้สอนมี ช่องทางในการ ถ่ายทอดความรู้และ สร้างรายได้เพิ่มเติม - เกิดการแลกเปลี่ยน และพัฒนา ศิลปะการแสดงในวง กว้าง
๖.๓)	โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมด้วยเทคโนโลยี ดิจิทัล กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม กระทรวง อุตสาหกรรม ร่วมกับ สถาบันการศึกษา จัด โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมท้องถิ่นด้วย	๑. คัดเลือกกลุ่มหัตถกรรม ท้องถิ่นเข้าร่วมโครงการ ๒. อบรมให้ความรู้ด้านการ ออกแบบดิจิทัลและการตลาด ออนไลน์ ๓. พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โดยใช้เทคโนโลยี 3D Printing และ CNC ๔. สร้างแบรนด์ และช่อง ทางการจัดจำหน่ายออนไลน์	- ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ท้องถิ่นมีการพัฒนา รูปแบบและคุณภาพ - ช่างฝีมือท้องถิ่นมี ทักษะด้านดิจิทัลและ การตลาดเพิ่มขึ้น - เพิ่มช่องทางการ จำหน่ายและรายได้ ให้แก่ชุมชน

	เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเพิ่มมูลค่าและขยายตลาด	๕. จัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ	
--	--	---	--

๗). บทสรุป

การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน สถาบันการศึกษา และชุมชนท้องถิ่น การผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างสมดุลจะช่วยให้วัฒนธรรมไทยสามารถปรับตัวและเติบโตได้อย่างยั่งยืนในโลกยุคดิจิทัล ความท้าทายสำคัญในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล ได้แก่ การรักษาความเป็นแท้และคุณค่าดั้งเดิมของวัฒนธรรม, การลดช่องว่างทางดิจิทัลระหว่างคนรุ่นเก่าและคนรุ่นใหม่, การสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเชิงพาณิชย์กับการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรม และการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและทรัพย์สินทางปัญญา

อย่างไรก็ตาม หากสามารถจัดการกับความท้าทายเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลจะนำไปสู่การสร้างสรรค์คุณค่าใหม่ๆ ทางเศรษฐกิจและสังคม ตลอดจนการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวัฒนธรรมของประเทศไทยในระยะยาว การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลจึงไม่ใช่เพียงการนำเทคโนโลยีมาใช้เท่านั้น แต่เป็นการปรับเปลี่ยนกระบวนการทัศน์และวิถีคิดในการอนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดวัฒนธรรมให้สอดคล้องกับบริบทของโลกยุคใหม่ โดยยังคงรักษาแก่นแท้และคุณค่าของวัฒนธรรมไว้ได้

ในการขับเคลื่อนการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จ มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่สำคัญ ดังนี้

๑. การกำหนดยุทธศาสตร์ระดับชาติ รัฐบาลควรกำหนดยุทธศาสตร์และแผนแม่บทในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลอย่างชัดเจน เพื่อให้ทุกภาคส่วนมีทิศทางการดำเนินงานที่สอดคล้องกัน

๒. การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยสนับสนุนทุนวิจัยและสร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาคเอกชน และชุมชน

๓. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล ลงทุนในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลที่จำเป็น เช่น เครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง และศูนย์ข้อมูลวัฒนธรรมดิจิทัล

๔. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จัดทำหลักสูตรและโครงการพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับบุคลากรทางวัฒนธรรม ตลอดจนส่งเสริมการบูรณาการความรู้ด้านวัฒนธรรมและเทคโนโลยีในระบบการศึกษา

๕. การสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจ สนับสนุนการสร้างระบบนิเวศทางธุรกิจที่เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนฐานวัฒนธรรม เช่น การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี และการจัดตั้งกองทุนสนับสนุน

๖. การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ สร้างความร่วมมือกับนานาชาติในการแลกเปลี่ยนความรู้ ประสบการณ์ และแนวปฏิบัติที่ดีในการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล

๗. การสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วม จัดกิจกรรมรณรงค์ และให้ความรู้แก่สาธารณชนเกี่ยวกับความสำคัญของการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัล และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

๘. การติดตามและประเมินผล พัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลอย่างเป็นระบบ เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ท้ายที่สุด การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือ ความคิดสร้างสรรค์ และการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้วัฒนธรรมไทยสามารถดำรงอยู่และเติบโตได้อย่างมีพลังในโลกยุคใหม่ โดยไม่สูญเสียอัตลักษณ์และคุณค่าที่สำคัญ การผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างลงตัวจะช่วยสร้างสรรค์นวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการของสังคมร่วมสมัย และนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทยในระยะยาว

๕.๒ การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคมในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์

วัฒนธรรมสร้างสรรค์ (Creative Culture) เป็นแนวคิดที่ผสมผสานระหว่างมรดกทางวัฒนธรรมกับความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน แนวคิดนี้ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในระดับนานาชาติ โดยองค์การยูเนสโกได้ระบุว่า อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่เติบโตเร็วที่สุดในเศรษฐกิจโลก (UNESCO, ๒๐๒๑)

ในบริบทของประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐) โดยมุ่งเน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๖๕)

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในสังคม ทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม เนื่องจากแต่ละภาคส่วนมีบทบาท ความเชี่ยวชาญ และทรัพยากรที่แตกต่างกัน การผนึกกำลังร่วมกันจึงเป็นกุญแจสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

๑). ขั้นตอนและกระบวนการส่งเสริมความร่วมมือ

๑.๑) การสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจร่วมกัน

<p>จัดประชุมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดประชุมระดับชาติเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของวัฒนธรรมสร้างสรรค์ - เชิญวิทยากรผู้เชี่ยวชาญจากทั้งในและต่างประเทศมาแบ่งปันประสบการณ์ - จัดกิจกรรม workshop เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้ฝึกปฏิบัติและเรียนรู้ร่วมกัน
<p>จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตสารคดีสั้นเผยแพร่แนวคิดและตัวอย่างความสำเร็จในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ - จัดทำ infographic และ social media content เพื่อเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ - พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลและองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์

จัดเวที แลกเปลี่ยน ความคิดเห็น	<ul style="list-style-type: none"> - จัดเวที "เสวนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์" ในระดับภูมิภาคและท้องถิ่น - เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วนได้แสดงความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนมุมมอง - สรุปผลการเสวนาและนำเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การกำหนดนโยบาย
---	--

การสร้างความรู้ความเข้าใจร่วมกันเป็นขั้นตอนแรกที่สำคัญ เนื่องจากจะช่วยให้ทุกภาคส่วนเห็นความสำคัญและประโยชน์ของการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือที่เข้มแข็งในขั้นตอนต่อไป (Potts & Cunningham, ๒๐๐๘)

๑.๒) การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกัน

จัดตั้งคณะ ทำงานร่วม	<ul style="list-style-type: none"> - แต่งตั้งคณะทำงานที่ประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม - กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน - จัดประชุมคณะทำงานอย่างสม่ำเสมอเพื่อติดตามความก้าวหน้า
จัดประชุมเชิง ปฏิบัติการเพื่อ กำหนดวิสัยทัศน์ และเป้าหมาย	<ul style="list-style-type: none"> - ใช้เทคนิค Scenario Planning เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและความท้าทายในอนาคต - ระดมสมองเพื่อกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ของประเทศ - กำหนดเป้าหมายเชิงปริมาณและคุณภาพที่ท้าทายแต่สามารถบรรลุได้
จัดทำแผน ยุทธศาสตร์และ แผนปฏิบัติการ ร่วมกัน	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาแผนยุทธศาสตร์ระยะ ๕ ปี โดยระบุพันธกิจ เป้าประสงค์ และตัวชี้วัดความสำเร็จ - จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีที่ระบุโครงการ กิจกรรม งบประมาณ และผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน - นำเสนอแผนต่อสาธารณะเพื่อรับฟังความคิดเห็นและปรับปรุงให้สมบูรณ์

การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมายร่วมกันจะช่วยสร้างทิศทางที่ชัดเจนในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และช่วยให้ทุกภาคส่วนมีเป้าหมายเดียวกันในการทำงาน ซึ่งจะนำไปสู่การบูรณาการความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ (Landry, ๒๐๐๘)

๑.๓) การสร้างกลไกความร่วมมือ

<p>จัดตั้ง คณะกรรมการ ขับเคลื่อนการ พัฒนาวัฒนธรรม สร้างสรรค์ แห่งชาติ</p>	<ul style="list-style-type: none"> - แต่งตั้งคณะกรรมการที่ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม - กำหนดอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ให้คำปรึกษา และกำกับ ติดตามการดำเนินงาน - จัดประชุมคณะกรรมการอย่างน้อยทุกไตรมาสเพื่อพิจารณาประเด็น สำคัญและตัดสินใจเชิงนโยบาย
<p>จัดตั้งสำนักงาน ประสานงาน กลาง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งหน่วยงานกลางที่มีสถานะเป็นองค์การมหาชนเพื่อความคล่องตัวใน การบริหารจัดการ - มอบหมายภารกิจในการประสานงาน อำนวยความสะดวก และสนับสนุน การดำเนินงานของทุกภาคส่วน - พัฒนาระบบการติดตามและรายงานผลการดำเนินงานแบบ real-time
<p>พัฒนาระบบ ฐานข้อมูลกลาง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาฐานข้อมูลด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ครอบคลุมทั้งข้อมูลเชิง ปริมาณและคุณภาพ - สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการแบ่งปันข้อมูลและองค์ความรู้ ระหว่างภาคส่วนต่างๆ - จัดทำระบบ data analytics เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มและสนับสนุนการ ตัดสินใจเชิงนโยบาย <p>การสร้างกลไกความร่วมมือที่เป็นรูปธรรมจะช่วยให้การประสานงานและ การดำเนินงานร่วมกันระหว่างภาคส่วนต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และต่อเนื่อง (Flew, 2012)</p>

๑.๕) การพัฒนาโครงการและกิจกรรมร่วม

จัดประกวดโครงการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์	<ul style="list-style-type: none"> - เปิดรับข้อเสนอโครงการจากทุกภาคส่วนที่มีแนวคิดในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ - จัดตั้งคณะกรรมการคัดเลือกที่ประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญจากหลากหลายสาขา - มอบรางวัลและงบประมาณสนับสนุนสำหรับโครงการที่มีศักยภาพสูง
สนับสนุนการจัดตั้งกองทุนร่วม	<ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งกองทุนพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์แห่งชาติ โดยระดมทุนจากภาครัฐ เอกชน และแหล่งทุนระหว่างประเทศ - กำหนดหลักเกณฑ์การสนับสนุนที่โปร่งใสและเป็นธรรม - จัดสรรเงินทุนสนับสนุนโครงการที่มีศักยภาพในการสร้างผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจและสังคม
จัดเทศกาลวัฒนธรรมสร้างสรรค์ประจำปี	<ul style="list-style-type: none"> - จัดงานเทศกาลระดับชาติที่นำเสนอผลงานด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์จากทั่วประเทศ - จัดเวทีเสวนาและ workshop เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ - เชิญผู้เชี่ยวชาญและนักลงทุนจากต่างประเทศเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ

การพัฒนาโครงการและกิจกรรมร่วมจะช่วยสร้างพื้นที่ให้ทุกภาคส่วนได้ทำงานร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม และเปิดโอกาสให้เกิดนวัตกรรมทางวัฒนธรรม (Throsby, ๒๐๑๐)

๑.๖) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

จัดฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพบุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> - พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเฉพาะทางด้านการจัดการวัฒนธรรมสร้างสรรค์ - จัดทำโครงการพัฒนาผู้นำรุ่นใหม่ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Young Leader Program) - สนับสนุนทุนการศึกษาและฝึกอบรมทั้งในและต่างประเทศ
----------------------------------	--

<p>ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนบุคลากร</p>	<ul style="list-style-type: none"> - จัดโครงการแลกเปลี่ยนบุคลากรระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม - สนับสนุนการฝึกงานข้ามองค์กรเพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์และมุมมองใหม่ๆ - จัดตั้งเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้อย่างต่อเนื่อง
<p>พัฒนาหลักสูตรการศึกษา</p>	<ul style="list-style-type: none"> - บูรณาการเนื้อหาด้านวัฒนธรรมสร้างสรรค์เข้าสู่หลักสูตรการศึกษาในทุกระดับ - ส่งเสริมการเรียนการสอนแบบสหวิทยาการที่ผสมผสานศาสตร์ด้านศิลปะ วัฒนธรรม และธุรกิจ - พัฒนาความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาชั้นนำในต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ในระยะยาว (Florida, 2012)

๑.๖) การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา

<p>ปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ทบทวนและแก้ไขกฎหมายที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ - พัฒนากฎหมายใหม่เพื่อส่งเสริมและคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาด้านวัฒนธรรม - ปรับปรุงระเบียบการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้เอื้อต่อการใช้สินค้าและบริการทางวัฒนธรรม
<p>พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน</p>	<ul style="list-style-type: none"> - ลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ เช่น ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ พื้นที่แสดงงานศิลปะ - พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น ระบบ 5G, cloud computing - สร้างย่านสร้างสรรค์ (Creative District) ในเมืองหลักของแต่ละภูมิภาค

สร้างแรงจูงใจทาง ภาษีและการเงิน	<ul style="list-style-type: none"> - ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับการลงทุนในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ - พัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเงินเฉพาะสำหรับธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น สินเชื่อ ดอกเบี้ยต่ำ - สนับสนุนการระดมทุนผ่านช่องทางใหม่ๆ เช่น crowdfunding, initial coin offering (ICO)
--	---

การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาจะช่วยกระตุ้นการลงทุนและการเติบโตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Howkins, ๒๐๑๓)

๑.๗) การติดตามและประเมินผล

พัฒนาตัวชี้วัด ความสำเร็จร่วมกัน	<ul style="list-style-type: none"> - กำหนดตัวชี้วัดทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพที่ครอบคลุมมิติทาง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม - พัฒนาระบบการเก็บข้อมูลและการรายงานผลที่มีประสิทธิภาพ - ปรับปรุงตัวชี้วัดให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงอย่างสม่ำเสมอ
จัดทำรายงานการ ประเมินผลประจำปี	<ul style="list-style-type: none"> - รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลผลการดำเนินงานจากทุกภาคส่วน - จัดทำรายงานประจำปีที่นำเสนอความก้าวหน้า ความท้าทาย และ ข้อเสนอแนะ - เผยแพร่รายงานต่อสาธารณะเพื่อความโปร่งใสและการมีส่วนร่วม
จัดประชุมทบทวน และปรับปรุงแผน	<ul style="list-style-type: none"> - จัดประชุมประจำปีเพื่อทบทวนผลการดำเนินงานและแลกเปลี่ยน ประสบการณ์ - ระดมความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงแผนการดำเนินงานให้สอดคล้องกับ สถานการณ์ปัจจุบัน - กำหนดเป้าหมายและแผนงานสำหรับปีถัดไป

การติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบจะช่วยให้การพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและสามารถปรับตัวได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง (Pratt, ๒๐๑๒)

๒). ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

๒.๑) ด้านเศรษฐกิจ เพิ่มสัดส่วนมูลค่าอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ต่อ GDP เป็น ๑๕% ภายใน ๕ ปี, สร้างการจ้างงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพิ่มขึ้น ๕๐๐,๐๐๐ ตำแหน่งภายใน ๕ ปี, เพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม ๒๐% ต่อปี

๒.๒) ด้านสังคม เสริมสร้างความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่น, ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมผ่านการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ

๒.๓) ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน อนุรักษ์และสืบสานมรดกทางวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ, ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ และสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการอนุรักษ์วัฒนธรรม

๓). บทสรุป

การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคมในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์เป็นกลยุทธ์สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยในศตวรรษที่ 21 ความสำเร็จในการดำเนินงานขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการ เช่น การสร้างความเข้าใจร่วมกัน การกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน การพัฒนากรอบความร่วมมือที่มีประสิทธิภาพ และการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา

การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ จะช่วยผสมผสานจุดแข็งของแต่ละฝ่ายได้แก่ ทรัพยากรและนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ความเชี่ยวชาญด้านธุรกิจและนวัตกรรมจากภาคเอกชน และความรู้ด้านวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชนจากภาคประชาสังคม ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนและสมดุล ในท้ายที่สุด การพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ไม่เพียงแต่จะช่วยสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ แต่ยังมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ส่งเสริมความหลากหลายทางสังคม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนในระยะยาว

๕.๓ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไทย

วัฒนธรรมเป็นรากฐานสำคัญของความเป็นชาติ เป็นตัวกำหนดอัตลักษณ์และคุณค่าของสังคม ในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการหลั่งไหลของวัฒนธรรมจากภายนอก การเสริมสร้างภูมิพลังทางวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำรงอยู่และพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน บทความนี้จะนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยแบ่งเป็นขั้นตอน กระบวนการ และผลลัพธ์ที่คาดหวัง

๑). ขั้นตอนการเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม

๑.๑) การศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ทบทวนนโยบายและแผนด้านวัฒนธรรมที่มีอยู่, วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของวัฒนธรรมไทย และศึกษาแนวโน้มและผลกระทบของกระแสโลกาภิวัตน์ต่อวัฒนธรรมไทย

๑.๒) การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าหมาย กำหนดวิสัยทัศน์ระยะยาวสำหรับการพัฒนาวัฒนธรรมไทย, ตั้งเป้าหมายเชิงปริมาณและคุณภาพที่ชัดเจน และสร้างดัชนีชี้วัดความสำเร็จด้านวัฒนธรรม

๑.๓) การพัฒนาแผนยุทธศาสตร์ กำหนดยุทธศาสตร์หลักในการเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม, จัดลำดับความสำคัญของโครงการและกิจกรรม และจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณอย่างเหมาะสม

๑.๔) การสร้างกลไกการขับเคลื่อน จัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติด้านการเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม, สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคม และพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผล

๒). กระบวนการเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรม

๒.๑) การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม จัดทำฐานข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ, ส่งเสริมการอนุรักษ์และบูรณะโบราณสถาน โบราณวัตถุ และสนับสนุนการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน

ตัวอย่างโครงการ "โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูย่านเก่าเมืองน่าน" ซึ่งมีการบูรณะอาคารเก่าแก่และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, ๒๕๖๐)

๒.๒) การพัฒนาการศึกษาและการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม บูรณาการความรู้ด้านวัฒนธรรมในหลักสูตรการศึกษาทุกระดับ, ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม และ สร้างพิพิธภัณฑ์และแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่ทันสมัย

ตัวอย่างโครงการ "โครงการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น" ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ส่งเสริมให้โรงเรียนนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน (กระทรวงศึกษาธิการ, ๒๕๖๒)

๒.๓) การส่งเสริมการสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางวัฒนธรรม สนับสนุนการต่อยอดภูมิปัญญาไทยสู่นวัตกรรมร่วมสมัย, ส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมไทยและพัฒนาเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรม

ตัวอย่างโครงการ "โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (CPOT)" ของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม ที่ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมสู่เชิงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, ๒๕๖๓)

๒.๔) การสร้างความตระหนักและความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมไทย จัดกิจกรรมรณรงค์และประชาสัมพันธ์คุณค่าของวัฒนธรรมไทย, ส่งเสริมการแต่งกายด้วยผ้าไทยและการใช้สินค้าทางวัฒนธรรม และจัดเทศกาลและงานประเพณีที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและชาติ

ตัวอย่างโครงการ "โครงการผ้าไทยใส่ให้สนุก" ของกระทรวงวัฒนธรรม ที่รณรงค์ให้คนไทยสวมใส่ผ้าไทยในชีวิตประจำวัน (กระทรวงวัฒนธรรม, ๒๕๖๔)

๒.๕) การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือทางวัฒนธรรม ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างภูมิภาคในประเทศ, สนับสนุนการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในเวทีนานาชาติ และสร้างความร่วมมือด้านวัฒนธรรมกับประเทศต่างๆ

ตัวอย่างโครงการ "เทศกาลไทย" ที่จัดขึ้นในต่างประเทศ เช่น "Thai Festival in Japan" ที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในประเทศญี่ปุ่น (สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงโตเกียว, ๒๕๖๕)

๓). ผลลัพธ์ที่คาดหวัง

๓.๑) ด้านเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, สร้างรายได้และการจ้างงานในชุมชนท้องถิ่นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศด้วยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ตามรายงานของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (๒๕๖๓) พบว่า อุตสาหกรรมวัฒนธรรมและความคิดสร้างสรรค์มีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ ๑๒ ของ GDP ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

๓.๒) ด้านสังคม เสริมสร้างความสามัคคีและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย, ลดปัญหาสังคมและพฤติกรรมเบี่ยงเบนโดยใช้คุณค่าทางวัฒนธรรม และสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้และการสร้างสรรค์บนพื้นฐานวัฒนธรรม

งานวิจัยของ สุริชัย หวันแก้ว (๒๕๖๒) ชี้ให้เห็นว่าการเสริมสร้างทุนทางวัฒนธรรมมีส่วนช่วยลดปัญหาความขัดแย้งในสังคมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

๓.๓) ด้านการศึกษา พัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้ที่บูรณาการวัฒนธรรมอย่างมีประสิทธิภาพ, เพิ่มผลงานวิจัยและนวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่นำไปใช้ประโยชน์ได้จริง และสร้างบุคลากรที่มีความรู้และทักษะด้านการจัดการวัฒนธรรมอย่างมืออาชีพ

ตามแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙ ได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาหลักสูตรกระบวนการเรียนการสอน การวัดและประเมินผลที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณลักษณะและทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ ๒๑ โดยให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงจากชุมชนและแหล่งเรียนรู้ทางวัฒนธรรม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, ๒๕๖๐)

๓.๔) ด้านการต่างประเทศ เพิ่มการรับรู้และความนิยมในวัฒนธรรมไทยในระดับนานาชาติ, สร้างความร่วมมือทางวัฒนธรรมกับนานาชาติอย่างกว้างขวาง และใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

กระทรวงการต่างประเทศ (๒๕๖๔) รายงานว่า การทูตวัฒนธรรมมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มอำนาจละมุนของประเทศไทยในเวทีโลก

๓.๕ ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน อนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืน, ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาชุมชน และสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนาเศรษฐกิจและการรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม

ตามรายงานของ UNESCO (๒๕๖๓) พบว่าการบูรณาการมิติทางวัฒนธรรมเข้ากับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) มีส่วนช่วยเร่งรัดการบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านการลดความยากจน การศึกษาที่มีคุณภาพ และการสร้างเมืองที่ยั่งยืน

๔). บทสรุป

การเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไทยเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนและต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่นำเสนอในบทความนี้เป็นแนวทางที่ครอบคลุมทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา และต่อยอดมรดกทางวัฒนธรรมของชาติ เพื่อให้วัฒนธรรมไทยสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ และเป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในทุกมิติ

การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติจำเป็นต้องมีการบูรณาการการทำงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม โดยมีกลไกการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ควรมีการทบทวนและปรับปรุงนโยบายอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

ท้ายที่สุด การเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมไม่ใช่เพียงหน้าที่ของภาครัฐหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเท่านั้น แต่เป็นความรับผิดชอบร่วมกันของคนไทยทุกคนในการอนุรักษ์ สืบสาน และพัฒนาวัฒนธรรมของชาติให้เจริญงอกงาม เป็นที่ประจักษ์แก่สายตาชาวโลก และเป็นมรดกอันล้ำค่าสำหรับคนรุ่นต่อไป

การเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมเป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความร่วมมือ ความเข้าใจ และความตระหนักจากทุกภาคส่วนของสังคม การดำเนินการตามข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่นำเสนอในบทความนี้ จะช่วยให้ประเทศไทยสามารถรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม สร้างความภาคภูมิใจในความเป็นไทย และใช้พลังทางวัฒนธรรมเป็นฐานในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนต่อไป

ท้ายที่สุดนี้ การเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมไม่ใช่เพียงการรักษาสิ่งเก่าแก่ไว้เท่านั้น แต่เป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่บนรากฐานของวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อให้วัฒนธรรมไทยมีพลวัต สามารถปรับตัวและเติบโตท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของโลก โดยยังคงรักษาแก่นแท้และคุณค่าอันเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทยไว้ได้อย่างสมบูรณ์

๕.๔ สรุป

บทที่ ๕ นำเสนอมุมมองเกี่ยวกับอนาคตของภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการปรับตัวในยุคดิจิทัล การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่างๆ และแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบาย

แนวโน้มการพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมในยุคดิจิทัลชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการผสมผสานเทคโนโลยีเข้ากับมรดกทางวัฒนธรรม การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการเผยแพร่และอนุรักษ์วัฒนธรรม ตลอดจนการสร้างนวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตสมัยใหม่

การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และประชาสังคมเป็นกุญแจสำคัญในการพัฒนาวัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยเน้นการสร้างเครือข่าย การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ และการระดมทรัพยากรจากทุกภาคส่วน เพื่อสร้างระบบนิเวศทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับการเสริมสร้างภูมิพลังวัฒนธรรมของประเทศไทย ประกอบด้วยหลายประเด็น อาทิ การปรับปรุงกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานทางวัฒนธรรม การส่งเสริมการศึกษา และการวิจัยด้านวัฒนธรรม การสนับสนุนผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ การพัฒนาภูมิพลังวัฒนธรรมสร้างสรรค์จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน และการกำหนดทิศทางนโยบายที่ชัดเจน เพื่อให้ประเทศไทยสามารถใช้ประโยชน์จากทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและความเข้มแข็งทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. คู่มือการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี. กรุงเทพฯ: กระทรวงมหาดไทย. ๒๕๖๒.
- กรมการพัฒนาชุมชน. กรณีศึกษาความสำเร็จของชุมชนบ้านนาดินจัน. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน. ๒๕๖๓.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. K-Pop กับผลกระทบต่อเศรษฐกิจเกาหลีใต้. สืบค้นจาก [Online] <https://www.ditp.go.th/post/126705>.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย (CPOT). กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๓.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. แนวทางการพัฒนาพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๕.
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. บทบาทของวัฒนธรรมในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. ๒๕๖๕.
- กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. คู่มือการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม. ๒๕๖๕.
- กระทรวงการต่างประเทศ. รายงานประจำปี ๒๕๖๔. กรุงเทพฯ: กระทรวงการต่างประเทศ. ๒๕๖๔.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ ๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐). กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. ๒๕๖๖.
- กระทรวงวัฒนธรรม. แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๙. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๓.
- กระทรวงวัฒนธรรม. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนางานวัฒนธรรม พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๗๐. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๓.
- กระทรวงวัฒนธรรม. แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พ.ศ. ๒๕๖๓-๒๕๖๕. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๔.
- กระทรวงวัฒนธรรม. โครงการผ้าไทยใส่ให้สนุก. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๔.

- กระทรวงวัฒนธรรม. รายงานสถานการณ์วัฒนธรรมประจำปี ๒๕๖๕. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๕.
- กระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยวเกาหลีใต้. รายงานประจำปีเกี่ยวกับการส่งออกสินค้าวัฒนธรรม. ๒๐๒๓.
- กระทรวงศึกษาธิการ. แนวทางการพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. ๒๕๖๒.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาเกาะเกร็ด. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. ๒๕๖๔.
- ชนัญ วงษ์วิภาค. การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมในบริบทของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, ๒๕๖๒. ๑๒(๒), ๑-๑๗.
- ชาญณรงค์ พรุ่งโรจน์. เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ, ๒๕๕๘. ๖(๑๑), ๑-๑๕.
- นิตี เอียวศรีวงศ์. วัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน. ๒๕๕๗.
- ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม: แนวคิดและการประยุกต์ใช้ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๖๒.
- ยุกติ มุกดาวิจิตร. มานุษยวิทยาวัฒนธรรม: มุมมองร่วมสมัยต่อพลวัตทางสังคมและวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๖๔.
- วีระ โชติธรรมมาภรณ์. เศรษฐกิจสร้างสรรค์: โอกาสและความท้าทายของประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์, ๒๕๖๓. ๓๘(๑), ๑-๓๐.
- ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการผ้าขาวม้าท้องถิ่นหัตถศิลป์ไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). ๒๕๖๓.
- สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงโตเกียว. เทศกาลไทยในญี่ปุ่น ประจำปี ๒๕๖๕. โตเกียว: สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงโตเกียว. ๒๕๖๕.
- สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. รายงานประจำปี ๒๕๖๓. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนศิลป์. ๒๕๖๔.
- สถาบันวิจัยเศรษฐกิจฮุนไดในกรุงโซล. รายงานผลกระทบทางเศรษฐกิจของ K-Pop. ๒๐๒๓.
- สมาคมอุตสาหกรรมเพลงเกาหลี (KFMA). กรุงเทพฯ: แนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับสัญญาในอุตสาหกรรมเพลง. ๒๐๒๓.

สุกัญญา สุขฉายา. การอนุรักษ์และสืบทอดมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). ๒๕๖๑.

สุกัญญา สุขฉายา. คติชนสร้างสรรค์: การประยุกต์ใช้ความรู้ด้านคติชนในบริบทสังคมร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๖๒.

สุริชัย หวันแก้ว. ทุนวัฒนธรรมกับการพัฒนาสังคมไทย. วารสารสังคมศาสตร์, ๒๕๖๒. ๔๙(๑), ๑-๓๐.

สุรพล วิรุฬห์รักษ์. วัฒนธรรมสร้างสรรค์: ทุนทางปัญญาเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ๒๕๖๐.

เสรี พงศ์พิศ. ภูมิพลังวัฒนธรรม: แนวคิดและยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เฟื่องฟ้า. ๒๕๕๒.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. โครงการอนุรักษ์และฟื้นฟูย่านเก่าเมืองน่าน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. ๒๕๖๐.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. โครงการวิจัยการพัฒนาชุมชนบ้านบาตรสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. ๒๕๖๒.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ๒๕๖๑.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี. ๒๕๖๑.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๗๙. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ. ๒๕๖๐.

สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย. รายงานการศึกษาศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม. ๒๕๖๔.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. รายงานภาวะสังคมไทยไตรมาสสี่และภาพรวมปี ๒๕๖๓. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ๒๕๖๓.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐). กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ๒๕๖๔.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๓ (พ.ศ. ๒๕๖๖-๒๕๗๐). กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ๒๕๖๕.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรณีศึกษาโครงการ "มัตย์อมเมือง" จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ๒๕๖๔.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (พ.ศ. ๒๕๖๔-๒๕๗๐). กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ๒๕๖๔.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ประจำปี ๒๕๖๓. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน). ๒๕๖๔.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย ประจำปี ๒๕๖๔. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. ๒๕๖๕.

อภิชาติ ไจอารีย์. เศรษฐศาสตร์วัฒนธรรม: แนวคิดและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ๒๕๖๑.

อานันท์ กาญจนพันธุ์. ชุมชน ภูมิปัญญา และพลังวัฒนธรรม. เชียงใหม่: ศูนย์ศึกษาชาติพันธุ์และการพัฒนา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ๒๕๕๖.

เอกวิทย์ ณ ถลาง. ภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ: อมรินทร์. ๒๕๔๔.

Anholt, S.. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Palgrave Macmillan. 2007.

Anholt-Ipsos. Nation Brands Index 2020. 2020.

Appadurai, A. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. University of Minnesota Press. 1996.

Bakhshi, H., & Throsby, D.. New technologies in cultural institutions: theory, evidence and policy implications. International Journal of Cultural Policy, 18(2), 205-222. 2012.

- Bekele, M. K., Pierdicca, R., Frontoni, E., Malinverni, E. S., & Gain, J.. A Survey of Augmented, Virtual, and Mixed Reality for Cultural Heritage. *Journal on Computing and Cultural Heritage*, 11(2), 1-36. 2018.
- Bourdieu, P. The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (pp. 241 - 258). New York: Greenwood. 1986.
- Box Office Mojo. 2021. Avengers: Endgame. [ออนไลน์]. Available: <https://www.boxofficemojo.com/release/rl2708702721/>
- Brand Finance. Global Soft Power Index 2021. Brand Finance. 2021.
- Brenner, R. E.. *Understanding Manga and Anime*. Libraries Unlimited. 2007.
- Condry, I. *The Soul of Anime: Collaborative Creativity and Japan's Media Success Story*. Duke University Press. 2013.
- Cull, N. J. *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age*. Polity. 2019.
- Daliot-Bul, M., & Otmazgin, N.. *The Anime Boom in the United States: Lessons for Global Creative Industries*. Harvard University Asia Center. 2017.
- Florida, R.. *The Rise of the Creative Class*. Basic Books. 2002.
- Florida, R.. *The Rise of the Creative Class--Revisited: Revised and Expanded*. Basic Books. 2012.
- Flew, T.. *The Creative Industries: Culture and Policy*. SAGE Publications. 2012.
- Gallarotti, G. M.. Soft Power: What it is, Why it's Important, and the Conditions for its Effective Use. *Journal of Political Power*, 4(1), 25-47. 2011.
- Hayden, C.. *The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts*. Lexington Books. 2012.
- Howkins, J.. *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin UK. 2001.

- Howkins, J.. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. Penguin UK. 2013.
- Ito, K.. A History of Manga in the Context of Japanese Culture and Society. The Journal of Popular Culture, 38(3), 456-475. 2005.
- Iwabuchi, K.. Recentering Globalization: Popular Culture and Japanese Transnationalism. Duke University Press. 2002.
- Iwabuchi, K.. Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of 'international cultural exchange'. International Journal of Cultural Policy, 21(4), 419-432. 2015.
- Jenkins, H., Ford, S., & Green, J.. Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture. NYU Press. 2013.
- Jin, D. Y.. The Power of the Nation-State amid Neo-Liberal Reform: Shifting Cultural Politics in the New Korean Wave. Pacific Affairs, 87(1), 71-92. 2014.
- Jung, S.. Korean Masculinities and Transcultural Consumption: Yonsama, Rain, Oldboy, K-Pop. 2011.
- KEA European Affairs. The Economy of Culture in Europe. European Commission. 2006.
- Kinsella, S.. Adult Manga: Culture and Power in Contemporary Japanese Society. University of Hawaii Press. 2000.
- Knight, W.. 2018. This AI program could beat you in an argument—but it doesn't know what it's saying. MIT Technology Review. [ออนไลน์]. Available: <https://www.technologyreview.com/2018/06/20/141784/this-ai-program-could-beat-you-in-an-argumentbut-it-doesnt-know-what-its-saying/>
- Korea Foundation for International Cultural Exchange. 2020 Global Hallyu Trend. 2021.
- Landry, C.. The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators. Earthscan. 2008.

- MacWilliams, M. W. (Ed.). Japanese Visual Culture: Explorations in the World of Manga and Anime. M.E. Sharpe. 2008.
- Manners, I.. Normative Power Europe: A Contradiction in Terms? *JCMS: Journal of Common Market Studies*, 40(2), 235-258. 2002.
- Mattern, J. B.. Why 'Soft Power' Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics. *Millennium*, 33(3), 583-612. 2005.
- McClory, J.. The Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power 2019. Portland Communications. 2019.
- Mead, W. R.. America's Sticky Power. *Foreign Policy*, 141, 46-53. 2004.
- Motion Picture Association. 2021. The Economic Contribution of the Motion Picture & Television Industry to the United States. [ออนไลน์]. Available: <https://www.motionpictures.org/wp-content/uploads/2021/03/MPA-Economic-Contribution-of-the-Motion-Picture-Television-Industry-to-the-United-States-Factsheet-3-17-21.pdf>
- Napier, S. J.. Anime from Akira to Howl's Moving Castle: Experiencing Contemporary Japanese Animation. Palgrave Macmillan. 2005.
- Norris, C.. Manga, Anime and Visual Art Culture. In Y. Sugimoto (Ed.), *The Cambridge Companion to Modern Japanese Culture* (pp. 236-260). Cambridge University Press. 2009.
- Nye, J. S.. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. Basic Books. 1990.
- Nye, J. S.. Soft Power: The Means to Success in World Politics. Public Affairs. 2004.
- Nye, J. S.. The Future of Power. Public Affairs. 2011.
- Parmar, I., & Cox, M. (Eds.). *Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, Historical and Contemporary Perspectives*. Routledge. 2010.

- Potts, J., & Cunningham, S.. Four models of the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), 233-247. 2008.
- Pratt, A. C.. The cultural and creative industries: Organisational and spatial challenges to their governance. *Die Erde*, 143(4), 317-334. 2012.
- Real Instituto Elcano. *Elcano Global Presence Report 2021*. Real Instituto Elcano. 2021.
- Roselle, L., Miskimmon, A., & O'Loughlin, B.. Strategic Narrative: A New Means to Understand Soft Power. *Media, War & Conflict*, 7(1), 70-84. 2014.
- Schodt, F. L.. *Dreamland Japan: Writings on Modern Manga*. Stone Bridge Press. 1996.
- Singapore Tourism Board. *Tourism Sector Performance Q4 2019 Report*. 2020.
- Spangler, T. 2020. Why Quibi Failed: From Bad Timing to Lackluster Content (Analysis). *Variety*. [ออนไลน์]. Available: <https://variety.com/2020/digital/news/why-quibi-failed-1234810007/>.
- Steinberg, M.. *Anime's Media Mix: Franchising Toys and Characters in Japan*. University of Minnesota Press. 2012.
- The Walt Disney Company. 2021. Disney+ Surpasses 100 Million Global Paid Subscribers. [ออนไลน์]. Available: <https://thewaltdisneycompany.com/disney-surpasses-100-million-global-paid-subscribers/>
- Throsby, D.. *Economics and Culture*. Cambridge University Press. 2001.
- Throsby, D.. *The Economics of Cultural Policy*. Cambridge University Press. 2010.
- Tsutsui, W. M.. *Japanese Popular Culture and Globalization*. Association for Asian Studies. 2010.
- UNCTAD. *Creative Economy Report 2008*. United Nations Conference on Trade and Development. 2008.
- UNCTAD. *Creative Economy Outlook: Trends in international trade in creative industries*. 2021.

- UNESCO Creative Cities Network. Annual Report 2020. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2021.
- UNESCO. Framework for Cultural Statistics. United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2009.
- UNESCO. Reshaping Cultural Policies: Advancing Creativity for Development. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. 2018.
- UNESCO. Culture in the Digital Environment: Assessing Impact and Creating Indicators. Paris: UNESCO. 2021.
- UNESCO. World Heritage List Statistics. 2021.
- UNESCO. Culture in the Implementation of the 2030 Agenda: A Report by the Culture 2030 Goal Campaign. Paris: UNESCO. 2023.
- UNICEF. รายงานความร่วมมือกับ BTS ในแคมเปญ "Love Myself". 2023.
- Walker, C., & Ludwig, J.. Sharp Power: Rising Authoritarian Influence. National Endowment for Democracy. 2017.
- Watanabe, Y., & McConnell, D. L.. Soft Power Superpowers: Cultural and National Assets of Japan and the United States. M.E. Sharpe. 2008.
- Wheatley, D., & Bickerton, C.. Subjective well-being and engagement in arts, culture and sport. *Journal of Cultural Economics*, 41(1), 23-45. 2017.
- World Economic Forum. The Future of Jobs Report 2018. 2018.
- World Intellectual Property Organization. How to Make a Living in the Creative Industries. WIPO. 2017.

ประวัติผู้เขียน
ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร

๑. ตำแหน่งทางวิชาการ

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขานวัตกรรมการสังคมและวัฒนธรรมสร้างสรรค์

๒. สาขาที่เชี่ยวชาญ

การพัฒนาสังคม, การพัฒนาเชิงพื้นที่, เทคโนโลยีเกษตรกรรม,กฎหมายทั่วไป

๓. การศึกษา

ปร.ด.(การพัฒนาทรัพยากรชนบท)	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
บธ.ม. (การจัดการงานบริหารระดับสูง)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
นบ. (นิติศาสตร์)	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
สถ.บ. (สถาปัตยกรรมศาสตร์)	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าฯ ลาดกระบัง

๔. สังกัด-สถานที่

ภาควิชาสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Email: Kuanchanok.lao@mcu.ac.th
โทร. ๐๙๙ ๑๕๙ ๘๗๔๔

๕. ผลงานทางวิชาการ

๕.๑ งานวิจัย

การลดความเหลื่อมล้ำ: การวิจัยและพัฒนาการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างในกลุ่มเพศทางเลือกของ
สังคมตามแนววิถีพุทธ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและ
นวัตกรรม พ.ศ.๒๕๖๖ (ผู้ร่วมวิจัย)

ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของเยาวชนกลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง ได้รับทุนอุดหนุน
การวิจัยจากกองทุน ส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ.๒๕๖๖ (ผู้ร่วมวิจัย)

คุณภาพชีวิตของผู้ที่เลิกบุหรี่ได้สำเร็จในโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลแม่ไร่ จังหวัดเชียงราย ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. ๑๕๖๒ (ผู้ร่วมวิจัย)

สมาร์ทฟาร์ม : เทคนิคและรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์วิถีพุทธจังหวัดเชียงราย ทุนงบประมาณแผ่นดินประจำปี ๒๕๖๑ (งบบูรณาการวิจัยและนวัตกรรม)

การลดความสูญเสียและการเพิ่มมูลค่าของข้าวขาวดอกมะลิ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) พ.ศ.๒๕๖๐ (ผู้ร่วมวิจัย)

๕.๒ บทความวิชาการ

พระอุดมบัณฑิต (สมศักดิ์ สุทธิญาณเมธี) และ ขวัญชนก เหล่าสุนทร.

“ความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา ของเยาวชน กลุ่มชาติพันธุ์บนพื้นที่สูง”,

วารสารการพัฒนาสังคม มจร. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๗)

พระมหาชุตีภัก อภินนโท (แหมทอง), นายรังสรรค์ วัฒนาศัยวณิช, ผศ.ดร.เบญจมาศ สุขสถิต, ผศ.ดร.ชั้นทอง วัฒนะประดิษฐ์, ผศ.ดร.ไชยสิทธิ์ อุดมโชคนามอ่อน และ ดร.ขวัญชนก เหล่าสุนทร. “การลดความเหลื่อมล้ำ: การวิจัยและพัฒนากาแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างในกลุ่มเพศทางเลือกของสังคมตามแนววิถีพุทธ”. วารสาร มจร. อุบลปริทรรศน์ ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๒ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๗) <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou>.

ขวัญชนก เหล่าสุนทร, พระรัตนมณี และเชษฐกานต์ เหล่าสุนทร. “รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจสีเขียว จังหวัดเชียงราย”, วารสารการพัฒนาสังคม มจร. ปีที่ ๙ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๗). <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMSD/about>

รัชณี มิตกิตติ, ประภัสสร ธรรมเมธา, ขวัญชนก เหล่าสุนทร และ เชษฐกานต์ เหล่าสุนทร.

“คุณภาพชีวิตของผู้ที่เลิกบุหรี่ได้ สำเร็จในโรงพยาบาลส่งเสริม สุขภาพตำบลแม่ไร่ จังหวัดเชียงราย”. วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพแห่งประเทศไทย. ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑

(มกราคม - มีนาคม ๒๕๖๕): ๔๔-๕๓.

พระไพโรสณฑ์ มหาวิโร, ขวัญชนก เหล่าสุนทร และพระรัตนมณี. “การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม ด้านโคมล้านนาของชุมชนตำบลห้วยสัก อำเภอเมืองเชียงราย จังหวัดเชียงราย”. การ

ประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๘ และนานาชาติ ครั้งที่ ๑ ประจำปี พ.ศ.๒๕๖๕ วันที่ ๑๙-๒๐ มีนาคม พ.ศ.๒๕๖๕. วิทยาลัยสงฆ์ ลำพูน ตำบลต้นธง อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. พระรัตนมุนี, ขวัญชนก เหล่าสุนทร และเชษฐกานต์ เหล่าสุนทร. “สมาร์ตฟาร์ม : เทคนิคและรูปแบบการพัฒนาเครือข่ายเกษตรอินทรีย์วิถีพุทธจังหวัดเชียงราย”. ผลงานวิจัยเด่น ประจำปี ๒๕๖๑. สถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. ๖๑-๖๔.

Kuanchanok Laosunthara, Prawit Puddhanon, Danuwat Pengont, Nakarate Rungkawat, and Sansanee Krajangchom. The Quality of Life of Rice Farmers in Chiang Rai Province. International Conference on Trends in Economics, Humanities and Management. March 27-28, 2015 Singapore. ISBN 978-93-84422-13-4, P. 46-50.

ขวัญชนก เหล่าสุนทร, การเปรียบเทียบคุณภาพชีวิตของชาวนาในจังหวัดเชียงราย กรณีศึกษาชาวนาอินทรีย์และชาวนาไม่อินทรีย์. วารสารการพัฒนาสังคม มจร. ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๓ (กันยายน - ธันวาคม ๒๕๖๐)

วิรุณศิริ ใจมา, นุกูล อินทกุล, ประภาพรรณ ไชยานนท์, ปวีณา ลีตระกูล, ขวัญชนก เหล่าสุนทร, เชษฐกานต์ เหล่าสุนทร, ศศิวิมล ภู่พวง, วไลพร ชายน้อย . “การลดความสูญเสียและการเพิ่มมูลค่าของข้าวชาวดอกมะลิ” วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์. ปีที่ ๑๓ ฉบับที่ ๓๘ (พฤษภาคม-สิงหาคม ๒๕๖๑). ๘๙-๑๐๔.