

## บทคัดย่อ

โครงการศึกษาการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมศิลปะร่วมสมัยมีวัตถุประสงค์หลัก ๒ ประการ คือ ๑) เพื่อศึกษา วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและ ๒) กำหนดกรอบ ทิศทาง บทบาทและแนวทางการดำเนินงานศิลปะร่วมสมัยในระยะ ๕ ปี

การศึกษาใช้วิธีการวิจัยผสมผสาน ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสัมภาษณ์กลุ่มจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือศิลปิน นักวิชาการ ผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลหอศิลป์ต่างๆ ผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมด้านศิลปะ ใช้แบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มต่างๆ เรื่องความรู้และการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยภาพลักษณ์การส่งเสริมงานศิลปะร่วมสมัยของ สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.) เพื่อนำข้อมูลมาประกอบการจัดทำข้อเสนอแนะร่างแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

ผลการศึกษาในประเด็นต่างๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

### ๑. ความหมายและขอบข่ายงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

ผลการศึกษา พบว่า การให้ความหมายของศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ตั้งอยู่บนพื้นฐานการมีองค์ประกอบสำคัญ ๗ ประการ คือ ๑) ความเป็นปัจจุบัน ๒) การประยุกต์/ผสมผสาน ๓) การพัฒนา/พลวัต ๔) รากเหง้าและการต่อยอด ๕) การเชื่อมโยง ๖) เครื่องมือ และ ๗) เทคโนโลยี โดยพบว่า ศิลปะเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม และวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของศิลปะอย่างแยกออกไม่ได้ชัดเจน

### ๒. ความคิดเห็นของประชาชนกลุ่มต่างๆ เกี่ยวกับศิลปะร่วมสมัยและการดำเนินงานส่งเสริมศิลปะร่วมสมัยของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.)

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความคิดเห็นว่า งานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นสิ่งไม่แน่นอนตายตัวอนาคตข้างหน้าอาจเกิดการปรับและเปลี่ยนแปลงต่อไปได้ในโดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นในระดับมากส่วนใหญ่ไม่เคยได้ยิน/ ฟัง/ อ่าน เรื่องราวเกี่ยวกับสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย(สศร.) ไม่เคยสืบค้นงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยรู้จักสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.) จากรายการโทรทัศน์ส่วนใหญ่ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่จัดโดยสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.) ส่วนกิจกรรมที่เคยมีผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเข้าร่วมงาน คือนิทรรศการแสดงผลงานต่างๆเพราะมีความชอบส่วนตัว มีความพึงพอใจต่อคุณภาพการดำเนินงานหรือการให้บริการของสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความรู้สึก (ความพึงพอใจ) ต่อประโยชน์ด้านความรู้ที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมอยู่ในระดับมาก มีความคาดหวังต่อสำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย(สศร.) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความคาดหวังให้สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย (สศร.) เป็นหน่วยงานที่ส่งเสริมให้ศิลปินฝึกกำลังทางปัญญาเพื่อสร้างสรรค์ผลงานอยู่ในระดับมาก

### ๓. การส่งเสริมงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยในกลุ่มประเทศอาเซียน

ผลการศึกษา พบว่า หน่วยงานที่ดูแลงานด้านวัฒนธรรมของแต่ละประเทศนั้นเป็นหน่วยงานระดับกระทรวงรับผิดชอบการออกนโยบาย และดำเนินงานตามนโยบายและสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงขีดความสามารถ สถานการณ์และการส่งเสริมงานที่รับผิดชอบของประเทศ ซึ่งไม่ได้รับผิดชอบเฉพาะงานวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังรวมงานอื่นเช่น งานด้านข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยว การส่งเสริมเยาวชน กีฬา การสื่อสารไว้ในความรับผิดชอบของหน่วยงาน

แต่ละประเทศมุ่งเน้นการประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนการผลิตและส่งเสริมงานศิลปวัฒนธรรมพบว่าอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกลุ่มประเทศอาเซียนมีด้วยกัน ๒๑ สาขาย่อย โดยประเทศสาธารณรัฐฟิลิปปินส์มีการแบ่งออกเป็นสาขามากที่สุด ๑๘ สาขาย่อย รองลงมาคือประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซียแบ่งเป็น ๑๗ สาขาย่อย ในกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว และเวียดนามมีสาขาเด่นๆ ที่ได้รับการส่งเสริมอยู่ ๑-๓ ประเภท

เมื่อจำแนกตามกลุ่มสาขาย่อยที่มีประเทศต่างๆ ส่งเสริมมากที่สุด คือสาขาศิลปะการแสดง ที่พบว่าการส่งเสริมในทุกประเทศ ยกเว้นไม่พบข้อมูลในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม รองลงมาคืออุตสาหกรรม ด้านทัศนศิลป์ ด้านภาพยนตร์และวีดิทัศน์ และด้านการออกแบบที่มีการส่งเสริมกันใน ๗ ประเทศ และ อุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว คนตรี แฟชั่น การโฆษณา และซอฟต์แวร์ พบว่าการส่งเสริมอยู่ใน ๖ ประเทศ และพบว่ามีประเทศประเทศสาธารณรัฐสิงคโปร์แห่งเดียวที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านพิพิชภัณฑ์ ห้องแสดง ห้องสมุด อุตสาหกรรมบริการด้านสันทนาการมีประเทศมาเลเซียเท่านั้นที่ส่งเสริม และที่น่าสนใจคืออุตสาหกรรมด้านอาหารมีประเทศสาธารณรัฐอินโดนีเซียและประเทศไทยเท่านั้นที่จัดให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่ต้องส่งเสริม

### ๔. การวิเคราะห์ศักยภาพงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย ๕ สาขาในการเข้าสู่การเป็นประชาคม สังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC)

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของการสร้างสรรค์ผลงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยด้วย BCG Matrix โดยใช้ศึกษาจากมิติสถานการณ์และความสนใจมีส่วนร่วมและความสนใจของประชาชน และการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน พบว่า ว่าศักยภาพการแข่งขันของศิลปะแต่ละสาขาส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มเด็กมีปัญหา (problem child) หรือ เครื่องหมายคำถาม (question mark) มีสาขาภาพยนตร์ที่ตกอยู่ในสถานการณ์ไม่ดี ในตำแหน่งสุนัขเฝ้าบ้าน (dog) ส่วนสถาปัตยกรรมเป็นสาขาที่มีสถานภาพดีที่สุดในกลุ่มดาว (star)

### ๕. การจัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมศิลปะร่วมสมัย

ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิเคราะห์ทั้งหมดนำมาจัดทำเป็นร่างแผนยุทธศาสตร์ โดยกำหนดให้มียุทธศาสตร์ ๔ ด้าน คือ

ยุทธศาสตร์ที่ ๑ พัฒนาและสร้างขีดความสามารถของศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยในประเทศไทย โดยมีเป้าหมายในการผลักดันเศรษฐกิจของประเทศบนฐานของศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย และผลักดันให้มีการเพิ่มสาขาของเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ยุทธศาสตร์ที่ ๒ พัฒนาและสร้างขีดความสามารถของศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัยในประเทศไทย โดยมีเป้าหมายการพัฒนาผู้สร้างสรรค์งาน พัฒนาพื้นที่การนำเสนองาน พัฒนาระบบข้อมูลสนับสนุนการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย พัฒนาระบบการบริหารจัดการองค์กรและการพัฒนาเครือข่าย และการพัฒนาผู้แสดงผลงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสื่อสารในการสร้างความมีส่วนร่วมร่วมกับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม ได้แก่ ประชาชน ศิลปิน หน่วยงานองค์กร และชุมชน

ยุทธศาสตร์ที่ ๔ เป็นผู้นำในการสร้างความร่วมมือในการเข้าสู่การเป็นประชาสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน โดยการสร้างประเทศไทยให้เป็นผู้นำในการสร้างความร่วมมือในด้านภาพยนตร์และมัลติมีเดีย

## **Abstract**

This Study intended to 1) analyze the status of contemporary arts to prepare for full collaboration toward ASEAN Socio-Cultural Community: ASCC) and 2) propose a five years strategic plan to determine the direction, roles and guideline in promoting contemporary arts and culture. The study used mixed research methods, qualitative and quantitative methodologies to gather data. In-depth interview and focus group interview were used to collect data from all stakeholders of contemporary arts. Questionnaire was used to study opinion of the publics concerning knowledge about contemporary arts and participation in any kind of arts activities as well as perception and expectation on Office of Contemporary Art and Culture.

The findings were as follow:

1) The meaning and scope of contemporary art and culture.

The results showed that the definition of contemporary art and culture should be based on the 7 key elements: 1) the current/contemporary 2) application / combination 3) development / dynamics 4) historical roots and modification 5) the linkage 6) tools (instrumental) and 7) technology. It was found that art is a part of the culture and vice versa which is obviously inseparable.

2) Public opinion about contemporary art and the promotion of contemporary arts.

In general, respondents had moderate knowledge about contemporary art and culture in the country. In their views, contemporary art and culture is certainly not set in stone and subject possibly to adjust and change. Most respondents have never heard or read stories about the Office of Contemporary Art and Culture. The news about the Office was seen mostly through TV. Most of the respondents never attended in art activities. For those who attended, most of them visited the exhibitions due to personal preferences. Satisfaction towards the quality of operations or services of Office of Contemporary Art and Culture was at the average level. The feeling (satisfaction) for the benefit of the knowledge gained from participating in was at the very high level. There is an expectation at a high level that Office of Contemporary Art and Culture should be an important organization to encourage artists to create intellectual works.

3) Promotion of Contemporary Art and Culture in ASEAN.

The results showed that each country has organization to take responsibility of culture at a ministerial level. However, the responsibility of these ministries was not limited to only culture but also incorporates other responsibilities including information works, tourism, promoting youth and sports, as well as communication.

It was found that each country focuses on the application of the concept of the creative economy as part of a drive to produce and promote the arts and culture industry. In ASEAN countries, there are 21

branches of creative industries. The Republic of the Philippines divided creative industries into 18 branches followed by Republic of Indonesia which divided the country's creative industries into 17 sub-branches. In Cambodia, Laos and Vietnam, only 1-3 categories of creative industry were promoted.

The performing arts were promoted in almost all countries except in Republic of Vietnam. The industries that were also well promoting in 7 countries were the visual arts, film and videotape whereas designing, tourism, fashion, advertising, music and software were promoted in 6 countries. It was also found that only Republic of Singapore promotes work in the area of gallery, museum and library; and only in Malaysia that the recreation services industry has been promoted. Food industry was being promoted by the Republic of Indonesia and Thailand.

4) The analysis of potentiality of contemporary arts and culture to prepare for entering ASEAN Socio- Cultural Community.

Analysis of the competitiveness of the creative works of contemporary art and culture with BCG Matrix using dimensional study of the situation and engagement (attention and interest) of the public and support from the public and private sector was executed. The results revealed that 7 sub-groups of arts were in the problem child or a question mark position. The film industry is in the poor group, the dog position. Only architecture falls within the stars position.

5) The draft strategic plan to promote contemporary art.

All data obtained from these analyses were used in preparing strategic plan. Four strategic areas were proposed.

Strategy 1: Develop and build competencies of Contemporary Art and Culture in Thailand. The contemporary arts must be the mechanism to drive the nation's economic growth. New sub-categories of creative industries must be identified.

Strategy 2: Develop and build competencies of Contemporary Art and Culture in Thailand. The goal is to develop competencies of the artists or creator of arts, art space to support art presentations/activities, develop contemporary art information system to support the promotion of contemporary art and culture, develop organization management and networking system and develop art literacy of the publics.

Strategy 3: Establishing communication lines/linkages to draw stakeholders' engagement; including the publics, artists, agencies/organizations, and communities.

Strategy 4: Leader in forging strategic partnerships with other countries in the process to become member of the ASEAN Socio-Cultural Community. Driving Thailand to become a leader in building cooperation in the fields of film and decorative arts.