



01  
2568

## สรุปงานสัมมนาต้นท่อนทางศิลปวัฒนธรรม “เราอยู่จุดไหนบนเส้นทางสู่สากล”

### คำถามที่ต้องการคำตอบ

จุดเริ่มต้นของการสัมมนาเกิดขึ้นเพื่อกระตุ้นให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน 3 ประเด็นหลัก คือ 1. การศึกษาและประเมินนโยบายต้นท่อนทางวัฒนธรรมระดับสากล 2. เพื่อหาวิธีการที่จะนำพาประเทศไปสู่ความเป็นสากลอย่างยั่งยืน 3. การรวบรวมข้อเสนอแนะที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมในหลายมิติ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสะท้อนเอกลักษณ์ของไทยสู่สากล

### มุมมองและแง่คิดของวิทยากร

การแสดงปาฐกถาพิเศษ “ต้นท่อนทางวัฒนธรรม กับ Arts and Culture Appreciation” โดยคุณวีรพร นิติประภา เริ่มต้นด้วยประเด็นเรื่อง “ต้นทุนชีวิตกับการเข้าใจศิลปะ” ต้นทุนชีวิตคือทุกสิ่งทุกอย่างที่ประกอบขึ้นมาเป็นตัวตนของคนหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาวัฒนธรรมที่เติบโตมา สภาพแวดล้อมทางสังคม ความเชื่อ ประสบการณ์ส่วนตัว และความรู้สึกนึกคิดที่ได้จากการเผชิญโลก ล้วนเป็นต้นท่อนทางความคิดที่จะ

หล่อหลอมบุคคลคนหนึ่งขึ้นมา ดังนั้น ต้นทุนชีวิตมีผลอย่างยิ่งต่อการเข้าใจ ศิลปะวัฒนธรรม เพราะศิลปะวัฒนธรรมมักสะท้อนถึงสังคม อารมณ์ หรือความคิด ในแต่ละช่วงเวลา เมื่อคนหนึ่งมีต้นทุนชีวิตที่หลากหลาย จึงอาจทำให้มีมุมมอง ที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นในการชื่นชมงานศิลปะ การที่จะทำให้คนหนึ่งมีต้นทุนทาง ความคิดได้นั้น ต้องเริ่มจากการมีรัฐสวัสดิการที่ทำให้เรามีเวลาในการคิด ในการสร้างสรรค์และมีเวลาในการตกผลึก มีเวลาในการตั้งคำถามกับ ความหมายของชีวิตและสร้างเข้าถึง เข้าใจศิลปะวัฒนธรรมได้อย่างถึงราก ถึงแก่นที่แท้จริง



## “โลกอยู่ตรงไหน : ฝรั่งเศส”

Mr.Sylvain Bano

วิทยากรได้กล่าวถึงประเด็นหลักสำคัญสามประเด็น คือ

**ประเด็นที่หนึ่ง** นิยามความหมายของวัฒนธรรม วิทยากรได้ ให้คำนิยามตามนิยามของทางรัฐศาสตร์ว่า หมายถึงระบบ ของความเชื่อ ค่านิยม ทักษะคติ พฤติกรรม และสัญลักษณ์ที่ ถูกยอมรับร่วมกันโดยสมาชิกของสังคม วัฒนธรรมเป็น องค์ประกอบหนึ่งที่จะประกอบสร้างและสะท้อนถึงวิถี ที่ประชาชนในรัฐนั้น ๆ แต่ละยุคได้รังสรรค์วัฒนธรรมและ สะท้อนสิ่งที่เกิดขึ้นในแต่ละยุค เพราะวัฒนธรรมเป็นการ บูรณาการสิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน มีการยอมรับและมาจากการขัดเกลาทางสังคมโดยการเรียนรู้กลุ่มคนที่แตกต่างกัน ผ่านการนำเสนอประวัติศาสตร์ ภาษา และมรดกทาง วัฒนธรรม มาพัฒนาให้เกิดความก้าวหน้าทางสังคม เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดึงดูดความสนใจ ของผู้คน

**ประเด็นที่สอง** ประวัติศาสตร์กับการสร้างวัฒนธรรม วิทยากร ได้ชี้ให้เห็นถึงประวัติศาสตร์ในแต่ละยุคว่ามีบทบาทในการ สร้างและพัฒนาวัฒนธรรมของฝรั่งเศส โดยเหตุการณ์สำคัญ และช่วงเวลาที่มีผลต่อการสร้างวัฒนธรรมของฝรั่งเศส ยุคปฏิวัติฝรั่งเศส (French Revolution) ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ ความเป็นฝรั่งเศส คือ เสรีภาพ เสมอ ภารดรภาพ การพัฒนา และสร้างวัฒนธรรมของฝรั่งเศสเป็นผลพวงมาจาก หลากหลายปัจจัย รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและ สังคม ฝรั่งเศสจึงกลายเป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรมที่ หลากหลายจนถึงปัจจุบัน จากประวัติศาสตร์ข้างต้นได้นำไป สู่การสร้างระบบนิเวศทางวัฒนธรรมที่รวมต้นทุนทุกอย่างไว้ ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ การแสดง แฟชั่น การศึกษา อาหาร การแสดงสินค้า เป็นต้น ระบบนิเวศเหล่านี้มีส่วนสำคัญที่จะ



ทำให้วัฒนธรรมฝรั่งเศสเป็นที่รู้จักและเป็นการสร้าง การมีส่วนร่วมของประชาชนทุกภาคส่วน ปรากฎการณ์ ที่น่าสนใจที่เพิ่งเกิดขึ้น คือ โอลิมปิก 2024 ที่ฝรั่งเศส ที่มีความเชื่อมโยงระหว่างกีฬาและศิลปะภายใต้เงาของ ความเป็นมนุษยศาสตร์ มีการนำเสนอทุกทุนทางวัฒนธรรม โดยการใช้มหรกรรมการแข่งขันกีฬาเป็นสินค้าส่งออกทาง วัฒนธรรม

**ประเด็นที่สาม** การยกระดับต้นทุนทางวัฒนธรรม มีทั้งหมด 5 ชั้น ดังนี้ 1) จินตภาพใหม่เกี่ยวกับศิลปะวัฒนธรรมดั้งเดิม (Reimagining Traditional arts) 2) การใช้ประโยชน์จาก เทคโนโลยี (Leveraging digital Technology) 3) การใช้ชุมชน เป็นฐาน (Community –based initiatives) 4) การสนับสนุน จากรัฐบาล (Government Support) 5) การร่วมมือกับองค์กร ระหว่างประเทศ (International Collaborations)

## “โลกอยู่ตรงไหน : ประเทศเกาหลีใต้”

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมล บุขุพรรณ

วิทยากรได้กล่าวถึงประเด็นความสำคัญกับปัจจัยและแผนงานในเชิงรายละเอียดของประเทศเกาหลีใต้ในการยกระดับคลื่นความนิยมเกาหลี (The Korean wave หรือ Hallyu) ให้เป็นแบรนด์ระดับโลกและได้รับความนิยมจากทั่วโลกอย่างยั่งยืนและยาวนานกว่ากระแสความนิยมของชาติอื่น ๆ

**ปัจจัยแรก** ประเทศเกาหลีใต้มีการวางเป้าหมายในการสร้างแบรนด์ของตัวเองที่ชัดเจน รวมถึงมีการกำหนดแผนงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวที่ครอบคลุมและมีตัวชี้วัดที่สามารถประเมินผลได้อย่างเป็นวิทยาศาสตร์ โดยได้ดำเนินงานผ่านขั้นตอน 5 ประการ คือ (1) ทำให้ภาษาและความบันเทิงของคลื่นความนิยมเกาหลีมีความสากลขึ้นด้วยการร่วมมือกับบริษัทในอุตสาหกรรมบันเทิงระดับโลกในการยกระดับเนื้อหาและภาษาด้านความบันเทิงของสื่อบันเทิงของเกาหลี (2) รัฐบาลสนับสนุนการทำงานของภาคเอกชนอย่างเต็มที่ในทุกด้านและจัดตั้งหน่วยงานภาครัฐไปประจำในประเทศต่าง ๆ เพื่อช่วยภาคเอกชนผลักดันคลื่นความนิยมเกาหลีและการเรียนการสอนภาษาเข้าสู่ประเทศต่าง ๆ (3) ปรับปรุงคลื่นความนิยมเกาหลีให้สม่ำเสมอเพื่อดึงดูดความสนใจผู้คนให้ได้ตลอดเวลา (4) รมรณรงค์สร้างความหลงใหลวัฒนธรรมต่าง ๆ ของเกาหลีสู่คนต่างวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง (5) ดึงบุคลากรของประเทศต่าง ๆ มาเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมบันเทิงของคลื่นความนิยมเกาหลีเพื่อให้ คลื่นความนิยมเกาหลีเข้าสู่ประเทศดังกล่าวได้ง่ายขึ้น ตัวอย่างเช่น อิทธิพลของลิซ่าต่อความนิยมของคนไทยในวง Blackpink เป็นต้น



**ปัจจัยที่สอง** ยุทธศาสตร์ของรัฐบาลเกาหลีใต้ในการขับเคลื่อนคลื่นความนิยมเกาหลีมีลักษณะที่ครบวงจร ได้แก่ รัฐบาลมีแผนพัฒนาและสนับสนุนคลื่นความนิยมเกาหลีที่ชัดเจน และรัฐบาลให้ความสำคัญกับการสนับสนุนให้กลุ่มทุนใหญ่ (Chaebol) ให้ทำหน้าที่เป็นผู้เล่นคนสำคัญในการผลักดันธุรกิจต่าง ๆ ในคลื่นความนิยมเกาหลีไปสู่ประเทศต่าง ๆ

**ประการที่สาม** รัฐบาลสนับสนุนให้มีการยกระดับค่าแรงในอุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศเกาหลีใต้ให้มีระดับที่สูงขึ้นเพื่อดึงดูดบุคลากรที่มีความสามารถของประเทศเข้าสู่อุตสาหกรรมบันเทิงของประเทศ

**ประการที่สี่** รัฐบาลวางแผนใช้คลื่นความนิยมเกาหลีพาอุตสาหกรรมอื่น ๆ ของเกาหลีใต้ไปสู่ระดับโลกด้วยการให้สื่อทุกชนิดผลักดันคลื่นความนิยมเกาหลีไปอยู่ในความสนใจของโลกอย่างเต็มประสิทธิภาพ โดยให้ความสำคัญกับวิธีการประชาสัมพันธ์คลื่นความนิยมเกาหลีให้ตรงจุดและได้ประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดทางด้านงบประมาณด้วยการมุ่งเน้นใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมอภิสถิธิ์จากความงาม (Beauty Privilege)



## “ภาพรวมในวงการศิลปวัฒนธรรมไทยว่าเราอยู่ตรงไหนของโลก”

คุณกฤติกา กาวีวงศ์



วิทยากรกล่าวว่าต้นทุนทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมีค่อนข้างมาก แต่ประเทศไทยไม่สามารถยกระดับต้นทุนทางวัฒนธรรมมาต่อยอดและใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งในทางสังคมและเศรษฐกิจได้



## “ประเทศไทยอยู่ตรงไหน:

### เสื้อผ้า อาหาร เทศกาล หนังสือและภาพยนตร์”

.....

อีกหนึ่งช่วงที่น่าสนใจคือการเสวนาของบุคคลสำคัญในวงสร้างสรรค์ของไทย ในหัวข้อ **“ประเทศไทยอยู่ตรงไหน: เสื้อผ้า อาหาร เทศกาล หนังสือและภาพยนตร์”** นั้น วิทยากรผู้ร่วมอภิปราย เห็นว่า

**วงการผ้าไทย** ผ้าไทยมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นสินค้าระดับโลก แต่ประสบปัญหาในด้านคุณภาพของวัตถุดิบที่ผลิตจากชุมชนซึ่งยังขาดมาตรฐานสากล นอกจากนี้ นโยบายของภาครัฐมุ่งเน้นการอนุรักษ์มากกว่าการพัฒนาเชิงพาณิชย์ จึงมีข้อเสนอว่า ภาครัฐควรสนับสนุนการพัฒนาผ้าไทยให้มีคุณภาพทัดเทียมกับระดับสากลและส่งเสริมการสร้างแบรนด์เสื้อผ้าที่ใช้ผ้าไทยในเวทีโลก

**วงการหมอลำ** หมอลำเป็นศิลปะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะสามารถพัฒนาเป็นแบรนด์ระดับโลกได้ แต่หมอลำยังขาดการสนับสนุนจากภาครัฐในการสร้างความนิยมในต่างประเทศ ดังนั้น การประชาสัมพันธ์หมอลำในระดับสากล รวมถึงการสร้างนิทรรศการและงานกิจกรรมที่ส่งเสริมหมอลำในเวทีโลกจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนและประเทศได้

**วงการอาหารไทย** ธุรกิจร้านอาหารไทยประสบความสำเร็จในระดับนานาชาติ แต่ในด้านการผลิตวัตถุดิบอาหารไทยยังคงมีปัญหาด้านการจัดการตลาด เกษตรกรขาดการชี้นำที่ชัดเจนในการผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาดโลก ดังนั้น ภาครัฐควรมีบทบาทในการสร้างตลาดต่างประเทศเชิงรุก และสนับสนุนแบรนด์อาหารไทยที่มีศักยภาพเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แบรนด์อื่น ๆ



**วงการหนังสือ** การพัฒนางานหนังสือไทยไปสู่ระดับโลก จำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมการอ่านเพื่อพัฒนานักเขียนที่มีความเข้มแข็ง นอกจากนี้ การให้มูลค่ากับนักเขียนและการคุ้มครองลิขสิทธิ์เป็นอีกประเด็นสำคัญที่ต้องได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง หน่วยงานภาครัฐควรมีบทบาทในการสร้างระบบสนับสนุนลิขสิทธิ์และทรัพยากรเพื่อให้นักเขียนสามารถสร้างสรรค์ผลงานใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ระดับสากล

**วงการภาพยนตร์** ภาพยนตร์ไทยได้รับอิทธิพลจากระบบนิเวศทางสังคมไทยที่มีลักษณะเฉพาะ แต่ขาดการสนับสนุนอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในด้านการพัฒนาและการสร้างโอกาสในการแสดงผลงานในระดับสากล ภาพยนตร์ไทยมักถูกมองเป็นเพียงสินค้าบันเทิงมากกว่างานศิลปะ ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่ทำให้ศิลปะภาพยนตร์ไทยไม่สามารถเติบโตในตลาดสากลได้อย่างเต็มที่

ปัญหาร่วมที่ปรากฏในทุกวงการคือภาครัฐไทยยังคงมีมุมมองการพัฒนาที่เน้นการอนุรักษ์มากกว่าการสนับสนุนธุรกิจสร้างสรรค์ นอกจากนี้ การออกแบบโครงการภาครัฐมักไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ขาดความชัดเจนในการแก้ปัญหาที่แท้จริง วัฒนธรรมไทยในบางแง่มุมยังขาดความทะเยอทะยานในการขยายไปสู่ตลาดโลก ทำให้วงการต่าง ๆ ของประเทศไทยยังไม่สามารถเติบโตและแข่งขันในเวทีสากลได้อย่างเต็มที่



วันเวลา : วันศุกร์ที่ 13 กันยายน 2567 เวลา 08:30-16:30

จัดโดย : คณะอนุกรรมการส่งเสริมต้นแบบทางศิลปะและวัฒนธรรมสู่ความเป็นสากล ในคณะกรรมาธิการการศาสนา ศิลปะและวัฒนธรรม สภาผู้แทนราษฎร ร่วมกับสำนักส่งเสริมวิชาการรัฐสภา สถาบันพระปกเกล้า

สถานที่ : Jim Thompson Art Center

วิทยากร : 1. คุณวิรส นิตประภา นักเขียนรางวัลซีไรต์ 2. Sylvain Bano ที่ปรึกษากระทรวงวัฒนธรรมฝรั่งเศส  
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมล บุขรณ์ ผู้อำนวยการหลักสูตรสหสาขาวิชาเอกศิลปะศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย  
4. คุณกฤติกา กาวังศ์ ผู้อำนวยการ Jim Thompson Art Center

วิทยากรเสวนา : 1. คุณสุชาติ อินทร์พรหม ผู้จัดการวงหมอลำไอศดอล 2. คุณนนทวัฒน์ น้าบุญกุล ผู้กำกับภาพยนตร์  
3. คุณโตมร ศุภปรีชา นักเขียนและนักแปล 4. คุณชวณ ไคสิริ แบนด์ดีไซเนอร์ POEM  
5. คุณปิยะ ตันคัม กรรมการผู้จัดการ Salad Factory

ดำเนินรายการ : คุณประทีป กอบกิจวัฒนา ศิลปินและครีเอทีฟโฆษณา

ผู้สรุป : นายศุภณัฐ บุญสด และนางสาวอัจจิมา แสงรัตน์ นักวิชาการสำนักส่งเสริมวิชาการรัฐสภา สถาบันพระปกเกล้า

ผู้ออกแบบ : นายรัชชต์ลล รัตนวิเชียร

