

ลิขสิทธิ์ : บริษัท บีซี ออฟเพอแอร์เชินส์ (ประเทศไทย) จำกัด
ปี : 2563
ชื่อเรื่อง : Research on the Social Impact of Creative Hubs in Thailand
เมือง : กรุงเทพฯ
ภาษา : ไทย
สถานที่พิมพ์ : สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
นักวิจัย : รองศาสตราจารย์ ดร. พีรธร แก้วลาย
บทคัดย่อ :

บริติช เคาน์ซิล อธิบายความหมายของ 'ศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์' ว่าเป็นสถานที่ในทางกายภาพ และเสมือนจริง ที่นำคนที่มีความคิดสร้างสรรค์มาไว้ด้วยกัน เป็นผู้ประสานโดยการให้พื้นที่และการสนับสนุน การสร้างเครือข่าย การพัฒนาธุรกิจ และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการขับเคลื่อนงานสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และเทคโนโลยี

นอกเหนือจากการมีส่วนร่วมในการเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของ ประเทศไทยแล้ว ศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่สร้างการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ในระดับบุคคล ชุมชน และระดับประเทศ โดยแต่ละแห่งจะมีเอกลักษณ์ ลักษณะ และบทบาท เฉพาะตัว และรวมทั้งมีวิธีการทำงานของตนเอง ที่สอดคล้องกับบริบทและประเด็นที่ต้องการแก้ไข โดยใช้งานสร้างสรรค์และ สื่อสร้างสรรค์ เช่น ศิลปะ การออกแบบ ดนตรี และภาพยนตร์ เป็นสื่อกลางและสร้างกิจกรรมและโปรแกรม ต่าง ๆ โดยกลยุทธ์ดังกล่าวนี้ช่วยในการดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย ให้เข้ามามีส่วนร่วมกับภารกิจของศูนย์กลาง ความคิดสร้างสรรค์ และขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงสังคมได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง

ในหลายพื้นที่ ศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ได้กลายเป็นส่วนสำคัญของชุมชนที่เป็นที่ตั้ง โดยศูนย์กลางบางแห่งถูกมองว่าเป็นพื้นที่ของประชาชนและเป็นสถานที่แห่งความหวังของผู้คนในพื้นที่ ในขณะที่บางแห่งทำหน้าที่เป็นตัวเร่งและเป็นผู้กระตุ้นการสนทนาถึงประเด็นทางสังคมต่าง ๆ และเริ่มต้นวิธี คิดใหม่ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาชุมชนในระยะยาว นอกจากนี้ศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ยังทำหน้าที่เชื่อมต่อ ชุมชนของตนกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่หลากหลายจากภาคส่วนต่าง ๆ นอกพื้นที่ เพื่อดึงความรู้ใหม่และ ทรัพยากรที่มีประโยชน์สู่คนในชุมชน เป็นที่น่าเสียดายที่คุณค่าของศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์เหล่านี้ถูก มองข้ามมาตลอดหลายปีของการทำงาน ดังนั้น จุดประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือศึกษาศูนย์กลางความคิด สร้างสรรค์ที่โดดเด่นหกแห่งในภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย เพื่อเป็นกรณีศึกษาข้อมูลเชิงลึกว่าศูนย์กลาง ความคิดสร้างสรรค์สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลง และผลกระทบทางสังคมในสามระดับได้อย่างไร โดย ประกอบด้วย (1) ผลกระทบต่อผู้ที่มีส่วนร่วมโดยตรงกับกิจกรรมและโปรแกรมของศูนย์กลางความคิด สร้างสรรค์ ซึ่งรวมถึงผลกระทบต่อผู้ที่ทำงานกับศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ (สมาชิกหลักและพาร์ทเนอร์) และผลกระทบต่อผู้เข้าร่วมและอาสาสมัคร (2) ผลกระทบต่อชุมชนและผู้คนในท้องถิ่น ประกอบด้วย ผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นและผลกระทบต่อกายภาพของพื้นที่ที่แต่ละศูนย์กลางสร้างสรรค์ตั้งอยู่ และ (3) ผลกระทบต่อประเด็นเป้าหมายของแต่ละศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์

โดยในท้ายที่สุด งานศึกษาชิ้นนี้ได้รวบรวมข้อเสนอแนะแก่ผู้กำหนดนโยบายและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อื่น ๆ เพื่อทำให้เห็นถึงแนวทางในการสนับสนุนและสร้างความร่วมมือกับศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ให้ได้

ยิ่งขึ้นในอนาคต โดยประกอบไปด้วย (1) ตระหนักถึงความสำคัญของศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ (2) วางรากฐานของศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ของไทย (3) ให้การสนับสนุนสำหรับศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ (4) ประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้แก่สาธารณะเกี่ยวกับศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์ และ (5) ทำงานร่วมกับศูนย์กลางความคิดสร้างสรรค์

Copyright : BC Operations (Thailand) Limited
Year : 2020
Title : Research on the Social Impact of Creative Hubs in Thailand
City : Bangkok
Language : Thai
Publisher : Thammasat University Research and Consultancy Institute
Researcher : Associate Professor Dr. Peeradorn Kaewlai
Abstract :

A ‘Creative hub’ is described by the British Council as: A place, either physical or virtual, which brings creative people together. It is a convenor, providing space and support for networking, business development and community engagement within the creative, cultural and tech sectors¹.

In addition to its contribution to economic growth and the development of the creative industries in Thailand, the creative hub is considered one of the significant mechanisms that generates social impact at different levels, including individual, communal and national. Each hub is unique, with its own characteristics, roles and ways of working, which correspond to its context and the issues that it aims to tackle. The use of creativity and creative mediums, such as art, design, music and film, is common among these hubs, playing a major role in activities and programmes. This strategy has enabled them to attract audience groups, engage them in the hubs’ missions, and prompt social change.

Interestingly, in many areas, creative hubs have become a crucial part of the community in which they are located. Some hubs are perceived as the town hall of the people and a place of hope, while some act as a catalyst and influencer in triggering conversation and initiating new ways of thinking, which ultimately leads to the development of the community. Hubs connect their community with a wide range of stakeholders from different sectors, bringing in new knowledge and useful resources. Unfortunately, these distinct values embodied in creative hubs through years of work are usually overlooked. Therefore, the purpose of this study is to look deeply into six outstanding hubs in different regions as case studies in order to provide insights into how hubs create social impact at three levels. First, the impact on people who directly engage with hub activities and programmes, including impact on those working for and with hubs (core members and partners), and Impact on participants and volunteers. Second, the impact on the local community and locality consists of Impact on local communities and Impact on the area where each creative hub is located. And third, Impact on targeted issues of each hub.

Finally, the proposed recommendations on how the policymakers and other stakeholders can better support and collaborate with hubs are included, (1) Recognising the importance of creative hubs, (2) Establishing the foundation of Thai creative hubs, (3) Providing supports for creative hubs, (4) Promoting creative hubs and, (5) Partnering with creative hubs.