

01

# แนวทางการสื่อสาร เพื่อสร้างเครือข่ายศิลปิน ด้านทัศนศิลป์ ในจังหวัดจันทบุรี<sup>1</sup>

เหมือนฝัน คงสมแสง<sup>2</sup>  
บวรสรรค์ เจียดำรง<sup>3</sup>

รับบทความ: 31 สิงหาคม 2566 / แก้ไข: 7 ธันวาคม 2566 / ตอรับตีพิมพ์: 22 ธันวาคม 2566

<https://doi.org/10.14456/sbjfa.2024.1>

---

<sup>1</sup> งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบกองทุนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ประจำปีงบประมาณ 2565

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, e-mail: muanfun.k@rbru.ac.th

<sup>3</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, e-mail: bavonsan.c@rbru.ac.th

# บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการสร้างแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรี เนื่องจากจังหวัดจันทบุรีนั้นมีศิลปินด้านทัศนศิลป์จำนวนมาก แต่ยังไม่ปรากฏเครือข่ายที่ช่วยสนับสนุนศิลปินและการทำงานศิลปะดังกล่าว งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข้อมูลที่สืบค้นได้จากเอกสารและวัตถุ ทั้งจากทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง มีผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสิ้น จำนวน 9 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ได้แก่ ศิลปินด้านทัศนศิลป์ ชุมชนริมน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ศิลปินด้านทัศนศิลป์ที่มีสังกัดเครือข่ายในพื้นที่อื่นที่ประสบความสำเร็จ และผู้บริหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ ผลการวิจัยพบว่า ศิลปินต้องปรับเปลี่ยนตนเอง สร้างบุคคลที่เป็นจุดเชื่อมต่อในเครือข่ายมีความหลากหลายเชิงเนื้อหาของงานศิลปะ ใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงผู้รับสารงานทัศนศิลป์ทุกช่วงวัย สร้างการเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ เข้าใจผู้รับสารที่แตกต่าง พิจารณาปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อเครือข่าย มีการพัฒนาระบบคลังข้อมูลและความต่อเนื่องในการผลิตผลงานของศิลปิน

**คำสำคัญ:** แนวทางการสื่อสาร / เครือข่าย / ศิลปินด้านทัศนศิลป์ / จันทบุรี

## วิธีอ้างอิง

เหมื่อนฝัน คงสมแสวง และ บวรสวรรค์ เจ้ยดำรง. (2567). แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรี. *วารสารศิลป์ พีระศรี*, 12(1), 1-24. <https://doi.org/10.14456/sbjfa.2024.1>



© 2567 ลิขสิทธิ์ โดยผู้เขียน และวารสารศิลป์ พีระศรี อนุญาตให้นำบทความไปเผยแพร่ได้ภายใต้สัญญาอนุญาตครีเอทีฟคอมมอนส์แบบแสดงที่มา-ไม่ใช้เพื่อการค้า-ไม่แก้ไขดัดแปลง (CC BY-NC-ND 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

01

# Communication Guideline for Creating a Visual Arts Artists Network in Chanthaburi Province<sup>1</sup>

Muanfun Kongsomsawaeng<sup>2</sup>  
Bavonsan Chiadamrong<sup>3</sup>

Received: August 31, 2023 / Revised: December 7, 2023 / Accepted: 22 December, 2023

<https://doi.org/10.14456/sbjfa.2024.1>

---

<sup>1</sup>This research was funded by a research fund, Rambhai Barni Rajabhat University, fiscal year 2022.

<sup>2</sup>Lecturer, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University, e-mail: muanfun.k@rbru.ac.th

<sup>3</sup>Assistant professor, Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat University, e-mail: bavonsan.c@rbru.ac.th

# Abstract

This article aimed to create a communication guideline for establishing a visual arts artists network in Chanthaburi Province. Chanthaburi Province has a large number of visual artists, but there is still no network to support these artists and their production of art. This research is qualitative, collecting data from documents and objects from both online and offline media, including in-depth interviews using a semi-structured format. There were 9 key informants, divided into 3 groups of 3 people each: visual artists, the Chanthaboon Waterfront Community, visual artists with successful networking in other areas, and target consumers of visual arts. The results showed that artists need to adapt, create a persona as a node in the network, diversify content in their artwork, use a variety of communication channels to reach visual arts audiences of all ages, establish a visual arts artists network, understand different audiences, consider external factors affecting the network, develop a data warehouse system, and ensure continuity in the production of art.

**Keywords:** Communication Guideline / Network / Visual Arts Artists / Chanthaburi Province

## Citation

Kongsomsawaeng, M & Chiadamrong, B. (2024). Communication Guideline for Creating a Visual Arts Artists Network in Chanthaburi Province. *Silpa Bhirasri (Journal of Fine Arts)*, 12(1), 1-24. <https://doi.org/10.14456/sbjfa.2024.1>



© 2024 by the author(s); Silpa Bhirasri (Journal of Fine Arts). This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-Non Commercial-No Derivatives License (CC BY-NC-ND 4.0) <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>

## บทนำ

ศิลปะเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้สร้างสรรค์งานและผู้ชมงานโดยมีความเป็นมนุษย์เป็นสะพานเชื่อมศิลปินสร้างสรรค์ศิลปะภายใต้ความต้องการที่จะสื่อสาร เปิดเผย สะท้อน และอธิบายถึงคุณค่าแห่งความเป็นมนุษย์ ในขณะที่ผู้ชมงานศิลปะนั้น จักได้รับรู้ถึงคุณค่าต่าง ๆ แห่งความเป็นมนุษย์ผ่านงานศิลปะที่ตนเองสัมผัส แต่หากไม่มีกลไกที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้สร้างและผู้ชมแล้วก็ยากที่จะสื่อสารคุณค่า รวมถึงสร้างความเข้าใจระหว่างมนุษย์และมนุษย์ด้วยกัน ซึ่งกลไกที่เป็นตัวเชื่อมร้อยดังกล่าว คือ พื้นที่การจัดแสดงผลงาน ทว่าพื้นที่ดังกล่าวจะไม่เกิดขึ้นอย่างเป็นกิจจะลักษณะ และจะไร้ความมั่นคงในการใช้พื้นที่นั้น หากปราศจาก “เครือข่ายศิลปิน”

เครือข่ายศิลปิน ในที่นี้หมายถึง การรวมตัวกันของศิลปิน กลุ่มศิลปิน และ/หรือองค์กรศิลปิน ที่สมัครใจแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หรือทำกิจกรรมร่วมกันในลักษณะที่สมาชิกยังคงมีอิสระในการดำเนินกิจกรรมของตนเอง โดยมีเป้าหมายหรือผลประโยชน์ร่วมกัน ทั้งนี้ รูปแบบเครือข่ายศิลปะของประเทศไทยที่มีอยู่ในปัจจุบัน มักจะมีลักษณะเป็นเครือข่ายแนวตั้ง กล่าวคือ สถานภาพและฐานะของบุคคลในแต่ละลำดับชั้นจะเรียงตามสูงไปหาต่ำ ฝ่ายที่อยู่ในลำดับสูงมีบทบาทเป็นผู้อุปถัมภ์ และฝ่ายอยู่ข้างล่างมีบทบาทเป็นผู้รับการอุปถัมภ์ เครือข่ายในลักษณะนี้ ได้แก่ ภาครัฐกับองค์กรศิลปะ หรือองค์กรด้านศิลปะกับศิลปินที่เป็นบุคคล ส่วนเครือข่ายแบบแนวนอนเป็นเครือข่ายที่สถานภาพของผู้เข้าร่วมมีความเท่าเทียมกัน มีการแลกเปลี่ยนทรัพยากรความรู้ซึ่งกันและกัน คอยช่วยเหลือระหว่างกัน

รายงานของคณะกรรมการปฏิรูปค่านิยม ศิลปะ วัฒนธรรม จริยธรรมและการศาสนา สภาปฏิรูปแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2558 (2558: 6-9) ได้ระบุถึงปัญหาการพัฒนาศิลปะและวัฒนธรรมของประเทศไทยหลายประการ ได้แก่ ศิลปินไม่มีพื้นที่เพื่อใช้แสดงผลงาน ขาดกลไกประสานงานระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ทำให้เกิดปัญหาที่ตามมา คือ การไม่มีเงินทุนสนับสนุนด้านศิลปวัฒนธรรมอย่างเพียงพอ กลุ่มศิลปินไม่มีอำนาจต่อรอง และการถูกจำกัดพื้นที่ในการแสดงศักยภาพ รวมทั้งศิลปินหรือผู้ที่เป็นเจ้าของผลงานศิลปะไม่ได้รับการคุ้มครองผลงานอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพเพียงพอ เนื่องจากกลุ่มศิลปินในดานนั้น ๆ ไม่มีการรวมตัวกันเป็นองค์กรที่มีความเข้มแข็งเพียงพอที่จะให้ความคุ้มครองศิลปินหรือผู้ปฏิบัติงานด้านศิลปะที่อยู่ในวงการเดียวกันได้ จากรายงานข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า ศิลปะจะสามารถปฏิบัติตามพันธกิจต่อสังคมได้หากมีเครือข่ายช่วยขับเคลื่อน และเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อศิลปิน การสร้างเครือข่ายจึงจำเป็นต้องมีประสานเครือข่ายแบบแนวนอน คือ กลุ่มศิลปิน และเครือข่ายแบบแนวตั้งเพื่อสนับสนุนให้เกิดการประสานงานระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ

ในแง่ของศิลปะเชิงพาณิชย์ อโณทัย อุปคำ (2558: 2906-2921) ได้ชี้ให้เห็นว่า ในปัจจุบันองค์กรที่ทำงานเกี่ยวกับศิลปะยังไม่สามารถสร้างระบบพาณิชย์อย่างเป็นธรรมและมีมาตรฐานตามแบบสากล ซึ่งมีสาเหตุมาจากการที่ศิลปินขายงานเองโดยไม่มีมาตรฐานในการกำหนดราคาผลงานที่เป็นระบบ ขาดความ

เข้าใจในธุรกิจศิลปะที่ยั่งยืน ตลอดจนนักค้าผลงานศิลปะเองก็ไม่สามารถสร้างมาตรฐานราคาศิลปะในประเทศไทยให้เกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม แม้ปัจจุบันจะมีการประมูลศิลปะมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อการกำหนดราคาในระดับหนึ่ง จากข้อกำหนดของการประมูลในแต่ละครั้งที่ระบุไว้แตกต่างกัน เช่น ค่าเช่างานประมูลราคาเริ่มต้นการประมูล การขยับราคาประมูล ระยะเวลาในการประมูล เป็นต้น โดยปัญหาดังกล่าวเกิดขึ้นส่วนหนึ่งเนื่องจากการไม่มีเครือข่ายศิลปินมาช่วยขับเคลื่อนอย่างเป็นระบบ

จากการสำรวจเครือข่ายศิลปินของประเทศไทยในระดับจังหวัดที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ พบว่า มีเครือข่ายที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน ได้แก่ เครือข่ายศิลปินจังหวัดเชียงราย และเครือข่ายศิลปินอีสานจังหวัดขอนแก่น ซึ่งจกเห็นได้ว่า แม้เครือข่ายดังกล่าวจะมีความเป็นปึกแผ่นและมีจุดยืนที่ชัดเจน ทว่าเป็นเพียงเครือข่ายกลุ่มย่อยเท่านั้น ยังมิได้มีเครือข่ายอย่างเป็นทางการจะลักษณะที่ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศไทย

สำหรับจังหวัดจันทบุรีนั้นมีจำนวนศิลปินด้านทัศนศิลป์จำนวนมาก กระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ แม้ศิลปินผู้เป็นที่รู้จักในแวดวง (ทั้งแวดวงวิชาชีพและวิชาการ) จะมีส่วนที่กระจุกตัวอยู่ในชุมชนริมน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี อันเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่ชัดเจน แต่อย่างไรก็ดี ยังไม่ปรากฏเครือข่ายที่ช่วยสนับสนุนศิลปินและการทำงานศิลปะดังกล่าว จากสัมภาษณ์เชิงลึกศิลปินรุ่นใหม่ สาขาทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีที่มีประสบการณ์การสร้างสรรค์ผลงานศิลปะไม่ต่ำกว่า 5 ปี จำนวน 5 ราย พบว่า ปัญหาของศิลปินในจังหวัดจันทบุรีมีหลายประการที่สอดคล้องกับรายงานของคณะกรรมการปฏิรูปค่านิยม ศิลปะ วัฒนธรรม จริยธรรมและการศาสนา สภาปฏิรูปแห่งชาติ (2558: 6-9) และทิวทัศน์ อุปคำ (2558: 2906-2921) ศึกษา กล่าวคือ ศิลปินแต่ละรายสร้างสรรค์ผลงานและเผยแพร่สู่สาธารณะเป็นรายบุคคล และถึงแม้จะมีการรวมกลุ่มแต่ก็เป็นไปอย่างไม่เป็นทางการ ไม่มีระบบในการจัดการเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ เช่น การจัดแสดงที่ไม่มีพื้นที่ให้กับศิลปินรายใหม่ การจัดจำหน่ายเป็นไปในช่องทางดั้งเดิม คือ การจำหน่ายหน้าร้านของตัวเองหรือฝากจำหน่าย มีเพียงบางรายเท่านั้นที่ใช้ช่องทางการสื่อสารออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ แสดงผลงานต่อบุคคลภายนอกพื้นที่ทั้งในไทยและต่างประเทศ

ดังนั้น หากมีการจัดทำแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรี จักทำให้เกิดเครือข่ายที่มีระบบ และมีเป้าหมายที่ชัดเจน สามารถนำไปสู่การสนับสนุนการขับเคลื่อนงานศิลปะระหว่างศิลปินทั้งภายในและภายนอกจังหวัดจันทบุรี เป็นศูนย์กลางของการสื่อสารเพื่อการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ และทำให้ศิลปินต่างรุ่นได้ก้าวต่อไปด้วยกันในแวดวงศิลปะภายใต้บริบทที่แปรเปลี่ยน อันจะเป็นรากฐานในการดำรงวัฒนธรรมและสร้างศักยภาพในเชิงพาณิชย์ศิลปะต่อไปได้

# วัตถุประสงค์

เพื่อสร้างแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรี

## วิธีการวิจัย

งานวิจัยเรื่องแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรี ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ มีการเก็บรวบรวมข้อมูล 2 ส่วน คือ 1) แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่สืบค้นได้จากเอกสารและวัตถุ ทั้งจากทางสื่อออนไลน์และออฟไลน์ 2) แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง โดยเจาะจงเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักตามเกณฑ์คัดเลือก ผู้วิจัยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักทั้งสิ้น จำนวน 9 คน ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 3 คน ได้แก่

1. ศิลปินด้านทัศนศิลป์ ชุมชนริมน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ได้แก่
  - 1.1 จักรภณ พงศ์พิชราพันธ์
  - 1.2 เอกรัฐ พานิชเกษม
  - 1.3 นริศ ชัยพิบูลย์
  
2. ศิลปินด้านทัศนศิลป์จันทบุรีที่มีสังกัดเครือข่ายในพื้นที่อื่นที่ประสบความสำเร็จ ได้แก่
  - 2.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนวัฒน์ กันภัย
  - 2.2 ธนภัทร ทวีสุขสุวัฒน์โชติ
  - 2.3 เป็ย เสถียร

โดยกลุ่มที่ 1 และ 2 มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ อายุ 18 ปีขึ้นไป สร้างสรรค์งานทัศนศิลป์ด้วยตนเองมากกว่า 5 ปี มีประสบการณ์จำหน่ายงานศิลปะอย่างน้อย 3 ปี มีประสบการณ์การทำงานเป็นกลุ่มหรือเครือข่าย และยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย

3. ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ ได้แก่
  - 3.1 ตะวันวาด ชนะสิทธิ์
  - 3.2 อานนท์ นครศรี
  - 3.3 สรี คันธวัลย์

โดยกลุ่มที่ 3 นี้ มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ อายุ 18 ปีขึ้นไป มีประสบการณ์ซื้องานศิลปะรวมอย่างน้อย 3 ชิ้น มีประสบการณ์ซื้องานศิลปะจากศิลปินด้านทัศนศิลป์ ชุมชนริมน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีอย่างน้อย 1 ชิ้น มีประสบการณ์ซื้องานศิลปะชิ้นล่าสุดจากศิลปินด้านทัศนศิลป์ ชุมชนริมน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีภายในระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี และยินดีเข้าร่วมโครงการวิจัย

ทั้งนี้ ผู้วิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขแบบสัมภาษณ์ดังกล่าว เพื่อให้มีความสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย รวมทั้งมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ มีทั้งสิ้น 2 วิธี คือ

1) ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธีประกอบกัน ผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษาทั้งจากเอกสาร วัตถุ และบุคคล เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงตามความเป็นจริงมากที่สุด

2) ผู้วิจัยใช้วิธีการยืนยันข้อมูล โดยการให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยตรวจสอบและรับรองความถูกต้องของข้อมูล และให้แสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลที่นำเสนอ

## สรุปผล

สำหรับวิจัยชิ้นนี้ที่ประสงค์จะตอบต่อโจทย์ที่ว่า “แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีควรเป็นเช่นไร” จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาสู่ข้อสรุปผลการวิจัย เพื่อตอบคำถามดังกล่าว ดังนี้

### 1. ผู้ส่งสาร (ศิลปิน) ต้องปรับเปลี่ยน เพื่อสร้างความเป็นไปได้ในการสร้างเครือข่าย และสร้างบุคคลที่เป็นจุดเชื่อมต่อในเครือข่าย (Node)

โดยพื้นฐานศิลปินมีทัศนคติต่อตัวเองและกลุ่มศิลปินด้วยกันเองว่า เป็นผู้ที่คุ้นชินกับการทำงานเดี่ยว ด้วยลักษณะการทำงานที่พึ่งพาแต่เพียงตัวเองก็สามารถผลิตผลงานได้ ทว่าต้องอาศัยการร่วมกันแสดงผลงาน เนื่องด้วยความมั่นใจของตัวศิลปินเอง จำนวนผลงาน และการได้รับการยอมรับจากสาธารณะที่ยังไม่มากเพียงพอ ไม่พร้อมในเรื่องทักษะการสื่อสารการตลาด รวมทั้งศิลปินบางรายมีการผลิตผลงานอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสัมพันธ์กับการเข้าร่วมแสดงกับศิลปินรายอื่นที่ไม่สม่ำเสมอ เพราะต้องอาศัยการประกอบอาชีพอื่นในการเลี้ยงชีพ อย่างไรก็ตาม การรวมตัวกันเป็นกลุ่มก่อนในระบบเครือข่าย จะเอื้อต่อการคงอยู่ในสถานะศิลปินมากกว่าการทำงานและแสดงผลงานแบบเดี่ยว แต่ต้องมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนร่วมกัน

ศิลปินสามารถช่วยให้เครือข่ายสามารถเกิดขึ้นได้โดยการลดความเป็นตัวตนลง มีการส่งมอบข้อมูลของตัวเองสู่ส่วนกลาง เพื่อสะดวกต่อการใช้ในการสื่อสารต่อไปในลักษณะต่าง ๆ สลายการแบ่งแยกกลุ่มรวมทั้งปรับตัวเองให้ก้าวเข้ามาให้ความคิดเห็นต่อการจัดการเครือข่ายว่าควรเป็นไปในรูปแบบใดจึงจะเหมาะสมกับบริบทที่เป็นอยู่ ซึ่งในฐานะสมาชิก ผู้ที่เข้าร่วมเครือข่ายจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมและมีเป้าหมายตรงกัน

ทั้งนี้ ตามมุมมองของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ กล่าวถึงการสร้างเครือข่ายจักต้องหมายรวมถึงการที่ศิลปินต้องเชื่อมโยงกับกลุ่มอื่นที่มีใช้แต่เพียงกลุ่มศิลปินด้วยกันเท่านั้นด้วย

จากข้อจำกัดในทักษะของศิลปิน เงื่อนไขเวลาในการจัดการ นำมาสู่ทางออกของการจัดสรรให้มีคนกลาง หรือหน่วยงานกลางในการสื่อสารเพื่อการสร้างเครือข่าย ที่เป็นจุดเชื่อมต่อในเครือข่าย (Node) ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการรวบรวมข้อมูลของศิลปินและผลงาน แต่ก็ต้องแลกมาด้วยการสละเวลาที่เพียงพอในการดำเนินการแสวงหาและรวบรวมข้อมูลให้ครบถ้วน โดยข้อมูลส่วนหนึ่งนั้น คนกลางจะได้รับข้อมูลจากศิลปิน ซึ่งหากมีการใช้การสื่อสารการตลาดเข้ามาสนับสนุน จะทำให้ศิลปินและผลงานเป็นที่รู้จักผ่านกิจกรรมในรูปแบบต่าง ๆ ที่ได้รับการบริหารจัดการ

อย่างไรก็ตาม คนกลางที่จะเข้ามาดำเนินการจะต้องมีการสร้างเงื่อนไขให้ชัดเจน อาจสร้างเป็นระบบที่มีการวางโครงสร้างและการบริหารจัดการแบบเป็นกิจจะลักษณะ อันเป็นการตกลงเพื่อให้สิ่งตอบแทนที่สมเหตุสมผล เนื่องเพราะจะเป็นการยากหากจะให้ไม่มีผู้เป็นคนกลางเข้ามาดูแลเครือข่ายที่จะเกิดขึ้นโดยไม่ได้รับประโยชน์ใดตอบกลับ ซึ่งอาจเป็นการให้ค่าตอบแทนเป็นการหักเปอร์เซ็นต์ในการจำหน่ายผลงาน

การรวมตัวกันของศิลปินในระบบเครือข่ายที่มีส่วนร่วมและมีเป้าหมายตรงกัน จะเอื้อต่อการคงอยู่ในสถานะศิลปินมากกว่าการทำงานและแสดงผลงานแบบเดี่ยว รวมถึงการที่ศิลปินต้องเชื่อมโยงกับกลุ่มอื่นที่มีใช้แต่เพียงกลุ่มศิลปินด้วยกันเท่านั้น ทั้งนี้ จากผลการวิจัยที่ผ่านมา สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาสำคัญคือ ขาดจุดเชื่อมต่อในเครือข่าย ในการขับเคลื่อนเครือข่าย ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการก่อรูป ความมั่นคง และควมมีชีวิตของเครือข่าย ปัจจุบันสาเหตุหลักที่ขาดบุคคลที่จะทำหน้าที่ดังกล่าว เนื่องจากศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีแต่ละท่านมีลักษณะการดำเนินชีวิตที่อาศัยอาชีพอื่นเป็นหลัก และขาดความแข็งแรงในสถานะจุดศูนย์กลางของการดำเนินการในแวดวง ซึ่งหากพิจารณาเทียบกับพื้นที่ที่ประสบความสำเร็จในระบบเครือข่าย จะเห็นความชัดเจนของการมีผู้รับผิดชอบในการขับเคลื่อนนี้

## 2. ความหลากหลายเชิงเนื้อหาของงานศิลปะ

หากศิลปินยังไม่มีคามเข้มแข็งเพียงพอในการต่อรองพื้นที่ในแวดวงศิลปะ สิ่งที่ต้องคำนึง คือการผลิตเนื้อหาของงานศิลปะที่พึงมีความหลากหลาย ครอบคลุมตามความต้องการของตลาด ไม่ใช่ตอบสนองความต้องการของศิลปินแต่เพียงฝ่ายเดียว สำหรับเนื้อหาที่ศิลปินควรพัฒนาจำแนกออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่

(1) เนื้อหาที่มีความเฉพาะท้องถิ่น อันเป็นเอกลักษณ์จะเป็นส่วนสนับสนุนการสร้างสรรคผลงานให้มีความชัดเจน อาทิ ชุมชนริมน้ำ รถโดยสารประจำถิ่น สถาปัตยกรรม กระจต่ายและดวงจันทร์ อันเป็นสัญลักษณ์ประจำจังหวัด

(2) เนื้อหาตามความถนัดของศิลปิน ซึ่งศิลปินมีความประสงค์ที่จะนำเสนอเฉพาะรายแตกต่างกันออกไป

(3) เนื้อหาที่มีลักษณะตามความนิยม ซึ่งศิลปินบางรายสร้างสรรค์ผลงานตามที่ผู้รับสารชื่นชอบ ให้การยอมรับ และอาจอยู่ในระดับที่มากพอจะซื้อไปครอบครอง โดยศิลปินบางส่วนก็เลือกสร้างสรรค์ผลงานของตัวเองที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับสารในประเด็นนี้ เช่น ภาพแมว ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องมีการปรับตัวในการผลิตชิ้นงานร่วมด้วย

อย่างไรก็ดี เมื่อศิลปินมีการรวมกันเป็นเครือข่าย การมีแนวทางในการนำเสนอเนื้อหา นั้น เป็นเรื่องที่ต้องพิจารณา เพื่อให้การสื่อสารมีทิศทาง ตามแต่วาระโอกาสอันเหมาะสม ทั้งนี้ ในมุมมองของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ ยังสำคัญให้เห็นถึงความยากในการระบุเนื้อหาของผลงานว่าควรเป็นเช่นไร เนื่องจากผู้บริโภคจะเลือกซื้อผลงานศิลปะจากความชื่นชอบและเหตุผลในการซื้อที่แตกต่างตามแต่ละบุคคล ดังนั้น หากศิลปินยังไม่ได้รับการยอมรับในระดับที่เพียงพอ ความหลากหลายของเนื้อหา จึงเป็นสิ่งสำคัญมากกว่าการสร้างสรรค์ที่มีเนื้อหาเดียว

### 3. ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายเพื่อเข้าถึงผู้รับสารงานทัศนศิลป์ทุกช่วงวัย

ผู้รับสารงานทัศนศิลป์มีหลายช่วงวัย โดยธรรมชาติของผู้รับสารในแต่ละช่วงวัยก็มีพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ การเลือกใช้ช่องทางเพื่อรับสารแตกต่างกันออกไป โดยช่องทางการสื่อสารที่แบ่งเป็น 3 ประเภทได้แก่

(1) สื่อออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่จัดแสดง ยังคงเป็นสื่อพื้นฐานที่ศิลปินเห็นควรว่ามีความจำเป็นต้องใช้ในการสื่อสาร เพื่อให้การมีอยู่ของระบบเครือข่ายดำเนินไปได้ เนื่องจากงานทัศนศิลป์ยังคงอาศัยการจัดแสดงผลงานที่จับต้องได้เป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์เห็นควรเช่นกันว่า สื่อออนไลน์ อาทิ หน้าร้าน บ้าน หรือแกลเลอรีของศิลปิน ยังคงเป็นสื่อพื้นฐานที่เครือข่ายศิลปินสามารถใช้ในการสื่อสารได้ เพราะเป็นทั้งช่องทางดั้งเดิมที่มีอยู่ หรือหากเป็นสถานที่ใหม่ที่จัดตั้งขึ้น การมีสถานที่ดังกล่าวจะเป็นสื่อหลักที่มีความน่าเชื่อถือ

สำหรับสถานที่ที่เป็นส่วนกลาง ศิลปินเห็นว่าพึงจัดให้มี เพื่อใช้ในการแสดงผลงานร่วมกัน หรือเป็นลักษณะเวียนกันมาจัดแสดงเดี่ยว ทว่าการหาพื้นที่อันเหมาะสมนั้น มีเรื่องของงบประมาณและข้อจำกัดของพื้นที่เข้ามาเกี่ยวพัน รวมทั้งเป็นสิ่งที่ศิลปินพยายามเสนอไปทางสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดด้วย ซึ่งหากมีการจัดแสดงศิลปินเชื่อว่า จะนำไปสู่การสื่อสารต่อผ่านสื่ออื่น โดยผู้รับสารเป็นผู้สร้างสรรค์เนื้อหาต่อ

มากไปกว่านั้น ศิลปินบางรายยังแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับผู้วิจัย เพื่อใช้สื่อออนไลน์ อันเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ที่คาดว่าจะสามารถใช้เสริมการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีในรูปแบบของโบรชัวร์ หรือสมุด อันแสดงพิกัดของร้านของศิลปิน และรายละเอียดที่เกี่ยวข้อง สามารถสร้างการมีส่วนร่วมกับผู้รับสารได้ด้วยลูกเล่นของการสะสมสถานที่ที่ไปผ่านการประทับตรา

(2) สื่อออนไลน์ เป็นสื่อที่สามารถขยายการรับรู้ของงานศิลปะไปได้มาก ยิ่งผนวกกับสถานการณ์ที่ทำให้ผู้คนไม่สามารถเดินทางได้โดยสะดวก ยิ่งทำให้ปรากฏชัดว่า สื่อออนไลน์เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ศิลปินเลือกจะใช้เป็นช่องทางในการนำเสนอผลงานของตนเอง ทั้งนี้ เครือข่ายศิลปะที่ประสบความสำเร็จหลายแห่งก็ใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสาร ซึ่งหากศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีมีการดำเนินการเป็นเครือข่ายสื่อที่ศิลปินมีความคิดเห็นว่าจะต้องใช้เพื่อการสื่อสารอย่างง่ายที่สุดคือ เฟซบุ๊ก เพราะต้นทุนในการดำเนินการต่ำ รวมทั้งการเข้าร่วมกลุ่มไลน์อันเป็นเครือข่าย ซึ่งศิลปินสามารถเลือกสนทนากับศิลปินอื่นเป็นรายบุคคลได้ และเว็บไซต์ เป็นอีกหนึ่งแพลตฟอร์มที่แสดงถึงความน่าเชื่อถือ เป็นระบบระเบียบ และเป็นทางการในการมีอยู่ของเครือข่าย

การมีสื่อออนไลน์จะสร้างโอกาสในการเข้าถึงของผู้รับสาร และสามารถดึงดูดผู้ที่ไม่ได้เดินทางมา ณ สถานที่ที่ศิลปินจัดแสดงผลงานให้ได้ทราบการมีอยู่ของชิ้นงาน และเป็นช่องทางในการซื้อและจัดจำหน่ายสำหรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งกำจัดข้อจำกัดของสถานการณ์ที่เป็นอุปสรรคในการสื่อสารได้ด้วย อาทิ สถานการณ์โควิด-19 ที่ทำให้การเดินทางของคนทั่วโลกหยุดชะงัก สอดรับกับสำหรับช่องทางการสื่อสารที่ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ให้ความเห็นไว้ว่า สื่อออนไลน์เป็นสื่อที่สามารถช่วยสนับสนุนการสร้างเครือข่ายและการเชื่อมต่อไปยังผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้

(3) สื่อบุคคลและสื่อมวลชนท้องถิ่น เป็นช่องทางการสื่อสารที่เสริมย้ำการมีอยู่ของศิลปินและผลงานให้ปรากฏในพื้นที่ของท้องถิ่นอย่างชัดเจน และอาจขยายพื้นที่ออกไปนอกจังหวัดด้วย สำหรับสื่อบุคคลที่เป็นศิลปินท้องถิ่นนั้น มีความสำคัญต่อการให้ความร่วมมือดำเนินการส่วนต่าง ๆ ที่เป็นส่วนส่งเสริมการฝึกกำลังเป็นเครือข่าย ซึ่งหากมีข้อมูลทำเนียบศิลปินจะทำให้การเลือกสรรและขอความร่วมมือในการสิ่งใดก็ตามสะดวกมากยิ่งขึ้น ส่วนสื่อมวลชนท้องถิ่นนั้นปรากฏการนำเสนอศิลปะอย่างไม่ต่อเนื่อง ด้วยมีความสัมพันธ์กับการเกิดขึ้นของกิจกรรมศิลปะในท้องถิ่น ความโดดเด่นของชิ้นงาน และการสร้างสรรค์ผลงานที่ยังขาดช่วง ซึ่งศิลปินเชื่อว่า หากมีการจัดแสดงผลงานอย่างต่อเนื่อง สื่อจะให้ความสนใจและมอบพื้นที่การสื่อสารให้เป็นแน่ รวมถึงโดยธรรมชาติของสื่ออื่น การมีกิจกรรมอันน่าสนใจเกิดขึ้นในสังคม นับเป็นสิ่งที่พึงนำเสนอ ดังนั้น ทั้งสื่อบุคคลท้องถิ่น และสื่อมวลชนท้องถิ่นในปัจจุบัน จึงล้วนมีส่วนทำให้พื้นที่ของศิลปะที่จะนำเสนอต่อไปยังผู้รับสารยังไม่สม่าเสมอ

#### 4. เครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ที่เป็นไปได้

ศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีรู้จักกันเป็นการส่วนตัว โดยมีการรวมกลุ่มกัน หากมีจุดร่วมระหว่างกัน อาทิ สถาบันทางการศึกษา สังกัด อายุ ลักษณะของผลงาน ความสัมพันธ์ส่วนตัว งานที่ต้องรับผิดชอบ ทว่ายังไม่มีการรวมตัวกันระหว่างกลุ่มประกอบการเป็นเครือข่ายภายในจังหวัดอย่างเป็นทางการ สะท้อนความยังไม่เป็นกลุ่มก้อน มีช่องว่างระหว่างรุ่น และสถาบันทางการศึกษาที่ศิลปินสำเร็จการศึกษา ดังนั้น เครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีจึงเป็นการก่อตัวขึ้นแบบธรรมชาติ ไม่ใช่โดยระบบบริหารจัดการ ซึ่งการก่อตัวขึ้นแบบธรรมชาตินี้สืบเนื่องมาจากจากสายสัมพันธ์ทางสังคม

โดยนัยนี้จึงปราศจากศูนย์กลางของเครือข่ายที่ชัดเจน ระบบการสื่อสารเชื่อมร้อยบุคคลระหว่างกลุ่มภายในเครือข่ายจึงยังไม่เป็นระเบียบและไม่มีความชัดเจนเป็นรูปธรรม รวมถึงยังขาดกิจกรรมที่เชื่อมโยงความเป็นเอกภาพของเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งการเชื่อมร้อยเป็นกลุ่มอย่างเป็นกิจจะลักษณะ และการสร้างความสมานฉันท์ระหว่างกลุ่มอย่างต่อเนื่อง จะทำให้เครือข่ายแข็งแรงและสามารถต่อรองกับภายนอกเครือข่ายได้ด้วย

สำหรับการเชื่อมต่อกับเครือข่ายศิลปินภายนอกจังหวัด ซึ่งกินความไปจนถึงระดับนานาชาตินั้น มีทั้ง (1) การเชื่อมร้อยผ่านสายวิชาการด้านศิลปะ เป็นการรวมตัวกันจากผู้ที่จบจากสถาบันหรือสังกัดเดียวกัน ซึ่งในลักษณะนี้จะมีลักษณะการให้ความเคารพนับถือระหว่างกัน และมีการแบ่งกลุ่มออกของสถาบันหรือสังกัดของตนเองออกจากหน่วยงานอื่น รวมทั้งไม่ได้เชื่อมร้อยระหว่างศิลปินด้วยกันโดยลักษณะงานทัศนศิลป์ แต่อาจมีบางคราวที่มีการเชื่อมโยงระหว่างเครือข่ายสถาบันหรือสังกัดร่วมกันทำกิจกรรมทั้งงานวิชาการและงานปฏิบัติ

(2) การเชื่อมต่อกับเครือข่ายศิลปินภายนอกจังหวัดผ่านสายปฏิบัติการด้านศิลปะ เป็นรูปแบบที่ศิลปินเอยถึงมากที่สุด และเป็นกิจกรรมพื้นฐานที่มีการจัดขึ้นบ่อย โดยจะมีทั้งการแลกเปลี่ยนผลงานระหว่างศิลปินมาจัดแสดงในงาน หรือเป็นกิจกรรมที่มีการรวมตัวกันเพื่อสร้างสรรค์ผลงาน หรือเป็นการร่วมกันจัดกิจกรรมเพื่อถ่ายทอดการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะสู่ผู้อื่น รวมทั้งมีการดำเนินการต่อทั้งในรูปแบบการพาณิชย์และไม่ใช่การพาณิชย์ โดยอาจรวมตัวกันเพราะสังกัด พื้นที่ ความสัมพันธ์ส่วนบุคคลที่มีระหว่างกัน หรือลักษณะการสร้างสรรค์ผลงานศิลปะ

ทั้งนี้ การสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีกับศิลปินภายนอกจังหวัดตามมุมมองของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์นั้นก็ไปในทิศทางเดียวกันกับศิลปิน นั่นคือ มองเห็นการเชื่อมต่อกับเครือข่ายศิลปินภายนอกจังหวัดผ่านการมีส่วนร่วมของกิจกรรม ทั้งกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทัศนศิลป์และกิจกรรมอื่น ซึ่งจะเป็นการสร้างพื้นที่ให้กับศิลปินพร้อมกันกับการสร้างเครือข่าย โดยศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีอาจเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมหรือเป็นเจ้าภาพกิจกรรมก็ได้

## 5. ผู้รับสารที่แตกต่างกัน

ศิลปินมีมุมมองต่อผู้รับสารแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ผู้รับสารชาวไทย และผู้รับสารชาวต่างชาติ โดยมีความคิดเห็นว่าผู้รับสารชาวต่างชาติซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว เป็นผู้ให้ความสนใจกับการรับชม รวมทั้งเลือกซื้อผลงานศิลปะมากกว่าผู้รับสารชาวไทยที่เป็นนักท่องเที่ยว และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรี ศิลปินให้ทัศนะว่า ผู้รับสารโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีนั้น ยังมีได้ให้ความสนใจหรือพื้นที่กับงานศิลปะโดยภาพรวม ถึงแม้ว่างานทัศนศิลป์จักเป็นแขนงของศิลปะอันมีความชัดเจนที่สุดของจังหวัดก็ตาม แสดงถึงคนต่างวัฒนธรรม ต่างอาชีพ ต่างช่วงเวลา ก็จะมีรสนิยมต่อศิลปะต่างกัน รวมทั้งมีความประสงค์และกำลังในการซื้อชิ้นงานไม่เหมือนกันด้วย สอดคล้องกับที่ผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ระบุว่า ผู้รับสารนั้นมีตัวแปรที่ต้องพิจารณา คือ พฤติกรรมความชอบ วัตถุประสงค์ในการซื้อ และกำลังในการซื้อ

## 6. ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อเครือข่าย

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อเครือข่ายนั้น เป็นไปได้ทั้งด้านบวกและลบ กล่าวคือ ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อเครือข่ายทางด้านบวก ได้แก่

(1) เจ้าของธุรกิจบางประเภทมองว่า การใช้ผลงานศิลปะเป็นส่วนประดับตกแต่งเสริมการสื่อสารสถานที่ได้ ในส่วนนี้จึงเป็นโอกาสของศิลปินที่มีเครือข่ายระหว่างกัน และมีความสัมพันธ์กับเจ้าของธุรกิจ ผลักดันให้งานทัศนศิลป์เป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจต่าง ๆ ได้

(2) นายทุน/เจ้าของพื้นที่/สื่อ มีส่วนในการทำให้เกิดการสนับสนุนแลกเปลี่ยนทุนที่มีระหว่างเครือข่าย อาทิ ความรู้ อุปกรณ์ งบประมาณในการจัดงานแสดง สถานที่ที่ใช้ในการจัดแสดง การจัดการ การสื่อสาร

(3) ผู้นำ/หน่วยงานรัฐท้องถิ่นให้การสนับสนุน ซึ่งหากเปรียบเทียบกับอดีตแล้ว ปัจจุบันศิลปินสัมผัสได้ถึงการสนับสนุนที่ลดน้อยถอยลง ผู้นำ/หน่วยงานรัฐท้องถิ่นเป็นส่วนเอื้อให้เกิดเครือข่ายได้ง่ายและแข็งแรง เกิดการรวบรวมข้อมูลเข้าสู่ส่วนกลาง เพื่อการบริหารจัดการสำหรับการทำกิจกรรมได้โดยง่าย ซึ่งหากเปรียบเทียบกับจังหวัดที่เน้นความสำคัญของศิลปะมากจนกระทั่งเป็นยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนพื้นที่ และกระทำอย่างต่อเนื่อง เช่น เชียงราย ราชบุรี ขอนแก่น กระบี่ นครราชสีมา จะพบความแตกต่างกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในจังหวัดจันทบุรี ดังนั้น การที่ผู้นำของจังหวัดมองเห็นความสำคัญ ประโยชน์ และการต่อยอดของศิลปะในมิติต่าง ๆ จะเอื้อต่อการมีอยู่ของเครือข่ายด้วย

(4) การมีพื้นที่เฉพาะสำหรับการจัดกิจกรรมศิลปะ มีส่วนที่ให้ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมศิลปะของเครือข่ายเป็นไปได้สะดวกเช่นกัน ซึ่งจะส่งผลดีต่อการดำเนินการของเครือข่าย และเปิดโอกาสให้ผู้รับสารได้เข้าถึงชิ้นงานได้ง่ายขึ้น เพราะเปรียบเสมือนมีศูนย์รวมที่ทราบโดยทั่วกันว่า หากจะรับสารศิลปะจะรับได้ ณ แห่งใด เพราะในปัจจุบันยังไม่มีหอศิลป์ประจำจังหวัด หรือสถานที่เฉพาะ แม้ว่าหน่วยงานรัฐท้องถิ่นจะเอื้อถึง และมีแนวความคิดจะจัดสร้างหรือจัดหาสถานที่เพื่อใช้ในการนี้ก็ตาม

(5) การดำเนินการในรูปแบบการกุศล เช่น การประมูล การแบ่งสัดส่วนรายได้ไปบริจาค การมอบเป็นของประดับตกแต่ง การมอบให้เป็นชิ้นงานกรณีศึกษา

(6) การอาศัยศิลปินที่มีชื่อเสียงเป็นแม่เหล็กดึงดูดทั้งศิลปินผู้สร้างงาน และดึงดูดผู้รับสาร ก็เป็นส่วนเกื้อหนุนกระแสศิลปะที่เกิดขึ้นในจังหวัดจันทบุรีได้เช่นกัน รวมทั้งสามารถช่วยให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายได้ง่าย

(7) การเปิดกว้างทางวัฒนธรรมของผู้ที่มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับศิลปะ

ส่วนปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อเครือข่ายทางด้านลบ ได้แก่

(1) ข้อจำกัดเรื่องระยะทางที่ศิลปินจะเดินทางไปยังพื้นที่จัดแสดง ซึ่งอยู่ห่างไกลจากพื้นที่ที่ศิลปินอาศัยอยู่

(2) สถานการณ์วิกฤติต่าง ๆ เช่น สถานการณ์โควิด-19

อย่างไรก็ดี ใน 2 ประการนี้ ศิลปินสามารถใช้บริการขนส่งในการจัดส่งผลงานบางรูปแบบเข้าร่วมการจัดแสดงนิทรรศการได้ หากช่วงเวลาในการจัดงานสอดคล้องกับช่วงเวลาที่ศิลปินสะดวกเข้าร่วมแสดงงาน

(3) เรื่องลิขสิทธิ์ที่ต้องทำความเข้าใจว่า ผู้ใด (ศิลปิน ผู้จัดแสดง ผู้ซื้อ สื่อ หรืออื่น ๆ ) เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์ที่มีสิทธิ์กระทำการใดต่องานศิลปะ ตามเงื่อนไขในช่วงต่าง ๆ เพราะปัจจุบันการเข้าถึงผลงานศิลปะทำได้โดยสะดวกขึ้นผ่านสื่อออนไลน์ที่ใช้สื่อสาร

## 7. การพัฒนาระบบคลังข้อมูลและความต่อเนื่องในการผลิตผลงานของศิลปิน

ระบบคลังข้อมูลเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับใช้ในการสร้างฐานข้อมูลจากผลงานของศิลปิน รวมถึงการจัดประเภทของศิลปิน ความเชี่ยวชาญของศิลปิน อย่างไรก็ตาม จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ในปัจจุบันยังไม่มีคลังความรู้ดังกล่าวในจังหวัดจันทบุรี และแม้ว่าในอนาคตจะมีการพัฒนาระบบคลังข้อมูลแล้ว แต่หากยังขาดความต่อเนื่องในการผลิตงานศิลปะโดยศิลปิน คลังข้อมูลก็จะขาดมิติพลวัต ซึ่งไม่ส่งผลดีต่อการดำเนินไปของการสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์

# อภิปรายผล

จากข้อสรุปผลในหัวข้อที่ผ่านมา ผู้วิจัยนำมาสร้างข้ออภิปรายผล โดยมีประเด็นน่าสนใจ ดังนี้

## 1. การออกแบบเนื้อหางานศิลปะจำแนกตามผู้รับสาร

เนื้อหาตามสมัยนิยมที่ศิลปินผลิตขึ้นมา หากมองจากจุดยืนแบบผู้รับสาร ผู้บริโภค หรือลูกค้าเป็นตัวกำหนดผลงาน การออกแบบเนื้อหางานศิลปะก็จำเป็นต้องมีความเฉพาะ และลื่นไหลไปตามพฤติกรรม การบริโภคของผู้รับสารแต่ละเจนเนอเรชัน ดังที่ Kotler et al. (2021: 34-39) ได้เสนอมุมมองเกี่ยวกับความท้าทายที่นักการตลาดต้องนำเสนอสินค้าและบริการให้กับผู้เกิดต่างยุคสมัยกันถึง 5 เจเนอเรชัน (Generation) ได้แก่ เจเนอเรชัน B (ค.ศ. 1946-1964) ช่วงอายุระหว่าง 59-77 ปี เจเนอเรชัน X (ค.ศ. 1965-1980) ช่วงอายุระหว่าง 43-58 ปี เจเนอเรชัน Y (ค.ศ. 1981-1996) ช่วงอายุระหว่าง 27-42 ปี เจเนอเรชัน Z (ค.ศ. 1997-2009) ช่วงอายุระหว่าง 14-26 ปี และเจเนอเรชัน Alpha (ค.ศ. 2010-2025) ช่วงอายุต่ำกว่า 13 ปี ซึ่งแต่ละเจนเนอเรชัน และแต่ละบุคคลจะมีความหลากหลายสูง โดยในที่นี้หมายรวมถึงพฤติกรรมความชอบส่วนบุคคล วัตถุประสงค์ในการซื้อผลงานศิลปะ กำลังในการซื้อ และปัจจัยอื่นของแต่ละบุคคลด้วย

ผู้รับสารมีความต้องการรับสารอันเป็นเนื้อหางานศิลปะที่มีลักษณะเฉพาะบุคคล จึงเป็นเรื่องยากสำหรับศิลปินผู้ยังไม่ได้รับการยอมรับและ/หรือเป็นที่รู้จักในวงกว้าง ที่ประสงค์จะตอบต่อตัวแปรของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ ทว่าเมื่อพิจารณาเนื้อหาอันควรใช้ในการสื่อสาร 3 ประเภทหลัก ได้แก่ เนื้อหาที่มีความเฉพาะท้องถิ่น เนื้อหาตามความถนัดของศิลปิน และเนื้อหาที่มีลักษณะตามความนิยม จะเห็นได้ว่า เนื้อหาแต่ละประเภทจะตอบโจทย์กลุ่มคนต่างกัน

อย่างไรก็ดี เมื่อศิลปินมีการรวมกันเป็นเครือข่าย ในบางครั้งการมีแนวทางเดียวกันในการนำเสนอจึงเป็นเรื่องที่ต้องพิจารณา เพื่อให้การสื่อสารมีทิศทางตามแต่ละกิจกรรม ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับการนำเสนอผลงานนิทรรศการโดยทั่วไปที่มีการตั้งกรอบแนวความคิดร่วมกันในการจัดแสดงครั้งหนึ่ง ๆ อย่างไรก็ตาม หากศิลปินมีเอกลักษณ์ในการสร้างสรรค์ผลงานมาเพียงพองจนกระทั่งเป็นที่ประจักษ์รวมตอบโจทย์ของผู้รับสารได้ จักเป็นโอกาสขนาดใหญ่ในการเปิดตลาด เช่นเดียวกันกับที่เราเห็นกรณีมากมายของศิลปินที่มีชื่อเสียง ซึ่งผลงานเป็นที่ยอมรับ ผลงานนั้นก็จะเป็นที่ต้องการ และมีมูลค่าโดยปริยาย อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของรูปแบบและเนื้อหาในการนำเสนอผลงาน อาทิ ผลงานของถวัลย์ ดัชนี ผลงานของ MAMAFKA (พฤษพล มุกดาสนิท) สอดคล้องกับที่ลิทธีธรรม โรหิตะสุข (2560: 179) พบว่า ชื่อเสียงของศิลปินส่งผลต่อการกำหนดราคาผลงานศิลปะ รวมถึงโอกาสที่จะได้จัดแสดงและจำหน่ายผลงานด้วย

ศิลปินจำเป็นต้องมีการปรับตัว ในประเด็นของความเป็นตัวตนไม่มากนักน้อย หากตัวตนของศิลปินยังเป็นเงื่อนไขที่ผู้รับสารมีได้นำมาเป็นตัวตั้งต้นในการเปิดรับผลงานแต่ละชิ้น ทั้งนี้ อุดมการณ์ในแง่อัตตาสามารถเกิดความสั่นคลอนได้ เนื่องจากศิลปินไม่ใช่ศิลปินที่มีแฟนคลับอันเหนียวแน่นในระดับที่ไม่ว่า ผลิผลงานชิ้นใดออกมา ก็เป็นที่ต้องการจับจอง ส่วนหนึ่งจึงเป็นเรื่องของต้นทุนของตัวศิลปินเอง ซึ่งเมื่อพิจารณาต้นทุนในแง่คุณค่าของผลงาน จึงพบเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่ต้องนำมาพิจารณา ด้วยว่าผลงานยังไม่อยู่ในระดับที่จะสามารถยึดกุมตลาดได้อย่างเข้มแข็งพอ และยังไม่ล่อยอยู่เหนือกระแสนิยม ฉะนั้น การรังสรรค์อย่างที่ใช้ความประสงค์ของศิลปินเป็นตัวตั้ง จึงเป็นเรื่องที่กระทำได้ยาก รวมทั้งเงื่อนไขทางสังคมที่แปรเปลี่ยนไป ทำให้ผู้รับสารมีทางเลือกมากขึ้นในการเข้าถึงผลงานที่หลากหลาย ซึ่งการทำความเข้าใจผู้รับสารกลุ่มเป้าหมายให้เพียงพอเป็นเรื่องจำเป็น

ผลงานศิลปะอันบรรจุกุศลที่จะสื่อสารให้ประสบความสำเร็จนั้น สอดรับกับสารสำหรับการพัฒนาที่มีประสิทธิภาพ (จำเริญลักษณ์ ธนะวังน้อย, 2555: 19) ในประการที่ว่า จะต้องมีความน่าสนใจ เหมาะสมกับการรับรู้ สอดแทรกความบันเทิง ซึ่งสำหรับผลงานศิลปะจักหมายรวมความบันเทิงจากอารมณ์อันหลากหลายที่เกิดขึ้น และสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารสองทาง เพื่อจะเข้าถึงผู้รับสารกลุ่มเป้าหมาย แต่จะแตกต่างกันตรงประเด็นที่ว่า สารนั้นจะต้องมีเนื้อหาที่ถูกต้อง มีเหตุมีผล น่าเชื่อถือ หรือไม่นั้น สามารถละไว้ได้ สำหรับเนื้อหาสารที่ต้องสัมพันธ์กับความทันสมัยนั้น ปรากฏในรูปแบบของความร่วมมือของงานศิลปะนั่นเอง

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่า หากมีการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีแล้วนั้น จะทำให้เกิดความเคลื่อนไหวของวงการศิลปะในพื้นที่จริงและพื้นที่เสมือนได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับที่ กิติมา สุรสนธิ (2557: 1-2) ระบุไว้ว่า การสื่อสารเป็นเครื่องมือและวิธีการในการก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใดอย่างหนึ่ง เป็นกระบวนการที่มีความสำคัญต่อมนุษย์ เป็นพันธกิจที่ทำให้สังคมดำเนินไปได้อย่างไม่หยุดยั้ง

## 2. เครือข่ายแบบธรรมชาติไม่ยั่งยืน

จากจุดยืนของผู้วิจัยที่ว่า การรวมกลุ่มเพื่อสร้างความมั่นคงและการันตีผลงานซึ่งกัน จะเป็นอีกวิธีการหนึ่งที่สามารถเอื้อให้งานศิลปะของศิลปินได้มีพื้นที่สู่สาธารณะมากขึ้น ทั้งนี้ จากข้อสรุปที่ว่า เครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีก่อตัวขึ้นแบบธรรมชาติ ไม่ใช่โดยระบบบริหารจัดการ เพราะเกิดจากสายสัมพันธ์ทางสังคม เช่น ต้นสังกัด รุ่นพี่รุ่นน้องภายในสถาบันการศึกษาเดียวกัน เป็นต้น ประเด็นดังกล่าวสร้างความไม่มั่นคงในแง่การดำรงอยู่ของเครือข่าย ด้วยมีลักษณะเป็นครั้งคราวเสียมากกว่า เพราะเครือข่ายนั้นเป็นสายใยของความสัมพันธ์ทางสังคมทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งแนวตั้งและแนวนอน เชื่อมร้อยกันผ่านการสื่อสาร โดยที่มีการตกลงประสานเชื่อมโยงเข้าหากันภายใต้วัตถุประสงค์ หรือข้อตกลงอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดหมายร่วมกัน มีการแสดงออกเป็นการลงมือกระทำกิจกรรมร่วมกัน ซึ่งเครือข่ายการสื่อสารจะทำหน้าที่ 3 ประการ คือ สร้างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาสังคม จัดสรร ระดม

ทรัพยากรต่าง ๆ และดำรงรักษาการอยู่ร่วมกันของสมาชิกในชุมชน (กาญจนา แก้วเทพ และคณะ, 2549: 205-206; เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์, 2543: 196)

ดังนั้น หากประสงค์จะให้เครือข่ายมีความยั่งยืน สามารถอาศัยการเริ่มต้นจากเครือข่ายแบบธรรมชาตินี้ และเพิ่มเติมระบบบริหารจัดการ เพื่อให้การพัฒนาเครือข่ายประสบความสำเร็จอย่างมั่นคง ทั้งนี้ ต้องพิจารณาบริบทของศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีร่วมด้วย รวมทั้งพึงต้องให้ศิลปินเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการของเครือข่ายแตกต่างกันไปตามรายกรณี แต่ต้องเข้าใจ มองเห็นภาพ และมีทิศทางในการดำเนินการที่สอดคล้องต่อกันทั้งเครือข่าย ฉะนั้น เครือข่ายการสื่อสารแบบไม่เป็นทางการของศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีที่มีอยู่นี้ จึงนับเป็นสารตั้งต้น เพื่อให้เกิดเครือข่ายการสื่อสารแบบเป็นทางการ อันจะทำให้การเกิดปฏิสัมพันธ์ในเครือข่ายที่มีการวางแผนอย่างแน่นอน (พัชนี เขยจรรยา และคณะ, 2541 อ้างถึงใน สุรียรัตน์ โกสุมศุภมาลา, 2550: 37)

สำหรับช่องทางการสื่อสารที่จะสนับสนุนการมีอยู่ของเครือข่ายนั้น ต้องมีการบริหารจัดการการสื่อสารอย่างบูรณาการในทุกรูปแบบที่สามารถจะดำเนินการได้ โดยไม่เพิ่มต้นทุนมากจนเกินกว่าความคุ้มค่าในการดำเนินการ เพื่อสร้างให้เกิดพื้นที่เชื่อมต่อระหว่างศิลปินด้วยกันเอง หน่วยงานต่าง ๆ และผู้รับสาร ทั้งผ่านสื่อออฟไลน์ สื่อออนไลน์ รวมทั้งสื่อบุคคลและสื่อมวลชนท้องถิ่น เพราะจากงานวิจัยบางชิ้นชี้ให้เห็นว่า ผู้เยี่ยมชมหอศิลป์ส่วนใหญ่จะเยี่ยมชม เยี่ยมชมซ้ำ และมีความต้องการเข้าเยี่ยมชมด้วยตนเองมากที่สุด รวมทั้งต้องการแหล่งสารสนเทศทางอินเทอร์เน็ตช่องทางเฟซบุ๊กมากที่สุด ผ่านลักษณะสารสนเทศที่มีความน่าสนใจในการนำเสนอ ส่วนชื่อเสียงและการให้การยอมรับต่อเจ้าของงานศิลปะก็มีส่วนส่งผลต่อการกำหนดราคาของงานศิลปะ รวมถึงเป็นการเปิดโอกาสให้ศิลปินได้จัดแสดง และจำหน่ายผลงานในหอศิลป์ หรือแกลเลอรีของเอกชนอีกด้วย (ชัชชญา คัมภเจตต์, 2561: 3681-3682; สิทธิธรรม โรหิตะสุข, 2560: 218)

ทั้งนี้ แม้จะปฏิเสธไม่ได้ว่า การไม่มีเครือข่ายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีเฉกเช่นในปัจจุบัน ศิลปินก็คงอยู่ได้ ทว่าการก่อรูปเครือข่ายอย่างเป็นทางการเป็นรูปธรรมนั้น จักยังประโยชน์ให้กับศิลปินและผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้องมากกว่า เมื่อพิจารณาปัจจัยแวดล้อมที่จะมีผลต่อเครือข่าย อาทิ ศิลปินสามารถต่อรองกับผู้อยู่ภายนอกเครือข่ายได้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปต่อยอดในการจัดการสิ่งอื่นต่อไปได้ ผู้รับสารมีทางเลือก รวมทั้งเข้าถึงผลงานศิลปะและศิลปินมากยิ่งขึ้น

จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ ศิลปินด้านทัศนศิลป์ ชุมชนริมน้ำ อำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี ศิลปินด้านทัศนศิลป์จันทบุรีที่มีสังกัดเครือข่ายในพื้นที่อื่นที่ประสบความสำเร็จ และผู้บริหารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ มีแนวโน้มการมองเห็นประโยชน์ของการรวมกันในระบบเครือข่ายไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ การรวมตัวกันของศิลปินในระบบเครือข่ายจะทำให้เกิดความแข็งแกร่งและขับเคลื่อนศิลปะของศิลปินจันทบุรีไปสู่ระดับสากลได้ ดังเช่นพื้นที่อื่นที่ประสบความสำเร็จด้วยมีแนวทางการดำเนิน

การและการสื่อสารที่ชัดเจน เช่นที่เกิดขึ้น ณ เชียงราย อันแสดงออกมาผ่านผลงานล่าสุดในงานมหกรรมศิลปะร่วมสมัยนานาชาติ ไทยแลนด์เบียนนาเล่ เชียงราย 2023 ที่มีได้ส่งผลดีแต่เพียงเฉพาะวงการศิลปะแต่นำมาซึ่งการขับเคลื่อนวัฒนธรรม วิชาการ การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจด้วย จากการเทียบเคียงกันจึงทำให้มองเห็นพลวัตทางการสื่อสารศิลปะ จากความร่วมมืออันเป็นกิจจะลักษณะ ซึ่งทำให้การสื่อสารออกสู่สาธารณะทั้งในและนอกพื้นที่เครือข่ายนั้นมีความแข็งแรง

รวมทั้งปฏิเสธไม่ได้ว่า จุดเริ่มต้นของเครือข่ายนั้น นอกจากการผนึกกำลังกันของศิลปินด้วยตัวเองแล้ว การพึ่งพิงกันระหว่างศิลปินท้องถิ่นและสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดก็เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเป็นโครงสร้างสำคัญของรัฐที่มีผลต่อการควบคุมและสนับสนุนช่วยเหลือศิลปะ ฉะนั้นการสังเกตและการวิเคราะห์กิจกรรมของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดที่มีต่อเครือข่ายศิลปะจะมีส่วนช่วยให้ทราบว่า สถานะของเครือข่ายตามที่รัฐในพื้นที่มองเห็นเป็นเช่นไร ควรพัฒนาเครือข่ายด้วยการแอบอิงหรืออิสระจากรัฐอย่างไร รวมทั้งทำไมจึงเป็นเช่นนั้น ทั้งนี้ หากแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีลุล่วงแล้ว เชื่อว่าเครือข่ายที่เกิดขึ้นจะเป็นกำลังหลักในการใช้ศิลปะเพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นได้ ด้วยความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

### 3. จัดการงานศิลปะด้วยคลังความรู้

คลังความรู้ที่จะพัฒนาต่อไปควรให้ความสำคัญกับการนำงานศิลปะไปใช้ในการแก้ไขปัญหาของท้องถิ่น โดยไม่ว่าการนำเสนองานศิลปะผ่านพื้นที่ศิลปะนั้น จะเกิดจากกลุ่มใดก็ตาม ทว่าการได้รับการนำเสนอในพื้นที่ที่ผู้คนดำเนินกิจกรรมประจำวันนั้น (นวกู แซ่ตั้ง, 2562: 30-31; นิธิศ วณิชบุรณ, 2563: 17; สมพงษ์ อำนวยเงินตรา และ อาภาพร เอี่ยมอุบล, 2562: 1) ก็เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ เป็นสิ่งที่น่าสนใจ และเหมาะสมกับแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีด้วยต้นทุนของพื้นที่ที่มีอยู่ รวมทั้งพึงพิจารณาไปพร้อม ๆ กับการต่อยอดในเชิงสื่อสารการตลาด เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผลงานของศิลปิน สอดคล้องกับข้อมูลที่ว่า ชุมชนริมน้ำ จังหวัดจันทบุรี มีความพร้อมในการจะพัฒนาพื้นที่เพื่อสุนทรีย์ภาพทางศิลปะอยู่แต่เดิม หากได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเอง และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง จักสามารถใช้พื้นที่ทางกายภาพดังกล่าวให้เป็นพื้นที่ศิลปะได้ ซึ่งการนำเสนองานศิลปะยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจภายในชุมชนได้อีกทางหนึ่งอีกด้วย (ธนวัฒน์ กันภัย และ เบญจพร ประจง, 2563: 81; นิธิศ วณิชบุรณ, 2561: 13)

เนื่องด้วยบทบาทของสมาชิกในเครือข่ายนั้น มีหลากหลาย (กาญจนา แก้วเทพ, 2551: 14-15) ประเด็นสำคัญในการสร้างเครือข่ายของศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรี คือ การสร้างบุคคลหรือหน่วยงานที่เป็นจุดเชื่อมต่อเครือข่าย เพราะจะส่งผลโดยตรงต่อการก่อรูป ความมั่นคง และความมีชีวิตของเครือข่าย ดังนั้น การจัดตั้งตัวแทนในรูปแบบที่เป็นกิจลักษณะในส่วนนี้ จะมีส่วนช่วยให้การบริหารจัดการสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีเป็นไปอย่างเป็นระบบ จะทำให้หน้าที่นี้

ขับเคลื่อนด้วยผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ และมีมาตรฐานในการดำเนินการ ด้วยในทุกขั้นตอนที่เครือข่ายดำเนินการ นั้น มีรายละเอียดที่พึงต้องจัดการทั้งสิ้น รวมทั้งจะสะท้อนพื้นที่ว่างทางการศึกษาที่น่าสนใจในอนาคตที่จะเกิดขึ้นด้วย สอดคล้องกับงานเรื่อง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างสรรคศิลปะและพิพิธภัณฑ์ ศิลปะร่วมสมัยในประเทศญี่ปุ่น (ชัยยศ อธิภูวรินทร์, 2559: 150) ที่เสนอว่า หัวข้อที่น่าสนใจศึกษาต่อคือ ระบบการจัดการ การบริหาร การประชาสัมพันธ์ การจัดการการเงิน ไปจนถึงการเลือกหัวข้อของงานศิลปะ เพื่อการจัดแสดงในแต่ละนิทรรศการ ซึ่งเป็นหัวใจของพิพิธภัณฑ์ศิลปะ

อย่างไรก็ดี การสร้างบุคลากรหรือหน่วยงานที่เป็นจุดเชื่อมต่อเครือข่าย จะต้องคำนึงถึงนิเวศของศิลปะด้วยว่าเป็นเช่นไร โดยต้องระมัดระวังมิให้กลายเป็นการทำให้ศิลปินเป็นศูนย์กลาง อันมิได้สรรคสร้างให้เกิดนิเวศศิลปะที่ทำให้เกิดความยั่งยืน

มากไปกว่านั้น การใช้สื่อออนไลน์เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการงานศิลปะด้วยคลังความรู้ก็เป็นเรื่องที่พึงกระทำ เหมาะสม และเป็นประโยชน์สำหรับการเข้าถึงข้อมูลโดยผู้ที่สนใจในเนื้อหาดังกล่าว เพราะสามารถเข้าถึงได้โดยไม่จำกัดพื้นที่และเวลา รวมถึงไม่มีค่าใช้จ่ายในการเข้าถึงด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง ความต้องการสารสนเทศของผู้เยี่ยมชมหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (ชัชชญา คัญเขตต์, 2561: 3691) ที่พบว่า หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานครควรมีการจัดทำฐานข้อมูลศิลปะ ฐานข้อมูลสารสนเทศของหอศิลป์โดยสามารถสืบค้นได้ผ่านระบบออนไลน์

ทั้งนี้ องค์ประกอบทางการสื่อสารทุกส่วนนั้น ล้วนมีผลต่อแนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีทั้งสิ้น และเป็นที่น่าสนใจว่า หากองค์ประกอบที่เป็นผู้ส่งสาร (ในที่นี้คือศิลปิน) มีพลังมากเพียงพอ จะมีสัดส่วนที่มีอิทธิพลเหนือองค์ประกอบอื่นได้ ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนหากพิจารณาเทียบกับกรณีของศิลปินผู้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักระดับประเทศ ระดับนานาชาติ หรือระดับโลก

แนวทางการสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่ายศิลปินด้านทัศนศิลป์ในจังหวัดจันทบุรีจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารอันเป็นการสร้างความหมาย เพื่อทำความเข้าใจร่วมกันระหว่างผู้สื่อสาร ซึ่งต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์ขององค์ประกอบทางการสื่อสาร โดยลักษณะขององค์ประกอบทางการสื่อสารแต่ละองค์ประกอบ จะเอื้อต่อความสำเร็จของการสื่อสารในแต่ละคราว (กิตติมา สุรสนธิ, 2557: 4, 15-16; สุรพงษ์ โสธนะเสถียร, 2556: 1-2)

## ข้อเสนอแนะ

จากข้ออภิปรายผลที่ผ่านมา นำมาสู่ข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดจันทบุรี ตลอดจนหน่วยงาน หรือบุคคลที่เกี่ยวข้อง ควรเป็นผู้นำในการจัดตั้งสมาคม/เครือข่ายขึ้นมา เพื่อยกระดับสถานะที่ดำเนินไปโดยธรรมชาติสู่การดำเนินไปด้วยระบบที่ชัดเจน ซึ่งจะช่วยให้เครือข่ายมีความยั่งยืน
2. เมื่อมีเครือข่ายแล้ว ควรมีการเขียนโครงการเพื่อขอทุนสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น สำนักงานวัฒนธรรม สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย เพื่อนำมาเกื้อหนุนการดำเนินการ และการจัดกิจกรรมให้หลากหลาย
3. เครือข่ายควรมีแผนการสื่อสาร เพื่อให้งานศิลปะเป็นที่รู้จักของกลุ่มคนที่หลากหลายและกว้างขวางมากขึ้น
4. เครือข่ายศิลปินควรนำเครื่องมือสื่อสารการตลาดมาขยายการรับรู้ สร้างโอกาสในการเข้าถึง และจัดจำหน่ายผลงานศิลปะ
5. เครือข่ายศิลปินควรนำเนื้อหา 3 ประเภทหลัก ๆ มารวมผสมอง ได้แก่ เนื้อหาที่มีความเฉพาะท้องถิ่น เนื้อหาตามความถนัดของศิลปิน และเนื้อหาที่มีลักษณะตามความนิยม เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการออกแบบ และผลิตงานศิลปะที่ตอบสนองความต้องการเสพศิลปะของผู้รับสารแต่ละกลุ่ม
6. เครือข่ายและชุมชนควรร่วมมือกันนำศิลปะมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือสื่ออื่นที่เกื้อหนุนกับการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของจังหวัด
7. หน่วยงานทางการศึกษาควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตรหรือรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการเครือข่ายศิลปิน การจัดแสดงผลงานท้องถิ่น เป็นอาทิ เพื่อสร้างความรู้
8. งานวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาความคาดหวัง และความต้องการเสพเนื้อหาศิลปะของผู้รับสาร จำแนกตามกลุ่มตัวแปร อาทิ ลักษณะของผลงานศิลปะ ความแตกต่างของผู้รับสาร วัตถุประสงค์ในการซื้อผลงานศิลปะ และ/หรือกำลังในการซื้อ ผู้ที่มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับเครือข่าย (เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด ภัณฑารักษ์ นักจัดการวัฒนธรรม ตัวแทนจำหน่าย) หรือการเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งมีการบริหารจัดการเครือข่าย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีรายละเอียดมากยิ่งขึ้น อันส่งผลต่อการมีอยู่ของเครือข่าย การผลิตงานศิลปะที่จะเป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น นำมาซึ่งรายได้กลับมาหล่อเลี้ยงเครือข่ายต่อไป หรืออาจตั้งเป้าหมายสู่การสร้างเครือข่ายในระดับนานาชาติ โดยคำนึงถึงนิเวศวิทยาของศิลปะร่วมด้วย

## เอกสารอ้างอิง (References)

- กาญจนา แก้วเทพ. (2551). *การศึกษาเครือข่ายภาคีสุขาภาพ* [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. กระทรวงสาธารณสุข.
- กาญจนา แก้วเทพ, ทศนีย์ เจริญวิถีสุข, อมรรัตน์ ทิพย์เลิศ, อ้อมทิพย์ เมฆรักษาวนิช แคมป์, สมสุข หินวิมาน และ รณชาติ บุตรแสนคม. (2549). *ใต้ฟ้ากฟ้าแห่งการศึกษา สื่อบุคคลและเครือข่ายการสื่อสาร ภาพรวมจากงานวิจัย*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).
- กิติมา สุรสนธิ. (2557). *ความรู้ทางการสื่อสาร (Introduction to Communication) ฉบับปรับปรุงใหม่* [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย: กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูป การศึกษา*. ชัคเซสมิเดีย.
- จำเริญลักษณ์ ณะวังน้อย. (2555). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนวิชาหลักและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อ การพัฒนา* [เอกสารที่ไม่ได้ตีพิมพ์]. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชัชชญา คณิตเขตต์. (2561). ความต้องการสารสนเทศของผู้เยี่ยมชมหอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ ศิลปะ*, 11(1), 3681-3694. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/132925/99724>
- ชัยศ อิชฎีวรพันธุ์. (2559). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสร้างสรรค์ศิลปะและพิพิธภัณฑศิลป์ ร่วมสมัยในประเทศไทย. *วารสารวิจิตรศิลป์*, 7(2), 117-154. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fineartsJournal/article/view/77158/61943>
- ธนวัฒน์ กันภัย และ เบญจพร ประจง. (2563). การรับรู้คุณค่าสุนทรียภาพทางศิลปะและการตระหนักถึง ความสำคัญของชุมชนริมน้ำจันทบูร ผ่านประสบการณ์การรับรู้ของคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของจังหวัดจันทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย นครพนม*, 10(2), 74-81. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/npuj/article/view/242305/166343>
- นวกู แซ่ตั้ง. (2562). ปรากฏการณ์วิทยาของพิพิธภัณฑ: ข้อเสนอเชิงทฤษฎีว่าด้วยภาววิทยาของการจัดแสดง. *วารสารสังคมวิทยามานุษยวิทยา*, 38(1), 29-49. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSA/article/view/144156/148502>
- นิธิศ วณิชบุรณ์. (2563). เปิดภาพส่องเมืองผ่านเรื่องศิลปะชุมชน. *วารสารวิจิตรศิลป์*, 11(1), 13-42. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fineartsJournal/article/view/135283/164623>
- สมพงษ์ อำนวยเงินตรา และ อาภาพร เอี่ยมอุบล. (2562). การริเริ่มศิลปะชุมชนในราชบุรี. *วารสารราชภัฏ สุราษฎร์ธานี*, 6(2), 1-20. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/srj/article/view/226854/154729>
- สิทธิธรรม โรหิตะสุข. (2560). ความเคลื่อนไหวของหอศิลป์เอกชนและการซื้อขายงานศิลปะ ในกรุงเทพมหานคร ช่วง พ.ศ. 2510 ถึง พ.ศ. 2519. *วารสารอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 39(1), 178-221. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jasu/article/view/183054/12934>
- สุรพงษ์ โสณะเสถียร. (2556). *ทฤษฎีการสื่อสาร*. ระเบียบทอง.

- สุริย์รัตน์ โกสุมศุภมาลา. (2550). *บทบาทของการสื่อสารต่อการอนุรักษ์รักษาเครือข่ายแฟนคลับของวงโมเดิร์นด็อก* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม้ได้ตีพิมพ์]. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎรปฏิบัติหน้าที่สำนักงานเลขาธิการสภาปฏิรูปแห่งชาติ สำนักกรรมการ 3. (2558). *รายงานของคณะกรรมการปฏิรูปค่านิยม ศิลปะ วัฒนธรรม จริยธรรมและการศาสนา สภาปฏิรูปแห่งชาติ วาระปฏิรูปที่ 35 : ศิลปะ วัฒนธรรมเพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ (รอบที่ 2) และร่างพระราชบัญญัติสมัชชาศิลปะและวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. .... คลังสารสนเทศของสถาบันนิติบัญญัติ. dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/441784*
- อโณทัย อุปคำ. (2558). *บทบาทและอิทธิพลของพื้นที่ศิลปะทางเลือกโปรเจก 304 ที่มีต่อศิลปะร่วมสมัย. Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 8(2), 2906-2921. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/51257/42453*
- Amnuay-ngerntra, S. and Lemubol, A. (2019). Community art initiatives in Ratchaburi. *Suratthani Rajabhat Journal, 6(2), 1-20. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/srj/article/view/226854/154729 [in Thai]*
- Chareonwongsak, K. (2000). *Network management: Key Strategy for Successful Education Reform*. Success Media. [in Thai]
- Isavorapant, C. (2016). A study on the relationship between contemporary art and art museums in Japan. *Journal of Fine Arts, 7(2), 117-154. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fineartsJournal/article/view/77158/61943 [in Thai]*
- Kaewthep, K. (2008). *Health associate network study* [Unpublished Manuscript]. Ministry of Public Health. [in Thai]
- Kaewthep, K., Jenwithisuk, T., Thiplot, A., Mekruksawannich-Kampe, A., Hinwiman, S., & Butsaenkhom, R. (2006). *Under the sky of a study of personal media and communication network*. Thailand Research Fund (TRF.). [in Thai]
- Kanpai, T. and Prachong, B. (2020). The perceived aesthetics value of art and recognizing the importance of waterfront community Chantaboon through the perceived experience by the community and tourist as the major attractions of Chanthaburi, *Journal of Humanities and Social Sciences Nakhon Phanom University, 10(2), 74-81. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fineartsJournal/article/view/77158/61943 [in Thai]*
- Kantakate, C. (2018). Information need of art gallery visitors at Bangkok Art and Culture Centre. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts), 11(1), 3681-3694. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/132925/99724 [in Thai]*

- Kosumsupamala, S. (2007). *The role of communication in maintaining the fan club network of Moderndog band* [Unpublished Master's Thesis]. Department of Public Relations, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University. [in Thai]
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons.
- Oupkum, A. (2015). The role and influence of project 304, an alternative space in Thai contemporary art. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 8(2), 2906-2921. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/51257/42453> [in Thai]
- Rohitasuk, S. (2017). The movement of private art gallery and art dealing in Bangkok metropolitan city during B.E. 2510-2519. *Journal of the Faculty of Arts, Silpakorn University*, 39(1), 178-221. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jasu/article/view/183054/129345> [in Thai]
- Sothanasathien, S. (2013). *Communication theories*. Rabieng Thong. [in Thai]
- Surasonti, K. (2014). *Introduction to communication, revised edition* [Unpublished Manuscript]. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. [in Thai]
- Tang, N. (2019). Phenomenology of museum: A theoretical suggestion for the ontology of museum exhibitions. *Journal of sociology and anthropology*, 38(1), 29-49. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSA/article/view/144156/148502> [in Thai]
- Thanawangnoi, C. (2012). *Teaching and learning document, principles and strategies for development communication* [Unpublished Manuscript]. Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University. [in Thai]
- The Secretariat of the House of Representatives performs the duties of the Secretariat of the National Reform Council, Committee 3. (2015). *Report of the Commission on Reform of Values, Arts, Cultures, Ethics and Religions, National Reform Council, reform agenda no. 35: arts and cultures to create worth and economic and social value of the country (2nd round) and the draft National Assembly of Arts and Culture Act B.E. ...*. Legislative Institutional Repository of Thailand (LIRT). [dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/441784](http://dl.parliament.go.th/handle/20.500.13072/441784) [in Thai]
- Wanichaboon, N. (2020). Mae Ka panoramic. *Journal of Fine Arts*, 11(1), 13-42. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/fineartsJournal/article/view/135283/164623> [in Thai]

