

คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล

The Desirable Qualities of Creativity in the Digital Era

อุษา ศิลป์เรืองวิไล

Usa Silraungwilai

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

Faculty of Communication Arts, Eastern Asia University

บทคัดย่อ

วิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกเพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยใช้แนวคิดความเป็นนักวิชาชีพ และทฤษฎีระบบเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ผลการวิจัยพบว่า นักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลนั้นควรเป็นบุคคลที่มีความเป็นมืออาชีพ ที่มีวินัย มีสัมมาคารวะ มีความรับผิดชอบ มีการปรับเปลี่ยนตัวเองในการเข้าสังคม มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี มีบุคลิกภาพที่ดี มีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอ และมีทักษะการสื่อสารที่ดี

คำสำคัญ: คุณลักษณะอันพึงประสงค์, นักสร้างสรรค์, ยุคดิจิทัล

Abstract

This qualitative research used in-depth interview method to study what are the desirable qualities of creativity in digital era. This research used professional concepts and system theory as conceptual framework for this study. The research findings showed that the persons with the qualities of creativity in digital era should be persons who are professional and who have discipline, respect, responsibility, social adaptation, good human relations, good personality, self-improvement ability, and good communication skills.

Keywords: the desirable qualities, creative, digital era



บทนำ

ในยุคดิจิทัล ผู้บริโภคสามารถรับสื่อจากทั่วทุกมุมโลก เทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น มือถือ อินเทอร์เน็ต หรือแม้กระทั่งระบบขนส่งมวลชนอย่างรถไฟฟ้า มีผลกระทบต่อสังคม เพราะเทคโนโลยีไม่เพียงแต่ทำหน้าที่อำนวยความสะดวก ทั้งทางการทำงาน และการสร้างความบันเทิงเรีงรมย์ ทำให้ตัวแปรการรับรู้และการตัดสินใจของผู้บริโภค สื่อเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา การบริโภคสื่อมีความซับซ้อน

ในด้านพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างเห็นได้ชัด

สื่อดิจิทัลมีแนวโน้มเติบโตและขยายตัวขึ้น จนหลายคนมองว่าเทคโนโลยีมีอิทธิพลมาก มากเสียจนเกือบจะชี้นำชีวิตผู้คนให้อยู่ในวัฏฏะของการสื่อสาร มีทั้งการที่เราเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชนเสมือนบนเว็บ (online social networking) การเลือกรับข้อมูล (content) ความบันเทิงหลากหลายรูปแบบ ทั้งในมือถือและอินเทอร์เน็ต ทำให้

บริษัทในวงการสื่อของไทยหลายแห่งเปิดตลาดและการสื่อสารในรูปแบบของ e-communication มากขึ้น เช่น บริการ TV on Mobile เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคสื่อที่มีแนวโน้มเปลี่ยนไปรับข่าวสารและความบันเทิงผ่านสื่อดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบวิชาชีพนักสร้างสรรค์จึงจำเป็นต้องปรับแนวคิดการผลิตงานตลอดจนปรับรูปแบบการสื่อสารและโครงสร้างทางการผลิตงานให้สอดคล้องกับรูปแบบสังคมที่เปลี่ยนไป เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสารข้อมูลและข่าวสารให้เข้าถึงตัวผู้บริโภคได้ครอบคลุมกว้างขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนในการดำเนินงานและข้อจำกัดในการทำงานด้วย (Silraungwilai, 2015a; Silraungwilai, 2015b; Silraungwilai & Malisuwan, 2010)

ประเทศไทยมีบริษัทที่จดทะเบียนเป็นบริษัทรับผลิตภาพยนตร์โฆษณาหรือโปรดักชั่นเฮาส์ (production house) เป็นจำนวนมาก ทั้งบริษัทที่มีขนาดเล็กไปจนถึงบริษัทที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งจากแนวโน้มทางธุรกิจการผลิตโฆษณาในปัจจุบันนั้น (Thai Franchise Center, 2016) ทำให้องค์กรมีความต้องการนักสร้างสรรค์ (creative) มืออาชีพที่มีทักษะที่จำเป็นในการทำงาน (Manpower Group, 2016) นักสร้างสรรค์ถือเป็นตำแหน่งที่มีหน้าที่รับผิดชอบมากพอสมควรเพราะผลงานที่เกิดจากแนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์หรืองานครีเอทีฟซึ่งถูกกลั่นกรองโดยนักสร้างสรรค์ที่มีคุณภาพจะเป็นตัวชี้วัดพัฒนาการงานครีเอทีฟที่สะท้อนระดับมาตรฐานนักสร้างสรรค์ไทย (Manager Online, 2015)

ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ต่อองค์กรโดยเฉพาะนักสร้างสรรค์ (I3nr.org, 2016) ทำให้ผู้วิจัยในฐานะนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์ซึ่งมีหน้าที่ในการพัฒนาบุคลากรและการเตรียมพร้อมคนรุ่นใหม่ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่วงการนิเทศศาสตร์ ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาว่าคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลควรประกอบด้วยอะไรบ้างในยุคดิจิทัลผู้บริโภคสามารถรับสื่อจากทั่วทุกมุมโลก เทคโนโลยีต่างๆ เช่น มือถือ อินเทอร์เน็ต หรือแม้กระทั่งระบบขนส่งมวลชนอย่างรถไฟฟ้า มีผลกระทบต่อสังคม เพราะเทคโนโลยีได้ทำหน้าที่อำนวยความสะดวก ในการทำงาน และการสร้างความบันเทิงเริงรมย์ ทำให้ตัวแปรการรับรู้และ

การตัดสินใจของผู้บริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล เป็นการศึกษาถึงคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการขององค์กร ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังต่อไปนี้

แนวคิดความเป็นมืออาชีพ (professional concept) ความเป็นมืออาชีพ หรือ professionalism หมายถึง องค์ความรู้ หรือ ความรอบรู้เกี่ยวกับอาชีพของคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ซึ่งคนเหล่านั้นเห็นว่ามีค่าและพยายามผลักดันให้สาธารณชนยอมรับสถานภาพอาชีพของตน (Terry, 1974; McCurdy, 1977) มีวิธีการต่าง ๆ มากมายที่ใช้จัดประเภทงาน (occupation) แบบไหนจึงเข้าลักษณะของอาชีพ (profession) อย่างไรก็ตาม Greenwood (1957) นักสังคมศาสตร์สาขาสังคมวิทยาด้านการงานได้กำหนดเกณฑ์ 5 ประการ ในการนิยามวิชาชีพว่าต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. ต้องมีทฤษฎีเป็นระบบ (systematic body of theory) เป็นแนวทางในการทำงาน กล่าวคือ นอกจากจะมีทักษะที่ได้จากการเรียนแล้ว ในการทำงานยังควรนำการวิจัยไปใช้เพื่อเพิ่มพูนองค์ความรู้ในสาขานั้น ๆ

2. มีอำนาจหน้าที่ในอาชีพ (professional authority) อำนาจหน้าที่ดังกล่าวมาจากความรู้และทักษะในศาสตร์ ซึ่งทำให้ลูกค้าหรือประชาชนทั่วไปยอมรับและทำตามข้อเสนอแนะของผู้มีอาชีพนั้น ๆ

3. ได้รับการอนุญาตอย่างเป็นทางการจากหมู่คณะ (sanction of the community) โดยผู้ที่สามารถระบุว่าคุณมีอาชีพใดต้องได้รับการศึกษาฝึกอบรมอย่างเหมาะสม มีทักษะ ความรู้ในอาชีพอย่างแท้จริงผ่านระบบการศึกษา

และต้องมีใบอนุญาตประกอบอาชีพ

4. มีการกำหนดหลักจรรยาบรรณในวิชาชีพ (code of ethics) ซึ่งจรรยาบรรณนี้อาจจะกำหนดโดยสมาคมวิชาชีพ หรือผู้ว่าจ้าง ซึ่งมีการระบุพฤติกรรมที่ควรทำและไม่ควรทำ สำหรับผู้ประกอบการอาชีพนั้น ๆ

5. มีวัฒนธรรมในอาชีพ (professional culture) ลักษณะข้อนี้ทำให้เห็นความแตกต่างของอาชีพ (profession) กับงาน (occupation) นั่นคืออาชีพจะมีวัฒนธรรมกลุ่ม คล้ายเป็นวัฒนธรรมย่อย เช่น มีภาษาสัญลักษณ์ บรรทัดฐาน เป็นของตัวเอง

สำหรับความเป็นมืออาชีพในยุคดิจิทัลนั้น นักสร้างสรรค์ควรที่จะมีทักษะที่จำเป็นในการทำงาน (Manpower Group, 2016) ซึ่งประกอบด้วย

1. ทักษะในด้านการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ (communication & relation skills)

สิ่งจำเป็นในการทำงานร่วมกันคือการสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ซึ่งเป็นศิลปะในการสร้างเสริมความสัมพันธ์อันดีต่อกัน เพื่อให้ได้มาซึ่งความรักใคร่ ความนับถือ ความจงรักภักดีและความร่วมมือดังนั้นทักษะด้านนี้จึงเป็นทักษะสำคัญอันดับต้น ๆ ในการทำงานร่วมกันกับผู้อื่นเพราะทักษะด้านนี้เป็นกลไกที่สามารถลดความขัดแย้งและช่วยอำนวยความสะดวกให้การติดต่อประสานงานกับแผนกอื่น ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและจะนำมาซึ่งความสำเร็จ

2. ทักษะในการแก้ปัญหา (problem solving skills)

การแก้ปัญหาเป็นทักษะที่สำคัญอย่างหนึ่งในการทำงานและบริหารงานเพราะการปฏิบัติงานไม่ว่าในตำแหน่งใด ๆ ก็ตามจะต้องเผชิญกับปัญหาและสถานการณ์ต่าง ๆ ดังนั้นความสามารถในการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีระบบไม่เกิดความเครียดทางกายและจิตใจเป็นสิ่งที่จำเป็นที่จะทำให้ปัญหาไม่ลุกลามเป็นปัญหาใหญ่โตเกินแก้ไข การแก้ปัญหาต้องมีหลักเกณฑ์และวิธีการที่เป็นระบบเริ่มตั้งแต่การกำหนดและแยกแยะสาเหตุของปัญหา มีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินการแก้ไขและวิเคราะห์รวมถึงวิธีการและการวัดผลหลังการแก้ไขและสร้างมาตรฐานเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเดิม

3. ทักษะในการวางแผน (organizing and planning skills)

การทำงานที่ขาดการวางแผนที่ดีเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ไม่บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ดังนั้นการมีทักษะในการวางแผนของพนักงานย่อมหมายถึงความสำเร็จเพราะการวางแผนคือการหาทางเลือกที่ดีที่สุดเหมาะสมที่สุดในการปฏิบัติงานเช่นการใช้แผนระยะยาวในการพัฒนาทักษะและฝีมือของแรงงานทำให้งานที่ออกมามีคุณภาพเพิ่มมูลค่าให้กับชิ้นงานหรือผลงานนั้นได้

4. ทักษะในด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี (technology and computer skills)

ด้วยรูปแบบการทำงานและการพัฒนาของการสื่อสารที่ครอบคลุมมากขึ้นได้ก่อให้เกิดการนำเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์เข้ามามีส่วนในการกำหนดความต้องการของตลาดแรงงานผู้ว่าจ้างส่วนใหญ่กำหนดทักษะในด้านเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ไว้เป็นคุณสมบัติเบื้องต้นของการรับพนักงานใหม่เพราะพนักงานที่มีทักษะในเรื่องของเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์จะสามารถทำงานได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5. ทักษะและความสามารถทางด้านภาษา (language skills)

ทักษะการใช้ภาษามีส่วนสำคัญมากขึ้นโดยเฉพาะภาษาอังกฤษเพราะฉะนั้นพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้จะถือว่าได้เปรียบอย่างมากเพราะปัจจุบันมีผู้ลงทุนจากต่างประเทศหรือการติดต่อค้าขายกับต่างประเทศมากขึ้นองค์กรที่มีพนักงานที่มีทักษะและความสามารถด้านภาษาจึงเป็นสิ่งจำเป็น

ทฤษฎีระบบ (system theory) ลักษณะที่สำคัญของระบบ คือ ความสัมพันธ์ที่มีต่อกันระหว่างระบบหรือหน่วยงานย่อยๆ ภายในระบบ การเปลี่ยนแปลงของระบบย่อยหนึ่งจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของระบบอื่นด้วย นอกจากนี้ ระบบยังมีคุณสมบัติในการตอบโต้กับสภาพแวดล้อม กล่าวคือ สภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ระบบต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ระบบดำรงอยู่ได้

ทฤษฎีระบบเป็นที่นิยมมากในช่วงทศวรรษที่ 1960 และ 1970 และนำไปสู่แนวคิดการสื่อสารใน

องค์กรแบบเครือข่าย ข้อมูลจากหนังสือเรื่อง Mass Communication Theory ของ Stanley J. Baran และ Dennis K. Davis (2005) ระบุว่าทฤษฎีระบบ ประกอบด้วย

1. สิ่งที่ป้อนเข้า (input) หมายถึง ข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล ซึ่งในที่นี้หมายถึง ความเป็นมืออาชีพ (professional) อันประกอบไปด้วย การมีวินัยสัมมาคารวะความรับผิดชอบการปรับเปลี่ยนตัวเองในการเข้าสู่คมนุชนัยสัมพันธ์ที่ดีบุคลิกภาพที่ดีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอและทักษะการสื่อสารที่ดี

2. นักสร้างสรรค์ (creative) หมายถึง เจ้าหน้าที่ขององค์กร ที่ทำหน้าที่ออกแบบสร้างสรรค์ผลงานที่มีลักษณะริเริ่มที่ดี เช่น ความคิดสร้างสรรค์ศิลปะสร้างสรรค์ ซึ่งในที่นี้หมายถึง นักสร้างสรรค์ของบริษัท จีเอ็มเอ็ม แกรมมี จำกัด (มหาชน) บริษัท บางกอกกล๊าส จำกัด และบริษัท บ้านน้ำ โปรดัคชั่น จำกัด

3. กระบวนการ (process) หมายถึง ข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของระบบ วิธีการ ขั้นตอนการปฏิบัติงานของนักสร้างสรรค์ เพื่อให้การปฏิบัติงาน

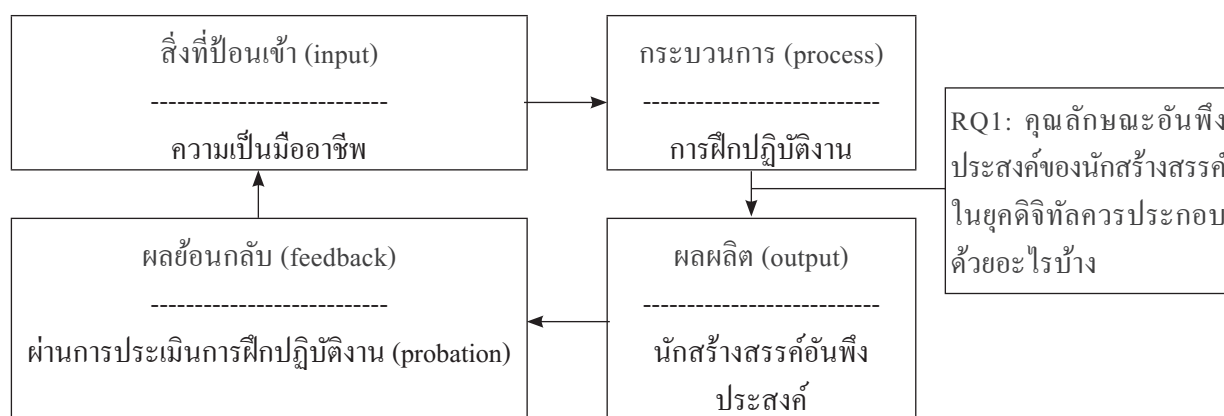
ของนักสร้างสรรค์ได้มาตรฐาน ซึ่งในที่นี้หมายถึง การฝึกปฏิบัติงานของนักศึกษาฝึกงานในตำแหน่งนักสร้างสรรค์ที่ลงทะเบียนรายวิชาการฝึกงานทางนิเทศศาสตร์ (internship in communication arts: 00348324) จำนวน 3 คน

4. ปัจจัยผลสัมฤทธิ์ (output) หมายถึง ข้อกำหนดเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผลลัพธ์ที่ได้จากการดำเนินงานและการปฏิบัติงานของนักสร้างสรรค์ ซึ่งหมายรวมถึงผลสำเร็จในเชิงธุรกิจ และผลสำเร็จในด้านศีลธรรม ซึ่งในที่นี้หมายถึง นักสร้างสรรค์อันพึงประสงค์

5. ผลย้อนกลับ (feedback) หมายถึง ข้อมูลที่สะท้อนให้เห็นถึงผลการทำงานของนักสร้างสรรค์ ซึ่งในที่นี้หมายถึง การผ่านการประเมินการฝึกปฏิบัติงาน (probation) ของนักศึกษาฝึกงานในตำแหน่งนักสร้างสรรค์ที่ลงทะเบียนรายวิชาการฝึกงานทางนิเทศศาสตร์ (internship in communication arts: 00348324) จำนวน 3 คน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ความเป็นมืออาชีพ (professional concept) และ ทฤษฎีระบบ (system theory) ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษา (conceptual framework) ตามภาพ 1 (กรอบแนวคิดการวิจัย)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ออกแบบการวิจัยเป็นเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาบนพื้นฐานแนวคิดความเป็นมืออาชีพ (professional concept) และ ทฤษฎีระบบ (system theory) โดยอาศัยวิธีการสำรวจ

ตำราเอกสาร งานวิจัย (ขั้นตอนที่ 1) จากนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนาเครื่องมือวิจัยเพื่อใช้สัมภาษณ์เจาะลึก โดยกำหนดเป็นประเด็นคำถามที่จะใช้เป็นแนวคำถาม (ขั้นตอนที่ 2) จากนั้นจะเข้าสู่ขั้นตอนการตรวจสอบการความเที่ยงความตรง

ของเครื่องมือวิจัยด้วยการจัดกลุ่มสนทนาละเอียดในชั้นเรียน
วิชาการสื่อสารองค์กร (organization communication: 00328317) และ การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ (communication arts research: 00328212) กับนักศึกษามหาวิทยาลัยอีสเทิร์น
เอเชียจำนวน 22 คน (ขั้นตอนที่ 3) และ เมื่อสามารถหาข้อ
ตกลงร่วมกันในการเลือกประเด็นคำถามที่จะใช้เป็นแนว
คำถามในสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยจึงสร้างเครื่องมือวิจัยเพื่อ
ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ถูกสัมภาษณ์ (key informants)
(ขั้นตอนที่ 4) โดยแบ่งกลุ่มการทำงานออกเป็น 3 กลุ่ม
ตามรายชื่อนักศึกษาฝึกงานในตำแหน่งนักสร้างสรรค์ที่ลง
ทะเบียนรายวิชาการฝึกงานทางนิเทศศาสตร์ (internship
in communication arts: 00348324) (3 คน) (ขั้นตอนที่ 5)
จากนั้นผู้วิจัยจึงได้สิ้นสุดการวิจัยด้วยการนำเสนอผลการ
วิจัยในรูปแบบความกึ่งตาราง (semi-tabular presentation)
(Bowarankitwong, 2005) (ขั้นตอนที่ 6) และอภิปรายผล
สรุปเป็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ใน
ยุคดิจิทัล (ขั้นตอนที่ 7)

เครื่องมือในการวิจัย

การสัมภาษณ์ตามแนวคำถามสัมภาษณ์แบบเจาะ
ลึก โดยตั้งคำถามกับผู้ให้ข้อมูลว่า ในทฤษฎีของท่าน
คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบุคคลที่รับผิดชอบงาน
นักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล ได้แก่อะไรบ้างเพื่อใช้ในการ
สัมภาษณ์แหล่งข้อมูลประเภทบุคคลที่เกี่ยวข้องกับนัก
สร้างสรรค์ โดยมีการจดบันทึก เพื่อให้สามารถบันทึก
ประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติม นอกจากแนวคำถามที่เตรียม
ไว้และสามารถเชื่อมโยงข้อมูลทั้งหมด ช่วยเตือนความจำ
ระหว่างสัมภาษณ์ รวมทั้งใช้เทปบันทึกเสียง ข้อมูลจากการ
สัมภาษณ์ให้ได้ความละเอียดถี่ถ้วนและสะดวกแก่การนำ
ไปถอดความเพื่อใช้ในการศึกษาควบคู่ไปกับการจดบันทึก

การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity)
และความเชื่อถือได้ (reliability) ของแนวคำถามสัมภาษณ์

แบบเจาะลึก ดังนี้

1. ในการตรวจสอบความเที่ยงตรง (validity) ของ
แนวคำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้วิจัยได้ทำการปรึกษากับ
อาจารย์ในคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์น
เอเชีย เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรง ตามเนื้อหา (content
validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (wording)
แล้วนำแนวคำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึกที่ได้มาปรับปรุง
แก้ไขก่อนนำไปใช้สอบถามจริง

2. ผู้วิจัยนำแนวคำถามสัมภาษณ์แบบเจาะลึก
ฉบับร่างไปทดลองใช้ (pre-test) เพื่อตรวจสอบความ
สัมพันธ์เกี่ยวข้อง (relevance) ของเนื้อหาความเป็นไปได้
(feasibility) ในแง่ของคำตอบที่ได้จากผู้ตอบแบบสอบถาม
ตลอดจนถึงความยากง่ายและความเข้าใจภาษาที่ใช้ว่า
สามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ต้องการหรือไม่ โดยนำไป
ทดสอบกับนักศึกษาฝึกงานในตำแหน่งนักสร้างสรรค์ที่ลงทะเบียน
รายวิชาการฝึกงานทางนิเทศศาสตร์ (internship in communication arts: 00348324)
(3 คน)

ผลการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดย
ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (in-depth interview) เพื่อ
ศึกษาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุค
ดิจิทัล โดยดำเนินการวิจัยระหว่างวันที่ 4 มกราคม 2559
ถึง 17 พฤษภาคม 2559 เป็นระยะเวลา 1 ภาคการศึกษา
ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการเก็บข้อมูลเก็บรวบรวมข้อมูล
โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกหัวหน้างาน (3 คน) เพื่อนร่วม
งาน (3 คน) และผู้ปฏิบัติงานซึ่งเป็นนักศึกษาฝึกงานใน
ตำแหน่งนักสร้างสรรค์ที่ลงทะเบียนรายวิชาการฝึกงาน
ทางนิเทศศาสตร์ (internship in communication arts: 00348324) (3 คน) จำนวนทั้งสิ้น 9 คน ผลการวิจัยนำเสนอ
ในรูปแบบความกึ่งตาราง มีรายละเอียดดังนี้ (ดูตาราง 1-9)

ตาราง 1

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 1

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
1	1. มีความอยากรู้อยากเห็น (curiosity) เป็นคุณสมบัติพื้นฐานสำคัญที่นักสร้างสรรค์เป็นผู้สนใจสิ่งต่าง ๆ รอบตัวทุกเรื่อง ชอบแสวงหาความรู้ ชอบอ่าน ชอบเปิดรับต่อสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเป็นการสะสมวัตถุดิบสำหรับงานสร้างสรรค์ และนำไปสู่การค้นพบสิ่งใหม่ ๆ 2. มีจินตนาการ (imagination) เป็นคุณสมบัติที่ช่วยให้นักสร้างสรรค์สามารถพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ ช่วยให้เราสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ที่นำไปสู่ส่วนประสมอย่างใหม่หรือรูปแบบใหม่ 3. เข้าถึงความรู้สึกของผู้อื่น (empathy) เป็นคุณสมบัติที่มีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการสื่อสารและการโฆษณา นักโฆษณาที่สามารถเอาใจของตนเองไปปรับรู้ความรู้สึกของผู้อื่นในสถานการณ์ต่าง ๆ มีความสามารถในการเอาความรู้สึกของผู้อื่น มาเป็นความรู้สึกของตนเองได้ดี คุณสมบัตินี้สามารถนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของงานสื่อสารของตนได้เป็นอย่างดี 4. มีความกระตือรือร้น (enthusiasm) เป็นคุณสมบัติสำคัญของนักสร้างสรรค์เพราะความกระตือรือร้นเป็นแรงผลักดันให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น หล่อหลอมกับจินตนาการ ทำให้นักสร้างสรรค์แสวงหาช่องทางใหม่ ๆ หรือความสัมพันธ์ใหม่ ๆ 5. มีลักษณะคล่องตัวและรับแนวทางใหม่ ๆ (flexibility) นักสร้างสรรค์มีลักษณะยอมรับความคิดแปลก ๆ ใหม่ ๆ ไม่ติดยึดอยู่กับความเคยชินเก่า ๆ

ตาราง 2

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 2

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
2	นักสร้างสรรค์ควรเป็นตัวของตัวเอง ไม่ลอกเลียนแบบใคร และกล้าทำอะไรใหม่ ๆ การฝึกฝนเพื่อเป็นนักสร้างสรรค์ที่ดี จึงต้องรู้จักสังเกตผู้คน ลองแทนตัวเองกับคนอื่นดูว่า ถ้าเราเป็นเขา แล้วเราทำอย่างไร พยายามคิด และมองอะไร ให้แปลกออกไปจากคนอื่น

ตาราง 3

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 3

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
3	1. ความกล้าเสี่ยง (willingness to take risks) หมายถึง กล้าเผชิญกับสิ่งที่จะเกิดขึ้น หากผลงานประสบความสำเร็จหรือไม่เป็นไปอย่างที่เราคิด รูปแบบของความคิดจะเป็นแบบที่ใช้กันทั่วไป ในงานที่ต้องใช้สติปัญญาอย่างมากในการแก้ปัญหาในชีวิต คือ แนวคิดที่มุ่งแสวงหาคำตอบที่ดีที่สุด เพียงคำตอบเดียว (one “best” answer) หรือเรียกว่า “convergent thinking” กระบวนการคิดก็เริ่มจากการพิจารณาข้อเท็จจริงต่าง ๆ ที่รวบรวมมาได้ และจำกัดขอบเขตความคิดให้แคบลงทันที ด้วยการตัดความคิดอื่น ๆ ที่เป็นไปได้ ทั้งหมดออกไป จนเหลือคำตอบที่คิดว่าดีที่สุดเพียงคำตอบเดียว 2. มีความคิดหลากหลายและมุมมองกว้างไกล (divergent thinking) หมายถึง การมีความคิดที่เปิดกว้างในการแก้ปัญหา ขึ้นอยู่กับความเชื่อว่าปัญหาต่าง ๆ สามารถแก้ได้มากกว่าหนึ่งวิธี และทุก ๆ ปัญหาจะมีคำตอบที่ถูกต้องมากกว่าหนึ่งคำตอบ ลักษณะความคิดแบบนี้จะแตกต่างจากความคิดในข้อแรกที่เราเล่ามาแล้ว กล่าวคือ แทนที่จะจำกัดขอบเขตความคิดให้แคบลงทันที แต่วิธีนี้จะขยายขอบเขตความคิดให้กว้างออกไป เป็นการเปิดโอกาสให้สำรวจความคิดต่าง ๆ ทั้งที่สมเหตุสมผลและไม่สมเหตุสมผล เพื่อให้มีตัวเลือกตัดสินใจหลาย ๆ แบบ หลาย ๆ ทาง แล้วจึงเลือกวิธีแก้ปัญหาที่ดีที่สุดจากหลาย ๆ คำตอบที่ถูกต้อง การมีแนวความคิดเปิดกว้าง และหลากหลายแบบนี้ จะช่วยให้การสร้างสรรค์งานโฆษณามีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ หรือแหวกแนวไม่ซ้ำแบบใคร 3. มีอารมณ์ขัน (sense of humor) หมายถึง คุณลักษณะของบุคคลที่มีลักษณะนิสัยที่มักเห็นเรื่องต่างๆ เป็นเรื่องขบขัน แฝงด้วยอารมณ์ขันเล่นที่มีลักษณะเชิงสร้างสรรค์และฉลาด จุดมุ่งหมายสำคัญของการมีอารมณ์ขันดังกล่าวนี้ ไม่ใช่เพื่อต้องการให้งานโฆษณากลายเป็นงานสนุก แต่คุณค่าของการมีอารมณ์ขัน มีส่วนอย่างมากต่อการทำให้สมองหรือจิตใจปลอดโปร่ง ทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ หรือ สามารถเชื่อมโยงความคิดเดิมให้รวมตัวขึ้นเป็นรูปแบบใหม่ เป็นต้น อย่างไรก็ตามอารมณ์ขันยังสามารถนำไปใช้ในสิ่งโฆษณาด้วย เช่นเดียวกัน

ตาราง 4

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 4

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
4	1. มีறிโอดตปปะ (มีความละเอียดรอบคอบ มีความเกรงกลัวต่อบาป ทั้งต่อหน้าและลับหลัง) 2. ซื่อสัตย์สุจริต 3. มีความรับผิดชอบในหน้าที่และมีวินัย 4. มีมนุษยสัมพันธ์ และบุคลิกภาพดี 5. รักงานและมีความคิดในการสร้างสรรค์ 6. เป็นผู้นำที่ดีและจัดการดี 7. ตรงต่อเวลา 8. รับฟังคำวิพากษ์และวิจารณ์งาน 9. มีจริยธรรมในการประกอบอาชีพ

ตาราง 5

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 5

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
5	คนที่มีความคิดสร้างสรรค์นั้นจะเป็นคนที่มี 1. ความคิดริเริ่ม (originality) คือมีความคิดที่แปลกใหม่ต่างจากความคิดธรรมดาของคนทั่ว ๆ ไป 2. มีความคิดยืดหยุ่น (flexibility) คือมีความสามารถในการคิดหาคำตอบได้หลายทิศทางหลายแง่หลายมุม 3. มีความคิดคล่องแคล่ว (fluency) คือสามารถคิดหาคำตอบได้อย่างคล่องแคล่วว่องไว รวดเร็ว และได้คำตอบมากที่สุดในเวลาที่กำหนด 4. มีความคิดละเอียดลออ (elaboration) คือการคิดได้ในรายละเอียดเพื่อขยายหรือตกแต่งความคิดหลักให้ได้ความหมายที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ตาราง 6

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 6

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
6	1. เป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีความเชื่อมั่นในตนเอง 2. เป็นผู้ที่รู้จักสังเกตและทำความเข้าใจกับสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว 3. เป็นผู้ที่ติดตามการเปลี่ยนแปลงและความเคลื่อนไหวของงานออกแบบสร้างสรรค์ทุกสาขาอยู่เสมอ 4. เป็นผู้ที่มีความสนใจศึกษาความเชื่อ และผลงานที่ออกแบบตามความเชื่อในยุคต่าง ๆ ที่ผ่านมาเพื่อนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการออกแบบสร้างสรรค์ให้ก้าวหน้าต่อไปในปัจจุบันและอนาคต 5. เป็นผู้ที่เข้าใจสภาพแวดล้อมของสังคม และความต้องการของประชาชน เพื่อให้การสร้างสรรค์งานให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม 6. เป็นผู้ที่มีความเข้าใจงานออกแบบแต่ละชนิดเพื่อให้การออกแบบตอบสนองได้ตรงตามจุดประสงค์ของงานออกแบบนั้น ๆ เช่น การออกแบบโฆษณา มีจุดประสงค์ในการจูงใจ เป็นต้น

ตาราง 7

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 6

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
7	มีความคิดสร้างสรรค์ทันต่อเหตุการณ์สังคม สามารถคิดได้ทั้งวัน การเป็น Creative มีความยาก เพราะเราต้องคิดอะไรใหม่ตลอด มันยากกว่าทำหน้าที่ใหม่อีกอะ 555555 โดยส่วนตัวแล้วอะพี่ไม่ได้เก่งแบบคิดอะไรใหม่ตลอดอย่างเนี่ย แต่จริง ๆ การเป็น Creative จะต้องคิดสิ่งใหม่ตลอดมันไม่ใช่ แต่จริง ๆ แล้วการทำสิ่งเก่าให้เป็นสิ่งใหม่มันก็เป็นการ Creative เหมือนกัน เหมือนการดัดแปลงของเก่าที่มีอยู่แล้วให้มันแตกออกไปอีกในอีกแบบหนึ่งนี่คือการ Creative เหมือนกัน ส่วนตัวพี่แล้วจะถนัดง่ายที่นำสิ่งเก่าที่มีอยู่แล้วมาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เป็นสิ่งใหม่ หรือง่าย ๆ มันจะเป็นแบบพวกล้อเลียนอะ ก่อนหน้าเนี่ยพี่ก็ทำคลิปมาก่อน ก่อนมาทำ Creative มันก็เลยสามารถที่จะเอาโน่นเอานี้มาล้อเลียนอะไรแบบเนี่ย จะสังเกตได้ว่างาน เทย์เทียวไทย จะเป็นแบบ ล้อเลียนโฆษณาอะไรแบบเนี่ยก็เอามาทำ

ตาราง 8

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 8

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
8	ต้องมีความอดทนสูง สามารถทำงานไม่เป็นเวลา สามารถทำงานภายใต้แรงกดดันมาก ๆ ได้ อุปสรรคอย่างพี่บอก ไม่ได้เรียนมาก็ต้องมาคลำเอาข้างหน้า มีแต่ความชอบอย่างเดียวมันก็ไม่ได้ เหมือนอย่างพี่บอกเรามีพรสวรรค์เราไม่มีพรแสวงมันก็อาจไม่ได้ดีเท่าที่ควร อุปสรรคในการทำงานมันก็เลยมีปัญหาเกี่ยวกับทฤษฎีในการคิด บางคนเวลาคิดรายการเขาจะมีรูปแบบ แบบแผนมาว่าทำเพื่อใคร ทำเพื่ออะไร กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร อายุเท่าไร who what when where why อย่างงี้ที่มันมีมาใช่ไหม แต่พอพี่ไม่มีพี่ก็เลยต้องมาคลำเอา มาเรียนรู้เอา บางทีเราก็ใช้วิธีการของเราเอง เราก็คิดได้เองว่าเราจะทำรายการยังไง เราจะทำเพื่อใคร แต่บางทีเราก็มานั่งสอบถามกลับมาหาวิธีการคิดรายการ เพื่อให้มันออกมาให้ได้ Perfectly ที่สุด เรากลับมาย้อนดู หรือสอบถามผู้รู้ คนที่เก่ง หัวหน้า อย่างพี่ป้อมแป้มเขาก็จะบอกว่า “อะลองเอาก่อนความคิดนั้นมาใส่ตรงนี้สิดูว่ามันขาดอะไรไปไหม” อุปสรรคมันก็จะอยู่ตรงนี้แหละตรงที่เราไม่ได้ศึกษาหรือจบมาตรงสายอาชีพนี้

ตาราง 9

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัลจากผู้ให้สัมภาษณ์ลำดับที่ 9

ผู้ให้สัมภาษณ์ (ลำดับที่)	คำตอบ
9	คือจริง ๆ อะพี่ว่าแต่ละอาชีพอะมันขึ้นอยู่กับตัวเราว่าเราชอบรีปาว คือตัวพี่อะพี่ไม่ได้จบทฤษฎีหรือไม่ได้เรียนเกี่ยวกับการสื่อสารมา แต่ว่าโชคดีที่มันเป็นอาชีพที่พี่ชอบ พี่มาตั้งแต่เด็กอะแถมเหมือนแบบโตขึ้นต้องประกวดนางสาวไทยละก็ต้องมีการฝึกซ้อมเดินอะไร แบบเนี่ย Creative มันเป็นอย่างไรที่แบบมันชอบมาตั้งแต่เด็กละ ตอนเด็กเนี่ยมีความรู้สึกละแบบเนี่ย ชอบคิดโน้นคิดนี้ มันก็เลยเป็นแบบว่าความชอบตรงนั้นอะเป็นส่วนหนึ่งของคุณสมบัติหนึ่ง ลักษณะหนึ่ง ที่ทำให้เราอะมีความสุขในการทำอาชีพนี้ เหมือนเป็นแรงขับเคลื่อนอะ บางงานเราไม่ได้ชอบแต่เงินดีอะสังเกตุไหมมันทำได้ไม่นานหรือทนอะ เนี่ยพอมันชอบการอยากเป็น Creative ตั้งแต่เด็กมันก็เลยกลายเป็นแบบว่าไม่ต้องเตรียมตัวมาก พอเรามีความชอบคือความชอบนั้นมันเป็นเหมือนแบตเตอรี่ก้อนหนึ่งสำหรับเราอยู่แล้ว ในการทำสายอาชีพนี้ในการเป็น Creative

การอภิปรายผล

ข้อค้นพบเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบุคคลที่รับผิดชอบงานนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล (ดูตารางที่ 1-9) เมื่อใช้แนวคิดความเป็นนักวิชาชีพและทฤษฎีระบบเป็นกรอบแนวคิดในการอภิปรายสามารถสรุปได้ว่าคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศ (information Technology หรือ ไอที) มีอิทธิพลต่อสังคม ซึ่งในที่นี่หมายถึงเทคโนโลยีดิจิทัลเช่น ทีวีดิจิทัล วิทยุดิจิทัล ต้องประกอบด้วยคุณสมบัติในการพัฒนาความรู้และการพัฒนาทักษะที่ได้จากในห้องเรียนและนอกห้องเรียน

ความรู้ที่ได้จากการเรียนในห้องเรียน ซึ่งความรู้ที่ได้จากการเรียนในห้องเรียนนั้นก็คือ วิชาต่าง ๆ ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ในการทำงานในตำแหน่งนักสร้างสรรค์ซึ่งมีด้วยกันหลายวิชา ได้แก่ ภาษาอังกฤษหลัก นิเทศศาสตร์วาทนิเทศ, สื่อสารมวลชนเบื้องต้นการเขียนทางนิเทศศาสตร์การตลาดสื่อกระจายเสียงและแพร่ภาพ การสื่อสารข้ามวัฒนธรรมพื้นฐานการแสดงการสื่อสารองค์กรการถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหวและการวิจัยทางนิเทศศาสตร์

ความรู้ที่ได้จากการเรียนนอกห้องเรียน ซึ่งความรู้ที่ได้จากนอกห้องเรียนนั้นก็คือความรู้ที่ได้จากการออก

ไปฝึกปฏิบัติงานในตำแหน่งนักสร้างสรรค์ และความรู้ที่ได้ก็คือ

1. ทักษะในด้านการสื่อสาร ผู้ศึกษาได้มีทักษะในการพูดการเจรจาอย่างมีประสิทธิภาพและนำมาซึ่งผลงานที่น่าพึงพอใจ เช่น การของใช้พื้นที่ส่วนบุคคลโดยใช้งบประมาณที่น่าพึงพอใจแก่บริษัท

2. ทักษะในการแก้ไขปัญหา ผู้ศึกษาสามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี โดยเกิดความเสียหายต่อการทำงานน้อยที่สุด ซึ่งทำให้รู้ว่าหากเกิดเหตุการณ์ที่ได้ทันตั้งตัวจะต้องทำอย่างไรโดยให้มีผลกระทบกับงานน้อยที่สุด

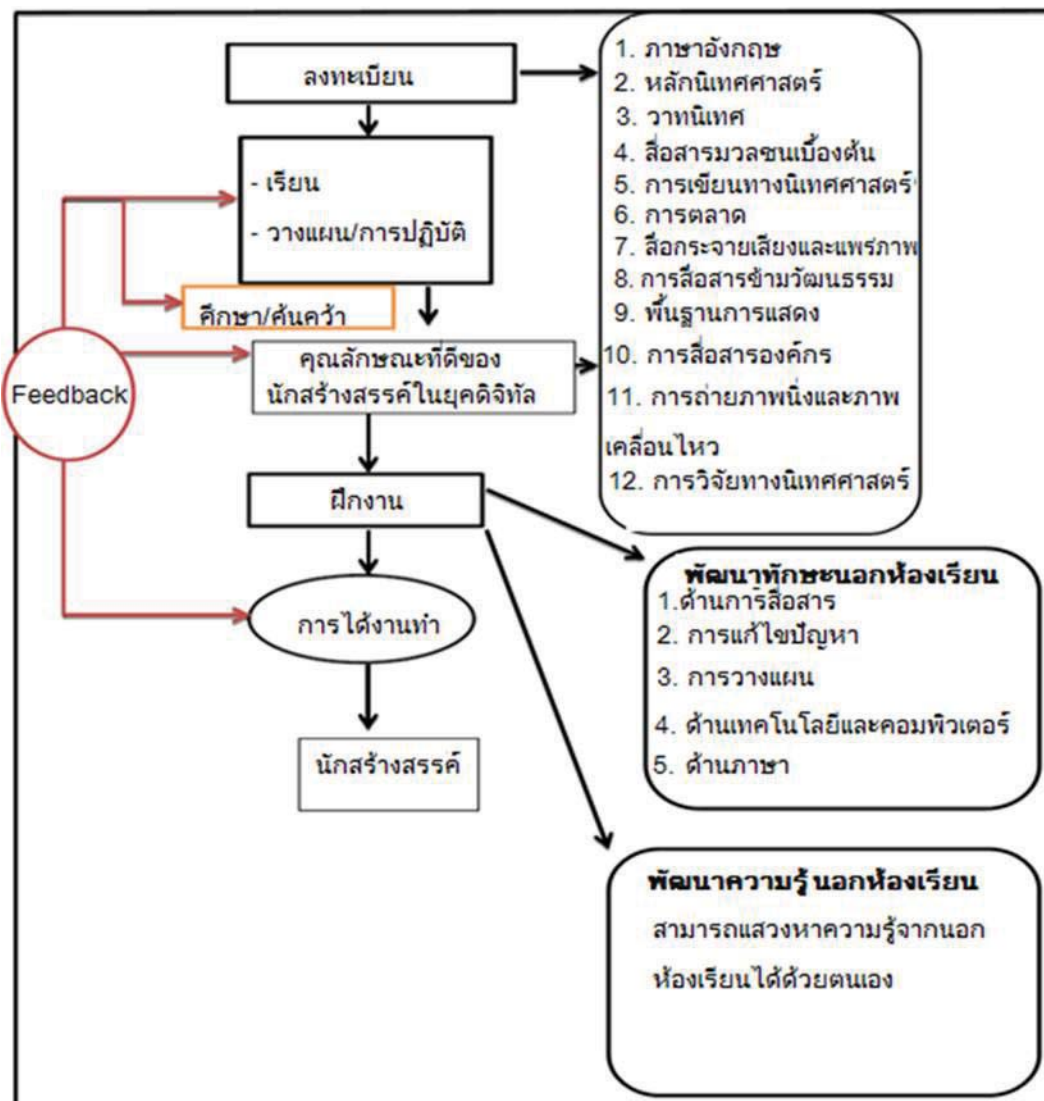
3. ทักษะในการวางแผน ทุก ๆ ครั้งที่เริ่มทำงานจะต้องมีการวางแผนทุกครั้งเพื่อให้ทราบว่วันไหนทำอะไร เพื่อให้การทำงานดำเนินไปอย่างราบรื่นและเสร็จตรงตามเวลาที่กำหนด และการวางแผนงานก็เป็นตัวที่สามารถลดการเกิดข้อผิดพลาดในการทำงานได้ด้วยเช่นกัน

4. ทักษะในด้านเทคโนโลยีและคอมพิวเตอร์ สามารถใช้โปรแกรมต่าง ๆ ในคอมพิวเตอร์ได้เพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น Photoshop และ Premiere pro cc เป็นต้น

5. ทักษะและความสามารถทางด้านภาษาเรียนรู้คำศัพท์เฉพาะในการทำงานได้ดี มีความสามารถฟังและ

สนทนาเป็นภาษาอังกฤษได้เพิ่มมากขึ้น เข้าใจในการทำงานมากขึ้นเวลาประชุมแล้วมีคำแปลๆที่เราไม่รู้ก็สามารถจดจำและเข้าใจได้มากขึ้น ซึ่งการพัฒนาความรู้ที่ได้จากในห้องเรียนและนอกห้องเรียนนั้น นำไปใช้โดย

ผ่านกระบวนการฝึกปฏิบัติงานและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ (ดูภาพ 2)



ภาพ 2 คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบุคคลที่รับผิดชอบงานนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล

ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้

มีข้อจำกัดเรื่องของเวลาเนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในระยะสั้นจึงทำให้เนื้อหาที่ได้อาจไม่ครอบคลุมมากนัก ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างจากการสังเกตพรรณนา พฤติกรรมของผู้สนทนาว่า มีความรู้สึกและความเข้าใจต่อผู้พูดนั้นในแต่ละคำถามก็จะมีความรู้สึกของอารมณ์และเหตุผลที่ต่างกันทั้ง เช่น รู้สึกภูมิใจ รู้สึกเข้าใจคนอื่น รู้สึกมีความ

เป็นผู้นำสูง เป็นต้น ซึ่งความรู้สึกเหล่านี้ก็จะมีผลต่อผู้ฟังให้มีความรู้สึกเช่นเดียวกับตัวผู้พูดทั้งในด้านที่ดีและในด้านที่ไม่ดีตาม ส่วนบุคลิกลักษณะการสัมภาษณ์นั้นจากการสังเกตผู้ถูกสัมภาษณ์นั้น ทำให้เห็นว่า ตัวผู้ถูกสัมภาษณ์มีการพูดคุยที่เป็นกันเองเหมือนอยู่ในครอบครัวเดียวกัน เพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเองไม่อึดอัดจึงดึงดูดผู้ฟังและมีการใช้สีหน้าและท่าทางประกอบการพูด เพื่อ

โน้มน้าวใจผู้ฟังและเพื่อแสดงให้เห็นถึงสิ่งที่ตัวผู้สัมภาษณ์
พูดส่วนปฏิกิริยาตอบสนองของผู้ฟังนั้นจะเห็นได้ว่าผลดี
ผู้ฟังมีความรู้สึกใส่ใจในการพูดและมีความเชื่อถือในตัวผู้
พูดว่าจะสามารถช่วยให้ข้อคิดแก่คนที่อยากทำงานสายงาน
ทางนิเทศศาสตร์ในการเป็นนักสร้างสรรค์ได้ ส่วนผลเสีย
จากการที่ตัวผู้พูดมีการตอบคำถามสั้นบ้างและการตอบคำ
ตอบบางครั้งไม่ตรงกับคำถามบ้าง

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

การสร้างสร้งงานต้องผ่านกระบวนการหลาย
อย่างทั้งในเรื่องความคิดหลาย ๆ ด้าน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมี
ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาเรื่อง “คุณลักษณะอันพึง
ประสงค์ของนักสร้างสรรค์ในยุคดิจิทัล” ในอนาคต ผู้
ที่สนใจสามารถศึกษาว่านักสร้างสรรค์ในหน่วยงาน
นิเทศศาสตร์สาขาอื่น ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อวิทยุ บริษัท
ตัวแทนโฆษณา ธุรกิจเพลง ธุรกิจโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม
 เป็นต้น



References

- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2005). *Mass communication theory: Foundation, ferment, and future* (4th ed.). London: ThomsonWadsworth.
- Bowarnkitiwong, S. (2005). *Statistics applied to behavioral sciences*. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai)
- Greenwood, E. (1957). Attributes of a profession. *Social work*, 2(3), 44-55.
- Manpower Group. (2016). *Necessary job skills*. Retrieved from http://www.manpowerthailand.com/know_detail.php?id=111 (in Thai)
- Manager Online. (2015). *Ogilvy won champion at B.A.D Awards 2011*. Retrieved from <http://www.manager.co.th/iBizChannel/ViewNews.aspx?NewsID=9550000012335> (in Thai)
- McCurdy, H. E. (1977). *Public administration: A synthesis, reading, mass*. CA: Benjamin Cummings.
- Silraungwilai, U. (2015a). Digital communication: Lesson-learned from countries which successfully have implemented 3G and digital TV. *APHEIT Journal*, 21(1), 201-211.
- Silraungwilai, U.(2015b). *Integrated communication in digital era in Thailand: A case study of online radio*. Pathumthani: Eastern Asia University. (in Thai)
- Silraungwilai, U & Malisuwan, S.(2010). *Political public relations via new media*. Retrieved from <http://www.crminaction.com/library/3/28/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B9%8C%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%A1%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%94%E0%B9%89%E0%B8%A7%E0%B8%A2%E0%B8%AA%E0%B8%B7%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B8%A1%E0%B9%88.html> (in Thai)
- Thai Franchise Center. (2016). *Advertising business structure*. Retrieved from <http://www.thaifranchisecenter.com/home.php> (in Thai)

Terry, G. R. (1974). *Principles of management*. CA: Richard & Irwin.

l3nr.org. (2016). *Thai film industry current situation and free trade*. Retrieved from <https://www.l3nr.org/posts/455985>
(in Thai)

