

แนวคิดและการปฏิบัติของการแทรกแซงด้วยการออกแบบ

received 13 JUL 2018 accepted 23 AUG 2018 revised 11 MAR 2019

ปรัชญา คัมภีรานนท์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปะการถ่ายภาพ
ภาควิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ
คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการแทรกแซงด้วยการออกแบบ หมายถึง การใช้กระบวนการออกแบบเข้าไปมีส่วนร่วมในสถานการณ์บางอย่าง เพื่อให้สถานการณ์ดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ขั้นตอนของการแทรกแซงด้วยการออกแบบสามารถแบ่งได้เป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การระบุสถานการณ์ (2) การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย และ (3) การออกแบบอย่างมีส่วนร่วม

การระบุสถานการณ์มีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ ผู้แสดง และกิจกรรมทางสังคม นักออกแบบสามารถประยุกต์ใช้หลักการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมระบุโจทย์ของการแทรกแซง จากนั้นนักออกแบบสามารถประยุกต์หลักการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ เพื่อจำแนกกลุ่มเป้าหมายของการแทรกแซง แล้วจึงนำกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบ

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการแทรกแซงด้วยการออกแบบไปวิเคราะห์การปฏิบัติการในโครงการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค 2016 พบว่าการออกแบบตามแนวคิดดังกล่าว ก่อให้เกิดผลลัพธ์ 2 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 ผลงานสื่อประชาสัมพันธ์โครงการซึ่งมีความสำคัญน้อยกว่า ผลลัพธ์ ประการที่ 2 การแทรกแซงด้วยกระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม ที่สามารถสร้างการปฏิสัมพันธ์ระหว่างศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบกับชุมชนนักออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่ อันนำไปสู่ความร่วมมือต่อไปในอนาคต

นักออกแบบที่สนใจแนวคิดนี้จำเป็นต้องปรับทัศนคติในการออกแบบ จากการเป็นผู้ควบคุมผลผลิตของการออกแบบ มาเป็นการสร้างกระบวนการออกแบบร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย และมีทักษะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี รวมทั้งสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อีกด้วย

คำสำคัญ: การแทรกแซงด้วยการออกแบบ, กระบวนการออกแบบ, การออกแบบอย่างมีส่วนร่วม

Concept and Practice of Design Intervention.

received 13 JUL 2018 accepted 23 AUG 2018 revised 11 MAR 2019

Prachya Compiranont

Lecturer (Ph.D.), Program in Photographic Art
Department of Media Arts and Design
Faculty of Fine Arts, Chiang Mai University

Abstract

The main objective of this article is to study the concept of design Intervention, which means to use design process to intervene and improve a problematic situation. The process of the intervention can be divided into three steps, the first step is to define the situation, the second step is to analyse the target group, and the third step is to apply participatory design.

To define the situation, which consists of place, actors, and social activities, designer can adopt anthropological participatory observation to specify design intervention brief. After that, designer can apply stakeholder analysis to identify the target group and encourage them to participate in the design process.

This concept was tested in media design for Chiang Mai Design Week 2016. The project not only produced media for the festival, but also used the participatory design process to create the interaction between Thailand Creative and Design Center and design community in Chiang Mai for future collaboration.

Designers who are interested in design intervention must change the goal of design from controlling the outcome of the design to working together with the target group. Problem-solving and teamwork skills are also necessary to achieve this goal.

Keywords: design intervention, design process, participatory design

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การแทรกแซงด้วยการออกแบบ (Design Intervention) เป็นหนึ่งในหลักการที่ผู้วิจัยค้นพบจากการปฏิบัติการในโครงการวิจัยหัวข้อ “มานุษยวิทยาการออกแบบ (Design Anthropology)” เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิตของผู้วิจัย มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาหลักมานุษยวิทยาการออกแบบและนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบเพื่อสังคม (socially-engaged design) มีพื้นที่วิจัย ได้แก่ หอนิทรรศการศิลปวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่าง พ.ศ. 2558 ถึง พ.ศ. 2560 ในการวิจัยดังกล่าวได้ดำเนินการตามกระบวนการปฏิบัติ (pragmatism) เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (action research) มุ่งเน้นการแก้ปัญหาเฉพาะกรณีมากกว่าการมุ่งสำรวจทฤษฎี ดังนั้น วัตถุประสงค์ของบทความชิ้นนี้จึงเป็นการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการแทรกแซงด้วยการออกแบบในเชิงทฤษฎี และนำมาเรียบเรียงเพื่อให้ผู้อ่านสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบโดยทั่วไปได้

มานุษยวิทยาการออกแบบ

มานุษยวิทยาการออกแบบ คือ การผสมผสานหลักมานุษยวิทยา เข้ากับหลักการออกแบบ นักมานุษยวิทยามองว่าการออกแบบเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมในรูปแบบหนึ่ง ในขณะที่นักออกแบบก็สามารถนำหลักมานุษยวิทยามาใช้แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Gunn et al. 2013, 2) ลักษณะที่สำคัญของมานุษยวิทยาการออกแบบ สามารถจำแนกได้ ดังนี้ (ปรัชญา 2560, 195)

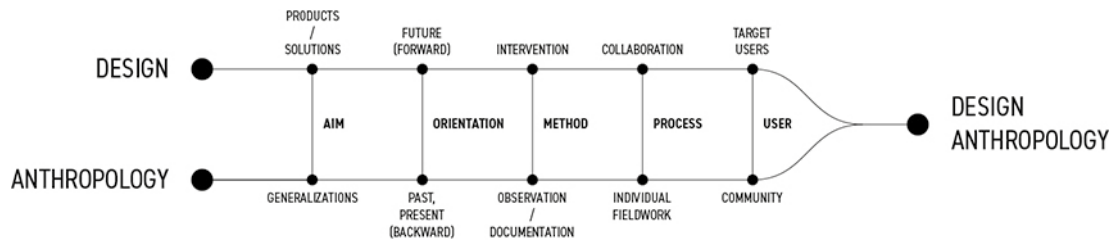
เป้าหมาย เพื่อการแก้ปัญหาและสร้างสรรค์ผลงานตามหลักการออกแบบ แต่นำผลลัพธ์ที่ได้ไปสังเคราะห์เป็นแนวคิดและทฤษฎีตามหลักมานุษยวิทยา

ทิศทาง มีการศึกษาอดีต ปัจจุบัน ตามหลักมานุษยวิทยา แต่เพิ่มเติมการเปลี่ยนแปลงอนาคตให้ดีขึ้นตามหลักการออกแบบ

วิธีการ มีการสังเกตและบันทึกข้อมูลชุมชนตามหลักมานุษยวิทยา แต่ก็มีกรเข้าไปแทรกแซงชุมชนตามหลักการออกแบบ

กระบวนการ มีการดำเนินการสองระดับ มีการร่วมมือกับชุมชนในการแก้ปัญหาตามหลักการออกแบบ แต่วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงสนามโดยนักวิจัยตามหลักมานุษยวิทยา

ผู้ใช้ ผู้ใช้ผลงานออกแบบ คือ กลุ่มเป้าหมายในการแก้ปัญหาตามหลักการออกแบบ ส่วนผู้ใช้หลักการ คือ ผู้ที่สนใจแนวคิดที่เกิดขึ้นตามหลักมานุษยวิทยา



ภาพที่ 1 หลักการมานุษยวิทยาการออกแบบ (© Prachya Compiranont 19/10/2017)

จากการทดลองนำหลักมานุษยวิทยาการออกแบบไปประยุกต์ใช้ในการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ทำให้ผู้วิจัยค้นพบหลัก การที่ได้รับการพัฒนาจากการปฏิบัติการ ได้แก่ (1) การแทรกแซงด้วยการออกแบบ (design intervention) (2) การเปลี่ยนบทบาทจากนักออกแบบเป็นผู้จัดการโครงการ (designer as a project manager) (3) การออกแบบ อย่างมีส่วนร่วม (participatory design) และ (4) สหวิทยาการ (multidisciplinary) หลักการทั้งหมดสามารถ นำมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบเพื่อสังคมในกรณีศึกษาของผู้วิจัยได้ โดยเฉพาะการแทรกแซงด้วยการออกแบบ ซึ่งหมายถึงการใช้กระบวนการออกแบบเพื่อเข้าไปแทรกแซงสภาพสังคมที่เป็นอยู่ให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทาง ที่ดีขึ้นจากเดิม อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการแทรกแซงด้วยการออกแบบข้างต้น มีขอบเขตเฉพาะในการศึกษา ของผู้วิจัย ในการสำรวจเชิงทฤษฎี ผู้วิจัยจำเป็นต้องทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการแทรกแซง

การแทรกแซง หรือ Intervention เป็นแนวคิดที่นำมาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในศาสตร์แขนงต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การแพทย์ (Medicine) การพยาบาล (Nursing) พฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral Sciences) สังคมศาสตร์ (Social Sciences) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Relations) การศึกษา (Education) รวมถึงศิลปะ (Art) วิธีการแทรกแซงในแต่ละศาสตร์ก็มีความแตกต่างกันออกไป ยกตัวอย่างเช่น ในการบำบัด ทางสังคมจิตใจ หรือ psychological intervention การแทรกแซงหมายถึงวิธีการกระตุ้นให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ในผู้ป่วย ไม่ว่าจะเป็นทางด้านพฤติกรรม ความคิด หรือความรู้สึก (สมพร 2011, 10) ในด้านความสัมพันธ์ระหว่าง ประเทศ การแทรกแซงเพื่อมนุษยธรรม (humanitarian intervention) คือ การส่งกำลังทหารเข้าไปที่รัฐอื่น เพื่อยุติความรุนแรงที่เกิดขึ้นกับประชาชนในรัฐนั้น โดยเฉพาะสถานการณ์สงครามกลางเมือง (Lowe and Tzankopoulos, online)

ส่วนการแทรกแซงทางศิลปะ (art intervention) หมายถึง การที่ศิลปินเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับงานศิลปะ ผู้ชม พื้นที่ หรือสถานการณ์ที่เป็นอยู่ เพื่อสร้างสรรค์งานศิลปะชิ้นใหม่ที่เปลี่ยนแปลงสภาพที่มีอยู่เดิม (art intervention, online) ทางด้านมานุษยวิทยาการแทรกแซงเกิดขึ้นในงานวิจัยสนามทางมานุษยวิทยาสมัยใหม่ จากการที่นักมานุษยวิทยาเข้าไปทำการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (participant observation) (งามพิศ 2015, 48) ส่งผลให้สภาพของชุมชนที่สังเกต ถูกแทรกแซงด้วยการเข้าไปอาศัยของนักมานุษยวิทยานั้นเอง โดยสรุป แล้วจุดร่วมของการแทรกแซงในศาสตร์แขนงต่างๆ นั่นก็คือการประยุกต์ใช้ศาสตร์นั้นๆ เข้าไปมีส่วนร่วม ในสถานการณ์อย่างจริงจัง เพื่อให้สถานการณ์ดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปนั่นเอง



ภาพที่ 2 ตัวอย่างของการแทรกแซงด้วยศิลปะ (Lord Napier in red tape, online)

นิยามของการแทรกแซงด้วยการออกแบบ

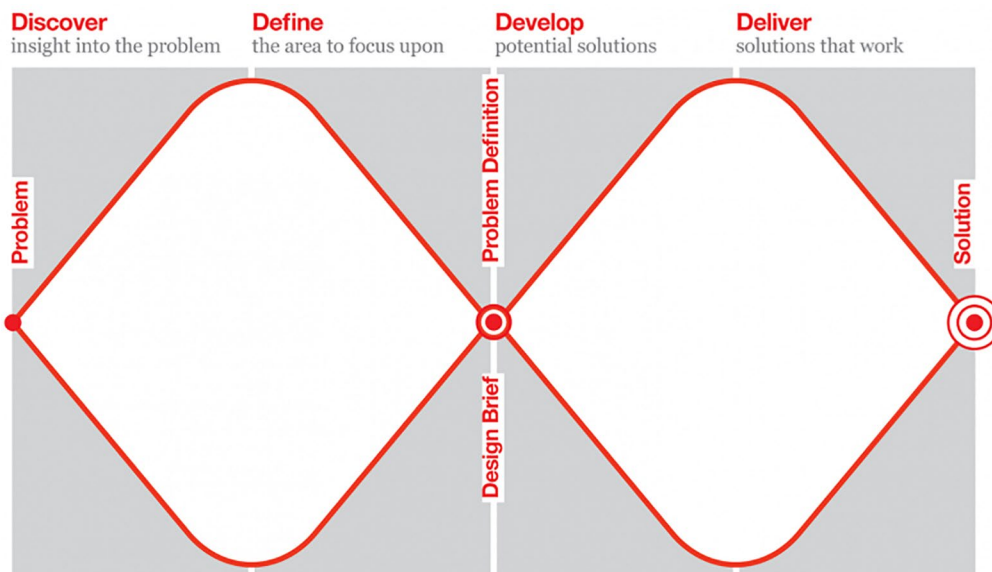
ศาสตร์ของการออกแบบได้แยกตัวออกมาจากวิจิตรศิลป์ (fine arts) อย่างชัดเจน ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 เพื่อตอบสนองความต้องการบริโภคของผู้คนที่ย้ายเข้ามาอาศัยอยู่ในเมืองเพิ่มมากขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรม (พรสนอง 2004, 84) Sir George Cox (quoted in Hunter, online) ได้ให้คำนิยามของการออกแบบว่าเป็นกระบวนการเชื่อมโยงระหว่างความคิดสร้างสรรค์กับนวัตกรรม เพื่อให้ความคิดปรากฏออกมาเป็นรูปธรรมสำหรับผู้ใช้งาน กระบวนการดังกล่าวสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ขั้นตอน (The Double Diamond, online) ได้แก่

Discover: การระบุปัญหา การค้นคว้า และการทำความเข้าใจปัญหาเบื้องต้น

Define: การกำหนดขอบเขตของปัญหาเพื่อทำการแก้ไข

Develop: การพัฒนากระบวนการแก้ไขปัญหา

Deliver: การทดสอบและประเมินผล เพื่อนำไปสู่กระบวนการผลิตและเผยแพร่



ภาพที่ 3 กระบวนการออกแบบ the Double Diamond โดย Design Council, UK
(The Double Diamond, online)

เมื่อนำนิยามของการออกแบบมาผนวกเข้าแนวคิดเกี่ยวกับแทรกแซง ทำให้การแทรกแซงด้วยการออกแบบหมายถึง กระบวนการสร้างสรรค์ที่เข้าไปมีส่วนร่วมในสถานการณ์บางอย่าง เพื่อให้สถานการณ์ดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นดังที่ได้กล่าวถึงแล้ว

การระบุสถานการณ์เพื่อแทรกแซงด้วยการออกแบบ

กระบวนการออกแบบโดยทั่วไปจะมีโจทย์มาจากลูกค้าหรือผู้ใช้อยู่แล้ว นักออกแบบมีหน้าที่แก้ปัญหามาจากโจทย์ดังกล่าว (Stone 2010, 10) แต่การระบุสถานการณ์เพื่อสร้างโจทย์ในการแทรกแซงด้วยการออกแบบ นักออกแบบจำเป็นต้องมีความรู้และความเข้าใจในสถานการณ์ที่จะแทรกแซง (Shea 2012, 7) งามพิศ (2015, 69) ได้เสนอว่าในสถานการณ์ทางสังคมทุกสถานการณ์ จะมีองค์ประกอบที่สำคัญอยู่ 3 ประการ ได้แก่ สถานที่ (place) ผู้แสดง (actors) และกิจกรรมทางสังคม (social activities) ลักษณะทางกายภาพของสถานที่จะเป็นรากฐานของสถานการณ์ มีผู้แสดงซึ่งก็คือผู้คนที่ประกอบกิจกรรมทางสังคมในบทบาทต่างๆ อยู่ในสถานที่

นักออกแบบสามารถประยุกต์ใช้เทคนิคในงานสนามทางมานุษยวิทยา (anthropological fieldwork) ซึ่งได้รับการยกย่องว่าเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ดีที่สุด (งามพิศ 2015, 118) ได้แก่ การสังเกตอย่างมีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาสถานการณ์ทางสังคม ลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (งามพิศ 2015, 121) ได้แก่ การมีเป้าหมาย 2 ประการ (dual purpose) เป้าหมายแรก คือ การเข้าร่วมกิจกรรมตามความเหมาะสมของสถานการณ์ ส่วนเป้าหมายที่สอง คือการสังเกตผู้คน กิจกรรม และลักษณะทางกายภาพของสถานที่ อย่างไรก็ตาม การออกแบบไม่ได้หยุดอยู่เพียงแค่การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม หากแต่เข้าไปแทรกแซงสภาพที่เป็นอยู่เพื่อให้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น (Gunn et al. 2013, 4) ดังนั้น ความสำคัญของการ

แทรกแซงด้วยการออกแบบจึงไม่ได้อยู่ที่ผลผลิต (output) ของการออกแบบเพียงอย่างเดียว แต่จำเป็นต้องเข้าไปแทรกแซงเพื่อเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ให้ดีขึ้นซึ่งถือเป็นผลลัพธ์ (outcome) ของการแทรกแซงด้วยการออกแบบผ่านการมีส่วนร่วม อีกทั้งผลกระทบ (impact) ของการแทรกแซงด้วยการออกแบบก็สามารถประเมินได้จากการมีส่วนร่วมของผู้คนในกระบวนการออกแบบได้อีกด้วย

วิธีการการแทรกแซงด้วยการออกแบบ

หลังจากที่นักออกแบบระบุสถานการณ์เพื่อสร้างโจทย์ในการแทรกแซงด้วยการออกแบบได้แล้ว ขั้นตอนต่อมาคือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของกระบวนการออกแบบ ซึ่งอาจจะไม่ได้มีส่วนร่วมกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยตรง แต่มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ดังกล่าว โดยเฉพาะผู้มีอำนาจตัดสินใจ (decision maker) ผู้กำหนดนโยบาย (policy maker) หรือผู้กำกับดูแล (regulators) ในการจำแนกกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว นักออกแบบจำเป็นต้องประยุกต์ใช้หลักการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholder analysis) ซึ่งเป็นศาสตร์ทางด้านการจัดการโครงการ (Project Management) John MacArthur (MacArthur 1997, 251) ได้พัฒนาวิธีการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แบ่งเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 กำหนดวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของโครงการ (การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ให้ดีขึ้น) โดยระบุเจตนาและเป้าหมายสูงสุดของโครงการ

ขั้นตอนที่ 2 จำแนกฝ่ายต่างๆ ที่อาจมีความสนใจในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ของโครงการ แบ่งเป็น

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก คือ ผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากโครงการ
2. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรอง คือ ผู้เกี่ยวข้องที่สามารถทำให้โครงการบรรลุวัตถุประสงค์
3. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอก คือ ผู้ที่สนใจผลลัพธ์ของโครงการ

ขั้นตอนที่ 3 กำหนดความสนใจของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละฝ่ายว่าอยู่ในส่วนใดของวัตถุประสงค์ของโครงการ (บางครั้งอาจจะขัดแย้งกัน)

ขั้นตอนที่ 4 จำแนกคุณลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีความสำคัญต่อวัตถุประสงค์ของโครงการและกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของโครงการ

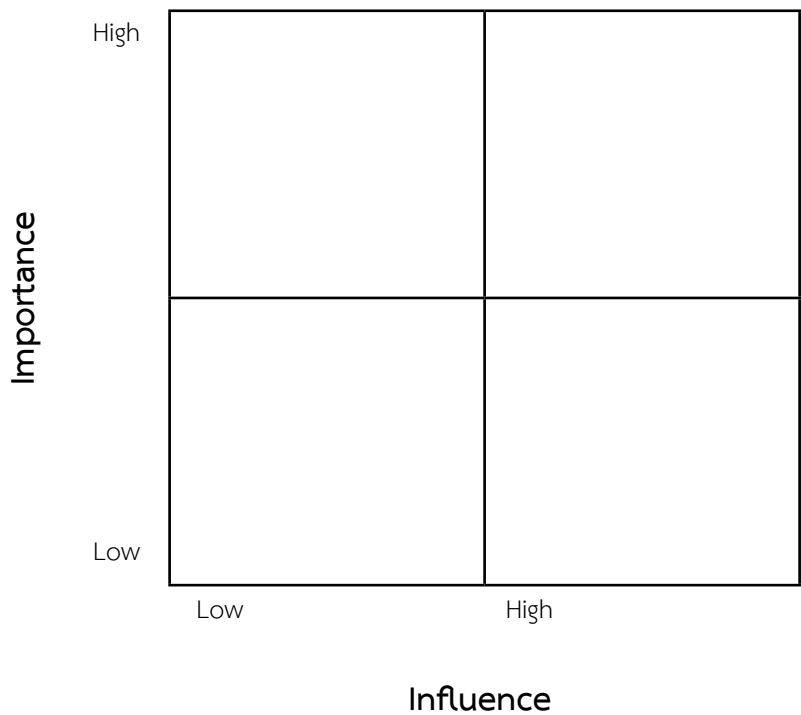
ขั้นตอนที่ 5 ตรวจสอบความแม่นยำและความสมบูรณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขั้นตอนที่ 6 กำหนดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการในทุกขั้นตอน หรือขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งเป็นอย่างน้อย

ตารางที่ 1 ตารางจำแนกประเภทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในขั้นตอนที่ 2 (MacArthur 1997, 254)

Stakeholders	Interests	Potential project impact	Relative priorities of interest
Primary First Second Third			
Secondary First Second Third			
External First Second Third			

ตารางที่ 2 ตารางจำแนกคุณลักษณะของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในขั้นตอนที่ 4 (MacArthur 1997, 254)



เมื่อนักออกแบบกำหนดผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด (โดยใช้ตารางที่ 1 ช่วยดำเนินการในขั้นตอนที่ 2 และใช้ตารางที่ 2 ในขั้นตอนที่ 4) ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของการแทรกแซงด้วยการออกแบบได้แล้ว นักออกแบบสามารถนำกลุ่มเป้าหมายมาจำแนกในกระบวนการทำงานแต่ละขั้นตอนของการออกแบบ (MacArthur 1997, 255) แบ่งเป็น

Inform คือ การแจ้งข่าวสารแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ

Consult คือ การให้คำปรึกษาแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ

Partnership คือ การร่วมมือแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ

Delegate คือ การเป็นตัวแทนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ

Control คือ การควบคุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ

จากนั้นนำมาใส่ในตารางที่ 3 ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (MacArthur 1997, 251) เข้ากับกระบวนการออกแบบ (The Double Diamond, online) มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 3 การจำแนกกระบวนการออกแบบในแต่ละขั้นตอนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย

	Inform	Consult	Partnership	Delegate	Control
Discover					
Define					
Develop					
Deliver					

เมื่อนักออกแบบระบุสถานการณ์โดยการประยุกต์ใช้เทคนิคในงานสนามทางมานุษยวิทยาและระบุกลุ่มเป้าหมายของการแทรกแซง ด้วยการประยุกต์ใช้หลักการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแล้ว จึงสามารถดำเนินการออกแบบ โดยทุกขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้ส่วนหลัก (ผู้ที่ได้รับประโยชน์โดยตรงจากโครงการ) นักออกแบบจำเป็นต้องประยุกต์ใช้หลักการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม เพื่อให้การแทรกแซงบรรลุวัตถุประสงค์ที่แท้จริง คือ การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ให้ดีขึ้น

การมีส่วนร่วมในการแทรกแซงด้วยการออกแบบ

Helen Armstrong (Armstrong and Stojmirovic 2011, 10) ได้ให้คำจำกัดความของการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม (participatory design) ไว้ว่าเป็นการสร้างระบบปลายเปิด (open – ended generative system) เพื่อให้ผู้ใช้ (ซึ่งแต่เดิมเป็นเพียงผู้ชม) เข้ามาสร้างเนื้อหาเพื่อทำระบบให้สมบูรณ์ คำจำกัดความดังกล่าวได้เปลี่ยนแปลงทัศนคติของนักออกแบบอย่างสิ้นเชิง เพราะโดยทั่วไปแล้วการออกแบบมักจะมีลักษณะจากบนลงล่าง (top-down) นักออกแบบเป็นผู้ควบคุมเพื่อให้ผู้ใช้รับรู้ผลลัพธ์ของการออกแบบตามที่ต้องการจะสื่อสาร แต่การออกแบบอย่างมีส่วนร่วมมีลักษณะตรงกันข้าม เป็นแบบล่างขึ้นบน (bottom-up) คือ นักออกแบบต้องออกแบบร่วมกับผู้ใช้เพื่อสร้างสรรค์งานออกแบบร่วมกัน เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ใช้มากกว่าผลลัพธ์ของการออกแบบ อันเป็นหัวใจสำคัญของการแทรกแซงด้วยการออกแบบให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่แท้จริง ลักษณะสำคัญของการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ข้อ (Armstrong and Stojmirovic 2011, 15) ดังนี้

ความเป็นชุมชน (community) นักออกแบบเป็นผู้สร้างเวที (platform) เพื่อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้จนเกิดบทสนทนาอย่างต่อเนื่องนำไปสู่ความเป็นชุมชนในที่สุด คุณค่าของการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของผู้ใช้ที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของชุมชนดังกล่าว (Armstrong and Stojmirovic 2011, 117)

ความเป็นหน่วยย่อย (modularity) คือ การแยกกระบวนการและผลลัพธ์ทั้งหมดของการออกแบบ ออกมาเป็นหน่วยย่อยหลายๆ หน่วย เพื่อนำไปสู่การปรับแต่งผลลัพธ์ของการออกแบบให้ตรงตามความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้มากที่สุด

ความยืดหยุ่น (flexibility) ด้วยลักษณะของการออกแบบจากล่างขึ้นบน ส่งผลให้รูปแบบของการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมจำเป็นต้องยืดหยุ่นสูง ผลลัพธ์ของการออกแบบอาจจะไม่ได้มาตรฐานเทียบเท่ากับการที่นักออกแบบซึ่งมีทักษะในการออกแบบมากกว่าผู้ใช้เป็นผู้ควบคุมการออกแบบทั้งหมด แต่การที่นักออกแบบเว้นที่ว่างให้ผู้ใช้เข้ามาสร้างสร้างงานออกแบบด้วยตัวเองจะสร้างรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับการออกแบบให้กับผู้ใช้มากกว่า

เทคโนโลยี (technology) แต่เดิมกระบวนการออกแบบคือการทำความซับซ้อนให้ออกมาในรูปแบบที่เรียบง่ายและชัดเจนที่สุด แต่กระบวนการออกแบบอย่างมีส่วนร่วมมักจะเริ่มจากความเรียบง่ายจนค่อยๆ ซับซ้อนเพิ่มขึ้นในแต่ละขั้นตอน จึงจำเป็นต้องพึ่งพาเทคโนโลยีเป็นอย่างมากในการประมวลผลการออกแบบ

การปฏิบัติการแทรกแซงด้วยการออกแบบ: กรณีศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค (Chiang Mai Design Week) 2016

ผู้วิจัยมีส่วนเกี่ยวข้องกับโครงการเทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค 2016 ในฐานะที่ปรึกษาทางด้านสื่อประชาสัมพันธ์ของโครงการ ในขณะที่ปฏิบัติงาน (พ.ศ. 2559) ผู้วิจัยยังไม่ได้เรียบเรียงแนวคิดเกี่ยวกับการแทรกแซงด้วยการออกแบบในเชิงทฤษฎี ทำให้ขั้นตอนของการปฏิบัติการปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์เฉพาะหน้า ต่อมาจึงนำแนวคิดของการแทรกแซงด้วยการออกแบบที่เรียบเรียงขึ้นใหม่ไปวิเคราะห์โครงการดังกล่าว รายละเอียดของการปฏิบัติการ มีดังนี้

การระบุสถานการณ์

จากการประยุกต์ใช้เทคนิคในงานสนามทางมานุษยวิทยา ได้แก่ การสังเกตอย่างมีส่วนร่วม ผู้วิจัยอาศัยอยู่ในชุมชนที่เลือกศึกษา ได้แก่ ชุมชนของนักออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่าโครงการเทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค เป็นโครงการที่รับผิดชอบโดยศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC) จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐและมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงเทพมหานคร สาขาที่จังหวัดเชียงใหม่มีหน้าที่รับนโยบายจากสำนักงานใหญ่มาปฏิบัติ อีกทั้งเจ้าหน้าที่ส่วนใหญ่ก็มีการโอนย้ายมาจากต่างจังหวัด ทำให้ขาดความรู้ความเข้าใจในสภาพชุมชนของนักออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่ จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญในการทำงานร่วมกัน อย่างไรก็ตาม ทางศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบก็ได้มีความพยายามที่จะเชื่อมโยงกับชุมชนนักออกแบบอย่างต่อเนื่อง ผ่านการจัดกิจกรรมมากมาย

จนกระทั่งใน พ.ศ. 2557 ทางศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบก็ได้จัดเทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค 2014 ขึ้นมาเป็นครั้งแรก ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม เทศกาลดังกล่าวยังไม่มีเชื่อมโยงกับชุมชนนักออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่เท่าใดนัก ทางผู้อำนวยการการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ จึงได้มีนโยบายจัดเทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค 2016 ให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากขึ้น (ปรัชญา 2560, 163)

จากการสังเกตดังกล่าวส่งผลให้เป้าหมายของการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์มี 2 ประการ เป้าหมายแรก คือ การออกแบบเพื่อประชาสัมพันธ์โครงการแก่คนทั่วไปที่สนใจ ส่วนเป้าหมายที่สอง คือ การใช้กระบวนการออกแบบสื่อดังกล่าวกระตุ้นให้ชุมชนนักออกแบบเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบด้วย ดังนั้น ผลผลิต (output) ของการออกแบบในโครงการนี้ คือ การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ให้กับโครงการ ส่วนผลลัพธ์ (outcome) คือ การใช้กระบวนการออกแบบสื่อ เข้าไปแทรกแซง เพื่อให้ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบเชื่อมโยงกับชุมชนนักออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น

วิธีการแทรกแซงด้วยการออกแบบ

จากการประยุกต์ใช้หลักการวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของโครงการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค 2016 ดังนี้

ตารางที่ 4 ตารางจำแนกประเภทของกลุ่มเป้าหมาย

1 กลุ่มเป้าหมายหลัก (primary stakeholders)	ชุมชนนักร้องแบบจังหวัดเชียงใหม่ เจ้าหน้าที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่
2 กลุ่มเป้าหมายรอง (secondary stakeholders)	ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
3 กลุ่มเป้าหมายภายนอก (external stakeholders)	ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

หลังจากจำแนกประเภทของกลุ่มเป้าหมายจนทราบถึงกลุ่มเป้าหมายหลักของการแทรกแซงด้วยการออกแบบ ได้แก่ ชุมชนนักร้องแบบจังหวัดเชียงใหม่ และเจ้าหน้าที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบจังหวัดเชียงใหม่¹ กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ และผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และกลุ่มเป้าหมายจากภายนอก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ นำกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว ไปจำแนกคุณลักษณะเพื่อกำหนดการทำงานในแต่ละชั้น มีรายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 5 ตารางจำแนกคุณลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย

Importance	High	ชุมชนนักร้องแบบจังหวัดเชียงใหม่	เจ้าหน้าที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบจังหวัดเชียงใหม่
		ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบ ในจังหวัดเชียงใหม่	ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่
	Low	นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
	Low	High	
Influence			

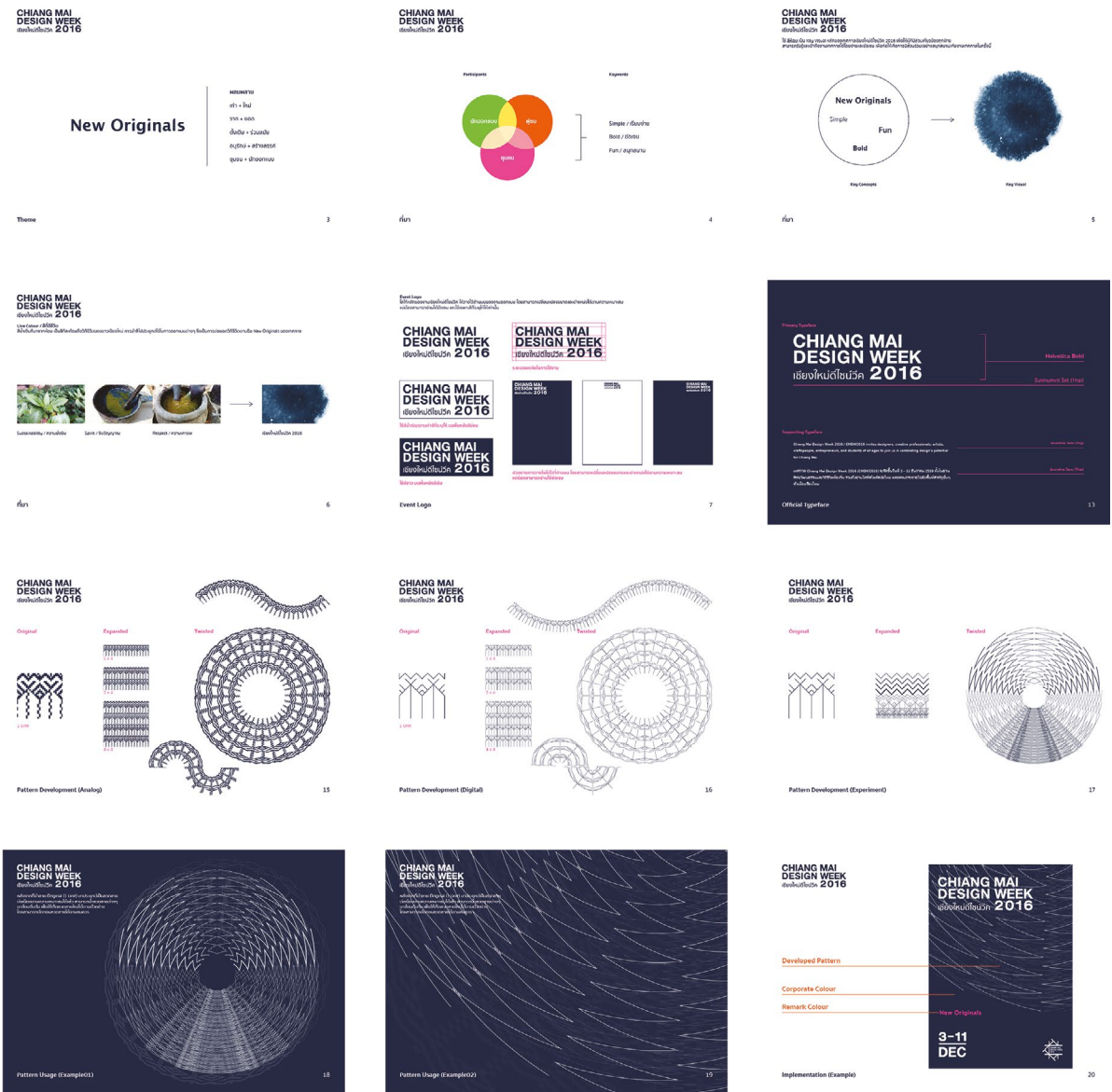
หลังจากนำกลุ่มเป้าหมายแต่ละประเภทไปวิเคราะห์ถึงความสำคัญและอิทธิพลต่อโครงการ กลุ่มที่มีความสำคัญสูงและมีอิทธิพลสูง ได้แก่ เจ้าหน้าที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มที่มีความสำคัญสูงแต่มีอิทธิพลต่ำ ได้แก่ ชุมชนนักร้องแบบจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มที่มีความสำคัญต่ำแต่มีอิทธิพลสูง ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ และผู้จัดการฝ่ายการตลาดศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และกลุ่มที่มีความสำคัญต่ำและมีอิทธิพลต่ำ ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผู้วิจัยสามารถจำแนกการทำงานในแต่ละชั้นตอนร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

¹ การปฏิบัติการเมื่อ พ.ศ. 2559 ก่อนเรียบเรียงบทความนี้ ผู้วิจัยได้มองข้ามความสำคัญและอิทธิพลของเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องซึ่งมีผลต่อโครงการเป็นอย่างสูง ทำให้เกิดปัญหาและอุปสรรคระหว่างการดำเนินการ จึงวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเพิ่มเติมในบทความชิ้นนี้

ตารางที่ 6 ตารางจำแนกกระบวนการออกแบบในแต่ละขั้นตอน

	Inform	Consult	Partnership	Delegate	Control
Discover		ผู้อำนวยการศูนย์ สร้างสรรค์ งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่		ชุมชนนักออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่	
Define	ชุมชนนักออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ เจ้าหน้าที่ศูนย์ สร้างสรรค์งาน ออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่		ผู้อำนวยการศูนย์ สร้างสรรค์งาน ออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้จัดการฝ่ายการ ตลาดศูนย์ สร้างสรรค์งาน ออกแบบ	ชุมชนนักออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่	
Develop	ผู้อำนวยการศูนย์ สร้างสรรค์งาน ออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่	ผู้จัดการฝ่าย การตลาด ศูนย์สร้างสรรค์งาน ออกแบบ	ชุมชนนักออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ เจ้าหน้าที่ศูนย์ สร้างสรรค์งาน ออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่	ผู้อำนวยการศูนย์ สร้างสรรค์งาน ออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้จัดการฝ่าย การตลาด ศูนย์สร้างสรรค์งาน ออกแบบ	
Deliver	ผู้ประกอบการ ธุรกิจเกี่ยวกับการ ออกแบบในจังหวัด เชียงใหม่ นักท่องเที่ยวทั้ง ชาวไทยและ ชาวต่างประเทศ	ผู้อำนวยการศูนย์ สร้างสรรค์งาน ออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ ผู้จัดการฝ่ายการ ตลาด ศูนย์สร้างสรรค์งาน ออกแบบ	ชุมชนนักออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่		

ในขั้นตอนการระบุปัญหา (Discover) ผู้วิจัยได้ดำเนินการในบทบาทตัวแทนของนักออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่ เข้าไปให้ข้อมูลและให้คำปรึกษาแก่ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อกำหนด โจทย์ในการออกแบบที่ชุมชนนักออกแบบสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ ในขั้นตอนการกำหนดขอบเขตงาน (Define) ผู้วิจัยยังคงเป็นตัวแทนของนักออกแบบและร่วมออกแบบคู่มือในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ ร่วมกับผู้อำนวยการและผู้จัดการฝ่ายการตลาดของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ นำเสนอคู่มือดังกล่าวให้กับ ชุมชนนักออกแบบและเจ้าหน้าที่ของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ มีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 4 ตัวอย่างคู่มือการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค 2016

จากวัตถุประสงค์ของการปฏิบัติการ คือ การใช้กระบวนการออกแบบสื่อเข้าไปแทรกแซง เพื่อให้ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบมีการเชื่อมโยงกับชุมชนนักรออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น ส่งผลให้คู่มือการออกแบบระบุเพียงแค่อีพีเอ็น คือ สีท้อม หรือ indigo และลวดลายที่เป็นหน่วยย่อย (module) เพื่อเปิดช่องว่างให้นักรออกแบบเข้ามามีส่วนร่วมในการตีความและพัฒนาแบบ (Develop) (ชลธิตา 2016, ออนไลน์) ผู้วิจัยมีบทบาทเป็นตัวแทนของศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ ดำเนินการออกแบบร่วมกับตัวแทนนักรออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่ที่แสดงความสนใจ เพื่อสร้างความเป็นชุมชนตามลักษณะที่สำคัญของการออกแบบอย่างมีส่วนร่วม นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังให้คำปรึกษาแก่ผู้จัดการฝ่ายการตลาดถึงความเหมาะสมในการนำไปใช้และแจ้งข้อมูลแก่ผู้อำนวยการศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบเป็นระยะ ไปจนถึงกระบวนการผลิตและเผยแพร่ (Deliver) ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่ ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงบุคคลทั่วไปที่สนใจซึ่งเป็นกระบวนการสุดท้ายในการออกแบบ



ภาพที่ 5 บรรยากาศการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ร่วมกับตัวแทนนักรออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่



ภาพที่ 6 ตัวอย่างสื่อประชาสัมพันธ์เทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค 2016

สรุปผลการปฏิบัติการ

ผู้วิจัยมีส่วนร่วมกับเทศกาลงานออกแบบเชียงใหม่ดีไซน์วีค 2016 ในฐานะที่ปรึกษาทางด้านสื่อประชาสัมพันธ์ มีการประยุกต์ใช้แนวคิดของการแทรกแซงด้วยการออกแบบในการให้คำปรึกษาในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์ โครงการ และใช้กระบวนการดังกล่าวเพื่อให้ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ เชื่อมโยงเข้ากับชุมชนนักออกแบบ ในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ นักออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่และเจ้าหน้าที่ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ กลุ่มเป้าหมายรอง ได้แก่ ผู้อำนวยการและผู้จัดการฝ่ายการตลาด ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ และกลุ่มเป้าหมายจากภายนอก ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจในจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ร่วมมือกับผู้อำนวยการและผู้จัดการฝ่ายการตลาด ในขั้นตอนของการกำหนดขอบเขตงาน ร่วมมือกับตัวแทนนักออกแบบในขั้นตอนของการพัฒนาแบบ ไปจนถึงการผลิตและการเผยแพร่ ส่งผลให้เกิดเวทีในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบกับชุมชนนักออกแบบในจังหวัดเชียงใหม่ อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจเกี่ยวกับการออกแบบ บางครั้งก็เป็นการตัดสินใจจากผู้บริหารที่อยู่ที่สำนักงานใหญ่ ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งไม่ได้มีโอกาสปฏิสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับชุมชนนักออกแบบจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ความรู้สึกมีส่วนร่วมของนักออกแบบลดน้อยลง อีกทั้งผู้วิจัยยังขาดความรู้และประสบการณ์ในการทำงาน ประเภทนี้ซึ่งเป็นแนวคิดที่ผู้วิจัยไม่คุ้นเคย ทำให้กระบวนการทำงานอาจจะมีการขาดตกบกพร่องไปบ้าง โดยเฉพาะขั้นตอนตรวจทานความแม่นยำและความสมบูรณ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทำให้ผลลัพธ์ของการแทรกแซงด้วยการออกแบบในครั้งนี้ยังไม่เป็นที่น่าพอใจเท่าใดนัก อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยเห็นว่าแนวคิดดังกล่าวยังสามารถนำไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ในการออกแบบโครงการอื่นๆ ได้ต่อไป

อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

แนวคิดการแทรกแซงด้วยการออกแบบ คือ การใช้กระบวนการออกแบบ ได้แก่ การระบุปัญหา (Discover) การกำหนดขอบเขตของปัญหา (Design) การพัฒนากระบวนการแก้ไขปัญหา (Develop) และการผลิตและเผยแพร่ (Deliver) เข้าไปมีส่วนร่วมในสถานการณ์บางอย่าง เพื่อให้สถานการณ์ดังกล่าวเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ การสร้างสรรค์ผลงานการออกแบบ และใช้กระบวนการดังกล่าวในการแทรกแซง เพื่อให้สถานการณ์บางอย่างดีขึ้น

ในการระบุสถานการณ์ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่ (place) ผู้แสดง (actors) และกิจกรรม (activities) นักออกแบบต้องใช้กระบวนการออกแบบในการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม จากนั้นจึงวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสถานการณ์ มาเป็นกลุ่มเป้าหมายในการออกแบบ แบ่งเป็น กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มเป้าหมายรอง และกลุ่มเป้าหมายจากภายนอก จากนั้นจึงนำกลุ่มเป้าหมายเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบ ในแต่ละขั้นตอนจนบรรลุวัตถุประสงค์ของการแทรกแซง คือ การเปลี่ยนแปลงสถานการณ์ให้ดีขึ้น ดังนั้น ผลผลิต (output) ของการออกแบบ จึงมีความสำคัญน้อยกว่าผลลัพธ์ (outcome) ของการแทรกแซง อีกทั้งยังมีผลกระทบ (impact) คือการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายในกระบวนการออกแบบ

นักออกแบบที่สนใจแนวคิดนี้จำเป็นต้องเปลี่ยนทัศนคติในการออกแบบ จากที่เดิมผู้ควบคุมผลผลิตของการออกแบบมาเป็นการสร้างกระบวนการออกแบบร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย อีกทั้งการออกแบบตามแนวคิดนี้ จำเป็นต้องประยุกต์ใช้ศาสตร์ที่หลากหลาย เช่น มานุษยวิทยา การจัดการ รวมถึงต้องมีการร่วมมือกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีที่มาจากหลากหลายสาขาอาชีพ นักออกแบบจึงจำเป็นต้องยึดหยุ่นในการทำงานสูงและมีความสามารถในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้เป็นอย่างดี รวมถึงมีทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นด้วย

บรรณานุกรม

- งามพิศ สัตย์สงวน. *การวิจัยเชิงคุณภาพทางมานุษยวิทยา*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2558.
- ชลธิดา พระเมเด “กว่าจะมาเป็น Chiang Mai Design Week 2016.” ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC). สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2018. <https://www.tcdcconnect.com/content/10801/>.
- ปรัชญา คัมภีรานนท์. “มานุษยวิทยาการออกแบบ” วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตรดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาศิลปกรรมศาสตร์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2560.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. *ประวัติศาสตร์นฤมิตรศิลป์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.
- สมพร รุ่งเรืองกลกิจ. *แนวปฏิบัติทางคลินิกเพื่อการบำบัดทางสังคมจิตใจผู้ป่วยโรคซึมเศร้าสำหรับพยาบาลจิตเวชในสถานบริการระดับตติยภูมิ*. กรุงเทพฯ: กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข, 2554.
- Armstrong H. *Participate: designing with user-generated content*. New York: Princeton Architectural Press, 2011.
- “Art Intervention.” Tate. Accessed July 2, 2018. <https://www.tate.org.uk/art/art-terms/a/art-intervention>.
- “The Design Process: What is the Double Diamond?” Design Council UK. Accessed July 3, 2018. <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond>.
- Gunn, W., Otto, T., and Smith, R. *Design Anthropology: theory and practice (3rd ed.)*. London: Bloomsbury Academic Publishing, 2015.
- Hunter, Mat. “What is Design and Why It Matters.” Creative Industries Council UK (CIC). Accessed July 3, 2018. <http://www.thecreativeindustries.co.uk/uk-creative-overview/news-and-views/view-what-is-design-and-why-it-matters>.

Lowe, V., and Tzanakopoulos, A. "Humanitarian Intervention." The Social Science Research Network (SSRN). Accessed July 2, 2018. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1701560.

MacArthur, J. "Stakeholder analysis in project planning: origins, applications and refinements of the method." *Project Appraisal* 12, (1997): 251-265.

Shea, A. *Designing for social change: strategies for community-based graphic design*. New York: Princeton Architectural, 2012.

Stone, T. *Managing the design process: implementing design*. Gloucester: Rockport, 2010.

