សិល្បៈខ្មែរអមតៈ

ការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជនកម្ពុជា នៅក្នុងសិល្បៈទស្សនីយភាព

រដូវវប្បធម៌របស់
សិល្បៈខ្មែរអមតៈ ឆ្នាំ២០២២

របាយការណ៍គម្រោង
អាម៉ាន់ដា រ៉ូជើស៍ សាយ តុលា ម៉េត មន្ថារី វ៉ែន សីហា ឡារីសា នីកូឡាស៍

CHANGING THE STORY

Swansea University
Prifysgol Abertawe

GCRF
Global Challenges
Research Fund

ស៊ុយអែត
Sverige

UKRI
Arts and
Humanities
Research Council

របាយការណ៍លទ្ធផលស្រាវជ្រាវ

អាម៉ាន់ដា រ៉ូជើស៍ សាយ គុលា ម៉េត មន្ថារី វ៉ែន សីហា នីកូឡាស៍ ឡារីសា

សាកលវិទ្យាល័យ Swansea ខែធ្នូ ឆ្នាំ២០២៣ ។

© អ្នកនិពន្ធឆ្នាំ២០២៣។ អត្ថបទទាំងអស់គឺស្ថិតនៅក្រោមអាជ្ញាប័ណ្ណ
Creative Commons Attribution-NonCommerical International 4.0 (CC-BY-NC 4.0)
https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/

ប្រភពព័ត៌មាន

រ៉ូជើស៍, អាម៉ាន់ដា សាយ គុលា ម៉េត មន្ថារី វ៉ែន សីហា ឡារីសា នីកូឡាស៍ (២០២៣)
ការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជនកម្ពុជានៅក្នុងសិល្បៈទស្សនីយភាព : រដូវវប្បធម៌របស់សិល្បៈខ្មែរអមតៈ ឆ្នាំ២០២២ ។
Swansea: សាកលវិទ្យាល័យ Swansea
DOI: http://dx.doi.org/10.23889/SUreport.65084

អ្នកថតរូប

កញ្ញា សួល ណារី (អ្នកសម្របសម្រួលផ្នែកទំនាក់ទំនង និងផ្សព្វផ្សាយ)
លោក ថន ដីកា (ជំនួយការផ្នែកទំនាក់ទំនង និងផ្សព្វផ្សាយ)

រូបភាពទាំងអស់គឺជាកម្មវត្ថុនៃការរក្សាសិទ្ធិដាច់ដោយឡែក។ រូបភាពទាំងអស់ត្រូវបានរក្សាសិទ្ធិ។

មាតិកា

សេចក្តីផ្តើម 01

- ខ្លឹមសារសង្ខេប
- គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ
- ការរកឃើញសំខាន់ៗ

បរិបទនៃការស្រាវជ្រាវ 04

រដូវវប្បធម៌របស់សិល្បៈខ្មែរអមតៈ 05

វិធីសាស្រ្តស្រាវជ្រាវ 06

ប្រជាសាស្រ្តទស្សនិកជន 07

- ជនបរទេស
- អាយុ
- មុខរបរ
- យេនឌ័រ
- កម្រិតនៃការចូលរួម
- មូលហេតុនៃការចូលរួម
- ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព្រឹត្តិការណ៍
- កត្តានៃភាពរីករាយ

ទស្សនៈវិស័យរបស់ទស្សនិកជន 18

- ចំណេះដឹង និងការយល់
- «ភាពថ្មីសន្លាង»នៅក្នុងសិល្បៈ
- បញ្ហាសង្គម
- បញ្ហាគុណតម្លៃ

បច្ចេកវិទ្យា និងការឆ្លើយតបរបស់ទស្សនិកជន 32

- Mentimeter
- ការធ្វើទីផ្សារ និងបណ្តាញសង្គម

សេចក្តីសន្និដ្ឋាន និងអនុសាសន៍ 39

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ 43

ឯកសារយោង 44

សេចក្តីផ្តើម

មានការស្រាវជ្រាវកាន់តែច្រើនឡើងអំពីទស្សនិកជនសិល្បៈ ជាពិសេសសិល្បៈល្ខោន និងរបាំ (Sedgman 2019; Walmsley 2019; Reason et al 2022)។ ប៉ុន្តែ ការស្រាវជ្រាវទាំងអស់នេះភាគច្រើន គឺផ្តោតតែនៅបណ្តាប្រទេសរីកចម្រើននៅ«ភាគខាងជើងនៃពិភពលោក»ហើយមានការស្រាវជ្រាវដែលចុះផ្សាយតិចតួចអំពីទស្សនិកជននៅអាស៊ីអាគ្នេយ៍ ជាពិសេសនៅប្រទេសកម្ពុជា។ ទោះយ៉ាងណាយើងមានរបាយការណ៍មួយមុននេះ (Rogers et al 2021) ដែលជាការស្រាវជ្រាវលើកដំបូងអំពីសមាសភាពទស្សនិកជន ការយល់ និងការនិយមចូលចិត្តរបស់ពួកគេចំពោះការសម្តែងសិល្បៈនៅក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញ។ ការស្រាវជ្រាវនេះបានលើកឡើងជុំវិញសំណួរសំខាន់មួយ ថាតើសិល្បៈសម្រាប់នរណា និងបានគូសបញ្ជាក់ថា យុវជនមិនតែងតែយល់អ្វីដែលពួកគេមើលនោះទេ។ ចំពោះគម្រោងស្រាវជ្រាវរបស់យើងនៅពេលនេះវិញ គឺធ្វើឡើងផ្អែកលើរបាយការណ៍មុននេះ ដោយយើងព្យាយាមស្វែងយល់បន្ថែមអំពីសមាសភាពទស្សនិកជនដែលចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍សម្តែងសិល្បៈនៅកម្ពុជា សិក្សាអំពីប្រតិកម្មរបស់ពួកគេ និងពិចារណាអំពីរបៀបដែលការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាសាមញ្ញៗអាចជំរុញការចូលរួម និងការយល់ដឹងរបស់ទស្សនិកជន។ ជាពិសេស តាមរយៈការប្រើ QR កូដ ទស្សនិកជនត្រូវបានស្នើសុំក)ឱ្យចូលរួមជាមួយការសម្តែងដោយប្រើកម្មវិធីឌីជីថល Mentimeter ដើម្បីបង្ហាញចំណាប់អារម្មណ៍របស់ខ្លួនចំពោះស្នាដៃដែលពួកគេបានទស្សនា ហើយ ខ) បំពេញការស្ទង់មតិ។ យើងក៏បានបង្កើតមាតិកាឌីជីថល ដើម្បីអមការសម្តែងផងដែរ។ យើងបានប្រើប្រាស់កម្មវិធីរដូវវប្បធម៌របស់អង្គការសិល្បៈខ្មែរអមតៈ ឆ្នាំ២០២២ រួមមានការសម្តែង សិក្ខាសាលា និងកិច្ចពិភាក្សា ជាករណីសិក្សា ដើម្បីធ្វើតេស្តវិធីសាស្ត្រនេះ និងវិធីសាស្ត្រផ្សេងទៀត។ រដូវវប្បធម៌ ក្រោមមូលបទ *«ទង្វើថ្ងៃនេះ ផលតបស្នងថ្ងៃស្អែក»* ត្រូវបានប្រារព្ធឡើងនៅក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញ បន្ទាប់មកធ្វើដំណើរទស្សនាចរជុំវិញប្រទេសកម្ពុជា ហើយនេះជាឱកាសពិសេសមួយដើម្បីឱ្យយើងស្វែងយល់បន្ថែមអំពីទស្សនិកជននៅតាមខេត្ត។ គម្រោងស្រាវជ្រាវនេះទទួលបានមូលនិធិពីទីភ្នាក់ងារសហប្រតិបត្តិការអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិស៊ុយអែត (SIDA) និងក្រុមប្រឹក្សាស្រាវជ្រាវសិល្បៈ និងមនុស្សសាស្ត្រ (អង្គភាពស្រាវជ្រាវ និងនវានុវត្តន៍ចក្រភពអង់គ្លេស - UKRI) តាមរយៈមូលនិធិ Network Plus Grant 'Changing the Story'។ ការរកឃើញថ្មីៗនៅក្នុងការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះផ្តល់ជាគំនិតខ្លះៗអំពីកម្រិតចំណេះដឹង និងការយល់អំពីសិល្បៈនៅក្នុងចំណោមទស្សនិកជនផ្សេងៗទូទាំងប្រទេសកម្ពុជា ទម្រង់សិល្បៈដែលពួកគេចូលចិត្ត និងជម្រើសរបស់ពួកគេក្នុងការចូលរួម និងពាក់ព័ន្ធជាមួយសិល្បៈ។ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបានផ្តល់នូវមូលដ្ឋានគ្រឹះសម្រាប់គម្រោងរួមគ្នាដែលពិនិត្យមើលអំពីរបៀបសម្របសម្រួលការរចនា និងការដាក់ដំណើរការមហោស្រពដែលដឹកនាំដោយក្រុមយុវជន។

គោលបំណងនៃការស្រាវជ្រាវ

១. ដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមអំពីប្រជាសាស្ត្រទស្សនិកជនសិល្បៈ ទាំងនៅរាជធានីភ្នំពេញ ទាំងនៅតាមបណ្តាខេត្ត។

២. ដើម្បីសាកល្បងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលជាមធ្យោបាយក្នុងការប្រមូលទិន្នន័យទស្សនិកជន ក្នុងគោលបំណងតាមដានទំហំចូលរួមរបស់យុវជនក្នុងសិល្បៈ។ គឺរួមបញ្ចូលទាំងកម្រិតនៃការយល់ ទំហំនៃការចង់ដឹងបន្ថែមអំពីសិល្បៈ តើគេឱ្យតម្លៃសិល្បៈយ៉ាងដូចម្តេច និងចង់ដឹងថាតើទស្សនិកជនអាចមានការត្រិះរិះពិចារណាលើការសម្តែងដែរឬទេ។

៣. ដើម្បីសិក្សាមើលថាតើទស្សនិកជនវ័យក្មេងមានប្រតិកម្មយ៉ាងម៉េចចំពោះការសម្តែងសិល្បៈតាមអនឡាញអំឡុងពេលកូវីដ ដែលសិល្បករបានពឹងផ្អែកលើមធ្យោបាយនេះដើម្បីបង្ហាញស្នាដៃរបស់ពួកគេនៅក្នុងប្រទេស និងក្រៅប្រទេស។

៤. ដើម្បីចែករំលែកព័ត៌មានជាមួយទស្សនិកជនអំពីការសម្តែងដែលពួកគេបានមើល រាប់តាំងពីព័ត៌មានអំពីសិល្បកររហូតដល់ទម្រង់សិល្បៈនិងស្នាដៃសិល្បៈផ្ទាល់។ការស្រាវជ្រាវដំណាក់កាលដំបូងរបស់យើងបានបង្ហាញថាយុវជនចង់បានព័ត៌មានទាំងនេះ ដើម្បីជួយឱ្យពួកគេចូលរួមបានល្អនៅក្នុងវិស័យសិល្បៈ និងវប្បធម៌កម្ពុជា។

ការរកឃើញសំខាន់ៗ

១ ការរកឃើញរបស់យើងគឺមិនស្របនឹងការរៀបរាប់ដែលអះអាងថា ទស្សនិកជនសិល្បៈទស្សនីយភាពកម្ពុជាភាគច្រើនជាបរទេសនោះឡើយ (Čopič and Šešić 2018; Nut 2019)។ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវរបស់យើងកន្លងមកក៏ជំទាស់នឹងការសន្និដ្ឋានបែបនេះដែរ ប៉ុន្តែពេលនោះយើងស្រាវជ្រាវនៅក្នុងអំឡុងពេលមានការរឹតត្បិតដោយសារជំងឺកូវីដ១៩ ដែលធ្វើឱ្យទិន្នន័យមិនអាចយកជាការបាន។ តែគម្រោងស្រាវជ្រាវរបស់យើងពេលនេះគឺធ្វើឡើងក្នុងស្ថានភាព*«ធម្មតា»* និងបង្ហាញថាជនបរទេសមានប្រហែល១៤%នៃទស្សនិកជនទាំងអស់។

២ សិស្ស/និស្សិតជាក្រុមទស្សនិកជនសិល្បៈធំជាងគេ (ប្រហែល៣០%) ប៉ុន្តែអ្នកធ្វើការ «ក្នុងការិយាល័យ» ក៏មានសមាមាត្រខ្ពស់គួរសមដែរ(ប្រហែល២៥%)។ នៅរាជធានីភ្នំពេញ ទស្សនិកជនសិល្បៈប្រហែល៦៦%អាយុក្រោម៣០ឆ្នាំ និង៨១%អាយុក្រោម៣៥ឆ្នាំ។ នៅតាមបណ្តាខេត្ត ទស្សនិកជនក្នុងវ័យនេះមានស្ទើរតែទាំងអស់នៅក្នុងគំរូសិក្សាស្រាវជ្រាវ ដោយសារទីតាំងស្ទង់មតិ(រៀបចំនៅក្នុងសាលារៀន) និងដោយសារភាពជាដៃគូ។ ទោះជាយ៉ាងណានៅក្នុងទីប្រជុំជន ការរកឃើញទាំងនេះមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដោយសារវាជាសញ្ញាចង្អុលប្រាប់ពីការផ្លាស់ប្តូរក្នុងចំណោមទស្សនិកជន និងកំណើននៃទស្សនិកជនវ័យក្មេង កម្រិតជីវភាពមធ្យម ដែលចង់ទស្សនានិងគាំទ្រសិល្បៈ។វាជាភស្តុតាងចង្អុលប្រាប់ថានេះជាការចាប់ផ្តើមឈានទៅមុខដែលលើសពីទស្សនិកជនស្នូលដែលទៅមើលសិល្បៈ។

៣ ការរកឃើញរបស់យើងបង្ហាញថា ទស្សនិកជនមិនសូវដឹងច្បាស់អំពីទស្សនីយភាពដែលគេកំពុងតែទស្សនានោះទេ គឺការយល់ដឹងរបស់គេមានកម្រិតទាបមែនទែន។ នៅរាជធានីភ្នំពេញ ការយល់ដឹង កម្រិតវប្បធម៌ និងការរិះគិតគឺខ្ពស់ជាង ប៉ុន្តែក៏នៅមានបំណងជាទូទៅមួយដែលចង់យល់ដឹងបន្ថែមទៀតនិងមានអារម្មណ៍មួយដែលយុវជនមិនដឹងគ្រប់គ្រាន់អំពីសិល្បៈ ឬស្គាល់ឱ្យបានច្បាស់គ្រប់គ្រាន់នៅឡើយ។ នៅមានភាពតានតឹងជុំវិញគោលបំណងនៃសិល្បៈចំពោះទស្សនិកជន គឺមិនដឹងថាសិល្បៈគួរតែបកស្រាយបញ្ហាវប្បធម៌និងសង្គម គុណតម្លៃ និងវិសាលភាពដែលគួរតែអភិរក្សសិល្បៈឬអភិវឌ្ឍប្រពៃណី។ ការណ៍សំខាន់គឺត្រូវស្គាល់ថាមវន្តទាំងនេះដើម្បីគាំទ្រនិរន្តរភាពនៃសិល្បៈ ជារឿងដែលបង្ហាញវត្តមាននៅរួមគ្នាជាមួយការជជែកដេញដោលទូលំទូលាយជុំវិញការកំណត់ថា តើគួរឬ មិនគួរក្នុងការឱ្យសិល្បៈទៅជាសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្ម និងគួរឱ្យសិល្បៈទៅជាសហគ្រាសពាណិជ្ជកម្មដោយរបៀបណា។ នេះជាប្រធានបទដែលកំណត់ដោយជៀសមិនរួចពីប្រវត្តិសាស្ត្ររបស់ប្រទេសកម្ពុជាដែលលុបបំបាត់សិល្បៈជិតអស់និងការចាប់ផ្តើមរស់រានឡើងវិញ។

៤ ទស្សនិកជនទន្ទឹងចង់មើល*«ស្នាដៃថ្មីៗ»* ប៉ុន្តែនេះប្រហែលជាសិល្បៈបុរាណដែលពួកគេមិនធ្លាប់បានមើលពីមុនមកទេ។ ជាទូទៅ [យើងឃើញ]មានចំណង់ពិតប្រាកដក្នុងការមើលស្នាដៃប្រភេទផ្សេងៗ។ នេះមានន័យថាការសំខាន់គឺត្រូវថែរក្សាភាពចម្រុះនៃប្រព័ន្ធអេកូសិល្បៈរបស់កម្ពុជា។

៥ ទស្សនិកជនមានការពិចារណាច្រើនណាស់ សូម្បីពួកគេមិនសុទ្ធតែយល់ពីទស្សនីយភាពដែលពួកគេមើលនោះគ្រប់ផ្នែកក៏ដោយ។ ការឆ្លើយសំណួរបង្ហាញថា សកម្មភាពសិល្បៈបង្កើនសារៈសំខាន់ដែលភ្ជាប់ទៅនឹងប្រធានបទនិងចំណេះដឹងជាក់លាក់អំពីមូលបទវប្បធម៌ឬមូលបទសង្គមណាមួយ (ដូចជា ប្រពៃណីជនជាតិដើម ឬការរេចរឹលនៃបរិស្ថាន)។ ទិន្នន័យពីកម្មវិធី Mentimeter របស់យើងបង្ហាញការពិចារណាយ៉ាងល្អិតល្អន់ និងជួយលើកទឹកចិត្តដល់ផ្នែកនេះ។ទោះជាយ៉ាងណាការណ៍នេះមានលក្ខណៈស្មុគស្មាញដោយសារការពិតដែលយុវជនច្រើនតែរំពឹងចង់បានចម្លើយ *«មួយ»* ចំពោះសំណួរជាក់លាក់ណាមួយ ឬចង់បានការពន្យល់ *«មួយ»* អំពីស្នាដៃសិល្បៈមួយ។ ពេលខ្លះពួកគេយល់ថា ពហុភាពនិងភាពប្រយោលនៃស្នាដៃសិល្បៈជារឿងធ្វើឱ្យពិបាកទៅវិញ។

៦

ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាក្នុងពេលជាក់ស្តែងដើម្បីប្រមូលចម្លើយពីទស្សនិកជនជួយបង្កើនអត្រាឆ្លើយតបបានគួរសមក្នុងការប្រមូលគំនិតយោបល់ និងទិន្នន័យមនុស្សដែលចូលរួម(ទស្សនិកជន១នាក់ក្នុងចំណោម៣នាក់ចូលរួមមើលស្នាដៃនៅកន្លែងដែលយើងសាកល្បងវិធីសាស្ត្រទាំងនេះ បើប្រៀបធៀបជាមួយឆ្នាំ២០២០គឺមាន១នាក់ក្នុងចំណោម៦នាក់)។ ជាទូទៅ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាក្នុងរបៀបដែលយើងបានរៀបចំឡើង អនុវត្តបានប្រសើរក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ផ្លាស់ប្តូរចំណេះដឹងតូចតាចជាងការផលិតទ្រង់ទ្រាយធំទោះយ៉ាងណាយើងប្រើប្រាស់បានជោគជ័យក្នុងកន្លែងទាំងពីរនេះ។ ការណ៍នេះប្រហែលដោយសារប្រភេទនៃព្រឹត្តិការណ៍និងទស្សនិកជនដែលចូលរួម(ពោលគឺទស្សនិកជននៅក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ផ្លាស់ប្តូរចំណេះដឹងច្រើនតែចូលចិត្តចង់យល់ដឹងនិងពិចារណាអំពីសិល្បៈ)។សូម្បីនៅក្នុងកន្លែងធំៗក៏នៅមានបញ្ហាបច្ចេកវិទ្យាដែរហើយនៅក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ធំៗមនុស្សខ្លះត្រឹមតែទៅមើលនិងកម្សាន្តប៉ុណ្ណោះ។វិធីសាស្ត្ររបស់យើងក៏ថ្មីនិងមិនសូវមានអ្នកស្គាល់ក្នុងចំណោមទស្សនិកជនដែលជាធម្មតាក្រោកចេញពីកៅអីភ្លាមៗក្រោយពេលការសម្តែងចប់។

៧

ទោះបីមានព័ត៌មាននិងការចាក់បញ្ចាំងនៅលើអ៊ីនធឺណែត ក៏ទស្សនិកជនវ័យក្មេងយ៉ាងច្រើននៅតែចង់មើលការសម្តែងផ្ទាល់ដែរ ដើម្បីបង្ហាញការគាំទ្រដោយផ្ទាល់ដល់សិល្បករ និងចង់មានអន្តរកម្មផ្ទាល់(ម៉្យាងទៀត មើលផ្ទាល់គឺមិនសូវមានបញ្ហារំខានពីភាពរអាក់រអួលនៃអ៊ីនធឺណែត)។ ទោះជាយ៉ាងណា ការចាក់បញ្ចាំងតាមអ៊ីនធឺណែតជាច្រកសំខាន់ចំពោះអ្នកនៅតាមបណ្តាខេត្តដែលចាប់អារម្មណ៍លើសិល្បៈ តែមិនមានឱកាសបានមកមើលផ្ទាល់។ ម៉្យាងទៀត សិល្បករយល់ថា ការបញ្ចាំងការសម្តែងតាមអនឡាញមានប្រយោជន៍ចំពោះការពង្រីកគំនិត និងបណ្តាញទំនាក់ទំនងរបស់ខ្លួន ហើយអាចទុកជាបណ្ណសារថែមទៀត។ ការណ៍នេះសំខាន់ ដោយសារប្រទេសកម្ពុជាមិនមានបណ្ណសារឯកសារជាក់លាក់ទេសម្រាប់សិល្បៈទស្សនីយភាព។

បរិបទនៃការស្រាវជ្រាវ

គ្រប់គ្នាសុទ្ធតែដឹងយ៉ាងច្បាស់ថា សិល្បៈកម្ពុជាបានឆ្លងកាត់សម័យកាលនៃការរស់ជាថ្មី និងការស្តារឡើងវិញក្រោយរបបខ្មែរក្រហម(១៩៧៥-១៩៧៩) ហើយនេះជាចំណុចសំខាន់នៃការកសាងជាតិឡើងវិញក្រោយសង្គ្រាម។ ទោះយ៉ាងណាខណៈដែលមានការផ្តោតការយកចិត្តទុកដាក់ខ្លាំងនៅក្នុងរដ្ឋាភិបាល គោលនយោបាយ និងការស្រាវជ្រាវអំពីសិល្បករកម្ពុជាដំណើរការច្នៃប្រតិដ្ឋនិងស្នាដៃសិល្បៈរបស់ពួកគេប៉ុន្តែការស្រាវជ្រាវអំពីទស្សនិកជននៃសិល្បៈទស្សនីយភាពមិនមានគ្រប់គ្រាន់ទេ។ គោលនយោបាយជាតិស្តីពីវិស័យវប្បធម៌(២០១៤) មាននិយាយតិចតួចអំពីទស្សនិកជនឬអ្នកប្រើប្រាស់ផលិតផលវប្បធម៌ពីលើ*«ការផ្សព្វផ្សាយ និងការជំរុញសាធារណជនចូលរួមនៅក្នុងការថែរក្សានិងការអភិវឌ្ឍវប្បធម៌ជាតិ»* និងគាំទ្រសហគមន៍និងអង្គការនៅក្នុងសកម្មភាពទាំងនេះ(ទំ.៦)។ ខណៈពេលដែលមានការចង់លើកកម្ពស់ការចូលរួមនិងការផ្សព្វផ្សាយ តែនៅក្នុងគោលនយោបាយមិនមាននិយាយថាត្រូវធ្វើដូចម្តេច អ្នកណាជាទស្សនិកជនក្នុងវិស័យនេះ ឬក៏ពួកគេមានចំណេះ ការយល់ដឹង ឬការចូលរួមកម្រិតណា។ ចំណុចទាំងអស់នេះមានសារៈសំខាន់ដែលគេត្រូវដឹង ដើម្បីធ្វើឱ្យមានការចូលរួមរបស់សាធារណជននៅក្នុងវិស័យសិល្បៈប្រកបដោយប្រសិទ្ធភាព ផ្សព្វផ្សាយពីវប្បធម៌កម្ពុជា និងការសម្រេចចិត្តជុំវិញប្រភេទជំនួយបែបណាដែលសិល្បករត្រូវការសម្រាប់សកម្មភាពផ្សព្វផ្សាយ និងការចូលរួម។

គម្រោងនេះគឺចាប់ផ្តើមឡើង ដើម្បីដោះស្រាយបញ្ហាអតុល្យភាពនេះ។ យើងផ្អែកលើការស្រាវជ្រាវមុន (Rogers et al 2021)ជាការស្រាវជ្រាវដំបូងគេដែលរួមបញ្ចូលការសិក្សាអំពីទស្សនិកជននៃសិល្បៈទស្សនីយភាពកម្ពុជា។ការស្រាវជ្រាវនេះផ្តល់នូវទិន្នន័យលម្អិតអំពីទស្សនិកជនសិល្បៈនៅទីក្រុងភ្នំពេញ និងចាប់ផ្តើមពង្រីកទិន្នន័យទៅដល់បណ្តាខេត្ត(ដោយកំណត់យកទីតាំងតាមកម្មវិធីទស្សនាចររដូវវប្បធម៌)។វាខុសពីនិន្នាការពេញនិយមនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវពាក់ព័ន្ធនឹងទស្សនិកជនដែលច្រើនតែផ្តោតលើបណ្តាប្រទេសរីកចម្រើននៅភាគខាងជើងរបស់ពិភពលោក ហើយឆ្លើយតបនឹង*«តម្រូវការបន្ទាន់ដើម្បីចូលរួមយ៉ាងសកម្ម ទាំងការធ្វើឱ្យមានភាពចម្រុះ និងការដកអាណានិគមចំពោះការសិក្សាវិភាគអំពីទស្សនិកជន»* (Reasonetal2022)។សិល្បករនៅកម្ពុជាតែងតែខ្វល់ខ្វាយពីការផ្សារភ្ជាប់ស្នាដៃរបស់ពួកគេទៅនឹងសង្គមប៉ុន្តែទស្សនិកជនមិនតែងតែមើលឃើញពីទំនាក់ទំនងនេះទេ ឬមានអាទិភាពផ្សេងទៀតជុំវិញអ្វីដែលពួកគេមានអារម្មណ៍ថាជាបញ្ហាសំខាន់របស់សង្គមដែលពួកគេចង់មើលឃើញស្នាដៃសិល្បៈនិយាយអំពីរឿងនោះ (Rogers et al 2021)។ វាតែងតែមានភាពតានតឹងរវាងប្រតិកម្មបុគ្គលនិងសមូហភាពនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវអំពីទស្សនិកជនក៏ដូចជាថាមវន្តរវាងទស្សនិកជននិងអ្នកសម្តែងផងដែរ (Walmsley 2019)។ ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះមិនមានបំណងផ្សព្វផ្សាយផ្តោតតែទៅលើទស្សនិកជននោះទេ។ ការផ្តោតតែទៅលើការចង់បានរបស់ទស្សនិកជនអាចនឹងត្រូវគេបកស្រាយថាជាការដាក់ក្របកម្រិតទៅលើការច្នៃប្រតិដ្ឋសិល្បៈ ឬក៏ថាសិល្បករគួរបង្កើតអ្វីមួយដើម្បីបំពេញតម្រូវការទីផ្សារ។ ប៉ុន្តែទោះយ៉ាងណា ដូច Reason et al (2022) អះអាងអ៊ីចឹង ទស្សនិកជនគឺជាគន្លឹះនៃការបង្កើត និងផ្សព្វផ្សាយគំនិតជុំវិញសិល្បៈទស្សនីយភាព ដូច្នេះហើយ វាមានតម្លៃក្នុងការស្វែងយល់អំពីទស្សនៈ និងចំណូលចិត្តរបស់ទស្សនិកជន។ ទោះបីជាពេលខ្លះ ទស្សនិកជនមានការពិបាកក្នុងការបញ្ចេញគំនិត និងអារម្មណ៍ក៏ដោយ។

លើសពីនេះ ការសិក្សានេះប្រើប្រាស់ទម្រង់ផ្សេងៗនៃបច្ចេកវិទ្យា ដើម្បីសាកល្បង និងប្រមូលទិន្នន័យអំពីការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជន ដោយហេតុថាប្រជាជនកម្ពុជា ជាពិសេសក្មេងជំនាន់ក្រោយជាអ្នកចេះបច្ចេកវិទ្យា។ ការប្រើប្រាស់ទូរស័ព្ទស្មាតហ្វូនកំពុងកើនឡើងនៅទូទាំងប្រទេស ហើយឥឡូវនេះ វាជាមធ្យោបាយចម្បងសម្រាប់ការទំនាក់ទំនង និងការប្រើប្រាស់អ៊ីនធឺណិត (Kemp 2021)។ ដូច្នេះហើយ យើងចង់ស្វែងយល់ពីរបៀបដែលទស្សនិកជនអាចចូលប្រើប្រាស់ និងមើលស្នាដៃឌីជីថល ក៏ដូចជាការមើលខ្លឹមសារដែលទាក់ទងនឹងសិល្បៈផ្សេងទៀតតាមអ៊ីនធឺណិត។ យើងក៏ចង់ស្វែងយល់ដែរអំពីលទ្ធភាពនៃការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាតាមទូរស័ព្ទ ដើម្បីសម្រួលដល់ការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជននៅក្នុងវិធីដែលអាចមានសកម្មភាពអន្តរកម្មកាន់តែច្រើន ឬជំរុញឱ្យមានការឆ្លុះបញ្ចាំងសំខាន់ៗលើស្នាដៃដែលបានបង្ហាញ។ ក្នុងន័យនេះ ការសិក្សានេះរួមចំណែកដល់ការស្រាវជ្រាវកាន់តែទូលំទូលាយមួយ ដែលចាប់អារម្មណ៍អំពីរបៀបដែលទស្សនិកជនចូលរួមក្នុងសិល្បៈ និងវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗដែលអាចត្រូវបានប្រើដើម្បីជំរុញការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជន (Snyder-Young and Omasta 2022)។ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាតាមទូរស័ព្ទ ដើម្បីប្រមូលទិន្នន័យ និងព័ត៌មានពីការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជនគឺស្ថិតក្នុងដំណាក់កាលសិក្សានៅឡើយនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវដែលត្រូវបានធ្វើឡើងកន្លងមក (មើល Jacobson 2022) ធ្វើឱ្យការស្រាវជ្រាវនេះជាការរួមចំណែកដ៏សំខាន់មួយដល់ការសិក្សាដែលមានស្រាប់ ទាំងនៅក្នុងបរិបទប្រទេសកម្ពុជា និងបរិបទធំជាងនេះ។

រដូវវប្បធម៌របស់សិល្បៈខ្មែរអមតៈ

ការស្រាវជ្រាវនេះធ្វើឡើងជាផ្នែកមួយនៃរដូវវប្បធម៌របស់អង្គការសិល្បៈខ្មែរអមតៈឆ្នាំ២០២២។ ព្រឹត្តិការណ៍នេះបានចាប់ផ្តើមប្រារព្ធឡើងតាំងពីឆ្នាំ២០១៨ និងមានកម្មវិធីផ្សេងៗប្រព្រឹត្តទៅរយៈពេល២ខែ ជុំវិញប្រធានបទដែលជំរុញឱ្យមានកិច្ចសន្ទនារវាងសិល្បករ និងទស្សនិកជន និងញ៉ាំងឱ្យមានការពិចារណាលើសង្គមកម្ពុជា។ រដូវវប្បធម៌បង្ហាញព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈប្លែកៗ មានជាអាទិ៍ល្ខោនអាន ការបញ្ចាំងភាពយន្ត រួមទាំងការសម្តែងដូចជាល្ខោននិយាយ និងទម្រង់ផ្សេងៗនៃតន្ត្រី និងរបាំទៀតផង។ ព្រឹត្តិការណ៍ទាំងអស់នេះភាគច្រើនគឺទទួលបានមូលនិធិផលិតពីសិល្បៈខ្មែរអមតៈ។ រដូវវប្បធម៌ក៏មានកម្មវិធីអន្តរកម្ម ដើម្បីអមកម្មវិធីសិល្បៈផងដែរ រួមមានសិក្ខាសាលា ការជជែកពិភាក្សា បទបង្ហាញ និងការពិភាក្សារបស់វាគ្មិន។ កម្មវិធីទាំងនេះមានគោលបំណងផ្សារភ្ជាប់ទស្សនិកជនជាមួយស្នាដៃសិល្បៈ តាមរយៈការជំរុញឱ្យមានការចូលរួមតាមបែបផែនផ្សេងៗ(ឧ.សិក្ខាសាលាអំពីប្រធានបទឬទម្រង់សិល្បៈជាក់លាក់ណាមួយ) និងបំផុសឱ្យមានកិច្ចសន្ទនា និងការជជែកវែកញែកទាក់ទងនឹងមូលបទនៃកម្មវិធីនេះ។

នៅឆ្នាំ២០២២ មូលបទរដូវវប្បធម៌គឺ*«ទង្វើថ្ងៃនេះ ផលតបស្នងថ្ងៃស្អែក»*។ គោលបំណងគឺបង្ហាញស្នាដៃដែលទាក់ទងនឹងមូលបទនេះតាមវិធីផ្សេងៗឧទាហរណ៍ស្នាដៃដែលបង្ហាញពីឥទ្ធិពលនៃសកម្មភាពនិងការសម្រេចគោលនយោបាយធ្វើឡើងនៅថ្នាក់ជាតិទៅលើជីវិតប្រចាំថ្ងៃរបស់ប្រជាជន ដូចជារបាំសហសម័យដែលមានចំណងជើងថា*«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច / ចុះហើយ ដកណៅចេ»*ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីសកម្មភាពជីវិតប្រចាំថ្ងៃ និងការសម្តែងរបស់សហគមន៍ជនជាតិដើមភាគតិចកួយនៅខេត្តស្ទឹងត្រែង។របាំនេះក៏ឆ្លុះបញ្ចាំងពីផលប៉ះពាល់នៃការបំផ្លាញបរិស្ថានទៅលើការចិញ្ចឹមជីវិតរបស់ជនជាតិដើមភាគតិចផងដែរ។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ មានស្នាដៃមួយលើកឡើងពីផលវិបាកនៃការសម្រេចចិត្តរបស់មនុស្ស ដូចជាល្ខោននិយាយរឿង*«បុគ្គលជោគជ័យ»* ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងអំពីការឆបោកនៃការរកស៊ីបែបពីរ៉ាមីត និងកម្ចីមីក្រូហិរញ្ញវត្ថុ ដែលបញ្ហានេះកំពុងរីកដុះដាលនៅក្នុងសង្គមកម្ពុជាបច្ចុប្បន្ន។

រដូវវប្បធម៌ឆ្នាំ២០២២មានការចូលរួមពីសិល្បករ១២៤នាក់ និងផលិតកម្មអាជីពចំនួន៨ ដោយមានការសម្តែងសិល្បៈទស្សនីយភាពថ្មីចំនួន៩ស្នាដៃ ភាពយន្តខ្លីចំនួន៣ និងអក្សរសិល្ប៍បែបច្នៃប្រតិដ្ឋចំនួន៤។ លើសពីនេះ នៅមានកិច្ចពិភាក្សាចំនួន២ស្តីអំពីសិល្បៈនៅក្នុងសង្គមកម្ពុជាបច្ចុប្បន្ន។ ការដំឡើងស្នាដៃចំនួន៣ (រឿង *«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច»* រឿង *«ផ្ទះកសិដ្ឋានធម្មជាតិ»* និងរឿង*«បុគ្គលជោគជ័យ»*) រួមជាមួយពិព័រណ៍ ការអានស្នាដៃអក្សរសិល្ប៍បែបច្នៃប្រតិដ្ឋ និងការបញ្ចាំងភាពយន្ត បានធ្វើដំណើរទស្សនាចរទៅកាន់ខេត្តសៀមរាប បាត់ដំបង បន្ទាយមានជ័យ និងកំពង់ធំ។ មិនមែនគ្រប់ស្នាដៃទាំងអស់ត្រូវបានយកទៅបង្ហាញគ្រប់ទីតាំងនោះទេ។ អង្គការសិល្បៈខ្មែរអមតៈបានធ្វើការជាមួយនាយកសាលា គ្រូបង្រៀន និងអ្នកដឹកនាំផ្នែកសិល្បៈនៅតាមមូលដ្ឋាន ដើម្បីរៀបចំខ្លឹមសារសមស្របយកទៅបង្ហាញតាមកន្លែងនីមួយៗ។ កម្មវិធីទស្សនាចររដូវវប្បធម៌នៅតាមខេត្តរៀបចំឡើងនៅក្នុង១២សហគមន៍ខុសៗគ្នាដូចជាសាលាគរុកោសល្យសាលារៀនសាធារណៈ វត្តអារាម ភូមិក្រុមជនជាតិដើមភាគតិច ជាពិសេសអ្នកដែលមិនមានលទ្ធភាពចូលមើលសិល្បៈ។

វិធីសាស្ត្រ

រាល់ការផលិតស្នាដៃទាំងអស់មិនមែនសុទ្ធតែបានធ្វើការសាកល្បងទេ ដោយសារកត្តាពេលវេលា និងទំហំនៃព្រឹត្តិការណ៍។ យើងប្រើកម្មវិធី Mentimeter សម្រាប់ស្នាដៃចំនួន៤ធំៗនៅទីក្រុងភ្នំពេញ ៖ ល្ខោននិយាយរឿង*«បុគ្គលជោគជ័យ»* របស់សួស យ៉ាមី , ភាពយន្តរបាំសហសម័យពីល្ខោនខោលរឿង*«សកេរ»* (អ្នករបាំសុទ្ធតែប្រុស) របស់ង៉ែត រ៉ាឌី ,ចម្រៀងចាប៉ី*«កំណត់ហេតុចាប៉ី»*ដឹកនាំដោយគាត សុគីម និងរបាំសហសម័យរឿង*«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច»*សហការរវាងមេដឹកនាំសិល្បៈជនជាតិកួយ ខា ស្រស់ និងក្រុម Silverbelle។ យើងក៏បានប្រើឧបករណ៍នេះនៅក្នុងកម្មវិធីអន្តរកម្មតូចៗចំនួន៣ផងដែរ រួមមានការបញ្ចាំងភាពយន្តខ្លី ស្តីអំពីសហគមន៍ជនជាតិដើមភាគតិច ល្ខោនអានអត្ថបទនិពន្ធថ្មី និងសិក្ខាសាលាអំពីការនិពន្ធបទចម្រៀង។ ការជ្រើសរើសបែបនេះអនុញ្ញាតឱ្យយើងទទួលបានអ្នកចូលរួមដែលមានចំណាប់អារម្មណ៍ខុសៗគ្នា។នៅតាមខេត្តការប្រើបច្ចេកវិទ្យាមានឧបសគ្គខ្លាំងហើយការជ្រើសរើសស្នាដៃគឺធ្វើតាមកម្មវិធីទស្សនាចររដូវវប្បធម៌របស់សិល្បៈខ្មែរអមតៈ ប៉ុន្តែយើងជ្រើសរើសធ្វើជាមួយស្នាដៃ៤ដដែល ដើម្បីឱ្យដូចគ្នា និងអាចប្រៀបធៀបបាន (*«បុគ្គលជោគជ័យ» «បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច»* ល្ខោនអានអត្ថបទនិពន្ធថ្មី និងការបញ្ចាំងភាពយន្តជនជាតិដើមភាគតិច)។ទោះយ៉ាងណានៅតាមខេត្តទស្សនិកជននៅក្នុងក្រុមគោលដៅខ្លះបានទស្សនាល្ខោននិយាយដែលសិល្បៈខ្មែរអមតៈយកទៅបង្ហាញផងដែរ គឺរឿង*«ផ្ទះកសិដ្ឋានធម្មជាតិ»* និពន្ធដោយជា សុខយូ។

១ នៅចុងបញ្ចប់នៃការសម្តែង យើងបានបង្ហាញ QR នៅលើអេក្រង់ដែលភ្ជាប់ទៅកម្មវិធី Mentimeter ហើយស្នើឱ្យទស្សនិកជនឆ្លើយកម្រងសំណួរឬសំណួរជ្រើសរើសទាក់ទងនឹងស្នាដៃដែលពួកគេទើបតែទស្សនាហើយ។សំណួរទាំងអស់គឺចង់ឱ្យទស្សនិកជនពិចារណាលើស្នាដៃសិល្បៈដែលបានបង្ហាញ ឧទាហរណ៍យើងសួរពួកគេថាបើពួកគេជាតួអង្គក្នុងរឿង តើពួកគេធ្វើដូចម្តេច ឬក៏តាមរយៈការសួរថាតើពួកគេយល់ឃើញយ៉ាងដូចម្តេចចំពោះស្នាដៃសិល្បៈណាមួយ។ ទស្សនិកជនអាចមើលឃើញចម្លើយភ្លាមៗលើអេក្រង់ ប៉ុន្តែមិនបញ្ចេញឈ្មោះទេ។ នៅទីក្រុងភ្នំពេញមនុស្ស២៧៨នាក់បានចូលរួមឆ្លើយ ប៉ុន្តែការប្រើ Mentimeter នៅតាមខេត្តគឺស្មុគស្មាញបន្តិច។ ជានិច្ចកាល យើងត្រូវសម្របខ្លួននឹងបញ្ហាលំបាកផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាឧទាហរណ៍យើងបានប្រើដំណោះស្រាយដែលមានបច្ចេកវិទ្យាទាបដូចជាក្រដាសកូដពណ៌ជំនួសឱ្យ Mentimeter ពេលអ៊ីនធឺណែតរអាក់រអួល។ សិស្សសាលាមធ្យមវិចិត្រសិល្បៈនៅទីក្រុងភ្នំពេញក៏ប្រើវិធីសាស្ត្រនេះដែរ។ពេលខ្លះទស្សនិកជនបំពេញការស្ទង់មតិដោយប្រើប៊ិចនិងក្រដាសប្រសិនបើបច្ចេកវិទ្យាពិបាកខ្លាំង ឬប្រសិនបើគ្មានបណ្តាញអ៊ីនធឺណិតនៅតាមខេត្ត (សូម្បីតាមស៊ីមទូរស័ព្ទ)។ ពេលខ្លះទស្សនិកជននៅតាមខេត្តមិនសូវថ្នឹកនឹងការប្រើ QR ហើយគ្មានបទពិសោធន៍ផ្នែកបច្ចេកវិទ្យាដូចយើងគិតនោះទេ។ មានពេលខ្លះទៀតយើងពិបាកនឹងធ្វើការស្ទង់មតិតែម្តងទោះយើងព្យាយាមយ៉ាងណាក៏ដោយ។

២ បន្ទាប់ពីការប្រើ Mentimeter យើងក៏ស្នើសុំឱ្យទស្សនិកជនបំពេញការស្ទង់មតិអនឡាញទៀត តាមរយៈកូដ QR ។ វាជាការចូលរួមដោយមិនបង្ហាញអត្តសញ្ញាណដែរ ហើយលទ្ធផលមិនត្រូវបានចែករំលែក ឬបង្ហាញឱ្យឃើញជាសាធារណៈទេ។ យើងទទួលបានចម្លើយពីមនុស្ស១៩៥នាក់នៅទីក្រុងភ្នំពេញ និង១១៧នាក់នៅតាមខេត្ត។

៣ ខ្លឹមសារបន្ថែមពាក់ព័ន្ធនឹងស្នាដៃសិល្បៈដែលត្រូវបានចែករំលែកនៅក្នុងរដូវវប្បធម៌ក៏ត្រូវបានបង្កើតឡើងដែរ ដូចជាអត្ថបទជាភាសាខ្មែរចំនួន១១អត្ថបទ អត្ថបទពីរភាសាចំនួន២អត្ថបទ (ខ្មែរនិងអង់គ្លេស) និងវីដេអូជាភាសាខ្មែរ៦វីដេអូ។ ខ្លឹមសារឯកសារទាំងនេះគឺបែបព័ត៌មាន ផលិតឡើងដើម្បីឱ្យទស្សនិកជនទទួលបានចំណេះដឹងបន្ថែមលើស្នាដៃសិល្បៈណាមួយ។ គឺមានតាំងពីការសម្ភាសន៍ជាមួយអ្នកនិពន្ធ និងអ្នកសម្តែង រហូតដល់ការស្វែងយល់ស៊ីជម្រៅអំពីសាច់រឿងនៅពីក្រោយស្នាដៃទាំងនោះថែមទៀត។ ឯកសារទាំងអស់នេះត្រូវបានចែករំលែកតាមទំព័រហ្វេសប៊ុក និងតេឡេក្រាមរបស់អង្គការសិល្បៈខ្មែរអមតៈដោយចុចតំណភ្ជាប់ពីគេហទំព័រខាងក្រៅដែលអនុញ្ញាតឱ្យយើងអាចតាមដានទំនោរនៃការចូលមើល។

៤

យើងបានជួបក្រុមគោលដៅចំនួន៦លើក ដែលមានអ្នកចូលរួម២៣នាក់ នៅរាជធានីភ្នំពេញ៖ ៣លើកជាមួយទស្សនិកជន និង៣លើកទៀតជាមួយសិល្បករ។ តែពេលខ្លះ យើងជួបសម្ភាសន៍បញ្ចូលគ្នា ដោយសារពេលវេលានិងភាពទំនេររបស់អ្នកចូលរួម។នៅតាមខេត្តយើងបានជួបក្រុមគោលដៅចំនួន៩លើកដែលមានទស្សនិកជនចំនួន៤៧នាក់ (២នាក់ក្នុងមួយទីតាំង លើកលែងខេត្តកំពង់ធំ ដែលយើងយក៣នាក់)។ ក្រុមគោលដៅបានឆ្លុះបញ្ចាំងពីបទពិសោធន៍នៃការទស្សនាស្នាដៃសិល្បៈ ការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យា និងសំណួរអន្តរកម្មផ្សេងទៀត។ បន្ថែមពីលើនេះ យើងបានធ្វើបទសម្ភាសន៍ខ្លីជាមួយជនបង្គោលនៅតាមខេត្ត ដើម្បីស្វែងយល់បន្ថែមអំពីបទពិសោធន៍នៃការទស្សនាសិល្បៈនៅក្នុងសហគមន៍របស់ពួកគេ។

៥

យើងបានរៀបចំការទស្សនាសិល្បៈឌីជីថលចំនួន៦លើក ជាមួយទស្សនិកជនវ័យក្មេងចំនួន៥១ នាក់នៅរាជធានីភ្នំពេញ កំពង់ធំ និងបាត់ដំបង ដោយប្រើក្រុមតេឡេក្រាម។ ក្រុមនីមួយៗមានគ្នាពី៦-៨ នាក់ មើលការសម្តែងតាមអ៊ីនធឺណិតរួមគ្នា ផ្តល់មតិ ឬគំនិតក្នុងពេលវេលាជាក់ស្តែង និង/ឬភ្លាមៗបន្ទាប់ពីនោះ។ យើងក៏បានរៀបចំសំណួរភ្លាមៗសម្រាប់ចំណុចជាក់លាក់នៅក្នុងការសម្តែងឬសម្រាប់ការប្រើប្រាស់នៅពេលក្រោយផងដែរ។ទាំងអស់នេះត្រូវមានភាពបត់បែនអាស្រ័យលើភាពសកម្មរបស់ក្រុម។ទោះជាយ៉ាងណាយើងអាចមើលឃើញប្រតិកម្មរបស់អ្នកទស្សនាភ្លាមៗ និងបានយល់បន្ថែមអំពីអាកប្បកិរិយារបស់ទស្សនិកជនចំពោះការសម្តែងតាមអ៊ីនធឺណិត។

ប្រជាសាស្ត្រទស្សនិកជន

ផ្នែកនេះផ្តល់នូវរបកគំឃើញសំខាន់ៗមួយចំនួនជុំវិញប្រជាសាស្ត្រទស្សនិកជននៃរដូវវប្បធម៌។ តួលេខដែលដាក់ថា*«ពីមុន»* គឺត្រូវបានដកស្រង់ពី Rogers et al (2021) ដើម្បីធ្វើការប្រៀបធៀប។ នៅទីក្រុងភ្នំពេញ មានអត្រាឆ្លើយតបខ្ពស់គួរឱ្យកត់សម្គាល់ បើធៀបទៅនឹងការស្រាវជ្រាវលើកមុន ពោលគឺប្រមាណ១ក្នុងចំណោម៣ (១៩៥/៦១២)ប្រើបច្ចេកវិទ្យាចំណែកពីមុនគឺ១ក្នុងចំណោម៦។នេះក៏ដោយសារតែរបៀបប្រមូលទិន្នន័យដែលតម្រូវឱ្យទស្សនិកជនចូលកម្មវិធី Mentimeter ឆ្លើយសំណួរមុននឹងជួបក្រុមការងារ និងសិល្បករ។ ទស្សនិកជនមួយចំនួនក្នុងរាជធានីភ្នំពេញធុញនឹងវិធីនេះ ព្រោះពួកគេចង់*«ជួបសិល្បករភ្លាមៗ»* ឬមិនអ៊ីចឹងចាកចេញតែម្តង ប៉ុន្តែមិនអាចធ្វើបាន។ ទោះយ៉ាងណា នៅក្នុងចំណោមក្រុមគោលដៅ ទស្សនិកជនជាច្រើនបានកោតសរសើរ និងរីករាយក្នុងការធ្វើវា (សូមមើលខាងក្រោម) ប៉ុន្តែគួរបញ្ជាក់ថា ពួកគេមានប្រតិកម្មខុសៗគ្នា។ នៅតាមខេត្ត ពេលយើងប្រើ Mentimeter ការឆ្លើយតបគឺមានភាពវិជ្ជមានយ៉ាងលើសលប់ មួយផ្នែកដោយសារតែវាគាំទ្រគំនិតដែលថាសិល្បៈជាវិធីសាស្ត្រសម្រាប់ការអប់រំ (សូមមើលការឆ្លើយតបរបស់ក្រុមគោលដៅ) ហើយទស្សនិកជនដែលយើងសួរភាគច្រើនជាគ្រូបង្រៀន។

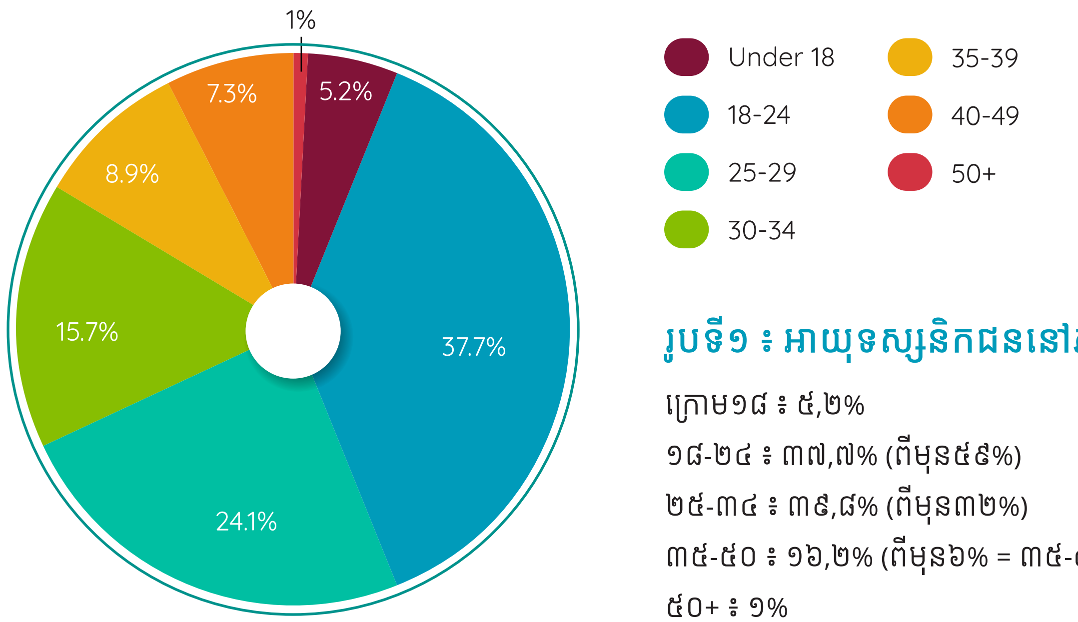
ជនបរទេស

ជនបរទេសដែលចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍នេះមានកម្រិតទាបនៅត្រឹម ១៤,៤%។ នៅក្នុងកម្មវិធីអន្តរកម្មភាគច្រើនគឺគ្មានជនបរទេសចូលរួមទេ ដែលនេះមិនមែនជារឿងប្លែកទេ ដោយសារព្រឹត្តិការណ៍ប្រភេទនេះភាគច្រើនជាភាសាខ្មែរ។ ប្រភេទនៃការសម្តែងក៏ជាកត្តាមួយដែរ។ តួលេខគឺខ្ពស់ជាងនេះបើជាការសម្តែងរបាំសហសម័យ (២៩,៨%) និងចាប៉ីដងវែង (២៤%) ព្រោះជាទម្រង់សិល្បៈដែលជនបរទេសធ្លាប់ស្គាល់ ងាយស្រួលមើលឬងាយយល់ និងមានលក្ខណៈបើកចំហចំពោះការប្រសព្វនៃវប្បធម៌។មានវត្តមានជនបរទេសតិចនៅក្នុងការសម្តែងស្នាដៃដែលមានលក្ខណៈវប្បធម៌ដាច់ដោយឡែកពេក ដូចជារឿងសកេរ (៨,៨%) និងបុគ្គលជោគជ័យ(៨,៧%) ប្រហែលដោយសារស្នាដៃបែបនេះត្រូវការជំនាញភាសាឬជំនាញបច្ចេកទេសដើម្បីមើលយល់បាន។យ៉ាងណាមិញការរកឃើញនេះប្រឆាំងនឹងគំនិតដែលថាទស្សនិកជនក្នុងវិស័យសិល្បៈភាគច្រើនជាជនបរទេសមិនពាក់ព័ន្ធនឹងជំងឺកូវីដ១៩ឡើយ។ ជនបរទេសមានតែ៣នាក់ប៉ុណ្ណោះដែលមកមើលការបញ្ចាំងភាពយន្តនៅសាលាគរុកោសល្យខេត្តបាត់ដំបង ហើយក្រៅពីនេះ គឺគ្មានវត្តមានជនបរទេសនៅក្នុងទិន្នន័យនៃការស្ទង់មតិនៅតាមខេត្តនោះឡើយ។

អាយុទស្សនិកជន

នៅទីក្រុងភ្នំពេញ

នៅទីក្រុងភ្នំពេញ ទស្សនិកជនសិល្បៈប្រហែល៨៣%មានអាយុក្រោម៣៥ឆ្នាំ និង៦៧% អាយុក្រោម៣០ឆ្នាំ។ យោងតាមជំរឿនប្រជាជនកម្ពុជាឆ្នាំ ២០១៩ ប្រហែល ២/៣ នៃចំនួនប្រជាជនសរុបមានអាយុក្រោម៣៥ឆ្នាំ។ រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាកំណត់អាយុរបស់យុវជនចាប់ពី១៥-៣០ឆ្នាំ ហើយ ក្រុមយុវជនគឺមាន២៨%នៃចំនួនប្រជាជនសរុប (ជំរឿនទូទៅប្រជាជននៅព្រះរាជាណាចក្រកម្ពុជាឆ្នាំ២០១៩ របស់ក្រសួងផែនការ)។ សូមកត់ចំណាំថា ដោយហេតុផលក្រមសីលធម៌នៃកិច្ចស្រាវជ្រាវរបស់ចក្រភពអង់គ្លេស អ្នកចូលរួមក្នុងការស្ទង់មតិនេះអាយុតិចបំផុតគឺ១៦ឆ្នាំ (សូមមើលរូបទី១)។



រូបទី១ ៖ អាយុទស្សនិកជននៅភ្នំពេញ

ក្រោម១៨ ៖ ៥,២%

១៨-២៤ ៖ ៣៧,៧% (ពីមុន៥៩%)

២៥-៣៤ ៖ ៣៩,៨% (ពីមុន៣២%)

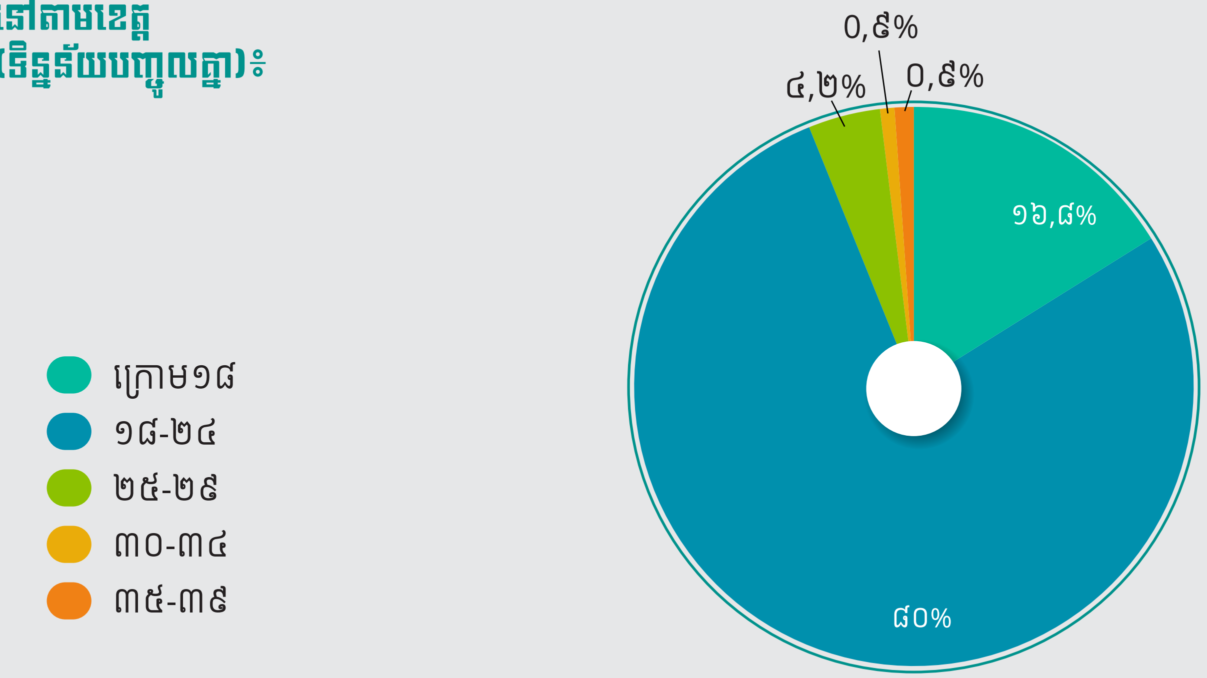
៣៥-៥០ ៖ ១៦,២% (ពីមុន៦% = ៣៥-៤៤ , ៣% = ៤៥+)

៥០+ ៖ ១%

ដូច្នេះ យុវជនមកមើលសិល្បៈច្រើនជាងគេ បើធៀបនឹងវ័យផ្សេងទៀត។ ចំពោះចំណុចនេះគឺអាចមកពីយុទ្ធសាស្ត្រនៃការជ្រើសរើសក្រុមគោលដៅ ប៉ុន្តែឈរលើយន្តការនៃការស្ទង់មតិ តាមរយៈការប្រើកម្មវិធី Mentimeter (ជាជាងអ្នកស្រាវជ្រាវដែលអាចនឹងលំអៀងទាំងមិនដឹងខ្លួន)ហើយអត្រាឆ្លើយតបខ្ពស់ជាងពីមុនវាទំនងជាតួលេខឆ្នាំ ២០២២នេះ អាចឆ្លុះបញ្ចាំងពីសមាសភាពទស្សនិកជនបានប្រត្យក្សជាង។ ចំណុចលម្អៀងមួយចំនួននៅក្នុងលទ្ធផលនៃការសិក្សាស្រាវជ្រាវគឺថាទស្សនិកជនជាជនបរទេស(ប្រហែល១៤%) ទំនងជាមិនត្រូវរាប់បញ្ចូលទេ ដោយសារការស្ទង់មតិត្រូវបានធ្វើឡើងជាភាសាខ្មែរ ហើយទស្សនិកជនវ័យក្មេងក៏ទំនងជាប្រើប្រាស់ស្មាតហ្វូន។

ទោះជាយ៉ាងណា មានការធ្លាក់ចុះគួរឱ្យកត់សម្គាល់នៅក្នុងរង្វង់អាយុ១៨-២៤ឆ្នាំ បើធៀបទៅនឹងទិន្នន័យដែលបានបោះពុម្ពផ្សាយក្នុងឆ្នាំ២០២១។ ជាលទ្ធផល សមាមាត្រនៃទស្សនិកជនវ័យចំណាស់ក្នុងឆ្នាំ២០២២គឺកើនឡើងបន្តិច បើធៀបនឹងឆ្នាំ២០២០។ មានសិស្សតិចជាងមុននៅក្នុងការស្ទង់មតិក្នុងក្រុងភ្នំពេញឆ្នាំ២០២២ (សូមមើលខាងក្រោម)ដែលនាំឱ្យមានការថយចុះនេះ។វាអាចមកពីការបិទទីតាំងសម្តែងរបស់សិល្បៈខ្មែរអមតៈនៅសារមន្ទីរជាតិ ហើយជាលទ្ធផល សិស្សមកពីសាកលវិទ្យាល័យភូមិន្ទវិចិត្រសិល្បៈ និងមកពីទីតាំងផ្សេងទៀត *«ចូលទស្សនា»*តិចជាងមុន។

នៅតាមខេត្ត (ទិន្នន័យបញ្ចូលគ្នា)៖



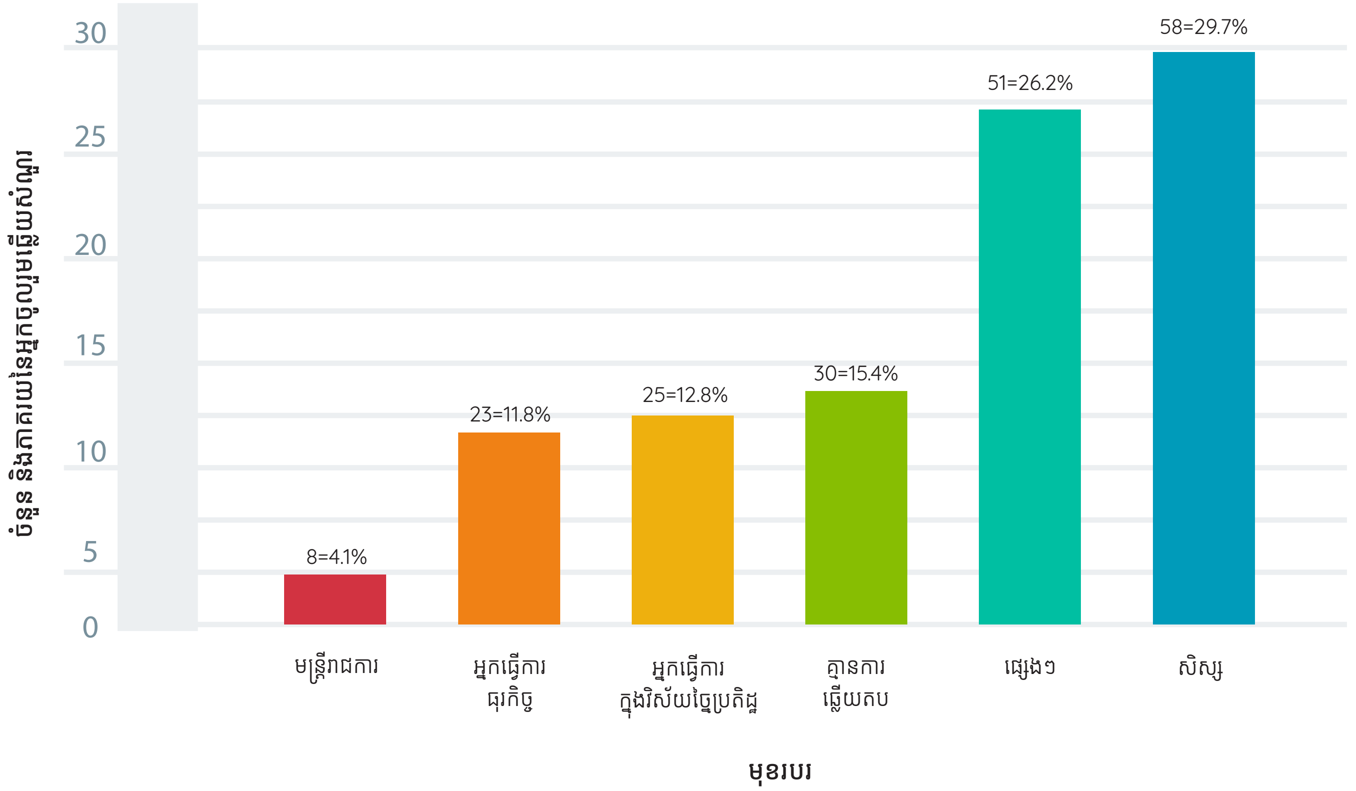
រូបទី២ ៖ អាយុទស្សនិកជននៅតាមខេត្ត

យើងបានដាក់បញ្ចូលគ្នានូវលទ្ធផលសម្រាប់ការស្រាវជ្រាវនៅតាមខេត្ត ដោយសារវាមានតិចតួចពេកសម្រាប់ទីតាំងនីមួយៗ ហើយទិន្នន័យដូចគ្នាច្រើន។ ទស្សនិកជនស្ទើរតែទាំងអស់មានអាយុក្រោម៣៥ឆ្នាំ ហើយអ្នកអាយុពី១៨-២៤ឆ្នាំមានសមាមាត្រច្រើនបំផុត (សូមមើលរូបទី២)។ នេះគឺដោយសារតែកត្តាជាច្រើន ជាពិសេសទីតាំងនៃកម្មវិធីទស្សនាចរគឺធ្វើឡើងនៅក្នុងសាលារៀន និងសាលាគរុកោសល្យ និងភាពងាយស្រួលនៃការយកបច្ចេកវិទ្យាទៅធ្វើការនៅក្នុងទីតាំងទាំងនេះ (នៅក្នុងទីតាំងជាច្រើន គឺមិនអាចទៅរួចទេក្នុងការប្រើ Mentimeter ឬការស្ទង់មតិតាមអ៊ីនធឺណិត ដោយសារតែគ្មានអ៊ីនធឺណិត គ្មានស្មាតហ្វូន ភ្លៀង/ធាតុអាកាសមិនល្អ)។ ទោះយ៉ាងណាចំណុចទាំងនេះមានប្រយោជន៍ក្នុងន័យផ្សេងទៀត ជាពិសេសក្នុងន័យស្វែងរកអ្វីដែលយុវជនចង់មើល អ្វីដែលពួកគេចូលចិត្ត រួមទាំងបទពិសោធន៍ ឬចំណេះដឹងរបស់ពួកគេទាក់ទងនឹងសិល្បៈ។

មុខរបរ

នៅទីក្រុងភ្នំពេញ

ជាថ្មីម្តងទៀត សិស្សគឺជាក្រុមអ្នកទស្សនាធំបំផុត(ជិត៣០%) ប៉ុន្តែដូចបានរៀបរាប់ខាងលើ អត្រានេះបានធ្លាក់ចុះប្រហែលពាក់កណ្តាលបើធៀបនឹងទិន្នន័យដែលបានចេញផ្សាយក្នុងឆ្នាំ២០២១។ នេះទំនងដោយសារកត្តាទីតាំង (សូមមើលរូបទី៣)។ ចំណែកក្រុមផ្សេងទៀតគឺប្រហាក់ប្រហែលគ្នា ថ្វីត្បិតតែមានអ្នកជំនាញច្នៃប្រតិដ្ឋ និងអ្នកជំនាញផ្នែកអាជីវកម្មតិចជាងមុនក្តី។ ទោះយ៉ាងណា នៅពេលបំបែកទស្សនិកជន*«ផ្សេងទៀត»* ជាក្រុមតូចៗ គឺមានអ្នកប្រកបមុខរបរខុសៗគ្នាជាច្រើន តែភាគច្រើនជា*«អ្នកធ្វើការក្នុងការិយាល័យ»* ដូចជានៅក្នុងផ្នែករដ្ឋបាល ផ្នែកធនធានមនុស្ស ផ្នែកលក់ បុគ្គលិកសុខាភិបាល ផ្នែកវិទ្យាសាស្ត្រព័ត៌មានវិទ្យា។ល។ ទាំងនេះជាមុខរបរថ្នាក់កណ្តាល។ នេះជាអំណះអំណាងមួយបង្ហាញថា វណ្ណៈកណ្តាលកំពុងស្វែងរកបទពិសោធន៍ថ្មីៗ ឬអ្វីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ ដើម្បីចាយលុយពួកគេរកបាន ហើយសិល្បៈជាផ្លូវមួយ។

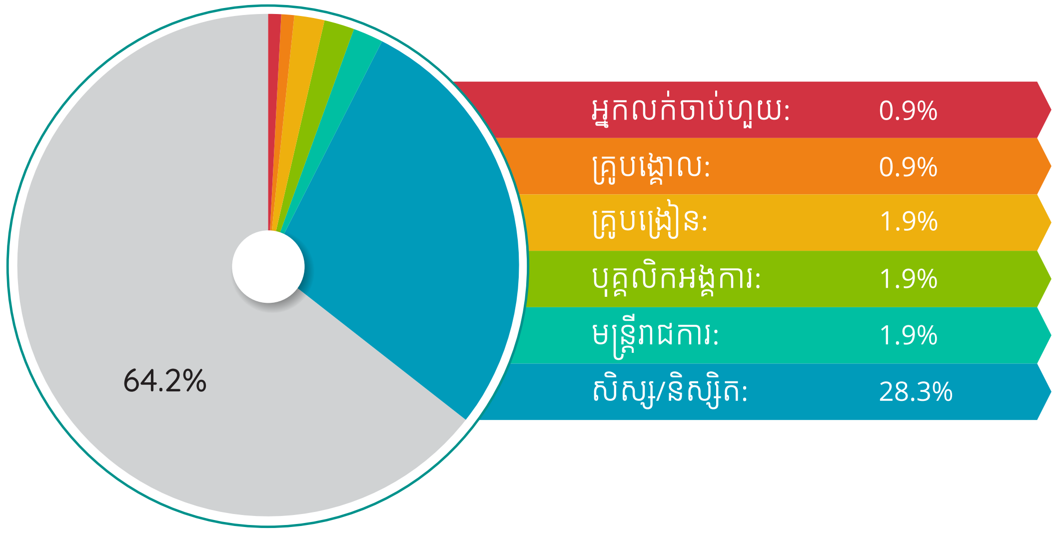


រូបទី៣ ៖ លំដាប់មុខរបរទស្សនិកជននៅទីក្រុងភ្នំពេញ

សិស្ស ៖ ២៩% (ពីមុន៦៦%)
អ្នកធ្វើការធុរកិច្ច ៖ ១១,៨% (ពីមុន ១៩%)
អ្នកធ្វើការក្នុងវិស័យច្នៃប្រតិដ្ឋ ៖ ១២,៨% (ពីមុន៧%)
មន្ត្រីរាជការ ៖ ៤,១% (ពីមុន៤%)
ផ្សេងៗ ៖ ២៦,២% (ពីមុន៤%)
គ្មានការឆ្លើយតប ៖ ១៥,៤%

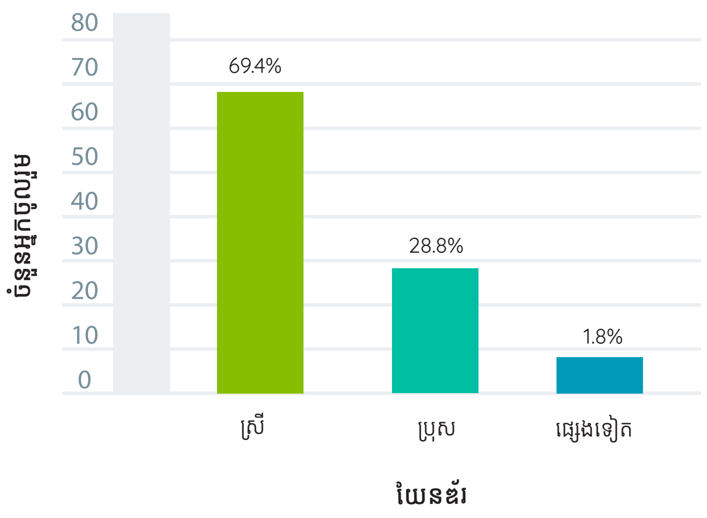
នៅតាមខេត្ត (ទិន្នន័យបញ្ចូលគ្នា)

នៅតាមខេត្ត អ្នកចូលរួមទស្សនាសិល្បៈ២៨%ជាសិស្ស និង៦៤%ជាគ្រូបង្រៀន ឬជាគរុនិស្សិត (មើលរូបទី៤)។ ទោះបីមុខរបរផ្សេងទៀតមានតិចតួចនៅក្នុងទិន្នន័យ តែលទ្ធផលទាំងមូលឆ្លុះបញ្ចាំងពីភាពលម្អៀងរបស់វិធីសាស្រ្តប្រមូលទិន្នន័យ និងទីតាំងភូមិសាស្រ្តនៃការប្រមូលទិន្នន័យ ពោលគឺការប្រើប្រាស់ Mentimeter នៅក្នុងទីតាំងអប់រំ និងការយកសាលាគរុកោសល្យធ្វើជាទីតាំងនៃកម្មវិធីទស្សនាចរ។



រូបទី៤ ៖ លំដាប់មុខរបរទស្សនិកជននៅតាមខេត្ត

យេនឌ័រ



រូបទី៥៖សមាសភាពទស្សនិកជនបែងចែកតាមយេនឌ័រនៅតាមខេត្ត

យោងតាមទិន្នន័យរបស់អង្គការសហប្រជាជាតិឆ្នាំ២០១៩ ប្រជាជកម្ពុជា ៥១%ជាស្ត្រី និង៤៩%ជាបុរស។ ស្ថិតិផ្លូវការនេះគ្រាន់តែបង្ហាញថាប្រុសនិងស្រី មិនបង្ហាញនិន្នាការទាំងមូលនៃអត្តសញ្ញាណយេនឌ័រនោះឡើយ។ នៅឆ្នាំ២០២០សមាមាត្ររវាងមនុស្សប្រុសនិងស្រីជាទស្សនិកជនគឺស្មើគ្នា។ នៅក្នុងឆ្នាំ២០២២ ទស្សនិកជនជាមនុស្សស្រីគឺច្រើនជាងប្រុសបន្តិច (ស្រី ៥៤,៤% ប្រុស៤១%) ហើយយេនឌ័រផ្សេងទៀតមាន២,១% (អ្នកមិនឆ្លើយមាន២,៦%)។ទោះយ៉ាងណានៅតាមខេត្តទិន្នន័យអ្នកដែលកំណត់អត្តសញ្ញាណថាជាស្រីគឺហក់ឡើងយ៉ាងខ្លាំង (មើលរូបទី៥)៖

ចំណែកសមាមាត្រអ្នកដែលដាក់ថា*«ផ្សេងទៀត»*គឺថេរមិនថានៅតាមខេត្តឬនៅភ្នំពេញ ពោលគឺប្រហែល ២% (វាពិបាកក្នុងការបញ្ជាក់ថា តួលេខនេះអាចប្រើបាននៅក្នុងចំនួនប្រជាជនច្រើនជាងនេះ ដោយសារទិន្នន័យនេះមិនត្រូវបានប្រមូលនៅក្នុងស្ថិតិផ្លូវការនោះទេ)។

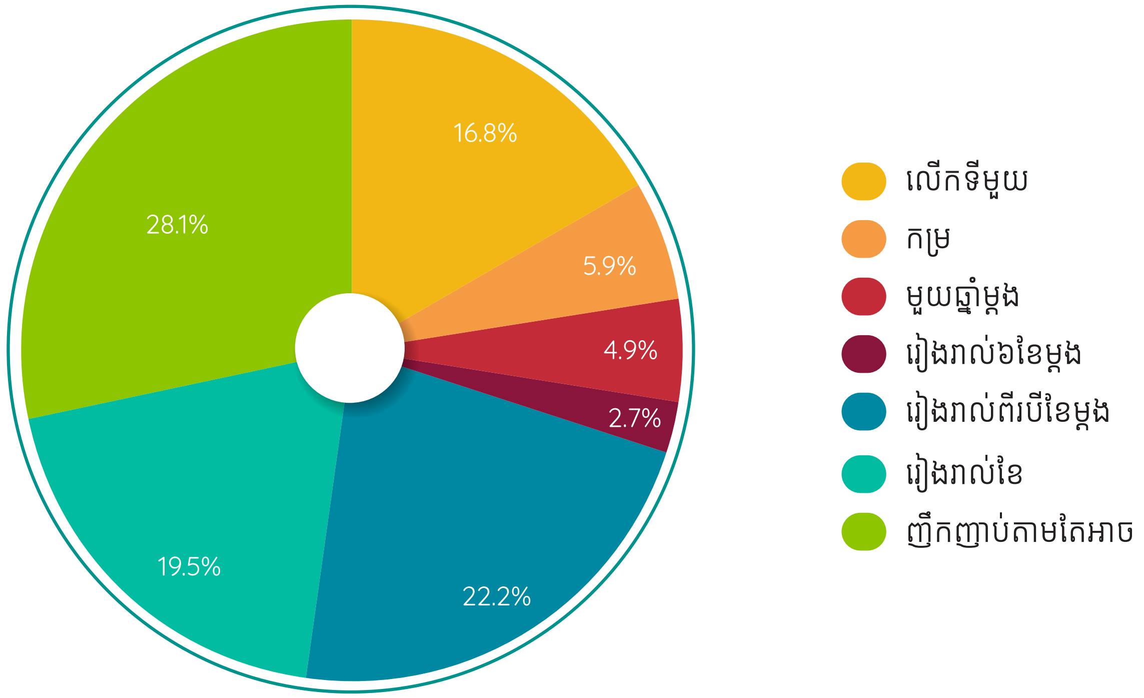
ទោះបីនៅតាមខេត្តស្ត្រីទៅមើលសិល្បៈច្រើនជាងបុរសក៏ដោយ តែចំពោះទិន្នន័យនៅទីក្រុងភ្នំពេញវិញគឺមិនខុសគ្នាច្រើនទេ។ យើងបានពិនិត្យមើលលម្អិតថាហេតុអ្វីទិន្នន័យនៅតាមខេត្ត ចំនួនស្ត្រីលោតឡើងខ្ពស់បែបនេះ ហើយក៏បានរកឃើញថាគឺមកពីស្ត្រីមានចំនួនច្រើននៅក្នុងសាលាគរុកោសល្យ។ យោងតាមធនាគារពិភពលោក ត្រឹមខែមិថុនា ឆ្នាំ ២០២០ គ្រូថ្នាក់បឋម៥៩%នៅកម្ពុជាជាស្ត្រី ហើយសមាមាត្រសិស្សស្រីធៀបនឹងសិស្សប្រុស នៅអនុវិទ្យាល័យក្នុងប្រទេសកម្ពុជាគឺ ១,០៨ ក្នុងឆ្នាំ ២០២០ នេះបើតាមអង្គការយូណេស្កូ។ ទោះយ៉ាងណា នៅក្នុងគំរូសិក្សារបស់យើង គរុនិស្សិត ៧២,១%គឺជាស្ត្រី ធៀបនឹងសិស្ស៦៤,៣%។ អ្នកដែលដាក់ថា*«ផ្សេងទៀត»*គឺចេញពីក្រុមសិស្ស។ តួលេខនេះបង្ហាញថាសមាមាត្រស្ត្រីខ្ពស់ទាំងនៅក្នុងចំណោមសិស្ស និងគ្រូ ធៀបនឹងសមាមាត្រនៅក្នុងចំណោមប្រជាជន និងមុខរបរ។ វាអាចមានកត្តាជាក់លាក់ចំពោះបញ្ហានេះតែវាមិនស្ថិតក្នុងក្របខណ្ឌនៃការស្រាវជ្រាវនេះទេប៉ុន្តែវាពន្យល់ពីការប្រែប្រួលនៃទិន្នន័យដែលប្រមូលបានពីកម្រងសំណួរ (ទោះយ៉ាងនេះក្តី យើងបានខិតខំប្រឹងប្រែងដោយជោគជ័យជាមួយនឹងក្រុមគោលដៅ និងការបញ្ចាំងអនឡាញ ដើម្បីទទួលបានតុល្យភាពយេនឌ័រកាន់តែប្រសើរ)។

ភាពញឹកញាប់នៃការចូលរួម

នៅទីក្រុងភ្នំពេញ ទស្សនិកជន២៧%កម្រនឹងចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈ ឬចូលរួមជាលើកទី១ គឺស្មើនឹងមនុស្សម្នាក់ក្នុងចំណោម៥នាក់បានចូលរួមជាលើកទី១ (មើលរូបទី៦)។ តួលេខនេះគឺប្រហាក់ប្រហែលនឹងទិន្នន័យឆ្នាំ២០២០ដែរ (ប្រហែល២០%)។ នេះបញ្ជាក់ថា អង្គការសិល្បៈខ្មែរអមតៈ ទាក់ទាញទស្សនិកជនថ្មីៗបានជាប្រចាំ។ នេះជាអ្វីដែលយើងចង់បកស្រាយថាជាទស្សនិកជនដែលនិយមចូលចិត្ត*«ទៅមើលសិល្បៈ»*ដែលមានប្រមាណ៤៥%នៃអ្នកឆ្លើយសំណួរនៅក្នុងទិន្នន័យឆ្នាំ២០២២នៅភ្នំពេញ។ តួលេខនេះរាប់បញ្ចូលទាំងអ្នកដែលទៅញឹកញាប់២៨% និងប្រហែល២០%ទៅម្តងក្នុងមួយខែ។ តួលេខនេះកើនឡើងតិចតួចបើធៀបនឹងទិន្នន័យនៅឆ្នាំ២០២០ ដែលទាំងពីរក្រុមនេះបញ្ចូលគ្នាបានប្រហែល៣៧% ហើយជាក្រុមដែលធំជាងគេ។ មានកត្តាច្រើនយ៉ាងដែលនាំឱ្យមានការកើនឡើងនេះ រួមមានតម្រូវការការកម្សាន្តក្រោយពេលកូវីដ។ អ្វីដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍នោះគឺទស្សនិកជន២២%ដែលទៅមើលសិល្បៈម្តងក្នុងពេល២ឬ៣ខែនៅក្នុងឆ្នាំ២០២២ ធៀបនឹងក្រុមនេះមានតែ១២,៧%ប៉ុណ្ណោះនៅក្នុងទិន្នន័យឆ្នាំ២០២០ (ចេញផ្សាយនៅឆ្នាំ២០២១)។ ចំណុចនេះគឺមានសារៈសំខាន់ណាស់ ដោយសារក្រុមនេះមិនមែនជាអ្នកស្រឡាញ់សិល្បៈខ្លាំងទេ ប៉ុន្តែជាអ្នកបណ្តុះការស្រឡាញ់សិល្បៈហើយចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈជាប្រចាំ។សំខាន់ជាងនេះទៀតក្រុមនេះកាន់តែធំឡើងៗហើយប្រហែលមិនយូរប៉ុន្មាន ពួកគេនឹងទៅមើលសិល្បៈកាន់តែញឹកញាប់។ ជាលទ្ធផល សារវិជ្ជមានពីទិន្នន័យឆ្នាំ២០២២នៅទីក្រុងភ្នំពេញ គឺ៖

- មានការបែងចែកតិចជាងមុនរវាងទស្សនិកជនស្នូលដែលនិយមចូលចិត្តទៅមើលសិល្បៈ និងអ្នកផ្សេងទៀត
- ទស្សនិកជនសិល្បៈកើនឡើង
- ទស្សនិកជនដែលទៅមើលសិល្បៈកាន់តែចម្រុះ និងទៀងទាត់។

ទាំងអស់នេះបានចង្អុលបង្ហាញពីការកើនឡើងនៃភាពទាក់ទាញនៃវិស័យសិល្បៈ ជាសកម្មភាពកម្សាន្តដែលយុវវ័យចង់ចូលរួម។



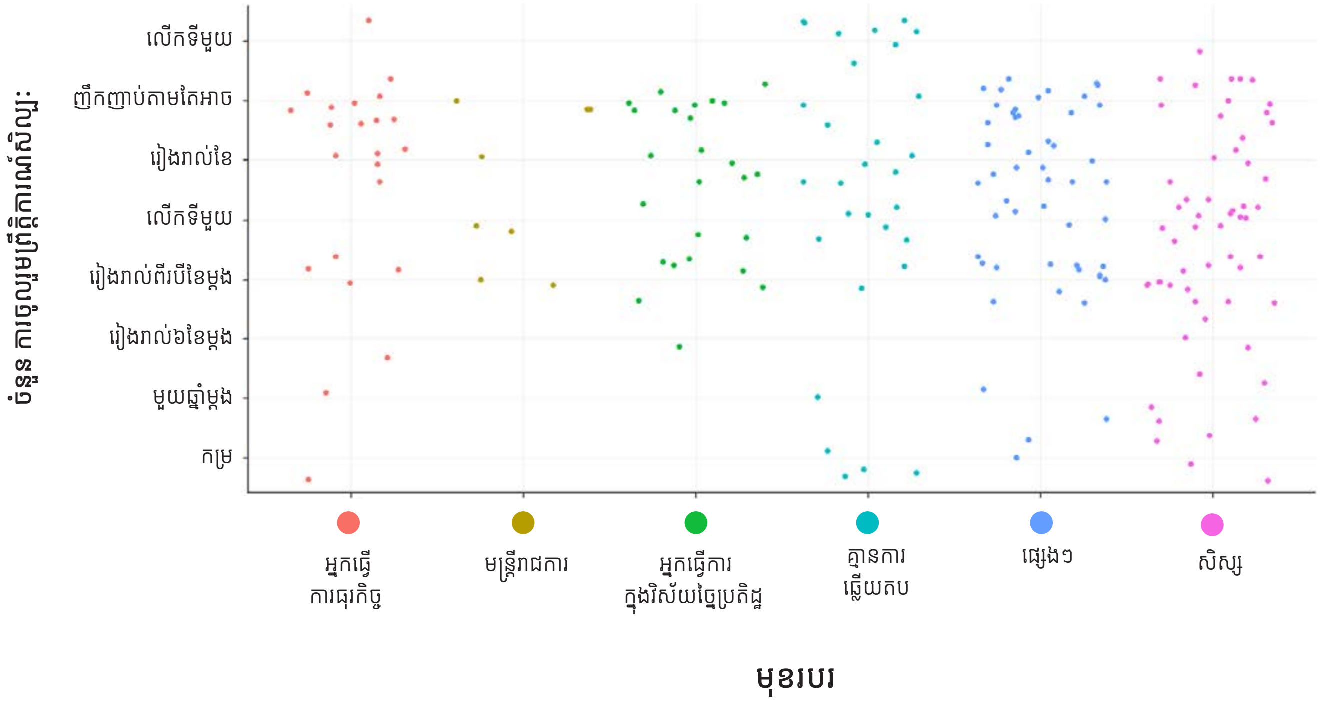
រូបទី៦ ៖ ភាពញឹកញាប់នៃការចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈនៅក្នុងចំណោមទស្សនិកជននៅភ្នំពេញ

ផ្ទុយទៅវិញ នៅតាមខេត្ត ទស្សនិកជនគឺមានការបែងចែកច្បាស់បើនិយាយអំពីភាពញឹកញាប់នៃកាចូលរួម។ អ្នកចូលរួមបើមិនឆ្លើយថាមកជាលើកទី១ទេ គឺឆ្លើយថាមកញឹកញាប់តាមតែអាច។ ប៉ុន្តែគួររម្លឹកថា ទិន្នន័យនេះមិនសុក្រឹតទេ។ ទោះយ៉ាងណា ការចូលរួមញឹកញាប់តាមតែអាចមិនបានន័យថាញឹកញាប់ទេ ហើយវាជាការឆ្លុះបញ្ចាំងដោយទិន្នន័យរបស់ក្រុមគោលដៅប៉ុណ្ណោះ។ នៅតាមខេត្ត ទស្សនិកជនពិពណ៌នាការចូលរួមញឹកញាប់តាមដែលពួកគេអាច ប៉ុន្តែពួកគេច្រើនតែទៅមើលការប្រគំតន្ត្រីសម័យ។ ក្រៅពីនេះ ពួកគេមើលសិល្បៈទស្សនីយភាពតែពេលមានបុណ្យធំៗ ពិធីអាពាហ៍ពិពាហ៍ ឬពិធីនៅតាមវត្តអារាមប៉ុណ្ណោះ។ ជាលទ្ធផល ប្រភេទការសម្ដែងដែលពួកគេបានមើលគឺច្រើនតែពាក់ព័ន្ធនឹងពិធីសាសនា ឧទាហរណ៍របាំជូនពរ ឬរបាំត្រុដិនៅពេលចូលឆ្នាំជាដើម។ ដូច្នេះ អ្នកឆ្លើយសំណួរប្រហែលទៅម្ដងក្នុងមួយឆ្នាំដើម្បីមើលការសម្ដែងនៅវត្ត។ ដូច្នេះវត្តអារាមជាទីកន្លែងសំខាន់សម្រាប់មើលសិល្បៈនៅតាមខេត្ត (ហើយពាក់ព័ន្ធនឹងកម្មវិធីរដូវវប្បធម៌) ប៉ុន្តែចំណុចនេះនាំឱ្យមានបញ្ហាកង្វះការបង្ហាញ និងភាពប្លែកៗ (មើលបន្ថែមខាងក្រោម)។

យើងផ្សារភ្ជាប់ទំនាក់ទំនងភាពញឹកញាប់ជាមួយនឹងមុខរបរ ហើយនៅតាមខេត្ត វាមានការពិបាកក្នុងការសង្កេតឃើញលក្ខណៈពិសេសណាមួយ ដោយសារភាគច្រើននៃអ្នកឆ្លើយសំណួរ បើមិនសិស្ស គឺជាគរុនិស្សិត។ ប៉ុន្តែការបែងចែកនៃការចូលរួមគឺមានគ្រប់គ្នា (មើលតារាងខាងក្រោម)។ នៅភ្នំពេញ ការបែងចែកមិនសូវមានគម្លាតខ្លាំងទេ ហើយគ្មានអ្វីគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ទេនៅក្នុងទំនាក់ទំនងនេះក្រៅពីការលេចឡើងនូវការពិតមួយដែលថាអ្នកប្រកបអាជីពក្នុងវិស័យច្នៃប្រតិដ្ឋច្រើនតែទៅមើលសិល្បៈជាប្រចាំ។ ទោះយ៉ាងណា អ្នកធ្វើការផ្នែកធុរកិច្ចគឺជាមួយទៀតដែលទៅមើលសិល្បៈជាប្រចាំដែរ ប្រហែលដោយសារមានចំណូលច្រើន(មើលរូបទី៨)។ សិស្ស-និស្សិតមានការចូលរួមច្រើន ដោយភាគច្រើននិយាយថា ពួកគេទៅមើលសិល្បៈពីរបីខែម្ដង ឬក៏ថានេះជាលើកទី១របស់ពួកគេដែលទៅមើលការសម្ដែងផ្ទាល់។ ក្រៅពីសិស្ស-និស្សិត អ្នកដែលទៅទស្សនាសិល្បៈជាលើកទី១គឺបែងចែកទៅមុខរបរផ្សេងៗ គឺវាស្របគ្នានឹងការលើកឡើងថាការទៅមើលសិល្បៈបានជ្រួតជ្រាបទៅដល់ប្រជាជនយ៉ាងទូលំទូលាយ។ ជាថ្មីម្ដងទៀត វាពិបាកក្នុងការស្វែងយល់ពីគំរូពិសេសណាមួយ ដូច្នេះក្រៅពីអ្វីដែលលើកឡើងនៅខាងលើ វាពិបាកក្នុងការបញ្ជាក់ថាក្រុមមុខរបរជាក់លាក់ណាមួយទៅមើលសិល្បៈញឹកញាប់ជាងក្រុមណា ក្រៅពីអ្នកធ្វើការផ្នែកធុរកិច្ច និងច្នៃប្រតិដ្ឋ។

មុខរបរ							
តើអ្នកចូលរួមមើលព្រឹត្តិការណ៍វប្បធម៌ញឹកញាប់ប៉ុណ្ណា?	មន្ត្រីរាជការ	គ្រូបង្គោល	បុគ្គលិកអង្គការ	សិស្ស-និស្សិត	គ្រូបង្រៀន	គរុនិស្សិត	សរុប
នេះជាលើកទី១របស់ខ្ញុំ	1	1	1	10	-	36	49
កម្រ	-	-	-	5	-	8	13
មួយឆ្នាំម្ដង	1	-	-	-	-	2	3
៦ខែម្ដង	-	-	-	-	1	-	1
រាល់ខែ	-	-	-	4	-	1	5
ញឹកញាប់តាមតែអាច	-	-	1	10	1	21	33

រូបទី៧ ៖ តារាងមុខរបរនិងភាពញឹកញាប់នៃការចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍នៅតាមខេត្ត



រូបទី៨ ៖ ទំនាក់ទំនងរវាងមុខរបរ និងភាពញឹកញាប់នៃការចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈនៅទីក្រុងភ្នំពេញ

ហេតុផលនៃការចូលរួម

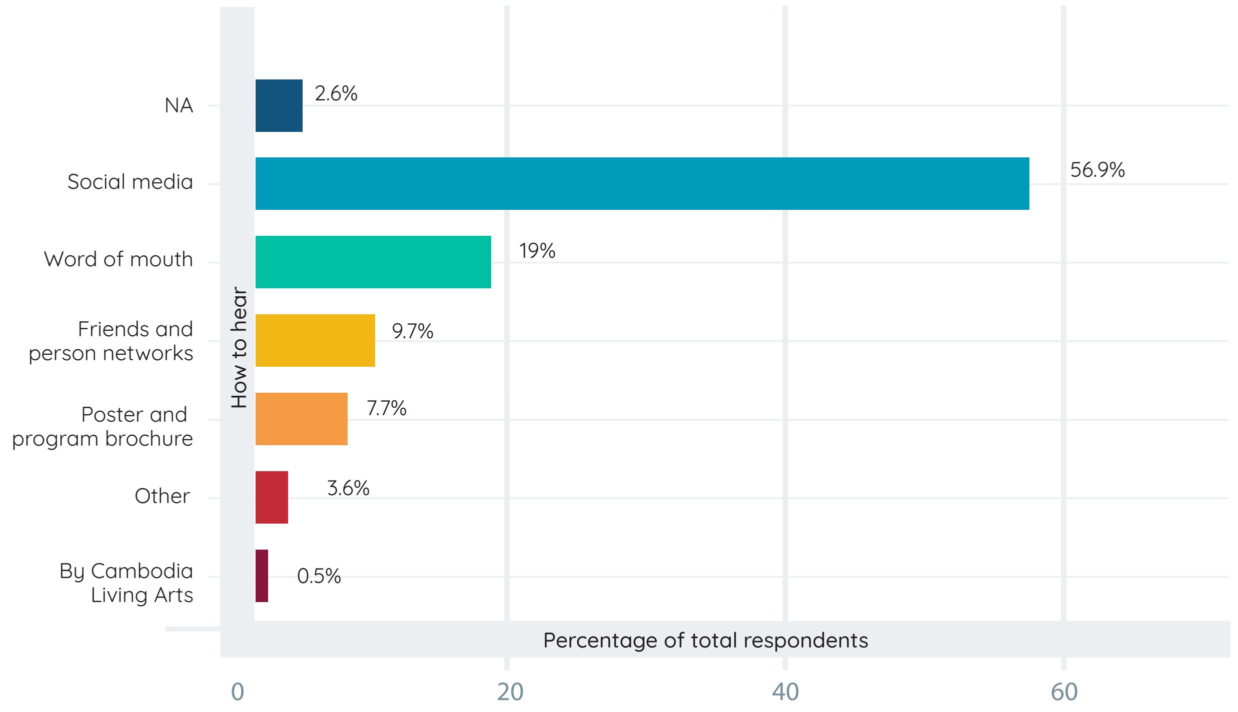
នៅក្នុងទិន្នន័យឆ្នាំ២០២០(ចេញផ្សាយនៅឆ្នាំ២០២១) ហេតុផលនៃការចូលរួមគឺមានច្រើនជាងនៅក្នុងទិន្នន័យឆ្នាំ២០២២។ នៅក្នុងទិន្នន័យឆ្នាំ២០២២ គឺមិនសូវផ្តោតលើការចូលរួមដើម្បីសប្បាយ ចូលរួមដើម្បីមើលរបាំសហសម័យជាពិសេស ឬចូលរួមព្រោះចង់ឃើញមិត្តភក្តិសម្តែងនោះទេ។ ប៉ុន្តែអ្វីដែលរំលេចខ្លាំងនៅក្នុងទិន្នន័យនៅទីក្រុងភ្នំពេញ គឺថាទស្សនិកជនហាក់ដូចជាដាក់*«ចំណាប់អារម្មណ៍លើវប្បធម៌កម្ពុជា»*ជាហេតុផលសំខាន់នៃការចូលរួម (៤៥%នៅក្នុងឆ្នាំ២០២២ ធៀបនឹង២៤%នៅឆ្នាំ២០២០) ក៏ដូចជា*«ចង់ដឹងអ្វីថ្មី»* (គឺជិត២៦%នៅឆ្នាំ២០២២ ធៀបនឹង១៥%នៅឆ្នាំ២០២០)។ មានការថយចុះតិចតួចចំពោះហេតុផលថាចង់«ជួយគាំទ្រ និងលើកស្ទួយសិល្បៈ» (១៩%ធៀបនឹង២៤%នៅឆ្នាំ២០២០)។ ទោះយ៉ាងណា ភាគច្រើននៃអ្នកដែលថា*«ចាប់អារម្មណ៍នឹងវប្បធម៌កម្ពុជា»* (ព្រោះនេះជាអ្វីដែលគេសរសេរដំបូងគេ) ក៏បានលើកឡើងពីការចង់ដឹងអ្វីថ្មីដែរ ដូច្នេះហេតុផលទាំងពីរយ៉ាងនេះគឺជាប់ទាក់ទងគ្នាយ៉ាងជិតស្និទ្ធ។ ស្រដៀងគ្នាដែរ ការគាំទ្រសិល្បៈតែងតែដើរទៅជាមួយនឹងការចាប់អារម្មណ៍អំពីវប្បធម៌កម្ពុជានៅក្នុងចម្លើយរបស់អ្នកចូលរួម។

ជារួម វាបង្ហាញថា ទស្សនិកជនទាំងនេះគឺហួសពីអ្នកធម្មតាដែលដឹងច្រើនរួចហើយអំពីសិល្បៈ ឬ សហគមន៍សិល្បៈដោយផ្ទាល់។ វាក៏ឆ្លុះបញ្ចាំងដែរអំពីការចង់ដឹងអំពីទម្រង់ផ្សេងៗនៃសិល្បៈ និងការប្រើប្រាស់ផលិតផលសិល្បៈថ្មីៗ។ នៅក្នុងទិន្នន័យក្រុមគោលដៅជាសិល្បករសិល្បការិនខ្លួនឯងក៏តែងតែទៅមើលការសម្តែងដើម្បីចង់រៀនទម្រង់សិល្បៈផ្សេងទៀតដែលមិនមែនជាជំនាញរបស់ខ្លួន ឬទៅមើលអ្វីដែលថ្មី និងប្លែកដើម្បីបានគំនិតទៅប្រើនៅក្នុងការងាររបស់ខ្លួន។ វាទំនងដែរថា រាជរដ្ឋាភិបាលកម្ពុជាបច្ចុប្បន្នបានយកចិត្តទុកដាក់ និងប្រើប្រាស់សិល្បៈនៅលើវេទិកាជាតិ និងអន្តរជាតិ(ដូចជាពេលប្រជុំអាស៊ាន ការប្រកួតកីឡាថ្នាក់ជាតិ ការប្រកួតកីឡាប្រជាជាតិអាស៊ីអាគ្នេយ៍ឬស៊ីហ្គេមជាដើម) ដែលនេះជាកត្តាមួយជួយលើកស្ទួយវប្បធម៌ខ្មែរជាទូទៅ និងធ្វើឲ្យមនុស្សចាប់អារម្មណ៍ចង់ស្វែងយល់បន្ថែមទៀតដែរ។

នៅតាមខេត្ត ទិន្នន័យបានពីក្រុមគោលដៅបង្ហាញហេតុផលនៃការចូលរួមមើលការសម្តែងប្រហាក់ប្រហែលគ្នានេះដែរ។ ការចង់ឃើញអ្វីថ្មី និងការថែរក្សាវប្បធម៌គឺមានរំលេចខ្លាំង។ ចម្លើយទូទៅនៅក្នុងចំណោមទស្សនិកជនគឺពួកគេចង់ទៅមើលព្រោះពួកគេអត់ដែលមើលល្ខោននិយាយឬអត់ដែលមើលរបាំសហសម័យឬក៏ពួកគេចង់ទៅមើលការសម្តែងរបស់ជនជាតិកួយ ព្រោះវាថ្មី និងប្លែក។ ចម្លើយនេះស្របគ្នានឹងហេតុផលនៃការជ្រើសរើសទីតាំងសម្តែង និងសិល្បៈដែលយកទៅសម្តែងក្នុងកម្មវិធីទស្សនាចររបស់អង្គការសិល្បៈខ្មែរអមតៈ ឧទាហរណ៍តាមរយៈកិច្ចសន្ទនាជាមួយជនបង្គោល គឺគេចង់ឱ្យសហគមន៍បានឃើញទម្រង់សិល្បៈផ្សេងៗ ដែលពួកគេមិនធ្លាប់ឃើញពីមុនមក។ សិស្ស-និស្សិត ក៏បាននិយាយដែរថាពួកគេចូលរួមដោយសារគ្រូៗជាអ្នកឱ្យពួកគេទៅ! កត្តានេះមិនមែនមានន័យថា ពួកគេមិនរីករាយនឹងសិល្បៈទេ ប៉ុន្តែវាឆ្លុះបញ្ចាំងពីសារៈសំខាន់នៃទំនាក់ទំនងជាមួយគ្រូ និងជនបង្គោលនៅក្នុងការនាំយកយុវជនទៅកាន់ព្រឹត្តិការណ៍នានា និងឥទ្ធិពលសក្តានុពលដែលពួកគេអាចមាន។

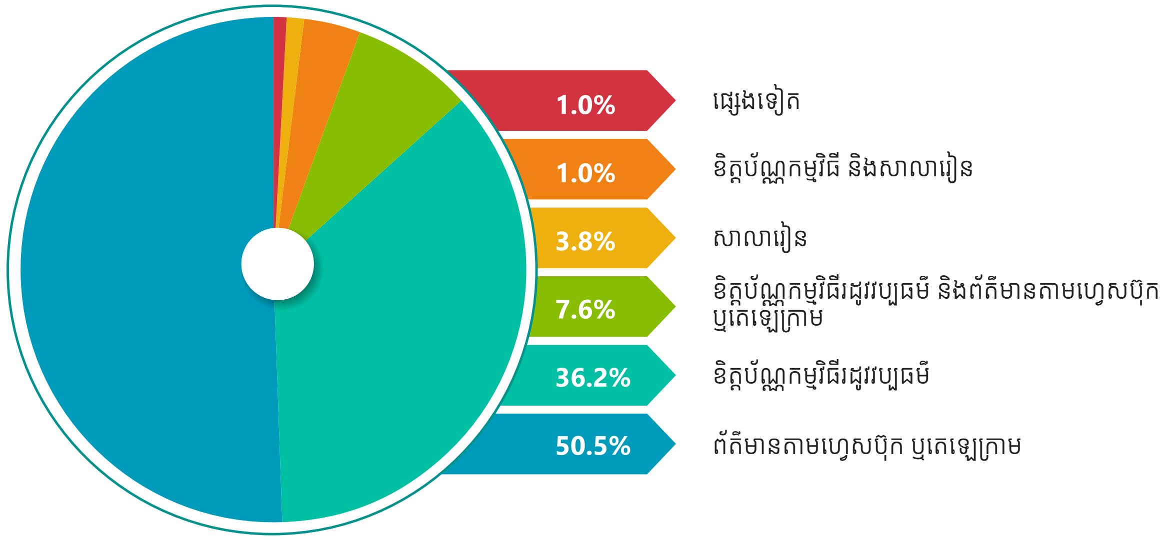
ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ និងព្រឹត្តិការណ៍

នៅទីក្រុងភ្នំពេញ បណ្តាញសង្គមជាប្រភពព័ត៌មានធំបំផុតអំពីរដូវវប្បធម៌ (មើលរូបទី៩) មិនថាតែសម្រាប់ក្រុមអាយុណាទេ។ ប៉ុន្តែ ការនិយាយពីមាត់មួយទៅមួយក៏មានឥទ្ធិពលខ្លាំងណាស់ដែរ។ ដោយហេតុថា សំណួរនេះមានចម្លើយច្រើនឱ្យជ្រើសរើស អ្នកចូលរួមខ្លះលើកឡើងពីទំនាក់ទំនងជាមួយមិត្តភក្តិ និងបណ្តាញផ្ទាល់ខ្លួន។ ដោយយកចម្លើយទាំងពីរនេះបញ្ចូលគ្នា វាឆ្លុះបញ្ចាំងពីសារៈសំខាន់នៃទំនាក់ទំនងសង្គម*«ក្នុងជីវិតពិត»*ជាប្រភពព័ត៌មាន ដែលសំខាន់បំផុតក្រៅពីបណ្តាញសង្គម។ ករណីនេះដូចគ្នាទាំងអស់ចំពោះគ្រប់ក្រុមអាយុ ប៉ុន្តែវាមានសារៈសំខាន់ខ្លាំងបន្តិចចំពោះមនុស្សវ័យក្មេងជាងទស្សនិកជនវ័យចំណាស់ ជាពិសេសមនុស្សអាយុក្រោម៣៥ឆ្នាំ។



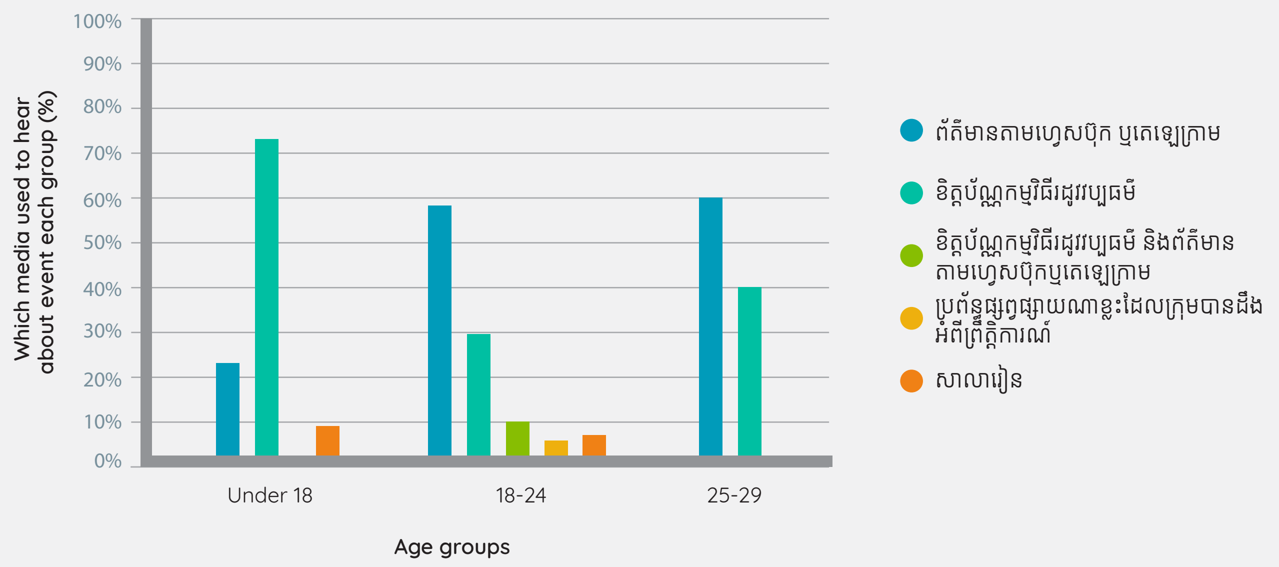
រូបទី៩ ៖ របៀបដែលអ្នកចូលរួមដឹងអំពីព្រឹត្តិការណ៍រដូវវប្បធម៌

នៅតាមខេត្ត ពេលទស្សនិកជនត្រូវបានសួរថាតើពួកគេដឹងអំពីព្រឹត្តិការណ៍ដែលពួកគេចូលរួមដោយរបៀបណា ចម្លើយថាដឹងតាមផ្ទាំងផ្សព្វផ្សាយ/ខិត្តប័ណ្ណកម្មវិធីរដូវវប្បធម៌គឺមានភាគរយខ្ពស់ជាងគេ (៣៥,៦%) តាមពីក្រោយដោយបណ្តាញសង្គម (២៤,៤%) ហ្វេសប៊ុក (១៦%) ការនិយាយពីមាត់មួយទៅមាត់មួយ (១៥,៦%) សាលារៀន (៥,៦%) និងតេឡេក្រាម (២,១%)។ ប៉ុន្តែពេលសួរជារួមអំពីប្រភេទប្រភពព័ត៌មានទាំងអស់ ចម្លើយគឺខុសពីនេះ។ ហ្វេសប៊ុកមានភាពលេចធ្លោខ្លាំង ហើយស៊ីគ្នានឹងទិន្នន័យនៅភ្នំពេញ (ប្រមាណ៥០%) ប៉ុន្តែការនិយាយពីមាត់មួយទៅមាត់មួយគឺមិនដូច្នេះទេ។ កត្តានេះប្រហែលមកពីភាពមិនស៊ីចង្វាក់គ្នានៅក្នុងទិន្នន័យ ឬមកពីគ្រប់គ្នាសរសេរគ្រប់កន្លែងពួកគេបានឃើញរដូវវប្បធម៌ផ្សព្វផ្សាយ។ ទោះយ៉ាងណា ចំណុចសំខាន់នៅក្នុងទិន្នន័យនៅតាមខេត្តគឺសារៈសំខាន់នៃផ្ទាំងផ្សព្វផ្សាយ/ខិត្តប័ណ្ណកម្មវិធីរដូវវប្បធម៌ (មើលរូបទី១០)។ នៅក្នុងក្រុមគោលដៅ វាច្បាស់ណាស់ថា យុវជនវ័យក្មេងជាច្រើនបានឃើញផ្ទាំងផ្សព្វផ្សាយដោយផ្ទាល់ភ្នែក ប៉ុន្តែក៏មានច្រើនដែរដែលបានឃើញ និងចែកបន្តតាមបណ្តាញសង្គម។ នេះជាមធ្យោបាយសំខាន់សម្រាប់ការចែកព័ត៌មានអំពីព្រឹត្តិការណ៍រដូវវប្បធម៌។របៀបដែលយើងប្រមូលទិន្នន័យនិងរបៀបដែលអ្នកចូលរួមបានឆ្លើយ គឺមិនអាចឱ្យយើងគូសការបែងចែកនេះឱ្យច្បាស់ទេ ប៉ុន្តែនៅតាមខេត្ត រូបភាពផ្ទាំងផ្សព្វផ្សាយមានសារៈសំខាន់ណាស់ក្នុងការបង្ហាញព្រឹត្តិការណ៍រដូវវប្បធម៌។ ចំណុចនេះគឺខុសប្លែកខ្លាំងចំពោះនៅទីក្រុងភ្នំពេញ ដែលផ្ទាំងផ្សព្វផ្សាយឬខិត្តប័ណ្ណត្រូវបានគេចាត់ទុកថាជាប្រភពព័ត៌មានមិនសូវសំខាន់។



រូបទី១០ ៖ របៀបដែលទស្សនិកជនដឹងអំពីរដូវវប្បធម៌

ពេលក្រឡេកមើលប្រភពព័ត៌មានតាមអាយុនៅតាមខេត្ត អ្នកអាយុក្រោម១៨ឆ្នាំបានដឹងព័ត៌មានអំពីព្រឹត្តិការណ៍នេះតាមរយៈខិត្តប័ណ្ណកម្មវិធីរដូវវប្បធម៌ ហើយអ្នកអាយុ១៨-២៩ឆ្នាំដឹងតាមហ្វេសប៊ុក ឬតេឡេក្រាម។ មានអ្នកចូលរួមតែពីរនាក់ប៉ុណ្ណោះអាយុលើសពី៣០ឆ្នាំ បានឆ្លើយសំណួរនៅតាមខេត្ត ដូច្នេះក្រាហ្វមិនបានបញ្ចូលចម្លើយរបស់ពួកគេទេ (មើលរូបទី១១)។ ដូចអ្វីដែលបានរៀបរាប់ខាងលើ វាមិនច្បាស់ទេថាតើខិត្តប័ណ្ណកម្មវិធីរដូវវប្បធម៌ជាក្រដាសផ្ទាល់ឬអនឡាញ តាមហ្វេសប៊ុក គេហទំព័រ ឬតេឡេក្រាមមួយណាសំខាន់ជាងមួយណាទេ ប៉ុន្តែអ្វីដែលច្បាស់នោះគឺថា បណ្ដាញសង្គមជាប្រភពច្បាស់លាស់សម្រាប់មនុស្សវ័យក្មេង។នៅក្នុងក្រុមអាយុ១៨-៣០ឆ្នាំសមាមាត្រអ្នកប្រើហ្វេសប៊ុកជាប្រភពព័ត៌មានគឺត្រូវគ្នានឹងទិន្នន័យពីក្រុងភ្នំពេញ។ នេះជាប្រភពសំខាន់ដែលមនុស្សវ័យក្មេងស្វែងរកព័ត៌មាន ហើយវាគ្មានអ្វីភ្ញាក់ផ្អើលនោះទេ ដោយហេតុថាការប្រើប្រាស់ហ្វេសប៊ុកនៅក្នុងចំណោមប្រជាជនវ័យនេះនៅកម្ពុជាគឺច្រើនជាងគេ នេះបើតាមអង្គការតម្លាភាពអន្តរជាតិ (២០២២)។ ទោះយ៉ាងណា មិនមានច្រើននាក់ទេដែលជ្រើសរើសយកសាលារៀនជាប្រភពព័ត៌មានទោះបីទិន្នន័យក្រុមគោលដៅក៏ដោយ វាក៏អាចមកពីជម្រើសដែលដាក់ឱ្យផងដែរ ប៉ុន្តែ«ផ្សេងទៀត» ក៏ត្រូវបានផ្ដល់ឱ្យជាជម្រើសដែរ។ វានឹងងាយស្រួលដោយគ្រាន់តែគូសយកជម្រើសដែលមានស្រាប់។



រូបទី១១ ៖ របៀបដែលទស្សនិកជននៅតាមខេត្តដឹងព័ត៌មានអំពីរដូវវប្បធម៌ តាមអាយុ

កត្តារីករាយ

ទស្សនិកជនភាគច្រើនរីករាយនឹងអ្វីដែលពួកគេបានទស្សនា (មើលរូបទី១២)។ ទស្សនិកជននៅភ្នំពេញរីករាយនិងរំភើបខ្លាំងជាងអ្នកនៅតាមខេត្ត។នៅពេលឱ្យពួកគេដាក់ពិន្ទុថាតើពួកគេរីករាយប៉ុណ្ណានឹងអ្វីដែលពួកគេបានមើលចន្លោះពី១ដល់៥ ទស្សនិកជននៅភ្នំពេញគូសយកលេខ៥ភាគច្រើន (៥៩%) ធៀបនឹងនៅខេត្ត (៤៤%) ប៉ុន្តែអ្នកនៅតាមខេត្តគូសយកលេខ៤ (៤៦%) ច្រើនជាងអ្នកនៅភ្នំពេញ (៣០%)។ នេះប្រហែលត្រូវគ្នានឹងទស្សនិកជនថ្មីដែលនិយមចូលរួមទស្សនាសិល្បៈនៅតាមខេត្ត ដែលមិនសូវបានឃើញប្រភេទស្នាដៃសិល្បៈដែលយកទៅបង្ហាញ ប៉ុន្តែពួកគេនៅតែរីករាយ ហើយចង់ទទួលបានបទពិសោធន៍ពីវាធៀបនឹងទស្សនិកជនដែលនិយមចូលរួមទស្សនាសិល្បៈជាប្រចាំនៅទីក្រុង។ទាំងនេះអាចនិយាយបានថា នៅភ្នំពេញ មានទស្សនិកជនច្រើនដែលនិយាយថា*«ខ្ញុំស្រឡាញ់សិល្បៈ»*។ ទោះយ៉ាងណា នៅតាមខេត្ត ជាពិសេសនៅកំពង់ធំ ទស្សនិកជនទៅផ្ទះវិញមុនពេលការសម្ដែងរឿង*«បុគ្គលជោគជ័យ»*ចប់ ព្រោះយប់ពេក ពួកគេហត់នឿយ ឃ្លាន និងផ្លូវឆ្ងាយ ដូច្នេះគឺបាត់ទិន្នន័យខ្លះ ហើយទិន្នន័យដែលយើងមាន គឺអាចនឹងមិនសុក្រឹត។

រូបទី១២ ៖ ទិន្នន័យដែលឆ្លើយតបនឹងសំណួរ«តើអ្នកមានអារម្មណ៍បែបណាចំពោះការសម្ដែង?» នៅទីក្រុងភ្នំពេញ(រូបខាងលើ) និងនៅតាមខេត្ត (រូបខាងក្រោម)។

ទស្សនៈរបស់ទស្សនិកជន

អ្នកដែលចូលរួមក្នុងក្រុមគោលដៅមានបំណងច្បាស់លាស់ក្នុងការគាំទ្រសិល្បៈ ដោយសារគេយល់ឃើញពីមនុស្សជាទូទៅថា*«មិនមានចំណាប់អារម្មណ៍ចង់មើលសិល្បៈទេ»*(កិច្ចពិភាក្សាក្រុមគោលដៅនៅភ្នំពេញ) ហើយការចូលរួមក្នុងកិច្ចការស្រាវជ្រាវនេះគេយល់ថាជាមធ្យោបាយមួយ ដើម្បីពង្រីកការគាំទ្ររបស់ពួកគេ។ អ្នកទាំងនេះមានទំនោរចង់សាកល្បងនិងគាំទ្រ ហើយយល់ដឹងអំពីសិល្បៈ ដូច្នេះយើងឃើញមានការយល់លម្អៀងនៅក្នុងទិន្នន័យដែលប្រមូលបានមក។ ចំណុចដែលគួរកត់សម្គាល់មួយទៀតនៅក្នុងការឆ្លើយតបទាំងនេះគឺ សិល្បៈមានន័យថាជាការសម្ដែងភាគច្រើនជារបាំជាជាងតន្ត្រី។ ជាពិសេសនៅតាមបណ្ដាខេត្ត ដោយរួមទាំងខេត្តបាត់ដំបងជាកន្លែងដែលមានសហគមន៍សិល្បៈសូនរូបច្រើនគួរសមដែរពាក្យ«សិល្បៈ»មិនសូវមានន័យស្មើនឹងសិល្បៈសូនរូបទេ។

ចំណេះ និងការយល់ដឹង

សូម្បីនៅក្រុងភ្នំពេញ ក៏អាចមានការចូលរួមនិងការយល់ដឹងកម្រិតស្រាលៗដែរអំពីអ្វីដែលទស្សនិកជនមើលក្នុងលក្ខណៈសិល្បៈ។ មានន័យថា ទស្សនិកជនមិនមែនសុទ្ធតែយល់ដឹងផ្នែកលម្អិតនៃទម្រង់ និងការបង្កើតសិល្បៈនោះទេ។ មានភស្តុតាងបញ្ជាក់ពីរឿងនេះនៅក្នុងការមើលអនឡាញ ដែលបង្ហាញឱ្យឃើញថា អ្នកខ្លះមិនដឹងថាទម្រង់ល្ខោនខោលជាប្រុសទាំងអស់ ហើយនៅតែសួរដដែលៗរកមូលហេតុដែលមិនឃើញមនុស្សស្រីដើរតួក្នុងការសម្ដែង។ គេយល់ថា អវត្តមាននៃនារីបាំជាការរើសអើង មិនមែនជាក្បួននៃទម្រង់សិល្បៈទេ។ ពេលទស្សនាអនឡាញ គឺអ្នកទស្សនាអាចឆ្លើយឆ្លងគ្នាយ៉ាងស្ញប់ស្ញាត់អំឡុងពេលមើលឬក្រោយពេលមើល។ អ្នកចូលរួមដែលដឹងច្រើនអំពីទម្រង់សិល្បៈមួយចំនួនចែករំលែកចំណេះដឹងរបស់ពួកគេក្នុងការឆ្លើយសំណួរ។ ជាលទ្ធផល ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះជួយសម្របសម្រួលការផ្លាស់ប្ដូរចំណេះដឹងដោយចៃដន្យ។ ទោះយ៉ាងណា អ្នកចូលរួមប្រភេទនេះច្រើនតែនៅក្រុងភ្នំពេញនិងបាត់ដំបង ដែលជាមជ្ឈមណ្ឌលទីប្រជុំជនជាកន្លែងដែលទស្សនិកជនច្រើនតែមានបទពិសោធន៍ខ្លះ ធ្លាប់បានឃើញ និងមានការអប់រំផ្នែកសិល្បៈ។ ប៉ុន្តែចំណុចដែលកាន់តែសំខាន់ជាងនេះទៅទៀតនោះគឺថាកង្វះចំណេះដឹងរារាំងដល់ការចូលរួមផ្នែកវប្បធម៌ជាពិសេសដោយសារទស្សនិកជនច្រើនតែផ្ដោតលើបញ្ហាជាក់លាក់ណាមួយដែលគេចង់ដឹង រហូតដល់គេមើលរំលងផ្នែកផ្សេងទៀតដែលមាននៅក្នុងការសម្ដែង។

ការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះគាំទ្រទស្សនៈទូទៅមួយក្នុងចំណោមរង្វង់សិល្បករ ដែលយល់ថាទស្សនិកជនច្រើនតែចង់មើលរឿងណាដែលគេអាចតាមដឹងថាមានអ្វីកើតឡើងខ្លះ ហើយគេយល់ថាសិល្បៈមានការពន្យល់បកស្រាយត្រង់ៗឬ *«ត្រឹមត្រូវ»* ឬក៏ជាបំណងមួយដែលច្បាស់លាស់ (ការពិភាក្សាជាមួយក្រុមគោលដៅ(FGD)នៅភ្នំពេញ)។ ទស្សនិកជនចង់បានគ្រោងតំណាងមួយដែលច្បាស់លាស់ ក្នុងរបៀបដែលស្រដៀងនឹងទម្រង់នៃរបាំបុរាណ ហើយជាលទ្ធផលពួកគេពិបាកទទួលយកបទពិសោធន៍ និងយល់ស្នាដៃណាដែលមានលក្ខណៈពិសោធន៍ច្រើន។ ទស្សនិកជនសួរច្រើនអំពីស្នាដៃណាដែលគេចង់មើល ដែលស្នាដៃខ្លះបង្ហាញកង្វះការយល់ដឹងរបស់ពួកគេ និងមានបំណងចង់ឱ្យសិល្បករពន្យល់ឱ្យបានកាន់តែច្រើនអំពីការសម្ដែង ឬក៏ចង់ឱ្យកាយវិការសម្ដែងមានន័យច្បាស់លាស់និងត្រង់ៗ៖

«ខ្ញុំសួរមិត្តភក្តិរបស់ខ្ញុំថាតើ«សកេរ»មានន័យថាម៉េច។»(FGD ភ្នំពេញ)

«ខ្ញុំមិនយល់អត្ថន័យគ្រប់ផ្នែកទេ។ តើគេចង់បង្ហាញអ្វីនៅក្នុងឈុតនេះ? ពេលខ្លះគេប្ដូរតួ។ គេមានអ្នកសម្ដែងតិចតួចដែលប្ដូរតួទៅមក ហេតុដូច្នេះហើយបានជាខ្ញុំមិនយល់...ខ្ញុំចង់យល់បន្ថែមទៀតអំពីមូលហេតុគេសម្ដែងឈុតនេះក្នុងទម្រង់សម្ដែងនេះ? បើគេផ្ដល់ការពន្យល់តែបន្តិចក្នុងឈុតនីមួយៗ រឿងនេះនឹងកាន់តែប្រសើរឡើង។ ពិតណាស់ គេមានអ្នកពោលណែនាំឈុតឆាកនីមួយៗ ប៉ុន្តែការពោលនោះមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់ទេដើម្បីឱ្យយើងយល់។» (FGD ភ្នំពេញ)

«មានកាយវិការខ្លះខ្ញុំមិនយល់ទេ! ខ្ញុំមិនយល់អំពីទីកន្លែងដែលតួស្រីធំដឹងក្តី! អឺ គាត់ប្រើឈើដើម្បីបណ្ដុះ...ខ្ញុំអត់យល់ផ្នែកនេះទេ! តើគាត់ចង់បង្ហាញការដាំដុះមែនទេ?»(FGD បាត់ដំបង)

«ខ្ញុំពិតជាខ្មាសក្មេងណាស់ នៅពេលក្មេងម្នាក់សួរថារបាំសហសម័យជាអ្វី? ខ្ញុំមិនដឹងថាជាអ្វីទេ! ពេលមានគេឆ្លើយ ខ្ញុំក៏ដឹងថា ខ្ញុំមិនដឹងរឿងនេះទាល់តែសោះ។ [យើង]មិនដែលយកចិត្តទុកដាក់ចំពោះប្រពៃណីខ្មែរយើងសោះ។» (FGD បន្ទាយមានជ័យ)

អ្នកចូលរួមខ្លះមានអារម្មណ៍ខ្មាសអៀនចំពោះកង្វះចំណេះដឹងផ្នែកវប្បធម៌ ខណៈដែលទស្សនិកជនខ្លះមានអារម្មណ៍ហួសចិត្តដែលទស្សនិកជនផ្សេងទៀតមិនព្រមយកចិត្តទុកដាក់ពេញលេញនៅពេលតួអង្គសម្ដែង ជាពិសេសនៅតាមបណ្ដាខេត្ត (សូមមើលខាងក្រោម)។ក្រុមអ្នកចូលរួមក្នុងខេត្តបាត់ដំបងដែលធ្លាប់បានទៅសាលាហ្វារ រៀននៅទីនោះ ឬធ្លាប់បានចូលរួមសិក្ខាសាលាដែលសាលាហ្វាររៀបចំឡើង មិនសូវមានបញ្ហាក្នុងការយល់ប៉ុន្មានទេ។ ក្នុងក្រុងភ្នំពេញ ជាកន្លែងដែលក្រុមគោលដៅប្រជុំទៅដោយសិល្បករនិងសាធារណជនទូទៅអ្នកដែលមិនមែនជាសិល្បករមានអារម្មណ៍ថាអ្វីដែលគេយល់មិនដូចគ្នានឹងអ្វីដែលអ្នកបង្កើតស្នាដៃចង់បង្ហាញនោះទេ។ បន្ទាប់មកពួកគេក៏និយាយថា*«ខ្ញុំបន្ទោសខ្លួនឯង»*ចំពោះកង្វះចំណេះនិងការយល់ដឹងតិចតួច។ ការយល់បែបនេះជាការសន្និដ្ឋានថាសិល្បករត្រឹមត្រូវជានិច្ច ហើយពួកគេតែងតែបង្កើតស្នាដៃដែលអាច*«មើលយល់»*យ៉ាងងាយ ចំណែកសិល្បករវិញ ជាពិសេសអ្នកដែលរុករករបៀបសម្ដែងសហសម័យច្រើនតែចង់ទុកឱ្យទស្សនិកជនគិត។ ទោះជាយ៉ាងណា សិល្បករក្នុងស្ថានភាពនេះប្រាប់ទៅទស្សនិកជនឱ្យឈប់បន្ទោសខ្លួនឯង *«ត្រូវយកចិត្តទុកដាក់ឱ្យបានច្រើនលើអារម្មណ៍»* កុំព្យាយាមគិតរកគន្លឹះដើម្បីយល់ការសម្ដែងពេក។ ជាលទ្ធផល សិល្បករព្យាយាមអប់រំទស្សនិកជនអំពីរបៀបមើល ឬនិយាយឱ្យត្រូវជាងនេះ របៀបទទួលយកបទពិសោធន៍ពីការសម្ដែង។ តាមពិតទៅ សិល្បករចាត់ទុកការយល់ដឹងជារឿងមួយដែលនឹងកើតឡើងនៅពេលក្រោយមក ដោយរួមទាំងខ្លួនពួកគេផ្ទាល់ដែរ។ ពួកគេចាត់ទុកថា ការយល់ពីស្នាដៃមួយគឺកើតឡើងតាមរយៈការគិត ដែលប្រហែលមានប្រយោជន៍នៅពេលអនាគត។ នៅក្នុងន័យនេះ ចំពោះសិល្បករគឺផ្ដោតលើអនាគត ចំណែកទស្សនិកជនវិញចង់ដឹងភ្លាមៗថាឈុតឆាកនីមួយៗបង្ហាញអំពីអ្វី។ ដូចសិល្បករម្នាក់រៀបរាប់ថា៖

«យើងត្រូវគិតឱ្យលើសពីការសម្ដែងអំពីបទពិសោធន៍នីមួយៗដែលយើងមាន ដោយសារពេលខ្លះការសម្ដែងនោះមិនមែនសម្រាប់មនុស្ស១០០នាក់ដែលមើលហើយយល់គ្រប់ផ្នែកនោះទេ អ្នកខ្លះយល់ អ្នកខ្លះអត់យល់ ដោយសារពួកគេមិនធ្លាប់មានបទពិសោធន៍មើលការសម្ដែងសិល្បៈ។ ដូច្នេះហើយ ចំពោះខ្ញុំ ខ្ញុំនៅតែបន្ត ដោយសារខ្ញុំយល់ថាសូម្បីនៅពេលសម្ដែងចប់ហើយ យើងនៅតែបន្តយល់ដឹងទៀតបាន[...]ពេលខ្លះយើងមិនដឹងថា បទពិសោធន៍ដែលយើងបានឃើញនោះអាចនឹងជួយយើងនៅពេលយើងធ្វើអ្វីមួយថ្មីទេ[...]។ ដូច្នេះហើយ វាអាចជាឧបករណ៍ ឬជាធាតុមួយដែលអាចបំពេញបន្ថែមយើងនៅពេលយើងបង្កើតទម្រង់សិល្បៈអ្វីមួយ ឬការច្នៃប្រតិដ្ឋជាមហោស្រព តន្ត្រី សហសម័យ [...]ជាប្រពៃណីរបស់ជនជាតិដើមយើង។ ពេលខ្លះក៏មានអ្វីមួយដែលជួយយើងជានិច្ចដែរ។ ពេលខ្លះយើងពិបាកនិយាយដោយសារវាជាគំនិតពីខាងក្នុងដែលយើងមាន។» (FGD ភ្នំពេញ)

ហេតុដូច្នេះហើយ ស្នាដៃសម្ដែងអាចគួរឱ្យចង់មើលដោយមិនបាច់យល់គ្រប់ជ្រុងជ្រោយ។ យើងនៅតែអាចមើលបានជាបទពិសោធន៍ ហើយការយល់ដឹងអាចជាអ្វីមួយដែលកើតឡើងនៅពេលក្រោយ (តាមពិត ដូចការពិភាក្សាខាងក្រោមចំណុចនេះមានអំណះអំណាងដើម្បីគាំទ្រនោះគឺរបៀបដែលទស្សនិកជនប្រើប្រាស់ព័ត៌មាន)។សិល្បករមិនចាំបាច់យល់គ្រប់ពេលនូវទម្រង់សិល្បៈក្រៅពីជំនាញរបស់ពួកគេនោះទេ និង[មិនចាំបាច់យល់]កម្រិតសមត្ថភាពរបស់ទស្សនិកជននោះទេ ហើយពេលខ្លះគេសួរសំណួរស្រដៀងគ្នាទៅកាន់ទស្សនិកជនទូទៅអំពី*«អ្វីដែលគេចង់សម្ដែង?»* ពិតណាស់ថាមានសំណួរជុំវិញគោលបំណង ដោយសារសិល្បករខ្លះបង្ហាញឱ្យឃើញត្រង់ៗ ឯខ្លះទៀតបង្ហាញដោយប្រយោល ប៉ុន្តែចង់ឃើញដំណើរគំនិតស្រដៀងគ្នានៅក្នុងការសម្ដែង។ ដូច្នេះហើយ ជាទូទៅ ទស្សនិកជនមិនសូវដឹងទេថា គំនិតស្នាដៃសិល្បៈអាចជាបទពិសោធន៍និងបើកទូលាយឱ្យមានការបកស្រាយច្រើនបែបនោះ។ ទោះជាយ៉ាងណា ពេលខ្លះនៅភ្នំពេញទស្សនិកជន ចូលចិត្តស្នាដៃសហសម័យជាពិសេស ដោយសារ វាមានលក្ខណៈមិនសូវច្បាស់លាស់ ហើយទស្សនិកជនចូលចិត្តការមិនដឹងមុនថានឹងមានរឿងអ្វីកើតឡើងនៅពេលខាងមុខ គេចូលចិត្តការបកស្រាយដែលបើកទូលាយ ដើម្បីគេអាចគិតអំពីអ្វីដែលគេកំពុងតែមើលនោះ៖

«ពេលខ្ញុំមើលសិល្បៈ ខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាសេរីភាពនៃគំនិតរបស់ខ្ញុំមិនអាចមានអ្វីមករារាំងបានទេ។ នៅពេលខ្ញុំមើល[ឬ]ស្ដាប់ ខ្ញុំយល់ថាអ្វីៗទាំងអស់នេះផ្ដល់សេរីភាពក្នុងការនិយាយជាមួយខ្លួនឯងតាមរយៈការមើលស្នាដៃដែលខ្ញុំបានឃើញឬស្ដាប់។ ដូច្នេះ គ្មាននរណាមកប្រាប់ខ្ញុំថាមិនត្រូវមើលរឿងនេះដោយសារគេមិនអាចមើលឃើញ[នូវអ្វីដែលខ្ញុំគិតនោះទេ]។ ដូច្នេះហើយ ខ្ញុំមានសេរីភាពក្នុងការគិត។ ផ្ទុយពីសង្គមបច្ចុប្បន្ននេះ ដែលពេលខ្លះគេអនុញ្ញាត និងមិនអនុញ្ញាត[ឱ្យដឹង/ធ្វើរឿងអ្វីមួយ]។ [...] គេគិតបែបនេះ យើងគិតបែបនោះ ដូច្នេះហើយពេលខ្លះយើងត្រូវយល់ស្របគ្នា។ យើងមិនអាចជាខ្លួនឯង១០០ភាគរយបានទេ។ ប៉ុន្តែតាមរយៈសិល្បៈ ខ្ញុំបានឃើញថា នៅពេលយើងគិតដល់ពាក្យសិល្បៈ វាជាសេរីភាព។ ខ្ញុំចង់មានន័យថា ខ្ញុំជាខ្លួនខ្ញុំ។ ខ្ញុំចង់និយាយថា បើខ្ញុំគិតដល់រឿងអ្វីមួយ ខ្ញុំអាចធ្វើរឿងនោះបាន១០០ភាគរយ ដែលខ្ញុំមិនត្រូវការសម្របទៅតាមអ្នកដទៃនោះទេ។»(FGD ភ្នំពេញ)

ការមើលសិល្បៈក្នុងនាមជាទស្សនិកជនជួយជំរុញសេរីភាពនៃការស្តែងចេញមកក្នុងការគិត និងការបកស្រាយ ហើយជាពិសេសក្នុងការគិតល្អិតល្អន់។ ក្នុងន័យនេះ គេអាចចាត់ទុកថា សិល្បៈមានលក្ខណៈប្រជាធិបតេយ្យ ជារឿងដែលកើតឡើងច្រើនដងក្នុងចំណោមក្រុមគោលដៅ ហើយពិតណាស់ថាជាការជំរុញសេរីភាពបុគ្គលក្នុងរបៀបដែលមិនអាចទទួលបានតាមធម្មតាទេនៅក្នុងជីវភាពប្រចាំថ្ងៃ។ ហេតុដូច្នេះហើយ សិល្បៈជាកត្តាជំរុញយ៉ាងសំខាន់ សម្រាប់ទស្សនិកជនម្នាក់ៗស្តែងអំពីខ្លួនគេ ប៉ុន្តែក៏ជួយផ្សារភ្ជាប់ និងគិតអំពីសង្គមក្នុងរបៀបដែលអាចលើកកម្ពស់ទស្សនៈផ្សេងទៀតដែរ។

ដូចបានឆ្លុះបញ្ចាំងក្នុងទិន្នន័យនេះ ហេតុផលចម្បងមួយដែលទស្សនិកជនទៅមើលសិល្បៈគឺដើម្បីយល់ដឹង និងទទួលយកការអប់រំក្នុងរបៀបខ្លះ។ មានសុឆន្ទៈពិតប្រាកដមួយដើម្បីស្វែងរក និង ចូលរួមក្នុងសិល្បៈ ហើយអ្នកឆ្លើយតបខ្លះក្នុងក្រុមគោលដៅថែមទាំងបានរៀបរាប់ថាដូចការធ្វើកិច្ចការស្រាវជ្រាវដែរ។ បំណងបង្កើនចំណេះ និងការយល់ដឹងនេះស្តែងចេញមកយ៉ាងខ្លាំងក្នុងទិន្នន័យទាំងពីរទាំងនៅរាជធានីភ្នំពេញនិងតាមបណ្តាខេត្តគឺទស្សនិកជនចង់យល់ដឹងបន្ថែមទៀតអំពីសិល្បៈ និងវប្បធម៌ដែលពួកគេ*«យល់ថាពួកគេមិនដឹងច្បាស់»* (FGD ភ្នំពេញ)។ ជាក់ស្តែង ទស្សនិកជនអាចកំណត់ដឹងថា របាំរឿង*«សកេរ»*គឺ*«ថ្មី»* ប៉ុន្តែមិនដឹងថាហេតុអ្វីវាថ្មីនោះទេ(ទោះយ៉ាងណា អ្នកខ្លះអាចកំណត់ដឹងការប្រើប្រាស់ការសូត្រវត្ថុតុបតែង ការប្តូរតួ ក្បាច់រាំនិងភ្លេងសហសម័យ ជាពិសេសនៅក្នុងការទស្សនាតាមអនឡាញ នៅភ្នំពេញ)។ ក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ ក៏មានអ្នកចូលរួមជាក្រុមគោលដៅដែលចង់*«សាកល្បងចំណេះដឹងនិងសមត្ថភាព»*ដែរ ហើយជាក់ស្តែងមានអ្នកដែលចូលរួមសិក្ខាសាលាសរសេរចម្រៀងគ្រាន់តែដើម្បី*«សាកល្បងការងារថ្មី»*។ នៅក្នុងក្រុមគោលដៅគំនិតដែលថាទស្សនិកជនចូលរួមកម្មវិធីសិល្បៈដើម្បីរៀន ទទួលបានបទពិសោធន៍ថ្មី និងដើម្បីមើលរឿងថ្មីៗមានច្រើនណាស់។ នៅតាមបណ្តាខេត្ត ទស្សនិកជនទៅមើលរបាំសហសម័យ*«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច / ចុះហើយ ដកណៅចេ»* និងការបញ្ចាំងភាពយន្តជនជាតិដើមដោយសារគេចង់*«យល់ដឹងអំពីជនជាតិកួយ និង...ជីវិតរបស់ពួកគេ»* (FGD បន្ទាយមានជ័យ)។ ពួកគេក៏មិនដែលបានមើលការសម្តែងរបាំសហសម័យដែរ ដូច្នេះពួកគេចង់ទទួលបានបទពិសោធន៍នេះសម្រាប់ខ្លួនឯង។សន្ទុះចិត្តនេះមានទំនាក់ទំនងខ្លះទៅនឹងបំណងចង់បង្ហាញនិងអភិរក្សភាពចម្រុះនិងឯកលក្ខណភាពវប្បធម៌ ។រឿងនេះមានការពិតជាពិសេសចំពោះស្នាដៃសិល្បៈជនជាតិដើម ដែលអ្នកចូលរួមក្នុងក្រុមគោលដៅកំណត់ដឹងថាពួកគេចូលចិត្តស្វែងយល់អំពីប្រពៃណី សាសនា ជំនឿ និងទំនៀមទម្លាប់របស់ជនជាតិកួយ។ វាជាការអប់រំ ហើយទស្សនិកជនទទ្នឹងថា៖

«ខ្ញុំចង់យល់អំពីអ្វីដែលគេបង្ហាញ។ ខ្ញុំចង់យល់អត្ថន័យនៅពីក្រោយនោះ ដើម្បីខ្ញុំអាចទទួលបានចំណេះដឹងនិងបទពិសោធន៍បន្ថែមទៀត ដែលស្តែងចេញមកតាមរយៈការសម្តែងនោះ។ នៅថ្ងៃនេះ ដោយសារវីដេអូឯកសារទាំងនេះបង្ហាញអំពីជនជាតិដើម ខ្ញុំចង់យល់ដឹងរបៀបដែលពួកគេរស់នៅ? តើជីវភាពរបស់ពួកគេដូចម្តេចខ្លះ? បន្ទាប់មក ខ្ញុំប្រហែលចែករំលែកចំណេះដឹងនេះជាមួយមិត្តភក្តិឬអនាគតសិស្សរបស់ខ្ញុំ។» (FGD បាត់ដំបង)

«គឺដោយសារខ្ញុំមិនធ្លាប់ឮ និងមិនធ្លាប់ដឹងរឿងនេះពីមុនមក។ ខ្ញុំមិនដែលបានទៅដល់សហគមន៍ជនជាតិដើមទេ ដូច្នេះហើយ ខ្ញុំមិនដឹងថាសហគមន៍កួយរស់នៅបែបណាទេ។ ដូច្នេះ ខ្ញុំចង់យល់ដឹងអំពីជីវភាព វប្បធម៌ និងជំនឿរបស់ពួកគេ។ តើ[ជីវភាព វប្បធម៌ និងជំនឿ] របស់ពួកគេខុសពីរបស់យើងដូចម្តេចខ្លះ? ថ្ងៃនេះយើងបានមើលឯកសារដែលបង្ហាញជីវិតរបស់ជនជាតិដើម។ទោះជាយ៉ាងណាយើងមិនធ្លាប់បានទៅដល់សហគមន៍របស់ពួកគេទេវានៅតែជាឱកាសសម្រាប់យើងយល់ដឹងប្រពៃណីរបស់ពួកគេ ដូចជាការបិតស្រា និងការធ្វើទ្រឃ្មោក។ នេះជាចំណេះដឹងអំពីជីវភាពនៃជនជាតិដើម។» (FGD បាត់ដំបង)

តាមពិត ក្នុងក្រុមគោលដៅមួយនៅខេត្តបាត់ដំបង មានអ្នកចូលរួមម្នាក់បានបង្ហាញយ៉ាងច្បាស់នូវការរំពឹងថា បើគេទៅមើលការសម្តែង គឺគេទៅទទួលការអប់រំ *«តើគេមានអ្វីដែលចង់អប់រំយើង? តើគេចង់ឱ្យយើងដឹងអ្វី?»*(FGD បាត់ដំបង)។ ជាថ្មីម្តងទៀត មានគំនិតមួយដែលថាសិល្បៈពាំនាំសារ ហើយគេប្រើប្រាស់ជាមធ្យោបាយអប់រំក្នុងរបៀបខ្លះ (ច្បាស់ណាស់ការណ៍នេះរួមបញ្ចូលទាំងច្បាប់ទម្លាប់សង្គម រឿងព្រេង ជាអ្វីៗដែលគេរំពឹងពីសិល្បៈដែលផ្អែកលើរឿងរាមកេរ្តិ៍)។

ដូចបានបង្ហាញនៅក្នុងរបាយការណ៍ពីមុនរបស់យើង (Rogers et al 2021) កង្វះខាតការអប់រំសិល្បៈក្នុងប្រព័ន្ធអប់រំទូទៅត្រូវគេយល់ថាជាបញ្ហាគន្លឹះដែលរារាំងវប្បធម៌នៃការចូលរួមពេញលេញក្នុងសិល្បៈ។ ទស្សនិកជនបានលើកបញ្ហាដែលមិនមានការអប់រំសិល្បៈក្នុងសាលារៀន ទាំងនៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ និងនៅតាមបណ្តាខេត្ត។ សិល្បករក៏ចង់ឱ្យមានការអប់រំសិល្បៈ និងចំណេះដឹងអំពីសិល្បៈកាន់តែច្រើនដែរក្នុងចំណោមយុវវ័យ។ ពួកគេជជែកវែកញែកអំពីតម្រូវការដើម្បីបណ្តុះបណ្តាលយុវជនអំពីសិល្បៈនិងដាក់បញ្ចូលការយល់ដឹងនេះទៅក្នុងប្រព័ន្ធអប់រំតាមសាលា។ ទោះជាយ៉ាងណា នៅក្នុងរាជធានីភ្នំពេញ សិល្បករក៏និយាយអំពីការមានទំនួលខុសត្រូវដែ *«បើយើងមិនមានទំនួលខុសត្រូវក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ គេក៏មិនដឹងថាសិល្បៈជាអ្វីដែរ?»* (FGD ភ្នំពេញ) ទោះបីពិធីទេសកាលជាច្រើន ដោយរួមទាំងរដូវកាលវប្បធម៌ មានធាតុផ្សំនៃការអប់រំតាមរយៈសិក្ខាសាលានិងការនិយាយពន្យល់ ក៏ការផ្សព្វផ្សាយត្រូវគេពិភាក្សាក្នុងន័យទូលំទូលាយជាផ្នែកមួយនៃទំនួលខុសត្រូវសិល្បៈ ដើម្បីជួយចែកចាយចំណេះដឹងអំពីសិល្បៈឱ្យបានកាន់តែទូលំទូលាយ។ ទោះជាយ៉ាងណា កិច្ចការនេះមានរបៀបយ៉ាងណាឬត្រូវមានសកម្មភាពអ្វីខ្លះ នៅមិនទាន់មានភាពច្បាស់លាស់ទេ ក្រៅពីការបង្រៀនផ្លូវការ និងព្រឹត្តិការណ៍មហោស្រព។ ទស្សនិកជនក្នុងក្រុមគោលដៅ (អ្នកដែលមានឱកាសច្រើនបានឃើញសិល្បៈ) ក៏យល់ថាពួកគេមានទំនួលខុសត្រូវក្នុងការរៀនអំពីសិល្បៈ និងវប្បធម៌ដែរ ៖

«ដោយសារពួកគេ[ទស្សនិកជន]ជាខ្មែរ សិល្បៈជារបស់ពួកគេ។ ដូច្នេះ ពួកគេគួរតែមានទំនួលខុសត្រូវ ទោះធំក្តីឬតូចក្តី ដើម្បីអភិរក្សនិងការពារ។» [កិច្ចពិភាក្សាផ្តោតលើការទស្សនាសិល្បៈអាចជាមធ្យោបាយមួយក្នុងការជួយថែរក្សា និងលើកកម្ពស់សិល្បៈដែរ] (FGD សៀមរាប)

«មនុស្សធ្វើតាមអ្វីដែលពេញនិយមក្នុងជំនាន់របស់ពួកគេ។ ពីមុនមិនសូវមានការអភិវឌ្ឍប៉ុន្មានទេ ប៉ុន្តែសព្វថ្ងៃនេះមានការអភិវឌ្ឍពិតប្រាកដហើយ។ ពីមុនមនុស្សធ្វើតែតាមប្រពៃណី និងសាសនាយ៉ាងខ្ជាប់ខ្ជួន។ ខណៈដែលពិភពលោកកំពុងអភិវឌ្ឍ យើងចង់ដើរតាមសាសនា វប្បធម៌ និងរបៀបរបបរបស់ប្រទេសដទៃដែរ។» (FGD សៀមរាប)

សកលភាវូបនីយកម្មត្រូវគេមើលឃើញជាបញ្ហាចំពោះសិល្បៈបុរាណកម្ពុជា ដែលមានបញ្ហាពាក់ព័ន្ធនឹងការឱ្យតម្លៃសិល្បៈទំនើប ហើយជាពិសេសសិល្បៈទំនើបមកពីកន្លែងផ្សេង។ ទោះជាយ៉ាងណា អ្នកចូលរួមម្នាក់ក្នុងក្រុមគោលដៅជម្នះនឹងការសន្និដ្ឋានថា សិល្បៈជាមធ្យោបាយទទួលបានចំណេះដឹងវប្បធម៌តាមរយៈការលើកឡើងថា ក្នុងការព្យាយាមនាំយុវជនឱ្យចូលរួមក្នុងសិល្បៈ គេត្រូវចាប់ផ្តើមពីអ្វីមួយដែលធ្វើឱ្យពួកគេចាប់អារម្មណ៍ មិនមែនសន្និដ្ឋានតែគុណតម្លៃខាងក្នុងនៃសិល្បៈ និងវប្បធម៌នោះទេ៖

«ចាប់ផ្តើមពីរឿងងាយៗដែលពួកគេអាចមានអារម្មណ៍ជាផ្នែកមួយដែរ។ ដូច្នេះពួកគេនឹងមិនមានអារម្មណ៍ធុញទ្រាន់នឹងសិល្បៈនោះទេ ដោយសារពួកគេយល់[...]។ នៅពេលពួកគេមានអារម្មណ៍ជាផ្នែកមួយនៃសិល្បៈនោះពួកគេនឹងសួរខ្លួនឯងថា៖ហេតុអ្វីបានជាពួកគេមិនថែរក្សា? ដូច្នេះ កិច្ចការដំបូងគឺថាយើងត្រូវលើកទឹកចិត្តពួកគេឱ្យស្រឡាញ់ និងថែរក្សាមរតកខ្លួនឯង។» (FGD បាត់ដំបង)

ការឆ្លើយតបនេះបានចុចចំថាមវ័ន្តបង្កប់នៅក្នុងសម្រង់សម្តីខាងលើនេះ គឺថាយុវជនមិនមានអារម្មណ៍ថាសិល្បៈ និងវប្បធម៌ជារបស់ពួកគេទេ។ វាជាការបង្ហាញដោយបង្កប់ន័យថា យុវជនមិនមានចំណែកចូលរួម ឬផ្តាច់ចេញពីសង្គមនិងវប្បធម៌ ហើយរឿងនេះតម្រូវឱ្យមានការដោះស្រាយរៀបចំឡើងវិញមុនពេលពួកគេអាចចូលរួមពេញលេញក្នុងសិល្បៈ។ ក្នុងន័យនេះ កិច្ចប្រឹងប្រែងផ្សព្វផ្សាយ អប់រំ និងលើកកម្ពស់សិល្បៈ ដោយរួមទាំងកិច្ចប្រឹងប្រែងថ្មីៗនេះពីរាជរដ្ឋាភិបាលនៅលើឆាកអន្តរជាតិ មានសារៈសំខាន់ក្នុងការផ្សារភ្ជាប់ជាមួយយុវជនកម្ពុជាទាក់ទងនឹងតម្លៃនៃសិល្បៈ និងវប្បធម៌។

«ភាពថ្មីសន្លាង» នៅក្នុងវិស័យសិល្បៈ

តាមរយៈការដកស្រង់សម្ដីខាងលើ មានការសន្និដ្ឋានយ៉ាងជាក់ច្បាស់មួយថា ទស្សនិកជនក្មេងៗកំពុងរុករកទាំងសាច់រឿងបែបបុរាណ (ជាពិសេសដូចរឿងរាមកេរ្តិ៍) និងរឿងទំនើប ប៉ុន្តែក៏សម្របខ្លួនជាមួយសាច់រឿងទាំងពីរប្រភេទនេះដែរ។ នៅក្នុងក្រុមគោលដៅ ទស្សនិកជនពិតជាចូលចិត្តស្នាដៃដែលមានលក្ខណៈបុរាណតែយកមកច្នៃថ្មី ដូចជារឿង*«កំណាត់ហេតុចាប៉ី»* និងរឿង*«បណ្ដុះដុះ ដំកំពៀច»*ជាដើម។ *«ប្រសិនបើយើងប្រៀបធៀបជាមួយម្ហូបវិញ វាដូចជាយើងញ៉ាំម្ហូបដដែល ប៉ុន្តែវាមានរចនាបទរៀបចំបែបថ្មីដែលធ្វើឱ្យយើងចូលចិត្ត»* (FGD ភ្នំពេញ)។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ ចំពោះសិក្ខាសាលានិពន្ធចម្រៀង គេឃើញមានការពេញចិត្តខ្លាំងលើបទចម្រៀងមនោសញ្ចេតនាបែបប្រពៃណី ប៉ុន្តែជាមួយគ្នានេះដែរ បទចម្រៀងដែលផ្តោតលើបញ្ហាសង្គមក៏ត្រូវបានគេឱ្យតម្លៃដែរ។ នៅក្នុងរឿង*«សកេរ»* នៅពេលយើងប្រើ Mentimeter ដើម្បីធ្វើសម្ទតិកម្មសួរសាធារណជនថាតើលំហូរសកម្មភាពបែបណា ដែលពួកគេចង់ឱ្យតួអង្គសំខាន់ៗធ្វើនោះ ការឆ្លើយតបមានភាពខុសគ្នាយ៉ាងខ្លាំង ឧទាហរណ៍អ្នកខ្លះថាព្រះរាមគួរបញ្ជូនហនុមានទៅជួយសង្គ្រោះនាងសិតា ឯខ្លះទៀតថាព្រះរាមគួរទៅដោយខ្លួនឯង។ នេះឆ្លុះបញ្ចាំងឱ្យឃើញពីការប្រកាន់ខ្ជាប់នូវប្រពៃណី និងការអភិរក្សសង្គមដ៏រឹងមាំនៅឡើយ ក្នុងចំណោមសាធារណជនវ័យក្មេងមួយចំនួន។

ទោះយ៉ាងណា នៅតែមានការចង់បានប្រភេទរឿងថ្មីៗ ដែលទាក់ទងទៅនឹងពេលបច្ចុប្បន្ននេះ ដូចមានការបញ្ជាក់នៅក្នុងរបាយការណ៍ឆ្នាំ២០២០ (Rogers et al ២០២១)។ សិល្បករបានចូលរួមចែករំលែកបំណងប្រាថ្នាមួយនេះជាមួយគ្នា ដោយសម្រួលពាក្យបុរាណពី *«ភាពច្រំដែលជាសត្រូវរបស់ភ្នែក»* ទៅជា *«ភាពច្រំដែលជាសត្រូវរបស់ទស្សនិកជន»* (FGD ភ្នំពេញ)។ សិល្បករដឹងច្បាស់ថាទស្សនិកជនចង់ទទួលបានបទពិសោធន៍ថ្មីៗ ហើយសិល្បករខ្លួនឯងផ្ទាល់ក៏ធ្លាប់រៀបរាប់ពីការធុញទ្រាន់របស់ពួកគេ ចំពោះការទស្សនាការសម្ដែងលើឆាកដដែលៗ ប៉ុន្តែផ្ទុយទៅវិញ ពួកគេពិតជាចូលចិត្តមើលស្នាដៃថ្មីៗ។ ស្នាដៃដែលអាចរួមបញ្ចូលនូវវិធីសាស្ត្រប្លែកៗគ្នា ចាប់ពីទម្រង់សិល្បៈ ដែលមិនទាន់បានបង្កើតឡើងវិញពេញលេញនិងរស់ឡើងវិញ រហូតដល់ទម្រង់សិល្បៈបម្លែង ដែលលាយបញ្ចូលទាំងរចនាបថលោកខាងលិចនិងទាំងបែបបុរាណ ហើយថែមទាំងការគួបផ្សំបច្ចេកទេសនិងជំនាញបច្ចេកទេសផ្សេងៗទៀត។ ក្រុមសិល្បៈមួយក្រុមបានផ្ដោតការពិភាក្សាគ្នា អំពីល្ខោនកំណាព្យ និងពិភាក្សាជុំវិញប្រធានបទបេតិកភណ្ឌ សិទ្ធិ និងការបង្កើតស្នាដៃឡើងវិញផងដែរ៖

"តើគេអាចអភិរក្ស ហើយអាចអភិវឌ្ឍផងបានទេ? ... តើអ្វីជា«ផ្លូវត្រឹមត្រូវ»? តើវាជាកាតព្វកិច្ចរបស់អ្នកណា? សម្រាប់ខ្ញុំជាយុវជនម្នាក់ សម្រាប់ខ្ញុំជាសិល្បករម្នាក់ តើខ្ញុំអាចធ្វើការស្រាវជ្រាវខ្លះៗដើម្បីឱ្យមានផ្ទាំងទស្សនីយភាពល្ខោនថ្មីបានឬទេ?... តើយើងជាយុវជនមានសិទ្ធិធ្វើការស្រាវជ្រាវដែរឬទេ? តើខ្ញុំអាចធ្វើទស្សនីយភាពសម្ដែងថ្មី» (FGD, ភ្នំពេញ)។ ព្រំដែនរបស់សិល្បករនៅត្រឹងដដែល ប៉ុន្តែវាអាចជាផ្លូវដើរឆ្ពោះទៅរកភាពថ្មីសន្លាង ដោយរក្សាទាំងប្រពៃណី ព្រមទាំងធ្វើការច្នៃប្រតិដ្ឋថ្មី តែសួរថាអ្នកណាអាច ឬមានលទ្ធភាពក្នុងការបង្កើតស្នាដៃ និងនៅក្នុងទិសដៅបែបណា។ ដោយសារសិល្បករនៅក្រុងភ្នំពេញ ជារឿយៗ មិនដែលមានអារម្មណ៍ថាពួកគេបានមើលស្នាដៃអ្វីដែលថ្មីសន្លាងឡើយ ពួកគេបានត្រឹមពិភាក្សាគ្នាតែអំពីប្រពៃណីនិងគម្រោងនៃការបង្កើតឡើងវិញ ដោយទាក់ទងនឹងការគិតតាមរយៈអ្វីដែលពួកគេអាចធ្វើបាន ដើម្បីលើកទឹកចិត្តឱ្យការច្នៃប្រតិដ្ឋថ្មីនៅក្នុងសិល្បៈរបស់ពួកគេផ្ទាល់ (សូមមើលខាងក្រោម)។

ដូច្នេះអ្វីដែលជាស្នាដៃ*«ថ្មី»* ពិតប្រាកដ គឺមានន័យថាមានភាពចម្រុះខ្លាំង។ នៅក្នុងទីក្រុងភ្នំពេញ ទស្សនិកជនបានជជែកគ្នា អំពីស្នាដៃថ្មីពីរ៖ ទីមួយ ជាឧទាហរណ៍ជាក់ស្តែងចេញពីការរៀបចំកម្មវិធីដូរវប្បធម៌ ដែលគេចាត់ទុកថាថ្មី (ដូចជា*«កំណាត់ហេតុចាប៉ី»* និងវិធីដែលគេបញ្ចូលអាម៉ូនីកា និងសម្ភារៈប្រើប្រាស់ប្រចាំថ្ងៃ ដូចជាសម ដើម្បីបង្កើតជាភ្លេង) នេះបង្ហាញពីភាពថ្មីសន្លាងដែលគេបានបង្កើតឡើង ដើម្បីសម្របខ្លួនទៅនឹងទម្រង់សិល្បៈបុរាណ ដែលទស្សនិកជនពុំធ្លាប់បានគិតដល់។ ចំណែកទីពីរ និយាយជាលក្ខណៈទូទៅ នោះគឺការបង្កើតស្នាដៃថ្មីមួយ ដែលឆ្លុះបញ្ចាំងពីបញ្ហាសង្គមនាពេលបច្ចុប្បន្ន ឬដែលបានប្រើប្រាស់ទម្រង់សហសម័យ ដោយសារវាត្រូវបានគេមើលឃើញថាមានសេរីភាពក្នុងការពិភាក្សាដេញដោលអំពីបញ្ហានានា ឬពីបរិបទជាក់លាក់មួយ។

ទោះបីជាវាស្ថិតក្នុងទម្រង់បែបណាមួយក៏ដោយ ភាពថ្មីសន្លាងមានសារៈសំខាន់ ដូចដែលគេ ឃើញស្រាប់ ថាវាបានធ្វើឱ្យវិស័យសិល្បៈមានទំនាក់ទំនងជាមួយយុវជនបច្ចុប្បន្ន។ វាជាមធ្យោបាយមួយក្នុងការបង្កើតឱ្យមានទំនាក់ទំនង ឬចំណងទៅនឹងសិល្បៈនៅក្នុងចំណោមប្រជាជន ដូចដែលយើងបាននិយាយមុននេះ។

«វាគួរតែជាស្នាដៃថ្មី និងគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ ទោះបីជាយើងការពារទម្រង់បុរាណក៏ដោយ» (FGD, ភ្នំពេញ)។

«យើងមិនគួរស្ថិតនៅតែមួយកន្លែងទេ។ សិល្បៈគួរតែដើរទៅមុខ» (FGD, ភ្នំពេញ)។

«ពួកគេមិនអាចនៅតែនឹងរឿងរាមកេរ្តិ៍ ២០ឆ្នាំ ឬ១០០ឆ្នាំទៅមុខទៀតទេ។ ពួកគេក៏មិនគួរផ្តោតខ្លាំងពេកតែទៅលើរឿងរាមកេរ្តិ៍ដែរ។ ពួកគេគួរតែមានរឿងថ្មី ដែលបណ្ដុះផ្តត់គំនិតទស្សនិកជន គឺទស្សនិកជននៅកម្ពុជា ដើម្បីឱ្យពួកគេមើលឃើញអនាគត ថាតើអនាគតនឹងទៅជាយ៉ាងណា?» (FGD ភ្នំពេញ)។

ទស្សនិកជនក៏ដូចជាសិល្បករជាច្រើនទៀតបានបង្ហាញជំនឿជឿជាក់របស់ពួកគេ ថាយុវជនចាំបាច់រៀនពីទម្រង់ប្រពៃណីឱ្យបានច្រើន និងរៀនវាឱ្យបានច្បាស់ ទើបពួកគេអាចបង្ហាញពីភាពខុសគ្នារវាងទម្រង់ប្រពៃណី និងទម្រង់សហសម័យបែបច្នៃប្រតិដ្ឋ។ ប៉ុន្តែ ទោះជាយ៉ាងណា ដូចដែលបានលើកឡើងខាងលើ ទស្សនិកជនក៏សង្ឃឹមផងដែរថា សិល្បករនឹងស្រមើស្រមៃពីអនាគត ដោយបង្កើតស្នាដៃវប្បធម៌បែបច្នៃប្រតិដ្ឋ និងបង្កើតវប្បធម៌អនាគតមួយសម្រាប់កម្ពុជាផងដែរ ដោយចាប់ផ្ដើមធ្វើតាំងពីពេលនេះទៅ។ ទោះបីវាពុំសូវមានភាពលេចធ្លោដូចទិន្នន័យបញ្ជាក់របស់អ្នកក្រុងភ្នំពេញក៏ដោយ ក៏ទស្សនិកជននៅតាមបណ្ដាខេត្តក៏បានបង្ហាញបំណងប្រាថ្នាដូចគ្នា គឺចង់ឃើញស្នាដៃថ្មី ឬស្នាដៃដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ ដូចជាការលាយបញ្ចូលគ្នារវាងវប្បធម៌ចម្រុះជាដើម ៖

«សិល្បៈគឺជាការច្នៃប្រតិដ្ឋ ហើយវាក៏ជាការច្នៃប្រតិដ្ឋឱ្យទាក់ទាញនិងពេញនិយម ចំពោះទស្សនិកជន។ ដូច្នេះ ពួកគេត្រូវតែធ្វើវា។ សព្វថ្ងៃនេះ សិល្បករបានច្របាច់បញ្ចូលទម្រង់ប្រពៃណីជាមួយឧបករណ៍សហសម័យ ដែលគេអនុញ្ញាតឱ្យ។ ដើម្បីធ្វើឱ្យកាន់តែមានភាពទាក់ទាញបន្ថែមទៀត សិល្បករទាំងអស់គួរតែពិចារណាទៅលើចំណុចនេះ ដើម្បីឱ្យកាន់តែស្រូបទាញបន្ថែមទៀត ហើយយុវជនក៏នឹងចូលរួមកាន់តែច្រើនផងដែរ» (FGD បាត់ដំបង)។

អ្នកចូលរួមក៏បានលើកឡើងផងដែរ អំពីរបៀបវារៈរបស់រដ្ឋាភិបាលជុំវិញការអភិវឌ្ឍ និងការអភិរក្សវប្បធម៌ តាមរយៈការបកស្រាយបែបស្រមើស្រមៃ ហើយក្លាយជាលក្ខណៈពេញនិយមម៉្យាង ប៉ុន្តែសាធារណជនក៏ចង់ឱ្យសិល្បករបន្តឈានជើងមួយកម្រិតទៀតដែរ។ សាធារណជនក៏បានពណ៌នាផងដែរថាមនុស្សមានទិដ្ឋភាពច្រើន ហើយពួកគេចង់ឃើញទិដ្ឋភាពទាំងនេះឆ្លុះបញ្ចាំងបន្ថែមនៅក្នុងស្នាដៃនានា។ នៅក្នុងន័យនេះ ទម្រង់បែបប្រពៃណីត្រូវបានគេមើលឃើញថាមិនទាន់គ្រប់គ្រាន់ទេ សម្រាប់បង្ហាញពីភាពស្មុគស្មាញនៃជីវិតសង្គមបច្ចុប្បន្ន ទោះបីជាទម្រង់ខ្លះដូចល្ខោននិយាយក៏ជារឿយៗបានត្រឹមតែតម្រង់ទិសជុំវិញចំណោទនៃបញ្ហាលំបាកៗប៉ុណ្ណោះ។ជាថ្មីម្ដងទៀត ដូចគ្នានឹងការស្រាវជ្រាវពីមុនដែរ អ្វីដែលជា *«បច្ចុប្បន្ន»* និងអ្វីដែលអាចជា *«អនាគត»* គឺសាធារណជនចង់ឃើញនៅក្នុងស្នាដៃសិល្បៈ ដែលដោះស្រាយបញ្ហាកំពុងកើតឡើងជាច្រើន ដូចជាការប្រែប្រួលអាកាសធាតុ សមភាពយេនឌ័រ និងសេរីភាពនៃការបញ្ចេញមតិជាដើម។ ប៉ុន្តែទោះជាយ៉ាងណា មានឧបសគ្គដែលគេស្គាល់យ៉ាងច្បាស់នៅក្នុងបរិបទនេះ មានន័យថា អ្នកសម្ដែងត្រូវតែមានការប្រុងប្រយ័ត្ន ចំពោះវិធីដែលពួកគេបង្ហាញគំនិតរបស់ខ្លួន ហើយប្រធានបទមួយចំនួនទៀតត្រូវបានគេដឹងថាហួសដែនកំណត់ (សូមមើល Rogers ២០១៨ និង ២០២០)។ សិល្បករជ្រួតជ្រាបពីបញ្ហាសង្គមដែលពួកគេអាចលើកឡើង ប៉ុន្តែពួកគេ

មិនមានភាពក្លាហានគ្រប់គ្រាន់ដើម្បីនិយាយពីបញ្ហាទាំងនេះទេ ដោយសារខ្លាចមានផលប៉ះពាល់។ ទោះជាយ៉ាងណា សិល្បករមួយចំនួនក៏បានពិភាក្សាអំពីជម្រើសបែបអាព្យាក្រឹតមួយដែល«នោះក៏ជាសិទ្ធិមួយដែរ»(FGDភ្នំពេញ)។វាអាចទៅរួចក្នុងការនិយាយ «ប៉ះពាល់ច្រើនជាងនេះ» ទៅលើនយោបាយ (FGD ភ្នំពេញ)។ នៅក្នុងន័យនេះ ពាក្យនយោបាយគឺមិនសូវផ្តោតលើការប្រឆាំងទេ ប៉ុន្តែផ្តោតច្រើនទៅលើការរួបរួមគ្នា ដើម្បីបង្កើត *«ឱកាសបង្រួបបង្រួម»* (FGD ភ្នំពេញ)។ ទោះយ៉ាងណា នេះគឺជាការយល់ឃើញមួយបែបទៀត អំពីគោលបំណង និងតម្លៃនៃសិល្បៈ ដែលទស្សនិកជនមិនបានពិចារណាដល់។ ផ្ទុយទៅវិញ សាធារណជនមួយចំនួននៅតែចង់ឃើញ និងរំពឹងថា សិល្បករនឹងបញ្ចូលធាតុផ្សំទាក់ទងនឹងការអត្ថាធិប្បាយពីសង្គម ទៅក្នុងការងាររបស់ពួកគេ ជាពិសេសទស្សនិកជននៅក្នុងរាជធានី។

ភាពថ្មីសន្លាងក៏ជាអ្វីដែលយើងមិនធ្លាប់ឃើញពីមុនមកដែរ ដូច្នេះហើយគេអាចរួមបញ្ចូលសិល្បៈគ្រប់បែបយ៉ាង។ នេះជាករណីពិសេសមួយដែលយើងបានជួបប្រទះនៅតាមខេត្ត។ ឧទាហរណ៍នៅក្នុងកម្មវិធីទស្សនាចរ ទស្សនិកជនបានចាត់ទុកស្នាដៃ*«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច»* ជាអ្វីដែលថ្មី ពីព្រោះរបាំសហសម័យគឺជាទម្រង់ *«ថ្មី»* ដែលមិនធ្លាប់មានពីមុនមក ៖

“ខ្ញុំបានព្យាយាមស្រមើស្រមៃថា តើវានឹងមានរូបរាងបែបណា ពីព្រោះខ្ញុំពុំដែលបានឮអំពីវាពីមុនមកទេ។ ខ្ញុំធ្លាប់ឃើញតែរបាំបុរាណខ្មែរ ដូចជារបាំជូនពរ។ ខ្ញុំបានចោទសួរអំពីរបាំសហសម័យ។ តើវាខុសពីការរាំរបស់យើងទេ? នោះហើយជាមូលហេតុដែលខ្ញុំចាប់អារម្មណ៍ទៅលើវា» (FGD បាត់ដំបង)។

«ខ្ញុំចង់ឃើញវាបន្ថែមទៀត។ ខ្ញុំនឹងរង់ចាំមើលការច្នៃប្រតិដ្ឋទៅមុខទៀត។ ខ្ញុំចង់មើលទស្សនីយភាពល្ខោន ល្ខោននិយាយ និងរបាំសហសម័យ។ ទាំងនេះគឺជាអ្វីដែលខ្ញុំចង់មើល ពីព្រោះខ្ញុំមិនធ្លាប់ឃើញវាពីមុនមកទេ»(FGD,បាត់ដំបង)។

នៅក្នុងការចាក់បញ្ចាំងភាពយន្តពីជនជាតិដើមភាគតិចទស្សនិកជនចាប់អារម្មណ៍ពីការផលិតទ្រឃ្លោកព្រោះវាជាសាច់រឿងថ្មី *«មិនដែលឃើញពីមុនមក គាត់មានបំពង់ឫស្សីនិងផ្លែឃ្លោកមួយ។ មិនដែលបានឃើញទេ!»* (តាមការស្ទង់មតិរបស់ទស្សនិកជន)។ ដូចគ្នានេះដែរ ស្នាដៃល្ខោននិយាយចំនួនពីរគឺ រឿង*«បុគ្គលជោគជ័យ»* និង រឿង*«ផ្ទះកសិដ្ឋានធម្មជាតិ»* ត្រូវបានគេមើលឃើញថាថ្មី និងគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ ជាពិសេសនៅតាមបណ្តាខេត្ត។ ទស្សនិកជនចង់ឃើញស្នាដៃទាំងនេះ ពីព្រោះពួកគេមិនធ្លាប់មើលល្ខោននិយាយពីមុននិងចង់ឃើញវា។ នៅក្នុងក្រុមគោលដៅ អ្នកចូលរួមក៏បានពណ៌នាពីអ្វីដែលពួកគេចូលចិត្តមើល ដូចជាជំនាញសម្តែង និងការសម្តែងជាតួអង្គ ព្រោះនេះក៏ជារឿងថ្មីសម្រាប់ទស្សនិកជនដែរ។ ដោយឡែក នៅខេត្តសៀមរាប និងកំពង់ធំ ទម្រង់សិល្បៈមួយចំនួនត្រូវបានគេសម្តែងជាប្រចាំដូចជាយីកេ ឬល្ខោនបាសាក់ ដូច្នេះហើយសិល្បៈទាំងនេះហាក់ដូចជាសាមញ្ញឬធម្មតាសម្រាប់ពួកគេ ប៉ុន្តែសិល្បៈទាំងនេះ ដែលហាក់មិនសូវត្រូវបានគេស្គាល់និងល្បីល្បាញនៅក្នុងរាជធានី ត្រូវបានគេកំណត់ថា «ថ្មី»។ ដូច្នេះ អ្វីដែលថ្មីគឺអាស្រ័យលើទីកន្លែងដែលអ្នកស្ថិតនៅ ពោលគឺវាមានដែនកំណត់ភូមិសាស្ត្រច្បាស់លាស់។ អ្នកចូលរួមនៅក្នុងក្រុមពិភាក្សានៅតាមបណ្តាខេត្ត បានរៀបរាប់ពីអ្វីដែលពួកគេចង់ទស្សនា ដូចជាល្ខោនស្បែក របាំអប្សរា របាំក្ងោក ល្ខោនខោលល្ខោកោជាដើម។ ទាំងអស់នេះគឺជាអ្វីដែលថ្មី បើបានទស្សនាផ្ទាល់។ ហើយនេះនៅតែជាករណីថ្មីដដែលបើសិនជាពួកគេគ្រាន់តែបានមើលវាតាមកញ្ចក់ទូរទស្សន៍។ សិល្បៈសៀកទទួលបានការស្រឡាញ់ចូលចិត្តនៅក្នុងខេត្តបាត់ដំបង (គ្មានអ្វីគួរឱ្យភ្ញាក់ផ្អើលទេ ពីព្រោះទីនោះគឺជាផ្ទះរបស់ហ្វារ) ប៉ុន្តែក្តីស្រមៃរបស់ពួកគេដែលចង់ឃើញល្ខោនខោលក៏មានលក្ខណៈពិសេសយ៉ាងខ្លាំងដែរ។ ដោយសារទម្រង់សិល្បៈមួយនេះទទួលបានការយកចិត្តទុកដាក់ និងភាពលេចធ្លោខាងផ្នែកវប្បធម៌តាមរយៈការខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់រដ្ឋាភិបាលនិងសិល្បករជាពិសេសចាប់តាំងពីវាត្រូវបានចុះបញ្ជីជាបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌អរូបី នៅក្នុងឆ្នាំ២០១៨ ដែលត្រូវការការពារជាបន្ទាន់របស់អង្គការយូណេស្កូ ហើយវាត្រូវបានស្រង់ចូលទៅក្នុងការស្រមើស្រមៃវប្បធម៌មួយដែលកាន់តែទូលំទូលាយ។ កិច្ចប្រឹងប្រែងរបស់ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈក្នុងការផ្សព្វផ្សាយទម្រង់មួយនេះ រួមមានដូចជាការសម្តែងដែលចាក់ផ្សាយតាមទូរទស្សន៍ ការគាំទ្រដល់សហព័ន្ធសហភាពយុវជនកម្ពុជា ក្រុមយុវជនល្ខោនខោល ព្រមទាំងអ្នកសិល្បៈនានា ទាំងនេះបានឆ្លុះបញ្ចាំងយ៉ាងច្បាស់ពីការលើកស្ទួយ និងការមើលឃើញពីតម្លៃវប្បធម៌នៃទម្រង់សិល្បៈមួយនេះ ហើយវាអាចជាអ្វីដែលគួរយកគំរូតាម ដើម្បីលើកតម្កើងសិល្បៈយើងឱ្យកាន់តែទូលំទូលាយ។ ដើម្បីគិតគូរចំពោះរឿងនេះបន្ថែមទៀត វាច្បាស់ណាស់ថា គេពិតជាចង់ដឹង និងចង់មើលសិល្បៈទាំងនេះឱ្យបាន*«កាន់តែច្រើន»*បន្ថែមទៀត ៖

«ខ្ញុំចង់ឱ្យគេមើលច្រើនជាងនេះទៀត។ ខ្ញុំចង់ដឹងបន្ថែម។ ខ្ញុំចង់មើលបន្ថែម ពីព្រោះពួកយើងមានរបៀបនៃការរស់នៅផ្សេងៗគ្នា និងប្រពៃណីបែបចម្រុះនៅក្នុងតំបន់។ ខ្ញុំចង់ឃើញមានការបង្ហាញក្បាច់រាំ ក៏ដូចជាបង្ហាញទម្រង់សិល្បៈផ្សេងទៀត ឱ្យបានច្រើនជាងនេះទៅទៀត។ មានក្បាច់រាំ និងទម្រង់សិល្បៈមួយចំនួន ដែលយើងមិនដែលបានឃើញសោះ»(FGD, បាត់ដំបង)។

ការសង្កត់ធ្ងន់លើពាក្យថា *«ច្រើនជាងនេះទៀត»* បង្ហាញពីបំណងប្រាថ្នានៃការចង់ដឹងនិងចង់ទស្សនាមរតកនៃទម្រង់សិល្បៈបេតិកភណ្ឌកម្ពុជា ដ៏ល្អរុងរឿងនិងដ៏សម្បូរបែប។ ទស្សនិកជនចង់ឃើញព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈ ព្រមទាំងការបង្ហាញទម្រង់សិល្បៈ ជាប្រចាំបន្ថែមទៀត ដើម្បីគ្របដណ្តប់ឱ្យទៅដល់តំបន់មួយចំនួនខ្លះទៀតនៅក្នុងប្រទេស។ នេះបង្ហាញពីតម្រូវការ និងបំណងប្រាថ្នាបន្ថែមទៀត ដើម្បីគិតគូររៀបចំវិធីសាស្ត្រសម្របសម្រួលលើវិស័យសិល្បៈ ជាពិសេសទាក់ទងនឹងការរៀបចំសកម្មភាពនានា ព្រមទាំងកម្មវិធីទស្សនាចរ និងការលើកស្ទួយផ្សេងទៀតជាទូទៅ។

គំនិតដូចគ្នានេះក៏ត្រូវបានលើកឡើងផងដែរ ដោយសិល្បករដែលចូលរួមសម្តែងក្នុងកម្មវិធីរដូវវប្បធម៌ផង និងជាទស្សនិកជនមើលស្នាដៃអ្នកផ្សេងទៀតផង។ នៅក្នុងកម្មវិធីនេះ ការមើលស្នាដៃ*«ថ្មី»* គឺជាផ្នែកសំខាន់មួយនៃការអភិវឌ្ឍការច្នៃប្រតិដ្ឋក្នុងនាមជាសិល្បករ។ទោះបីជាការចូលរួមក្នុងកម្មវិធីរដូវវប្បធម៌ក្នុងនាមត្រឹមជាអ្នកសម្តែងសិល្បករមិនត្រឹមតែបានទទួលឱកាស បានបណ្តាញ និងកិច្ចសហការផ្សេងៗប៉ុណ្ណោះទេ ប៉ុន្តែលើសពីនេះទៅទៀត ពួកគេក៏បានចូលរួមទស្សនាស្នាដៃរបស់សិល្បករល្អៗផ្សេងទៀត ដើម្បីពង្រឹងបន្ថែមនូវបទពិសោធន៍ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេផងដែរ។ ករណីខាងលើនេះកើតឡើងជាពិសេសនៅតាមបណ្តាខេត្តដែលមានសិស្សរបាំខ្លះដែលចង់ជួបអ្នករបាំអាជីពដើម្បីពង្រឹងចំណេះ និងជំនាញរបស់ខ្លួន។ នៅក្នុងន័យនេះ ការសម្តែងនៅទីក្រុងភ្នំពេញត្រូវបានគេមើលឃើញថាជាឱកាសដ៏កម្រមួយ៖ *«ខ្ញុំពិតជាពុំមានឱកាសមើលការសម្តែងផ្ទាល់ដូចនេះឡើយ»។ ខ្ញុំកម្រឃើញវាណាស់»*(FGD បន្ទាយមានជ័យ)។ សិល្បករជាច្រើនក៏បានទៅមើលទេពកោសល្យថ្មីៗ ដើម្បីស្វែងយល់អំពីទម្រង់សិល្បៈថ្មីៗ និងវិធីផ្សេងៗនៃការសម្តែងដោយសារវាក៏អាចជាប់ទាក់ទងទៅនឹងការងាររបស់ពួកគេ ជាយថាហេតុដែរ។ សិល្បករទាំងនោះក៏បានបញ្ចេញមតិពីបំណងប្រាថ្នានៃការចង់ឃើញស្នាដៃអន្តរជាតិបន្ថែមទៀត ថែមទាំងចង់បង្ហាញស្នាដៃរបស់ពួកគេនៅលើឆាកអន្តរជាតិដែរ ដើម្បីផ្តល់គំនិត និងបទពិសោធន៍ថ្មីៗ ពីព្រោះពួកគេក៏មាន *«សមត្ថភាពបង្កើតរបស់ថ្មី»* ដែរ (FGD, ភ្នំពេញ)។ ពួកគេចង់ឃើញការបង្កើតថ្មីៗ និងការសហការគ្នាកាន់តែច្រើន ដើម្បីគិតគូរលើទម្រង់ផ្សេងៗ ដែលអាចជាមធ្យោបាយជួយឱ្យស្នាដៃពួកគេកាន់តែរំភើប ៖

«តាមពិតទៅ យើងគិតថាទម្រង់នេះខុសគ្នា ឬក៏ទម្រង់នោះខុសគ្នា។ ប៉ុន្តែ យើងមិនដឹងទេថា ការធ្វើការជាមួយគ្នាដើម្បីបង្កើតស្នាដៃអ្វីមួយជាមួយគ្នា នឹងមានស្ថានភាពដូចម្តេចទេ។ នៅពេលដែលយើងធ្វើការតែឯងពេក ពេលខ្លះទំនាក់ទំនងក៏មិនអាចនឹងកើតមានឡើងដែរ» (FGD, ភ្នំពេញ)។

នៅក្នុងក្រុមគោលដៅ សិល្បករសម្តែងបានមើលឃើញថា សិល្បៈចក្ខុទស្សន៍គឺជាកញ្ចក់ឆ្លុះបញ្ចាំងពីសារសង្គម សម្រាប់ទស្សនិកជន ដ៏មានឥទ្ធិពលមួយ ហើយវាក៏ជាមធ្យោបាយផ្សារភ្ជាប់ជាមួយសង្គមបច្ចុប្បន្នដែរ ជាក់ស្តែងដូចជាការបញ្ចេញមតិនិងគំនិតថ្មីៗ។ ពួកគេ *«ពិតជាចាប់អារម្មណ៍ទៅលើវិធីសាស្ត្រ»* ដែលសិល្បករប្រើដើម្បីបង្កើតស្នាដៃរបស់ពួកគេ(FGD, ភ្នំពេញ)។ ពួកគេចង់បានឱកាសដើម្បីសាកល្បងស្នាដៃ និងសហការគ្នា(ដូចនៅក្នុងរឿង *«កំណត់ហេតុចាប៉ី»*) ដើម្បីស្វែងរក *«របកគំហើញថ្មី»* ដែលជាផ្នែកមួយនៃទិសដៅអភិវឌ្ឍទម្រង់សិល្បៈនាពេលខាងមុខ ប៉ុន្តែក៏អាចជាទម្រង់សិល្បៈដែលជួបប្រសព្វគ្នាទាំងនៅក្នុង និងក្រៅប្រទេសកម្ពុជា។

បញ្ហាសង្គម

ទោះបីមាន*«គម្លាត»*ក្នុងការអប់រំនិងការយល់ដឹងអំពីសិល្បៈ ក៏ទស្សនិកជននៅតែអាចបែងចែកមូលបទសង្គមទូទៅពីស្នាដៃទាំងនោះ និងចាប់យកបានទិដ្ឋភាពជារួមដែរ។ ទម្រង់សិល្បៈដែលជំរុញឱ្យមានការផ្សារភ្ជាប់ងាយៗទៅនឹងសង្គមបច្ចុប្បន្ន និងបញ្ហាសង្គម ដូចជាល្ខោននិយាយ និងរបាំសហសម័យមានការជជែកពិភាក្សាជាពិសេសក្នុងចំណោមទស្សនិកជនដែលជាក្រុមគោលដៅដែលជាការបង្ហាញនូវ *«ភាពថ្មីសន្ទាង»* និងការផ្សារភ្ជាប់ដែលគេចង់ឱ្យសិល្បៈបង្កើតឡើងក្នុងជីវភាពប្រចាំថ្ងៃរបស់គេ។ ជាក់ស្តែង នៅក្នុងវណ្ណកម្មរបាំសហសម័យ*«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច / ចុះហើយ ដកណៅចេ»* មិនត្រឹមតែជីវភាព និងប្រពៃណីជនជាតិកួយទេដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ បញ្ហាបរិស្ថាន (នៅក្នុងការឆ្លើយតាមកម្មវិធី Mentimeter ទស្សនិកជនដឹងថា វាផ្តោតជាចម្បងលើបញ្ហាបរិស្ថាន ប្រហែលគេយល់ថាមានសេរីភាពច្រើនក្នុងការបង្ហាញអារម្មណ៍បែបនេះដោយសារភាពអនាមិកនៃការឆ្លើយសំណួរ) និងរបៀបដែលមូលបទទាំងពីរនេះទាក់ទងគ្នាក៏គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ដែរ៖

«ពីមុនខ្ញុំក៏ធ្លាប់គិតអំពីការអភិរក្ស និងការគាំពារ[បរិស្ថាន]ដែរ ប៉ុន្តែខ្ញុំមិនទាន់បានចាប់ផ្តើមទេ។ ពេលគេនិយាយថា យើងអាចចាប់ផ្តើមធ្វើបែបនេះដោយចាប់ផ្តើមពីសកម្មភាពតូចតាចទៅ ខ្ញុំយល់ថាយើងអាចចាប់ផ្តើមធ្វើកិច្ចការតូចតាចដូចគេប្រាប់យើង។ យើងអាចចាប់ផ្តើមដាំដើមឈើ។ រឿងនេះបានកែប្រែទស្សនៈរបស់ខ្ញុំ។»(FGD បន្ទាយមានជ័យ)

«ជាក់ស្តែង សកម្មភាពរបស់មនុស្សមានឥទ្ធិពលលើការបំផ្លិចបំផ្លាញធម្មជាតិ ហើយមនុស្សត្រូវធ្វើឱ្យធម្មជាតិដូចដើមវិញឱ្យបានល្អបំផុតតាមលទ្ធភាពរបស់យើង។នេះជារឿងដែលខ្ញុំយកចិត្តទុកដាក់ពិតប្រាកដហើយវាជាបទពិសោធន៍មួយចំពោះខ្ញុំដែលខ្ញុំបានយល់ដឹងរឿងនេះ ដោយសារខ្ញុំយល់ថាយើងជាមនុស្ស បើពឹងផ្អែកលើព្រៃឈើ យើងគួរអភិរក្សព្រៃឈើ និងការពារព្រៃឈើពីការបំផ្លិចបំផ្លាញ។» (FGD បាត់ដំបង)

«ខ្ញុំដឹងថា គេចង់និយាយអំពីធម្មជាតិដែលខ្ញុំសម្លឹងមើល និងនិយាយថាការបំផ្លាញព្រៃឈើប៉ះពាល់ដល់សហគមន៍របស់ពួកគេ។ ហើយបញ្ហាបំផ្លាញព្រៃឈើក៏ជារឿងរសើបដែរនៅកម្ពុជា។ ហើយខ្ញុំសូមសរសើរចំពោះពួកគាត់ចំពោះសមត្ថភាពរបស់ពួកគាត់ក្នុងការធ្វើប្រធានបទរសើបបែបនេះ ដោយសារពេលយើងមើលរឿងនេះ យើងមិនបានដឹងថាយើងកំពុងតែនិយាយអំពីរឿងនេះដោយត្រង់ទេ។ [...] ហើយសិល្បករទាំងនេះ ពួកគាត់មានទេពកោសល្យណាស់ក្នុងការបញ្ចូលរឿងនេះទៅជាសារមួយ ទាំងក្នុងទម្រង់នៃការរាំនិងផ្នែកផ្សេងៗទៀតសុទ្ធតែល្អ ពិសេសគ្មានពីរ ពួកគាត់ប្រើវិធីសាស្ត្រដូចគ្នានឹងសហគមន៍ជនជាតិកួយដែរដើម្បីបង្ហាញរឿងនេះ ហើយខ្ញុំយល់ថានេះជារឿងល្អ។ ខ្ញុំកម្រឃើញមនុស្សដែលឱ្យតម្លៃសិល្បករជនជាតិដើមណាស់ ដូច្នេះខ្ញុំកម្រឃើញពួកគាត់សម្តែងលើឆាកធំបែបនេះ។ ដូច្នេះ ខ្ញុំយល់ថា នេះជាអ្វីដែលខ្ញុំចូលចិត្តពិតប្រាកដ។ ហើយចំណុចមួយទៀតគឺការបញ្ចូលគ្នារវាងអ្នករបាំសហសម័យនិងពួកគាត់ផ្ទាល់[អ្នកសម្តែងជនជាតិកួយ]។ ខ្ញុំយល់ថា ទម្រង់បែបនេះផ្តល់តម្លៃឱ្យជនជាតិដើម។ ទាំងរបៀបដែលពួកគាត់ប្រាប់រឿង ទាំងមនុស្សដែលរាក់ទាក់នឹងជនជាតិដើម ទាំងក្រុមអ្នកលេងភ្លេង នៅពេលដាក់បញ្ចូលគ្នា ខ្ញុំមើលឃើញនិងយល់ថាស្នាដៃនេះព្យាយាមលើកតម្កើងនិងព្យាយាមផ្តោតលើជនជាតិដើមបញ្ហារបស់ពួកគាត់ដូចជាការកាប់បំផ្លាញព្រៃឈើដែលប៉ះពាល់ដល់ជីវភាពរបស់ពួកគាត់។ ដូចបញ្ហានៃការប្រមូលជ័រ និងអ្នកតាការពារព្រៃឈើជាដើម។» (FGD ភ្នំពេញ)

ទស្សនិកជនពិតជាចូលចិត្តរបាំ*«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច / ចុះហើយ ដកណៅចេ»*នេះ គេយល់ថាជារបាំដែលប្លែកនិងខុសពីធម្មតា ជាពិសេសនៅភ្នំពេញ ពួកគេមិនសូវបានឃើញវប្បធម៌ជនជាតិដើមញឹកញាប់ទេពីមុនមក។ ក្នុងផ្នែកសោភ័ណភាព គេយល់ថាជាការលេចធ្លោនៃវប្បធម៌ជនជាតិដែលឈានមុខ និងការលាយបញ្ចូលគ្នាជាមួយរបាំសហសម័យ ហើយនៅក្នុងការនិយាយអំពីប្រធានបទរសើបៗ។ ហេតុដូច្នេះហើយទស្សនិកជនអាចស្ងប់ស្ងែងចំពោះការលាយបញ្ចូលគ្នានៃគំនិតនេះ ខ្លឹមសារ និងទម្រង់ បើទោះបីគេមិនយល់គ្រប់ផ្នែកនៃសិល្បៈនេះក៏ដោយ។ ស្នាដៃនេះក៏បានជំរុញឱ្យមានការពិចារណាគួរសមដែរលើទំនាក់ទំនងជាមួយបរិស្ថាន ជាពិសេសនៅតាមខេត្ត៖

«ការរស់នៅក្នុងព្រៃ និងការអាស្រ័យលើអនុផលព្រៃឈើពិតជាស្រស់ស្អាតណាស់។ ខ្ញុំធ្លាប់រស់នៅបែបនេះ។ វាមានភាពសាមញ្ញនិងស្រស់ស្អាត។ [...] ទោះបីពិភពលោកកំពុងតែដើរទៅមុខ ការអភិវឌ្ឍទាំងអស់តែងតែនាំមកនូវការបំផ្លិចបំផ្លាញ ទោះតូចក្តីឬធំក្តី។ បើយើងបរិសុទ្ធនិងរស់នៅជាមួយធម្មជាតិ យើងនឹងមិនមានអារម្មណ៍ខុសឆ្គងចំពោះធម្មជាតិទេ ដោយសារនោះជាមធ្យោបាយល្អដើម្បីភ្ជាប់ជាមួយធម្មជាតិនិងការរស់នៅជាមួយធម្មជាតិ។ យើងមិនបំផ្លាញគ្នាទេ ប៉ុន្តែយើងមានក្តីស្រឡាញ់ចំពោះគ្នា។» (FGD បាត់ដំបង)

មានទំនាក់ទំនងពិតប្រាកដមួយរវាងបទពិសោធន៍នីមួយៗ និងគំនិតនៅពេលមើលរបាំ*«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច»*។ នៅតាមខេត្ត មនុស្សយល់ដឹងច្រើនទាំងក្នុងបញ្ហាបរិស្ថាន ជាពិសេសការបំផ្លាញបរិស្ថាន (ដោយសារគេមើលឃើញផ្ទាល់ភ្នែក) និងវប្បធម៌ជនជាតិដើម។

ស្រដៀងគ្នានេះដែរ ការសម្តែងរឿង *«បុគ្គលជោគជ័យ»* ក៏មានបង្កប់បញ្ហាសង្គមនិងទាក់ទាញទស្សនិកជនបានយ៉ាងល្អដែរ ដោយសារពួកគេមើលស្គាល់ស្ថានភាព និងទំនាស់បញ្ហាដែលទស្សនីយភាពនេះលើកឡើង។ ទស្សនិកជនជាពិសេសនៅតាមខេត្ត ស្ទើរតែចាត់ទុកស្ថានភាពក្នុងការសម្តែងនោះថាមានទំនាក់ទំនងទៅនឹងក្រុមអ្នកលក់ផលិតផលសម្អាង អ្នកលក់សម្លៀកបំពាក់ ក្បួនចងការលុយ ឬការឆបោកបន្តគ្នា។ ពួកគេនឹកឃើញបញ្ហាទាំងនេះ និងនិយាយលេងសើចថាមាន*«គ្រូជោគជ័យ»*ប៉ុន្មាននាក់ និងសូម្បីតែរឿងខ្លួនពួកគេផ្ទាល់ដែលធ្លាប់ចាញ់បោកគេ ឬមនុស្សដទៃដែលធ្លាប់ប៉ុនប៉ងចង់បោកប្រាស់ពួកគេ។ ហេតុដូច្នេះហើយ ទស្សនីយភាពនេះមានទំនាក់ទំនងដោយផ្ទាល់ ប៉ុន្តែក៏ធ្វើឱ្យពួកគេគិតអំពីស្ថានភាពនេះកាន់តែជ្រៅថែមទៀតដែរ៖

«ខ្ញុំយល់ថាការសម្តែងនេះបង្ហាញសារអប់រំដល់ទស្សនិកជន។ ទស្សនិកជនអាចមើលឃើញ ពិចារណាចំពោះខ្លួនឯងនិងយកទៅអនុវត្តបាន។» (FGD សៀមរាប)

អ្នកចូលរួមខ្លះរៀបរាប់របៀបដែលម្តាយឪពុកជំរុញកូនខ្លួនឯងឱ្យធ្វើជាអ្នកលក់ ប៉ុន្តែពួកគាត់មិនធ្វើអ្វីដោយខ្លួនឯងទេ។ ទស្សនិកជនយល់ថា ការសម្តែងរបៀបនេះប្រាប់សារផ្សេងមួយទៀតដែលសង្កត់ន័យលើ*«តម្រូវការឱ្យគិតគូរមុននឹងធ្វើរឿងអ្វីមួយ» (FGD សៀមរាប)*។ អ្នកឆ្លើយតបជាច្រើននាក់ ជាពិសេសនៅខេត្តកំពង់ធំ បានបង្ហាញរបៀបដែលទស្សនីយភាពនេះធ្វើឱ្យពួកគេគិតអំពីតម្រូវការដែលគិតគូរយ៉ាងល្អិតល្អន់មុននឹងសម្រេចចិត្ត និងពិភាក្សារឿងនេះជាមួយគ្រួសារ និងមនុស្សជុំវិញដែលពួកគេទុកចិត្តបាន មុននឹងសម្រេចចិត្ត។ រឿងនេះក៏ធ្វើឱ្យពួកគេគិតអំពីលទ្ធផលនៃសកម្មភាពរបស់ពួកគេដែរ៖

«អ្នកចូលរួម៖ បើយើងសម្រេចចិត្តត្រឹមត្រូវ យើងនឹងទទួលបានលទ្ធផលល្អប៉ុន្តែបើយើងសម្រេចចិត្តមិនបានល្អទេលទ្ធផលក៏មិនបានល្អដែរ យើងត្រូវគិតឱ្យបានល្អិតល្អន់។
តុលា៖ តើអាចជួយខ្ញុំពន្យល់បង្ហាញផ្នែកណាមួយនៃរឿងនេះបានទេ?
អ្នកចូលរួម៖ ដូចជាផ្នែកដែលស្ត្រីម្នាក់សម្រេចចិត្តវិនិយោគលុយជាមួយគ្រូជោគជ័យម្នាក់នោះ គាត់មិនបានគិតគ្រប់ជ្រុងជ្រោយអំពីប្រយោជន៍ ចំនួនលុយប៉ុន្មានដែលគាត់ត្រូវការ គឺមានតែការលោភលន់ចង់បានប៉ុណ្ណោះ។ រួចហើយក៏យកលុយទៅវិនិយោគ និងត្រូវគេបោកប្រាស់។» (FGD កំពង់ធំ)

អ្នកចូលរួមដែលជាក្រុមគោលដៅខ្លះក៏បានរៀបរាប់របៀបដែលពួកគេយល់ថា ទស្សនិកជនយល់ច្រឡំអំពីរបៀបដែលការសម្តែងនេះបញ្ចប់ដោយសារទស្សនិកជនរំពឹងចង់ឃើញរឿងអប់រំសីលធម៌សាមញ្ញដែលមានប៉ូលិសចូលមកដោះស្រាយបញ្ហាទាំងអស់នៅទីបញ្ចប់។ ផ្ទុយទៅវិញ ការបញ្ចប់ដោយចំហបែបនេះមានន័យថាខណៈដែលមានការយល់ច្រឡំខ្លះអំពីការចប់ឬមិនទាន់ចប់នៃការសម្តែងនេះ *«ទស្សនីយភាពពីយប់មិញនេះក៏ធ្វើឱ្យយើងឆ្ងល់ដែរ។»* (FGD កំពង់ធំ)

បញ្ហាគុណតម្លៃ

នៅក្នុងរបាយការណ៍មុននេះរបស់ពួកយើង(Roger et al 2021) មានការកាត់ផ្តាច់គ្នារវាងអ្វីដែលសិល្បករសម្តែង និងអ្វីដែលទស្សនិកជនចង់ឃើញ។ ដូចការគូសបញ្ជាក់នៅខាងលើ ទិដ្ឋភាពនេះកើតឡើងម្តងក្នុងរបៀបដែលសិល្បករគួរភ្ជាប់ជាមួយសង្គម។ ទោះជាយ៉ាងណា បញ្ហានេះក៏លេចឡើងក្នុងទំនាក់ទំនងជាមួយនឹងគុណធម៌ និងការស្រមើស្រមៃដល់អ្វីដែលទស្សនិកជន/សិល្បករចូលចិត្ត ឬគួរតែធ្វើដែរ។ តាមរយៈក្រុមគោលដៅ យើងមើលឃើញច្បាស់ថា សិល្បករដែលសម្តែងជាច្រើនមិនបង្កើតស្នាដៃដើម្បីទស្សនិកជនទេ (ក្រៅពីការប្រគំភ្លេងឬរាំរបាំប្រពៃណីសម្រាប់បុណ្យទេសកាល ឬពិធីជាក់លាក់)។ ពួកគេបង្កើតស្នាដៃចេញពីអ្វីដែលពួកគេចង់បង្ហាញ។ ទោះជាយ៉ាងណា ទស្សនិកជនមានផ្នត់គំនិតពាណិជ្ជកម្មច្រើន ដោយអះអាងថា *«សិល្បករអាចសម្តែងនូវអ្វីដែលទស្សនិកជនចង់មើល។»*(FGD ភ្នំពេញ) ប៉ុន្តែសិល្បករបានទទួលការហ្វឹកហាត់ក្នុងប្រព័ន្ធមួយដែលលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការគោរពវប្បធម៌យ៉ាងជ្រាលជ្រៅចំពោះសិល្បៈតែម្តង។ សិល្បករក៏ដឹងដែរថា បើផ្តោតតែលើអ្វីដែលមនុស្សចង់បាន គេប្រហែលបាត់បង់ទម្រង់សិល្បៈផ្សេងទៀតក្នុងដំណើរនេះ។ សិល្បករមានកង្វល់ចំពោះបញ្ហានេះ *«រឿងដែលគួរឱ្យខ្លាចបំផុតគឺការបាត់បង់នូវអ្វីដែលជារបស់ពួកយើង»* ហើយសិល្បករខ្លះនៅភ្នំពេញចង់ឃើញគម្រោងស្តាបនាឡើងវិញនៅតែបន្ត ដោយសារមិនទាន់មានការសិក្សាស្រាវជ្រាវទម្រង់សិល្បៈខ្មែរទាំងអស់ឱ្យបានពេញលេញនៅឡើយទេ។ (FGD ភ្នំពេញ)

ហេតុដូច្នេះហើយ ទស្សនិកជនខ្លះនៅភ្នំពេញចង់ឃើញសិល្បៈប្រព្រឹត្តទៅក្នុងរបៀបពាណិជ្ជកម្មច្រើនជាង ប៉ុន្តែការចង់បានបែបនេះមានន័យថា ពួកគេយល់ថាទស្សនិកជនគួរតែហ៊ានចំណាយ និងផ្តល់តម្លៃចំពោះសិល្បៈឱ្យបានសមរម្យ។ អ្នកខ្លះលើកឡើងថា បើមានការគាំទ្រផ្នែកហិរញ្ញវត្ថុប្រសើរជាងនេះ សិល្បករ*«អាចធ្វើការពេញម៉ោង»* ដោយទទួលស្គាល់ការទាមទារផ្សេងៗទៀតដែលសិល្បករតែងតែប្រឈម (FGD ភ្នំពេញ)។ ពិតប្រាកដហើយ សិល្បករមួយចំនួនធ្វើការពេញម៉ោងលើការហ្វឹកហាត់ផ្ទាល់ខ្លួនរបស់ពួកគេ ប៉ុន្តែសិល្បករជាច្រើនទៀតក៏ឆ្លៀតផ្តោតលើការងារផ្សេងៗ ពិសេសដូចជាគ្រូបង្រៀន និងបំពេញការងារសិល្បៈក្នុងនាមជាអ្នកធ្វើការឯករាជ្យជាដើម។ តាមពិត របាយការណ៍ថ្មីមួយរបស់ Young et al (2023) បានបង្ហាញថា ប្រាក់ចំណូលប្រហែល២៥%របស់អ្នកធ្វើការច្នៃប្រតិដ្ឋបានមកពីសកម្មភាពមិននៅក្នុងវិស័យវប្បធម៌ (ទំ.២៥)។ ទស្សនិកជននៅភ្នំពេញអាចដឹងផលប៉ះពាល់នេះ ដោយសារពួកគេអះអាងថា ពួកគេចង់ឃើញ*«ការសម្តែងសិល្បៈដែលខ្ពង់ខ្ពស់»*បន្ថែមទៀត ដោយសំដៅដល់សិល្បករដែលសម្តែងដទៃទៀតដូចលោកស្រី Sophiline Shapiro ជាដើមដែលពួកគេយល់ថាមានសមត្ថភាពដល់កម្រិតនោះ (ក្រុមគោលដៅ ភ្នំពេញ)។ ទោះបីបែបនេះ ក៏គេសន្និដ្ឋានថាមិនមែនសិល្បករទាំងអស់សុទ្ធតែអាចធ្វើបានដល់កម្រិតនោះ ទាំងក្នុងផ្នែកគំនិតនិងផ្នែកអនុវត្តបច្ចេកទេសនោះទេ។ ក្នុងបរិបទនេះ ទស្សនិកជនជជែកអំពីរបៀបដែលពួកគេចង់ឃើញស្នាដៃសម្តែងរុញច្រានទៅរកកម្រិតនេះ ហើយការណ៍នេះអាចកើតឡើងតែនៅពេលមានការគាំទ្រច្រើន និងមានការផ្គត់ផ្គង់ឱ្យមានការងារសិល្បៈពេញម៉ោង ដោយសារកត្តានេះក៏ជួយរុញច្រានការអភិវឌ្ឍ និងការសាកល្បងពិសោធន៍ដែរ។ ជាថ្មីម្តងទៀត របាយការណ៍របស់ Young et al (2023) ក៏បានបង្ហាញដែរថា ទោះបីមុនសម័យកូវីដ១៩ ក្រុមសិល្បកររកប្រាក់ចំណូលបានខ្ពស់បន្តិចជាងប្រាក់ចំណូលមធ្យមប្រចាំឆ្នាំរបស់ពលរដ្ឋម្នាក់ៗ ក៏ពេលនេះ ប្រាក់ចំណូលមធ្យមប្រចាំឆ្នាំរបស់ពលរដ្ឋម្នាក់ៗកំពុងតែកើនឡើងយ៉ាងរហ័សជាងប្រាក់ចំណូលរបស់សិល្បករ។ បន្ថែមពីលើនេះ នៅមានភាពមិនប្រក្រតីខ្លះទៀតក្នុងវិស័យនេះ ដោយសារសិល្បៈដែលសម្តែងរកប្រាក់ចំណូលប្រចាំឆ្នាំបានក្នុងកម្រិតទាបបំផុត($១ ១២៥ ក្នុងឆ្នាំ២០១៩ ប្រៀបធៀបនឹង$២៥៩ ក្នុងឆ្នាំ២០២០) និងតន្ត្រីស្ថិតនៅកម្រិតទាបលំដាប់ទីពីរ ($១ ៦៧៦ ក្នុងឆ្នាំ២០១៩, $៧១៣ ក្នុងឆ្នាំ២០២០)(ibid. p.27)។ ដូច្នេះហើយ ការប្រឹងប្រែងធ្វើជាសិល្បករពេញម៉ោងមិនងាយស្រួលទេ និងត្រូវតែមានការផ្គត់ផ្គង់ដែលចាំបាច់ដើម្បីបង្កើតប្រភេទនៃស្នាដៃដែលទស្សនិកជនរំពឹងចង់មើល។ បញ្ហានេះកាន់តែស្មុគស្មាញថែមទៀតដោយសារការទទួលស្គាល់ក្នុងចំណោមសិល្បករដែលពួកគេត្រូវការបំណិនសហគ្រិន និងការបណ្តុះបណ្តាលជំនាញកាន់តែច្រើនថែមទៀត ជាពិសេសដើម្បីជួយផ្នែកធ្វើទីផ្សារ។ (សូមអានផ្នែកខាងក្រោមនេះ)

ផ្ទុយពីការលើកឡើងខាងលើនេះ ទស្សនិកជនខ្លះស្នើសុំឱ្យសិល្បៈមិនបាច់បង់ថ្លៃ ជាពិសេសនៅពេលដំបូងៗ ដើម្បីបង្កើតចំណាប់អារម្មណ៍ក្នុងចំណោមយុវវ័យ។ ទោះជាយ៉ាងណា ក្រុមសិល្បករចោទសួរថា*«ហេតុអ្វីក៏ត្រូវសម្តែងដោយឥតបង់ថ្លៃ? ហេតុអ្វីក៏មិនផ្តល់តម្លៃដល់សិល្បៈ? ខ្ញុំបានហ្វឹកហាត់មកអស់១០ឆ្នាំហើយ។»* ទឡ្ហីករណ៍នេះស្ថិតនៅត្រង់ថា*«បើស្រឡាញ់សិល្បៈ មិនគួរណាគ្មានការផ្តល់តម្លៃនោះទេ (FGD ភ្នំពេញ) ។»* បញ្ហានេះរុញច្រានឱ្យសិល្បករជជែកវែកញែករកបំណងដែលចង់ឃើញការផ្តល់តម្លៃកាន់តែខ្ពស់ដល់ស្នាដៃរបស់ពួកគេ ទាំងផ្នែកវប្បធម៌និងផ្នែកសេដ្ឋកិច្ចដែលជារឿងគួរឱ្យភ្ញាក់ផ្អើល នៅពេលមានរបាយការណ៍របស់ Young et al (2023)។ ក្រុមសិល្បករចង់បានការគាំទ្រពីវិស័យឯកជនកាន់តែច្រើន និងចង់បានចំណូលកាន់តែខ្ពស់ដើម្បីបង្កើនតម្លៃទូទៅរបស់ពួកគេ ក៏ដូចជាដើម្បីគាំទ្រគំនិតច្នៃប្រតិដ្ឋឯករាជ្យរបស់ពួកគេដែរ។ តាមពិត គេចាត់ទុកឯករាជ្យភាព និងសេរីភាពជាលក្ខណៈលេចធ្លោក្នុងអាជីពជាសិល្បករ និងជារឿងដែលទស្សនិកជនគួរតែផ្តល់តម្លៃឱ្យ ពីព្រោះវាជាចំណុចដែលផ្សារភ្ជាប់ទៅនឹងគំនិតដែលថា សិល្បករស្ថិតនៅជួរមុខនៃការបង្កើតវប្បធម៌៖

«ដូច្នេះហើយ ពួកគេគួរតែបើកចិត្តទូលាយថែមទៀត កុំឱបក្រសោបច្រើនពេក កុំរឹតត្បឹតសេរីភាពទាក់ទងនឹងការបង្ហាញវប្បធម៌។ ជាទូទៅ ខ្ញុំយល់ថា អ្នកបង្កើតសិល្បៈ ទាំងទស្សនិកជន ទាំងអ្នកច្នៃប្រតិដ្ឋ ខ្ញុំគិតថាតែងតែមានគំនិតមួយ ពួកគេចង់ជួយ ចង់ស្តារឡើងវិញ ចង់គោរព ចង់លើកតម្កើងវប្បធម៌ ប៉ុន្តែរបៀបដែលគេបង្ហាញគួរតែមានលក្ខណៈបើកទូលាយជាងនេះ។» (FGD ភ្នំពេញ)

ដូច្នេះហើយ ទស្សនិកជនគាំទ្រណាស់ចំពោះសេរីភាពនៃការបង្ហាញគំនិតច្នៃប្រតិដ្ឋ ហើយបំណងដែលចង់ឱ្យមានការបើកទូលាយក្នុងការបង្ហាញក៏ប្រហែលអាចភ្ជាប់ទៅនឹងបំណងដែលចង់ឃើញគំនិតថ្មី សោភ័ណភាព និងទម្រង់ថ្មីៗ

ដែរ។ បញ្ហានេះនៅតែជាករណីដដែល សូម្បីតែនៅពេលយើងអនុវត្តជាមួយទស្សនិកជនក្នុងក្រុមគោលដៅនៅកន្លែងដែលយើងសួរពួកគេថាតើពួកគេយល់ថា អ្វីជាតួនាទីនៃសិល្បៈ ដើម្បីមើលរបៀបដែលពួកគេផ្តល់តម្លៃឱ្យ។ យើងបានសុំពួកគេឱ្យដាក់ចំណាត់ថ្នាក់ការលើកឡើងផ្សេងៗអំពីសិល្បៈ (ពោលគឺ ការលើកកម្ពស់វប្បធម៌ សន្តិភាពនិងការផ្សះផ្សារជាតិ ការកម្សាន្ត ការបង្កើតកិច្ចសន្ទនាអំពីបញ្ហាសង្គម)។ ការលើកកម្ពស់វប្បធម៌ជាតិតែងតែស្ថិតនៅលំដាប់ទីមួយ ទោះជាយ៉ាងណា ចំណុចដែលគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ទាំងនៅភ្នំពេញ និងនៅតាមខេត្ត គឺថាមនុស្សទាំងនោះមិនសូវដាក់ចំណាត់ថ្នាក់ទាំងនោះប៉ុន្មានទេ ប៉ុន្តែចាត់ទុកថាជាដំណើរមួយ។ ដូច្នេះអ្វីដែលពួកគេចាប់ផ្តើមមុនគេតែងតែជាគោលបំណង ឬជាគោលដៅចុងក្រោយនៃសិល្បៈ។ ចំណុចដែលការណ៍នេះបង្ហាញគឺថា គេមិនចាត់ទុក និងឱ្យតម្លៃសិល្បៈនៅត្រឹមតែជាឧបករណ៍សម្រាប់ការផ្ទេរវប្បធម៌ ឬត្រឹមតែជាយានសម្រាប់នាំសារដូចការលើកឡើងកន្លងមកទេ។ ផ្ទុយទៅវិញ គេមើលឃើញសិល្បៈក្នុងទម្រង់សកម្មដែលអាចបង្កើតវប្បធម៌ អត្តសញ្ញាណសង្គម យុត្តិធម៌ និងអ្វីៗផ្សេងទៀត។ ទោះបីទស្សនិកជនរំពឹងច្រើនពីក្រុមសិល្បករ និងស្នាដៃរបស់ពួកគេ ក៏គេចាត់ទុកថានេះជាការធ្វើឱ្យសង្គម និងវប្បធម៌ជាតិទាំងមូលប្រសើរឡើងដែរ។

ចំណុចដែលផ្នែកទស្សនៈរបស់ទស្សនិកជននេះបានបង្ហាញ គឺថាទស្សនិកជនមានច្រើនប្រភេទនិងចម្រុះ ប៉ុន្តែក៏មានសមានចិត្តចំពោះសិល្បករដែរ។ ចំណែកសិល្បករវិញតែងតែយល់ថា ទស្សនិកជន ជាពិសេសទស្សនិកជនវ័យក្មេង យកចិត្តទុកដាក់លើទម្រង់សិល្បៈសាមញ្ញៗដូចជាតន្ត្រី និងចម្រៀង ចម្រៀងវីដេអូ ឬភាពយន្តកំប្លែងខ្លីៗ។ ប៉ុន្តែការយល់បែបនេះមិនមែនត្រឹមត្រូវជានិច្ចនោះទេ។ ជាពិសេសនៅតាមបណ្តាខេត្ត ខណៈដែលយុវជនប្រហែលធ្លាប់ចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍ប្រគំតន្ត្រីដែលក្រុមហ៊ុនស្រាបៀរឧបត្ថម្ភមែន(ហើយក៏គួរតែចង្អុលបង្ហាញដែរថា ព្រឹត្តិការណ៍ទាំងនេះទំនងជាហេតុផលមួយដែលទស្សនិកជនរំពឹងថា សិល្បៈគួរតែមិនបាច់ចំណាយអ្វី) ពួកគេក៏ធ្លាប់មើលសិល្បៈប្រពៃណីនៅតាមវត្តអារាម និងចង់មើលទម្រង់សិល្បៈជាច្រើនទៀតដូចការបង្ហាញខាងលើនេះ។ សិល្បករតែងតែយល់ថា យុវជនបង្ហាញកង្វះការយល់ដឹងជាទូទៅអំពីសិល្បៈ ដោយលើកឡើងថា ពួកគេចង់បានការកម្សាន្ត ពួកគេ*«ប្រើភ្នែកដើម្បីមើល» ពោលគឺពួកគេចង់ឃើញអ្វីៗដែលស្រស់ស្អាត និងរំជួលអារម្មណ៍ ដើម្បីពួកគេអាចមានអារម្មណ៍«រីករាយដោយមិនបាច់គិតច្រើន (FGD ភ្នំពេញ)។»* ទោះជាយ៉ាងណា ខណៈដែលការសិក្សាស្រាវជ្រាវនេះបង្ហាញថា ទស្សនិកជនជាច្រើនមិនមែនសុទ្ធតែដឹងច្រើនអំពីអ្វីដែលពួកគេកំពុងតែមើលនោះ ហើយប្រហែលពិបាកបកស្រាយនិងយល់បាន ក៏ទិដ្ឋភាពនេះមានលក្ខណៈលាយចម្រុះដែរ ដោយសារកង្វះការភាពប្រសព្វ និងការអប់រំ។ យុវជនចង់ទទួលបានការកម្សាន្ត ប៉ុន្តែក៏មានមហិច្ឆតាដ៏ខ្លាំងក្លាចង់រៀនសូត្រ និងទទួលបានបទពិសោធន៍ថ្មីៗដែរ។ តាមពិត សិល្បករខ្លះបង្ហាញឱ្យឃើញរបៀបដែលពេលយូរទៅ ជាពិសេសនៅពេលមានការចុះបញ្ជីទម្រង់សិល្បៈជាបេតិកភណ្ឌវប្បធម៌អរូបីរបស់អង្គការ UNESCO កិច្ចប្រឹងប្រែងរបស់រាជរដ្ឋាភិបាលក្នុងការផ្សព្វផ្សាយ ដោយរួមទាំងការចាក់ផ្សាយការសម្តែងរបស់ក្រសួងវប្បធម៌និងវិចិត្រសិល្បៈលើបណ្តាញសង្គមFacebook និងការចុះទៅផ្សព្វផ្សាយរបស់សិល្បករនិងអង្គការផ្សេងៗ យុវជនចាប់ផ្តើមយល់ដឹងកាន់តែច្រើនអំពីសិល្បៈ*«បន្តិចម្តងៗ!»*(FGD ភ្នំពេញ)៖

«ពីមុនខ្ញុំសម្តែងល្ខោនស្បែកធំ ពួកគេមិនទាំងដឹងថាជាទម្រង់អ្វីផងទេ។ ពេលសួរថា«ទម្រង់អ្វី?» ដឹងថាជាស្រមោល ប៉ុន្តែតើជាស្រមោលអ្វី? អ្នកខ្លះមិនស្គាល់ទេ។ ប៉ុន្តែឥឡូវពួកគេចាប់ផ្តើមដឹងច្រើនហើយអំពីល្ខោនស្បែកធំ។ ពេលនេះយើងឃើញមានការចាប់ផ្តើមច្រើនឡើងហើយ។ [...] ដូច្នេះ ខ្ញុំជឿថា នៅពេលអនាគត យុវជនរបស់យើងនឹងស្គាល់ថាជាសិល្បៈអ្វី ជារបាំអ្វី ឬជាទម្រង់របាំប្រពៃណីអ្វី។ ឥឡូវនេះពួកគេស្គាល់ច្រើនហើយ។»(FGD ភ្នំពេញ)

ក្រុមសិល្បករក៏និយាយដែរអំពីរបៀបដែលពួកគេចង់ឱ្យស្នាដៃរបស់ពួកគេ*«មើលទៅល្អ ទាក់ទាញ និងមានន័យ»* និងតែងតែបារម្ភចំពោះអ្វីដែលទស្សនិកជនយល់ឃើញ (FGD ភ្នំពេញ)។ ដូចដែលមានបង្ហាញច្បាស់នៅខាងដើមនេះហើយ ទស្សនិកជនក្នុងក្រុមគោលដៅនិងការឆ្លើយតបចំពោះការស្ទង់មតិ តែងតែមានលក្ខណៈពិចារណា។ តាមពិត នៅខេត្តបាត់ដំបង ក្នុងក្រុមគោលដៅមួយដែលមានគរុនិស្សិតចូលរួម ពួកគេបានជជែកអំពីរបៀបដែលពួកគេសួរសំណួរគ្នានៅពេលមើលភាពយន្តខ្លីៗអំពីជនជាតិដើម បើទោះបីពួកគេយល់ថាមិនអាចសួរសំណួរទាំងនោះនៅពេលចប់រឿងក៏ដោយចុះ។ ពួកគេក៏យល់ដែរថា ពួកគេបានយល់ដឹងច្រើនពីភាពយន្តទាំងនោះអំពីការអភិរក្សប្រពៃណីជនជាតិដើម។ ហេតុដូច្នេះហើយ មានការចោទឡើងជាសំណួរសំខាន់និងបំណងដែលចង់រៀន និងយល់ដឹង។

បច្ចេកវិទ្យា និងការឆ្លើយតបរបស់ទស្សនិកជន

MENTIMETER

ផ្អែកលើការរកឃើញនៅក្នុងផ្នែកមុន ហេតុផលសំខាន់ដែលយើងដកបទពិសោធន៍ជាមួយនឹងបច្ចេកវិទ្យាគឺការស្វែងយល់ថាតើវាអាចជួយទស្សនិកជននៅក្នុងការអភិវឌ្ឍការយល់ ការវិភាគ និងការចូលរួមជាមួយសិល្បៈរបស់ពួកគេដែរឬទេ។ យើងបានប្រើ Mentimeter ជាមធ្យោបាយជំរុញអន្តរកម្ម ហើយប្រើវាបន្ទាប់ពីការសម្តែងបញ្ចប់(យើងត្រូវការពេលពីរបីនាទីដើម្បីដំឡើង និងបើកចូល) មុននឹងឱ្យកូដទៅទស្សនិកជនដើម្បីឆ្លើយសំណួរនៅចុងបញ្ចប់នៃកម្មវិធី Mentimeter ។ តាមរយៈការធ្វើដូច្នេះ ទស្សនិកជនអាចបន្តនៅជាមួយចង្វាក់នៃការផលិតស្នាដៃជាជាងការបំពេញកម្រងសំណួរ ហើយបន្ទាប់មកត្រឡប់មកកិច្ចពិភាក្សាលម្អិតអំពីខ្លឹមសារនៃស្នាដៃ។ តាមរយៈការដាក់កម្រងសំណួរនៅចុងក្រោយ ទស្សនិកជនមានឱកាសក្នុងការបំពេញវាមិនមែនក្នុងទម្រង់ជាសកម្មភាពស្រាវជ្រាវ តែក្នុងទម្រង់ជាផ្តល់ទិន្នន័យ និងបង្ហាញពីការនិយមចូលចិត្តផ្ទាល់ខ្លួន (ទោះបីជាវាមានលក្ខណៈអនាមិកក៏ដោយ)។ យើងមានអ្នកចូលរួមក្នុងកម្មវិធី Mentimeter ចំនួនសរុប៣៧៦នាក់ ក្នុងនោះ២៧៨នាក់នៅភ្នំពេញ និង៩៨នាក់នៅតាមខេត្ត។ ប៉ុន្តែ ដោយហេតុថាទស្សនិកជនចូលរួមខ្លាំងជាមួយនឹងសកម្មភាព និងសំណួរតាម Mentimeter យើងបានរកឃើញថា នេះក៏នាំទៅរកអត្រាចម្លើយខ្ពស់នៅក្នុងកម្រងសំណួរទាំងអស់។ នៅភ្នំពេញ ទស្សនិកជនប្រមាណ៧០%បំពេញកម្រងសំណួរ (១៩៥ចម្លើយ) ហើយនៅតាមខេត្ត ទស្សនិកជនសរុប៨៤%បានបំពេញទាំងពីរយ៉ាង (១១៧សំណួរ)។

នៅក្នុងក្រុមគោលដៅ អ្នកចូលរួមភាគច្រើនលើកឡើងថា ពួកគេរីករាយក្នុងការប្រើ Mentimeter។ ប៉ុន្តែ ការកំណត់ចំនួនអក្សរសម្រាប់ឆ្លើយសំណួរបើក ធ្វើឱ្យអ្នកចូលរួមខ្លះមានអារម្មណ៍ថា ពួកគេមិនអាចបញ្ចេញគំនិត និងអារម្មណ៍ចំពោះការសម្តែងឱ្យអស់ ជាពិសេសពេលប្រើភាសាខ្មែរ។ លក្ខណៈពិសេសនេះកើតឡើងនៅក្នុងក្រុមគោលដៅនៅខេត្តបាត់ដំបង ដែលទស្សនិកជនមានការពិចារណាបានច្រើនអំពីអ្វីដែលពួកគេបានទស្សនា។ ទស្សនិកជនខ្លះនៅតាមបណ្តាខេត្តបំពេញសំណួរនៅលើក្រដាស ហើយយល់ថា វាលឿន និងងាយស្រួលជាង ចំណែកខ្លះទៀតចង់បានថេរវេលាច្រើនជាងអ្វីដែលកម្មវិធី Mentimeter កំណត់ឱ្យ។ ទោះយ៉ាងណា នេះឆ្លុះបញ្ចាំងពីភាពចម្រុះនៃការនិយមចូលចិត្តរបស់ទស្សនិកជនពាក់ព័ន្ធនឹងការប្រើបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីលើកកម្ពស់ចំណាប់អារម្មណ៍ និងការចូលរួម។ ទស្សនិកជនទូទៅចូលចិត្តភាពអន្តរកម្មរបស់ Mentimeter និងមើលឃើញចម្លើយបង្ហាញនៅលើអេក្រង់។ ពួកគេក៏ពេញចិត្តដែរ ដែលឈ្មោះពួកគេមិនត្រូវបានបង្ហាញ ដោយសារពួកគេអាចសរសេរខុស ហើយបញ្ចេញគំនិត និងអារម្មណ៍លើការសម្តែងបានពេញទី។ ពួកគេយល់ថា ពួកគេ*«ហ៊ាន»* (FGD ភ្នំពេញ)។ ការបញ្ចេញឈ្មោះនេះធ្វើឱ្យអ្នកដែលពីដំបូងមានការរារែកមានជំនឿចិត្តជាងមុនក្នុងការឆ្លើយ។ ពេលមើលចម្លើយ គឺសម្គាល់ឃើញមានភាពស្ទាក់ស្ទើរពីដំបូងនៅក្នុងចំណោមទស្សនិកជនដែលចូលរួមឆ្លើយ ព្រោះចម្លើយត្រូវបានបង្ហាញទៅកាន់ទស្សនិកជនភ្លាមៗ ប៉ុន្តែពេលសកម្មភាពចាប់ផ្តើមបន្តបន្តិចម្តងៗ ភាពស្ទាក់ស្ទើរនេះក៏ត្រូវបានកាត់បន្ថយ។ វាអាចទៅរួចដែលថា ការបង្ហាញជាសាធារណៈនៃគំនិតមួយចំនួនអាច ផាត់ចោលទស្សនិកជនខ្លះ មានន័យថា ពួកគេអត់ឆ្លើយ ឬនាំទៅរកចម្លើយជា*«ក្រុម»* ទោះបីជាវាមិនត្រូវបានបញ្ជាក់នៅក្នុងការស្រាវជ្រាវនេះក្តី ព្រោះថាគឺតែងតែមានចម្លើយចម្រុះជានិច្ច។

ទស្សនិកជនចង់ឱ្យ Mentimeter មានភាពរីករាយជាងនេះ ប៉ុន្តែវាមានបញ្ហាពាក់ព័ន្ធនឹងការរចនា ដោយសារយើងចង់ប្រើកម្មវិធីនេះក្នុងគោលបំណងអប់រំ ឬជំរុញការគិត។ យើងក៏ទទួលការរិះគន់ដែរអំពីការធ្វើសំណួរតែជាភាសាខ្មែរ ហើយមិនរួមបញ្ចូលទស្សនិកជនជាជនបរទេស!ទោះបីជនបរទេសខ្លះចេះអាននិងនិយាយខ្មែរបានក៏ដោយប៉ុន្តែយើងរចនាសំណួរតាមរបៀបនេះ ព្រោះយើងចង់ផ្តោតការស្រាវជ្រាវតែទៅលើទស្សនិកជនខ្មែរ ។ ដូចដែលបានរៀបរាប់មុននេះ សំណួរ Mentimeter គូសបញ្ជាក់ថា ទស្សនិកជនតែងតែគិតអំពីសិល្បៈថាមានការបកស្រាយមួយ*«ត្រឹមត្រូវ»*ឬជាក់លាក់។ ពិតណាស់ អំឡុងពេលជួបក្រុមគោលដៅមួយនៅភ្នំពេញ អាម៉ាន់ដាត្រូវបានគេសួរត្រង់ៗថា ៖ *«ហេតុអ្វីមិនបង្ហាញចម្លើយ«ត្រឹមត្រូវ»ពេលចប់?»* សំណួរនេះគឺមានទាំងនៅភ្នំពេញ និងនៅខេត្ត ដោយសារអ្នកចូលរួមខ្លះបារម្ភថាពួកគេឆ្លើយ«ខុស»។ ស្រដៀងៗគ្នានៅក្នុងក្រុមគោលដៅ ទស្សនិកជនក៏និយាយដែរថា ពួកគេចូលចិត្តអន្តរកម្ម ប៉ុន្តែសួរថា ៖

«តើយើងនឹងរៀនបានអ្វី?» ទោះយ៉ាងណា សំណួរទាំងអស់គឺជាសំណួរបើក(មើលឧទាហរណ៍ខាងក្រោម)ដើម្បីមើលថាតើទស្សនិកជនឆ្លើយដូចម្តេច។ ទោះបីយើងប្រាប់ថា យើងចាប់អារម្មណ៍លើគំនិត និងការយល់ឃើញ ចម្លើយបែបនេះឆ្លុះបញ្ចាំងពីតួនាទីអប់រំរបស់សិល្បៈ គំនិតនៃការបកស្រាយពិសេសរបស់សិល្បៈ និងគំនិតដែលថា Mentimeter ជា*«តេស្ត»*មួយជាជាងវិធីសាស្ត្រដើម្បីបើកផ្លូវឱ្យមានការត្រិះរិះពិចារណា។ ទស្សនិកជនខ្លះនៅក្នុងក្រុមគោលដៅនិយាយថាពួកគេចង់ឱ្យវាមានលក្ខណៈប្រកួតប្រជែងបន្តិច និងដូចហ្គេមមានរង្វាន់សម្រាប់ចម្លើយផ្សេងៗ។ ខណៈដែលយើងប្រើ Mentimeter ដើម្បីជំរុញទស្សនិកជនទៅរកការពិចារណា ទស្សនិកជនខ្លួនឯងចង់ប្រើវាដើម្បីបង្កើនចំណេះដឹងអំពីវណ្ណកម្មសិល្បៈ និងទម្រង់សិល្បៈ។ ប្រហែលដោយសារចំណាំងដ៏ច្រើនលើសលប់នេះហើយទើបទស្សនិកជនមិនមានអារម្មណ៍ថាពួកគេបានទទួលចំណេះដឹងជាផ្លូវការ។ ចំណុចនេះបង្ហាញថា ការប្រើបច្ចេកវិទ្យាដើម្បីរៀននៅពេលមានការសម្តែងគឺមានសក្តានុពលដែលទស្សនិកជនអាចទទួលយកបាន ហើយការស្រាវជ្រាវប្រហែលទៅឆ្ងាយពេក លឿនពេក ធៀបនឹងស្ថានភាពការយល់ដឹង និងការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជនបច្ចុប្បន្ន។

Mentimeter ហាក់ដូចជាប្រើពេលយូរបន្តិចចំពោះទស្សនិកជនមួយចំនួន (ជាពិសេសនៅភ្នំពេញ និងនៅតាមទីតាំងក្នុងខេត្តមួយចំនួនដែលប្រជាជនត្រូវធ្វើដំណើរឆ្ងាយ)ប៉ុន្តែត្រូវបានមើលឃើញថាជា*«ទម្លាប់ល្អ»*មួយ(FGDភ្នំពេញ)។ អ្វីដែលឆ្លុះបញ្ចាំងនៅទីនេះ គឺថាមនុស្សចូលចិត្តមានឱកាសពិចារណា និងគិតអំពីអ្វីដែលពួកគេបានមើល ហើយច្បាស់ណាស់ ក្រុមគោលដៅបានលើកឡើងថា វាជួយពួកគេឱ្យ*«គិតអំពីអ្វីដែលយើងបានមើល»* (FGD ភ្នំពេញ)។ ពិតណាស់មានវិធីច្រើនក្នុងការធ្វើដូច្នេះ ប៉ុន្តែចំណុចនេះក៏ត្រូវបានគាំទ្រដោយភស្តុតាងបានមកពីរបៀបទស្សនិកជនប្រើ/អានខ្លឹមសារក្នុងបណ្តាញសង្គមដែរ (មើលខាងក្រោម)។ តួលេខនៃចំនួនចូលមើលការផុសប្លុក (blog) វីដេអូនិងបទសម្ភាសន៍បានកើនឡើងស្របនឹងរដូវវប្បធម៌ដំណើរការទៅមុខ។ ជាទូទៅ ខ្លឹមសារបែបផ្តល់ព័ត៌មាន ដូចជាបទសម្ភាសន៍ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រតិដ្ឋគឺទទួលបានការចូលមើលច្រើនជាងគេ។ នៅក្នុងក្រុមគោលដៅ អ្នកចូលរួមបាននិយាយថា ពួកគេមិនសូវមើលខ្លឹមសាររឿងមុនពេលសម្តែងទេ។ ពួកគេមើលព័ត៌មានតាមក្រុមតេឡេក្រាម ឬតាមហ្វេសប៊ុកច្រើនជាង។ តែពួកគេមើលវានៅពេលក្រោយ ហើយនេះអាចនាំឱ្យចំនួននៃការចូលមើលកើនឡើង។ ឧទាហរណ៍ ការផុសប្លុកអំពីជនជាតិដើមភាគតិចកួយ និងស្នាដៃរឿង *«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច»* ទទួលបានការចុចចូលទស្សនាកើនឡើងបន្ទាប់ពីការសម្តែងចប់ ឬបន្ទាប់ពីកម្មវិធីទស្សនាចរ។ នេះឆ្លុះបញ្ចាំងថា ទស្សនិកជនកំពុងស្វែងរកព័ត៌មានបន្ថែម និងគិតពិចារណាអំពីអ្វីដែលពួកគេបានមើល។ ហេតុនេះ ខ្លឹមសារនៃការធ្វើទីផ្សារស្នាដៃសិល្បៈគឺជា*«ទម្លាក់»*នៃការផ្សព្វផ្សាយដំបូង ប៉ុន្តែបន្ទាប់មកការយល់ និងការទទួលបានបទពិសោធន៍នឹងមកដល់តាមក្រោយ ហើយទស្សនិកជនពេញចិត្តនឹងធ្វើការចំណាយលើវា។ សិល្បករមានទស្សនៈចម្រុះអំពី Mentimeter អ្នកខ្លះមានអារម្មណ៍ថា វាជួយពួកគេឱ្យយល់ពីទស្សនិកជនខ្លាំងឡើង ឯអ្នកខ្លះទៀតថា*«យើងដឹងខ្លួនឯងហើយថាធ្វើបានល្អឬអត់»* និងមិនសូវខ្វល់ពីប្រតិកម្មរបស់ទស្សនិកជនទេ (FGD ភ្នំពេញ)។

ការប្រើសំណួរ និងចម្លើយក្នុងកម្មវិធី Mentimeter យើងអាចកំណត់ឃើញថាមវន្តគួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍មួយចំនួននៅក្នុងចំណោមទស្សនិកជន។ ឧទាហរណ៍ នៅក្នុងការបញ្ចាំងភាពយន្តរបាំរឿង«សកេរ»ដោយង៉ែត រ៉ាឌី ដែលយកលំនាំតាមល្ខោនខោល យើងបានសួរទៅទស្សនិកជនថាតើតួអង្គនៅក្នុងរឿងរាមកេរ្តិ៍អាចធ្វើផែនការសកម្មភាពផ្សេងទៀតអ្វីខ្លះ។ តើព្រះរាមគួរបញ្ជូនហនុមាន និងទ័ពស្វា ទៅសង្គ្រោះនាងសិតាដូចនៅក្នុងរឿងបុរាណ ឬក៏ព្រះអង្គគួរតែទៅជួយសង្គ្រោះនាងដោយខ្លួនឯង? ឬក៏សួរថាតើនាងសិតាគួរតែរង់ចាំឱ្យគេមកជួយសង្គ្រោះ (ដូចក្នុងរឿងបុរាណ) ឬព្យាយាមលួចរត់ ឬក៏ព្រមទទួលយកស្ថានភាពនេះ ហើយសុខចិត្តរស់នៅជាមួយអសុរា? សំណួរទាំងអស់នេះអនុញ្ញាតឱ្យយើងវាស់ថាតើទស្សនិកជនចង់កែប្រែសាច់រឿងបុរាណឬក៏ទទួលយកការកែសាច់រឿងបានត្រឹមណា ដែលនេះជាចំណុចសំខាន់នៃការជជែកពិភាក្សានៅក្នុងពិភពរបាំកម្ពុជា។ ជាទូទៅ ទស្សនិកជនចង់រក្សាសាច់រឿងបុរាណ និងទុកដំណើររឿងសំខាន់ៗនៅដដែល ប៉ុន្តែមានចម្លើយខ្លះគឺប្រកៀកប្រកិតគ្នា (សំណួរទី១គឺ៥០/៥០) ហើយពេលខ្លះទស្សនិកជនចង់ត្រឡប់សកម្មភាពរបស់សិតា និងព្រះរាម។ ទោះយ៉ាងណា ជារួម ទស្សនិកជនចង់ឱ្យការសម្តែងត្រូវតាមការរំពឹងទុកនៃសង្គម និងវប្បធម៌ដែលមានស្រាប់របស់សាច់រឿង និងស្ត្រី។ ឧទាហរណ៍ ចម្លើយចំនួន៥២លើកឡើងថា សិតាគួរតែនៅរង់ចាំ

ចម្លើយចំនួន៣៨ថានាងគួរតែលួចរត់ហើយចម្លើយចំនួន៨ថានាងគួរតែរស់នៅជាមួយអសុរា។ ដូច្នេះ វាអាចទៅរួចក្នុងការមើលឃើញពីសារៈសំខាន់នៃការរក្សាប្រពៃណីសម្រាប់ទស្សនិកជនភាគច្រើន ប៉ុន្តែពិតណាស់ ក៏មានទស្សនិកជនដែលចង់សាកល្បងនិងរុញឱ្យទៅហួសនេះផងដែរ។ ចំណុចនេះគឺស្របនឹងចម្លើយនៅក្នុង Mentimeter ពីកម្មវិធីផ្សេង ដូចជាការប្រគំតន្ត្រី*«កំណត់ហេតុចាប៉ី»* ដឹកនាំដោយគាត សុគីម ដែលយើងបានឱ្យទស្សនិកជនរកឧបករណ៍ឬជ្រើសរើសឧបករណ៍ណាដែលពួកគេចង់រៀនខ្លាំងបំផុត ហើយចម្លើយ*«ចាប៉ីដងវែង»*គឺនៅលើគេ។

យើងក៏បានសួរទស្សនិកជនដែរថាតើការសម្តែងជាអ្វី ដោយមានពាក្យជាច្រើនឱ្យពួកគេជ្រើសរើស។ សំណួរនេះសំខាន់ណាស់ដោយឈរលើការជជែកពិភាក្សាដ៏គួរឱ្យចាប់អារម្មណ៍ទៅលើថាតើស្នាដៃសិល្បៈគួរតែបង្ហាញអត្តសញ្ញាណកម្ពុជាឬក៏អត់(Eggert2011,Rogers2018)។ឧទាហរណ៍នៅសាលាមធ្យមវិចិត្រសិល្បៈនៅក្នុងកម្រិតពី១-៥ទស្សនិកជនភាគច្រើនមានអារម្មណ៍ថា*«កំណត់ហេតុចាប៉ី»*ជាការលាយបញ្ចូលឬទម្រង់លាយគ្នានៃវប្បធម៌ខ្មែរ (ពិន្ទុជាមធ្យម៤.៤) ហើយបកស្រាយការលាយបញ្ចូលនេះជាការវិវត្តនៃវប្បធម៌បុរាណដែលទទួលឥទ្ធិពលពីខាងក្រៅ មិនមែនត្រឹមតែភាពសកម្មខាងក្នុងប៉ុណ្ណោះទេ។ ដូច្នេះ លទ្ធផលឆ្លុះបង្ហាញការអះអាងធំមួយដែលថា ប្រជាជនវ័យក្មេងនៅកម្ពុជាតែងតែមានជើងម្ខាងឈរលើប្រពៃណី និងម្ខាងទៀតឈរលើសកលភាវូបនីយកម្មហើយអាចធ្វើដំណើរនៅចន្លោះទាំងពីរនេះ (Eng et al 2019)។ នៅក្នុងរឿង *«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច»* របស់អ្នកស្រីខា ស្រស់ និងក្រុមSilverBelle នៅពេលយើងបង្កើតសំណួរឱ្យទស្សនិកជនជ្រើសរើសការពិពណ៌នាដែលពួកគេពេញចិត្តចំពោះស្នាដៃមួយ ទស្សនិកជនភាគច្រើនជ្រើសរើសយករបាំសហសម័យជនជាតិកួយ (១៥ចម្លើយ) តាមពីក្រោយដោយរបាំលាយ(១០ចម្លើយ) បន្ទាប់មករបាំសហសម័យ (៩ចម្លើយ) និងចុងក្រោយរបាំប្រពៃណី (១ចម្លើយ)។ ពិតប្រាកដណាស់ វាអាចមានភាពច្របូកច្របល់ជុំវិញវាក្យស័ព្ទទាំងនេះ ប៉ុន្តែអ្វីដែលចម្លើយប្រភេទនេះឆ្លុះបញ្ចាំង គឺថាទស្សនិកជនអាចមានគំនិតជាច្រើនរួមគ្នានៅពេលពិពណ៌នាអំពីស្នាដៃមួយ (ចំពោះរបាំសហសម័យកួយគឺអាចមានច្រើនយ៉ាង)។ ចំពោះប្រភេទដាច់ដោយឡែកនៃស្នាដៃណាមួយដូចជាស្នាដៃដែលសាកល្បង ឬដែលមានលក្ខណៈសហសម័យខ្លាំង ទស្សនិកជនតែងតែអាចមើលឃើញលទ្ធភាពជាច្រើននៅក្នុងស្នាដៃមួយ ជាជាងគ្រាន់តែការអះអាងលើការបកស្រាយតែមួយ បើទោះបីពួកគេសង្កត់ធ្ងន់ថានេះជាអ្វីដែលពួកគេចង់បាននៅក្នុងក្រុមគោលដៅ និងការស្ទង់មតិ។ ទោះយ៉ាងណា ប្រហែលអ្វីដែលការរកឃើញនេះអាចឆ្លុះបញ្ចាំងបានគឺមិនមែនថាទស្សនិកជនមិនអាចយល់ទម្រង់ស្នាដៃលាយគ្នា បែបសហសម័យ និងពិបាកខ្លាំងនោះទេ ប៉ុន្តែពួកគេត្រូវការការអះអាងបន្ថែម និងជំនឿចិត្តនៅក្នុងការបកស្រាយ និងនៅក្នុងការទទួលស្គាល់ពហុភាព និងភាពប្រយោលនៃអ្វីដែលពួកគេបានមើល។

វាច្បាស់ណាស់ថា សំណួរទាំងអស់នេះ គឺ Mentimeter ទាញយកការយល់ឃើញរបស់ទស្សនិកជនថាតើស្នាដៃសិល្បៈនិយាយអំពីអ្វី។ ឧទាហរណ៍ រឿង«បណ្តុះដុះ ដំកំពៀច» តែងតែត្រូវយកមកពិភាក្សានៅក្នុងការផ្សព្វផ្សាយថានិយាយអំពីជនជាតិដើមភាគតិចកួយ និងការរស់នៅរបស់ពួកគេ។ នេះជាប្រធានបទសំខាន់មួយ ប៉ុន្តែប្រធានបទធំជាងគេដែលទស្សនិកជនកំណត់សម្គាល់នៅក្នុងស្នាដៃសិល្បៈនេះ គឺការបំផ្លាញបរិស្ថាន(១៩ចម្លើយ)ជាជាងជីវិតរបស់ជនជាតិកួយ (៧ចម្លើយ) និងសហគមន៍ (៥ចម្លើយ)។ ទោះយ៉ាងណា ស្នាដៃនេះផ្ទាល់គឺឆ្លុះបញ្ចាំងពីបញ្ហានៃការបំផ្លាញបរិស្ថានតាមបែបប្រយោល (ក្រៅពីផ្នែកដែលបង្ហាញពីការដុត និងកាប់ឆ្ការព្រៃ) និងផ្តោតលើការគាំទ្រការថែរក្សាព្រៃ និងគូសបញ្ជាក់អំពីការដាំដើមឈើដើម្បីអនាគត។ ដោយឈរលើភាពលេចធ្លោនៃជីវិតរបស់ជនជាតិកួយដែលបង្ហាញនៅក្នុងវីដេអូ ហើយច្បាស់ណាស់ វត្តមានរបស់ពួកគេនៅលើឆាក រាំរបាំបែបសាសនានិងប្រពៃណី ចម្លើយប្រភេទនេះគូសបញ្ជាក់ថា ទស្សនិកជនអាចមើលឃើញឆ្ងាយហួសពីអ្វីដែលបង្ហាញពួកគេ។ Mentimeter ក៏អាចចាប់យករបៀបដែលស្នាដៃសិល្បៈអាចផ្លាស់ប្តូរការយល់ឃើញរបស់ទស្សនិកជនផងដែរ។ ឧទាហរណ៍ ពេលយើងឱ្យទស្សនិកជនដាក់ពិន្ទុពី១-៥ ថាតើពួកគេ ដឹងអំពីវប្បធម៌ជនជាតិដើមភាគតិចប៉ុណ្ណានៅមុនពេលបញ្ចាំងខ្សែភាពយន្ត ហើយប្រៀបធៀបនឹងក្រោយពេលមើលភាពយន្តហើយ យើងឃើញថាមានការកើនឡើងនៃមធ្យមភាគចម្លើយ(នៅភ្នំពេញមធ្យមភាគចម្លើយកើនឡើងពី២,៨ទៅ៣,៤ ហើយនៅតាមខេត្តឡើងពី១,៨ទៅ៣,២)។ ឧទាហរណ៍បែបនេះបង្ហាញពីតួនាទីអប់រំនៃការសម្តែងសម្រាប់ទស្សនិកជនជាច្រើន ហើយអ្វីដែលពួកគេគិតគឺជាបញ្ហាសំខាន់ដែលស្នាដៃសិល្បៈចង់បង្ហាញ។

ច្បាស់ណាស់ថា ពេលយើងសួរត្រង់ៗទៅទស្សនិកជននៅក្នុងក្រុមគោលដៅអំពីការប្រើ Mentimeter ពួកគេតែងតែពិពណ៌នាថាជាការផ្លាស់ប្តូរការយល់ឃើញរបស់ពួកគេ ឬធ្វើឱ្យពួកគេគិតស៊ីជម្រៅជាងមុនអំពីអ្វីដែលពួកគេបានមើលជាជាងគ្រាន់តែមើលៗ។ នៅក្នុងន័យនេះ បច្ចេកវិទ្យាពិតជាបានជំរុញខ្លាំងលើការពិចារណាបែបរិភាគនៅក្នុងចំណោមមនុស្សជាច្រើនដែលប្រើវា ទោះបីជាមានអំណះអំណាងដែលថា ទស្សនិកជនទាំងនោះអាចមានទំនោរចង់ចូលរួមនៅក្នុងដំណើរការបែបនេះរួចហើយ។ ឧទាហរណ៍៖

«សំណួរមិនទាក់ទាញ និងជាការរម្លឹកឡើងវិញពីអ្វីដែលយើងបានមើលរួចហើយពីមុន» (FGD បន្ទាយមានជ័យ)។

«[វាធ្វើឱ្យខ្ញុំគិត] គេចង់និយាយអំពីអ្វី?» (FGD ភ្នំពេញ)។

«សំណួរឆ្លុះបញ្ចាំងពីបញ្ហាបរិស្ថាន និងព្រៃធម្មជាតិ។ វាបានបង្រៀនយើងឱ្យការពារបរិស្ថាន» (FGD បន្ទាយមានជ័យ)។

ពិតណាស់ ស្នាដៃខ្លះ ជាពិសេសរឿង*«បុគ្គលជោគជ័យ»* របស់សួស យ៉ាមី មានសំឡេងខ្លាំងណាស់ ដោយសារទស្សនិកជនជាច្រើនបានជួបនឹងការឆបោក និងអាចផ្សារភ្ជាប់រឿងនេះទៅនឹងបទពិសោធន៍ខ្លួនឯង។ ត្រង់នេះ សំណួរ Mentimeter ជួយគាំទ្រដល់ការផ្សព្វផ្សាយស្នាដៃទាក់ទងនឹងការពិចារណាបែបរិភាគលើបញ្ហាសង្គម ៖

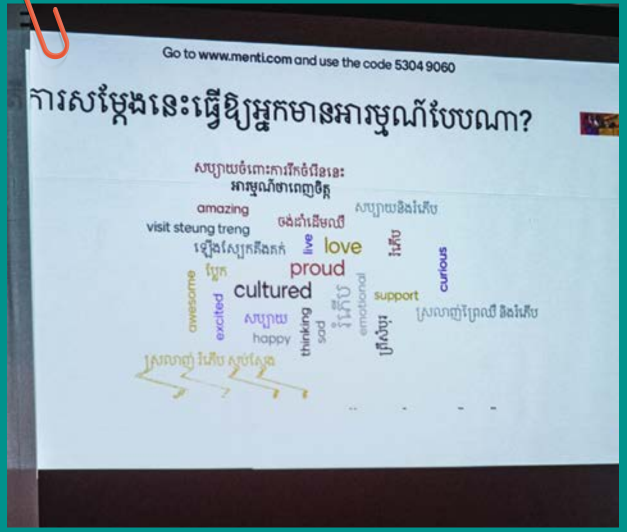
«ពិចារណា គិតគូរឱ្យវែងឆ្ងាយអំពីអ្វីដែលគួរធ្វើ អ្វីដែលមិនគួរធ្វើ និងអ្វីដែលអាចធ្វើបាន អ្វីអត់» (FGD សៀមរាប)។

ទោះយ៉ាងណា គួរគូសបញ្ជាក់ថា ក្រុមគោលដៅមួយចំនួនបានចង្អុលបង្ហាញពីការគ្មានទំនាក់ទំនងរវាងទស្សនិកជន និងការសម្តែង មិនមែនគ្រាន់តែដោយសារទស្សនិកជនត្រឡប់ទៅផ្ទះលឿនព្រោះបញ្ហាពេលវេលាទេ ប៉ុន្តែដោយសារពួកគេមិនបានមើលដោយយកចិត្តទុកដាក់ ៖

«នេះជាលើកទី១ ហើយខ្ញុំមានអារម្មណ៍ថាពួកគេខំប្រឹងធ្វើ ប៉ុន្តែហេតុអីយើងមិនព្យាយាមមើលវា? ទៅអង្គុយ មើល ហើយស្ងាប» (FGD បន្ទាយមានជ័យ)។

ករណីបែបនេះក៏ជារឿងទូទៅដែរចំពោះការទស្សនាតាមអនឡាញ ដែលអ្នកចូលរួមទទួលស្គាល់ថា ពួកគេមើលបណ្តើរ ធ្វើការងារផ្សេងៗបណ្តើរ។ នេះមានន័យថា ពួកគេតែងតែបាត់ការផ្ចង់អារម្មណ៍ ឬរំលងផ្នែកខ្លះ ខណៈពេលដែលកំពុងធ្វើអ្វីផ្សេង ដូចជាធ្វើម្ហូបពេលល្ងាចជាដើម។ វាមានធាតុអសកម្មនៅក្នុងការទស្សនាការសម្តែង ប៉ុន្តែវាមិនចាំបាច់តែទាក់ទងនឹងការមើលតាមវិធីណាទេ។ ព្រោះវាមានមនុស្សដដែលៗដែលមើលអនឡាញ ហើយសម្រាប់អ្នកដែលចាប់អារម្មណ៍សិល្បៈនៅតាមខេត្ត ការបញ្ចាំង ឬការមើលភាពយន្តទាំងនេះក្រោយពេល*«ផ្សាយផ្ទាល់»*ពិតជាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ។ ចំពោះអ្នកសិល្បៈ ការថតទុកការសម្តែងគឺសំខាន់ណាស់សម្រាប់ជាឯកសារយោងទៅអនាគត ការចងបណ្តាញ ការរៀនសូត្រ និងការយល់។ ទោះយ៉ាងណា ការបញ្ចាំងតាមអនឡាញអាចចាត់ទុកជាបណ្ណសារបែបច្នៃប្រតិដ្ឋមួយក៏ដូចជាមធ្យោបាយផ្សារភ្ជាប់ខ្លួនឯងជាមួយសិល្បៈផងដែរ។ សិល្បករចូលចិត្តមើលហ្វេសប៊ុកពេលផ្សាយផ្ទាល់ ឬត្រឡប់ទៅមើលការបញ្ចាំងការសម្តែងពេលក្រោយ ដើម្បីគាំទ្រសិល្បករដូចគ្នា ប៉ុន្តែក៏ដើម្បីកត់សម្គាល់ទុកសម្រាប់កិច្ចសហការពេលអនាគតផងដែរ។ ទោះយ៉ាងណា វាមានតម្លៃនឹងពិចារណាចំណុច ដែលមានស្នាដៃខ្លះបង្កើតឡើងសម្រាប់សម្តែងអនឡាញ។

វាក៏ច្បាស់ដែរថា អ្នកខ្លះចង់ទៅមើលការសម្តែងផ្ទាល់ ដើម្បីបង្ហាញការគាំទ្រដល់សិល្បករ។ ទស្សនិកជនមានអារម្មណ៍ថា ការទៅមើលផ្ទាល់ធ្វើឱ្យពួកគេយល់ខ្លឹមសារបានច្រើនជាងការមើលតាមអនឡាញ។ កត្តានេះ មួយផ្នែកដោយសារពួកគេមានអារម្មណ៍ថា ការថតគឺកាត់ចោលធាតុខ្លះនៃការសម្តែង ប៉ុន្តែវាក៏អាចមានទំនាក់ទំនងនឹងការចង់ទៅប្រាស្រ័យទាក់ទងជាមួយសិល្បករផងដែរ។ ការចូលរួមក្រោយការសម្តែងផ្ទាល់បានឆ្លុះបញ្ចាំងថា មនុស្សពិតជាចង់ជួបសិល្បករដែលនេះប្រហែលជាកត្តាមួយនៅក្នុងការស្រាវជ្រាវដែលទទួលបានអត្រាចម្លើយខ្ពស់តាមរយៈ Mentimeter! ទម្រង់មួយគ្មាននៅក្នុងរដូវវប្បធម៌គឺសំណួរចម្លើយក្រោយការមើលស្នាដៃចប់ ហើយចំណុចនេះមានការលើកឡើងច្រើននៅក្នុងទិន្នន័យរបស់យើង ដែលធ្វើឱ្យគិតថា ទម្រង់នេះនឹងមានការស្វាគមន៍ខ្លាំង។ ទស្សនិកជនតែងតែមានសំណួរចង់សួរសិល្បករ ហើយសិល្បករចង់បានការផ្តល់យោបល់ និងការពិភាក្សាជាមួយទស្សនិកជន។ អ្នកខ្លះអៀនមិនហ៊ានចូលជិតសិល្បករនៅពេលការសម្តែងចប់ ឬមិនចង់តែម្តង ដោយសារយប់ពេក ហើយទទួលស្គាល់ថា សិល្បករត្រូវរៀបចំអីវ៉ាន់។ ទោះយ៉ាងណា មនុស្សជាច្រើនចូលចិត្តប្រើ Mentimeter ដូច្នេះប្រហែលសួរសំណួរសិល្បករតាមរយៈ Mentimeter តាមបែបសមរម្យមួយគឺអាចនឹងធ្វើបាន ទោះបីជាវាអាចបើកឱ្យមានកន្លែងរិះគន់កាន់តែខ្លាំងចំពោះស្នាដៃសិល្បករក៏ដោយ។



ការធ្វើទីផ្សារ និងបណ្ដាញសង្គម

ការខ្វះខាតច្រើនក្នុងផ្នែករិះគន់វាយតម្លៃសិល្បៈ និងការខ្វះខ្លឹមសារព័ត៌មានសង្គមពាក់ព័ន្ធនឹងសិល្បៈទៅលើការផ្សព្វផ្សាយនិងការយល់ដឹង បានកើតមានជាបន្តបន្ទាប់ក្នុងក្រុមពាក់ព័ន្ធជាមួយសិល្បករ និងទស្សនិកជន ហើយជាបញ្ហាដែលត្រូវដោះស្រាយ។ សិល្បករចង់ឃើញការរិះគន់សិល្បៈ និងសារព័ត៌មានវាយតម្លៃសិល្បៈឱ្យកាន់តែច្រើន ហើយទស្សនិកជនក៏បានលើកឡើងដូចគ្នាដែរថាចង់អានការរិះគន់វាយតម្លៃ។ យ៉ាងនេះក្ដី នៅមានបញ្ហាទាក់ទងនឹងពេលវេលាវាយតម្លៃ ដោយសារការរិះគន់មានឡើងក្រោយពេលការសម្ដែងបានបញ្ចប់ទៅហើយ។ ជាធម្មតា ការសម្ដែងធ្វើឡើងមួយ ឬពីរយប់ប៉ុណ្ណោះ ហើយមិនមានការកសាងសមត្ថភាព ឬការទទួលបានអ្វីមួយបន្ទាប់ពីអានអត្ថបទរិះគន់ហើយ។ ស្របពេលជាមួយគ្នា ស្ថានភាពទូទៅត្រូវបានរៀបរាប់ដោយនិយាយពីមាត់មួយទៅមាត់មួយបន្ទាប់ពីព្រឹត្តិការណ៍សម្ដែង។ ឧទាហរណ៍ ចម្លើយពីមិត្តភក្ដិអ្នកចូលរួម ៖

«អូ! កម្មវិធីសម្ដែងចប់ហើយ។ ម៉េចក៏មិនប្រាប់ខ្ញុំផងពេលគេសម្ដែង? ខ្ញុំក៏តបវិញថា ៖ «ម៉េចក៏មិនមើលខ្ញុំ post *ចែករំលែករឿងហ្នឹងទៅ?»* (FGD ភ្នំពេញ)

បុគ្គលម្នាក់ ឬក្រុមបុគ្គលសំខាន់តែងជាអ្នកទទួលខុសត្រូវក្នុងការផ្សព្វផ្សាយព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈ តាមរយៈការប្រាប់តគ្នា គឺថាសិល្បៈមិនទាន់ជាទំនោរវប្បធម៌ដែលយុវជននឹងធ្វើការតាមដាននៅឡើយទេ។ ផ្ទុយទៅវិញ ក្រុមអ្នកពាក់ព័ន្ធ និងទិន្នន័យស្ទង់មតិបានបង្ហាញឱ្យដឹងថា គឺមិត្តភក្ដិ ឬអ្នកស្គាល់គ្នាជាអ្នកជំរុញអ្នកផ្សេងឱ្យមកចូលរួម។ នៅតាមខេត្តជាពិសេស អ្នកចូលរួមនិយាយអំពីការលំបាកក្នុងការបបួលមិត្តភក្ដិឱ្យមកចូលរួមកម្មវិធីសិល្បៈ គឺពួកគេប្រាប់មិត្តភក្ដិអំពីព្រឹត្តិការណ៍ ប៉ុន្តែមិត្តភក្ដិពួកគេនៅតែមិនអាចមក ជាពិសេសពួកគេប្រឹងបបួលជាច្រើនលើកច្រើនសា ពួកគេដូចជាប្រទះនឹងការលើករឿងពេលវេលាត្រូវរៀន ធ្វើការងារផ្ទះ និងជាប់រវល់ធ្វើការ។ ច្បាស់ណាស់ថា ការទៅមើលសិល្បៈត្រូវបានយល់ឃើញថាជាសកម្មភាពក្រុម ដោយសារចម្ងាយក្នុងការធ្វើដំណើរ ដែលមានន័យថាទៅជាក្រុមគឺវាមានសុវត្ថិភាពជាង។ ពួកគេភាគច្រើននិយាយថា ពួកគេមិនសូវដឹងថា រដូវវប្បធម៌ជាព្រឹត្តិការណ៍នោះទេ គឺមានន័យថាព្រឹត្តិការណ៍មិនបានដឹងដល់ច្រើនគ្នាឡើយ គឺដឹងត្រឹមអ្នកដែលដឹងថាត្រូវទៅរកមើលព័ត៌មាននៅកន្លែងណាប៉ុណ្ណោះ។

នៅតាមខេត្ត កង្វះការផ្សព្វផ្សាយជាបញ្ហា ហើយអ្នកចូលរួមនៅខេត្តសៀមរាបបានរៀបរាប់ថាភូមិមួយៗនៅឆ្ងាយពីគ្នា មានន័យថាការដឹងតាមប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយមានកម្រិត ដោយសារប្រជាជនមិនអាចធ្វើដំណើរឆ្ងាយ ហើយការរស់នៅរបស់ពួកគាត់ផ្ទាល់ក៏មិនមានបណ្ដាញស្គាល់ក្នុងការជួយផ្សព្វផ្សាយព័ត៌មានដែរ។ ក្នុងន័យនេះ សកម្មភាពសិល្បៈទាំងឡាយគឺសម្ដែងកន្លែងណាដឹងត្រឹមកន្លែងនោះ។ តាមទិន្នន័យបានឱ្យដឹងថា វាជារឿងលំបាកសម្រាប់ទស្សនិកជនក្នុងស្វែងរកដំណឹងទាក់ទងនឹងព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈ គឺមិនមានមជ្ឈមណ្ឌលកណ្ដាលណាមួយដើម្បីរកមើលថាតើមានការសម្ដែងអ្វីខ្លះ មិនមានការរិះគន់វាយតម្លៃលើប្រព័ន្ធអនឡាញ ឬប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ។ មិនមាន«កន្លែង» ដើម្បីផ្សព្វផ្សាយថាមានការសម្ដែងក្នុងភូមិស្រុក តំបន់ ឬនៅកន្លែងណាក្នុងប្រទេសកម្ពុជា។ នេះជាផលវិបាកដ៏ធំមួយសម្រាប់អ្នកដែលចង់ដឹងបន្ថែមអំពីសិល្បៈ ដោយសារពួកគេមិនដឹងថារាល់ពេលត្រូវទៅរកកន្លែងណា រកអ្នកណា ឬក្រុមណានោះទេដើម្បីបានព័ត៌មាន។ លើសពីនេះ នៅក្នុងក្រុមគោលដៅមួយនៅខេត្តសៀមរាប ក្រុមសិល្បករបានឱ្យដឹងថា ទោះបីពួកគេបានធ្វើការផ្សព្វផ្សាយ ពួកគេធ្វើបានតែ២ ឬ៣ភូមិប៉ុណ្ណោះ តាមរយៈប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយ ដោយហេតុថាពួកគេមិនមានបណ្ដាញដើម្បីផ្សព្វផ្សាយឱ្យបានទូលំទូលាយជាងនេះ។ ទោះការផ្សព្វផ្សាយដំណើរការតាមបែបក្នុងតំបន់ ហើយការឱ្យទៅដល់ទីតាំងឆ្ងាយទៀតគឺមានទំហំតូច ដោយសារចម្ងាយ និងការធ្វើដំណើរ។

អ្នកចូលរួមដែលជាក្រុមគោលដៅមានសំណើជាច្រើនក្នុងការជួយគាំទ្ររឿងនេះ តាំងពីការផ្ដល់ព័ត៌មាននៅតាមសាលារៀន ការផ្សាយឱ្យល្អជាងមុន ដាក់ផ្ទាំងបដាតាមដងផ្លូវ ឬបិទកម្មវិធីជាប្រចាំនៅកន្លែងសាធារណៈ។ ជាការពិតណាស់ នៅភ្នំពេញ ការតម្រូវឱ្យមានទីតាំងមជ្ឈមណ្ឌលសិល្បៈកណ្ដាល ចោទឡើងជាញឹកញាប់ថាតើទស្សនិកជនទៅចូលរួមព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈ និងវប្បធម៌ឬអត់។ ទីតាំងសម្ដែងទៀតសោត ឃើញថានៅឆ្ងាយ ហើយរៀបចំមិនសមនឹងព្រឹត្តិការណ៍ (ឧ. មជ្ឈមណ្ឌលសន្និសីទ) ដែលហាក់ដូចជាបន្ថែមឧបសគ្គមួយទៀតដល់ការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជន។ ក្នុងន័យបណ្ដាញសង្គម ទាំងសិល្បករ និងទស្សនិកជនបានពិភាក្សាគ្នាអំពីការប្រើប្រាស់អ្នកមានឥទ្ធិពល ឬមនុស្សល្បីឈ្មោះ ដើម្បីជួយលើកស្ទួយសិល្បៈ និងជំរុញការផ្សព្វផ្សាយឱ្យកាន់តែទូលំទូលាយ។ ទស្សនិកជនតាមខេត្តបានចាប់អារម្មណ៍ជាពិសេសលើរឿងនេះ ហើយបានលើកពីការសម្ដែងរបស់សិល្បករក្នុងកម្មវិធីប្រគំតន្ត្រីឧបត្ថម្ភដោយស្រាបៀរ។ នៅភ្នំពេញក៏មានការប្រើ Instagram ឬ TikTok ប្លែកៗអំពីការសម្ដែង ដែលពួកគេអាចចែកចាយ និងផ្សព្វផ្សាយនៅលើបណ្ដាញសង្គម ដើម្បីជំរុញមិត្តភក្ដិឱ្យចូលរួម (ឧទាហរណ៍ជាមួយសិល្បករ កន្លែងកម្សាន្ត ឬកន្លែងស្អាតៗសម្រាប់ថតរូប រូបភាពការសម្ដែងជាក់លាក់ដែលទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍)។ ក្រុមអ្នកសិល្បៈនៅទីក្រុងភ្នំពេញក៏បានពិភាក្សាអំពីតម្រូវការផងដែរដើម្បីធ្វើឱ្យទស្សនិកជនចង់ដឹងចង់ឃើញតាមរយៈរូបភាព និងចំណងជើង។ អ្វីលើកឡើងនេះត្រូវបានគាំទ្រដោយក្រុមគោលដៅក្នុងខេត្តសៀមរាប ដែលអ្នកចូលរួមនិយាយថា ពួកគេមិនសូវចាប់អារម្មណ៍នឹងការទៅមើលការសម្ដែងរឿង*«បុគ្គលជោគជ័យ»*ទេ រហូតទាល់តែពួកគេបានឮចំណងជើង។ ពេលបានឮចំណងជើងហើយ ពួកគេចង់ដឹងថាតើការសម្ដែងនោះមានលក្ខណៈសមស្របនឹងសង្គមបច្ចុប្បន្នបែបណា។

សិល្បករក៏បានកំណត់ពីតម្រូវការសម្រាប់ជំនាញ និងការបណ្ដុះបណ្ដាលទីផ្សារការងាររបស់ពួកគេ និងក្នុងការក្លាយជាសហគ្រិនកាន់តែច្រើន ដើម្បីទាក់ទាញទស្សនិកជនសិល្បៈ៖

«មនុស្សម្នាចូលចិត្តមើល vlog *ប៉ុន្តែសិល្បករមិនទាន់ចេះបង្កើត* vlogs *នៅឡើយ»* (FGD ភ្នំពេញ)។

«យើងគ្មានវិធីលើកស្ទួយសិល្បៈរបស់យើងទេ» (FGD ភ្នំពេញ)។

សិល្បករពិភាក្សាគ្នា ពួកគេមិនដឹងពីរបៀបផ្សព្វផ្សាយការងាររបស់ខ្លួន ធ្វើវីដេអូ ថតរូប កាត់ត ដាក់ចូលគ្នាឱ្យចេញអ្វីដែលថ្មី ដែលនឹងទាក់ទាញចំណាប់អារម្មណ៍យុវជន និងទស្សនិកជននោះទេ៖ *«បើយើងមានអ្វីថ្មីឱ្យពួកគេមើល ទុកឱ្យពួកគេគិត អូ! មើលនែ៎ ឥឡូវនេះ តើប្រជាជនកម្ពុជាមានការរីកចម្រើន ឬអត់លើជំនាញនេះ?»* (FGD, ភ្នំពេញ)។ ជាការពិតណាស់ នេះមិនជាទូទៅទេ ប៉ុន្តែវាបានមកពីក្រុមសិល្បករទាំងមូល។ ជាថ្មីម្ដងទៀត ការសហការត្រូវបានគេមើលឃើញថាមានសារៈសំខាន់ក្នុងគោលបំណង *«ជួយគ្នាទៅវិញទៅមក»* និងលើកកម្ពស់ការងាររបស់គ្នាទៅវិញទៅមក (FGD ភ្នំពេញ)។ សិល្បៈករក៏ដឹងច្បាស់ដែរថា ចាំបាច់ត្រូវមានការយល់ដឹងបន្ថែមអំពីអ្វីដែលយុវជនចង់ឃើញ ជាពិសេសនៅលើបណ្ដាញសង្គម៖

«យើងដឹង ថាយុវវ័យសម័យនេះចូលចិត្តអ្វី។ ឧទាហរណ៍ ពួកគេចូលចិត្ត Tik Tok*។ តើយើងអាចធ្វើអ្វីបានដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសារនៅលើប្រព័ន្ធនោះ? វាដូចជាការលេងល្បែងនយោបាយក្នុងសិល្បៈ។ បើយើងដាក់សារ របស់យើងនៅទីនោះ យើងគួរយល់ពីការចូលចិត្ត និងចំនួនអ្នកមើលដែលយើងចង់បាន។ ប្រសិនបើមានមនុស្ស ៣០០០ នាក់នៅទីនោះ យ៉ាងហោចណាស់អាចទាក់ទាញមនុស្សម្នាក់បានដែរ។ រឿងដ៏តូចនោះអាចទៅដល់មនុស្សម្នាក់ក្នុងចំណោមពួកគេ។ វានឹងដំណើរការកាន់តែប្រសើរឡើងបន្តិចម្ដងៗ ប៉ុន្តែយើងត្រូវយល់ពីចំណូលចិត្តរបស់ពួកគេជាមុនសិន។ ប្រសិនបើពួកគេចូលចិត្តតារា* K-Pop *យើងត្រូវដឹងថាមូលហេតុអ្វី។ មកពីស្ទីលរាំបែបទំនើបរបស់តារា? ដូច្នេះយើងត្រូវបង្ហាញក្បាច់រាំថ្មីដើម្បីទាក់ទាញពួកគេ។ យើងមិនទាក់ទាញពួកគេឱ្យធ្វើអ្វីអាក្រក់ទេ ប៉ុន្តែយើងទាក់ទាញពួកគេឱ្យយល់ និងផ្ដល់តម្លៃ [ដល់សិល្បៈ]» (FGD ភ្នំពេញ)។*

នៅក្នុងក្រុមទាំងមូល ទស្សនិកជនរៀបរាប់ថាចង់ស្វែងយល់បន្ថែមពីសិល្បករ អំពីបទពិសោធន៍របស់ពួកគេ អត្ថន័យ ចេតនា ដំណើរការច្នៃប្រតិដ្ឋ អ្វីដែលជាលក្ខណៈប្លែកពីស្នាដៃពួកគេដំឡើង ការបំផុសគំនិតរបស់ពួកគេ បច្ចេកទេសជាក់លាក់ ប្រវត្តិ«ដំណើររបស់ពួកគេ» ដើម្បីក្លាយជាសិល្បករ។ តើពួកគេរស់នៅរបៀបណា ឆន្ទៈរបស់ពួកគេក្នុងការបន្តដំណើរទៅមុខ និងរបៀបដែលពួកគេដោះស្រាយជាមួយនឹងការរិះគន់។ សរុបមក ពួកគេមានសំណួរជាច្រើនអំពីជម្រើសច្នៃប្រតិដ្ឋ រួមជាមួយនឹងទម្រង់សិល្បៈជាក់លាក់។ ទស្សនិកជនក៏ចង់យល់ដឹងអំពី*«នៅពីក្រោយឆាក»* ផងដែរ។

ជាការពិត គេនិយាយ ដោយត្រង់ៗថា ពួកគេចង់បានរឿងរៀបរាប់ *«មិនមែននិយាយតែសិល្បករមានការពិបាកទេ»* (FGD ភ្នំពេញ)។ ជាមួយនឹងស្នាដៃដែលទាក់ទងទៅនឹងវប្បធម៌ជនជាតិដើមភាគតិច ប្រជាជននៅកណ្តាលក្រុង (ភ្នំពេញ និងបាត់ដំបង) តែងតែមានសំណួរអំពីរបៀបរស់នៅ និងទម្លាប់របស់ពួកគេ។ នេះអាចបង្ហាញអំពីមូលហេតុដែលខ្លឹមសារការធ្វើទីផ្សារជាក់លាក់ដំណើរការល្អទាក់ទងនឹងចំនួនអ្នកចូលមើល ដោយសារអត្ថបទបានផ្តល់ការយល់ដឹងស៊ីជម្រៅបែបនោះ។ ទោះជាយ៉ាងណា ទាក់ទងនឹងការយល់ដឹងពីការប្រើប្រាស់ប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គមរបស់យុវជន ដូចដែលបានលើកឡើងក្នុងសម្រង់ខាងលើ វាមានតម្លៃបញ្ជាក់ថា វិស័យមួយចំនួននៃសេដ្ឋកិច្ចច្នៃប្រតិដ្ឋនៅកម្ពុជាគឺមានចំណេះដឹងខាងផ្នែកនេះ ជាពិសេសគឺឧស្សាហកម្មតន្ត្រី ដែលបទចម្រៀងរបស់វណ្ណដា (ឆ្នាំ២០២១) Time to Rise ទទួលបានចំនួនអ្នកតាមដាន TikTok ដ៏ច្រើន ដែលនាំឱ្យបទចម្រៀងនេះផ្ទុះពេញបណ្តាញសង្គមក្នុងប្រទេសកម្ពុជា និងក្រៅប្រទេស។ យ៉ាងនេះក្តី សិល្បករសម្តែងជាច្រើនមិនធ្វើការក្នុងវិស័យពាណិជ្ជកម្មដែលមានភាពជឿនលឿនជាសកលនោះទេ ហើយមិនមានកម្រិតចំណេះដឹង ឬបទពិសោធន៍នេះដែរ។ ដូចនេះ មានឱកាសពិតប្រាកដក្នុងការសិក្សាពីគ្រប់វិស័យដើម្បីផ្សព្វផ្សាយសិល្បៈ និងវប្បធម៌ដល់ទស្សនិកជនជាតិ និងអន្តរជាតិ។ ម្យ៉ាងវិញទៀត ត្រូវតែមានវិធីសាស្ត្រសម្របសម្រួលបន្ថែមទៀត ដើម្បីឱ្យមនុស្សកាន់តែច្រើនអាចចូលរួមក្នុងវិស័យសិល្បៈបាន។

សង្ខេបសន្និដ្ឋាននិងអនុសាសន៍

ការសិក្សានេះតំណាងឱ្យការស្រង់មតិដ៏ទូលំទូលាយបំផុតអំពីទស្សនិកជនសិល្បៈក្នុងប្រទេសកម្ពុជាក្នុងពេលបច្ចុប្បន្ន ដោយផ្តោតជាពិសេសលើយុវជន។ វាមានសារៈសំខាន់ណាស់ ពីព្រោះការពិនិត្យមើលទស្សនិកជន និងការលើកកម្ពស់ការចូលរួមនៅក្នុងវិស័យសិល្បៈគឺមានសារៈសំខាន់សម្រាប់ការលើកកម្ពស់សិទ្ធិទទួលបានលទ្ធិប្រជាធិបតេយ្យ (Hadley ២០២១)។ បើនិយាយពីបណ្តុំទស្សនិកជន វាគាំទ្រការស្រាវជ្រាវពីមុនរបស់យើង ដែលបង្ហាញថា ឥឡូវនេះទស្សនិកជនភាគច្រើនសម្រាប់វិស័យសិល្បៈ គឺយុវជនកម្ពុជា ជាពិសេសអាយុក្រោម ៣៥ ឆ្នាំ (ទស្សនិកជន៨៣% នៅទីក្រុងភ្នំពេញ)។ ទីផ្សារសម្រាប់សិល្បៈទស្សនីយភាព គឺអ្នកនៅក្នុងក្រុមស្រទាប់កណ្តាល មានការអប់រំល្អ (រួមទាំងនិស្សិតសកលវិទ្យាល័យ) និងអ្នកធ្វើការក្នុងការិយាល័យ។ ភស្តុតាងដែលបង្ហាញនៅទីនេះបង្ហាញថា ក្រុមនេះគឺលើសពីទស្សនិកជនស្នូលនៃវិស័យ*«សិល្បៈ»* ហើយមានក្រុមទស្សនិកជនដែលកំពុងចាប់ផ្តើមចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍ជាទៀងទាត់។

ការស្រាវជ្រាវរបស់យើងនៅទីនេះបង្ហាញថា ទស្សនិកជនចង់ទទួលបានការអប់រំអំពីសិល្បៈ ហើយពួកគេមើលឃើញថា ការចូលរួមក្នុងព្រឹត្តិការណ៍សិល្បៈ និងវប្បធម៌ជាបទពិសោធន៍អប់រំ។ ពួកគេមានបំណងប្រាថ្នាយ៉ាងទូលំទូលាយក្នុងការគាំទ្រ និងលើកស្ទួយវប្បធម៌ជាតិ។ ទស្សនិកជនមិនចាំបាច់ត្រូវតែយល់ច្បាស់អំពីអ្វីដែលពួកគេកំពុងមើលគ្រប់ពេលនោះទេ ដោយសារតែកង្វះការអប់រំ និងការបង្ហាញពីភាពសម្បូរបែបនៃបេតិកភណ្ឌសិល្បៈរបស់កម្ពុជា និងប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីរបស់វា។ ទោះជាយ៉ាងណាក៏ដោយ នេះមិនមានន័យដោយស្វ័យប្រវត្តថា ទស្សនិកជនមិនឆ្លុះបញ្ចាំងពីអ្វីដែលពួកគេមើលនោះទេ។ មានភាពតានតឹងក្នុងរង្វង់ទស្សនិកជន ដោយសារពួកគេតែងតែចង់ឱ្យស្នាដៃសិល្បៈងាយមើល និងងាយយល់បាន ជាមួយនឹងការបកស្រាយឬខ្លឹមសារមួយ ហើយពួកគេក៏អាចឆ្លុះបញ្ចាំង រិះគន់ និងសួរសំណួរផងដែរ។ មួយផ្នែក វាអាចជាបញ្ហាជាមួយនឹងការមានទំនុកចិត្តក្នុងការទទួលយកភាពប្រយោល និងអត្ថន័យបង្កប់ច្រើន ក្នុងការប្រើប្រាស់បទពិសោធន៍ និងប្រតិកម្មជាជាងត្រូវបានប្រាប់ពីអ្វីដែលត្រូវគិត ឬអ្វីដែលត្រូវអាននៅក្នុងស្នាដៃ។

ក្នុងន័យនេះ សិល្បៈអាចជួយផ្សព្វផ្សាយការរិះគន់ចំពោះសង្គម និងវប្បធម៌ ហើយទស្សនិកជនតែងតែរំពឹង ថានឹងឃើញសិល្បៈមានទំនាក់ទំនងនឹងបញ្ហាសង្គម។ការឆ្លើយតបទៅនឹងសំណួរតាមកម្មវិធីMentimeterបង្ហាញថាទស្សនិកជនសប្បាយនឹងទស្សនា និងចង់ឃើញ ការលាយបញ្ចូលគ្នានៃវប្បធម៌ក្នុងស្នាដៃសិល្បៈ ហើយមានលទ្ធភាពជំរុញរឿងនេះទៅមុខទៀត។ ទាំងនេះ ព្រោះពួកគេចង់ឃើញអ្វីដែលថ្មី។ ទោះយ៉ាងណា អ្វីដែលត្រូវបានគេចាត់ទុកថាថ្មីគឺមានភាពប្រែប្រួលខ្លាំង ហើយនៅកម្ពុជាអាស្រ័យទៅតាមកន្លែង។ ជារឿងងាយស្រួលណាស់ ក្នុងការសន្មត់ថាយុវជនគឺជាអ្នកការពារសង្គម ហើយត្រូវបានបញ្ចូលទៅក្នុងនិន្នាការសកលដែលថាពួកគេចង់ឱ្យឃើញថាពួកគេជាតំណាង។ ខណៈពេលដែលនេះជាការពិត យុវជនកម្ពុជាក៏ចាប់អារម្មណ៍ និងយកចិត្តទុកដាក់យ៉ាងខ្លាំង លើប្រពៃណីរបស់ពួកគេ ពួកគេអាចនឹងអភិរក្សវប្បធម៌ក្នុងក្រុមទាំងមូល។ ដូច្នេះ មតិអំពីលក្ខណៈនៃការងារសិល្បៈ ប្រធានបទ ទំនាក់ទំនងរបស់ពួកគេទៅនឹងសង្គម និងតម្លៃនៃការយល់ឃើញគឺមានភាពខុសប្លែកគ្នាយ៉ាងខ្លាំងដោយជៀសមិនរួច។ អ្វីដែលចង្អុលបង្ហាញនេះគឺមានសារៈសំខាន់នៃការរក្សាប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ីសិល្បៈចម្រុះជារួមជាមួយទម្រង់សិល្បៈខុសៗគ្នា និងវិធីសាស្ត្រផ្សេងៗគ្នាចំពោះទម្រង់ទាំងនោះនិងការប្រើប្រាស់ប្រកបដោយភាពច្នៃប្រតិដ្ឋទាំងខាងក្នុង និងខាងក្រៅចំពោះប្រពៃណី។ មានបំណងប្រាថ្នាច្បាស់លាស់សម្រាប់ភាពចម្រុះនេះហើយនេះរួមបញ្ចូលទាំងការអាចមើលឃើញទម្រង់សិល្បៈប្រពៃណីដែលបច្ចុប្បន្នត្រូវបានធ្វើតាមតំបន់ជាក់លាក់នៃប្រទេស។

នៅក្នុងលក្ខខណ្ឌនៃការរក្សាភាពចម្រុះនៃប្រព័ន្ធអេកូឡូស៊ី បច្ចុប្បន្នក៏មានភាពតានតឹងរវាងគំនិតពាណិជ្ជកម្មឬសហគ្រិន និងរវាងស្នាដៃដែលគាំទ្រដល់ការថែរក្សាប្រពៃណី និងបំណងទទួលបានបទពិសោធន៍។ ពេលខ្លះសិល្បករមានអារម្មណ៍ថា ពួកគេខ្វះជំនាញសហគ្រិនភាពដែលត្រូវការសម្រាប់យុគសម័យប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយឌីជីថល និងបណ្តាញសង្គម ដែលជាបណ្តាញរបស់យុវជនកម្ពុជាជាពិសេស។ មានអារម្មណ៍ថា ការអភិវឌ្ឍជំនាញទាំងនេះអាចបន្តជំរុញការផ្សព្វផ្សាយ និងការតភ្ជាប់កាន់តែច្រើនជាមួយទស្សនិកជន ឬសាធារណជន គាំទ្រ និងអភិវឌ្ឍកិច្ចខិតខំប្រឹងប្រែងរបស់រដ្ឋាភិបាលនាពេលថ្មីៗនេះ ក្នុងការលើកកម្ពស់សិល្បៈ និងវប្បធម៌នៅលើវេទិកាជាតិ និងអន្តរជាតិ។ សិល្បករមួយចំនួនបានកំណត់ថា បច្ចុប្បន្ននេះមានការខ្វះខាតភាពជាម្ចាស់ ពេលខ្លះក្នុងចំណោមយុវជនទាក់ទងនឹងវិស័យសិល្បៈ ហើយមានឧបសគ្គដែលអាចកំណត់មូលហេតុមួយចំនួនក្នុងការចូលរួម។ ទាំងនេះរួមមាន តម្រូវការក្នុងការធ្វើឱ្យមានភាពចម្រុះនៃការងារដែលទាក់ទាញដល់ក្រុមផ្សេងៗគ្នា កង្វះកន្លែងសិល្បៈ ឬមជ្ឈមណ្ឌល ការលំបាកក្នុងការស្វែងរកព័ត៌មានអំពីសិល្បៈ និងបញ្ជីសិល្បៈ សូម្បីតែនៅលើប្រព័ន្ធផ្សព្វផ្សាយសង្គម កង្វះការសរសេររិះគន់អំពីសិល្បៈ ការសម្តែងរយៈពេលខ្លី (មួយយប់ ឬពីរយប់) និងនៅ តាមខេត្ត ជាពិសេសការលំបាកនៃចម្ងាយផ្លូវ ការភ្ជាប់អ៊ីនធឺណិត និងបណ្តាញសង្គម។ ការចាក់ផ្សាយបន្តផ្ទាល់មានសារៈសំខាន់ ជាពិសេសសម្រាប់ទស្សនិកជននៅតាមបណ្តាខេត្ត ជាមធ្យោបាយភ្ជាប់ទៅកាន់សិល្បៈ បើទោះបីត្រូវទស្សនានៅពេលក្រោយក៏ដោយ។

ទាក់ទងនឹងការប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យាដើម្បីទាក់ទាញទស្សនិកជន វាច្បាស់ណាស់ថាមានភាពងាយស្រួលក្នុងការធ្វើសម្រាប់ទស្សនិកជនចំនួនច្រើន ហើយថា ភាគច្រើនពួកគេចូលចិត្តវា។ វាក៏បានបង្កើនការចូលរួមស្រាវជ្រាវរបស់យើងយ៉ាងច្រើនផងដែរ ទាក់ទងនឹងការស្វែងយល់បន្ថែមអំពីលក្ខណៈ និងចំណូលចិត្តរបស់ទស្សនិកជន។ ការប្រើប្រាស់ Mentimeter បានអនុញ្ញាតឱ្យពួកយើងផ្តល់នូវកន្លែងមួយដែលយុវជនអាចចែករំលែកការឆ្លើយតបរបស់ពួកគេ

ទៅលើការសម្តែងដែលពួកគេបានទស្សនា និងចាប់ផ្តើមបើកការសន្ទនារវាងទស្សនិកជន និងសិល្បករ ដែលជាអ្វីដែលអាចត្រូវបានអភិវឌ្ឍបន្ថែមទៀតនាពេលអនាគត។អ្វីដែលគួរឱ្យកត់សម្គាល់បំផុតនោះគឺយើងបានប្រើប្រាស់Mentimeter ក្នុងទិសដៅតែមួយ និងមិនចូលរួមជាមួយសិល្បករក្នុងការរចនាពីរបៀបដែលយើងប្រើប្រាស់បច្ចេកវិទ្យានោះទេ។ យើងក៏អាចប្រើវាជាមធ្យោបាយដែលទស្សនិកជនអាចសួរសំណួរទៅកាន់ សិល្បករផងដែរ។ Mentimeter បានអនុញ្ញាតឱ្យយើងយល់ពីរបៀបដែលទស្សនិកជនទទួលបាន និងបកស្រាយការងារ សាកល្បងព្រំដែននៃការអភិវឌ្ឍវប្បធម៌ និងការច្នៃប្រតិដ្ឋដែលពួកគេអាចទទួលយកបាន (វាប្រែប្រួលខ្លាំង) និងលើកទឹកចិត្តឱ្យមានការឆ្លុះបញ្ចាំងកាន់តែច្រើន និងការចូលរួមយ៉ាងសំខាន់ជាមួយព្រឹត្តិការណ៍ដែលបានបង្ហាញ។ ការតាមដានតួលេខនៃការមើលខ្លឹមសារឌីជីថលដែលពាក់ព័ន្ធបានបង្ហាញថា ទស្សនិកជនបានបន្តគិតអំពីការសម្តែងបន្ទាប់ពីបានមើលហើយ ហើយពួកគេចាប់អារម្មណ៍ក្នុងការស្វែងយល់បន្ថែមអំពីដំណើរការច្នៃប្រតិដ្ឋ ទម្រង់សិល្បៈ និងវប្បធម៌ជនជាតិដើមភាគតិចដែលពួកគេប្រហែលជាមិនធ្លាប់ស្គាល់។

គួរកត់សម្គាល់ថាពេលវេលានៃការណែនាំបច្ចេកវិទ្យាសម្រាប់ការឆ្លើយតបនៅក្នុងការសម្តែងផ្ទាល់ ត្រូវតែរៀបចំដោយប្រុងប្រយ័ត្ន ព្រោះវាប្រហែលជាមិនដំណើរការនៅក្នុងការកំណត់ទាំងអស់ក្នុងការភ្ជាប់អ៊ីនធឺណិតហើយប្រភេទព្រឹត្តិការណ៍ជាក់លាក់ខ្លះ អាចនឹងដំណើរការបានប្រសើរជាង (ខ្នាតតូច-មធ្យម ឬអ្វីដែលឆ្លុះបញ្ចាំងស៊ីជម្រៅរួចហើយ) ។ ស្រដៀងគ្នានេះដែរ យើងមិនគួរសន្មតថា យុវជនចូលចិត្តរបៀបបច្ចេកវិទ្យានៃការចូលរួមជាមួយសិល្បៈនោះទេ (ឧទាហរណ៍ ការបញ្ចាំងតាមប្រព័ន្ធឌីជីថល ការស្ទង់មតិ និងការមើលអនឡាញ ដែលអ្នកចូលរួមមួយចំនួនចង់រង់ចាំរហូតដល់កម្មវិធីបញ្ចប់មុនពេលបញ្ចេញមតិរបស់ពួកគេ)។ ភាគច្រើនចូលចិត្តបច្ចេកវិទ្យាតិចជាង ហើយចង់មានទំនាក់ទំនងផ្ទាល់ជាមួយសិល្បករ ជាពិសេស។

ជារួម អនុសាសន៍របស់យើង មានដូចខាងក្រោម៖

01

ដើម្បីទទួលស្គាល់ និងផ្តល់ថវិកាទៅលើកំណើនទស្សនិកជនសិល្បៈ ដោយផ្តោត និងពង្រីកកិច្ចខំប្រឹងប្រែងផ្សព្វផ្សាយថ្មីៗនេះ ដោយរាជរដ្ឋាភិបាល និងដោយអង្គការឯករាជ្យធ្វើការលើសិល្បៈនិងវប្បធម៌។ ទាំងនេះអាចរួមទាំងវគ្គបណ្តុះបណ្តាលសម្រាប់សិល្បករលើជំនាញឌីជីថលធនធានអប់រំអំពីសិល្បៈកាន់តែច្រើន បង្ហាញ និងជំរុញឱ្យបានយូរវប្បធម៌នៃការសរសេរបែបរិះគន់ដែលអាចរកបានជាសាធារណៈ។

02

ក្នុងគំនិតនេះ ក្នុងវិស័យទាំងមូល គឺតម្រូវឱ្យមានកិច្ចសម្របសម្រួល និងការសហការច្រើនជាងមុន ដូចជាការចែករំលែកចំណេះដឹងគ្នាទៅវិញទៅមកក្នុងស្ថាប័ន និងទូទាំងវិស័យ និងគេហទំព័រផ្សព្វផ្សាយដែលសម្របសម្រួលឱ្យមានបញ្ជីសកម្មភាពសិល្បៈ។ការកសាងបណ្តាញឱ្យបានច្រើនគឺមានភាពចាំបាច់ជាពិសេសសម្រាប់ក្រុមតូចៗ និងក្រុមតាមខេត្តដែលអាចនឹងទទួលផលប្រយោជន៍ពីការសហការ និងឱកាសយូរអង្វែង។ នោះអាចជាបណ្តុំស្នាដៃសិល្បៈឌីជីថល ឬក៏ជាទីតាំងបណ្ណសារកណ្តាលដែលអាចរកមើលសកម្មភាពសិល្បៈកន្លងមក បន្ថែមពីលើទំព័រហ្វេសប៊ុករបស់ក្រសួងវប្បធម៌ និងវិចិត្រសិល្បៈ។

03

ដើម្បីរក្សា និងគាំទ្រភាពចម្រុះនៃប្រព័ន្ធអេកូសិល្បៈរបស់ប្រទេសកម្ពុជា និងដើម្បីធានាបានថាមានការងារដែលផ្សារភ្ជាប់នឹងទស្សនិកជនចម្រុះ។ ទាំងនេះអាចរួមទាំងការងារបែបប្រពៃណី និងបែបច្នៃប្រតិដ្ឋថ្មី។ ពាក់ព័ន្ធនឹងការផ្តល់យោបល់ចំណុចទី២ គឺត្រូវការឱ្យមានដើម្បីបង្កើតហេដ្ឋារចនាសម្ព័ន្ធ និងលទ្ធភាពចល័តទម្រង់សិល្បៈនានាទៅកាន់ខេត្តនានាក្នុងប្រទេស។ ឃើញថាមានសេចក្តីត្រូវការក្នុងការទស្សនាការសម្តែងផ្ទាល់នូវទម្រង់សិល្បៈផ្សេងៗ ដែលបច្ចុប្បន្នមានត្រឹមប៉ុន្មានទីតាំងប៉ុណ្ណោះ (ឧ. ល្ខោនយីកេ មានអ្នកទស្សនានៅខេត្តច្រើនជាងនៅរាជធានី ហើយមានភាពផ្ទុយគ្នាទៅវិញសម្រាប់សិល្បៈរបាំសហសម័យ)។

04

បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលអាចជាប្រយោជន៍យកទៅប្រើក្នុងបរិបទសម្តែង ដើម្បីជួយឱ្យទស្សនិកជនយល់សិក្សា និងឆ្លុះបញ្ចាំងប្រកបដោយការពិចារណាទៅលើអ្វីដែលបានទស្សនា។ ក្នុងន័យនេះ បច្ចេកវិទ្យាអាចជួយជំរុញការចូលរួមស៊ីជម្រៅក្នុងវិស័យសិល្បៈ ដោយអាចបន្ថែមជាអក្សរ និងសេចក្តីអធិប្បាយទៅលើស្នាដៃសិល្បៈ។ ទោះយ៉ាងនេះក្តី បច្ចេកវិទ្យាឌីជីថលត្រូវតែយកទៅប្រើដោយប្រុងប្រយ័ត្ន អាស្រ័យទៅតាមទីកន្លែង និងបរិបទនៃការប្រើប្រាស់ ក៏ដូចជាប្រភេទនៃព្រឹត្តិការណ៍សម្តែងផងដែរ។

សេចក្តីថ្លែងអំណរគុណ

អរគុណជាពិសេសដល់សិល្បៈខ្មែរអមតៈ ចំពោះការជ្រោមជ្រែងគ្រប់រូបភាព កិច្ចពិភាក្សា និងកិច្ចសហការក្នុងពេលសិក្សាស្រាវជ្រាវ ជាពិសេសសូមអរគុណដល់ Frances Rudgard សូ ភីណា និង យ៉ុន សុខខន។ កិច្ចស្រាវជ្រាវនេះគាំទ្រដោយមូលនិធិរបស់ទីភ្នាក់ងារអភិវឌ្ឍន៍អន្តរជាតិស៊ុយអែត (SIDA) និងគាំទ្របន្ថែមដោយមូលនិធិពីក្រុមប្រឹក្សាស្រាវជ្រាវសិល្បៈ និងមនុស្សសាស្ត្រចក្រភពអង់គ្លេស និងមូលនិធិស្រាវជ្រាវបញ្ហាប្រឈមសកលតាមរយៈកម្មវិធី Changing the Story។

REFERENCES

Čopič, V. and Šešić, M. D. (2018). Challenges of public-civic partnership in Cambodia's cultural policy development. ENCATC Journal of Cultural Management and Policy 8, pp. 4-15;

Eggert, A. (2011), 'A Cambodian leitkultur: Cambodian concepts of art and culture', in B. Hauser-Schäublin (ed.), World Heritage Angkor and Beyond: Circumstances and Implications of UNESCO Listings in Cambodia, Göttingen, Germany: Universitätsverlag Göttingen, pp. 69–93.

Eng, N., Ang, L., So, H., Hav, G., and Chhom, T. (2019). Cambodia's Young and Older Generation: Views on Generational Relations and Key Social and Political Issues. CDRI Working Paper Series No. 116. Phnom Penh: CDRI.

Hadley, S. (2021). Audience Development and Cultural Policy. Houndsmill: Palgrave Macmillan.

Jacobson, K. (2022). 'Hashtag networks, 'live' musicals, and the social media spectator.' In D. Snyder-Young and M. Omasta (eds). Impacting Theatre Audiences: Methods for Studying Change. Abingdon: Routledge.

Kemp, S. (2021) Digital 2021 Cambodia. https://datareportal.com/reports/digital-2021-cambodia#:~:text=There%20were%2021.18%20million%20mobile,125.8%25%20of%20the%20total%20population.

Ministry of Culture and Fine Arts, Royal Government of Cambodia. (2014) The National Policy for Culture. Phnom Penh: RGC.

Ministry of Planning, Royal Government of Cambodia. (2019). General Population Census of the Kingdom of Cambodia. Phnom Penh: RGC.

Nut, S.H. (2019). 'Traditional performing arts under the influence of NGOs': Myth or reality? In S. Labadi (ed.), The Cultural Turn in International Aid: Impacts and challenges for heritage and the creative industries, Abingdon: Routledge, pp. 139-151.

Reason, M., Conner, L., Johanson, K and Walmsley, B. (2022). 'The Paradox of Audiences' in (eds) The Routledge Companion to Audiences and the Performing Arts. London: Routledge.

Rogers, A., Yean, R., Keat, S., Hem, V. and Krolikowska, J. (2021). Creative Expression and Contemporary Arts Making Among Young Cambodians. Swansea University. Final Project Report (open access, CC-BY-NC licence).
Rogers, A. (2020). Transforming the National Body: Choreopolitics and disability in contemporary Cambodian dance. cultural geographies, 27, pp. 527-544;

Rogers, A. (2018) Advancing the Geographies of the Performing Arts: Intercultural aesthetics, migratory mobility and geopolitics. Progress in Human Geography, 42, pp. 549-568;

Sedgman, K. (2019). On Rigour in Theatre Audience Research. Contemporary Theatre Review, 29, 462-479.
Snyder-Young, D., and Omasta, M. (2022). Impacting Theatre Audiences: Methods for Studying Change. Abingdon: Routledge.

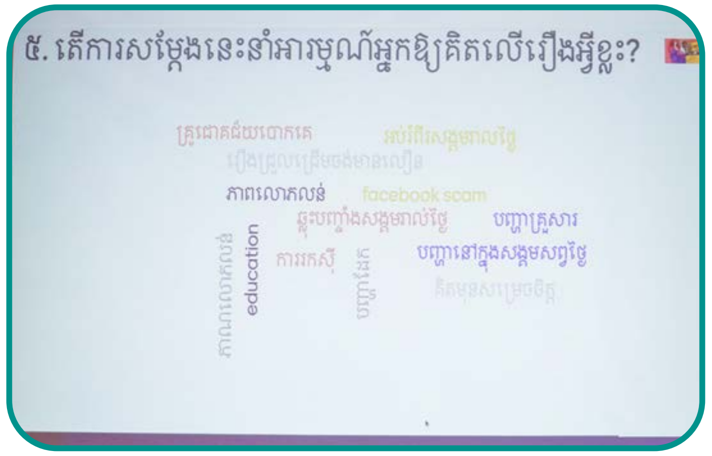
Transparency International. (2022). Cambodian Youth Policy Survey: What do young people think about key government policies affecting their lives? Phnom Penh: Transparency International.

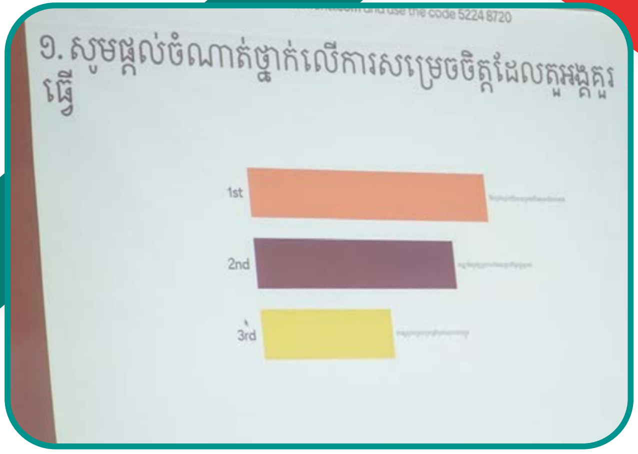
Walmsley, B. (2019) Audience Engagement in the Performing Arts: A Critical Analysis Houndsmill: Palgrave Macmillan.

Young, S., Say, T., and Meth, M. (2023). Informal Cultural and Creative Industries in Cambodia: Mapping Human Resources & Socio-economic Conditions. Phnom Penh: CICADA.

សិល្បៈខ្មែរអមតៈ

ការចូលរួមរបស់ទស្សនិកជនកម្ពុជា នៅក្នុងសិល្បៈទស្សនីយភាព





រដូវវប្បធម៌របស់ សិល្បៈខ្មែរអមតៈ ឆ្នាំ២០២២

របាយការណ៍គម្រោង

អាម៉ាន់ដា រ៉ូជើស៍ សាយ តុលា ម៉េត មន្ថារី វ៉ែន សីហា ឡារីសា នីកូឡាស៍

CHANGING THE STORY
Swansea University Prifysgol Abertawe
ស៊ុយអែត Sverige
UKRI Arts and Humanities Research Council
GCRF Global Challenges Research Fund