



## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

# ยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย



ชุดโครงการ “จับตาอาเซียน”

(ASEAN Watch)

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

# สารบัญ

## I เกริ่นนำ

นิยามและองค์ประกอบของ Soft Power	2
หลักการและเหตุผล	2
วัตถุประสงค์	4
กลุ่มเป้าหมาย	4

## II ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

สรุปประเด็นแนวทางสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	6
ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	8

## III ภาคผนวก

ภาพการสัมมนา	10
รายนามผู้นำเสนอและผู้นำการอภิปราย	11
บทความย่องานวิจัย	13
การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน	16

# I

## เกริ่นนำ

## Soft Power

**นิยาม** soft power (อำนาจละมุน หรือ อำนาจแบบอ่อน) หมายถึงอำนาจในการชักจูงหรือโน้มน้าวประเทศอื่นให้ปฏิบัติตามที่ตนประสงค์ โดยการสร้างเสน่ห์ ภาพลักษณ์ ความชื่นชม และความสมัครใจพร้อมที่จะร่วมมือกันต่อไป อำนาจแบบนี้จะได้รับการยอมรับมากกว่าอำนาจแบบแข็ง (hard power) หรืออำนาจเชิงบังคับอย่างอำนาจทางทหาร

**องค์ประกอบ** soft power มักมาจากทรัพยากรสำคัญ 3 ประการ

- วัฒนธรรม (culture)
- ค่านิยม (values)
- นโยบายต่างประเทศ (foreign policy)

### หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบัน หลายประเทศได้หันมาขยายอิทธิพลของตนไปยังภูมิภาคต่าง ๆ โดยอาศัย soft power (อำนาจละมุน หรือ อำนาจแบบอ่อน) มากยิ่งขึ้น soft power มีลักษณะสำคัญอยู่ที่การชักจูงหรือการโน้มน้าวประเทศอื่นให้ปฏิบัติตามความประสงค์ โดยสร้างเสน่ห์ ภาพลักษณ์ ความชื่นชม และความสมัครใจพร้อมที่จะร่วมมือกันต่อไป อำนาจในลักษณะนี้มักเป็นที่ยอมรับมากกว่าการใช้อำนาจแบบแข็ง (hard power) หรืออำนาจในเชิงบังคับดังเช่นในมิติทางทหาร

Joseph Nye นักวิชาการชั้นนำที่เสนอกรอบแนวคิดนี้ได้ระบุว่า soft power ประกอบไปด้วยทรัพยากรสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ วัฒนธรรม (culture) ค่านิยม (values) และนโยบายต่างประเทศ (foreign policy) ในกรณีของสหรัฐอเมริกาจะเห็นได้ว่ามีทรัพยากรเชิง soft power ที่เข้มแข็ง อาทิ วัฒนธรรมที่เสนอผ่านภาพยนตร์ฮอลลีวูด ค่านิยมประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน ตลอดจนการค้าเสรี ซึ่งกลายมาเป็นพื้นฐานทางนโยบายต่างประเทศของสหรัฐฯ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนและกดดันเพื่อประชาธิปไตย การเรียกร้องและปกป้องสิทธิมนุษยชน และการผลักดันการค้าเสรี เป็นต้น

ในเอเชีย ประเทศมหาอำนาจอย่างจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ นับเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นในการดำเนินนโยบายด้าน soft power ต่อประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะต่อประเทศอาเซียนที่ปัจจุบันได้กลายเป็นเวทีทดสอบและแข่งขันด้าน soft power ของทั้ง 3 ประเทศ ดังเห็นได้จากตัวอย่างของการก่อตั้งสถาบันขงจื้อ และศูนย์วัฒนธรรมในกรณีของจีน การส่งออกละครซีรีส์และดารานักร้องในกรณีของเกาหลีใต้ ตลอดจนการตั้งศูนย์หรืออาหารในกรณีของญี่ปุ่น เป็นต้น ในด้านนโยบายต่างประเทศก็มีการแข่งขันกันเพิ่มบทบาทและอิทธิพล ดังจะเห็นได้จากการเดินทางเยือนในระดับผู้นำ การเข้าร่วมประชุม

ต่าง ๆ การมีข้อริเริ่ม (initiative) และข้อเสนอความร่วมมือต่าง ๆ อันรวมถึงการสร้างทางรถไฟเพื่อเชื่อมโยงอาเซียน One Belt, One Road การให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา (Official Development Assistance หรือ ODA) ตลอดจนธนาคารการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานแห่งเอเชีย (Asia Infrastructure Investment Bank หรือ AIIB) ที่เสนอโดยจีน เป็นต้น

โดยนัยนี้ จะเห็นว่าไทยควรมีการรับมือและตอบสนองต่อนโยบายการเพิ่ม soft power ในด้านต่าง ๆ ของชาติเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในส่วนของปรากฏการณ์การไหลบ่าของวัฒนธรรมสมัยนิยมรูปแบบต่าง ๆ อาทิ ละคร ภาพยนตร์ การ์ตูน นักร้อง แฟชั่น ฯลฯ ซึ่งล้วนสะท้อนให้เห็นว่า soft power ของจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ได้แผ่ขยายเข้ามายังอาเซียนและไทยอย่างเข้มข้น

ในขณะเดียวกัน วัฒนธรรมสมัยนิยมของไทย ไม่ว่าจะเป็นละคร ภาพยนตร์ อาหารไทย มวยไทย เริ่มได้รับความนิยมจากชาติต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศจีนและกลุ่มประเทศอาเซียน กล่าวได้ว่า วัฒนธรรมสมัยนิยมเหล่านี้สามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์เสน่ห์และความชื่นชมต่อไทยในสายตาของประเทศอื่นได้และสามารถที่จะเสริมสร้าง soft power ของไทยได้หากเรามียุทธศาสตร์ที่เหมาะสม ในกรณีนี้ ละครไทยนับว่าเป็นวัฒนธรรมสมัยนิยมสำคัญที่ได้รับความนิยมในประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงอย่างลาว กัมพูชา และพม่ามาเป็นระยะเวลาช้านาน และมีแนวโน้มจะได้รับความนิยมมากขึ้น จึงควรมีการศึกษาวิเคราะห์และกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาวัฒนธรรมสมัยนิยมสู่ soft power ด้วย

จากความสำคัญข้างต้น สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) โดยโครงการ “จับตาอาเซียน” (ASEAN Watch) จึงจัดการสัมมนาขึ้นในวันศุกร์ที่ 17 กุมภาพันธ์ 2560 ณ โรงแรมเดอะ สุกโกศล กรุงเทพฯ โดยแบ่งเป็น 2 ช่วง ในช่วงแรกเป็นการ สัมมนาสาธารณะ หัวข้อ “ยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย: บทเรียนจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้สู่การประยุกต์ใช้ของไทย” เพื่อเผยแพร่ผลงานวิจัยตลอดจนนำเสนอบทเรียนการดำเนินนโยบาย soft power ของจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ อันสามารถนำไปสู่การประยุกต์ใช้เชิงนโยบายที่เกี่ยวกับ soft power ของไทย

รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์ที่นำเสนอในช่วงแรกนี้มีจำนวน 2 เรื่อง เรื่องแรก “นโยบาย Soft Power ต่ออาเซียนของญี่ปุ่น จีนและเกาหลีใต้: นัยและบทเรียนสำหรับประเทศไทย” โดย รศ.ดร. กิตติ ประเสริฐสุข จากคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โครงการวิจัยนี้มุ่งวิเคราะห์การดำเนินนโยบายและทรัพยากรด้าน soft power ของทั้ง 3 ประเทศต่อประเทศอาเซียน ตลอดจนเสนอแนะเชิงนโยบายในการรับมือและการประยุกต์ใช้ของประเทศไทย

เรื่องที่สองคือ “การศึกษาเรื่องการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน: ศึกษากรณีในประเทศพม่า กัมพูชาและเวียดนาม” โดย ผศ.ดร.อัมพร จิรัฐติกร จากคณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โครงการวิจัยนี้แสดงตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมในด้าน soft power ของไทย

ผ่านละครโทรทัศน์ไทยที่ได้รับความนิยมในประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งถือเป็นทรัพยากรที่มีศักยภาพในการเสริมสร้างเสน่ห์ของไทยต่อประชาชนในประเทศเพื่อนบ้านได้อีกแนวทางหนึ่ง

ขณะที่การสัมมนาในช่วงที่สองหรือในช่วงปลายเป็นสัมมนาโต๊ะกลมเชิงนโยบาย (TRF-ASEAN Policy Round Table) หัวข้อ “ยุทธศาสตร์ soft power ของไทย” เพื่อระดมสมองและอภิปรายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์และนโยบายด้าน soft power ของไทย ซึ่งเป็นการอภิปรายและนำเสนอข้อคิดเห็นจากผู้แทนจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมาเป็นผู้นำเสนอ (lead speakers) เพื่อนำเสนอยุทธศาสตร์และนโยบาย soft power ของไทยผ่านการสังเคราะห์บทเรียน soft power จากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นการอภิปรายต่อยอดจากรายงานผลวิจัยทั้ง 2 เรื่องดังกล่าวข้างต้น

ทั้งนี้ ด้วยเห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการพัฒนา soft power จากทรัพยากรด้านนี้ที่มีหลากหลาย และปัจจุบัน ไทยกำลังมุ่งสู่ยุทธศาสตร์ 4.0 จึงเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการพิจารณาศักยภาพที่มีและบูรณาการยุทธศาสตร์นโยบาย และแนวทางด้าน soft power ของไทยให้ชัดเจน

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจสู่สาธารณะเกี่ยวกับ soft power ของจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ที่มีต่ออาเซียนและไทย
2. สังเคราะห์บทเรียนเกี่ยวกับ soft power ของจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ อันจะช่วยเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ของไทย ตลอดจนการรับมือ soft power จากประเทศเหล่านี้ได้อย่างเหมาะสม
3. อภิปรายและระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับยุทธศาสตร์และการพัฒนา soft power ของไทย
4. นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ soft power ของไทยต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

### กลุ่มเป้าหมาย

ภาคเช้า: ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ สื่อสารมวลชน นิสิตนักศึกษา และประชาชน ผู้สนใจทั่วไปประมาณ 150 คน

ภาคบ่าย: ทรงคุณวุฒิจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม ประมาณ 80 คน

## II

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

## สรุปประเด็นแนวทางสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการอภิปรายและระดมความคิดเห็นของผู้นำการอภิปราย (lead speakers) ซึ่งประกอบด้วยผู้นำหน่วยงานราชการ ผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐ นักวิชาการและผู้มีเกี่ยวข้อง (stakeholders) จากภาคเอกชน ได้ให้ข้อมูลและข้อเสนอแนะอย่างชัดเจนเกี่ยวกับการส่งเสริมและการดำเนินนโยบาย soft power ของไทย จึงใคร่ขอสรุปเป็นประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

### 1) ทรัพยากร soft power ของไทยที่มีศักยภาพในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยในเวทีโลก

- ไทยมีทรัพยากร soft power พอสมควร ไม่ว่าจะเป็น อาหาร ละครและภาพยนตร์ มวยไทย ตลอดจน วัฒนธรรมอื่นๆ (เช่น การฟ้อนรำ) ซึ่งทำให้คนต่างประเทศรับรู้ถึงเอกลักษณ์ของไทย ทั้งนี้ สามารถ สอดแทรกเสน่ห์ ของไทยในด้านที่เกี่ยวข้องในทรัพยากรดังกล่าวได้ (ดูเพิ่มเติมในข้อ 2 ด้านล่างนี้)
- การส่งเสริมวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) โดยกระทรวงวัฒนธรรมเน้นส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านงานเทศกาลและอีเวนต์ต่างๆ รวมถึง สนับสนุนภาพยนตร์ไทยที่มีคุณภาพและสะท้อนค่านิยมหลักของสังคมไทย
- ไทยยังมี economic soft power ผ่านการให้ความช่วยเหลือทางการเงินแก่ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น การให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำเพื่อก่อสร้างโครงสร้างพื้นฐาน
- ไทยสนับสนุนการแลกเปลี่ยนทางวิชาการผ่านการให้ทุนการศึกษาแก่นักศึกษาจากประเทศเพื่อนบ้านเพื่อส่งเสริมความเข้าใจและการเรียนรู้ระหว่างกัน
- ไทยอาจส่งเสริม soft power ผ่านแนวคิดที่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของประเทศ เช่น เศรษฐกิจพอเพียง ปรัชญาเชิงพุทธ เป็นต้น

### 2) เครื่องมือ ในการส่งเสริม soft power ของไทย

- การส่งเสริม soft power ต้องมียุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน เน้น การสร้างแบรนด์ประเทศไทย (Brand Thailand) และสื่อสารกับต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง
- ไทยสามารถส่งเสริม soft power ผ่านละครและภาพยนตร์ที่ สะท้อนถึงความเป็นไทยในทางบวก หรือแสดงถึง คุณลักษณะที่แตกต่างจากประเทศอื่น เช่น ความเป็นสังคมที่ผ่อนคลายและมีอารมณ์ขันเหมือนในกรณีภาพยนตร์เรื่องพี่มากพระโขนงและกวนมึนโฮ
- ไทยสามารถส่งเสริมวัฒนธรรมและคุณค่าความเป็นไทยผ่านงานเทศกาลต่างๆ ในต่างประเทศ เช่น เทศกาลภาพยนตร์ไทย เทศกาลอาหารไทย รวมถึงจัดแคมเปญโดยใช้ทรัพยากรที่โดดเด่นให้เป็นประโยชน์ เช่น การส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านอาหารไทย ที่มักอุดมไปด้วยสมุนไพรที่ดีต่อสุขภาพ



- ภาคเอกชนมีส่วนสำคัญในการส่งเสริม Soft power ผ่านละครและภาพยนตร์ รวมทั้งต่อยอดให้ดารานักแสดงที่ผู้ชมในต่างประเทศชื่นชอบเป็นทิวทัศน์ธรรมชาติ นอกเหนือไปจากการเดินทางโปรโมทละครและภาพยนตร์ในต่างประเทศ รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาบทละครและภาพยนตร์ไทยให้สอดคล้องกับบริบทของประเทศนั้นมากขึ้น
- มวยไทยเป็น soft power ที่มีศักยภาพมาก รัฐควรสนับสนุนมวยไทยด้วยการสอดแทรกเรื่องราวประวัติศาสตร์ความเป็นมาและแง่มุมทางจิตวิญญาณของมวยไทย ผสมผสานกับความเป็นกีฬาและศิลปะการต่อสู้

### 3) ปัญหา อุปสรรค และผลกระทบของการใช้นโยบาย soft power ของไทย

- การดำเนินนโยบายทาง soft power ยังขาดการบูรณาการหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่ได้ทำงานเชื่อมโยงกันอย่างเป็นรูปธรรม ภาครัฐอาจมีภาพลักษณ์ที่ค่อนข้างอนุรักษ์นิยม ทำให้ไม่สามารถดึงจุดความร่วมมือจากเอกชน นอกจากนี้ ยังไม่มีเวทีประชุมที่เปิดโอกาสให้กับหน่วยงานต่างๆ ที่รับผิดชอบด้าน soft power ได้หารือกันในระยะยาว
- การส่งเสริม soft power ของไทยยังขาดการพัฒนาเชิงลึก เช่น กรณีการส่งเสริมอาหารไทยผ่าน การรับรองด้วยตราเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ควรกำหนดมาตรฐานให้ครอบคลุมอาหารไทยที่มีความหลากหลายมากและควรได้รับการประเมินและรับรองจากผู้เชี่ยวชาญระดับนานาชาติ
- ไทยยังใช้ประโยชน์จากทรัพยากรด้านละคร ภาพยนตร์ และดารานักแสดงที่ได้รับความนิยมทั้งต่างประเทศน้อยกว่าที่ควร อีกทั้งยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเท่าใดนัก
- เนื้อหาของละครไทยยังไม่มี ความซับซ้อนและหลากหลาย บางเรื่องไม่มีลักษณะเป็นสากล หรือไม่มีคุณภาพเพียงพอเมื่อเทียบกับละครเกาหลี
- การส่งเสริมความเป็นไทย (Thainess) ในประเทศเพื่อนบ้านอาจก่อให้เกิดการต่อต้านได้

### 4) การทำงานร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ-เอกชนในการส่งเสริมนโยบาย soft power ของไทย

- ภาครัฐและภาคเอกชนควรหารือกันในการกำหนดยุทธศาสตร์ soft power ให้ชัดเจนและมีการบูรณาการกันยิ่งขึ้น โดยจัดเวทีหารือระยะยาว เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องได้พูดคุยประสานงานกันอย่างสม่ำเสมอและมีความต่อเนื่อง
- ภาครัฐควรสนับสนุนในแง่การเงินและวิชาการ อาทิ การสนับสนุนการพานักแสดงไปโปรโมทในต่างประเทศ การอำนวยความสะดวกในการส่งออกละครไทยและการเดินทางไปต่างประเทศของนักแสดงไทย
- ควรมีการสนับสนุนการทำวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาของละครไทยร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เนื้อเรื่องและบทละครมีความซับซ้อนและลุ่มลึกยิ่งขึ้น และสามารถสอดแทรกค่านิยม ความรู้ และวัฒนธรรมของไทยได้อย่างเหมาะสม

จากสรุปการอภิปรายข้างต้น รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจากรายงานวิจัย สามารถประมวลเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับยุทธศาสตร์และการพัฒนา soft power ของไทย ดังนี้

## ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- 1 กำหนดทรัพยากรหลักด้านซอฟต์แวร์ (core soft power resources) อันได้แก่ ละครและภาพยนตร์ไทย อาหารไทย มวยไทย การให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจและการศึกษา ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และปรัชญาเชิงพุทธ เพื่อสร้าง “แบรนด์ประเทศไทย” (Brand Thailand) อย่างบูรณาการ
- 2 กำหนดเป้าหมายและกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน โดยศึกษาเปรียบเทียบจากประเทศอื่น เช่น เกาหลีใต้ที่มุ่งส่งออก soft power เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และเสริมสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของประเทศ
- 3 กำหนดแผนงาน (roadmap) ที่สอดคล้องกัน (synchronized) ระหว่างหน่วยงานภาครัฐด้วยตนเอง และระหว่างภาครัฐกับเอกชน ในการส่งเสริม soft power ด้านต่างๆ โดย จัดเวทีหารือระยะยาว เพื่อให้เกิดการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรม ตลอดจน กำหนดหน่วยงานรับผิดชอบอย่างชัดเจน
- 4 สนับสนุนการทำวิจัยเกี่ยวกับเนื้อหาของละครและภาพยนตร์ไทยร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้เนื้อเรื่องมีความซับซ้อนและลุ่มลึกขึ้น อีกทั้งระมัดระวังมิให้มีเนื้อหาที่กระทบความรู้สึกของประเทศเพื่อนบ้าน
- 5 สอดแทรกเสน่ห์และคุณค่าที่หลากหลายในวัฒนธรรมไทย อาทิ อาหารไทยสื่อถึงความประณีต พิถีพิถัน และประโยชน์ต่อสุขภาพจากสมุนไพรต่างๆ มวยไทยสะท้อนมิติด้านจิตวิญญาณ ภาพยนตร์และละครไทยสะท้อนความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมและมีอารมณ์ขัน เป็นต้น
- 6 สนับสนุนต่อยอดให้ดารา นักกีฬา และบุคคลที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศ ให้มีบทบาทเสมือนเป็น ทูตวัฒนธรรม เพื่อโปรโมทประเทศไทยในหลากหลายมิติ
- 7 บูรณาการทรัพยากร soft power ทั้ง 3 ด้าน ไม่เฉพาะการสอดแทรกค่านิยม แนวคิดในวัฒนธรรมไทยเท่านั้น แต่ควรมีการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่จะช่วยเพิ่ม เกียรติภูมิของประเทศ เช่น การมี ข้อริเริ่ม (initiative) และมีบทบาทนำในกรอบอาเซียน

# III

## ภาคผนวก

# 1. ภาพการสัมมนา



(ซ้าย) รศ.ดร. กิตติ ประเสริฐสุข นำเสนอรายงานผลการวิจัย “นโยบาย Soft Power ต่ออาเซียนของญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้: นัยและบทเรียนสำหรับประเทศไทย”

(ขวา) ผศ.ดร. อัมพร จิรัญติกร นำเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง “การศึกษาเรื่องการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน: ศึกษากรณีในประเทศพม่า กัมพูชาและเวียดนาม”



(ซ้าย) การอภิปราย TRF-ASEAN Public Forum “ยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย: บทเรียนจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ สู่การประยุกต์ใช้ของไทย”

(ขวา) บรรยายภาคผู้เข้าร่วมสัมมนา



(ซ้าย) ถ่ายภาพหมู่ผู้นำการอภิปราย สัมมนาโต๊ะกลมเชิงนโยบาย (TRF-ASEAN Policy Forum) “ยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย”

(ขวา) การสัมมนาโต๊ะกลมเชิงนโยบาย (TRF-ASEAN Policy Forum) “ยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย”

## 2. รายนามผู้นำเสนอและผู้นำการอภิปราย

### 2.1 ผู้นำเสนอรายงานวิจัย



#### รศ.ดร. กิตติ ประเสริฐสุข

ผู้อำนวยการสถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา  
อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
และผู้ประสานงานชุดโครงการ “จับตาอาเซียน”

นำเสนอรายงานวิจัยเรื่อง “นโยบาย Soft Power ต่ออาเซียนของ  
ญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้: นัยและบทเรียนสำหรับประเทศไทย”



#### ผศ.ดร. อัมพร จิรัฐติกร

อาจารย์คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

นำเสนอรายงานวิจัยเรื่อง “การศึกษาเรื่องการบริหารโคละคร  
โทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน: ศึกษากรณีในประเทศพม่า  
กัมพูชา และเวียดนาม”

### 2.2 ผู้นำอภิปราย (ภาคเช้า)



#### รศ.ดร. ดำรงค์ ฐานดี

ผู้อำนวยการศูนย์เกาหลีศึกษา  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง



#### รศ.ดร. อุบลรัตน์ ติริยวงศ์

อดีตอาจารย์คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### ผศ. วรศักดิ์ มหัทธโนบล

คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### ดร. ทราয়แก้ว ทิพากร

สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### ผศ.ดร. สุนิดา อรุณพิพัฒน์

วิทยาลัยนานาชาติปรีดี พนมยงค์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ผู้ดำเนินรายการ

### 2.3 ผู้นำอภิปราย (ภาคบ่าย)



**ดร. สุภาค โปร่งธูระ**

ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์การทูตสาธารณะ  
กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ



**พ.อ.ดร. ไชยสิทธิ์ ตันตยกุล**

นายทหารปฏิบัติประจำ  
สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ



**คุณเนวิน สินศิริ**

ผู้อำนวยการ สำนักงานความร่วมมือพัฒนาเศรษฐกิจ  
กับประเทศเพื่อนบ้าน (NEDA)



**คุณกวี จงกิจถาวร**

อดีตบรรณาธิการอาวุโส  
เครือเนชั่นมัลติมีเดียกรุ๊ป



**คุณห้าฝน บุญยะวัฒน์**

ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผน  
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



**คุณอภิชัย สัทหจินดา**

อดีตผู้อำนวยการบริหาร มูลนิธิอาเซียน



**คุณกุลยา เรือนทองดี**

เลขาธิการกรมส่งเสริมวัฒนธรรม  
กระทรวงวัฒนธรรม



**คุณวนิดา บุญประเสริฐวัฒนา**

ผู้จัดการอาวุโส  
บริษัทอันมีเดีย คัลเจอร์ จำกัด

### 3. บทคัดย่องานวิจัย

#### 3.1 “นโยบาย Soft Power ต่ออาเซียนของญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้:

ภัยและบทเรียนสำหรับประเทศไทย”

รศ.ดร. กิตติ ประเสริฐสุข

ปัจจุบันหลายประเทศได้หันมาใช้ “อำนาจอย่างอ่อน หรือ soft power” เพื่อเสริมสร้างเสน่ห์และอำนาจเชิงโน้มน้าว งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษานโยบาย ยุทธศาสตร์ ทรัพยากร และการดำเนินการเพื่อเพิ่ม soft power ของญี่ปุ่น จีน และเกาหลีใต้ (ต่อจากนี้จะเรียกว่า เกาหลี) ซึ่งถือเป็นชาติมหาอำนาจในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่พยายามขยายอำนาจและอิทธิพล โดยเฉพาะอาเซียนที่กลายเป็นเวทีประลองอำนาจของทั้งสามชาติ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างองค์ความรู้และเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแก่ฝ่ายไทยในการรับมือ และเป็นบทเรียนที่ไทยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศต่อประเทศเพื่อนบ้านได้ การวิเคราะห์จะใช้กรอบแนวคิด soft power ของ โจเซฟ นาย (Joseph Nye) ที่แบ่งทรัพยากร soft power ออกเป็น 3 ด้าน คือ วัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายต่างประเทศ โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบความเข้มแข็งของ soft power แต่ละประเทศ และเสริมด้วยผลสำรวจความคิดเห็นของชาติอาเซียน

จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีทรัพยากร soft power เข้มแข็งที่สุด ทั้งด้านวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น พิธีชงชาและการจัดดอกไม้ ซึ่งสะท้อนสุนทรียศาสตร์แบบญี่ปุ่น และวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น การ์ตูนมังงะ อนิเมะ เกม อาหาร แฟชั่น และดารานักร้อง นอกจากนี้ นโยบายต่างประเทศของญี่ปุ่นที่มุ่งให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาภัยคุกคามรูปแบบใหม่ เช่น การส่งเสริมความมั่นคงของมนุษย์ การแบ่งปันความเชี่ยวชาญในการจัดการภัยพิบัติ และการให้ความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา (ODA) ก็ล้วนแต่เสริมสร้าง soft power ของญี่ปุ่นให้มากยิ่งขึ้น ญี่ปุ่นจึงเป็นประเทศที่มีภาพลักษณ์เชิงบวกในทศวรรษของอาเซียนมากกว่าจีนและเกาหลี

ในขณะที่จีนและเกาหลีถือได้ว่ามีความเข้มแข็งของ soft power ในระดับที่ใกล้เคียงกัน โดยจีนมีจุดเด่นในเรื่องวัฒนธรรมดั้งเดิม เช่น อาหาร การแสดง การแพทย์แผนจีน และประเพณีต่างๆ ที่คนจีนโพ้นทะเลมีส่วนสำคัญในการเผยแพร่วัฒนธรรมจีน แต่ในด้านค่านิยมและนโยบายต่างประเทศยังไม่สามารถเสริมสร้าง soft power ให้แก่จีนได้มากนัก อุปสรรคสำคัญ คือ การดำเนินนโยบายที่ตรงข้ามกับที่ได้ประกาศไว้ กล่าวคือ แม้จีนจะเน้น “การผงาดขึ้นอย่างสันติ” (Peaceful Rise) และ “นโยบายเพื่อนบ้านที่ดี” (Good Neighbor Policy) แต่กลับมีนโยบายที่แข็งกร้าวมากขึ้น ตลอดจนขาดความชัดเจนและความต่อเนื่อง เห็นได้ในสมัยประธานาธิบดี สี จิ้นผิง ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ soft power น้อยกว่าในสมัยของ หูจิ่นเทา

ในส่วนของเกาหลีมีวัฒนธรรมสมัยนิยม เช่น ละคร ภาพยนตร์ ดนตรี และเกม เป็นทรัพยากร soft power หลัก เพราะเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง โดยมีความสำเร็จจากการพัฒนา

เศรษฐกิจควบคู่กับการพัฒนาประชาธิปไตยเป็นอีกหนึ่งทรัพยากรที่ช่วยเสริมสร้างเสน่ห์ให้แก่ประเทศ  
อย่างไรก็ตาม เกาหลีประสบปัญหาเกี่ยวกับการขาดความชัดเจนและความต่อเนื่องในการดำเนินนโยบาย  
soft power เช่นเดียวกับจีน เห็นได้ในสมัยของประธานาธิบดี ปัก กึน-ฮเย ที่ลดทอนการใช้ soft power  
ในฐานะแกนหลักในการดำเนินนโยบายต่างประเทศลง และหันมาให้ความสำคัญกับนโยบายเศรษฐกิจ  
บนพื้นฐานของแนวคิด “การทูตค้าขาย” (Sale Diplomacy) ดังนั้นในภาพรวมนโยบายต่างประเทศของ  
เกาหลีจึงเน้นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ประเด็นเกาหลีเหนือ และความใกล้ชิดกับสหรัฐอเมริกามากกว่าที่จะ  
ดำเนินนโยบายด้าน soft power อย่างแข็งขันและต่อเนื่อง

### 3.2 “การศึกษาเรื่องการบริโภคละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มประเทศอาเซียน:

#### ศึกษากรณีในประเทศพม่า กัมพูชาและเวียดนาม”

ผศ.ดร. อัมพร จิรัฐติกร

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้เกิดความนิยมสื่อบันเทิงของไทยเกิดขึ้นในหลายๆ ประเทศในภูมิภาค  
อาเซียนรวมถึงประเทศจีน ในส่วนของละครโทรทัศน์ของไทยพบว่าหลายประเทศในภูมิภาคที่นำละคร  
ไทยไปเผยแพร่ในช่องทางสถานีโทรทัศน์เพิ่มมากขึ้น รวมทั้งนำละครไทยไปแปลใส่คำบรรยายในภาษา  
ท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ในสื่ออินเทอร์เน็ต ความนิยมละครโทรทัศน์ของไทยในกลุ่มประเทศในภูมิภาคนี้  
สามารถแยกผู้ชมออกได้เป็นสองประเภท คือ กลุ่มผู้ชมดั้งเดิมในประเทศที่มีวัฒนธรรมคล้ายคลึงกับไทย  
เช่น กัมพูชา และชนกลุ่มน้อยในพม่า และกลุ่มผู้ชมกลุ่มใหม่ในประเทศที่ไม่ถือว่ามีวัฒนธรรมคล้ายคลึง  
กับไทย เช่น เวียดนามและจีน

งานวิจัยชิ้นนี้เลือกกรณีศึกษาในสามประเทศ คือ ประเทศพม่า กัมพูชา และเวียดนาม เพื่อศึกษา  
ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดขึ้นของความนิยมละครไทยในภูมิภาค ช่องทางการบริโภคละครโทรทัศน์ไทย  
ในสามประเทศดังกล่าว ตลอดจนการศึกษาทำความเข้าใจว่าความแตกต่างในบริบททางสังคม  
วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และการเมืองของแต่ละประเทศส่งผลต่อการเปิดรับ ตีความและสร้างความหมาย  
ให้กับการบริโภคละครไทยแตกต่างกันอย่างไร งานวิจัยชิ้นนี้ใช้วิธีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการ  
สัมภาษณ์เพื่อให้เข้าใจถึงการรับรู้และแปลความหมายจากการรับชมละครโทรทัศน์ไทยในกลุ่มผู้ชมในสาม  
ประเทศ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ความนิยมละครโทรทัศน์ไทยเพิ่มมากขึ้นในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา  
มาจากความเปลี่ยนแปลงในทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศในภูมิภาค ความเปลี่ยนแปลง  
ทางด้านเทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม รวมถึงพัฒนาการทางด้านอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์  
ทั้งในประเทศไทยและประเทศปลายทาง ผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในภูมิภาครับชมละครไทยผ่านช่องทาง  
ที่หลากหลาย มีทั้งช่องทางแบบไม่เป็นทางการ ได้แก่ การรับชมจากวีซีดีหรือดีวีดีที่มีการลักลอบอัด  
สำเนาแล้วนำไปใส่เสียงบรรยายเป็นภาษาต่างๆ และการรับชมผ่านเว็บไซต์ที่มีการใส่เสียงหรือคำ



บรรยายเป็นภาษาในประเทศนั้นๆ ส่วนช่องทางแบบเป็นทางการเกิดขึ้นจากการที่สถานีโทรทัศน์ในประเทศพม่า กัมพูชาและเวียดนาม นำละครไทยไปแพร่ภาพออกอากาศในช่วงเวลาของสถานี

ความรู้สึกใกล้ชิดทางวัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้ชมในสามประเทศชื่นชอบละครไทย นอกเหนือจากความชอบในเนื้อหาที่หลากหลาย พล็อตเรื่องที่เข้มข้นและการแสดงที่เน้นการแสดงออกทางอารมณ์อย่างชัดเจนในภาพย่อยของแต่ละประเทศ พบว่าผู้ชมละครโทรทัศน์ไทยในแต่ละประเทศมีรสนิยมที่แตกต่างกันในระดับของปัจเจกบุคคล การรับรู้และตีความละครไทยขึ้นอยู่กับเพศ วัย การศึกษา สถานะทางสังคมและทุนทางวัฒนธรรมของปัจเจกบุคคล ในระดับประเทศหรือชุมชน การรับรู้หรือตีความละครไทยขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองของแต่ละประเทศ

## 4. การนำเสนอข่าวของสื่อมวลชน

### 4.1 หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ เผยแพร่เมื่อวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2560



สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จัดงานสัมมนา “ยุทธศาสตร์ Soft Power ของไทย: บทเรียนจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้สู่การประยุกต์ใช้ของไทย” โดยมีภาครัฐ ภาคเอกชน และอาจารย์มหาวิทยาลัย เข้าร่วมเพื่อสร้างความเข้าใจกับนโยบาย soft power ของทั้งสามประเทศ และรู้จักใช้ soft power ของไทยในการสร้างภาพลักษณ์บนเวทีระหว่างประเทศ

อำนาจละมุน (soft power) คืออำนาจในการดึงดูดความสนใจ และการสร้างการมีส่วนร่วม แต่ไม่ใช่การบังคับให้ทำตาม เพื่อให้สังคมทั้งในประเทศและนอกประเทศ เกิดการเปลี่ยนแปลงทางความคิดต่อประเทศของตน ไปในทิศทางที่ดี โดยอาศัย 3 ประการ คือ 1.วัฒนธรรม 2.ค่านิยมการเมือง 3.นโยบายต่างประเทศ

รศ.ดร.กิตติ ประเสริฐสุข อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ มธ. กล่าวถึงภาพรวมนโยบาย Soft Power ของทั้งสามประเทศและบทเรียนสำหรับไทยว่า ประเทศญี่ปุ่นมีความเข้มแข็งด้าน soft power ดีที่สุด ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิม และวัฒนธรรมสมัยนิยมแนวเสรี อีกทั้งยังมีบทบาทในการสร้างประชาธิปไตยและสิทธิมนุษยชนในระดับประเทศ ทำให้ภาพลักษณ์ญี่ปุ่นอยู่ในเกณฑ์ดีของทั้ง 3 ประการ

ในส่วนของประเทศเกาหลีใต้และจีนพบว่า มีความใกล้เคียงกันในเรื่อง soft power โดยประเทศจีนยังขาดความยืดหยุ่นทางวัฒนธรรมและขาดเสรีภาพทางการเมือง แม้ว่าจีนจะมีนโยบายการพัฒนาประเทศอย่างสันติ แต่ความน่าเชื่อถือก็กลับลดลง เนื่องการแข่งกร้าวในกรณีปัญหาทะเลจีนใต้เป็นต้น

ด้านประเทศเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จ สามารถส่งออกวัฒนธรรมเป็นสินค้าสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจดีตามไปด้วยอีกทั้งยังผลักดันด้านสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ แต่ยังคงขาดความต่อเนื่องในการใช้ soft power

อาจารย์กิตติยังกล่าวอีกว่า soft power ของทั้งสามประเทศที่มีอิทธิพลต่อประเทศไทยเยอะที่สุดคือ ด้านวัฒนธรรม แต่ยังคงพบว่ายังขาดความเข้าใจต่อวัฒนธรรมนั้นๆ อย่างลึกซึ้ง เป็นเพียงความชอบที่ฉาบฉวย และยังขาดการรู้จักจุดเด่น จุดด้อย ของประเทศตนเอง รวมถึงการดึงศักยภาพในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับประเทศ

ดร.อัมพร จิรัฐติกร อาจารย์คณะสังคมศาสตร์ มช. กล่าวถึงบทบาท soft power ของประเทศไทย ผ่านสื่อละครโทรทัศน์ ในประเทศพม่า กัมพูชา และเวียดนาม พบว่า ละครถือเป็นสื่อรูปแบบหนึ่งในการเผยแพร่ soft power อย่างมีนัยยะ เนื้อหาละครไทยมักแฝงคุณค่าทางวัฒนธรรม ความเชื่อทางศาสนา ค่านิยม และจริยธรรม ทำให้ผู้ชมทั้งสามประเทศ เกิดความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมและภาษาเพิ่มมากขึ้น รู้จักบริบททางสังคม เศรษฐกิจ การเมืองและค่านิยมผ่านสื่อละคร ถือเป็นเตรียมความพร้อมก่อนข้ามประเทศเพื่อขยายแรงงานในประเทศไทย รวมถึงการสร้างการท่องเที่ยวให้ประเทศ เพื่อนบ้านรู้จัก ทำให้สินค้าในประเทศไทยได้รับความรับนิยมเพิ่มมากขึ้น

แต่ทั้งนี้ ละครไทยถูกเผยแพร่ไปประเทศเพื่อนบ้านโดยบังเอิญ ผู้ผลิตละครในประเทศไทยไม่ได้เจาะกลุ่มเป้าหมายในประเทศเพื่อนบ้าน ยังขาดคอนเทนต์ที่หลากหลาย และติดเรื่องลิขสิทธิ์ในการเผยแพร่ เพราะข้อกำหนดขึ้นอยู่กับช่องทีวี อีกทั้งรัฐบาลไม่ได้มีแผนในการดึงละครให้เป็น soft power ในสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทย

#### 4.2 หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ เผยแพร่เมื่อวันที่ 26 กุมภาพันธ์ 2560



เมืองไทยปัจจุบันมีเรื่องต่าง ๆ มากมายที่กำลังมีการ “ใช้อำนาจ” แบบ “ฮั้วฮั้ว” จัดการอยู่ และก็มีหลายเรื่องที่ใช้ “อำนาจ” “ถูกกระแสดต่อต้าน” อย่าง “ชิงชัง” จนซุลมุนวุ่นวาย ดังที่คนไทยได้เห็น ๆ กันอยู่ ซึ่งเมื่อมองไทย...แล้วมองกรณี การใช้อำนาจในภาพรวมของโลก...ก็มีประเด็นเกี่ยวกับ “พลังอำนาจรูปแบบใหม่” ที่กำลัง “อินเทรนด์” ที่น่าพิจารณา...

#### พลังอำนาจ ‘ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power)’

ทั้งนี้ กับ “ซอฟต์พาวเวอร์” หรือที่ในทางวิชาการเรียกว่า... ‘อำนาจละมุน-อำนาจแบบอ่อน’ นั้น กับประเด็นนี้ได้รับการ นำเสนอไว้บนเวทีสัมมนา “ยุทธศาสตร์ Soft Power : บทเรียนจากจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ สู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทย” ที่ จัดโดย โครงการจับตาอาเซียน (ASEAN Watch) ด้วยการสนับสนุนจาก สกว. โดยบนเวทีดังกล่าวมีนักวิชาการด้าน

ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้ชี้ให้เห็นถึง 'เกมอำนาจแบบใหม่ของโลกยุคปัจจุบัน' ที่เปลี่ยนจากการใช้ "อำนาจการทหาร" อย่างเดียว มาใช้อำนาจแบบใหม่ อำนาจละมุน เพื่อ 'โน้มน้าว' ให้เกิดความร่วมมือ หรือตกลงในเรื่องต่าง ๆ

### มีเป้าหมายทั้งเชิงยุทธศาสตร์และเศรษฐกิจ

รศ.ดร.กิตติ ประเสริฐสุข ผู้อำนวยการสถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และผู้อำนวยการสำนักงานโครงการจับตาอาเซียน ระบุว่า ซอฟต์พาวเวอร์-อำนาจละมุน iva... เป็นแนวยุทธศาสตร์ที่ปัจจุบันหลายประเทศเลือกใช้ในการ "แผ่อิทธิพล" โดยมีลักษณะสำคัญคือเป็นการชักจูงหรือโน้มน้าวให้ประเทศอื่น ๆ ปฏิบัติตาม โดยการสร้างเสน่ห์ สร้างภาพลักษณ์ ให้ดูน่าชื่นชม จนประเทศที่ถูกโน้มน้าวเกิดความสมัครใจและพร้อมร่วมมือ ซึ่งแตกต่างจากการใช้อิทธิพลอำนาจรูปแบบเก่าอย่าง อำนาจแบบแข็ง (Hard power) หรือ อำนาจเชิงบังคับ ที่ปัจจุบันไม่สามารถใช้ได้เต็มที่...

### โลกไม่ค่อยยอมรับ "อำนาจแบบขู่บังคับ"

นักวิชาการคนเดิมอธิบายอีกว่า...ปัจจุบันนี้มีการศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับพลังของ 'อำนาจละมุน' กันอย่างกว้างขวาง โดยมีนักวิชาการบางคณะระบุว่า "ยุทธศาสตร์" กรณีนี้ iva... ประกอบด้วย 3 ทรัพยากร ที่สำคัญ คือ...1.วัฒนธรรม (Culture), 2.ค่านิยม (Values), 3.นโยบายต่างประเทศ (Foreign policy) ซึ่งหลาย ๆ ประเทศก็เลือกใช้ทรัพยากรเหล่านี้ในการแผ่อิทธิพล เช่น สหรัฐอเมริกา ที่ใช้ผ่านทาง ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ค่านิยมการเป็นประชาธิปไตย เป็นต้น

ขยับเข้ามาใกล้ไทยอีกนิด กับ จีน, ญี่ปุ่น, เกาหลี ก็เป็นกลุ่มประเทศในทวีปเอเชียที่ให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการดำเนินนโยบายระหว่างประเทศผ่าน ซอฟต์พาวเวอร์ มานานแล้ว อย่าง กระแสละครเกาหลีก็ถือว่าเป็นหนึ่งในกรณีนี้ ซึ่งในภายหลังก็ตามมาด้วยการไหลบ่าของ สินค้าและบริการของเกาหลี มากมาย เช่น อาหาร, เสื้อผ้า, การท่องเที่ยว รวมถึง การทำตุ๊กตารวมพลาสติก แบบเกาหลี ซึ่งไทยก็เป็นหนึ่งในประเทศที่เผชิญกับการไหลบ่านี้เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม รศ.ดร.กิตติ ได้เสนอแนะเกี่ยวกับ 'การรับมือ' ซอฟต์พาวเวอร์ สำหรับประเทศไทย ว่า...ไทยจำเป็นต้องมี 'ยุทธศาสตร์เชิงรุกและเชิงรับ' ซึ่งมีรายละเอียดโดยสังเขปคือ...ยุทธศาสตร์เชิงรุก มีการเสนอว่าไทยควรรับมือการไหลบ่าของวัฒนธรรมด้วยการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และสนับสนุนให้เยาวชนไทยได้ศึกษาวัฒนธรรมเกี่ยวกับประเทศเหล่านี้ในเชิงลึก มากกว่าความชื่นชอบแบบฉาบฉวย, ควรให้ความสำคัญกับกรอบความร่วมมือที่ผลักดันโดยประเทศเหล่านี้อย่างเท่าเทียม เพื่อรักษาความสัมพันธ์ที่ดีไว้ และควรบูรณาการกลไกของหน่วยงานต่าง ๆ ให้มีประสิทธิภาพเพื่อรับมือกับกรณีนี้...

กับ ยุทธศาสตร์เชิงรุก นั้น ทาง รศ.ดร.กิตติ ระบุว่า...ไทยอาจดำเนินนโยบายที่เป็นการส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรมของไทย หรือแนวคิดของไทย ที่มีศักยภาพทางด้านนี้ อาทิ อาหาร ละคร ภาพยนตร์ และ หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยสนับสนุนการทำตลาดร่วมกับภาคเอกชนและต่างประเทศ, ควรสนับสนุนเงินทุนและเพิ่มช่องทางในการส่งเสริมวัฒนธรรมหรือแนวคิดที่มีพลัง 'ซอฟต์พาวเวอร์' เพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง โดยสามารถจะศึกษาได้จากกรณีของ เกาหลีใต้ ที่บูรณาการการส่งเสริมสินค้าวัฒนธรรม การท่องเที่ยว สินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ บริการ เข้าด้วยกัน จนประสบความสำเร็จ

'ถ้าศึกษาให้ดี ไทยสามารถใช้อำนาจนี้ ได้กลับ

และใช้สร้างดุลยภาพได้ด้วย"...รศ.ดร.กิตติ ระบุ

ด้าน รศ.ดร.ดำรงค์ ฐานดี ผู้อำนวยการศูนย์เกาหลีศึกษา อาจารย์คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สะท้อน “กรณีเกาหลี” ที่เป็นตัวอย่าง ไว้ว่า...หลังจากเศรษฐกิจเกาหลีได้ล่มสลายในปี ค.ศ. 1997 ทางเกาหลีก็นั่งคิดว่า...จะขายอะไรดี?? เพื่อที่จะกอบกู้ประเทศจากวิกฤติ และสุดท้ายก็สรุปที่ “สินค้าวัฒนธรรม” โดยรัฐบาลบอกให้ภาคเอกชนทำ และรัฐสนับสนุนในด้านต่าง ๆ จนละครซีรีส์เกาหลีโด่งดังขึ้นมา เกิดกระแสเกาหลีไปทั่วทั้งทวีปเอเชีย และทำให้ผู้คนทั่วโลก รวมถึงคนไทย อยากจะเดินทางไปเกาหลีได้ และหลังจากนั้นก็ตามมาด้วยสินค้าเกาหลีมากมายที่หลั่งไหลเข้าสู่ประเทศต่าง ๆ รวมถึงไทย

นี่เป็นตัวอย่างการใช้พลังจาก ‘ซอฟต์แวร์เวอร์’ ที่จุดติด และเรื่องนี้ไม่ใช่เรื่องของความฟลุค หรือบังเอิญ แต่มีการศึกษาวิเคราะห์ มีการวางแผน วางยุทธศาสตร์เป็นขั้นเป็นตอน มาอย่างดี...รศ.ดร.ดำรงค์ ระบุ

ยุคนี้กระแส “อำนาจแบบฮัมฮัม” ปกคลุม “ไทย”

ขณะที่ ‘เทรนด์โลก’ นั้น ‘อำนาจละมุน’ มาแรง

โดยที่ ‘ไทยเท่าทันโลกแค่ไหน?’...ก็น่าคิด??



[www.aseanwatch.org](http://www.aseanwatch.org)  
[www.facebook.com/aseanwatch](https://www.facebook.com/aseanwatch)

## โครงการจับตาเซียน

ชั้น 4 คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ท่าพระจันทร์

เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์ กรุงเทพฯ 10200

โทรศัพท์/โทรสาร: 02-631-2305

อีเมล: [aseanwatchinformation@gmail.com](mailto:aseanwatchinformation@gmail.com)