INTERNATIONAL STUDIES CENTER

STUDY PAPER
September 2020

ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้: บทเรียนและข้อเสนอแนะต่อไทย

•

Japan's and South Korea's Public Diplomacy Strategies: Lessons Learned and Recommendations for Thailand

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ
Seksan Anantasirikiat

ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้: บทเรียนและข้อเสนอแนะต่อไทย

Japan's and South Korea's Public Diplomacy Strategies: Lessons Learned and Recommendations for Thailand

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ
Seksan Anantasirikiat

ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้:
บทเรียนและข้อเสนอแนะต่อไทย

Japan's and South Korea's Public Diplomacy Strategies:
Lessons Learned and Recommendations for Thailand
เสกสรร อานันทศิริเกียรติ

ISBN 978-616-341-078-8

จัดพิมพ์โดย ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ
ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550
ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ 10210
โทร. 02 203 5000 ต่อ 45114

พิมพ์ครั้งที่ 1 กันยายน 2563 **จำนวน** 500 เล่ม

พิมพ์ครั้งที่ 2 สิงหาคม 2565 **จำนวน** 500 เล่ม

พิมพ์ที่ บริษัท พี. เพรส จำกัด เลขที่ 129 ถนนสุขุมวิท 81 แขวงอ่อนนุช
เขตสวนหลวง กรุงเทพฯ 10250 โทร. 02 742 4754

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ
National Library of Thailand Cataloging in Publication Data

ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้: บทเรียนและข้อเสนอแนะต่อไทย = Japan's and South Korea's Public Diplomacy Strategies: Lessons Learned and Recommendations for Thailand.-- กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ กระทรวงการต่างประเทศ, 2563.

122 หน้า.

1. การทูต. I. ชื่อเรื่อง.

327.2

ISBN 978-616-341-078-8

คำนำ

เอกสารวิจัยเรื่อง "ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ : บทเรียนและข้อเสนอแนะต่อไทย" โดย คุณเสกสรร อานันทศิริเกียรติ นักวิจัย ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ เป็นเอกสาร Study Paper ที่ศูนย์ฯ ได้จัดพิมพ์ขึ้นเป็นครั้งที่สอง

การทูตสาธารณะ (public diplomacy) เป็นประเด็นสำคัญในการกำหนดและดำเนินนโยบายต่างประเทศในปัจจุบัน เอกสารศึกษานี้ได้นำเสนอตัวอย่างของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นสองประเทศแรก ๆ ในเอเชียที่ริเริ่มและดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะในรูปแบบต่าง ๆ มีการวิเคราะห์บริบทและยุทธศาสตร์ของการดำเนินนโยบาย พัฒนาการและการจัดองค์กรการทูตสาธารณะ รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการพัฒนาการทูตสาธารณะของไทย ที่รวมถึงการทูตวัฒนธรรมและการสร้างความสัมพันธ์กับภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และประชาชนในประเทศเป้าหมายด้วย ซึ่งหมายถึงการเชื่อมโยงการทูตสาธารณะเข้ากับยุทธศาสตร์หรือวาระการต่างประเทศมากกว่าเป็นเพียงการสร้างภาพลักษณ์แห่งชาติหรือการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ

นอกจากนั้น เอกสารศึกษานี้ยังได้ชี้ให้เห็นว่า แม้การทูตสาธารณะจะมีเป้าหมายอยู่ที่พลเมืองต่างชาติเป็นสำคัญ แต่การมีส่วนร่วมของประชาชนพลเมืองในประเทศในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์นี้ก็สำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน

ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้ที่เป็นประโยชน์ และเป็นการกระตุ้นให้มีการศึกษาวิจัยประเด็นที่สำคัญนี้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้นสมดังเจตนารมณ์ของผู้วิจัยและผู้จัดพิมพ์ต่อไป

ดร. อนุสนธิ์ ชินวรรโณ
ผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ

สารบัญ

บทคัดย่อ

8

บทนำ

10

ญี่ปุ่น:
การทูตสาธารณะเพื่อฟื้นฟูและรักษาสถานะเดิม

22

เกาหลีใต้:
การทูตสาธารณะเพื่อมุ่งสู่สถานะอำนาจขนาดกลาง

54

บทสรุป:
ข้อคิดและข้อเสนอสำหรับการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของไทย

86

บรรณานุกรม

98

ภาคผนวก

106

Abstract

This report aims to analyze Japan's and South Korea's Public Diplomacy Strategies. It argues that the political objectives behind Japan's conduct of public diplomacy are to (1) recover its status and confidence after the World War II (2) maintain its position in the international society through creativity (3) revive its glorious past. Unlikely, South Korea's public diplomacy aims to (1) re-establish its diplomatic relationship with neighboring countries (2) increase its importance in the international society (3) communicate with the world, together with its people. A critical lesson learned from the two cases is that the Ministry of Foreign Affairs could be in a driving seat of guiding and adopting national public diplomacy strategies, including cultural diplomacy and foreign stakeholder engagement. In the end, this report provides useful recommendations to foster the conduct of public diplomacy in Thailand in order to achieve its 20-year vision for national development.

Keywords: Public Diplomacy; Cultural Diplomacy; Japan; South Korea; Thailand

บทคัดย่อ

รายงานฉบับนี้ศึกษายุทธศาสตร์และการดำเนินการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยมีข้อเสนอหลักว่า การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นมีเป้าหมายเพื่อฟื้นฟูและรักษาสถานะเดิมด้วยการฟื้นฟูสถานะและความเชื่อมั่น รักษาสถานะด้วยวัฒนธรรมสร้างสรรค์และหวนสู่คืนวันอันรุ่งเรือง ขณะที่การทูตสาธารณะของเกาหลีใต้มีเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่สถานะอำนาจขนาดกลาง (Middle Power) ด้วยการฟื้นฟูความสัมพันธ์ เพิ่มความสำคัญและขับเคลื่อนร่วมกันกับประชาชน บทเรียนจากทั้งสองประเทศชี้ให้เห็นว่า กระทรวงการต่างประเทศสามารถมีบทบาทนำในการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะที่หมายรวมถึงการทูตวัฒนธรรม และการสร้างความสัมพันธ์กับภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และประชาชนในประเทศเป้าหมาย ซึ่งนโยบาย การจัดองค์กร และกิจกรรมการทูตสาธารณะของทั้งสองประเทศสามารถเป็นแนวทางหรือกรณีศึกษาในการยกระดับและขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของไทยให้มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ชาติได้

คำสำคัญ: การทูตสาธารณะ; การทูตวัฒนธรรม; ญี่ปุ่น; เกาหลีใต้; ไทย

บทนำ

ผู้เขียนมีโอกาสเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรม “การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)” ของไทยเป็นครั้งแรกเมื่อปฏิบัติงานเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิชาการ ศูนย์อาเซียนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ซึ่งในขณะนั้น มหาวิทยาลัยจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนนักวิชาการและนักศึกษาอาเซียนเป็นจำนวนมาก และยังได้มีโอกาสเข้าร่วมสังเกตการณ์การจัดโครงการ “ค่ายเยาวชนเพื่อนมิตรลุ่มน้ำโขง (Mekong Friendship Project)” ซึ่งกระทรวงการต่างประเทศเป็นเจ้าภาพร่วมกับศูนย์อาเซียนศึกษาอยู่ช่วงเวลาหนึ่ง การทำงานในช่วงดังกล่าวช่วยวางพื้นฐานความรู้สึกนึกคิดเกี่ยวกับการทูตสาธารณะโดยไม่รู้ตัว ต่อมา มีโอกาสรับทุนจากมูลนิธิเกาหลี (Korea Foundation: KF/한국국제교류재단) ให้ศึกษาต่อระดับปริญญาโท และลงเรียนวิชา “ทฤษฎีและปฏิบัติการการทูตสาธารณะ (Theory and Practice of Public Diplomacy)” ซึ่งเปิดเป็นปีแรกและปีเดียว ณ มหาวิทยาลัยแห่งชาติโซล จึงได้มีโอกาสทบทวนประสบการณ์เดิมและนำมาเพิ่มเติมต่อยอดกับกรอบคิดทฤษฎีดังที่ปรากฏในส่วนแรกของเอกสารศึกษา

ต่อมา ในค.ศ. 2018-2019 ผู้เขียนมีโอกาสทดลองนำความรู้ที่ได้จากวิชานั้นมาปฏิบัติด้วยการก่อตั้ง“โต๊ะกลมอาเซียน (ASEAN Roundtable)” ขึ้นเป็นครั้งแรกในคณะที่ผู้เขียนศึกษาและขยายไปในระดับมหาวิทยาลัย โดยได้รับการสนับสนุนจากศูนย์อาเซียน-เกาหลี (ASEAN-Korea Centre: AKC/한-아세안센터) และบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งที่สนใจและต้องการรู้จักนักศึกษาชาวอาเซียนให้มากขึ้นเพื่อขยายโอกาสทางการค้าและการลงทุนในภูมิภาคอาเซียนและอินเดียให้มากขึ้นตามนโยบายมุ่งใต้ใหม่ (New Southern Policy: NSP/신남방정책) ของรัฐบาลเกาหลีใต้ กิจกรรมนั้นเองที่ทำให้ผู้เขียนตระหนักถึงโอกาส บทบาทและสถานะของตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐที่มีมากขึ้นในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศพร้อมกับเห็นคุณค่าและประโยชน์ของการมีกรอบความร่วมมือที่เป็น “มรดกทางปัญญา”[1]

[1] ผู้เขียนนำคำนี้มาจากปาฐกถาของดร. สุรินทร์ พิศสุวรรณ อดีตเลขาธิการอาเซียนผู้ล่วงลับ ในโอกาสเปิดศูนย์อาเซียนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2555 ซึ่งผู้เขียนเป็นผู้ร่วมถอดความ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน “จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยกับการเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน,” ใน *Dr. Surin@Chula: A Tribute to H.E. Dr. Surin Pitsuwan,* 31, https://www.car.chula.ac.th/upload/Dr.Surin-at-Chula-as-of-25-07-61-edited.pdf

ของประเทศไทยอย่างอาเซียนที่เป็นนำพาผู้เขียนถลำเข้าไปในโลกการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้โดยสะดวกดายมากขึ้น ผลที่ได้รับกิจกรรมดังกล่าวเป็นแรงบันดาลใจสำคัญให้ผู้เขียนศึกษาเรื่องการทูตสาธารณะอย่างจริงจัง และตั้งใจว่า จะต้องนำมาต่อยอดเป็นพลังหนุนเสริมยุทธศาสตร์การต่างประเทศและการทูตของไทยซึ่งมีทุนที่ดีอยู่แล้วให้ได้

เอกสารศึกษาฉบับนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 3 ประการ ได้แก่ การกำหนดนิยามและจำกัดขอบเขตการศึกษาการทูตสาธารณะ ซึ่งเป็นประเด็นทางวิธีวิทยาที่สำคัญในการศึกษาการทูตสาธารณะทั้งจากมุมมองด้านวิชาการและการปฏิบัติ การศึกษาบทเรียนการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อตอบโจทย์ยุทธศาสตร์การต่างประเทศของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นสองประเทศที่ประสบความสำเร็จในการสร้าง Soft Power และการให้ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาสถาบันการทูตสาธารณะ การยกระดับกิจกรรมการทูตสาธารณะ และต่อยอดประเด็นการศึกษาวิจัยในอนาคต ซึ่งจะเป็นแหล่งอ้างอิงสำคัญสำหรับการวิจัยและขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของประเทศท่ามกลางการแข่งขันทางยุทธศาสตร์ระหว่างมหาอำนาจ ความพลิกผันทางเทคโนโลยี และสถานการณ์ภายในประเทศที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกเหล่านี้อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

1. การทูตสาธารณะกับยุทธศาสตร์การต่างประเทศ

การทูตสาธารณะเป็นประเด็นที่ค่อนข้างใหม่ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและยังมีผู้ศึกษาอยู่เป็นจำนวนไม่มากนักเมื่อเทียบกับองค์ความรู้สาขาอื่น ๆ ของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เช่น ความมั่นคงระหว่างประเทศ การพัฒนาระหว่างประเทศ นับตั้งแต่ที่ Edmund A. Gullion[2] กำหนดนิยามของการทูตสาธารณะซึ่งเป็นที่ยอมรับในฐานะจุดตั้งต้นของการศึกษาการทูตสาธารณะหลังสงครามโลกครั้งที่สองเมื่อค.ศ. 1965[3] มีบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการเกี่ยวข้องกับประเด็นดังกล่าวอยู่เพียง 500 กว่าเรื่อง

---

[2] Dean, Fletcher School of Law and Diplomacy (1964-1978)

[3] นิยามดังกล่าวระบุว่า “การทูตสาธารณะคือ อิทธิพลของความเห็นสาธารณะ (public attitude) ต่อการดำเนินนโยบายต่างประเทศประกอบด้วยมิตต่าง ๆ ของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ก้าวข้ามการทูตแบบทางการ (traditional diplomacy) การรวบรวมความเห็นของสาธารณชนโดยรัฐบาลที่กระทำในประเทศอื่น ๆ ปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มและผลประโยชน์ที่ไม่ใช่รัฐ (private groups and interests) ในประเทศหนึ่งกับประเทศอื่น ๆ การรายงานความเป็นไปของกิจการระหว่างประเทศและผลกระทบต่อนโยบาย การสื่อสารระหว่างผู้ที่มีหน้าที่สื่อสาร เช่น ระหว่างนักการทูตกับสื่อมวลชน และสุดท้ายคือ กระบวนการของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม”

เท่านั้น และบทความประมาณร้อยละ 80 เพิ่งตีพิมพ์เผยแพร่หลังค.ศ. 2006 เป็นต้นมา[4] ความเป็นองค์ความรู้ใหม่นี้เองที่เปิดโอกาสให้ผู้ศึกษาสามารถกำหนดและพัฒนานิยาม ความหมาย ขอบเขตการศึกษา วิธีวิทยาที่วิเคราะห์การทูตสาธารณะที่เชื่อมโยงการ “ชนะใจประชา (Win the Hearts and Minds)” เข้ากับเป้าหมายของนโยบายต่างประเทศและวาระทางการเมืองของรัฐหนึ่ง ๆ พร้อมกับขยายพรมแดนการศึกษาความคิดและปฏิบัติการการทูตสาธารณะที่นอกเหนือไปจากการผลิตซ้ำตัวอย่างหรือประสบการณ์ของสหรัฐอเมริกาและประเทศในยุโรป ด้วยการวิเคราะห์กรณีของภูมิภาคอื่น ๆ เช่น เอเชียตะวันออก เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ในเชิงลึก

ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เป็นสองประเทศแรก ๆ ในเอเชียที่ริเริ่มและดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะเพื่อขยายวาระ คุณค่า และผลประโยชน์แห่งชาติของตนอย่างจริงจังในรูปแบบต่าง ๆ หลังสงครามโลกครั้งที่สอง เช่น การจัดตั้งองค์กรของรัฐเพื่อจัดสรรทุนการศึกษาและการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนผู้นำและเยาวชนแก่ประเทศกำลังพัฒนาต่าง ๆ การเผยแพร่วัฒนธรรม วิถีชีวิต และความคิดของผู้คนในสังคมของตนผ่านสื่อและสินค้าวัฒนธรรมร่วมสมัยอย่างภาพยนตร์ ละคร รายการโทรทัศน์ และการส่งสินค้าอุปโภคบริโภคของประเทศตนอย่างเช่นเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีคุณภาพออกไปยังประเทศต่าง ๆ กิจกรรมเหล่านี้ได้สร้างภาพจดจำของทั้งสองประเทศในความรู้สึกนึกคิดของประชาชนประเทศอื่น ๆ มาเป็นเวลายาวนาน ผลการดำเนินการเหล่านี้สะท้อนเบื้องต้นในรายงานดัชนีชี้วัด Soft Power 30 ที่จัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษา Portland สำนักงานสิงคโปร์ร่วมกับ Facebook และศูนย์การทูตสาธารณะ มหาวิทยาลัยเซาเทิร์นแคลิฟอร์เนีย (USC Center on Public Diplomacy) ในค.ศ. 2019 ซึ่งจัดอันดับให้ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มี Soft Power อันดับหนึ่งและอันดับสองของภูมิภาคเอเชีย[5]

อย่างไรก็ดี งานวิชาการที่ศึกษาการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ส่วนใหญ่ไม่ได้นำเสนอเป้าหมายหรือวาระทางการเมืองและนโยบายต่างประเทศที่เป็นแรงผลักดันการ

---

4 Efe Sevin, *Public Diplomacy and the Implementation of Foreign Policy in the US, Sweden and Turkey* (Cham: Palgrave McMillan, 2017), 19.

5 Jonathan McClory, *Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power 2019* (Portland: USC Center on Public Diplomacy, 2019), 67.

ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะ หรือไม่ได้พิจารณาเป็นการดำเนินนโยบายที่เป็นภาพรวมระดับนโยบายรัฐบาลมากนัก งานที่มีอยู่มักจะเป็นการอธิบายและวิเคราะห์แบบแยกส่วน เช่น งานศึกษาที่เน้นอธิบายแต่เฉพาะวิวัฒนาการ การปฏิบัติ “นโยบายวัฒนธรรม (Cultural Policy)” ของประเทศในเอเชียตะวันออกและผลกระทบ[6] งานศึกษาที่เปรียบเทียบการใช้สื่อสังคมในการทูตสาธารณะ[7] งานศึกษาที่เน้นอธิบายการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ในฐานะกิจกรรมหนึ่งที่บ่งชี้บทบาทและสถานะ[8] งานศึกษาที่เน้นหรืออ้างอิงพัฒนาการเชิงสถาบันขององค์กรการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นหรือเกาหลีใต้[9] งานศึกษาเฉพาะโครงการหรือกิจกรรมหนึ่ง ๆ ที่ดำเนินการโดยองค์กรหรือบุคลากรภาครัฐ เช่น การให้ทุนการศึกษาและการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการของ KF[10] โครงการความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อส่งเสริมการพัฒนา เช่น โครงการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้การพัฒนา

---

[6] ตัวอย่างจาก Nobuko Kawashima and Hye-Kyung Lee, eds., *Asian Cultural Flows: Cultural Policies, Creative Industries, and Media Consumers* (Singapore: Springer, 2018); William M. Tsutsui and Michiko Ito, eds., *In Godzilla's footsteps: Japanese pop culture icons on the global stage* (New York & Hampshire: Palgrave McMillan, 2006); Tae-Jin Yoon and Dal Yong Jin, eds., *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality* (London: Lexington Books, 2017).

[7] Se Jung Park and Yon Soo Lim, “Information networks and social media use in public diplomacy: a comparative analysis of South Korea and Japan,” *Asian Journal of Communication 24*, no. 1 (2014): 79-98.

[8] ดูตัวอย่างจาก Sook Jong Lee, “South Korea's Middle Power Activism and the Retooling of Its Public Diplomacy,” in *Understanding Public Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region*, eds. Jan Melissen and Yul Sohn (New York: Palgrave McMillan, 2015); Yoshihide Soeya, “The Evolution of Japan's Public Diplomacy: Haunted by Its Past History,” in *Understanding Public Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region*, eds. Jan Melissen and Yul Sohn (New York: Palgrave McMillan, 2015).

[9] ดูตัวอย่างจาก นิกรเดช พลางกูร, *การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยและบทบาทที่สำคัญของกระทรวงการต่างประเทศ*, รายงานหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 7 (พ.ศ. 2558) สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ, http://www.mfa.go.th/dvifa/contents/filemanager/files/nbt/nbt7/IS/7002.pdf; Enna Park, “Korea's Public Diplomacy,” in *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, eds. Nancy Snow and Nicholas J. Cull, second edition, (New York: Routledge, 2020); Tadashi Ogawa, “Japan's Public Diplomacy at the Crossroads,” in *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, eds. Nancy Snow and Nicholas J. Cull, second edition (New York: Routledge, 2020).

[10] ดูตัวอย่างจาก Seksan Anantasirikiat, “Making Friends with ASEAN Countries through Korea Foundation's Educational Programs,” in *Korea's Public Diplomacy*, ed. Kadir Ayhan (Seoul: Hangang Network, 2016).

(Knowledge Sharing Program: KSP)[11] โครงการการสอนและการแลกเปลี่ยนแห่งญี่ปุ่น (The Japan Exchange and Teaching Programme: JET/外国語青年招致事業)[12] บทบาทของเมืองในการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ[13] เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีงานศึกษาโครงการหรือกิจกรรมการทูตสาธารณะที่ดำเนินการโดยภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมด้วย[14]

เอกสารศึกษาฉบับนี้วิเคราะห์นโยบายการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยมีข้อเสนอหลักคือ นโยบายและปฏิบัติการการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นเป็นไปเพื่อรักษาสถานะเดิม (Status Quo) แตกต่างจากเกาหลีใต้ที่มีเป้าหมายเพื่อการมุ่งสู่สถานะที่สูงขึ้น เป็นที่ยอมรับของสมาชิกในสังคมระหว่างประเทศมากขึ้น เอกสารศึกษาส่วนแรกเป็นการกำหนดนิยามและจำกัดขอบเขตการศึกษาการทูตสาธารณะ เพื่อกำหนดกรอบความคิดเบื้องต้นโดยวาดเส้นแบ่งระหว่างการทูตสาธารณะกับปฏิบัติการระหว่างประเทศอื่น ๆ เช่น การสื่อสารระหว่างประเทศ (International Communication) ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกรอบการวิเคราะห์ทางวิชาการที่เหมาะสมกับกรณีศึกษาอื่น ๆ ต่อไปได้ ส่วนที่สองเป็นการ

---

[11] ดูตัวอย่างจาก Benjamin A. Engel, “Fathers and Daughter’s Saemaul Undong: True Replication or Mere Glorification?,” in *Korea’s Soft Power and Public Diplomacy*, ed. Kadir Ayhan (Seoul: Hangang Network, 2017).

[12] ดูตัวอย่างจาก Emily Metzgar, “Willing interpreters and receivers: American alumni of the Japan exchange and teaching (JET) program,” *Palgrave Communications 3*, no. 17013, doi: 10.1057/palcomms.2017.13.

[13] ดูตัวอย่างจาก อุไรวรรณ คูหะเปรมะ, *การใช้ Public Diplomacy เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับเขตคันไซ*, รายงานหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 5 (พ.ศ. 2556) สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ, http://www.mfa.go.th/dvifa/contents/filemanager/files/nbt/nbt5/IS/IS5003.pdf.

[14] ดูตัวอย่างจาก A. Safril Mubah, “Japanese Public Diplomacy in Indonesia: The Role of Japanese Agencies in Academic Exchange Programs between Japan and Indonesia,” *Global & Strategis 13*, no. 1 (2019), doi: 10.20473/jgs.13.1.2019.37-50; Junghyun Cho, “Non-State Actor Participation in Korean Public Diplomacy: Case Study of Karandashi Project,” in *Korea’s Public Diplomacy*, ed. Kadir Ayhan (Seoul: Hangang Network, 2016); Lindsay M. Bier and Candance L. White, “Cultural diplomacy as corporate strategy: an analysis of Pasona’s Group’s “New Tohoku” program in Japan,” *Place Branding and Public Diplomacy* (2020): doi: 10.1057/s41254-020-00165-4; Seong Hee Oh, “Non-State Actors Case Study: Korean Quarterly, the Voice of Korean Adoptees in U.S.” in *Korea’s Soft Power and Public Diplomacy*, ed. Kadir Ayhan (Seoul: Hangang Network, 2017).

วิเคราะห์บริบทและยุทธศาสตร์ของการดำเนินนโยบาย พัฒนาการและการจัดองค์กรการทูตสาธารณะ และลักษณะการดำเนินโครงการการทูตสาธารณะของรัฐบาลนายกรัฐมนตรีอาเบะ ชินโซ (Abe Shinzō) และประธานาธิบดีมุน แช-อิน (Moon Jae-in) เพื่อวิเคราะห์ภาพรวมการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะเพื่อตอบสนองเป้าหมายของนโยบายต่างประเทศและวาระทางการเมือง และส่วนสุดท้ายเป็นการสังเคราะห์ผลการศึกษาของทั้งสองประเทศเพื่อปรับเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อการพัฒนาการทูตสาธารณะของไทยให้ตอบสนองบริบทระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปและยุทธศาสตร์ชาติได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

2. การทูตสาธารณะ: กำหนดนิยาม จำกัดขอบเขต

การศึกษาการทูตสาธารณะในทางวิชาการสามารถพิจารณาได้จากหลายมุมมอง พร้อมกับหยิบยืมกรอบความคิดและวิธีวิทยาจากรัฐศาสตร์และศาสตร์อื่น ๆ เช่น การตลาด สื่อสารมวลชน มาร่วมสนทนา สร้างสรรค์ และพัฒนาองค์ความรู้ได้ การทูตสาธารณะจึงมีลักษณะสหสาขาวิชา (Inter-Disciplinary) อยู่ในตัว Sevin, Metzgar and Hayden ชี้ให้เห็นว่า ในค.ศ. 1965-2017 มีวารสารวิชาการภาษาอังกฤษที่ตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิชาการและวิจัยเกี่ยวกับการทูตสาธารณะ ปรากฏบนฐานข้อมูลอ้างอิงนานาชาติถึง 30 ฉบับ มีบทความที่เผยแพร่เป็นจำนวนถึง 2,124 ชิ้น ในจำนวนนี้ มีวารสารถึง 15 ฉบับที่จัดหมวดหมู่บทความการทูตสาธารณะให้อยู่ภายใต้ร่มเงาของสาขาวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 11.02 ของจำนวนบทความที่วิเคราะห์ทั้งหมด รองลงมาจึงเป็นวารสารเกี่ยวกับการทูตสาธารณะโดยตรง จากนั้นจะเป็นวารสารด้านสื่อสารมวลชน วัฒนธรรมศึกษา การกีฬา ประวัติศาสตร์ และวารสารสหสาขาวิชาตามลำดับ[15]

อย่างไรก็ดี ลักษณะเช่นนี้มีแนวโน้มทำให้ผู้ศึกษาหรือผู้สนใจการทูตสาธารณะอาจเหมารวมและพิจารณาทุกปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในพรมแดนการระหว่างประเทศ (International Affairs) หรือการสื่อสารระหว่างประเทศเป็นการทูตสาธารณะได้ทั้งหมด การทูตสาธารณะก็คือกิจกรรม “การทูต (Diplomacy)” รูปแบบหนึ่งตามที่ปรากฏในชื่อ ดังนั้น กิจกรรมที่เรียกได้ว่าเป็นการทูตสาธารณะก็ควรมีความเชื่อมโยงกับการดำเนิน

[15] Efe Sevin, Emily Metzgar and Craig Hayden, “The Scholarship of Public Diplomacy: Analysis of a Growing Field,” *International Journal of Communication 13*, (2019): 4821.

นโยบายหรือขับเคลื่อนวาระการต่างประเทศของรัฐในทางใดทางหนึ่ง เอกสารศึกษาส่วนนี้จึงเป็นการอธิบายและวางกรอบความคิดเบื้องต้นสำหรับการศึกษาการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ด้วยการจำกัดขอบเขตการศึกษา กำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ และแสดงความแตกต่างระหว่างการทูตสาธารณะกับปฏิบัติการทางการทูตในพรมแดนการศึกษาการระหว่างประเทศอื่น ๆ เพื่อความแม่นยำในการวิเคราะห์ ทั้งนี้นิยามการทูตสาธารณะของ Gregory สามารถใช้เป็นจุดตั้งต้นได้ เขาพิจารณาการทูตสาธารณะในฐานะเครื่องมือของรัฐหรือตัวแสดงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรัฐ เพื่อบรรลุเป้าหมายทางการเมืองของรัฐ Gregory กล่าวว่า การทูตสาธารณะคือ

"เครื่องมือที่รัฐ สมาคมของรัฐต่าง ๆ องค์กรภายใต้รัฐ และตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐใช้เพื่อสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรม ทัศนคติ และพฤติกรรม สร้างและบริหารความสัมพันธ์ สร้างอิทธิพลต่อความเห็นและการปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อขยายผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐ[16]

แม้นิยามข้างต้นจะครอบคลุมตัวแสดงและวัตถุประสงค์ของการทูตสาธารณะ แต่ก็ยังไม่ได้กล่าวถึงรายละเอียดของสื่อ กิจกรรม หรือช่องทางที่รัฐหนึ่ง ๆ จะสร้างความเข้าใจ บริหารความสัมพันธ์ หรือส่งอิทธิพลต่อความเห็นและการปฏิบัติต่าง ๆ ของอีกรัฐหนึ่ง ก่อนหน้านี้ Melissen เสนอกรอบความคิด "การทูตสาธารณะใหม่ (New Public Diplomacy)"[17] โดยชี้ให้เห็นถึงบริบททางการเมืองระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปในแง่ที่รัฐมิได้เป็นผู้ผูกขาดสิทธิอำนาจหรืออิทธิพลในการดำเนินนโยบายต่างประเทศแต่ผู้เดียว ขณะที่การทูตก็มิใช่แค่การสร้างและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับรัฐเท่านั้น มีตัวแสดงใหม่ ๆ ที่สามารถสร้างความเข้าใจและส่งอิทธิพลต่อการบริหารความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้ เช่น องค์กรภาคประชาสังคมระหว่างประเทศ กลุ่ม เครือข่าย และสมาคมที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับประชาชน มีประเด็นใหม่ ๆ ที่รัฐต่าง ๆ ร่วมกันกำหนดเป้าหมายการต่างประเทศที่มีมากกว่าแค่การตอบสนองผลประโยชน์แห่งชาติ เช่น การขับเคลื่อนวาระสันติภาพของโลก การลดอาวุธ เป็นต้น

---

[16] Bruce Gregory, "Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field," *The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616*, no. 1 (2008): 276.

[17] Jan Melissen, ed., *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations* (New York: Palgrave McMillan, 2005).

นอกจากนี้ การทูตสาธารณะใหม่ยังเน้นบทบาทของสื่อใหม่ที่มาพร้อมกับความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เช่น Twitter Facebook และที่สำคัญ มีกรอบความคิดเรื่องการสื่อสารระหว่างกันที่เป็นแบบ “สองทางสมมาตร (Two-way Symmetrical Communication)” ซึ่งมิใช่แค่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของรัฐเดียวฝ่ายเดียวเหมือนก่อน แต่หมายรวม “ผู้มีส่วนได้เสียทางยุทธศาสตร์ (Strategic Stakeholder)” และประชาชนทั่วไปเข้ามาร่วมแสดงความคิดเห็นในกระบวนการ “แลกเปลี่ยนเรียนรู้” เพื่อร่วมกันกำหนดทิศทางและขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของรัฐด้วย Cull เห็นว่า การทูตสาธารณะแตกต่างจากการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) ในหลายประเด็น เช่น การทูตสาธารณะเป็นการสื่อสารสองทาง แต่โฆษณาชวนเชื่ออาจไม่เป็นเช่นนั้น การทูตสาธารณะเน้นการฟังเพื่อเรียนรู้ แต่โฆษณาชวนเชื่อเน้นการฟังเพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมาย การทูตสาธารณะอยู่บนฐานของความจริงและยึดหลักจริยธรรม แต่โฆษณาชวนเชื่อเลือกสรรความจริงและอาจไม่คำนึงถึงหลักจริยธรรม ฯลฯ[18]

บริบทและเงื่อนไข “ใหม่” ในการดำเนินการทูตสาธารณะเหล่านี้ยิ่งทำให้การนิยามการทูตสาธารณะทำได้ยากมากขึ้น และฟังดูราวกับว่า ทุกกิจกรรมระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเยาวชนของสถาบันการศึกษา การจัดสรรทุนการศึกษาแก่นักศึกษาต่างชาติ การประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ในต่างประเทศ โครงการรณรงค์ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของบริษัทชั้นนำต่าง ๆ ผ่านสื่อ สามารถนับรวมเป็นการทูตสาธารณะได้ทั้งสิ้น ในด้านหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้อาจส่งผลต่อการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับรัฐในทางปฏิบัติ เนื่องจากผลผลิตหรือผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิบัติการอาจส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์แห่งชาติ ความรับรู้และความเข้าใจที่ประชาชนในรัฐอื่นมีต่อรัฐนั้น ๆ ซึ่งนำไปสู่การมีอำนาจนำหรือมีอิทธิพลเหนือรัฐอื่น ๆ ในทางใดทางหนึ่ง ทั้งนี้การวิเคราะห์ทางสังคมศาสตร์จำเป็นต้องกำหนดหน่วยและระดับการวิเคราะห์ที่ชัดเจน เพื่อระบุความสัมพันธ์ของตัวแปรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งงานวิชาการการทูตสาธารณะที่วิเคราะห์บทบาทตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐในการทูตสาธารณะโดยมากไม่ได้ตระหนักถึงประเด็นทางทฤษฎีนี้

---

[18] Nicholas J. Cull, *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age* (Cambridge: Polity Press, 2019), 13.

Ayhan จึงเสนอแนวทางจำกัดขอบเขตการศึกษาว่า กิจกรรมระหว่างประเทศของตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐจะเข้าข่ายเป็นการทูตสาธารณะได้หรือไม่ตัวแสดงนั้นจะต้องมีคุณสมบัติพื้นฐาน 5 ประการ[19] ดังนี้

1) ตัวแสดงนั้นต้องมีความเป็นสถาบัน (Institutionalized) ในระดับหนึ่ง (มีการจัดตั้งอย่างเป็นทางการ มีค่านิยม บรรทัดฐานที่ยอมรับร่วมกันและปฏิบัติตามมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง – ผู้เขียน)

2) ตัวแสดงนั้นต้องก่อตั้งและดำเนินการโดยมีเป้าหมายเพื่อการทูตสาธารณะอย่างชัดเจน (เป้าหมายตามนิยามของ Gregory ข้างต้นอาจเป็นตัวอย่างหนึ่งที่ใช้อ้างอิงได้ – ผู้เขียน)

3) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องมีเป้าหมายทางการเมืองและสอดคล้องกับเป้าหมายการต่างประเทศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของวาระการทูตสาธารณะของรัฐบาล หรือเป็นการส่งอิทธิพลต่อการดำเนินนโยบายต่างประเทศต่อรัฐอื่น ๆ

4) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องเน้นการสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟังเป้าหมายที่เป็นชาวต่างชาติหรือชุมชนระหว่างประเทศ

5) กิจกรรมที่ดำเนินการต้องมีเป้าหมายเพื่อประโยชน์สาธารณะมิใช่ประโยชน์ทางธุรกิจหรือประโยชน์ส่วนบุคคล

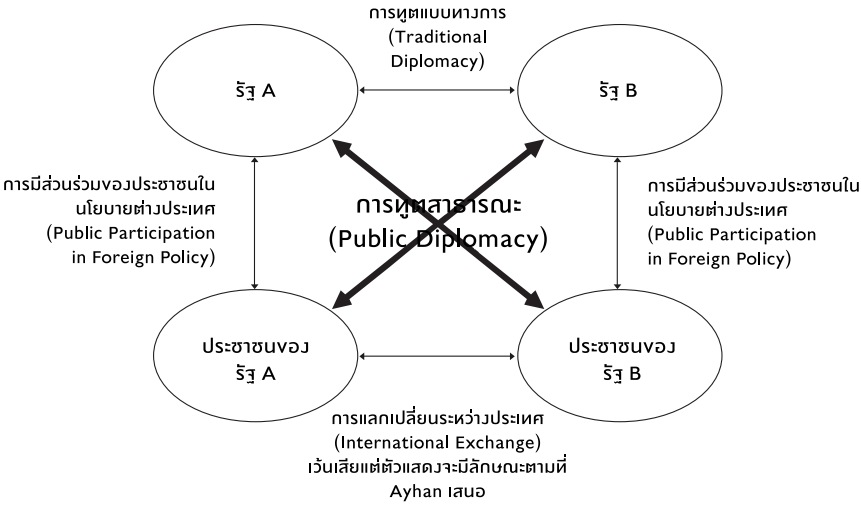
ภาพที่ 1 สรุปกรอบการวิเคราะห์การทูตสาธารณะที่แตกต่างจากการทูตแบบทางการ (Traditional Diplomacy) การมีส่วนร่วมของประชาชนในนโยบายต่างประเทศ (Public Participation in Foreign Policy Process) และการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศระหว่างประชาชนกับประชาชน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐ A กับรัฐ B นั้นคือ การทูตแบบทางการ ซึ่งหมายถึงการดำเนินการหรือการสื่อสารระหว่างรัฐด้วยช่องทางทางการทูต เช่น กระทรวงการต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูต โดยยึดตามแบบแผนพิธีการ ขนบธรรมเนียมทางการทูตที่ปฏิบัติจนเป็นที่ยอมรับสืบต่อกันมา และมีวาระเพื่อส่งเสริมคุณค่าและผลประโยชน์

---

[19] Kadir Jun Ayhan, “The Boundaries of Public Diplomacy and Nonstate Actors: A Taxonomy of Perspectives,” *International Studies Perspectives 20*, no. 1 (2019): 75.

แห่งชาติ ต่อมาคือ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชนของรัฐหรือภาคส่วนที่ไม่ใช่รัฐ หมายถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนของรัฐหรือภาคส่วนที่ไม่ใช่รัฐนั้นในกระบวนการนโยบายต่างประเทศในทางใดทางหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นการร่วมคิดร่วมริเริ่ม การเป็นผู้สนับสนุน การเป็นผู้ปฏิบัติ หรือการประเมินผล อีกปฏิสัมพันธ์หนึ่งคือ ประชาชนกับประชาชน ซึ่งผู้เขียนเห็นสอดคล้องกับ Ayhan ว่า กิจกรรมของตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐจะเข้าข่ายเป็นการทูตสาธารณะได้จะต้องเป็นกิจกรรมที่ตัวแสดงมีคุณสมบัติพื้นฐานทั้ง 5 ประการข้างต้น ไม่เช่นนั้นกิจกรรมดังกล่าวจะเป็นแค่เพียงการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ (International Exchange)

ภาพที่ 1 กรอบความคิดการทูตสาธารณะ



ที่มา: ปรับปรุงจาก Gurgu and Cociuban[20]

[20] Elena Gurgu and Aristide Dumitru Cociuban, "The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization," *Annals of Spiru Haret University, Economic Series 7,* no. 2 (2016): 128.

นอกจากนี้ การศึกษาการทูตสาธารณะส่วนใหญ่มักเชื่อมโยงกรอบการวิเคราะห์เข้ากับ Soft Power ดังที่ Sevin, Metzgar and Hayden พบคำว่า “Soft” กับคำว่า “Power” เป็นคำสำคัญที่ปรากฏมากที่สุดในบทความวิชาการเกี่ยวกับการทูตสาธารณะ[21] ในด้านหนึ่ง กรอบความคิด Soft Power มีจุดร่วมกับการทูตสาธารณะอยู่ที่เป้าหมายสูงสุดนั่นก็คือ “การสร้างอิทธิพลต่อพฤติกรรมและนโยบายของรัฐบาลประเทศอื่น ๆ ด้วยการสร้างทัศนคติและความนิยม (ประเทศหนึ่ง ๆ – ผู้เขียน) ในหมู่พลเมืองต่างชาติ”[22] ซึ่งสอดคล้องกับนิยาม Soft Power ของ Nye ผู้นำเสนอกรอบความคิด Soft Power เป็นครั้งแรกในหนังสือ Bound to Lead ที่ตีพิมพ์เผยแพร่ใน ค.ศ. 1990 แม้ Nye จะพัฒนากรอบความคิดและวิธีวิทยาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่นั้นมา แต่สาระสำคัญของกรอบความคิดยังคงเดิม เขาระบุว่า Soft Power คือ “ความสามารถในการสร้างอิทธิพลเหนือผู้อื่น และได้ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ด้วยการสร้างความดึงดูดใจ (Attraction) และการจูงใจโน้มน้าว (Persuasion) มากกว่าการบังคับด้วยกำลัง (Coercion) หรือการชักจูงด้วยเงิน (Payment)”[23]

อย่างไรก็ดี การประยุกต์ใช้ Soft Power ในงานวิชาการไทยมีข้อจำกัด ดังที่พีระชี้ให้เห็นว่า งานส่วนมากที่เน้นพิจารณาเพียง “แหล่งที่มา” หรือทรัพยากร Soft Power ของรัฐหนึ่ง ๆ เช่น นโยบายวัฒนธรรม นั้นไม่สอดคล้องกับความหมายที่ Nye ต้องการนำเสนอ นั่นคือ “อำนาจที่นิยามจากผลลัพธ์หรือพฤติกรรมของตัวแสดง (power defined as behavioral outcomes)” อ้างอิงจากความเห็นของ Nye พีระเห็นว่า การวิเคราะห์ Soft Power นั้นต้องพิจารณาผลสืบเนื่องจากการใช้ทรัพยากรเหล่านั้นให้ได้ด้วยว่า ทำให้อีกรัฐหนึ่งยินยอมหรือทำตามได้อย่างไร หรือจะต้องพิสูจน์ให้ได้ว่า การที่รัฐหนึ่งยินยอมหรือทำตามอีกรัฐหนึ่งนั้นเป็นผลมาจากการใช้ทรัพยากรเหล่านั้น[24] ซึ่งรายงาน Soft Power 30 ที่กล่าวไปตอนต้นก็ได้พัฒนาตัวชี้วัด Soft Power ในเชิงปริมาณไว้ครบถ้วนระดับหนึ่งแล้ว

---

[21] Sevin, Metzgar and Hayden, “The Scholarship of Public Diplomacy,” 4830-4831.

[22] Olga Zatepilina, “Non-state ambassadors: NGO’s contribution to America’s Public Diplomacy,” *Place Branding and Public Diplomacy 5*, no. 2 (2008): 157.

[23] Joseph S. Nye, “Soft power: the origins and political progress of a concept,” *Palgrave Com munications 3*, no. 17008 (2017), 2, https://www.nature.com/articles/palcomms20178.pdf.

[24] พีระ เจริญวัฒนนุกูล, “พินิจแนวคิด Soft Power อย่างจริงจัง: ปัญหาและความเข้าใจผิดในการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในงานวิชาการไทย,” *รัฐศาสตร์นิเทศ 4*, ฉบับที่ 1-2 (2561): 251-253.

และการประเมิน Soft Power ให้แม่นยำในทางปฏิบัติก็อาจทำได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยมากมายทั้งที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้เข้ามาเกี่ยวข้อง

ดังนั้น ประเด็นการศึกษาการทูตสาธารณะที่เป็นประโยชน์ต่อภาคนโยบายจึงไม่ใช่งานที่เพียงระบุแหล่งที่มาของทรัพยากรที่สร้าง Soft Power หรืออธิบายความนิยมญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ในหมู่พลเมืองต่างชาติที่เกิดจากความสำเร็จของนโยบายวัฒนธรรมของภาครัฐและภาคเอกชนเท่านั้น แต่ควรพิจารณาไปถึงความเชื่อมโยงที่นโยบายหรือปฏิบัติการเหล่านี้มีร่วมกับ “บริบทและยุทธศาสตร์”[25] ของรัฐดังที่ Nye เสนอไว้ด้วย การ “ชนะใจประชา” หรือการสร้างความนิยมในหมู่พลเมืองต่างชาติจึงมิใช่เป้าหมายสูงสุดของการทูตสาธารณะของรัฐดังที่นักวิชาการมักกล่าวถึง เป้าหมายทางการเมืองที่อยู่เบื้องหลังการชนะใจประชาต่างหากเป็นคำถามสำคัญที่ควรพิจารณา รายงานฉบับนี้จึงใช้วิธีวิเคราะห์กรณีศึกษาทั้งสองในเชิงลึก เพื่อให้เห็นความต่อเนื่องและความเปลี่ยนแปลงของการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะเพื่อตอบสนองบริบทและยุทธศาสตร์การต่างประเทศของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ โดยเน้นการวิเคราะห์การทูตสาธารณะที่หมายรวมถึงการทูตวัฒนธรรมและการสร้างความสัมพันธ์กับภาควิชาการ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และประชาชนในประเทศเป้าหมายที่ดำเนินการโดยกระทรวงการต่างประเทศ และองค์กรการทูตสาธารณะในกำกับเป็นสำคัญ

---

[25] Joseph S. Nye, *The Future of Power* (New York: Public Affairs, 2011), 6-7.

ญี่ปุ่น:

การทูตสาธารณะเพื่อฟื้นฟู
และรักษาสถานะเดิม

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีพัฒนาการเชิงสถาบันของการทูตสาธารณะอย่างต่อเนื่องยาวนานที่สุดของภูมิภาคเอเชีย ยุทธศาสตร์การต่างประเทศของญี่ปุ่นนั้นเกิดขึ้นพร้อมกับกระบวนการสร้างรัฐชาติสมัยใหม่ ญี่ปุ่นถูกบังคับให้เปิดประเทศเพื่อรับการค้าขายกับโลกตะวันตกใน ค.ศ. 1853 หลังจากใช้นโยบายจำกัดบทบาทชาวตะวันตก (Closed Door Policy/鎖国) เป็นเวลายาวนานถึงประมาณ 250 ปี หลังการปฏิรูปเมจิ (Meiji Restoration/明治維新) ที่โค่นล้มรัฐบาลทหารและฟื้นฟูพระราชสถานะของสมเด็จพระจักรพรรดิ รัฐบาลประกาศตั้งกระทรวงการต่างประเทศ (Ministry of Foreign Affairs: MOFA/外務省) ขึ้นใน ค.ศ. 1869 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาสถานะที่เท่าเทียมกับประเทศตะวันตก พร้อมส่งคณะราชทูตนำโดยอิวะกุระ โทะโมะมิ (Iwakura Tomomi) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศในขณะนั้น เดินทางไปยังสหรัฐอเมริกาและประเทศยุโรปเพื่อนำระบบการเมืองและระบบกฎหมายแบบตะวันตกเข้ามาปฏิบัติในญี่ปุ่น เพื่อนำญี่ปุ่นเข้าสู่สมัยใหม่ ในช่วงทศวรรษ 1920 ข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศมีมุมมองแตกต่างจากผู้ปกครองในขณะนั้นซึ่งส่วนใหญ่เป็นทหารอยู่บ่อยครั้ง เนื่องจากทหารส่วนใหญ่นิยมการขยายอำนาจ แตกต่างจากข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศส่วนใหญ่ที่นิยมสันติภาพ

และสนับสนุนการสร้างความร่วมมือกับประเทศตะวันตก ซึ่งท้ายที่สุด ญี่ปุ่นเลือกเดินทางเข้าสู่สงครามโลก[26] ปฏิบัติการทางการทูตแรก ๆ ของญี่ปุ่นที่ใกล้เคียงกับนิยามการทูตสาธารณะที่ระบุไว้ในเนื้อหาส่วนแรกของรายงานนั้น Ogawa เสนอว่า การเข้าร่วมงานนิทรรศการโลก (World Expo) ที่นครหลุยเซียนา ประเทศสหรัฐอเมริกาใน ค.ศ. 1904 เป็นหมุดหมายสำคัญที่แสดงสถานะของญี่ปุ่นในฐานะประเทศชั้นนำของโลก และช่วยให้ญี่ปุ่นสนใจกิจกรรมสื่อสารกับสังคมระหว่างประเทศและการทูตวัฒนธรรมมากขึ้น ฮะระ ทะกะชิ (Hara Takashi) นายกรัฐมนตรีในขณะนั้นและคณะได้หันมาศึกษาการสื่อสารระหว่างประเทศและตระหนักว่า กิจกรรมดังกล่าวเป็นเครื่องมือที่สำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เมื่อผู้แทนจีนคิดจะสร้างประเด็นขัดแย้งกับญี่ปุ่นในที่ประชุมสันติภาพปารีส (Paris Peace Conference) ใน ค.ศ. 1919-1920 โคะโนะเอะ อะยะมะโระ (Konoe Ayamaro) นักการทูตหนุ่มผู้ซึ่งกลายมาเป็นนายกรัฐมนตรีที่นำญี่ปุ่นเข้าต่อรบกับจีนใน ค.ศ. 1937 กล่าวถึงความสำคัญของการจัดตั้งองค์กรโฆษณาการไว้ว่า “เป็นเรื่องเร่งด่วนมากที่ต้องก่อตั้งและสร้างองค์กรโฆษณาการใหม่ให้เข้มแข็งเพื่อต่อกรทางการทูตกับจีนที่กำลังอลหม่านเพื่อธำรงรักษาผลประโยชน์และสถานะอันทรงเกียรติของพวกเราให้เหมือนกับที่เป็นอยู่”[27]

พัฒนาการเชิงสถาบันของการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นอาจเริ่มพิจารณาจากการที่กระทรวงการต่างประเทศญี่ปุ่นจัดตั้งกรมสารนิเทศขึ้นใน ค.ศ. 1920 โดยปรับโครงสร้างอยู่บ่อยครั้ง พร้อมกับจัดตั้งหน่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ซึ่งมีโครงการที่สำคัญได้แก่ โครงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับจีนใน ค.ศ. 1923 เพื่อลดกระแสต่อต้านญี่ปุ่นที่เกิดขึ้นในหมู่ปัญญาชนจีน โดยเน้นหลักการ “สื่อสารแบบสองทาง” ซึ่งเป็นหัวใจของการทูตสาธารณะตามนิยามที่รายงานฉบับนี้ใช้ โดยการเปิดโอกาสให้ปัญญาชนจีนแสดงความคิดเห็น ญี่ปุ่นตั้งคณะที่ปรึกษาโครงการที่ประกอบด้วยผู้แทนฝ่ายจีนและฝ่ายญี่ปุ่นรวมกันจำนวน 10 คน หน่วยส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมญี่ปุ่น-จีนนี้พัฒนามาเป็นกรมกิจการวัฒนธรรมใน ค.ศ. 1924 และกรมสารนิเทศก็พัฒนามาเป็นกรมการทูตสาธารณะในภายหลัง ต่อมา ใน ค.ศ. 1934 ญี่ปุ่นกลายเป็นประเทศที่ไม่ใช่ตะวันตกประเทศแรก

---

[26] Kazushi Minami, “Japan,” in *Modern Diplomacy in Practice*, eds. Robert Hutchings and Jeremi Suri (Cham: Palgrave McMillan, 2020), 100-101.

[27] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 275-276.

ที่ก่อตั้งองค์กรแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างประเทศตามกรอบความคิดการทูตสมัยใหม่ องค์กรนั้นคือ สมาคมความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ (Society for International Cultural Relations มีคำย่อตามชื่อภาษาญี่ปุ่นว่า KBS/国際文化振興会) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการสานเสวนาในหมู่ผู้มีบทบาททางวัฒนธรรมชั้นนำของโลก ส่งคณะผู้แทนทางวัฒนธรรมไปยังที่ต่าง ๆ ในโลก และเผยแพร่สิ่งพิมพ์เกี่ยวกับญี่ปุ่น สมาคมนี้ดำเนินการโดยใช้เงินสนับสนุนจากภาคเอกชนและรัฐบาลเป็นสำคัญ โดยมีบทบาทในการปรับภาพลักษณ์แห่งชาติของญี่ปุ่นหลังจากตัดสินใจถอนตัวออกจากองค์การสันนิบาตชาติ (League of Nations) เพื่อตอบโต้ที่องค์การฯ ประณามตนหลังยกกองทัพบุกแมนจูเรียในอุบัติการณ์มุกเด็น (Mukden Incident) ค.ศ. 1931[28]

แรงผลักดันในการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นนั้นมาจากความจำเป็นที่ต้องใช้เครื่องมือทางการทูตมารักษาผลประโยชน์และสถานะของตนในช่วงสงครามโลกครั้งที่หนึ่งเป็นสำคัญ ต่อมาในช่วงสงครามโลกครั้งที่สอง รัฐบาลได้ยุบองค์กรเหล่านี้มาไว้ในสังกัดสำนักสารนิเทศ สำนักงานคณะรัฐมนตรีทั้งหมด ซึ่งสำนักนี้มีภารกิจที่สำคัญนอกจากการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลแล้ว ยังปฏิบัติงานเกี่ยวกับข่าวกรอง ประมวลและวิเคราะห์ข่าว และควบคุมข้อมูลเกี่ยวกับปฏิบัติการในสงคราม อำนาจกำกับดูแลของสำนักฯ นี้แผ่ไปถึงดินแดนที่เป็นอาณานิคมของญี่ปุ่นด้วย แม้องค์กรนี้จะยุบไปหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุด กระทรวงการต่างประเทศญี่ปุ่นก็ฟื้นฟูขึ้นมาอีกครั้งในรูปแบบกรมสารนิเทศใน ค.ศ. 1946 โดยรวมภารกิจการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเข้าไปด้วย[29] พัฒนาการเชิงสถาบันที่เกิดขึ้นในช่วงเวลานี้ได้กลายเป็นรากฐานสำคัญของการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นในเวลาต่อมา รายงานส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์บริบทและยุทธศาสตร์ของการดำเนินนโยบายพัฒนาการและการจัดองค์กรการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นโดยแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา ดังนี้

1. ฟื้นฟูสถานะและความเชื่อมั่น: การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นก่อนทศวรรษ 1990

โจทย์ทางยุทธศาสตร์การต่างประเทศของญี่ปุ่นก่อนทศวรรษ 1990 นับตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดจนถึงช่วงสงครามเย็นสิ้นสุดที่มีโยะชิดะ ชิเงะรุ (Yoshida

---

[28] Ibid, 276.

[29] Ibid, 276-277.

Shigeru) ดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีจากการเลือกตั้งคนแรกของญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดจนถึงรัฐบาลของนายกรัฐมนตรีคนสุดท้ายผู้ที่ได้ชื่อว่า สมาทานแนวทางของโยะชิดะนั่นคือ มิยะสะวะ คิอิชิ (Miyazawa Kiichi) นั้น มีคำถามสำคัญคือ ญี่ปุ่นจะฟื้นฟูสถานะทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นในสังคมระหว่างประเทศอย่างไร

คำตอบแรกคือ ญี่ปุ่นควรยึดหลักนิยมโยะชิดะ (Yoshida Doctrine) ซึ่งโยะชิดะไม่เคยประกาศอย่างเป็นทางการ แต่ประยุกต์มาจากข้อหารือกับจอห์น ฟอสเตอร์ ดัลเลส (John Foster Dulles) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศของสหรัฐอเมริกาในขณะนั้นก่อนที่จะเกิดสงครามเกาหลี มีหลักการสำคัญคือ การพึ่งพิงสหรัฐอเมริกาในด้านความมั่นคงทางทหารโดยอ้างถึงข้อจำกัดตามมาตรา 9 ของรัฐธรรมนูญญี่ปุ่น ค.ศ. 1947 ที่ให้ญี่ปุ่นงดเว้นจากสงครามและห้ามมีกองทัพบก กองทัพเรือ และกองทัพอากาศ ญี่ปุ่นจึงมีเพียงกองกำลังป้องกันตนเอง (Self-Defense Forces: SDF/自衛隊) และการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศเพื่อให้ญี่ปุ่นกลับมาเป็นมหาอำนาจโลกที่ยิ่งใหญ่เกรียงไกรอีกครั้ง ในด้านหนึ่ง หลักนิยมโยะชิดะอาจเป็นการปฏิบัติตามมาตรการของกองบัญชาการสูงสุดฝ่ายสัมพันธมิตร (Supreme Commander for the Allied Powers: SCAP) ที่เข้ามา “ปฏิรูป” ญี่ปุ่นครั้งใหญ่ด้วยหลักการ “3Ds” ได้แก่ การลดทอนกระบวนการสร้างลัทธิทหารนิยม (De-militarization) การลดทอนกระบวนการสร้างการผูกขาด (De-monopolization)[30] และกระบวนการสร้างประชาธิปไตย (Democratization) หลังญี่ปุ่นประกาศยอมจำนนในวันที่ 15 สิงหาคม ค.ศ. 1945 และลงนามสนธิสัญญาสงบศึกบนเรือมิสซูรี ณ อ่าวโตเกียว ในวันที่ 2 กันยายน ปีเดียวกัน

นอกจากการสร้างหลักประกันความมั่นคงและการพัฒนาเศรษฐกิจแล้ว ญี่ปุ่นยังเน้นความสำคัญของการใช้นโยบายวัฒนธรรมด้วย ภารกิจทางวัฒนธรรมแรกเริ่มที่ญี่ปุ่นเร่งดำเนินการคือ การปรับภาพลักษณ์จากการเป็นรัฐทหารนิยมมาสู่รัฐที่ส่งเสริมการสร้างประเทศด้วยนโยบายวัฒนธรรมเพื่อฟื้นความภาคภูมิใจในชาติและความเชื่อมั่นของสังคม

---

[30] สุรางค์ศรี ตันเสียงสม, *ประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นสมัยใหม่* (กรุงเทพฯ: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551), 122-124.

ระหว่างประเทศตามข้อเสนอของคะตะยะมะ เทะท์ซุ (Katayama Tetsu) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศในขณะนั้น รัฐบาลยุติกิจกรรมเกี่ยวกับการโฆษณาชวนเชื่อและการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมที่อาจเป็นส่วนหนึ่งของการนำพาประเทศไปสู่ความคิดทหารนิยม-อำนาจนิยม ในเดือนธันวาคม ค.ศ. 1945 มีการยกเลิกสำนักประชาสัมพันธ์ของคณะรัฐมนตรี ในส่วนของกระทรวงการต่างประเทศ มีการฟื้นฟูกรมสารนิเทศขึ้นใหม่ใน ค.ศ. 1946 แต่กรมสารนิเทศก็ไม่มีงบประมาณและบุคลากรมากนัก งบประมาณในช่วงแรกจัดสรรไปที่ KBS เป็นหลัก โดยเน้นภารกิจส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมโดยการเผยแพร่วัฒนธรรมดั้งเดิมของญี่ปุ่น เช่น พิธีชงชา การจัดดอกไม้แบบญี่ปุ่น มีสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศเป้าหมายสำคัญของการดำเนินการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่สอง[31]

ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือต่อสู้ทางการเมืองที่สำคัญในช่วงสงคราม เมื่อวันที่ 9 สิงหาคม ค.ศ. 1945 กระทรวงกิจการสงครามของสหรัฐอเมริกาเผยแพร่ภาพยนตร์เรื่อง Know Your Enemy: Japan กำกับโดยแฟรงก์ คาปรา (Frank Capra) สามวันหลังทิ้งระเบิดที่ฮิโรชิมา ภาพยนตร์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นคือรากฐานสำคัญของพฤติกรรมขยายอำนาจและกระหายสงครามของญี่ปุ่นมากกว่าความปรารถนาที่กล่าวอ้างว่ากระทำไปเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง และกองทัพ โดยใช้คลิปข่าวตามหนังสือพิมพ์และภาพยนตร์แนวนิยายของญี่ปุ่นเป็นหลักฐานประกอบการสร้างเรื่องราว เพื่อให้ญี่ปุ่นกลายเป็นสิ่งที่แปลกแยก ไม่มีราก และเป็นปฏิปักษ์[32] การสร้างญี่ปุ่นให้เป็นปีศาจดำเนินต่อมาถึงช่วงต้นสงครามเย็นที่มีการแบ่งขั้วอำนาจและอุดมการณ์ หลังการยึดครองของสหรัฐอเมริกาสิ้นสุดใน ค.ศ. 1952 อุตสาหกรรมภาพยนตร์ญี่ปุ่นถูกสื่ออเมริกันและอังกฤษกล่าวหาว่า พยายามสร้างภาพยนตร์ที่กล่าวถึงแต่ระเบิดปรมาณูและสงครามแปซิฟิก เพื่อฟื้นฟูแนวคิดทหารนิยมของพวกฝ่ายขวา และขัดขวางผลประโยชน์ของอเมริกันในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก[33]

---

31 Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 277.

32 Miia Huttunen, “De-demonising Japan? Transitioning from war to peace through Japan’s cinematic post-war cultural diplomacy in UNESCO’s Orient project 1957-1959,” *International Journal of Cultural Policy 23*, no. 6 (2017): 751.

33 Ibid, 754.

วิธีที่ญี่ปุ่นใช้ฟื้นฟูภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นระหว่างประเทศในช่วงเวลานั้นคือ การเข้าเป็นสมาชิกขององค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ในการประชุมสมัยสามัญครั้งที่ 6 ของ UNESCO ใน ค.ศ. 1951 ซึ่งมีวาระสำคัญคือ การรับรองสมาชิกภาพของญี่ปุ่นใน UNESCO ด้วยนั้น มะเอะดะ ทะมน (Maeda Tamon) หัวหน้าคณะผู้แทนญี่ปุ่นกล่าวว่า “จิตวิญญาณของ UNESCO คือหลักการที่ชี้นำญี่ปุ่น ซึ่งกลายมาเป็นวิถีที่ญี่ปุ่นสร้างตนเองขึ้นใหม่ในฐานะรัฐที่เป็นประชาธิปไตยและรักสันติภาพ” คำกล่าวของมะเอะดะมีนัย 2 ประการ ด้านหนึ่งเป็นมุมมองสภาพจริงนิยม (Realism) ที่พิจารณาการทูตวัฒนธรรมในฐานะเครื่องมือ “ขยายคุณค่าและผลประโยชน์แห่งรัฐ” ผ่านการสร้างภาพลักษณ์ใหม่ที่ไม่ใช่ญี่ปุ่นในช่วงสงคราม อีกด้านหนึ่งเป็นมุมมองอุดมคตินิยม (Idealism) ที่ต้องการวางญี่ปุ่นให้อยู่ในสถานะที่สามารถต่อรองระหว่างประเทศตะวันตกที่พัฒนาแล้วกับประเทศเอเชียที่กำลังพัฒนา[34] ซึ่งเป็นสถานะดั้งเดิมของญี่ปุ่นในช่วงที่รุ่งเรืองก่อนจะกลายเป็นผู้แพ้สงครามโลก

ต่อมา ใน ค.ศ. 1958 คณะกรรมการกิจการ UNESCO แห่งชาติญี่ปุ่น (Japanese National Commission for UNESCO: JNCU/日本ユネスコ国内委員会) จัดทำสารานุกรมจำนวน 1,000 หน้าเกี่ยวกับญี่ปุ่นสำหรับชาวต่างชาติ ชื่อว่า Japan: Its Land, People and Culture โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ภาพของญี่ปุ่นที่สอดคล้องกับความเป็นจริง แสดงถึงพันธกิจของชาวญี่ปุ่นในการสร้างภาพแทนของประเทศจากมุมมองของชาวญี่ปุ่นเอง มิใช่ภาพลักษณ์แบบที่ปรากฏในช่วงสงครามที่ “ผู้อื่น” เป็นผู้สร้างให้ คณะกรรมการดังกล่าวเห็นว่า บรรยากาศในขณะนั้นเอื้อต่อการเผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นให้แพร่หลายในต่างประเทศ แต่คณะกรรมการดังกล่าวก็เสียใจที่ในเวลานั้น ทั้งรัฐบาลและประชาชนญี่ปุ่นต่างไม่มีความพร้อมสำหรับนโยบายวัฒนธรรมที่มีประสิทธิภาพ คณะกรรมการยังมีความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่า นโยบายวัฒนธรรมจะมีอนาคตที่สดใสต่อไป แต่ผู้ปฏิบัติต้องมีแนวทางที่เหมาะสมในการมุ่งสู่เป้าหมาย ภาพยนตร์คือสิ่งที่คณะกรรมการเห็นว่า เป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพที่สุดในการเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในหมู่ประชาชนทั่วไป[35]

---

[34] Ibid, 753-754.

[35] Ibid, 754.

ในปีต่อมา UNESCO ร่วมกับสถาบันภาพยนตร์แห่งอังกฤษ (British Film Institute: BFI) เผยแพร่แค็ตตาล็อกภาพยนตร์ชุด Orient: A Survey of Films Produced in Countries of Arab and Asian Culture โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาพยนตร์ที่ช่วยให้ “ความคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตของชาวตะวันออกที่มีรายละเอียดมากขึ้นและใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากขึ้น” แค็ตตาล็อกส่วนแรกเป็นภาพยนตร์สำหรับฉายในเทศกาลภาพยนตร์ต่าง ๆ จำนวน 139 เรื่อง ส่วนที่สองเป็นสารคดีและภาพยนตร์สั้นสำหรับเผยแพร่ทางโทรทัศน์ ในจำนวนภาพยนตร์ทั้งหมด 139 เรื่องนั้นมีภาพยนตร์ญี่ปุ่นจำนวน 37 เรื่อง ในจำนวนนี้ 36 เรื่องถ่ายทำในทศวรรษ 1950 ซึ่งเป็น “ยุคทอง” ที่ญี่ปุ่นคือผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ที่สุด และเริ่มเปิดตลาดสู่ภูมิภาคยุโรป มีการคาดการณ์ว่า ญี่ปุ่นสามารถผลิตภาพยนตร์ได้เฉลี่ยปีละ 500 เรื่องในช่วงกลางทศวรรษ 1950 ซึ่งเป็นช่วงที่สหรัฐอเมริกายึดครอง ญี่ปุ่นผลิตภาพยนตร์เผยแพร่ทั่วโลกใน ค.ศ. 1955 ถึง 2,800 เรื่อง[36]

นอกจากการเผยแพร่ภาพยนตร์ที่แสดงความเป็นจริงของญี่ปุ่นแล้ว ภาคประชาสังคมยังมีบทบาทสำคัญในการขยายผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐญี่ปุ่นในช่วงเวลาดังกล่าวด้วย ใน ค.ศ. 1951 จอห์น ดี ร็อกเฟลเลอร์ (John D. Rockefeller) มหาเศรษฐีชาวอเมริกันเดินทางเยือนญี่ปุ่นและพบปะหารือปัญญาชนญี่ปุ่น ผลจากการพบปะดังกล่าวคือ ร็อกเฟลเลอร์บริจาคเงินให้ญี่ปุ่นเพื่อก่อตั้ง International House of Japan (IHJ/公益財団法人国際文化会館) ในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1952 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและองค์ความรู้ระหว่างญี่ปุ่นกับสหรัฐอเมริกา นายกรัฐมนตรีโยะชิดะสนับสนุน IHJ อย่างแข็งขันด้วยการจัดกิจกรรมระดมทุนขนาดใหญ่ที่บ้านพักของนายกรัฐมนตรีในเดือนพฤศจิกายนปีเดียวกัน โดยมีผู้แทนภาคธุรกิจจำนวน 200 คนและปัญญาชนญี่ปุ่นจำนวน 100 คนเข้าร่วม มีประชาชนประมาณ 1,000 คน และบริษัทห้างร้านอีกประมาณ 5,000 บริษัทร่วมบริจาคเงินสมทบการดำเนินงานของ IHJ เป็นเงินจำนวน 1 ล้านเยนรวมกับเงินบริจาคของร็อกเฟลเลอร์เป็นจำนวนทั้งสิ้น 4 ล้านเยนไว้สำหรับดำเนินงานอย่างต่อเนื่องจนถึงปีงบประมาณ ค.ศ. 1957[37]

---

[36] Ibid.

[37] Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” 84.

Soeya เห็นว่า ความพยายามของญี่ปุ่นในการเชื่อมสัมพันธ์กับสหรัฐอเมริกาอย่างแน่นแฟ้นนั้นเป็นไปเพื่อตอบสนองยุทธศาสตร์สภาพจริงนิยมหลังสงคราม ซึ่งเป็นแนวทางหลักในการดำเนินนโยบายต่างประเทศของญี่ปุ่นโดยให้สหรัฐอเมริกาเป็นหลักประกันความมั่นคงและช่วยเหลือญี่ปุ่นในทางเศรษฐกิจตามหลักนิยมโยะชิดะซึ่งปรากฏอยู่ในรัฐธรรมนูญและสนธิสัญญาความมั่นคงสหรัฐอเมริกา-ญี่ปุ่น ภารกิจในช่วงแรกของ IHJ ก็คือการยืนยันหลักการนี้ด้วยการสร้างความสัมพันธ์กับภาคประชาสังคม ต่อมาใน ค.ศ. 1961 นายกรัฐมนตรีอิเกะดะ ฮะยะโตะ (Ikeda Hayato) ตกลงกับประธานาธิบดีจอห์น เอฟ เคนเนดี (John F. Kennedy) ว่า ทั้งสองประเทศจะจัดการประชุมแลกเปลี่ยนการศึกษาและวัฒนธรรม (United States-Japan Conference on Cultural and Educational Interchange: CULCON/日米文化教育交流会議) ใน ค.ศ. 1962 เพื่อ “ยกระดับและสร้างความเข้มแข็งให้รากฐานทางการศึกษาและวัฒนธรรมของความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ และเสริมสร้างภาวะผู้นำที่เข้มแข็งระหว่างสองประเทศในประเด็นดังกล่าว” การประชุมนี้เป็นพื้นฐานสำหรับการใช้การทูตสาธารณะเพื่อกระชับความสัมพันธ์กับประเทศอื่น ๆ ในเวลาต่อมา[38]

สถานะของญี่ปุ่นเริ่มปรับเปลี่ยนจากการเป็นผู้แพ้สงครามมาสู่มหาอำนาจทางเศรษฐกิจเริ่มเด่นชัดมากขึ้นในทศวรรษ 1960-1970 เนื่องจากปัจจัยภายนอกประเทศต่าง ๆ เช่น การได้รับเงินช่วยเหลือจากสหรัฐอเมริกาเพื่อมาพัฒนาเศรษฐกิจ การเกิดสงครามเกาหลีที่ทำให้ญี่ปุ่นกลายเป็นผู้ผลิตและส่งสินค้าออกที่สำคัญของสหรัฐอเมริกา ปัจจัยภายในต่าง ๆ เช่น ประชากรมีอัตรารู้หนังสือและมีทักษะมาก โครงสร้างพื้นฐานของการพัฒนาอุตสาหกรรมหนักที่เป็นมรดกตกทอดจากรัฐบาลทหารก่อนหน้า[39] รัฐบาลญี่ปุ่นเคยจำกัดการเดินทางไปต่างประเทศของชาวญี่ปุ่นเพื่อรักษาปริมาณเงินสำรองระหว่างประเทศในช่วงหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดถึงประมาณทศวรรษ 1960 ข้อห้ามดังกล่าวมายกเลิกใน ค.ศ. 1964 ต่อมาในทศวรรษ 1970 ญี่ปุ่นมีสถานะทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นในสังคมระหว่างประเทศสูงมาก กิจกรรมที่เป็นสัญลักษณ์ของความรุ่งเรืองนี้ ได้แก่

---

[38] Ibid, 85.

[39] สุรางค์ศรี, *ประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นสมัยใหม่*, 130-143.

การเป็นเจ้าภาพจัดกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อนที่โตเกียวใน ค.ศ. 1964 จัดตั้งหน่วยงานส่งเสริมวัฒนธรรมใน ค.ศ. 1968 และการจัดงานแสดงสินค้าระดับโลกในโอซากาใน ค.ศ. 1970 ในส่วนของกระทรวงการต่างประเทศ มีการยกระดับกองวัฒนธรรมเป็นกรมวัฒนธรรมใน ค.ศ. 1964 ด้วย[40]

นอกจากองค์กรการทูตสาธารณะที่ไม่ใช่รัฐอย่าง IHJ แล้ว อีกหนึ่งหน่วยงานเอกชนที่มีบทบาทมากในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและวิชาการคือ ศูนย์การแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan Center for International Exchange: JCIE/日本国際交流センター) ก่อตั้งขึ้นใน ค.ศ. 1970 โดยนักธุรกิจคนสำคัญของญี่ปุ่น ยะมะโมะโตะ ทะดะชิ (Yamamoto Tadashi) ซึ่งเป็นผู้มีบทบาทในการจัดการประชุม Track 2 ครั้งแรก ๆ ของประเทศ ระหว่างญี่ปุ่นกับสหรัฐอเมริกาที่เมืองชิโมะดะ ภารกิจหลักของ JCIE มี 2 ประการ ได้แก่ การเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาสังคมและการสร้างประโยชน์ในระดับประเทศและระดับโลก และจัดตั้ง สร้างความเข้มแข็ง ขยายเครือข่ายความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนกับสังคมระหว่างประเทศด้วยการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ Shimoda Conference (ค.ศ. 1967-1994) Japan-ASEAN Dialogue (ค.ศ. 1977-1992) Japan-Korea Forum (ค.ศ. 1996-ปัจจุบัน) Japan-United Kingdom 21st Group (ค.ศ. 1996-ปัจจุบัน) Trilateral Commission (ค.ศ. 1973-ปัจจุบัน) สำหรับการประชุม Trilateral Commission ในระยะแรกเริ่มนั้นเป็นการประชุมร่วมระหว่างญี่ปุ่นกับสหรัฐอเมริกาและยุโรป ตั้งแต่ค.ศ. 2000 เป็นต้นมา การประชุมดังกล่าวหมายรวมถึงการประชุมร่วมระหว่างญี่ปุ่นกับจีนและเกาหลีใต้ด้วย[41]

อย่างไรก็ดี ความรุ่งเรืองนี้ผันแปรเป็นกระแสต้านญี่ปุ่นที่รุนแรงขึ้นในช่วงต้นทศวรรษเดียวกัน มีผู้ “ตั้งฉายา” ให้ญี่ปุ่นในเชิงเย้ยหยัน นักธุรกิจญี่ปุ่นกล่าวว่า เคยมีคนเรียกญี่ปุ่นเป็น “สัตว์เศรษฐกิจ (Economic Animal)”[42] ส่วนประธานาธิบดีชาร์ลส์ เดอ โกล (Charles De Gaulle) ของฝรั่งเศสเคยเรียกนายกรัฐมนตรีอิเกะดะว่าเป็น “พ่อค้าวิทยุทรานซิสเตอร์

---

[40] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 277.

[41] Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” 96.

[42] Martin Fackler, “Japan Goes from Dynamic to Disheartened,” *The New York Times*, October 16, 2010, https://www.nytimes.com/2010/10/17/world/asia/17japan.html.

(Transistor Salesman)"[43] ใน ค.ศ. 1962 กรณีของไทย ก่อนเกิดเหตุการณ์ 14 ตุลาคม ค.ศ. 1973 ขบวนการนักศึกษาเรียกญี่ปุ่นว่า "ภัยเหลือง" ในเดือนมกราคมปีต่อมา ประชาชนไทยและอินโดนีเซียต่างเดินขบวนประท้วงต้อนรับการเยือนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของนายกรัฐมนตรีทะนะกะ คะคุเอะอิ (Tanaka Kakuei) วงการการทูตญี่ปุ่นจึงตระหนักถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับภาพลักษณ์และการสื่อสารกับสังคมภายนอก และหันมาสนใจเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง ยุโรป และประเทศเพื่อนบ้านให้มากขึ้น ในช่วงเวลาดังกล่าว มีการก่อตั้งมูลนิธิญี่ปุ่น (Japan Foundation: JF/国際交流基金) ขึ้นในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 1972 โดยมีวัตถุประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนกับประชาชน การส่งเสริมญี่ปุ่นศึกษา และกิจกรรมแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมหลากหลายรูปแบบ[44] ส่วนโครงการแลกเปลี่ยนเยาวชนที่โดดเด่นมากของญี่ปุ่นในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ โครงการเรือเยาวชนเอเชียอาคเนย์ (Ship for Southeast Asian and Japanese Youth Program: SSEAYP/東南アジア青年の船)

กระแสต้านญี่ปุ่นทำให้ญี่ปุ่นทบทวนแนวทางการทูตสาธารณะของตนที่เน้นสหรัฐอเมริกามากเกินไปใหม่ นำมาสู่**คำตอบที่สอง** ซึ่งเป็นคำตอบของนายกรัฐมนตรีฟุกุดะ ทะเกะโอะ (Fukuda Takeo) ที่ดำรงตำแหน่งในเดือนธันวาคม ค.ศ. 1976 และเป็นอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศในรัฐบาลทะนะกะ ฟุกุดะประกาศหลักนิยมฟุกุดะ (Fukuda Doctrine) ในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1977 ที่กรุงมะนิลา ในการเยือนประเทศฟิลิปปินส์อย่างเป็นทางการ หลักนิยมฟุกุดะมีใจความสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ การให้คำมั่นว่าญี่ปุ่นจะไม่กลับไปสู่การสะสมอำนาจทางทหารอีก จะสร้างความสัมพันธ์แบบ "ใจถึงใจ (Heart-to-Heart)" กับเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และจะสนับสนุนการบูรณาการภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ให้เป็นสะพานเชื่อมระหว่างสมาชิกก่อตั้งของอาเซียนกับประเทศอินโดจีนที่ยังไม่ได้เข้าเป็นสมาชิก[45] ในการนี้ กระทรวงการต่างประเทศมอบเงินจัดตั้ง

---

[43] T. R. Reid, "President Cast as Car Salesman," *The Washington Post*, January 8, 1992, https://www.washingtonpost.com/archive/politics/1992/01/08/president-cast-as-car-salesman/fe362fa4-673f-4b15-a5a5-b48956f5ce19/.

[44] Soeya, "The Evolution of Japan's Public Diplomacy," 86.

กองทุนวัฒนธรรมอาเซียนจำนวน 5 พันล้านเยนเพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับอาเซียน[46] ญี่ปุ่นยังเป็นเจ้าภาพจัดงานแสดงศิลปวัฒนธรรมโบราณแห่งเอเชีย (Asian Traditional Performing Arts: ATPA) โดย JF ใน ค.ศ. 1976 และส่งนักฟุตบอลทีมชาติทั้งทีมมาเยือนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใน ค.ศ. 1978 ด้วย[47]

นอกจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้ว จีนเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ญี่ปุ่นให้ความสำคัญ หลังจากสหรัฐอเมริกาสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตกับจีนใน ค.ศ. 1971 แล้ว ญี่ปุ่นก็เร่งสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตกับจีนต่อในเดือนกันยายน ค.ศ. 1972 ทั้งสองประเทศลงนามสนธิสัญญาสันติภาพและมิตรภาพในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1978 และเริ่มดำเนินความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นทางการ ต่อมา รัฐบาลของนายกรัฐมนตรีโอะฮิระ มะสะโยะชิ (Ohira Masayoshi) นิยามความมั่นคงใหม่เป็นการปกป้องชีวิตและคุณค่าหลักของประชาชน ในทางปฏิบัติคือ ญี่ปุ่นเน้นการส่งเสริมการทูตสาธารณะที่มุ่งเป้าหมายไปที่พลเมืองต่างชาติ ในเดือนมกราคม ค.ศ. 1979 ญี่ปุ่นส่งการแสดงละครรำโบราณ (Kabuki/歌舞伎) ไปจีน โดยรัฐบาลจีนส่งการแสดงอุปรากรปักกิ่งไปเยือนเป็นการตอบแทนในเดือนกันยายน ปีเดียวกัน[48] นอกจากนี้ ใน ค.ศ. 1982 รัฐบาลญี่ปุ่นสนับสนุนการอบรมภาษาญี่ปุ่นในหมู่ครูชาวจีนผ่านการมอบความช่วยเหลือเพื่อการพัฒนา (ODA)[49] และ JF ริเริ่มโครงการรับนักศึกษาจีนมาศึกษาต่อในญี่ปุ่นและเปิดศูนย์ศึกษาภาษาญี่ปุ่นในกรุงปักกิ่ง ซึ่งพัฒนาเป็นศูนย์วิจัยญี่ปุ่นศึกษาใน ค.ศ. 1985 เพื่อสนับสนุนการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นและระดับบัณฑิตศึกษา การสร้างความสัมพันธ์เมืองคู่มิตรในระดับท้องถิ่นระหว่างสองประเทศ และกระแสความนิยมจีนที่เรียกว่า Silk Road Boom (シルクロードブーム) ในญี่ปุ่น และความนิยมละครและซีรีส์ญี่ปุ่น เช่น สงครามชีวิตโอชิน ยูโดสายดำ (Jūdō Icchokusen/柔道一直線) ละครซีรีส์เรื่องสีชาด (Akai/赤い) ในจีน[50]

---

45 Ibid, 87.

46 Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 278.

47 Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” 87.

48 Ibid, 89.

49 Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 278-279.

50 Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” 87.

แม้ญี่ปุ่นจะพยายามดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อสานสัมพันธ์กับจีน แต่ผลที่ได้รับดูจะไม่สมดังปรารถนา ญี่ปุ่นเผชิญ “ปัญหาทางประวัติศาสตร์” กับจีนอยู่ 2 กรณี กรณีแรก ใน ค.ศ. 1982 กระทรวงศึกษาธิการญี่ปุ่นแก้ไขถ้อยคำในตำราเรียนประวัติศาสตร์เพื่อลดทอนความรุนแรงของการกระทำในอดีต รัฐบาลจีนจึงแสดงความไม่พอใจไปยังสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่น ณ กรุงปักกิ่ง สื่อจีนเริ่มโจมตีหนักขึ้น นายกรัฐมนตรีมิยะสะวะจึงประกาศให้การพิจารณาตำราเรียนต้องบรรจุสาระที่เป็นมิตรต่อประเทศเพื่อนบ้าน กรณีที่สอง จีนไม่พอใจที่นายกรัฐมนตรีนะกะโซะเนะ ยะสุฮิโระ (Nakasone Yasuhiro) เดินทางไปสักการะศาลเจ้ายะซุกุนิ (Yasukuni Shrine/靖国神社) ซึ่งเป็นที่สถิตของแท่นบูชาผู้นำญี่ปุ่นที่ต้องคำพิพากษาให้เป็นอาชญากรสงครามชั้น A เป็นครั้งที่ 10 ในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1985 อันที่จริง นายกรัฐมนตรีญี่ปุ่นหลังสงครามโลกครั้งที่สองทุกคนเดินทางไปเยือนศาลเจ้าดังกล่าวอย่างเป็นทางการอยู่เนืองนิตย์ แต่ก็ไม่เคยเป็นประเด็นพิพาทระหว่างประเทศมาก่อน ในครั้งนี้ จีนกล่าวว่า ญี่ปุ่นกระทำการขัดต่อรัฐธรรมนูญ เพื่อใช้ประเด็นนี้สร้างความเข้มแข็งภายในหมู่ชนชาติจีน ทั้งสองประเทศยุติกรณีพิพาทในครั้งนี้ด้วยข้อตกลงสุภาพบุรุษ ญี่ปุ่นให้คำมั่นว่า นายกรัฐมนตรี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ และสมาชิกคณะรัฐมนตรีจะไม่ไปเยือนศาลเจ้าดังกล่าวระหว่างดำรงตำแหน่งโดยเด็ดขาด[51]

การแลกเปลี่ยนยังคงเป็นหัวใจหลักในการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นก่อนทศวรรษ 1990 ใน ค.ศ. 1987 รัฐบาลญี่ปุ่น โดยกระทรวงการต่างประเทศร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการริเริ่มโครงการ JET ที่เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์การสอนโดยนำชาวต่างชาติเข้ามา “แลกเปลี่ยนและเรียนรู้” จากญี่ปุ่นโดยสามารถเลือกเป็นได้ 1 ใน 3 รูปแบบ ได้แก่ ผู้ช่วยสอนภาษา (Assistant Language Teacher: ALT) ในโรงเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและตอนปลายของญี่ปุ่นด้วยการจับคู่กับครูผู้สอนภาษาชาวญี่ปุ่น ผู้ประสานงานส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (Coordinator for International Relations: CIR) ทำงานในส่วนบริหารท้องถิ่น เทศบาลหรือจังหวัดในฐานะเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนร่วมออกแบบกิจกรรมนานาชาติ หรือที่ปรึกษาด้านกีฬา (Sport Exchange Advisor: SEA) ที่เน้นการประสานงานเกี่ยวกับกีฬาเป็นหลัก เว็บไซต์ทางการของโครงการระบุว่า โครงการดังกล่าว “เป็นที่กล่าวขานทั้งในระดับประเทศและระหว่างประเทศถึงบทบาทในการสร้างความเข้าใจร่วมกัน

---

[51] Ibid, 88.

และยังเป็นหนึ่งในโครงการแลกเปลี่ยนที่ใหญ่ที่สุดในโลกโครงการหนึ่งด้วย”[52] นอกจากนี้ ในสมัยนายกรัฐมนตรีทะเกะชิตะ โนะโบะรุ (Takeshita Noboru) รัฐบาลประกาศให้การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในสามเสาหลักของความริเริ่มระดับโลก (International Cooperation Initiative) เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์การทูตของญี่ปุ่น (อีกสองเสา ได้แก่ ความร่วมมือเพื่อสันติภาพและการขยายความร่วมมือเพื่อการพัฒนา) โดยรัฐบาลเพิ่มงบประมาณให้ JF เป็น 5 พันล้านเยน ภายใน ค.ศ. 1989[53]

2. รักษาสถานะด้วยวัฒนธรรมสร้างสรรค์: การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นในทศวรรษ 1990-2010

โจทย์ทางยุทธศาสตร์การต่างประเทศของญี่ปุ่นในทศวรรษ 1990-2010 อาจเริ่มนับตั้งแต่มิยะสะวะดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 1991 เมื่อพรรคเสรีประชาธิปไตยแห่งญี่ปุ่น (Liberal Democratic Party of Japan: LDP/自由民主党 หรือ 自民党) ซึ่งครองอำนาจมาอย่างยาวนานพ่ายแพ้การเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร เกิดพรรคการเมืองใหม่หลายพรรค และสมาชิกพรรคบางส่วนก็แยกออกไปตั้งพรรคใหม่ด้วย ในยุคนี้คำถามสำคัญคือ ญี่ปุ่นจะดำเนินนโยบายอย่างไรเพื่อรักษาสถานะในบริบทระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงหลังสงครามเย็นสิ้นสุด

คำตอบแรกคือ ญี่ปุ่นหันกลับไปสร้างสมดุลความสัมพันธ์กับสหรัฐอเมริกาอีกครั้งหลังสหภาพโซเวียตล่มสลาย สหรัฐอเมริกากลายเป็นมหาอำนาจโลกที่ “ยืนหนึ่ง” หลังสงครามเย็นสิ้นสุด ทศวรรษ 1990 ของญี่ปุ่นเริ่มต้นด้วยคำวิจารณ์จากชาวอเมริกันว่า เป็น “ผู้โดยสารฟรี (Free Rider)” ที่อาศัยสถานการณ์ความขัดแย้งในช่วงสงครามเย็นหลบเร้นกายา พัฒนาเศรษฐกิจของตนท่ามกลางโลกที่กำลังคุกรุ่นได้ด้วยหลักประกันความมั่นคงของสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่นจึงเป็นผู้มีชัยในสงครามเย็นอย่างแท้จริง คำวิจารณ์ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการ “กระทุ้งญี่ปุ่น (Japan Bashing)” ที่มีมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ทศวรรษ

---

[52] Emily T. Metzgar, *Promoting Japan: One JET at a Time*, CPD Perspectives March 2012, (California: USC Center on Public Diplomacy), https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/Metzgar%2C%20Emily%20-%20Paper%203%2C%202012%20-%20Promoting%20Japan%2C%20One%20JET%20at%20a%20Time.pdf.

[53] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 279.

1980 ญี่ปุ่นกับสหรัฐอเมริกามีกรณีพิพาททางการค้า ฝ่ายญี่ปุ่นแย้งว่า สหรัฐอเมริกาควรใช้กฎเกณฑ์ที่แตกต่างจากประเทศอื่นกับญี่ปุ่น เพราะญี่ปุ่นแตกต่างจากส่วนอื่น ๆ ของโลกในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นสังคมปิด ผลก็คือ บริษัทอเมริกันไม่สามารถแข่งขันกับบริษัทญี่ปุ่นได้อย่างเป็นธรรม ต่อมาในเดือนมกราคม ค.ศ. 1991 อิรักยกกองทัพบุกคูเวต เกิดสงครามอ่าวเปอร์เซีย (Gulf War) สหรัฐอเมริกาคาดหวังให้ญี่ปุ่นแสดงออกในประเด็นดังกล่าวในฐานะพันธมิตร แต่ญี่ปุ่นกระทำเพียงมอบเงินช่วยเหลือจำนวน 1.3 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐเท่านั้น[54]

ญี่ปุ่นตอบสนองคำวิจารณ์จากสหรัฐอเมริกาด้วยการตั้ง “ศูนย์หุ้นส่วนระดับโลก (Center for Global Partnership: CGP/国際交流基金 日米センター)” สังกัด JF ในเดือนเมษายน ค.ศ. 1991 ตามข้อเสนอของรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ อาเบะ ชินทะโร (Abe Shintar) (ดำรงตำแหน่ง ค.ศ. 1982-1986) บิดาของนายกรัฐมนตรีอาเบะ ชินโซ ชื่อตามตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นของศูนย์ดังกล่าวนั้นแปลว่า “ศูนย์ญี่ปุ่น-สหรัฐอเมริกา” พันธกิจของ CGP คือ การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสองประเทศโดยมีเป้าหมายเพื่อเติมเต็มความรับผิดชอบในระดับโลกที่มีร่วมกันและมีส่วนร่วมในการสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของโลก ขยายการหารือและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างประชาชนญี่ปุ่นกับประชาชนอเมริกันในประเด็นต่าง ๆ กิจกรรมของ CGP ได้แก่ การให้เงินสนับสนุนโครงการความร่วมมือ การจัดทำโครงการวิจัยร่วมกัน และการจัดทำแบบสำรวจ สัมมนา ประชุมเชิงปฏิบัติการ และกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูล สร้างเครือข่ายใหม่ และสร้างผู้นำในอนาคต เช่น โครงการทุนอาเบะ (Abe Fellowship Program/安倍フェローシップ・プログラム) เพื่อพัฒนานักวิจัยรุ่นใหม่ในการวิจัยสหสาขาวิชา โดยมีงบประมาณเริ่มต้นดำเนินการ 5 หมื่นล้านเยน[55]

คำตอบที่สองคือ การสร้างกระแสภูมิภาคนิยมเอเชียเพื่อยกระดับความสัมพันธ์กับประเทศต่าง ๆ ในเอเชียซึ่งมีพัฒนาการทางเศรษฐกิจและมีบทบาทในการเมืองระหว่างประเทศที่น่าประทับใจอย่างมากในขณะนั้น การประชุมคณะทำงานส่งเสริมการแลกเปลี่ยน

---

[54] สุรางค์ศรี, *ประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นสมัยใหม่*, 175-176; Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” 90-91.

[55] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 280; Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” 91.

ทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศครั้งที่หนึ่ง (The First Conference for the Promotion of International Cultural Exchange/国際文化交流の祭典推進会議 (第1回)) ในสมัยทะเกะชิตะ ค.ศ. 1988 มีข้อเสนอให้ส่งเสริมการเผยแพร่รายการโทรทัศน์ของญี่ปุ่นไปสู่ประเทศเอเชียต่าง ๆ ใน ค.ศ. 1991 กระทรวงการต่างประเทศร่วมกับกระทรวงไปรษณีย์และการสื่อสารก่อตั้งศูนย์แลกเปลี่ยนระหว่างประเทศและการสื่อสารสาธารณะ (Japan Media Communication Center: JAMCO/一般財団法人 放送番組国際交流センター)[56] เพื่อให้เงินสนับสนุนประเทศกำลังพัฒนาในการนำรายการโทรทัศน์จากญี่ปุ่นเข้าประเทศ ต่อมา ในการประชุมคณะทำงานส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศครั้งที่สอง (The Second Conference for the Promotion of International Cultural Exchange/国際文化交流の祭典推進会議 (第2回)) ใน ค.ศ. 1994 ซึ่งเสนอให้รัฐบาลญี่ปุ่นสนับสนุนการสร้างอัตลักษณ์เอเชียและเน้นการสร้างความร่วมมือตามกรอบพหุภาคีให้มากขึ้น JF ตั้งสำนักงานสาขาต่างประเทศเป็นครั้งแรกที่กรุงปักกิ่งใน ค.ศ. 1994 ต่อมาเป็นศูนย์วัฒนธรรมญี่ปุ่นใน ค.ศ. 2008[58]

ในสมัยมุระยะมะ โทะมิอิชิ (Murayama Tomiichi) รัฐบาลประกาศใช้นโยบายวัฒนธรรมใหม่ที่มุ่งเน้นเอเชียมากขึ้น มุระยะมะประกาศความริเริ่มเพื่อสันติภาพ มิตรภาพและการแลกเปลี่ยน (Peace, Friendship, and Exchange Initiative/平和友好交流計画) ใน ค.ศ. 1995 โดยมุ่งแก้ไขข้อพิพาททางประวัติศาสตร์ในช่วงที่ญี่ปุ่นปกครองหลายประเทศเป็นอาณานิคม ในโอกาสครบรอบ 50 ปีที่สงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุด มุระยะมะกล่าวขอโทษพร้อมเน้นย้ำโครงการสำคัญของความริเริ่มดังกล่าว ได้แก่ การสนับสนุนการวิจัยทางประวัติศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างญี่ปุ่นกับประเทศเพื่อนบ้านในยุคสมัยใหม่ และการยกระดับสถานะองค์กรของศูนย์วัฒนธรรมอาเซียนของ JF ที่ก่อตั้งใน ค.ศ. 1990 เป็นศูนย์เอเชีย (Asia Center/アジアセンター) ใน ค.ศ. 1995 เพื่อส่งเสริมการสร้างความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนแบบสองทาง และเพิ่มจำนวนงบประมาณและบุคลากรใน JF เป็นสองเท่า[59]

---

[56] ในค.ศ. 2020 หน่วยงานดังกล่าวยังดำเนินงานอยู่ในรูปแบบองค์กรเอกชนและไม่แสวงหากำไร

[57] Iwabuchi, “Pop-culture diplomacy in Japan,” 420-421.

[58] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 280; Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” 96.

[59] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 279-280.

โอะบุชิ เคะอิโซ (Obuchi Keiz) เน้นย้ำความสำคัญของความมั่นคงของมนุษย์ในสุนทรพจน์ที่สิงคโปร์เมื่อครั้งดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศก่อนขึ้นดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีใน ค.ศ. 1998 ในเดือนธันวาคม โอะบุชิเข้าร่วมการประชุมสุดยอดอาเซียนบวกสาม (ASEAN+3 Summit) ในกรุงฮานอยเพื่อประกาศก่อตั้งกองทุนเพื่อความมั่นคงของมนุษย์ขึ้นในโครงสร้างขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งต่อมาคือกองทุนทรัสต์เพื่อความมั่นคงของมนุษย์ (Trust Fund for Human Security) โอะบุชิกล่าวถึงความมั่นคงของมนุษย์ในการฟื้นความสัมพันธ์กับเกาหลีใต้ในการเยือนเมื่อ ค.ศ. 1999 โดยตกลงร่วมกับประธานาธิบดีคิม แท-จุง (Kim Dae-jung) เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกใน ค.ศ. 2002 อย่างไรก็ดี โอะบุชิถึงแก่อสัญกรรมกะทันหันในเดือนเมษายน ค.ศ. 2000 การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นจึงหยุดชะงัก เนื่องจากรัฐบาลต่อมาของทั้งโมะริ โยะชิโร (Mori Yoshirō) และโคะอิสุมิ จุนอิชิโร (Koizumi Junichirō) ใช้นโยบายลดขนาดภาครัฐด้วยการปรับลดงบประมาณและปฏิรูปองค์กร JF จึงแยกศูนย์เอเชียออกไปจากการเป็นองค์กรในกำกับดูแล[60] ทั้งนี้ ความสัมพันธ์กับเกาหลีใต้ยังคงดำเนินมาได้อย่างดี ญี่ปุ่นตั้งศูนย์วัฒนธรรมในกรุงโซลใน ค.ศ. 2002 และก่อนการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกหนึ่งสัปดาห์ ในวันที่ 25 พฤษภาคมปีเดียวกัน ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้จัดการประชุมคณะกรรมการเพื่อการวิจัยประวัติศาสตร์ร่วม (Japan-ROK Joint History Research Committee) เป็นครั้งแรก โดยคณะกรรมการดังกล่าวแบ่งเป็นคณะอนุกรรมการจำนวน 3 ชุด แต่ละชุดมุ่งวิจัยเพื่อหาข้อสรุปทางประวัติศาสตร์ที่สามารถยอมรับร่วมกันได้ใน 3 ช่วงเวลาได้แก่ ยุคโบราณ (ศตวรรษที่ 4-6) ยุคกลาง (ศตวรรษที่ 19) และยุคใหม่ (ศตวรรษที่ 20)[61]

กระทรวงการต่างประเทศตั้งสำนักการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Department /広報文化交流部) เป็นครั้งแรกในเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2004 ชื่อตามตัวอักษรภาษาญี่ปุ่นของสำนักดังกล่าวนั้นแปลว่า “ส่วนงานแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและข่าวสาร” มีหน้าที่นำข้อตกลงระหว่างประเทศว่าด้วยการส่งเสริมวัฒนธรรมไปปฏิบัติ ร่วมมือกับองค์การวัฒนธรรมระหว่างประเทศ เผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นให้เป็นที่รู้จักในต่างประเทศ ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับประเทศต่าง ๆ และกำกับดูแล JF ให้เน้นการจัดทำยุทธศาสตร์

---

60 Ibid.

61 Soeya, “The Evolution of Japan’s Public Diplomacy,” 97-98.

และการวางแผนนโยบายในระยะยาว โดยให้อิสระแก่ JF ในการดำเนินงานพอสมควร ต่อมาในเดือนธันวาคม นายกรัฐมนตรีโคะอิสุมิจัดการประชุมโต๊ะกลมเพื่อปรึกษาหารือแนวทางส่งเสริมการทูตวัฒนธรรม (Roundtable Conference on the Promotion of Cultural Diplomacy/文化外交の推進に関する懇談会) ขึ้นในเดือนธันวาคมปีเดียวกันในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีแนวคิดสำคัญคือ "ความเข้าใจญี่ปุ่นของประชาชนในต่างประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ประเทศนั้นกำหนดนโยบายและการปฏิบัติต่อญี่ปุ่น" โดยเน้น "การบ่มเพาะเมล็ดพันธุ์ที่ทำให้ความเข้าใจญี่ปุ่นลึกซึ้งมากขึ้นในหมู่คนรุ่นต่อไป" คณะกรรมการดังกล่าวยังมีข้อเสนอเชิงนโยบายอีกว่า "ญี่ปุ่นควรเก็บเกี่ยวประโยชน์จากการสร้าง "คนรุ่นแอนิเมชันญี่ปุ่น (Japanese Animation Generation)" ที่มีอยู่ทั่วโลก ใช้ความสนใจภาษาญี่ปุ่นและวัฒนธรรมสมัยนิยมเป็นโอกาสขยายความสนใจวัฒนธรรมญี่ปุ่นด้านอื่น ๆ ต่อไป" นอกจากนี้ญี่ปุ่นยังให้ความสำคัญแก่ Soft Power และการเสริมสร้างบทบาทของชาวญี่ปุ่นในสังคมระหว่างประเทศอย่างแข็งขันดังที่ปรากฏใน Diplomatic Bluebook ค.ศ. 2005 ด้วย[62]

โครงการการทูตสาธารณะที่มีชื่อเสียงมากในรัฐบาลโคะอิสุมิและยังคงดำเนินอยู่จนถึงปัจจุบันโครงการหนึ่ง ได้แก่ การสร้างแบรนด์แห่งชาติ "ญี่ปุ่นเท่ (Cool Japan/クールジャパン)" ซึ่งพัฒนามาจากข้อเสนอของ McGray ที่เห็นว่า ญี่ปุ่นมีอิทธิพลทางวัฒนธรรมและทรัพยากร Soft Power เช่น อุตสาหกรรมสร้างสรรค์และวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่อาจเรียกได้ว่าเป็น "ความเท่มวลรวมประชาชาติ (Japan's Gross National Cool: GNC)"[63] ทรัพยากรเหล่านี้สามารถนำมาแปรเป็นความนิยมญี่ปุ่นในหมู่ชาวต่างชาติเพื่อฟื้นฟูและรักษาสถานะของญี่ปุ่นในโลกหลังสงครามเย็นสิ้นสุดได้ รัฐบาลญี่ปุ่นตอบรับข้อเสนอดังกล่าวอย่างดี ใน ค.ศ. 2003 สำนักนายกรัฐมนตรีมีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานเฉพาะกิจว่าด้วยเนื้อหาสาระทางวัฒนธรรมหรือแบรนด์แห่งชาติ (Task Force on Contents or Japan Brand/コンテンツ専門業務 หรือ 日本ブランド専門業務) เพื่อพิจารณาแนวทางการบริหารเนื้อหาสาระในสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเพลง ภาพยนตร์ เกม ซอฟต์แวร์ หรือแอนิเมชัน ในปีต่อมา มีการตั้งคณะ

---

[62] Ogawa, "Japan's Public Diplomacy at the Crossroads," 281; Soeya, "The Evolution of Japan's Public Diplomacy," 92.

[63] Douglas McGray, "Japan's Gross National Cool," *Foreign Policy*, November 11, 2009, https://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool/.

ทำงานย่อยว่าด้วยแบรนด์ประเทศญี่ปุ่น (Japan Brand Working Group: JWBG/日本ブランドワーキンググループ) เพื่ออภิปรายแนวทางการสร้างแบรนด์แห่งชาติในเชิงลึก JWBG จัดทำรายงานยุทธศาสตร์การส่งเสริมแบรนด์แห่งชาติญี่ปุ่นเผยแพร่ในเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 2005 ระบุว่า เนื้อหาสาระสำคัญ 3 ประการของการทูตวัฒนธรรมของญี่ปุ่นประกอบด้วย วัฒนธรรมอาหาร แฟชั่น และแบรนด์ท้องถิ่น

Tamaki กล่าวถึงองค์ประกอบหนึ่งของความเท่ว่ามาจากความคิด “สันตินิยมแบบญี่ปุ่น (Japanese Pacifism)” โดยยกคำกล่าวของโคะอิสุมิที่เป็นการอธิบายความคิดดังกล่าวว่าเป็น “วิถีชีวิตของประชาชนญี่ปุ่นที่อยู่กับสันติภาพอย่างยาวนาน หาใช่กำลังทหาร อำนาจทางการเมือง หรือความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจไม่” Tamaki แสดงความเห็นเพิ่มเติมด้วยว่า ฐานคิดของโครงการดังกล่าวไม่ได้มีอะไรใหม่ เป็นการก่อร่างสร้างรูปอัตลักษณ์ญี่ปุ่นที่คุ้นเคยใหม่ให้เข้ากับศตวรรษที่ 21 นั่นคือการกล่าวว่า ญี่ปุ่นไม่ใช่ประเทศตะวันตก แต่ก็ไม่ได้เท่าเทียมเสมอเหมือนกับชาวเอเชียอื่น ๆ นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวเป็นความพยายามของรัฐบาลในการฟื้นฟูการท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยได้แรงบันดาลใจมาจากโครงการ “บริเทนเท่ (Cool Britannia)” ของนายกรัฐมนตรีโทนี แบลร์ (Tony Blaire) แห่งอังกฤษ โคะอิสุมิแต่งตั้งทะกะชิมะ ฮะท์ซุฮิซะ (Takashima Hatsuhisa) ผู้มีความเชื่อว่าการทูตสาธารณะ (รวมถึงการทูตวัฒนธรรม) คือ เครื่องมือการสร้างความนิยมและการสนับสนุนของชาวต่างชาติในนโยบายการทูตของประเทศ เป็นโฆษกกระทรวงการต่างประเทศเพื่อช่วยเหลือในการสื่อสารยุทธศาสตร์และความจำเป็นเบื้องหลังโครงการดังกล่าว[64]

โคะอิสุมิเป็นนายกรัฐมนตรีคนแรกที่กล่าวถึงคุณูปการของนโยบายวัฒนธรรม (ที่รวมถึงการทูตวัฒนธรรม) ในการส่งสื่อทางวัฒนธรรมออกนอกประเทศและสร้างแบรนด์แห่งชาติ รัฐบาลดำเนินโครงการญี่ปุ่นเท่อย่างจริงจังมาก เนื่องจากต้องการใช้สื่อในการขยายผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐญี่ปุ่นด้วยการตั้งคณะกรรมการและคณะทำงานต่าง ๆ อาทิ สำนักยุทธศาสตร์ทรัพย์สินทางปัญญา (ค.ศ. 2002) คณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่ง

---

[64] Taku Tamaki, “Repackaging national identity: Cool Japan and the resilience of Japanese identity narratives,” *Asian Journal of Political Science 27*, no. 1 (2019): 113-114.

ชาติ (ค.ศ. 2003) คณะกรรมการซอฟต์แวร์เพื่อการสื่อสารข้อมูล (ค.ศ. 2003) ความริเริ่มเพื่อการสร้างแบรนด์ญี่ปุ่น (ค.ศ. 2003) คณะกรรมการวิจัยสร้างสรรค์ธุรกิจที่ใช้เนื้อหาสาระทางวัฒนธรรม (ค.ศ. 2005) และคณะทำงานส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ (ค.ศ. 2006) อย่างไรก็ดี ในช่วงเวลาดังกล่าว ยังไม่มีกระทรวงใดรับเป็นเจ้าภาพประสานงานโครงการดังกล่าว กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (Ministry of Economy, Trade, and Industry: METI/経済産業省) จึงรับเป็นเจ้าภาพไปพลางก่อน[65]

ตัวอย่างหนึ่งของโครงการภายใต้ร่มญี่ปุ่นเท่ ได้แก่ การส่งเสริมการศึกษาอาหารภายในประเทศและเผยแพร่ “วะโชะกุ (Washoku/和食 หรือ日本食)” ซึ่งหมายถึงขนบในอาหารญี่ปุ่นโบราณในต่างประเทศอีกด้วย[66] ตามนิยามของ UNESCO วะโชะกุมิใช่แค่เพียง “การปรุงอาหารญี่ปุ่น (Japanese Cooking/日本料理)” แต่วะโชะกุคือ “การปฏิบัติทางสังคมบนพื้นฐานของทักษะ ความรู้ วิถี และขนบเกี่ยวข้องกับการผลิต การแปรรูป การตระเตรียม และการบริโภคอาหารแบบญี่ปุ่น” วิธีคิดเรื่องวะโชะกุมาจากปัญหาความมั่นคงทางอาหารในสังคมญี่ปุ่น ความสามารถในการผลิตอาหารเพื่อเลี้ยงตนเองใน ค.ศ. 1960 อยู่ที่ร้อยละ 73 และมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องถึงร้อยละ 38 ปัจจัยที่ส่งผลให้ตลาดอาหารภายในประเทศอ่อนแอมีหลายประการ อาทิ การมีฟาร์มขนาดเล็ก คนทำฟาร์มส่วนใหญ่มีอายุมากและไม่มีลูกหลานสืบทอด รายได้จากการทำฟาร์มและที่ดินมีจำนวนน้อยลง นโยบายการเกษตรของรัฐบาลที่เน้นการปกป้องตลาด และการที่ธัญพืชและผลผลิตทางการเกษตรอื่นทะลักเข้ามาจากสหรัฐอเมริกา แม้รัฐบาลจะพยายามรณรงค์การศึกษาอาหารญี่ปุ่น (Food Education/食育) ก็ไม่เป็นผล จึงได้เปลี่ยนยุทธศาสตร์เป็นการสนับสนุนการส่งออกแทน[67]

ส่วนราชการหลักในการขับเคลื่อนการส่งเสริมวะโชะกุในระดับโลกคือ METI และหน่วยงานในกำกับดูแล ได้แก่ องค์การส่งเสริมการค้าต่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan

---

[65] Koichi Iwabuchi, “Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’,” *International Journal of Cultural Policy 21*, no. 4 (2015): 423.

[66] Felice Farina, “Japan’s gastrodiplomacy as soft power: global washoku and national food security,” *Journal of Contemporary Eastern Asia 17*, no. 1 (2018): 159.

[67] Ibid, 157-158.

External Trade Organization: JETRO/日本貿易振興機構 หรือ ジェトロ) และองค์การส่งเสริมร้านอาหารญี่ปุ่นในต่างประเทศ (Organization to Promote Japanese Restaurants Abroad: JRO/日本食レストラン海外普及推進機構) โดยมีกระทรวงเกษตร ป่าไม้ และประมง (Ministry of Agriculture, Forestry and Fisheries: MAFF/農林水産大臣) และกระทรวงการต่างประเทศเป็นผู้สนับสนุน[68]

การรณรงค์เผยแพร่วะโชะกุเริ่มต้นอย่างจริงจังเป็นครั้งแรกใน ค.ศ. 2006 มีการจัดทำโครงการ “ลองลิ้มชิมรสวะโชะกุ อาหารดีของญี่ปุ่น (Washoku-Try Japan’s Good Food)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำอาหารจานเด็ดของญี่ปุ่นให้เป็นที่รู้จักผ่านกิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นในต่างประเทศและสื่อต่าง ๆ ของญี่ปุ่น ในปีเดียวกัน MAFF ริเริ่มมาตรการส่งเสริมวัฒนธรรมญี่ปุ่นในเชิงรุกและ “สร้างญี่ปุ่นให้เป็นชาติที่เป็นที่รักและเคารพของประชาชนทั่วโลก” ด้วยการมอบรางวัลผู้ส่งเสริมอาหารญี่ปุ่นดีเด่น และทำระบบรับรองมาตรฐานร้านอาหารญี่ปุ่นนอกประเทศญี่ปุ่น อย่างไรก็ดี โครงการดังกล่าวถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่า เป็นการสร้าง “ตำรวจซูชิ (Sushi Police/寿司警察)” ที่คอยตรวจจับผู้ที่ทำลายความบริสุทธิ์เที่ยงแท้ของอาหาร MAFF จึงเปลี่ยนจาก “การรับรองมาตรฐาน” มาเป็น “การเสนอแนะ” ร้านเด่นร้านดังใน ค.ศ. 2007 และส่งมอบภารกิจให้หน่วยงานเอกชนอย่าง JRO เป็นผู้รับผิดชอบต่อไป[69]

นอกจากโครงการส่งเสริมวะโชะกุแล้ว ใน ค.ศ. 2006 กระทรวงการต่างประเทศยังประกาศใช้ “การทูตวัฒนธรรมสมัยนิยม (Pop-Culture Diplomacy/ポップカルチャー外交)” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อขยายความเข้าใจและความเชื่อมั่นในประเทศญี่ปุ่นด้วยวัฒนธรรมป๊อบเป็นส่วนเสริมของศิลปวัฒนธรรมโบราณ ซึ่งเป็นเครื่องมือหลักของการทูตวัฒนธรรม อีกด้วย รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศในขณะนั้น อะโซ ทะโร (Asō Tarō) ซึ่งต่อมาดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีใน ค.ศ. 2008 อะโซกล่าวสุนทรพจน์เน้นย้ำความสำคัญของทักษะสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมดิจิทัลและการสร้างแบรนด์แห่งชาติญี่ปุ่นในโครงการญี่ปุ่นเท่ เขากล่าวว่า “เราอาจพอกล่าวได้ว่า การทูตวัฒนธรรมใด ๆ ที่ไม่สามารถ

---

[68] Ibid, 156.

[69] Ibid, 155-156.

ใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมสมัยนิยมได้ก็ไม่ควรเรียกว่า การทูตวัฒนธรรม" และยังระบุเพิ่มเติมด้วยว่า

"เราต้องการวัฒนธรรมสมัยนิยม ซึ่งมีประสิทธิภาพในการแผ่ขยายไปสู่สาธารณชน และทำให้กลายมาเป็นพันธมิตรของเราในการดำเนินการทูต...ควรกล่าวด้วยว่า ส่วนหนึ่งของการดำเนินการทูตคือ การมีแบรนด์ที่สามารถแข่งขันได้ ยิ่งในเวลานี้ เป็นเวลาที่ประเด็นดังกล่าวยังไม่ได้เข้ามาอยู่ในภารกิจของนักการทูตอย่างเต็มรูปแบบ...สิ่งที่เราต้องทำคือ การต่อยอดจากพื้นฐาน [ที่ว่า ญี่ปุ่นสร้างภาพลักษณ์แห่งชาติที่ดีไว้ในระดับหนึ่งแล้ว] และดึงดูดประชาชนทั่วโลกให้สนใจวัฒนธรรมญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นสมัยใหม่หรือย้อนกลับไปถึงสมัยโบราณก็ตาม"[70]

นอกจากนี้ ค.ศ. 2006 ยังเป็นปีที่สถานีโทรทัศน์บีบีซีเวิลด์ (BBC World Service) ของอังกฤษรวมญี่ปุ่นเข้าไปในการสำรวจอิทธิพลของประเทศต่อโลกทั้งเชิงบวกและเชิงลบ เป็นปีแรกด้วย ผลก็คือ ญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในประเทศที่ได้รับความนิยมในระดับโลก และสานต่อแนวทางการสร้างแบรนด์แห่งชาติโดยส่งผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมรูปแบบต่าง ๆ ออกสู่โลกภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การ์ตูนมังงะ (Manga/漫画) และการ์ตูนแอนิเมชัน (Anime/アニメ) ในปีเดียวกัน กระทรวงการต่างประเทศเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมแต่งกายเลียนแบบตัวการ์ตูนระดับโลก (World Cosplay Summit/世界コスプレサミット) อีกสองปีต่อมา กระทรวงการต่างประเทศแต่งตั้ง "โดราเอมอน (Doraemon/ドラえもん)" เป็นทูตการ์ตูนแอนิเมชัน และนักออกแบบแฟชั่นสุภาพสตรี 3 คนเป็น "ทูตแห่งความน่ารัก (Ambassador of Cute/カワイイ大使)" เพื่อเป็นผู้แทนส่งเสริมวัฒนธรรมญี่ปุ่นทั่วโลก ประเด็นที่น่าสนใจคือ ภารกิจของกระทรวงการต่างประเทศในการส่งเสริมโครงการญี่ปุ่นเท่านั้นแตกต่างจาก METI ในแง่การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และวาระการต่างประเทศ การส่งสินค้าทางวัฒนธรรมเหล่านี้ออกไปสู่โลกภายนอกไม่ควรเป็นแค่การขยายตลาดธุรกิจเท่านั้น แต่ควรช่วยฟื้นฟูและรักษาสถานะของญี่ปุ่นในสังคมระหว่างประเทศด้วย ซึ่งในความเป็นจริง ทั้งเป้าหมายและภารกิจของสองกระทรวงก็อาจไม่แตกต่างกันนัก[71]

---

[70] Iwabuchi, "Pop-culture diplomacy in Japan," 424.

[71] Ibid

ใน ค.ศ. 2007 ศูนย์ความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan International Cooperation Center: JICE/一般財団法人 日本国際協力センター) ริเริ่มโครงการเครือข่ายแลกเปลี่ยนนักเรียนและเยาวชนญี่ปุ่น-เอเชียตะวันออกแห่งศตวรรษที่ 21 (Japan-East Asia Network of Exchange for Students and Youths: JENESYS/21世紀東アジア青少年大交流計画) เพื่อขยายความร่วมมือแลกเปลี่ยนเยาวชนระหว่างญี่ปุ่นกับภูมิภาคเอเชียให้มีขนาดใหญ่ขึ้น โครงการดังกล่าวมีกิจกรรม 3 ประเภท ได้แก่ การเชิญเยาวชนต่างชาติเข้ามาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในญี่ปุ่นระยะสั้น (ประมาณ 10 วัน) การส่งนักเรียนญี่ปุ่นเดินทางมายังกลุ่มประเทศอาเซียน (ประมาณ 11 วัน) และการจัดประชุมและอบรมนักเรียนญี่ปุ่น-อาเซียนในระยะสั้น (ประมาณ 7 วัน) ซึ่งโครงการดังกล่าวมีเครือข่ายนักเรียนเก่าที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมขนาดใหญ่[72]

การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นดำเนินอย่างต่อเนื่องด้วยดี จนกระทั่งถึงเดือนมีนาคม ค.ศ. 2011 เกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวและคลื่นยักษ์สึนามิที่โทะโฮะกุ ให้โรงไฟฟ้านิวเคลียร์ฟุกุชิมะเสียหาย ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมอย่างกว้างขวาง สั่นคลอนความเชื่อมั่นระหว่างประเทศที่ญี่ปุ่นพยายามสร้างและสั่งสมมาโดยตลอด จนเกิดความกังวลในหมู่ผู้ปฏิบัตินโยบายว่า ญี่ปุ่นจะถูกเมินหรือมีคนอื่นมอง “ข้ามหัว (Japan Passing)” หรือไม่ ข้อดีคือ แนวคิดและประสบการณ์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นที่เน้นสามเสาหลัก ได้แก่ การสื่อสารข้อมูลสาธารณะ การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม และการเผยแพร่ภาพระหว่างประเทศนั้นยังคงทำงานได้ดี มีการสรุปรายงานประจำวัน (Briefing) ให้สื่อทั้งญี่ปุ่นและต่างประเทศโดยฝีมือของชิกะตะ โนะริยุกิ (Shikata Noriyuki) ซึ่งกลายเป็นหน้าตาของญี่ปุ่นในช่วงเวลาดังกล่าว ชิกะตะยังใช้ทวิตเตอร์ส่วนตัวโต้ตอบประเด็นต่าง ๆ อย่างทันท่วงที โดยร่วมมือกับสถานีโทรทัศน์เอ็นเอชเค เวิลด์ (NHK World) อย่างแข็งขันด้วย[73]

ผู้เขียนจำได้ว่า ประชาชนชาวไทยจำนวนไม่น้อยแสดงความห่วงใยสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยการขึ้นภาพ Pray for Japan ทางสื่อสังคมของตนเอง ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคมต่าง ๆ และประชาชนร่วมกันจัดกิจกรรมระดมทุนช่วยเหลือประเทศญี่ปุ่น ในช่วงเวลา

---

[72] “What is the JENESYS Programme?,” *JENESYS*, accessed July 31, 2020, http://sv2.jice.org/jenesys/e/about-jenesys/about-program/.

[73] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 281.

ดังกล่าว กระทรวงการต่างประเทศของญี่ปุ่นมุ่งเป้าหมายการทูตสาธารณะไปที่ผู้นำทางความคิดที่เป็นเยาวชน โดยเชิญเข้าร่วมโครงการ “สายสัมพันธ์ (Bond/絆)” ซึ่งมีเยาวชนมากกว่า 12,000 คนจากเอเชียและอเมริกาเหนือเข้าเยี่ยมชมพื้นที่ที่ได้รับความเสียหายจากภัยพิบัติ JF ดำเนินโครงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จำนวน 57 โครงการ ใน ค.ศ. 2011-2012 และปรับแนวนโยบายสู่การสร้างหุ้นส่วนเพื่อการฟื้นฟูจนเห็นผล เช่น มูลนิธิดนตรีแจ๊ซมิยะกิ (Miyagi World Jazz Foundation) เคยระดมทุนและบริจาคเงินมากกว่า 10 ล้านเยนแก่มลรัฐนิวออร์ลีนส์ในช่วงภัยพิบัติจากพายุเฮอริเคนแคทรินา (Hurricane Katrina) ใน ค.ศ. 2005 หนึ่งเดือนหลังฟุกุชิมะ มลรัฐนิวออร์ลีนส์มอบเครื่องดนตรีให้แก่เยาวชนในมูลนิธิดังกล่าวไปเล่นดนตรีแจ๊ซฟื้นฟูโทะโฮะกุ[74]

3. หวนสู่คืนวันอันรุ่งเรือง: การทูตสาธารณะของรัฐบาลนายกรัฐมนตรีอาเบะ ชินโซ (ค.ศ. 2012-2020)

อาเบะกลับคืนสู่ตำแหน่งนายกรัฐมนตรีอีกครั้งในเดือนธันวาคม ค.ศ. 2012 หลังจากเป็นนายกรัฐมนตรีเป็นเวลา 1 ปี ในเดือนกันยายน ค.ศ. 2006-2007 ถือเป็นนายกรัฐมนตรีที่ดำรงตำแหน่งเมื่ออายุน้อยที่สุด และยาวนานที่สุด อาเบะเป็นผู้มีประสบการณ์ทางการเมืองอย่างกว้างขวาง เกิดในครอบครัวนักการเมือง เคยเป็นเลขานุการของบิดาซึ่งเป็นอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ (อาเบะ ชินทะโร) และกลายเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเขตของบิดาหลังถึงแก่อนิจกรรม เคยเป็นเลขาธิการคณะรัฐมนตรีของโคะอิสุมิ และเป็นผู้สานต่อโครงการการทูตสาธารณะต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งญี่ปุ่นเท่ ดังนั้น ภาพรวมยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะของอาเบะจึงเป็นการต่อยอดจากนโยบายการทูตสาธารณะในช่วงก่อนหน้านี้เกือบทั้งสิ้น

ขณะที่บริบททางการเมืองระหว่างประเทศและสถานการณ์ภายในประเทศก็เอื้อให้อาเบะแสดงท่าทีและภาวะผู้นำที่แข็งขันเด็ดขาด ในระดับระหว่างประเทศ กรณีพิพาททางดินแดนกับจีนยังดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง นโยบายของญี่ปุ่นในช่วงเวลานี้จึงค่อนข้างชัดเจนว่ายืนยันความแน่นแฟ้นในฐานะพันธมิตรกับสหรัฐอเมริกาแน่นอน ในด้านนโยบายต่างประเทศ อาเบะประกาศเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม ค.ศ. 2013 ว่า จะยึดมั่นแนวทางการสร้างเสริม

---

74 Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 281-282.

สันติภาพในเชิงรุก (Proactive Contribution to Peace/積極的 平和主義) และแนวคิดความร่วมมือระหว่างประเทศนิยม (International Cooperationism/国際 許褚主義) ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศของญี่ปุ่น[75] ส่วนสถานการณ์ภายในประเทศนั้น ญี่ปุ่นต้องเน้นการฟื้นฟูเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นหลังจากเกิดเหตุการณ์แผ่นดินไหวใน ค.ศ. 2011 ด้วยนโยบาย “อาเบะโนะมิกส์ (Abenomics/アベノミクス หรือ 安倍ノミクス)” โดยเน้นการเพิ่มปริมาณเงินในตลาด กระตุ้นการใช้จ่ายภาครัฐ และปฏิรูปเศรษฐกิจญี่ปุ่นให้แข่งขันได้มากขึ้น

3.1 ยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะของรัฐบาลอาเบะ ชินโซ

ในการดำรงตำแหน่งนายกรัฐมนตรีของอาเบะเป็นครั้งที่สอง กระทรวงการต่างประเทศยังคงเป็นองค์กรหลักในการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของญี่ปุ่น โดยมอบหมายภารกิจกำกับดูแลยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะ การค้าและเศรษฐกิจระหว่างประเทศแก่เอกอัครราชทูตประจำกระทรวง 1 คน (Ambassador for Public Diplomacy and Ambassador for International Economic Affairs/特命全権大使 (広報外交担当兼国際貿易・経済担当)) ในระดับปฏิบัติการ ภารกิจเกี่ยวกับการทูตสาธารณะอยู่ในกำกับดูแลของสำนักงานรัฐมนตรี มีผู้อำนวยการฝ่ายสื่อและการทูตสาธารณะ (เทียบเท่าอธิบดี) (Director-General for Press and Public Diplomacy/外務報道官) ซึ่งปฏิบัติหน้าที่โฆษกกระทรวงการต่างประเทศด้วยอีกตำแหน่ง และผู้อำนวยการฝ่ายกิจการวัฒนธรรม (เทียบเท่าเอกอัครราชทูต) (Director-General for Cultural Affairs/国際文化交流審議官) ทั้งสองตำแหน่งมีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับนโยบายการทูตและสถานการณ์ระหว่างประเทศสู่สาธารณชนญี่ปุ่น เผยแพร่และรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ภายในประเทศและนโยบายต่างประเทศญี่ปุ่นสู่ผู้รับสารชาวต่างชาติ อนุวัติข้อตกลงระหว่างประเทศด้านการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ร่วมมือกับองค์กรวัฒนธรรมระหว่างประเทศ นำเสนอวัฒนธรรมญี่ปุ่นในต่างประเทศ และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศ[76]

---

[75] Daisuke Akimoto, *The Abe Doctrine: Japan’s Proactive Pacifism and Security Strategy* (Singapore: Palgrave McMillan, 2018), 10.

[76] “About us – Officials,” *Ministry of Foreign Affairs of Japan*, last modified July 27, 2020, accessed July 31, 2020, https://www.mofa.go.jp/about/hq/list2.html#01; “About us – Organization,” *Ministry of Foreign Affairs of Japan*, last modified October 17, 2019, accessed July 31, 2020, https://www.mofa.go.jp/about/hq/org.html.

หน่วยงานในกำกับของผู้อำนวยการทั้งสองท่าน ได้แก่ กองยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Strategy Division/広報文化外交戦略課) มีส่วนย่อย 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนสื่อสารภายในประเทศ ส่วนสื่อสารเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนแสดงความเห็นสาธารณะและศูนย์สื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ กองสื่อมวลชน (Press Division/報道課) กองกิจการวัฒนธรรมและประชาสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (Cultural Affairs and Overseas Public Relations Division/文化交流・海外広報課) มีส่วนย่อย 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น ส่วนส่งเสริมความร่วมมือทางวัฒนธรรมพหุภาคี ส่วนโครงการแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชน และกองสื่อมวลชนต่างประเทศ (International Press Division/国際報道課) ซึ่งผู้อำนวยการกองปฏิบัติหน้าที่โฆษกสื่อมวลชนต่างประเทศด้วยอีกตำแหน่ง[77] สำหรับงบดำเนินงานการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นใน ค.ศ. 2018 นั้นอยู่ที่ 1.91 หมื่นล้านเยน คิดเป็นร้อยละ 4 ของงบประมาณกระทรวงการต่างประเทศทั้งหมด อย่างไรก็ดี งบประมาณจำนวนมากเป็นงบที่จัดสรรให้ JF กระทรวงจึงเหลืองบประมาณไว้เพียง 4.7 พันล้านเยน[78]

ใน ค.ศ. 2012 รัฐบาลตั้งสำนักการสื่อสารระหว่างประเทศ (Office of Global Communications/官邸 国際広報室) ขึ้นในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีเพื่อปรับปรุงการสื่อสารยุทธศาสตร์และนโยบายของรัฐบาล และสื่อสารความคิดของนายกรัฐมนตรีสู่สังคมระหว่างประเทศด้วย ภารกิจสำคัญขององค์กรนี้ในรัฐบาลอาเบะคือ การสร้างพื้นที่สื่อสารเป็นภาษาอังกฤษของรัฐบาลทางสื่อใหม่ทั้ง Facebook (http://www.facebook.com/JapanGov) และ Twitter ใน ค.ศ. 2013 (@JPN_MPO) ส่วนกรมประชาสัมพันธ์ (Office of Public Relations/日本政府 広報室) เป็นผู้ดูแลรักษาเว็บไซต์ที่เปิดให้ดาวน์โหลดนิตยสารแนะนำญี่ปุ่นที่เขียนเป็นภาษาอังกฤษ ได้แก่ We Are Tomodachi (เราคือเพื่อนกัน) และ Highlighting Japan[79]

---

77 Ibid.

78 Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 274.

79 Ibid.

3.2 กิจกรรมการทูตสาธารณะตามนโยบายของรัฐบาล

JF ยังเป็นหน่วยงานสำคัญในการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะในกำกับของกระทรวงการต่างประเทศ JF มีพันธกิจในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรม การส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาญี่ปุ่นและญี่ปุ่นศึกษาในต่างประเทศ และการแลกเปลี่ยนนักวิชาการผู้ทรงคุณวุฒิ โครงการ JET เป็นโครงการแลกเปลี่ยนขนาดใหญ่ที่ดำเนินมาอย่างต่อเนื่องจนถึงรัฐบาลอาเบะ ผู้เข้าร่วมโครงการดังกล่าวใน ค.ศ. 2018-2019 อยู่ที่ 5,528 คน จาก 54 ประเทศ ในจำนวนนี้ 3,012 คนมาจากสหรัฐอเมริกา นับตั้งแต่ก่อตั้ง JET มีผู้เข้าร่วมประมาณ 70,000 คน จาก 67 ประเทศ สมาคมนักเรียนเก่า JET มีสมาชิกมากกว่า 29,000 คน มีสาขาในต่างประเทศ 53 แห่งใน 16 ประเทศ[80] นอกจากนี้ รัฐบาลอาเบะฟื้นศูนย์เอเชียขึ้นมาอีกครั้งหลังจากให้คำมั่นในการประชุมสุดยอดอาเซียน-ญี่ปุ่นใน ค.ศ. 2013 ว่า ญี่ปุ่นจะขยายนโยบายวัฒนธรรมกับอาเซียนให้มากขึ้น โดยริเริ่มโครงการ NIHONGO Partners (日本語パートナーズ) ที่ต่อยอดวิธีคิดจากโครงการ JET แต่เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายจากสหรัฐอเมริกามาเป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียแทน เน้นส่งเสริมให้องค์กรเคลื่อนไหวและส่งเสริมวัฒนธรรมภาคประชาสังคมในภูมิภาคเอเชียมีประสบการณ์ร่วมกับการดำเนินการทูตสาธารณะของญี่ปุ่นด้วยการส่งครูชาวญี่ปุ่นมาสนับสนุนการเรียนการสอนภาษาและวัฒนธรรมญี่ปุ่นในโรงเรียนมัธยมศึกษา[81]

นอกจากกระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานในสังกัดสำนักนายกรัฐมนตรีแล้ว ส่วนราชการอื่น ๆ ที่สนับสนุนการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของญี่ปุ่น ได้แก่ METI สำนักส่งเสริมวัฒนธรรม (Agency for Cultural Affairs/文化庁) ในสังกัดกระทรวงศึกษาธิการ วัฒนธรรม กีฬา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี JETRO องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งญี่ปุ่น (Japan National Tourist Organization: JNTO/国際観光振興機構) และสถานีโทรทัศน์เอ็นเอชเค เวิลด์ ซึ่งเคยกลายเป็นประเด็นทางสังคมใน ค.ศ. 2014 เมื่อโมะมิอิ คะท์ซุโอะ (Momii Katsuo) ผู้อำนวยการสถานีในขณะนั้นเสนอว่า การดำเนินรายการสื่อสารระหว่างประเทศของญี่ปุ่นควรเป็นไปตามวาระทางนโยบายของรัฐบาล ข้อเสนอนี้กลายเป็นประเด็น

---

[80] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 279.

[81] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 283. ดูเพิ่มเติมที่ “About “NIHONGO Partners” Program,” *NIHONGO PARTNERS*, accessed July 31, 2020, https://jfac.jp/en/partners/.

ถกเถียงในรัฐสภาและถูกวิพากษ์วิจารณ์อย่างหนักว่า เป็นความพยายามแทรกแซงสื่อของรัฐบาลอาเบะ[82]

โครงการญี่ปุ่นเท่ยังคงดำเนินการอยู่ในรัฐบาลอาเบะ METI ตั้งกองทุนญี่ปุ่นเท่ขึ้นในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2013 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ “ขยายโอกาสทางธุรกิจที่สร้างความตระหนักรู้ให้โครงการ” กองทุนดังกล่าวนิยามโครงการญี่ปุ่นเท่ว่า เป็นการสร้างคุณค่าแบบญี่ปุ่นที่ฝังอยู่ในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น รถยนต์ สินค้าขนาดใหญ่ที่ใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมดั้งเดิมอื่น ๆ และเพิ่มคุณค่าให้โภคภัณฑ์อย่างเสื้อผ้า อาหาร วิถีชีวิต อุตสาหกรรมวัฒนธรรมที่มาพร้อมกับวิถีชีวิตและประเพณีดั้งเดิม รัฐบาลจะสนับสนุนการเผยแพร่สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ไปสู่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในต่างประเทศโดยการจัดงาน Japan Days ในกิจกรรมระหว่างประเทศต่าง ๆ และอำนวยความสะดวกในการจับคู่ธุรกิจระหว่างภาคธุรกิจของญี่ปุ่นกับบริษัทต่างชาติ สำหรับรัฐบาลอาเบะ โครงการญี่ปุ่นเท่เป็นเครื่องมือสำคัญในการชี้ให้เห็นปัญหาขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์ และเป็นเครื่องมือธำรงรักษา Soft Power ของญี่ปุ่นในระดับโลก[83]

อีกโครงการสำคัญที่ญี่ปุ่นริเริ่มขึ้นใหม่ในสมัยอาเบะคือ JAPAN HOUSE (ジャパン・ハウス) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ “สร้างความเข้าใจและความซาบซึ้งเกี่ยวกับญี่ปุ่นในสังคมระหว่างประเทศในเชิงลึก” ด้วยการสร้าง “ศูนย์รวม (Hub)” เพื่อจัดแสดงและสื่อสารความเป็นญี่ปุ่น ประเทศที่มีมนตร์เสน่ห์อันมิสิ้นสุดไปสู่ที่ต่าง ๆ ในโลก รัฐบาลมีแผนสร้างศูนย์รวมเหล่านี้ในเมืองใหญ่ต่าง ๆ ทั่วโลก ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2020 ดำเนินการไปแล้ว 3 เมือง ได้แก่ เซา เปาโล ลอส แอนเจลิส และลอนดอน ใน JAPAN HOUSE แต่ละที่จะมีพื้นที่จัดแสดงนิทรรศการ พื้นที่อเนกประสงค์พร้อมอุปกรณ์อำนวยความสะดวก มีร้านขายสินค้า อาหาร และเครื่องดื่ม พื้นที่คาเฟ่ที่เชื่อมต่อกับโลกออนไลน์ได้อย่างต่อเนื่อง โครงการดังกล่าวมีสาระสำคัญคือ การผสมผสานอนาคตของประเพณี แรงบันดาลใจของวัฒนธรรมสมัยนิยม พลังของเทคโนโลยีล้ำหน้า และความรุ่มรวยของอาหารญี่ปุ่น โดยต้องการดึงดูด

---

[82] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 274-275.

[83] Tamaki, “Repackaging national identity,” 117.

คนทุกเพศทุกวัยที่ไม่จำเป็นว่าต้องมีประสบการณ์เกี่ยวกับญี่ปุ่นมาก่อนให้มาสัมผัสความเป็นญี่ปุ่น ซึ่งไม่มีนิยามหนึ่งเดียว ทุกคนสามารถร่วมให้ความหมายของความเป็นญี่ปุ่นได้[84]

วะโชะกุเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือการทูตวัฒนธรรมของรัฐบาลอาเบะที่อยู่ใน JAPAN HOUSE ด้วยเช่นกัน ในเดือนธันวาคม ค.ศ. 2013 UNESCO ขึ้นทะเบียนวะโชะกุเป็นมรดกทางวัฒนธรรมชนิดจับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) ข้อมูลจาก JETRO ระบุว่า ในปีเดียวกัน อาหารญี่ปุ่นได้รับการจัดอันดับเป็น “อาหารต่างชาติ” ที่มีผู้นิยมมากที่สุดในการสำรวจความนิยมใน 7 ประเทศ ความนิยมวะโชะกุทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างมากเห็นได้จากจำนวนร้านอาหารญี่ปุ่นที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 24,000 แห่ง ใน ค.ศ. 2006 เป็น 117,000 แห่งใน ค.ศ. 2017 เช่นเดียวกับอัตราการเติบโตของยอดส่งออกจาก 4.45 แสนล้านเยนใน ค.ศ. 2009 เป็น 7.55 แสนล้านเยนใน ค.ศ. 2016 นอกจากนี้ ความสำเร็จของวะโชะกุยังปรากฏอีกครั้งในงานนิทรรศการโลกจัดขึ้น ณ เมืองมิลาน ประเทศอิตาลี เมื่อค.ศ. 2015 พื้นที่แสดงนิทรรศการ (Pavilion) ของญี่ปุ่นมีผู้เข้าชมจำนวน 2.28 ล้านคน และได้รับรางวัลเหรียญทอง เป็นรางวัลสูงที่สุดในประวัติศาสตร์การเข้าร่วมจัดนิทรรศการที่ต้องลงทะเบียนของญี่ปุ่น ในพื้นที่ดังกล่าวมีการจัดแสดงเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับวะโชะกุ ได้แก่ วัตถุดิบและส่วนผสม ตัวอย่างอาหารจานเด็ด เทคนิควิธีการปรุง และพฤติกรรมการรับประทานอาหารของชาวญี่ปุ่นด้วย[85]

อันที่จริง ค.ศ. 2020 ควรเป็นปีที่ญี่ปุ่นแสดงศักยภาพอย่างเต็มที่ในฐานะเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิก ซึ่งเคยเป็นหมุดหมายสำคัญของการฟื้นสถานะของญี่ปุ่นในสังคมระหว่างประเทศหลังสงครามโลกครั้งที่สอง โอลิมปิกนั้นเป็น “โอกาสกระตุ้นเศรษฐกิจ” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการเปิดรับนักท่องเที่ยวจำนวนมหาศาลที่เข้ามาจับจ่าย รายได้จากการขายโฆษณาและประชาสัมพันธ์ และการลงทุนด้านสาธารณูปโภค และยังเป็นพื้นที่สำหรับการแสดง “สถานะและเกียรติภูมิของชาติ ผ่านการแสดงวัฒนธรรม ค่านิยม และสุนทรียภาพผ่านพิธีเปิดและพิธีปิด ตลอดจนการได้นำเสนอภาพลักษณ์ต่าง ๆ ผ่านสื่อ

---

[84] “What’s JH,” *JAPAN HOUSE*, accessed July 31, 2020, https://www.japanhouse.jp/en/what/.

[85] Farina, “Japan’s gastrodiplomacy as soft power,” 152-153.

ระหว่างประเทศที่จับจ้องมายังประเทศเจ้าภาพ” นอกจากนี้ ยังเป็นโอกาสที่ญี่ปุ่นจะได้ปรับภาพลักษณ์จากประเทศที่เป็นผู้ประสบภัยหายนะมาเป็นประเทศที่มีความปลอดภัย เป็นการให้ความหมายใหม่แก่เหตุการณ์ในช่วงเวลาดังกล่าว และย้อนรำลึกถึงความสำเร็จเมื่อครั้งเป็นเจ้าภาพกีฬาโอลิมปิกใน ค.ศ. 1964 ซึ่งมีความหมายทั้งทางการเมืองคือ เป็นการหวนกลับมาสู่สังคมระหว่างประเทศอีกครั้ง และมีความหมายทางเศรษฐกิจคือ การเป็นชาติที่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจได้รุดหน้า[86]

3.3 กิจกรรมการทูตสาธารณะที่เป็นการตอบสนองสถานการณ์โรคโควิด-19

ในด้านการจัดการสถานการณ์ ญี่ปุ่นไม่ได้อยู่ในกลุ่มประเทศที่จัดการโรคได้ดีมากนักในช่วงแรก (มีนาคม-เมษายน ค.ศ. 2020) เมื่อเทียบกับจีน ไต้หวัน และเกาหลีใต้ แต่ชื่อของประเทศญี่ปุ่นก็ยังคงปรากฏอยู่บ้างเป็นครั้งคราวในสื่อไทย ประเด็นที่น่าสนใจคือ ในช่วงเวลาที่สหรัฐอเมริกาเริ่มตำหนิจีนมากขึ้นนั้น ประเทศญี่ปุ่นไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล ส่วนบริหารท้องถิ่น ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคมกลับเป็นประเทศแรก ๆ ที่ยื่นมือช่วยเหลือจีน สมาชิกพรรค LDP ออกเสียงสนับสนุนให้บริจาคเงินจำนวน 5,000 เยนจากเงินเดือนของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร รวมเป็นเงินจำนวนทั้งสิ้น 2 ล้านเยนเพื่อช่วยเหลือจีน รัฐบาลยังส่งชุดป้องกันโรคจำนวนหลายพันตัวไปยังนครอู่ฮั่น เช่นเดียวกับชาวญี่ปุ่นในจังหวัดโอะอิตะ เมืองคู่มิตรของอู่ฮั่น มอบหน้ากากป้องกันโรคจำนวน 30,000 ชิ้น นอกจากโอะอิตะแล้ว มิโตะ โอะกะยะมะ มะอิสุรุ ยังร่วมกิจกรรมในคราวนี้ด้วย บริษัทญี่ปุ่นก็ร่วมบริจาคหน้ากากป้องกันโรคจำนวนหลายล้านชิ้นและเครื่องอุปโภคบริโภค สมาคมพัฒนาเยาวชนญี่ปุ่น (Japan Youth Development Association: JYDA/日本青少年育成協会) ส่งกล่องหน้ากากและอุปกรณ์วัดไข้ พร้อมถ้อยคำจากบทกวีโบราณ มีการบันทึกภาพและเสียงร้องเพลงชาติจีนและให้กำลังใจชาวจีนด้วย ซึ่งประชาชนจีนต่างชื่นชมและตอบรับการกระทำต่าง ๆ ของญี่ปุ่นอย่างดี[87]

---

[86] ธีวินท์ สุพุทธิกุล, “โอลิมปิกแห่งโชคชะตา: จากฮิโรชิม่า ฟุคุชิม่า สู่ไวรัสโคโรนา,” *The101.World*, 16 เมษายน 2563, https://www.the101.world/tokyo-olympic-and-coronavirus/.

[87] Cheng Li and Ryan McElveen, “Mask Diplomacy: How coronavirus upended generations of China-Japan antagonism,” *Brookings*, March 9, 2020, https://www.brookings.edu/blog/order-from-chaos/2020/03/09/mask-diplomacy-how-coronavirus-upended-generations-of-china-japan-antagonism/.

องค์การความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งญี่ปุ่น (Japan International Cooperation Agency: JICA/独立行政法人国際協力機構) เป็นองค์กรการทูตสาธารณะหลักที่ตอบสนองสถานการณ์โรคโควิด-19 ได้ทันท่วงที มีการจัดประกวดแผนธุรกิจพิชิตโควิด-19 สำหรับประเทศในทวีปแอฟริกา 19 ประเทศตามโครงการ Project NINJA ซึ่งย่อมาจาก Next Innovation with Japan เพื่อแสวงหาความคิดเชิงสร้างสรรค์โดยมีเงินรางวัลให้จำนวนประมาณ 30,000 เหรียญสหรัฐ[88] ประธาน JICA ยังแลกเปลี่ยนพูดคุยกับประธานเจ้าหน้าที่บริหารองค์การเพื่อการพัฒนาแห่งฝรั่งเศส (Agence Française de Développement: AFD) เพื่อยืนยันความร่วมมือด้านความช่วยเหลือเพื่อมนุษยธรรมและแบ่งปันประสบการณ์กับแนวปฏิบัติในการดำเนินโครงการช่วงสถานการณ์โรคโควิด-19 ระหว่างสององค์กร[89] และมีการแบ่งปันมุมมองและประสบการณ์ของญี่ปุ่นในการจัดการโรคโควิด-19 ผ่าน Webinar ร่วมกับชาวเนปาล ชาวมาเลซีย ชาวปาเลสไตน์ ฯลฯ ที่เคยเข้าร่วมโครงการของ JICA ด้วย นอกจากนี้ JF สำนักงานสาขากรุงเทพฯ ยังเปิดรับข้อเสนอโครงการนวัตกรรมการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศในช่วงสถานการณ์โรคโควิด-19 เพื่อระดมความคิดเห็นและแสวงหาแนวทางการจัดกิจกรรมร่วมกันด้วย[90]

กล่าวโดยสรุป การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นนั้นยึดแนวทางของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทั้งทางวัฒนธรรมและทางวิชาการเป็นสำคัญ สิ่งที่ญี่ปุ่นโดดเด่นคือ มีความได้เปรียบเชิงบริบทระหว่างประเทศที่เปิดโอกาสให้ตนเองสามารถพัฒนาเศรษฐกิจอย่างรุดหน้าแข็งขัน มีงบประมาณจำนวนมากที่จะมาขับเคลื่อนโครงการการทูตสาธารณะต่าง ๆ ประกอบกับมีความเข้มแข็งเชิงสถาบันที่เป็นการประสานการทำงานระหว่างส่วนราชการต่าง ๆ อยู่แล้ว

---

88 "Business Plan Competition in response to COVID-19," *JICA*, accessed July 31, 2020, https://www.jica.go.jp/COVID-19/en/responses/prospects/20200706.html.

89 "JICA President Kitaoka held talks with AFD's CEO Rioux (online meeting)," *JICA*, dated June 26, 2020, accessed July 31, 2020, https://www.jica.go.jp/english/news/field/2020/20200626_10_en.html.

90 "CALL FOR PROJECT PROPOSALS: In relation to International Cultural Exchanges during COVID-19 Crisis," *Japan Foundation*, accessed July 31, 2020, https://www.jfbkk.or.th/call_for_project_proposals2020/?lang=en.

นอกจากนี้ ภาคประชาสังคมและประชาชนก็พร้อมมีส่วนร่วมและขับเคลื่อนไปด้วยกัน ผู้เขียนเห็นด้วยกับ Ogawa ว่า ญี่ปุ่นควรเน้นแนวทางเสริมสร้างความเข้าใจทางวัฒนธรรมและความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนกับประชาชนต่อไป[91] เนื่องจากประชาชนคือทุนทางสังคม คือสื่อที่เคลื่อนที่ได้ คือนักการทูตคนหนึ่งที่มีผลต่อการสร้างความรับรู้และเข้าใจรัฐหนึ่ง ๆ ได้ไม่แพ้นักการทูตทางการของรัฐ

[91] Ogawa, “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads,” 283.

เกาหลีใต้:

การทูตสาธารณะ
เพื่อมุ่งสู่สถานะอำนาจขนาดกลาง

กรอบความคิดทางยุทธศาสตร์การต่างประเทศของเกาหลีใต้ตั้งแต่สมัยที่เป็นรัฐโบราณจนถึงปัจจุบันนั้นมีโจทย์สำคัญอยู่ที่การจัดวางความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศที่มีอำนาจและขีดความสามารถทั้งทางเศรษฐกิจ การเมืองและการทหารเหนือกว่าทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นจีน ญี่ปุ่น หรือรัสเซีย ภาษิตเกาหลีที่อาจสะท้อนสภาพดังกล่าวได้อย่างดีคือ “วาฬสู้กัน กุ้งหลังหัก (Suffer a Side, Blow in a Fight/고래 싸움에 새우 등 터진다.)” ตัวอย่างกรณีศึกษาในประวัติศาสตร์เช่น อาณาจักรชิลลาสามารถรวมแผ่นดินกับอาณาจักรแพ็กเจและอาณาจักรโคกูรยอได้ เนื่องจากร่วมมือกับราชสำนักถังของจีนต่อสู้กับทั้งสองอาณาจักรในช่วงกลางศตวรรษที่ 6 ซึ่งหลังจากนั้นชิลลากับถังก็ทำสงครามกันต่อเช่นเดียวกับในช่วงปลายราชวงศ์โชซ็อน กษัตริย์โคจงหวังร่วมมือกับรัสเซียเพื่อสร้างหลักประกันความมั่นคงให้รัฐโชซ็อน ซึ่งท้ายที่สุด รัสเซียแพ้สงครามกับจักรวรรดิญี่ปุ่นใน ค.ศ. 1905 โชซ็อนจึงกลายเป็นรัฐอารักขาและถูกผนวกเป็นส่วนหนึ่งของจักรวรรดิใน ค.ศ. 1910

สำหรับเกาหลีใต้ การทูตกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างสัมพันธ์ที่ดีเพื่อลดความเสี่ยงจากการดำเนินนโยบายเพื่อ “ฝ่าวงล้อมของฝูงปลาวาฬ” Choi เสนอว่า ปฏิบัติการทางการทูตแรก ๆ ของเกาหลีใต้ (ที่ใกล้เคียงกับนิยามการทูตสาธารณะของรายงานฉบับนี้ด้วย) ย้อนกลับไปได้ถึงศตวรรษที่ 4 เมื่อราชสำนักแพ็กเจส่งบัณฑิตวัง อิน (Wang In หรือ Wani/왕인 หรือ 王仁) ไปเยือนญี่ปุ่นตามพระราชดำรัสขอตัวของสมเด็จพระจักรพรรดิ

โอจิน เพื่อสอนวิชาวรรณคดีและหลักจริยธรรม ซึ่งบัณฑิตท่านนี้เป็นที่ยกย่องในหมู่ชาวญี่ปุ่นเป็นอย่างมากในฐานะผู้นำอักษรจีนไปเผยแพร่ในญี่ปุ่นและมีส่วนทำให้เกิดวรรณคดีญี่ปุ่น ทั้งนี้ ญี่ปุ่นสร้างอนุสาวรีย์ให้ท่านที่สวนอุเอะโนะ กรุงโตเกียว ใน ค.ศ. 1937 ด้วย[92]

กรณีต่อมา ในสมัยราชวงศ์โชซ็อน กษัตริย์โคจงได้ส่งราชทูตสองท่านไปเยือนสหรัฐอเมริกาเพื่อเจริญสัมพันธไมตรี แสวงหาพันธมิตรอื่น ๆ นอกเหนือจากจีน ญี่ปุ่น และรัสเซีย ท่านแรกคือ เจ้าชายมิน ย็อง-อิก (Min Young-ik/민영익) ซึ่งเดินทางใน ค.ศ. 1884 และท่านที่สองคือ ปัก ช็อง-ยัง (Park Jungyang/박정양) ในเดือนมกราคม ค.ศ. 1888 ราชทูตท่านที่สองได้เข้ายื่นพระราชสาส์นตราตั้งแด่ประธานาธิบดีโกรเวอร์ คลีฟแลนด์ (Grover Cleveland) ซึ่งเลขานุการที่ติดตามท่านราชทูตปัก ช็อง-ยัง ได้บันทึกไว้ในทำนองว่า กิริยาอาการอย่างผู้ดีและถ้อยแถลงของท่านราชทูตทำให้วอชิงตันต้องตกตะลึง แม้ท่านจะแต่งกายไม่เหมือนชาวอเมริกัน แต่การแสดงออกของท่านก็มีความเป็นผู้ดี เป็นสุภาพบุรุษคล้ายอเมริกันชนอย่างเต็มเปี่ยม Choi เห็นว่า กรณีของทูตทั้งสองท่านนี้คล้ายกับในปัจจุบันที่เกาหลีใต้สร้างความนิยมเกาหลีในหมู่ชาวต่างชาติ ผ่านสื่อบันเทิงอย่างละครและภาพยนตร์ อาหาร และเทคโนโลยี[93]

นอกจากการสร้างความนิยมเกาหลีในหมู่พลเมืองประเทศสำคัญอย่างญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกาด้วยการส่งราชทูตแล้ว เกาหลีใต้ยังได้มีโอกาสนำเสนอเรื่องราวของตนเองสู่โลกภายนอกผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร Korea Today นิตยสาร Korean Arts นิตยสาร Korean Survey ฯลฯ อีกด้วย[94] นิตยสาร National Geographic ของสหรัฐอเมริการายงานและนำเสนอภาพลักษณ์เกี่ยวกับโชซ็อนเป็นครั้งแรกในนิตยสารฉบับเดือนสิงหาคม ค.ศ. 1890 นายพลเรือเจ บี เบอร์นาเดา (J. B. Bernadou) เขียนบทความเรื่อง “ประเทศเกาหลีและชาวเกาหลี (Korea and the Koreans)” โดยมีแผนที่ประกอบจำนวน 1 ภาพ

---

92 Kwang-jin Choi, *The Republic of Korea’s Public Diplomacy Strategy: History and Current Status*, CPD Perspectives January 2019, (California: USC Center on Public Diplomacy), https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%20of%20Korea%27s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf, 5.

93 “Choi, The Republic of Korea’s Public Diplomacy Strategy, 5-6.

94 Ibid, 10.

พิมพ์เผยแพร่แบบขาว-ดำ เนื้อหาของบทความส่วนใหญ่เป็นการให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับชาวโชซ็อน และลักษณะทางภูมิศาสตร์ของโชซ็อน แผนที่นี้ได้กลายมาเป็นแผนที่ที่ใช้อ้างอิงลักษณะทางกายภาพของคาบสมุทรเกาหลีในเวลาต่อมา[95] รายงานส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์บริบทและยุทธศาสตร์ของการดำเนินนโยบาย พัฒนาการและการจัดองค์กรการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้ซึ่งผู้เขียนแบ่งเป็น 3 ช่วงเวลา ดังนี้

1. ฟื้นความสัมพันธ์: การทูตสาธารณะของเกาหลีใต้ก่อนทศวรรษ 1990

โจทย์ทางยุทธศาสตร์การต่างประเทศของเกาหลีใต้ก่อนทศวรรษ 1990 ในช่วงที่ปกครองโดยรัฐบาลพลเรือนของประธานาธิบดีอี ซึงมัน (Rhee Syngman) กับรัฐบาลทหารของประธานาธิบดีปัก ชอง-ฮี (Park Chung-hee) ช็อน ดู-ฮวัน (Chun Doo-hwan) และโน แท-อู (Roh Tae-woo) นั้นมีคำถามสำคัญคือ เกาหลีใต้จะแสวงหาหลักประกันด้านความมั่นคงและการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อฟื้นฟูประเทศหลังสงครามเกาหลีได้อย่างไร

คำตอบแรกคือ กระชับความสัมพันธ์กับสหรัฐอเมริกาในฐานะพันธมิตรทางทหาร หลังสงครามเกาหลีสิ้นสุดใน ค.ศ. 1953 อี ซึงมัน ประธานาธิบดีคนแรกของเกาหลีใต้ได้ลงนามสนธิสัญญาพันธมิตรทางทหารกับสหรัฐอเมริกา จุดยืนของอีนั้นคือ เป็นพันธมิตรกับสหรัฐอเมริกาแต่ว่ายืนยันท่าทีของเกาหลีที่ต้องการ “มุ่งเหนือเพื่อรวมชาติ (March North for Unification/북진 통일)” และไม่ฟื้นฟูความสัมพันธ์กับญี่ปุ่น จุดยืนนี้เปลี่ยนแปลงไปเมื่อปัก ชอง-ฮี ขึ้นดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีใน ค.ศ. 1963 เขามีท่าทีชัดเจนว่าจะต้องร่วมมือกับสหรัฐอเมริกาในฐานะพันธมิตรอย่างเต็มที่เพื่อฟื้นฟูประเทศที่เสียหายโดยส่งทหารเกาหลีจำนวน 50,000 นาย เข้าร่วมรบในสงครามเวียดนาม เพื่อต่อรองเอาหลักประกันความมั่นคงและความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจจากสหรัฐอเมริกา เช่นเดียวกับการฟื้นฟูความสัมพันธ์กับญี่ปุ่นใน ค.ศ. 1965 แม้จะมีเสียงคัดค้านภายในประเทศอย่างมากก็ตาม[96]

---

[95] Young-Hoon Kim, “Exploring Korea through National Geographic: A Shifting Image and its Significance, from 1890 to 2013,” *Journal of Contemporary Korean Studies 1*, no. 1 (2014): 146-147

[96] Scott Snyder, *South Korea at the Crossroads: Autonomy and Alliance in an Era of Rival Powers* (New York: Columbia University Press, 2018), 20, 32, 33-34.

อย่างไรก็ดี เมื่อสหรัฐอเมริกาเริ่มถอนทหารจากเวียดนาม และเปลี่ยนท่าทีหันมาเป็นมิตรกับจีนและสหภาพโซเวียตมากขึ้นในช่วงต้นทศวรรษ 1970 ปัก ชอง-ฮี ก็ปรับท่าทีของตัวเอง ในด้านหนึ่ง ได้ริเริ่มโครงการพัฒนาปรมาณู เพื่อใช้ต่อรองกับสหรัฐอเมริกาให้รักษาคำมั่นที่จะเป็นหลักประกันด้านความมั่นคงและมอบความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจซึ่งช่วยสร้างความชอบธรรมให้แก่ระบอบการปกครองของปัก แต่อีกด้านหนึ่งก็เริ่มทบทวนการมีความสัมพันธ์กับประเทศสังคมนิยม รวมทั้งจีนและสหภาพโซเวียตด้วย หลังจากช็อน ดู-ฮวันขึ้นดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีใน ค.ศ. 1980 เขาได้ยกเลิกโครงการพัฒนาปรมาณูที่ริเริ่มสมัยปัก และยืนยันสถานะพันธมิตรอันแน่นแฟ้นกับสหรัฐอเมริกาเช่นเดิม โรนัลด์ เรแกน (Ronald Reagan) ประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกายืนยันสนับสนุนระบอบการปกครองของช็อน แม้จะมีการละเมิดสิทธิมนุษยชนและปราบปรามประชาชนผู้บริสุทธิ์ พร้อมขายอาวุธให้เกาหลีใต้ และให้คำมั่นว่า สหรัฐอเมริกาจะไม่ถอนทหารออกจากคาบสมุทรเกาหลี[97]

คำตอบที่สองคือ ฟื้นความสัมพันธ์กับประเทศสังคมนิยม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สหภาพโซเวียตและจีน ขณะที่อีกด้านหนึ่ง ช็อนได้ส่งเสริมการฟื้นความสัมพันธ์กับประเทศสังคมนิยมต่าง ๆ ด้วย เขากล่าวว่า “ถึงจะเป็นประเทศที่มีอุดมการณ์แตกต่าง หากประเทศนั้นไม่มองเป็นศัตรูแล้ว [เกาหลี]ก็ยินดีจะจัดการแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนกับประชาชน และแลกเปลี่ยนสิ่งของระหว่างกัน”[98] ในเดือนมีนาคม ค.ศ. 1982 โน ชิน-ย็อง (Noh Sin-yeong) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศในขณะนั้นระบุว่า “[เกาหลี]จะใช้ประโยชน์จากกีฬาโอลิมปิก ในการขับเคลื่อนการเปิดความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศคอมมิวนิสต์ 10 ประเทศ รวมทั้งจีน สหภาพโซเวียต และคิวบา” อี พอม-ซ็อก (Lee Bum-suk) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศถัดจากโนได้ประกาศ “นโยบายมุ่งเหนือ (Nordpolitik หรือ Northern Policy/북방정책)” ใน ค.ศ. 1983 เมื่อโน แท-อู ขึ้นดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีใน ค.ศ. 1988 เขาได้ใช้นโยบายมุ่งเหนือในการสร้างเวทีให้ประเทศเพื่อนบ้านอย่างจีน สหภาพโซเวียต ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกามารวมตัวกัน และประกาศว่า เกาหลีมีอิสระในการดำเนินนโยบายและขับเคลื่อนประเด็นคาบสมุทรที่เป็นผลประโยชน์ของเกาหลีเอง[99]

---

97 Snyder, *South Korea at the Crossroads*, 36-37, 46-47.

98 Ibid, 47.

99 Ibid, 48, 57-58.

ทั้งนี้ การจัดองค์กรการทูตสาธารณะหลังจากได้รับเอกราชนั้นยังไม่มีความชัดเจนมากนัก เนื่องจากกระทรวงการต่างประเทศเพิ่งอยู่ในระยะก่อตั้ง คำสั่งประธานาธิบดีว่าด้วยการจัดองค์กรกระทรวงการต่างประเทศ เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน ค.ศ. 1948 กำหนดให้กระทรวงการต่างประเทศเมื่อแรกเริ่มมีพันธกิจ 6 ประการ ได้แก่ ริเริ่มและดำเนินนโยบายต่างประเทศของรัฐ สร้างความร่วมมือด้านการค้าและเศรษฐกิจกับรัฐอื่น ๆ ดำเนินการจัดทำสนธิสัญญาและข้อตกลงระหว่างประเทศ คุ้มครองและส่งเสริมผลประโยชน์ของชาวเกาหลีในต่างประเทศ สื่อสารกับสาธารณะ และภารกิจเกี่ยวกับการอพยพชาวเกาหลี โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากจีนและญี่ปุ่น ภารกิจข้อสุดท้ายกลายเป็นภารกิจหลักของกระทรวง ในช่วงแรกก่อตั้งนี้กระทรวงยังมีงานไม่มากนัก เนื่องจากประเทศที่สาธารณรัฐเกาหลีสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตด้วยนั้นยังมีอยู่น้อย ในช่วงปลายค.ศ. 1959 เกาหลีใต้มีสถานเอกอัครราชทูตในต่างประเทศเพียง 9 แห่ง สถานกงสุลใหญ่ 8 แห่ง คณะผู้แทนถาวร 3 แห่ง และสำนักงาน 2 แห่งเท่านั้น[100]

การแบ่งส่วนรัฐการกระทรวงการต่างประเทศในระยะแรกนั้นประกอบด้วยสำนักงานรัฐมนตรีและหน่วยงานระดับกรม 5 หน่วยงาน ได้แก่ สำนักนโยบายและแผน กรมการค้าระหว่างประเทศ กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย สำนักศึกษาวิจัยกิจการระหว่างประเทศ และกรมสารนิเทศ โดยภารกิจที่อาจพิจารณาได้ว่าเกี่ยวข้องกับการทูตสาธารณะในปีแรกของกระทรวงจะอยู่กับ 3 กองที่สังกัดกรมสารนิเทศ ได้แก่ กองโฆษณาการ กองสื่อสารสาธารณะ และกองวัฒนธรรม อย่างไรก็ดี กระทรวงยุบกองโฆษณาการซึ่งมีหน้าที่เกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลและสื่อสารกับต่างประเทศและการประมวลและวิเคราะห์ข้อมูลจากคณะทูตของเกาหลีในประเทศต่าง ๆ หลังดำเนินการได้ 6 เดือน เพื่อลดขนาดกระทรวงลง คงเหลือไว้แต่กองสื่อสารสาธารณะ และกองวัฒนธรรม ซึ่งภารกิจส่งเสริมความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมนั้นจะเป็นของกองวัฒนธรรม[101]

แม้จะอยู่ในช่วงแรกเริ่มของการจัดหน่วยงานภายในกระทรวง แต่ก็พอสรุปได้ว่ากระทรวงการต่างประเทศเกาหลีใต้ (Ministry of Foreign Affairs: MOFA/외무부 ปัจจุบัน

---

[100] Choi, *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy,* 9.

[101] Ibid.

ใช้คำว่า 외교부) เป็นผู้รับผิดชอบหลักหรือมีบทบาทสำคัญในการดำเนินการทูตสาธารณะก่อนทศวรรษ 1990 โดยการจัดองค์กรการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องในทศวรรษ 1950-1970 เช่น ใน ค.ศ. 1955 กองสื่อสารสาธารณะและกองวัฒนธรรมย้ายไปสังกัดสำนักความสัมพันธ์ทางการทูต สามปีต่อมา กระทรวงรวมทั้งสองกองเข้าไว้ด้วยกันเป็นกองการสื่อสารสาธารณะและวัฒนธรรม จนกระทั่งค.ศ. 1961 ภารกิจที่เกี่ยวกับการสื่อสารสาธารณะ โดยเฉพาะการประมวลและวิเคราะห์ข่าวได้ย้ายไปรวมอยู่กับกระทรวงกิจการสาธารณะ (Ministry of Public Affairs/공무부) เพื่อสนับสนุนการสร้างความชอบธรรมทางการเมืองให้แก่รัฐบาลทหารและดำเนินการทูตเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ ส่วนกองวัฒนธรรมก็เหลือแต่ภารกิจและชื่อเท่านั้น[102]

อย่างไรก็ดี การเปลี่ยนแปลงการจัดองค์กรเกิดขึ้น อีกครั้งใน ค.ศ. 1963 มีการย้ายกองวัฒนธรรมและกองสื่อสารสาธารณะกลับไปสังกัดกรมสารนิเทศ ก่อนจะถ่ายโอนภารกิจของการสื่อสารและจัดการข้อมูลให้ไปอยู่ในกำกับของสำนักแผนและการบริหารใน ค.ศ. 1970 และอยู่ภายใต้กำกับของเลขานุการรัฐมนตรีว่าการกระทรวง ฝ่ายสื่อใน ค.ศ. 1973 ตามลำดับ[103] นอกจากนี้ กระทรวงวัฒนธรรมยังได้จัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมเกาหลี (Korean Cultural Center/한국문화원) นอกประเทศเกาหลีเป็นครั้งแรกที่นิวยอร์กและโตเกียวใน ค.ศ. 1979 อีกด้วย[104]

ในด้านกิจกรรม การทูตสาธารณะก่อนทศวรรษ 1990 เน้นการแลกเปลี่ยนประชาชนเพื่อเป็นสะพานสำหรับการยกระดับความสัมพันธ์กับประเทศหลัก เช่น สหรัฐอเมริกา ประเทศในโลกตะวันตกอื่น ๆ ใน ค.ศ. 1947 เกาหลีใต้ส่งนักเรียนเกาหลี 3 คนไปศึกษาต่อยังสหรัฐอเมริกา จากนั้น จำนวนนักศึกษาที่ไปเรียนค่อย ๆ เพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ในปีต่อมารัฐบาลส่งนักกีฬาจำนวน 4 คนเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาสเกตชิงแชมป์โลก (1948 World Figure Skating Championships) ที่ดาวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ต่อมาใน ค.ศ. 1956

---

102 Ibid.

103 Ibid, 9-10.

104 Lee, “South Korea’s Middle Power Activism,” 124.

ส่งผู้แทนนักกีฬาจำนวน 22 คนเข้าร่วมกีฬาโอลิมปิกฤดูร้อนที่เมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย และฟื้นความสัมพันธ์กับประเทศต่าง ๆ เช่น จีน สหภาพโซเวียต และประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยส่งศิลปินชาวเกาหลีจำนวน 136 คนมาเป็นทูตสันถวไมตรีเชื่อมความสัมพันธ์กับประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 1958 ด้วย[105] ต่อมาใน ค.ศ. 1973 สหภาพโซเวียตอนุญาตให้ศิลปินและนักวิชาการเข้าร่วมการประชุมต่าง ๆ และอนุญาตให้นักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันได้ หนึ่งปีต่อมา รัฐบาลจีนก็เริ่มรับรองสาธารณรัฐเกาหลีในการประชุมสหประชาชาติ อนุญาตให้ชาวจีนเชื้อสายเกาหลีสามารถแลกเปลี่ยนจดหมายกับคนรู้จักในเกาหลีใต้ได้ และเปิดโอกาสให้ประชาชนทั้งสองประเทศเดินทางไปมาหาสู่กันได้[106]

นอกจากการแลกเปลี่ยนบุคลากรแล้ว กีฬายังเป็นอีกกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการฟื้นฟูความสัมพันธ์กับจีนและสหภาพโซเวียต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิกครั้งที่ 24 ใน ค.ศ. 1988 ซึ่งนอกจากช่วยสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้เกาหลีในสังคมระหว่างประเทศแล้ว ยังช่วยขับเคลื่อนวาระทางการเมืองนั่นคือ การนำทางไปสู่การฟื้นสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านสำคัญอีกด้วย รัฐบาลและสื่อมวลชนเกาหลีใต้ในขณะนั้นเกรงว่า ประเทศที่จะเข้าร่วมการแข่งขันเห็นเกาหลีเป็นประเทศที่อันตราย มีความเสี่ยงสูง ยังอยู่ในภาวะสงคราม และไม่เคยจัดการแข่งขันกีฬาขนาดใหญ่ระดับโลกและภูมิภาคใด ๆ มาก่อนนอกจากกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 19 ใน ค.ศ. 1986 และยังกังวลว่า เกาหลีเหนือจะไปชวนประเทศพันธมิตรให้คว่ำบาตรไม่เข้าร่วมการแข่งขันที่จัดขึ้นในเกาหลีใต้ ซึ่งจะทำให้การจัดงานล้มเหลวได้ รัฐบาลเกาหลีใต้จึงสร้างหลักประกันโดยเชิญสหภาพโซเวียตและประเทศยุโรปตะวันออก ซึ่งเป็นพันธมิตรสำคัญของเกาหลีเหนือให้ยืนยันเข้าร่วมก่อน ส่วนจีนนั้นก็ส่งนักกีฬาเข้าร่วมการแข่งขันจำนวนถึง 400 คน เป็นสัญญาณเชิงบวกว่า ทั้งสองประเทศพร้อมจะฟื้นสัมพันธ์กับเกาหลีใต้ ซึ่งสหภาพโซเวียตสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการใน ค.ศ. 1991 และจีนสถาปนาความสัมพันธ์ใน ค.ศ. 1992[107]

---

105 Choi, *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy*, 10.

106 *Snyder, South Korea at the Crossroads*, 42-43.

107 *Snyder, South Korea at the Crossroads*, 58-59, 62.

2. เพิ่มความสำคัญ: การทูตสาธารณะของเกาหลีใต้ในทศวรรษ 1990-2020

เกาหลีใต้ในทศวรรษ 1990 นั้นเป็นช่วงเวลาแห่งความเปลี่ยนแปลง สถานะทางเศรษฐกิจและการเมืองของประเทศดีขึ้นกว่าเมื่อได้รับเอกราชใหม่ ๆ มากนัก เกาหลีใต้ได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การสหประชาชาติเมื่อเดือนกันยายน ค.ศ. 1991 และเข้าเป็นสมาชิกองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) ในเดือนธันวาคม ค.ศ. 1993 ในด้านพัฒนาการองค์กรการทูตสาธารณะ รัฐบาลตั้งคณะผู้แทนถาวรประจำองค์การการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ตั้งตำแหน่งรองอธิบดีกรมสารนิเทศ ด้านวัฒนธรรมและการประชาสัมพันธ์ และจัดตั้งกองความร่วมมือด้านวัฒนธรรมที่สำคัญ มีการตั้งองค์กรการทูตสาธารณะหลักของประเทศ ได้แก่ KF เพื่อส่งเสริมกิจกรรมแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศแห่งเกาหลี (Korea International Cooperation Agency: KOICA/한국국제협력단) เพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการพัฒนาระหว่างประเทศใน ค.ศ. 1991 ในสังกัดกระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งทั้ง KF และ KOICA ยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่องแข็งขันจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ดี โจทย์ทางยุทธศาสตร์การต่างประเทศของเกาหลีใต้ในทศวรรษ 1990-2020 นั้น แตกต่างกับช่วงที่เกาหลีปกครองโดยรัฐบาลทหาร เนื่องจากสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศและสถานการณ์การเมืองภายในประเทศเปลี่ยนแปลงอย่างสิ้นเชิง แต่ละรัฐบาลตั้งแต่คิม ย็อง-ซัม (Kim Young-sam) คิม แท-จุง โน มู-ฮย็อน (Roh Moo-hyun) อี มย็อง-บัก (Lee Myung-bak) และปัก กึน-ฮเย (Park Geun-hye) มีวาระทางนโยบายและประเด็นเฉพาะหน้าที่ต้องการขับเคลื่อนโดยจัดลำดับความสำคัญไว้แตกต่างกัน ทั้งนี้ แม้แต่ละรัฐบาลจะมีจุดเน้นทางนโยบายที่แตกต่างกัน แต่โจทย์เกี่ยวกับการทูตสาธารณะกลับคล้ายกันมาก นั่นคือ จะทำให้เกาหลีใต้มีบทบาท มีที่ยืน และมีความสำคัญในสังคมระหว่างประเทศมากขึ้นอย่างไร

คำตอบของรัฐบาลคิม ย็อง-ซัม (ค.ศ. 1993-1998) คือ สนับสนุนนโยบายวัฒนธรรมอย่างแข็งขัน คิม ย็อง-ซัม ขึ้นดำรงตำแหน่งประธานาธิบดีในเดือนกุมภาพันธ์ ค.ศ. 1993 ถือเป็นพลเรือนคนแรกหลังจากการปกครอง 30 ปีของรัฐบาลทหาร วิธีคิดเชิงนโยบายของคิมจึงแตกต่างจากวิธีคิดของรัฐบาลทหารไปด้วย นโยบายวัฒนธรรมสำหรับคิมจึงมิใช่แค่เครื่องมือ

ในการควบคุมทางสังคมและการเมือง แต่เป็นสินทรัพย์ที่สามารถสร้างมูลค่ามหาศาล ดังประจักษ์จากรายได้ของการฉายภาพยนตร์เรื่อง Jurassic Park ในเกาหลีใต้ที่มีสูงถึง 85 ล้านเหรียญสหรัฐ[108] คิมยังประกาศให้ค.ศ. 1994 เป็น “ปีแห่งการท่องเที่ยวเกาหลี (Visit Korea Year 1994/’94 한국방문의해)” และประกาศคำสำคัญที่เปรียบเป็น “ลายมือชื่อ” ของรัฐบาลนั่นคือ “โลกาภิวัตน์ (Globalization/세계화)” ฮัน ซ็อง-จู (Han Sung-joo) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศขณะนั้นกล่าวในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 1993 ว่า “นโยบายการทูตของเกาหลีใต้จะไม่มุ่งเป็นปฏิปักษ์กับเกาหลีเหนือ จะเน้นกระบวนการมุ่งสู่ความเป็นนานาชาติมากขึ้น นี่คือวัตถุประสงค์หลักของ “การทูตแบบใหม่ (New Diplomacy /신외교)”[109] นี้” อย่างไรก็ดี วิกฤตเศรษฐกิจเอเชียใน ค.ศ. 1997 ทำให้โครงการ “โลกาภิวัตน์” ของคิมไม่คืบหน้ามากนัก เนื่องจากต้องใช้งบประมาณไปกับการฟื้นฟูเศรษฐกิจ พร้อมกับลดขนาดของรัฐบาลลง

วิกฤตเศรษฐกิจยังส่งผลถึงการปรับโครงสร้างองค์กรการทูตสาธารณะด้วย ภายในกระทรวงการต่างประเทศ มีการแยกกรมความร่วมมือทางวัฒนธรรมออกเป็นกองความร่วมมือทางวัฒนธรรมและกองประชาสัมพันธ์ ยกเลิกตำแหน่งรองอธิบดีกรมสารนิเทศ ด้านวัฒนธรรมและการประชาสัมพันธ์ ยุบรวมคณะผู้แทนถาวรเกาหลีใต้ประจำ UNESCO เข้าเป็นส่วนหนึ่งของสถานเอกอัครราชทูตเกาหลีใต้ ณ กรุงปารีส แม้พัฒนาการเชิงสถาบันการทูตสาธารณะในช่วงเวลาดังกล่าวจะไม่เข้มแข็งนัก แต่กิจกรรมการทูตสาธารณะและการแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนกับประชาชนกลับคึกคัก ภายใน ค.ศ. 1998 รัฐบาลเกาหลีใต้ลงนามความตกลงทางวัฒนธรรมกับ 82 ประเทศ และตั้งคณะทำงานด้านวัฒนธรรมร่วมกับ 21 ประเทศ มีการจัดแสดงเรื่องราวเกี่ยวกับเกาหลีใต้ในพิพิธภัณฑ์ทั่วโลก 30 แห่ง นอกจากนี้ KF ยังสนับสนุนการสร้างและพัฒนาชั้นเรียนภาษาเกาหลีจำนวน 305 แห่งใน 50 ประเทศ มหาวิทยาลัย 33 แห่งใน 7 ประเทศกำหนดตำแหน่งทางวิชาการชั้นสูงด้านเกาหลีศึกษา และมีการเปิดศูนย์เกาหลีศึกษา 26 แห่งใน 8 ประเทศ ในระดับท้องถิ่น

---

[108] Seung-Ho Kwon and Joseph Kim, “From censorship to active support: The Korean state and Korea’s cultural industries,” *The Economic and Labour Relations Review 24*, no. 4 (2013): 523.

[109] Snyder, *South Korea at the Crossroads*, 78.

รัฐบาลเกาหลีใต้ส่งเอกอัครราชทูตและผู้แทนทางการทูตสนับสนุนการสร้างความสัมพันธ์เมืองคู่มิตร (Sister Cities) ระหว่างส่วนบริหารท้องถิ่นของเกาหลี 138 แห่งกับส่วนบริหารท้องถิ่นในต่างประเทศ 321 แห่งใน 38 ประเทศ[110]

คำตอบของรัฐบาลคิม แท-จุง (ค.ศ. 1998-2003) คือ ส่งเสริมการสร้างสันติภาพบนคาบสมุทรเกาหลีควบคู่ไปกับการพัฒนาประชาธิปไตย โดยใช้วัฒนธรรมและกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างประชาชนเป็นเครื่องมือ ในส่วนหนึ่งของสุนทรพจน์วันรับตำแหน่งประธานาธิบดี คิมกล่าวว่า

"ศตวรรษที่ 21 คือช่วงเวลาที่มีทั้งการแข่งขันและการร่วมมือ การทูตในยุคโลกาภิวัตน์นี้เรียกร้องให้เราเปลี่ยนความคิด ความคิดที่ว่านี้ก็แตกต่างจากความคิดแบบสงครามเย็น การทูตในศตวรรษที่ 21 นั้นมีใจกลางอยู่ที่เศรษฐกิจและวัฒนธรรม เราควรส่งเสริมการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมให้มากขึ้น"[111]

"นโยบายตะวันฉาย (Sunshine Policy/햇볕정책)" เป็นนโยบายต่างประเทศที่เป็น "ลายมือชื่อ" ของรัฐบาลคิม นโยบายนี้เน้นการสานสัมพันธ์ (Engagement) กับเกาหลีเหนือ ซึ่งเป็นการส่งสัญญาณเชิงบวกไปยังเกาหลีเหนือว่า เกาหลีใต้พร้อมที่จะร่วมมือและหาแนวทางการอยู่ร่วมกันบนคาบสมุทรอย่างสันติ พร้อมกับร่วมมือกับประเทศที่มีส่วนเกี่ยวข้องในประเด็นคาบสมุทรทั้งสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น เป็นส่วนสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการประชุมสุดยอดสองเกาหลี (Inter-Korean Summit) ครั้งแรกในเดือนมิถุนายน ค.ศ. 2000 ซึ่ง 1 ใน 5 ข้อของแถลงการณ์ร่วมที่เห็นพ้องกันทั้งสองฝ่ายคือ "การเสริมสร้างความเชื่อมั่นระหว่างกัน...โดยเน้นย้ำความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรม กีฬา สุขภาพ สิ่งแวดล้อม และประเด็นอื่นๆ"[112] ก่อนหมดวาระ รัฐบาลคิมยังได้มีโอกาสเป็นเจ้าภาพจัดการ

---

110 Choi, *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy*, 12-13.

111 Yong-ho Ch'oe, Peter H. Lee and Theodore De Bary, eds., *Sources of Korean Tradition Volume Two: From the Sixteenth Century to the Twentieth Century* (New York: Columbia University Press, 1997), 449.

112 "South-North Joint Declaration, Pyongyang, June 15, 2000," *National Committee on North Korea*, accessed July 31, 2020, https://www.ncnk.org/sites/default/files/content/resources/publications/South-North_Joint_Dec_2000.pdf.

แข่งขันฟุตบอลโลกร่วมกับญี่ปุ่นใน ค.ศ. 2002 ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศตาม “แถลงการณ์ร่วมว่าด้วยความเป็นหุ้นส่วนใหม่เพื่อมุ่งหน้าสู่ศตวรรษที่ 21 (A New Partnership towards the Twenty-First Century)” ด้วย[113]

คำตอบของรัฐบาลโน มู-ฮย็อน (ค.ศ. 2003-2008) คือ มองเกาหลีเป็น “ผู้สร้างสมดุล (Balancer/밸런스)” ในการเมืองระหว่างประเทศ สมดุลที่ว่ามี 3 ประเด็น ได้แก่ สมดุลระหว่างคุณค่ากับผลประโยชน์แห่งชาติ สมดุลระหว่างการเป็นพันธมิตรกับการมีความร่วมมือในกรอบพหุภาคี และสมดุลระหว่างโลกาภิวัตน์กับชุดคุณค่าหลักของชาติ กล่าวโดยสรุปก็คือ โนเน้นนโยบายที่ยืดหยุ่นและไม่ระบุว่า เลือกข้างใดข้างหนึ่งอย่างชัดเจนเกินไป[114] โนเน้นสานต่อนโยบายและมรดกทางความคิดของคิม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้นโยบายสานสัมพันธ์กับเกาหลีเหนือ ซึ่งส่งผลให้เกิดการประชุมสุดยอดผู้นำครั้งที่สองในเดือนตุลาคม ค.ศ. 2007 ทั้งนี้ คิม แท-จุง และโน มู-ฮย็อน ถือเป็นประธานาธิบดีสองคนแรกที่มาจากฝ่ายก้าวหน้า (The Progressives/진보) มีอุดมการณ์ทางการเมืองแตกต่างจากรัฐบาลคิม ย็อง-ซัม แต่ทั้งสองก็รับสานต่อนโยบายวัฒนธรรมที่ช่วยสร้างมูลค่า และสร้างรากฐานที่ดีสำหรับการผนวกวัฒนธรรมและการแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนให้เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้ แม้ทั้งฟุตบอลโลกและการประชุมสุดยอดทั้งสองครั้งจะเป็นเพียงการแข่งขันกีฬาและการทูตแบบทางการ แต่การจัดกิจกรรมทั้งสองจนลุล่วงได้นั้นเป็นเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการสร้างภาพลักษณ์ของเกาหลีใต้ที่มีความเป็นสากลมากขึ้น เป็นการสะสมผลงานและความสำเร็จที่รัฐ ๆ หนึ่งได้ดำเนินการ เรื่องราวเหล่านี้มีผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นในสังคมระหว่างประเทศ ซึ่งจะเป็นฐานสำหรับการมีบทบาทที่สำคัญมากขึ้นต่อไป

คำตอบของรัฐบาลอี มย็อง-บัก (ค.ศ. 2008-2013) คือ มีบทบาทในการกำหนดวาระและขับเคลื่อนประเด็นระหว่างประเทศมากขึ้น ด้วยนโยบาย “เชื่อมเกาหลี เชื่อมโลก (Global Korea/세계국가)” นโยบายดังกล่าวเป็นสิ่งที่อี มย็อง-บัก สานต่อจากนโยบาย

---

113 “Japan-Republic of Korea Joint Declaration: A New Japan-Republic of Korea Partnership towards the Twenty-First Century,” *Ministry of Foreign Affairs of Japan*, dated October 8, 1998, accessed July 31, 2020, https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/korea/joint9810.html; Snyder, *South Korea at the Crossroads*, 103.

114 Snyder, *South Korea at the Crossroads*, 119.

“โลกาภิวัตน์” ของคิม ย็อง-ซัม ซึ่งอาจจัดได้ว่า เป็นรัฐบาลที่อยู่ในขั้วอุดมการณ์ทางการเมืองเดียวกันนั่นคือ อนุรักษนิยม (The Conservatives/보수) ในที่ประชุมสมัชชาแห่งสหประชาชาติครั้งที่ 64 ในเดือนกันยายน ค.ศ. 2009 อีได้กล่าวถึงความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจและการเมืองของเกาหลีใต้ว่ามาจากความช่วยเหลือที่นานาอารยประเทศได้เคยมอบให้ตั้งแต่สงครามเกาหลี วันนี้เกาหลีมีสถานะที่ดีขึ้นก็ควรที่เกาหลีจะต้องตอบแทนสังคมระหว่างประเทศ ในรัฐบาลอี เกาหลีใต้มีบทบาทในการขับเคลื่อนวาระการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยการจัดตั้งกองทุนเพื่อการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศสีเขียว (Green Climate Fund: GCF) และสถาบันวิจัยเพื่อการเติบโตสีเขียว (Global Green Growth Institute: GGGI) และเป็นเจ้าภาพการประชุมระดับโลกที่สำคัญ อาทิ การประชุมสุดยอดผู้นำกลุ่ม G20 ใน ค.ศ. 2010 การประชุมสุดยอดผู้นำความมั่นคงทางปรมาณู (Nuclear Security Summit) ใน ค.ศ. 2012 ประสบการณ์การเป็นนักธุรกิจของอีที่ได้พบปะผู้นำและนักธุรกิจระดับโลกทำให้นโยบายของเขามีลักษณะ “ปฏิบัตินิยมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Pragmatism /창의적 실용주의)” ที่เน้นการสร้างประโยชน์และคุณค่าร่วมกันเพื่อบรรลุเป้าหมายบางประการ[115]

ความสำคัญของนโยบายเชื่อมเกาหลี เชื่อมโลกนี้อยู่ที่การทำให้การทูตสาธารณะกลายเป็นวาระแห่งชาติอย่างจริงจัง ในระดับประเทศ รัฐบาลได้ตั้งคณะกรรมการระดับประธานาธิบดีว่าด้วยแบรนด์แห่งชาติ (Presidential Council of Nation Branding: PCNB/국가 브랜드 위원회) เมื่อวันที่ 22 มกราคม ค.ศ. 2009 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำให้แบรนด์เกาหลีเป็นแบรนด์แห่งชาติที่ได้มาตรฐาน OECD และสร้างแบรนด์เกาหลีให้ติดอันดับ 1 ใน 15 ของโลกภายใน ค.ศ. 2013 คณะกรรมการฯ จะทำหน้าที่เป็นหน่วยกำกับวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ในระยะสั้นและระยะยาว ดำเนินนโยบายแบรนด์แห่งชาติในรูปแบบโครงการต่าง ๆ และสร้างความเข้มแข็งให้การลงทุนร่วมระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน (Public-Private Partnerships: PPP) โดยส่งเสริมให้ประชาชนเกาหลีมีส่วนร่วม มีโครงการนำร่องจำนวน 10 โครงการ โครงการที่โดดเด่น อาทิ โครงการส่งเสริมการเรียนการสอนศิลปวัฒนธรรมป้องกันตัวเทควันโด โครงการโครียาณมิตร (World Friends Korea) โครงการวิทยาเขตโลก (Campus World)

---

115 Snyder, *South Korea at the Crossroads*, 145.

ความสำเร็จประการหนึ่งของคณะกรรมการดังกล่าวคือ ประชาชนมีความตระหนักรู้เกี่ยวกับแบรนด์เกาหลีเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากร้อยละ 37 ใน ค.ศ. 2008 เป็นร้อยละ 93 ใน ค.ศ. 2012 เช่นเดียวกับระดับความรับรู้แบรนด์เกาหลีเปรียบเทียบกับมาตรฐาน OECD ที่เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 89 ใน ค.ศ. 2009 เป็นร้อยละ 101 ใน ค.ศ. 2012 อย่างไรก็ดี การทำงานของคณะกรรมการดังกล่าวมีข้อจำกัด 4 ประการ ได้แก่ คณะกรรมการดังกล่าวทำงานร่วมกับกลไกรัฐในลักษณะที่ปรึกษา จึงไม่มีอำนาจจัดสรรทรัพยากร คณะกรรมการดังกล่าวสังกัดรัฐส่วนกลาง จึงไม่มีอำนาจสั่งการในระดับท้องถิ่น ความเห็นเกี่ยวกับการสร้างกิจกรรมรณรงค์เนื้อหาสาระและภาพลักษณ์ของแบรนด์แห่งชาติหลากหลายเกินไป ไม่มีข้อสรุป และคณะกรรมการดังกล่าวยืมผู้ปฏิบัติงานที่มาจากส่วนรัฐการและเอกชนที่แตกต่างกัน ไม่มีเอกภาพและความต่อเนื่องในการทำงาน[116]

ในระดับกระทรวง กระทรวงการต่างประเทศยังคงเป็นหน่วยงานหลักของรัฐที่มีหน้าที่ขับเคลื่อนการทูตสาธารณะอยู่ เริ่มจากการที่รัฐบาลประกาศให้ค.ศ. 2010 เป็นหมุดหมายของการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะ มีการประกาศใช้คู่มือการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy Manual/문화외교 매뉴얼) จำนวน 35 หน้า เนื้อหาของคู่มือดังกล่าวมี 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นการสำรวจวรรณกรรมที่เกี่ยวกับการทูตวัฒนธรรม (문화외교 개관) เช่น ความสำคัญของการทูตวัฒนธรรม ความเหมือนและความแตกต่างระหว่างการทูตวัฒนธรรมกับการทูตสาธารณะ นิยามการทูตสาธารณะของนักวิชาการชั้นนำต่าง ๆ กรอบความคิดโครงการเชื่อมเกาหลี เชื่อมโลก ฯลฯ ส่วนที่สองเป็นแนวทางการปฏิบัติการทูตวัฒนธรรม (종합업무편람) เช่น การลงนามความตกลงทางวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม การจัดกิจกรรมเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ร่วมสมัย การแลกเปลี่ยนเยาวชน การส่งเสริมความร่วมมือด้านการเผยแพร่ภาพโทรทัศน์ เป็นต้น และส่วนสุดท้ายเป็นแหล่งอ้างอิง (참고자료) แสดงให้เห็นประเทศที่เกาหลีใต้ใช้อ้างอิงในการปรับกรอบความคิดและการปฏิบัติ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี แคนาดา และญี่ปุ่น[117]

---

[116] Dae Yong Choi and Pan Suk Kim, "Promoting a Policy Initiative for Nation Branding: The Case of South Korea," *Journal of Comparative Asian Development 13*, no. 2 (2014): 8-18.

[117] กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี (เวกโยบู), "มุนฮวาเวกโย เมนยูออล (คู่มือการทูตวัฒนธรรม)," *กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี*, http://www.korea.kr/archive/expDocView.do?docId=24724, (สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม 2563).

รัฐบาลอียังผนวกการทูตวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ และกล่าวถึงกิจกรรมอื่น ๆ นอกเหนือพรมแดนการทูตซึ่งอาจนับเป็นการทูตสาธารณะได้ ได้แก่ วัฒนธรรม กีฬา การท่องเที่ยว และการศึกษา และผนวกวัฒนธรรมไว้เป็นหนึ่งในสามเสาหลักของการต่างประเทศเกาหลีใต้ (อีกสองเสา ได้แก่ การเมืองและเศรษฐกิจ) ในปีต่อมา นอกจากนี้ กระทรวงยังกำหนดตำแหน่งเอกอัครราชทูตฝ่ายการทูตสาธารณะ (Ambassador and Deputy Minister for Public Diplomacy/공공외교대사)[118] (เทียบเท่ารองปลัดกระทรวงการต่างประเทศ) ทำงานร่วมกับโฆษกกระทรวงการต่างประเทศ [119] เพื่อกำกับดูแลภาพลักษณ์แห่งชาติ และภาพรวมการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการต่างประเทศ อย่างไรก็ดี Lee มีข้อสังเกตว่า กิจกรรมการทูตสาธารณะของกระทรวงการต่างประเทศในช่วงดังกล่าวมีแต่การทูตวัฒนธรรม ซึ่งซ้ำซ้อนกับกิจกรรมของกระทรวงวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว (Ministry of Culture, Sports, and Tourism: MCST/문화체육관광부) อยู่มาก[120]

นอกจากนี้ ยังมีกระทรวงหรือส่วนรัฐการอื่น ๆ ที่ตื่นตัวและรับวาระการทูตสาธารณะผนวกเข้าไปในภารกิจของหน่วยงานตนเอง เช่น กระทรวงวัฒนธรรมฯ ปรับปรุงการทำงานของช่องโทรทัศน์อารีรัง (Arirang TV) ที่ก่อตั้งเมื่อค.ศ. 1998 เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของเกาหลีในหมู่พลเมืองต่างชาติ และยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศผ่านเครือข่ายสื่อ กระทรวงอาหาร เกษตร ป่าไม้ และประมง (Ministry for Food, Agriculture, Forest, and Fisheries: MFAFF/농림수산식품부) ที่ก่อตั้งมูลนิธิอาหารเกาหลี (Korean Food Foundation: KFF/한식진흥원) ใน ค.ศ. 2010 เพื่อนำเสนอความโดดเด่นของอาหารเกาหลีสู่สังคมระหว่าง

---

[118] ในค.ศ. 2011-2022 กระทรวงการต่างประเทศเกาหลีใต้มีผู้เคยดำรงตำแหน่งเอกอัครราชทูตฝ่ายการทูตสาธารณะจำนวนทั้งสิ้น 7 ท่าน ได้แก่ มา ย็อง-ซัม (ค.ศ. 2011-2014) ชเว ซ็อง-จู (ค.ศ. 2014-2016) โช ฮย็อน-ดง (ค.ศ. 2016-2017) ปัก อึน-ฮา ซึ่งเป็นสุภาพสตรีท่านแรก (ค.ศ. 2017-2018) ปัก ซัง-ฮุน (ค.ศ. 2018-2019) ชัง แช-บก (ค.ศ. 2019-2021) และ อี ซัง-ฮวา (ค.ศ. 2022-)

[119] เสกสรร อานันทศิริเกียรติ, “ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของเกาหลีใต้และข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย,” *สถาบันคลังปัญญาด้านยุทธศาสตร์ชาติ*, กรกฎาคม 2562, http://www.klangpanya.in.th/2020/02/26/ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณ/; เสกสรร อานันทศิริเกียรติ, “K-Pop-อาหารเกาหลี-ทุนเรียนต่อ: ที่คลั่งเกาหลีนั้นไม่ใช่เรื่องบังเอิญ แต่มาจาก ‘การทูตสาธารณะ’,” *The Momentum*, 9 พฤศจิกายน 2561, https://themomentum.co/korea-cultural-diplomacy/; Park, “Korea’s Public Diplomacy,” 324.

[120] Lee, “South Korea’s Middle Power Activism,” 122.

ประเทศ กระทรวงยุทธศาสตร์และการคลัง (Ministry of Strategy and Finance: MOSF ซึ่งใน ค.ศ. 2020 ใช้ชื่อว่า Ministry of Economy and Finance: MOEF/기획재정부) นำองค์ความรู้และประสบการณ์การพัฒนาประเทศที่เกาหลีใต้ทำสำเร็จเผยแพร่แก่ประเทศผู้รับทุนช่วยเหลือต่าง ๆ เช่นเดียวกับสถาบันโคริยพัฒน์ (Korea Development Institute: KDI) ที่จัดเวทีแบ่งปันความรู้และประสบการณ์การพัฒนาของเกาหลีใต้[121] และยังมีกระทรวงการค้า อุตสาหกรรม และพลังงาน (Ministry of Trade, Industry, and Energy: MOTIE/산업통상자원부) เน้นการพัฒนาแบรนด์เกาหลีในด้านการออกแบบเครื่องแต่งกาย โดยมอบหมายให้หน่วยงานอื่น ๆ ในสังกัด เช่น องค์การส่งเสริมการค้าแห่งประเทศเกาหลีใต้ (Korea Trade-Investment Promotion Agency: KOTRA/해외무역관 หรือ 코트라) ร่วมดำเนินการด้วย[122]

คำตอบของรัฐบาลปัก กึน-ฮเย (ค.ศ. 2013-2016) คือ รัฐทำการทูตสาธารณะให้มีความเป็นสถาบันมากยิ่งขึ้น ในระดับระหว่างประเทศ KF ได้จัดสัมมนานานาชาติเรื่อง “อำนาจขนาดกลางและการทูตสาธารณะ (Middle Powers and Public Diplomacy)” ใน ค.ศ. 2013 โดยเชิญผู้แทนองค์กรการทูตสาธารณะจากประเทศ/ดินแดนที่เกาหลีใต้เห็นว่า มีคุณสมบัติเป็นอำนาจขนาดกลางในระดับโลกมาร่วมหารือ ที่ประชุมเห็นพ้องกันว่าควรสร้างชุมชนระหว่างประเทศของกลุ่มนี้ขึ้น จึงมีการตั้ง “เครือข่ายองค์กรการทูตสาธารณะโลก (Global Public Diplomacy Network: GPDNet)” ขึ้นในปีต่อมาที่กรุงโซล เพื่อจัดกิจกรรมเกี่ยวกับการทูตสาธารณะ เสริมสร้างความร่วมมือด้านวัฒนธรรม ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนกับประชาชน และจัดกิจกรรมอบรมและแลกเปลี่ยนบุคลากร

---

121 เวทีดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือเพื่อการพัฒนา โดยเน้นการแบ่งปันองค์ความรู้กับประเทศหุ้นส่วนและพัฒนารากฐานที่เข้มแข็งสำหรับต่อยอดความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการเมือง เน้นการเสริมสร้างความเป็นหุ้นส่วน (Partnership) ความเป็นเจ้าของร่วม (Ownership) การเสริมสร้างขีดความสามารถ (Capacity Building) เพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งสหประชาชาติ (SDGs) ร่วมกัน เวทีดังกล่าวมีกระทรวงยุทธศาสตร์และเศรษฐกิจเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานตั้งแต่ค.ศ. 2004 เว็บไซต์ของ KSP ระบุว่า มีโครงการวิจัยที่ดำเนินการภายใต้โครงการนี้จำนวน 297 โครงการ โดยมี 76 ประเทศและองค์การระหว่างประเทศ 9 แห่งร่วมเป็นหุ้นส่วน โครงการแบ่งปันประสบการณ์การพัฒนาที่โดดเด่น อาทิ การเผยแพร่องค์ความรู้และประสบการณ์การพัฒนาจากขบวนการนวชุมชน (New Village Movement or Saemaeul Undong/새마을운동)

122 Lee, “South Korea’s Middle Power Activism,” 122.

ระหว่างหน่วยงานภายในเครือข่าย[123] ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2020 GPDNet มีสมาชิกจำนวนทั้งสิ้น 13 ประเทศ/ดินแดน ได้แก่ โปแลนด์ ฮังการี โมซัมบิก โปรตุเกส ไต้หวัน กาตาร์ เกาหลีใต้ ฟิลิปปินส์ ไนจีเรีย สิงคโปร์ สวีเดน ลิทัวเนีย และตุรกี[124]

ในระดับประเทศ รัฐสภาได้ผ่าน "รัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Law/공공외교법)" ใน ค.ศ. 2016 กฎหมายดังกล่าวเป็นกฎหมายของรัฐฉบับแรกที่กล่าวถึงการดำเนินการทูตสาธารณะอย่างจริงจังมีบทบัญญัติทั้งสิ้น 13 มาตรา โดยมีผลบังคับใช้ในวันที่ 4 สิงหาคม สาระสำคัญของกฎหมายฉบับนี้คือ การกำหนดทิศทางนโยบายการทูตสาธารณะของประเทศ กำหนดนิยามการทูตสาธารณะจากมุมมองของเกาหลีใต้เอง กำหนดให้จัดทำแผนแม่บทและจัดตั้งกลไกกำกับดูแลการทูตสาธารณะระดับประเทศ กำหนดคุณลักษณะขององค์กรการทูตสาธารณะ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมผู้มีส่วนได้เสียซึ่งรวมส่วนบริหารท้องถิ่น ภาคธุรกิจ และภาคประชาสังคมในการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ[125]

ในด้านกลไกการขับเคลื่อน ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2016 หนึ่งเดือนก่อนรัฐบัญญัติมีผลบังคับใช้ รัฐสภาตั้งคณะอนุกรรมาธิการการทูตสาธารณะมีจำนวน 5 คน (Sub-Committee on Public Diplomacy/공공외교강화소위원회) ดำเนินการภายใต้คณะกรรมาธิการการต่างประเทศและกิจการรวมชาติ (Committee for Foreign Affairs and Unification/외교통일위원회) คณะอนุกรรมาธิการดังกล่าวมีหน้าที่สนับสนุนการสร้างความริเริ่มด้านการทูตสาธารณะตามกรอบการดำเนินงานของรัฐสภา ทั้งนี้ กลไกการขับเคลื่อนระดับประเทศที่สำคัญที่สุดคือ คณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติ (National Committee on Public Diplomacy/공공외교위원회) มีหน้าที่กำกับทิศทาง ดำเนินการ ประเมินผล และส่งเสริมสนับสนุนนโยบายและกิจกรรมการทูตสาธารณะ มีกรรมการจำนวนไม่เกิน 20 คน ประกอบด้วยผู้ดำรงตำแหน่งปลัดกระทรวงหรือผู้แทนจากกระทรวงที่เกี่ยวข้อง ผู้ที่หัวหน้า

---

[123] "Members," *GPDNet*, accessed July 31, 2020, https://gpdnet.org/index.php/members/.

[124] "Overview," *GPDNet*, accessed July 31, 2020, https://gpdnet.org/index.php/about-overview/.

[125] เสกสรร, "ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของเกาหลีใต้,"; เสกสรร, "K-pop-อาหารเกาหลี-ทุนเรียนต่อ,"; Choi, *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy*, 12-13; Park, "Korea's Public Diplomacy," 324.

ส่วนรัฐการหรือส่วนบริหารอื่น ๆ เสนอชื่อ และผู้ทรงคุณวุฒิซึ่งมีประสบการณ์การสอน การวิจัย และปฏิบัติการทูตสาธารณะต่อเนื่องอย่างน้อย 10 ปี โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเป็นประธาน

ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า แม้รัฐบาลเกาหลีใต้จะเปลี่ยนแปลงทุก ๆ 5 ปี และรัฐบาลที่เปลี่ยนแปลงก็อาจเป็นขั้วอุดมการณ์ที่แตกต่างกัน มีวิธีคิดและมีลำดับความสำคัญทางนโยบายที่แตกต่างกัน แต่ปฏิบัติการการทูตสาธารณะที่หมายรวมถึงการใช้วัฒนธรรม กีฬา การท่องเที่ยว และการศึกษาโดยเชื่อมโยงกับวาระทางนโยบายต่างประเทศนั้นกลับมีความต่อเนื่อง และเป็นรากฐานของการต่อยอดพัฒนาการเชิงสถาบันในรัฐบาลต่อมาได้เป็นอย่างดี ทั้งหมดนี้เกิดจากการที่ทุกรัฐบาลมีโจทย์ร่วมกันนั่นคือ การทำให้เกาหลีใต้มีบทบาทมีที่ยืน และมีความสำคัญในสังคมระหว่างประเทศมากขึ้น

3. ขับเคลื่อนร่วมกันกับประชาชน: การทูตสาธารณะของรัฐบาลประธานาธิบดีมุน แช-อิน (ค.ศ. 2017-2022)

สถานการณ์ทางการเมืองระหว่างประเทศและภายในประเทศก่อนรัฐบาลมุน แช-อิน มีความตึงเครียดอย่างมาก และเป็นช่วงเวลาที่ท้าทายมากที่สุดช่วงหนึ่งในประวัติศาสตร์การเมืองเกาหลีใต้ร่วมสมัย เนื่องจากเกาหลีใต้ยินยอมให้สหรัฐอเมริกาติดตั้งระบบป้องกันขีปนาวุธในบริเวณพิกัดตำแหน่งสูง (THAAD) เพื่อป้องกันขีปนาวุธของเกาหลีเหนือ จีนเห็นว่าการกระทำเช่นนี้เป็นภัยคุกคามจึงตอบโต้ด้วยการคว่ำบาตรสินค้าและบริการต่าง ๆ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของเกาหลีใต้อย่างมหาศาล ในอีกด้านหนึ่ง เกาหลีเหนือแสดงท่าทีไม่เป็นมิตรมากขึ้นด้วยการทดลองปรมาณูและยิงขีปนาวุธ ขณะที่สถานการณ์การเมืองภายในประเทศ รัฐบาลนางสาวปัก คึน-ฮเย มีการทุจริต เปิดโอกาสให้คนสนิทเข้าไปแสวงหาผลประโยชน์ในรัฐบาล ประชาชนต่างไม่พอใจและออกมาขับไล่ เกิดการชุมนุมดวงเทียนจรัสแสง (Candlelight Vigil/촛불집회) ต่อเนื่องจำนวน 20 สัปดาห์ ระหว่างเดือนตุลาคม ค.ศ. 2016 ถึงเดือนมีนาคม ค.ศ. 2017 เกาหลีใต้ปกครองประเทศด้วยรัฐบาลรักษาการเป็นเวลาสามเดือน ความตึงเครียดต่าง ๆ ยังดำเนินอยู่ ในที่สุด ศาลรัฐธรรมนูญมีมติเอกฉันท์รับรองมติถอดถอนของรัฐสภา มีการเลือกตั้งใหม่ภายใน 60 วัน และมุน แช-อิน ได้รับเลือกตั้งเป็นประธานาธิบดีแห่งสาธารณรัฐที่ 19

หลังประชาชนเกาหลีประสบความสำเร็จในการปฏิวัติเดือนมิถุนายน (6.10 Democracy Movement/6.10민주항쟁) ค.ศ. 1987 ด้วยการเรียกร้องรัฐธรรมนูญที่กำหนดให้มีการเลือกตั้งประธานาธิบดีโดยตรงแล้ว ภาคประชาสังคมเกาหลีก็ค่อย ๆ เติบโตขึ้น และมีบทบาทสำคัญในกระบวนการนโยบายต่างประเทศ โดยปกติ ภาคประชาสังคมเกาหลีจะมีแนวโน้มสนับสนุนรัฐบาลฝ่ายก้าวหน้าของรัฐบาลคิม แท-จุง และรัฐบาลโน มู-ฮย็อน และคัดค้านการดำเนินนโยบายต่างประเทศบางครั้งในรัฐบาลฝ่ายอนุรักษนิยม เช่น การคัดค้านการนำเนื้อวัวจากสหรัฐอเมริกาเข้ามายังเกาหลีในสมัยอี มย็อง-บัก การเปิดประเด็นต่อต้านญี่ปุ่นโดยนำข้อขัดแย้งทางประวัติศาสตร์มาเป็นส่วนหนึ่งในการชุมนุมดวงเทียนจรัสแสงเพื่อขับไล่นางสาวปัก คึน-ฮเย ใน ค.ศ. 2016-2017 และการชุมนุมต่อต้านญี่ปุ่นและนายกรัฐมนตรีอาเบะใน ค.ศ. 2019 เสกสรร เรียกลักษณะการเมืองเกาหลีใต้เช่นนี้ว่า “สองโคริยาประชาธิปไตย” หมายถึง การต่อสู้ระหว่างฝ่ายอนุรักษนิยมกับฝ่ายก้าวหน้า ซึ่งสมรภูมิทางความคิดหนึ่งคือ นโยบายต่างประเทศ ฝ่ายอนุรักษนิยมมีแนวโน้มนิยมสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น เนื่องจากเป็นหลักประกันความมั่นคงและเป็นผู้สร้างความเจริญก้าวหน้าให้ประเทศเกาหลีใต้ ขณะที่ฝ่ายก้าวหน้าเห็นว่า ทั้งสองประเทศเป็นจักรวรรดิที่พยายามครอบงำเกาหลีใต้ ในอีกด้านหนึ่ง ฝ่ายก้าวหน้ามักมองจีนและเกาหลีเหนือเป็นมิตร และควรดำเนินนโยบายสานสัมพันธ์ให้ลึกซึ้งขึ้น แตกต่างจากฝ่ายอนุรักษนิยมที่มองทั้งสองประเทศเป็นภัยคุกคามและเป็นศัตรูของชาติ[126]

นอกจากนี้ “คนรุ่นใหม่” ในสังคมเกาหลีที่อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปียังวิพากษ์วิจารณ์ประเทศว่า เป็น “นรกโชซ็อน (Hell Joseon/헬조선)” โชซ็อนนั้นเป็นชื่อเดิมของประเทศเมื่อครั้งยังเป็นแผ่นดินเดียวกันกับเกาหลีเหนือ ที่ตั้งของโชซ็อนนั้นก็อยู่ในเกาหลีเหนือ สื่อความหมายว่า เป็นประเทศที่มีแต่ความเหลื่อมล้ำ อยู่แล้วไม่มีความสุข ไม่มีงานทำ มีการแข่งขันสูง ทำงานหนัก มองไม่เห็นอนาคต เป็นประเทศศักดินาที่มีคนไม่กี่กลุ่มสามารถเข้าถึงทรัพยากรของประเทศและมีอภิสิทธิ์ในสังคม ความเหลื่อมล้ำต่ำสูงเช่นนี้ส่งผลถึงสุขภาพจิตและการใช้ชีวิต เห็นได้จากสถิติที่สังคมเกาหลีมีอัตราฆ่าตัวตายสูงที่สุดในกลุ่ม

---

126 เสกสรร อานันทศิริเกียรติ, “สองโคริยาประชาธิปไตย: พลวัตการเคลื่อนไหวของชุมนุมดวงเทียนจรัสแสง ค.ศ. 2016-2017,” ใน *ประชาธิปไตยและกระแสอนุรักษนิยมในเอเชียตะวันออก*, บก. ไชยวัฒน์ ค้ำชู และนิธิ เนื่องจำนงค์ (กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561), 161-170.

ประเทศ OECD ผลสำรวจความเห็นใน ค.ศ. 2015 ยังระบุด้วยว่า ประชาชนเกาหลีร้อยละ 62 เห็นประเทศเป็นนรก และร้อยละ 56 ยินดีเปลี่ยนสัญชาติ[127]

3.1 ยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะของรัฐบาลมุน แช-อิน

บริบททางการเมืองระหว่างประเทศและสังคมการเมืองภายในประเทศข้างต้นทำให้มุนและคณะตระหนักว่า เสียงของประชาชนเกาหลีใต้นั้นมีความสำคัญอย่างยิ่ง หลังได้รับตำแหน่ง มุนได้ประกาศใช้แผนนโยบาย 5 ปี ด้วยปณิธานแน่วแน่ในการสร้าง “ประเทศของประชาชน สาธารณรัฐที่มีความเป็นธรรม (A Nation of the People, A Just Republic of Korea/국민의 나라, 정의로운 대한민국)” โดยกำหนด 5 เป้าหมายหลัก 20 ยุทธศาสตร์ 100 นโยบาย[128] ใน 5 เป้าหมายหลักนั้น มี 2 เป้าหมายที่กล่าวถึงประชาชนนั่นคือ การสร้างรัฐบาลของประชาชน และการสร้างชาติที่มีความรับผิดชอบต่อบุคคล มีอยู่เพียงเป้าหมายเดียวที่เกี่ยวข้องกับการต่างประเทศโดยตรงนั่นคือ การสร้างคาบสมุทรเกาหลีที่สงบสันติและมีความมั่งคั่งด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ สร้างความเข้มแข็งให้ความมั่นคงแห่งชาติและการป้องกันประเทศ เสริมสร้างความร่วมมือและการปรองดองระหว่างสองเกาหลีและมุ่งสู่กระบวนการปลอดอาวุธปรมาณู และสุดท้ายคือ การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศให้เข้มแข็งด้วยการทูต ซึ่งการทูตสาธารณะอยู่ในหัวข้อนโยบายที่ 96 เป็นหัวข้อแรกของยุทธศาสตร์นี้[129] ในลำดับความสำคัญของนโยบายต่างประเทศเกาหลีใต้ที่ปรากฏบนเว็บไซต์ภาษาอังกฤษของกระทรวงการต่างประเทศ “การเสริมสร้างผลประโยชน์แห่งชาติด้วยการทูตสาธารณะและการทูตสาธารณะที่พลเมืองมีส่วนร่วม (Participatory Public Diplomacy/국민참여형 공공외교)” ถือว่ามีความสำคัญเป็นลำดับที่สองรองจากการแก้ไขปัญหานิวเคลียร์เกาหลีเหนือโดยสันติและสร้างระบอบสันติภาพบนคาบสมุทรเกาหลีในระยะยาว[130]

---

127 Deborah Cameron, “Hell Joseon: The cry of frustrated young Koreans,” *Finance 101*, July 2, 2019, https://www.finance101.com/hell-joseon-cry-frustrated-young-korean/.

128 เสกสรร อานันทศิริเกียรติ, “จับกระแสลมการเมืองเกาหลีใต้เปลี่ยนทิศในปี 2019,” *The Momentum*, 20 กุมภาพันธ์ 2562, https://themomentum.co/2019-challenges-for-moon-jae-in/.

129 “100 Policy Tasks Five Year Plan of the Moon Jae-in Administration,” *The Government of the Republic of Korea*, accessed July 31, 2020, https://english1.president.go.kr/dn/5af107425ff0d, 25-26.

ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า แม้มุนจะเป็นนักการเมืองคนหนึ่งที่เข้าร่วมการชุมนุมดวงเทียนจรัสแสงขับไล่อดีตประธานาธิบดีอย่างแข็งขัน แต่การดำเนินนโยบายด้านการทูตสาธารณะในรัฐบาลมุนส่วนมากสานต่อหลักการและโครงสร้างพื้นฐานที่วางไว้ตั้งแต่รัฐบาลก่อนทุกประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การปฏิบัติตามรัฐบัญญัติการทูตสาธารณะและคณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติ คัง คย็อง-ฮวา (Kang Kyung-wha) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ เป็นประธานการประชุมคณะกรรมการดังกล่าวจำนวน 3 ครั้ง มีประเด็นอภิปรายสำคัญ อาทิ การสรุปแผนแม่บทการทูตสาธารณะ ฉบับที่ 1 และมอบหมายให้ KF ปฏิบัติหน้าที่ฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการ ทำหน้าที่กำกับดูแลภาพรวมนโยบายและกิจกรรมการทูตสาธารณะ การสรุปการดำเนินการตามเป้าหมายของปีที่ผ่านมาและการเตรียมการดำเนินการในปีต่อมา การจัดตั้งคณะอนุกรรมการหรือคณะทำงานเพื่อขับเคลื่อนการทูตสาธารณะที่ตอบโจทย์การต่างประเทศ การเสริมสร้างความร่วมมือกับผู้มีส่วนได้เสียทางยุทธศาสตร์ต่าง ๆ เช่น ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม ส่วนบริหารท้องถิ่น เพื่อพัฒนาเป็น “เครือข่ายสนับสนุนการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Support Network/공공외교 지원 네트워크) แนวทางการใช้การทูตดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการทูตสาธารณะเชิงความรู้และนโยบาย แนวทางการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะด้วย “ทีมประเทศเกาหลี (Team Korea/팀 코리아)” ที่มีภาคธุรกิจเข้ามาร่วมด้วย เป็นต้น[131]

ภายในกระทรวงการต่างประเทศ หน่วยงานหลักที่กำกับดูแลการดำเนินการทูตสาธารณะของกระทรวงการต่างประเทศ ได้แก่ กรมการทูตสาธารณะและวัฒนธรรม (Public

---

130 “Korea’s Key Diplomatic Tasks,” *Ministry of Foreign Affairs ROK*, accessed July 31, 2020, http://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_5727/contents.do.

131 “2nd Meeting of Public Diplomacy Committee to Take Place,” *Ministry of Foreign Affairs ROK*, dated November 22, 2018, accessed July 31, 2020, http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5676/view.do?seq=320242&srchFr=&amp%3BsrchTo=&amp%3BsrchWord=&amp%3BsrchTp=&amp%3Bmulti_itm_seq=0&amp%3Bitm_seq_1=0&amp%3Bitm_seq_2=0&amp%3Bcompany_cd=&amp%3Bcompany_nm=; “Committee on Public Diplomacy its 1st Meeting,” *Ministry of Foreign Affairs ROK*, dated August 10, 2017, accessed July 31, 2020, http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5665/view.do?seq=318942&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=&page=3&titleNm=; กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี (เวกโยบู), “พ็อมช็องบู ฮย็อบย็อบอีย [2020นย็อน คงกงเวกโย ชงฮับชีแฮ็งคเยฮเว็ก] ฮวักจ็อง (เป้าหมายการดำเนินการตามแผนแม่บทการทูตสาธารณะใน ค.ศ. 2020),” *กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี*, 13 ธันวาคม 2562, http://www.mofa.go.kr/www/brd/m_4080/view.do?seq=369866.

Diplomacy and Cultural Affairs Bureau/공공문화외교국) แบ่งออกเป็น 5 กอง ได้แก่ กองกิจการการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Division/공공외교총괄과) กองกิจการยูเนสโก (UNESCO Division/유네스코과) กองความร่วมมือด้านการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม (Cultural Cooperation Division/문화교류협력과) กองการทูตสาธารณะเชิงนโยบาย (Public Diplomacy on Policy Division/정책공공외교과) และกองการทูตสาธารณะระดับภูมิภาค (Regional Public Diplomacy Division/지역공공외교과) และมีองค์กรการทูตสาธารณะในกำกับดูแลโดยตรง 4 หน่วยงาน ได้แก่ KF KOICA มูลนิธิกิจการเกาหลีโพ้นทะเล (Korean Overseas Foundation/재외동포재단) และมูลนิธิเกาหลี-แอฟริกา (Korea-Africa Foundation/ 한·아프리카재단)[132] สำหรับงบดำเนินงานการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้ใน ค.ศ. 2013 นั้นอยู่ที่ 6.7 พันล้านวอน เพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี ใน ค.ศ. 2018 งบประมาณรวมอยู่ที่ 1.44 หมื่นล้านวอน[133]

รัฐบัญญัติการทูตสาธารณะกำหนดให้รัฐบาลจัดทำแผนแม่บทการทูตสาธารณะ ฉบับที่ 1 (ค.ศ. 2017-2021) (First ROK's Basic Plan on Public Diplomacy/제1차 대한민국 공공외교 기본계획)[134] ซึ่งรัฐบาลมุนเป็นรัฐบาลแรกที่ต้องนำแผนดังกล่าวมาใช้ แผนดังกล่าวเน้นการทูตสาธารณะที่ใช้ทรัพยากร 3 สิ่ง ได้แก่ วัฒนธรรม ความรู้ และนโยบาย ในด้านการทูตสาธารณะเชิงวัฒนธรรม (Culture-Based Public Diplomacy/문화공공외교) เน้นการเสริมสร้างเกียรติภูมิและภาพลักษณ์ของชาติด้วยทรัพยากรวัฒนธรรมที่รุ่มรวย เช่น K-Pop อาหารเกาหลี ดนตรีโบราณเกาหลี เครื่องแต่งกายฮันบก เทควันโด และเพลงคลาสสิกที่บรรเลงโดยวงดนตรีเกาหลี กิจกรรมที่เกาหลีใต้เน้นส่งเสริมเป็นพิเศษ เช่น เทศกาล K-pop ระดับโลก จัดโดยส่วนบริหารท้องถิ่นซังว็อนร่วมกับกระทรวงวัฒนธรรมฯ และสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งชาติเกาหลี (Korea Broadcasting System: KBS) การเผยแพร่เทควันโด

---

[132] กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี (เวกโยบู), "เวกโยบู โซแก – โซจิกโด (แนะนำกระทรวงการต่างประเทศ – โครงสร้างองค์กร)," *กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี*, https://www.mofa.go.kr/www/pgm/m_4276/uss/org/orgcht.do?type=list, (สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม 2563).

[133] Park, "Korea's Public Diplomacy," 324.

[134] ผู้มีบทบาทสำคัญในการยกร่างแผนดังกล่าวคือ ชเว ควัง-จิน (Choi Kwang-jin) อดีตผู้อำนวยการกองการทูตสาธารณะ อดีตผู้อำนวยการศูนย์การทูตพลเมืองและการมีส่วนร่วมของประชาชน และอดีตนักวิจัยรับเชิญไม่ประจำ (Non-Resident Fellow) ณ ศูนย์การทูตสาธารณะ มหาวิทยาลัยเซาเทิร์นแคลิฟอร์เนีย ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2020 ชเวดำรงตำแหน่งกงสุลใหญ่ ณ นครเออร์บิล ประเทศอิรัก

ในระดับโลก การส่งเสริมให้สถานเอกอัครราชทูตเกาหลีใต้และศูนย์วัฒนธรรมเกาหลีทั่วโลกจัดแสดงนิทรรศการศิลปะโบราณและร่วมสมัย โดยเน้นการสื่อสารแบบสองทางที่เปิดโอกาสให้ผู้ชมท้องถิ่นได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เป็นสำคัญ[135]

สำหรับการทูตสาธารณะเชิงความรู้ (Knowledge-Based Public Diplomacy/지식공공외교) นั้น เน้นการสร้างความตระหนักรู้และความเข้าใจ “ที่ถูกต้อง” เกี่ยวกับเกาหลีใต้ สถาบันโคริยวิทยา (Academy of Korean Studies/한국학중앙연구원) เป็นสถาบันหลักในการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะเชิงความรู้ มีหน้าที่ทำงานวิจัยเพื่อผลิตองค์ความรู้เกี่ยวกับเกาหลีจากมุมมองของเกาหลีเอง ให้ทุนนักวิชาการและนักศึกษาต่างประเทศไปศึกษาวิจัยประเด็นเกาหลีศึกษาในประเทศเกาหลี และแก้ไขเนื้อหาในตำราและหนังสือเรียนของประเทศผู้รับสาร นอกจากนี้ รัฐบาลยังสนับสนุนการสร้าง “มุมเกาหลี (Korea Corners/코리아코너)” ในห้องสมุดสำคัญของประเทศต่าง ๆ และกำหนดตำแหน่งศาสตราจารย์วิจัยด้านเกาหลีศึกษา (Korea Chair) ให้แก่นักวิชาการในประเทศผู้รับสารที่ศึกษาวิจัยเกาหลีมาอย่างต่อเนื่องยาวนานอีกด้วย[136]

ด้านสุดท้ายคือ การทูตสาธารณะเชิงนโยบาย (Policy-Based Public Diplomacy/정책공공외교) ซึ่งมีวัตถุประสงค์สำคัญ ได้แก่ การสร้างบริบทการขับเคลื่อนนโยบายที่เป็นมิตรสำหรับเกาหลีใต้ ด้วยการเชิญบุคคลที่มีอิทธิพลทางสังคม (Influencers) เยือนเกาหลี การจัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และนโยบาย การสร้างเครือข่ายกับผู้มีส่วนได้เสียทางนโยบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเด็นการต่างประเทศที่รัฐบาลเน้นความสำคัญ เช่น ปัญหาคาบสมุทรเกาหลี การรวมชาติเกาหลี การปลดอาวุธปรมาณู และการสร้างความสัมพันธ์ที่เป็นมิตรกับประเทศเพื่อนบ้านของเกาหลี[137]

3.2 กิจกรรมการทูตสาธารณะตามนโยบายของรัฐบาล

กิจกรรมการทูตสาธารณะที่ถือเป็น “ลายมือชื่อ” ของรัฐบาลมุนที่สอดคล้องกับการสร้างการเมืองที่เน้นบทบาทของประชาชน ได้แก่ การทูตสาธารณะที่พลเมืองมีส่วนร่วม

---

135 Park, “Korea’s Public Diplomacy,” 325-326.

136 Park, “Korea’s Public Diplomacy,” 326.

137 Ibid.

โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อนำสมรรถนะของพลเมืองเกาหลีมาสร้าง “บทบาทนำ” ในการดำเนินการทูตสาธารณะ และพัฒนาองค์ความรู้การทูตสาธารณะในหมู่ประชาชนด้วยการพัฒนาผู้มีประสบการณ์และหลักสูตรอบรม ซึ่งกระทรวงการต่างประเทศโดย KF เป็นผู้สนับสนุนหลัก โครงการที่โดดเด่น อาทิ โครงการเสริมสร้างบทบาทพลเมืองเกาหลีในการดำเนินการทูตสาธารณะ ด้วยการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบายต่างประเทศ วิธีคิด และประสบการณ์การดำเนินการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้ให้ประชาชนเกาหลีที่สนใจ โครงการยุวชนการทูตสาธารณะ (Youth Public Diplomatic Corps/청년 공공외교단) ที่สนับสนุนงบประมาณให้เยาวชนเกาหลีเสนอโครงการที่สนับสนุนการสานสัมพันธ์ระหว่างชาวเกาหลีกับชาวต่างชาติทั้งในและนอกประเทศ นอกจากนี้ รัฐบาลยังสนับสนุนให้ภาคธุรกิจเข้ามามีบทบาทในการสนับสนุนกิจกรรมการทูตสาธารณะต่าง ๆ ดังที่ปรากฏในวาระการประชุมคณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติอีกด้วย[138]

ในระดับกระทรวง กระทรวงการต่างประเทศในฐานะศูนย์กลางการประสานนโยบายสาธารณะของประเทศได้ปรับภูมิทัศน์บริเวณชั้น 1 ของอาคารกระทรวง เป็นศูนย์การทูตพลเมือง (Citizen Diplomacy Center/국민외교센터) เพื่อใช้เป็นสถานที่จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จัดการบรรยาย และต้อนรับคณะเยือนต่าง ๆ อีกด้วย กระทรวงยังมีแผนการสร้าง “เมืองการทูตพลเมือง (Citizen Diplomacy Town/국민외교타운)” ที่เป็นพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเสริมสร้างขีดความสามารถทางการทูตให้พลเมืองเกาหลี โดยขยายจากภารกิจด้านการศึกษาและอบรมของสถาบันการทูตแห่งชาติเกาหลี (Korea National Diplomatic Academy: KNDA/국립외교원) เมืองดังกล่าวมีกำหนดเปิดตัวในเดือนตุลาคม ค.ศ. 2020[139]

ใน ค.ศ. 2021 KF สนับสนุนงบประมาณให้เครือข่ายและผู้สนใจยื่นขอพิจารณาใน 3 หัวข้อหลัก ได้แก่ การสนับสนุนเกาหลีศึกษาในต่างประเทศ (ทุนสนับสนุนการแต่งตั้งนักวิชาการดำรงตำแหน่งศาสตราจารย์เกาหลีศึกษา ทุนสนับสนุนนักวิชาการเกาหลีมา

---

138 Park, “Korea’s Public Diplomacy,” 326-328.

139 กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี (เวกโยบู), “คุกมินเวกโย ทาอุน อินจีโด โซชา มิต ควีซือ อิเบนที (กิจกรรมร่วมสนุกตอบคำถามและสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักรู้เรื่องเมืองการทูตพลเมือง),” *กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี*, 22 พฤษภาคม 2563, http://www.mofa.go.kr/www/brd/m_4075/view.do?seq=368381.

แลกเปลี่ยนระยะสั้น ทุนสนับสนุนการจ้างอาจารย์ประจำคณะ ทุนการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ทุนวิจัยหลังปริญญาเอก ทุนสนับสนุนการประชุมเชิงปฏิบัติการเกาหลีศึกษาสำหรับผู้ไม่มีพื้นฐานภาษาเกาหลี ทุนสนับสนุนการทำวิจัยในเกาหลี ทุนสนับสนุนการอบรมภาษาเกาหลี) การสร้างเครือข่ายระดับโลก (ทุนสนับสนุนการวิจัยเชิงนโยบาย) และการส่งเสริมความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรม (ทุนสนับสนุนการแลกเปลี่ยนด้านศิลปะและวัฒนธรรม ทุนสนับสนุนการทำพิพิธภัณฑ์ในต่างประเทศ ทุนสนับสนุนการพัฒนาภัณฑารักษ์ดูแลศิลปะเกาหลีในพิพิธภัณฑ์ต่างประเทศ ทุนสนับสนุนการจัดแสดงนิทรรศการการแสดง และฉายภาพยนตร์ ทุนสนับสนุนสิ่งพิมพ์เกาหลีศึกษา ทุนสนับสนุนชุดความรู้เกาหลีศึกษาสำหรับห้องสมุด ทุนสนับสนุนการแจกจ่ายอุปกรณ์การศึกษาเกี่ยวกับเกาหลี และทุนสนับสนุนการเรียนเกาหลีศึกษาอิเล็กทรอนิกส์)[140]

นอกจากนี้ KF ยังเป็นเจ้าภาพหลักในการจัด “สัปดาห์การทูตสาธารณะ ครั้งที่ 1 (Public Diplomacy Week/제1회 공공외교주간)” ในวันที่ 1-3 พฤศจิกายน ค.ศ. 2018 ณ ศูนย์แฟชั่นทงแดมุน (DDP) กิจกรรมดังกล่าวเป็นการแสดงผลงานของโครงการและกิจกรรมการทูตสาธารณะขององค์กรของรัฐ คณะผู้แทนทางการทูตขององค์การระหว่างประเทศและประเทศอื่น ๆ ส่วนบริหารท้องถิ่น ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคมของเกาหลีใต้ และชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในกรุงโซลอีกด้วย กิจกรรมนี้ก็จัดอย่างต่อเนื่องปีละ 1 ครั้ง อดีตเอกอัครราชทูต อี ชี-ฮย็อง (Lee Si-hyung) ประธาน KF ในขณะนั้นให้สัมภาษณ์ว่า กิจกรรมดังกล่าวมีส่วนสำคัญในการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการทูตสาธารณะในหมู่ประชาชน ซึ่งเป็นเครื่องมือในการปรับมุมมองของพลเมืองเกาหลีให้มีความเป็นสากลมากขึ้น เพื่อรองรับนโยบาย “เกาหลีที่เป็นพหุวัฒนธรรม (Multicultural Korea/다문화 한국)” ต่อไปในระยะยาว[141]

นโยบายต่างประเทศที่ถือเป็นอีก “ลายมือชื่อ” ของรัฐบาลมุนคือ นโยบายมุ่งใต้ใหม่ ซึ่งเป็นครั้งแรกที่เกาหลีใต้ให้น้ำหนักแก่อาเซียนเทียบเท่าประเทศเพื่อนบ้านและอำนาจหลักของภูมิภาค ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน ญี่ปุ่น และรัสเซีย นโยบายดังกล่าวเน้น “3Ps”

---

140 KF, *2021 KF Support Programs* (Seoul: Korea Foundation, 2020).

141 Whan-woo Yi, “[Interview] Public diplomacy critical for multicultural Korea,” *The Korea Times*, December 18, 2018, http://www.koreatimes.co.kr/www/nation/2018/12/176_260478.html.

ได้แก่ ประชาชน (People) ความมั่งคั่งร่วมกัน (Prosperity) และสันติภาพ (Peace) ซึ่งมุนให้ความสำคัญแก่ “ประชาชน” เป็นพิเศษ โดยจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Culture House: ACH/아세안문화원) ณ นครปูซาน ซึ่งถือเป็นศูนย์วัฒนธรรมอาเซียนนอกภูมิภาคอาเซียนแห่งแรก โดยจัดตั้งเป็นหน่วยงานในกำกับดูแลของ KF เพื่อจัดนิทรรศการและกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและองค์ความรู้โดยเชิญเอกอัครราชทูตและชวนชาวอาเซียนที่อาศัยอยู่ในประเทศเกาหลีใต้ให้มีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น สาธิตการปรุงอาหารอาเซียน นำสิ่งของมาร่วมจัดแสดงในนิทรรศการหมุนเวียน จัดการบรรยายเกี่ยวกับประเทศนั้น ๆ และจัดโครงการสร้างนักขับเคลื่อนอนาคตอาเซียน-เกาหลี (ASEAN-Korea Futurist: AKF/한-아세안 차세대 네트워크) ที่เป็นการสร้างเครือข่ายระหว่างชาวอาเซียนและชาวเกาหลีที่กำลังศึกษาระดับมหาวิทยาลัยในนครปูซาน อุลซัน และคย็องซังใต้อย่างต่อเนื่องทุกปี[142]

อีกหน่วยงานหนึ่งที่มีความสำคัญและมีบทบาทในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลเกาหลีใต้กับประชาชนอาเซียนคือ ศูนย์อาเซียน-เกาหลี ซึ่งเป็นผู้จัดโครงการรถไฟอาเซียน-เกาหลีใต้ (ASEAN-Korea Train/한-아세안열차) ที่เชิญผู้แทนภาครัฐ ภาควิชาการ ภาคธุรกิจ และนักศึกษามาร่วมเดินทางไปตามเมืองต่าง ๆ ของเกาหลีใต้ในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2019[143] นอกจากนี้ กระทรวงศึกษาธิการยังจัดสรรทุนการศึกษาระดับปริญญาเอกสำหรับอาจารย์ชาวอาเซียนไปศึกษาที่เกาหลีใต้ โดยให้ทุนมูลค่ามากกว่าทุนรัฐบาลหรือทุนการศึกษาอื่น ๆ ตามโครงการส่งเสริมสมรรถนะบุคลากรอุดมศึกษาอาเซียน (Higher Education for ASEAN Talents: HEAT) อีกด้วย

---

[142] ดูตัวอย่างผลผลิตของโครงการ AKF ได้ที่ ศูนย์วัฒนธรรมอาเซียน (อาเซียนมุนฮวาว็อน), “เอซีเอชวา ฮัมเก ฮานึน ‘อาเซอานอีย มัต ค็อนเทชือทือ’ (การแข่งขันทำอาหารกับ ACH ในหัวข้อ ‘รสชาติอาเซียน’),” *Youtube*, 31 ตุลาคม 2561, https://www.youtube.com/watch?v=--PQuLkc2iU&list=PL4HaE32aBhMLm86h8C1WxbZJMZ2dnpJV0&index=2&t=0s.

[143] ดูเพิ่มเติมที่ เสกสรร อานันทศิริเกียรติ, “อินไซด์การประชุมสุดยอดอาเซียน-เกาหลีใต้ที่ปูซาน ทำไมเกาหลีใต้ถึงหันมาสนใจอาเซียน,” *The Momentum*, 24 พฤศจิกายน 2562, https://themomentum.co/asean-rok-commemorative-summit-2019/; Seksan Anantasirikiat, “The ASEAN-Korea Centre: A Frontier Public Diplomacy Actor,” USC Center on Public Diplomacy (blog), November 21, 2019, https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/asean-korea-centre-frontier-public-diplomacy-actor.

นอกจากกิจกรรมการทูตสาธารณะที่สนับสนุนนโยบายต่างประเทศและวาระทางการเมืองของรัฐบาลโดยตรงแล้ว เกาหลีใต้ยังเน้นการสื่อสารกับประชาชนชาวต่างชาติผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ทั้ง Facebook Twitter และ Instagram ด้วย โดยประธานาธิบดีเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารกับพลเมืองออนไลน์ของประเทศต่าง ๆ เช่น สารแสดงความยินดีที่ประเทศไทยสามารถค้นหาเด็กทีมหมูป่าจำนวน 13 คนในกรณีถ้ำหลวงผ่าน Twitter เป็นภาษาเกาหลีและภาษาอังกฤษ[144] สารแสดงความยินดีในกรณีที่ครบรอบ 60 ปี ความสัมพันธ์ทางการทูตไทยกับเกาหลีใต้ นอกจากนี้ กระทรวงการต่างประเทศยังริเริ่มโครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชาวต่างชาติทั้งอาศัยในประเทศอื่น ๆ และที่อาศัยในเกาหลีด้วย เช่น โครงการผู้สนับสนุนออนไลน์ (Online Supporters) ที่สถานเอกอัครราชทูตเกาหลีใต้ประจำประเทศไทย และคณะผู้แทนถาวรเกาหลีใต้ประจำอาเซียนเป็นผู้รับผิดชอบรับสมัครชาวอาเซียนและเกาหลีใต้ผลิตเนื้อหาเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ของตนเอง เป็นเวลา 6 เดือน โครงการ Korea Allimi (대한민국 알리미) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของโครงการ Unboxing Korea (나도너도 한국알기) ที่เปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติที่อาศัยในเกาหลีสามารถสร้างสรรค์เนื้อหาเกี่ยวกับวัฒนธรรม คุณค่า และวิถีชีวิตแบบเกาหลีจากมุมมองของชาวต่างชาติเอง ซึ่งทั้งสองกิจกรรมมีเกียรติบัตรและมีรางวัลให้เมื่อกิจกรรมสิ้นสุด[145]

นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังมีโอกาสเป็นเจ้าภาพการจัดแข่งขันกีฬาแห่งมวลมนุษยชาติอีกครั้งใน ค.ศ. 2018 สามสิบปีหลังเป็นเจ้าภาพกีฬาโอลิมปิกและพาราลิมปิกครั้งแรกใน ค.ศ. 1988 เช่นเดียวกับโอลิมปิกในครั้งนั้น รัฐบาลมุนใช้กีฬาโอลิมปิกที่เมืองพย็องชังเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ “ฟื้นสัมพันธ์” กับเกาหลีเหนือ ในช่วงสองเดือนแรกของค.ศ. 2018 มีการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนศิลปินนักแสดงระหว่างสองเกาหลีบ่อยครั้ง ซึ่งกิจกรรมแลกเปลี่ยนเหล่านี้มีเป้าหมายทางการเมืองและวาระการต่างประเทศอย่างชัดเจนนั่นคือการส่งสัญญาณว่า เกาหลีใต้พร้อมที่จะลดความตึงเครียดที่เกิดจากการทดลองปรมาณูและ

---

144 Seksan Anantasirikiat, “Public Diplomacy Strategies for South Korea’s New Southern Policy,” USC Center on Public Diplomacy (blog), July 23, 2018, https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-strategies-south-korea’s-new-southern-policy.

145 “Recruiting Korea Allimi,” *Korea Foundation*, accessed July 31, 2020, http://en.kf.or.kr/?menuno=3763.

การยิงขีปนาวุธของเกาหลีเหนือ ในพิธีเปิดกีฬาโอลิมปิก ผู้แทนนักกีฬาทั้งสองเกาหลียังได้เดินร่วมกันและชูธงรวมชาติพร้อมกันอีกด้วย[146] ผลจากกระบวนการสันติภาพนี้ส่วนหนึ่งนำไปสู่การประชุมสุดยอดผู้นำสองเกาหลี ครั้งที่ 3 ในวันที่ 27 เมษายน ค.ศ. 2018 ซึ่งทั้งสองกิจกรรมนี้มีการแพร่ภาพไปทั่วโลกทั้งทางสื่อวิทยุโทรทัศน์และสื่อออนไลน์ ประชาชนทั่วโลกจึงมีโอกาสรับรู้กระบวนการสร้างสันติภาพบนคาบสมุทรเกาหลีซึ่งเป็นวาระการต่างประเทศของเกาหลีใต้ด้วย

นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อตอบโต้ท่าทีของญี่ปุ่นในประเด็นความขัดแย้งทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเกิดจากการที่ศาลสูงของเกาหลีใต้มีคำพิพากษายึดทรัพย์บริษัทญี่ปุ่นเนื่องจากกระทำความผิดในช่วงที่ญี่ปุ่นยึดครองเกาหลีเป็นอาณานิคมด้วย ในเรื่องนี้ มุนมีท่าทีชัดเจนตั้งแต่ช่วงหาเสียงเลือกตั้งว่า จะทบทวนข้อตกลงระหว่างประเทศที่รัฐบาลก่อนหน้าทำกับรัฐบาลญี่ปุ่นเมื่อเดือนธันวาคม ค.ศ. 2015 ขณะที่กระทรวงการต่างประเทศของเกาหลีใต้มีท่าทีสอดคล้องกับรัฐบาลดังจะเห็นได้จากการโต้ตอบกับฝ่ายญี่ปุ่นผ่านสื่อและการประชุมต่าง ๆ เช่นเดียวกับองค์กรการทูตสาธารณะที่ไม่ใช่รัฐ เช่น เว็บไซต์ Korea.Net ของกระทรวงวัฒนธรรมฯ ที่สนับสนุนให้ผู้สื่อข่าวกิตติมศักดิ์ชาวต่างชาติเขียนบทความตอบโต้ญี่ปุ่น อย่างไรก็ดี ผู้เขียนมีข้อสังเกตว่า องค์กรด้านการทูตสาธารณะอย่าง KF กลับไม่ได้มีท่าทีร่วมโจมตีญี่ปุ่นกับรัฐบาล ในทางตรงกันข้าม KF เน้นการขยายความร่วมมือและสร้างความรู้สึกที่ดีระหว่างสองประเทศมากกว่า ดังจะเห็นได้จากการเป็นเจ้าภาพจัด “กิจกรรมสนทนาเพื่ออนาคตความสัมพันธ์เกาหลีใต้-ญี่ปุ่น (2019 Korea-Japan 100 Citizens’ Future Dialogue) ในเดือนธันวาคม ค.ศ. 2019[147]

ประเด็นความขัดแย้งทางประวัติศาสตร์ระหว่างสองประเทศมีแนวโน้มดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ไม่เพียงแต่องค์กรการทูตสาธารณะที่เป็นกลไกของรัฐเท่านั้น องค์กรภาคประชา

---

146 ดูเพิ่มเติมที่ เสกสรร อานันทศิริเกียรติ, “จากพย็องยังถึงพย็องชัง: ความสำเร็จและความไม่สำเร็จทางการเมืองในโอลิมปิกฤดูหนาว 2018,” *Workpoint News*, 25 กุมภาพันธ์ 2561, https://workpointtoday.com/2018/02/25/จากพย็องยังถึงพย็องชัง/.

147 “2019 Korea-Japan 100 Citizens’ Future Dialogue,” *Korea Foundation*, December 19, 2019, accessed July 31, 2020, http://en.kf.or.kr/?menuno=3767&type=view&evnt_no=3198&pageIndex=6&searchevnt=0.

สังคมก็มีส่วนร่วมในการตอบโต้อย่างแข็งขัน เครือข่ายอาสาสมัครแห่งเกาหลี (Voluntary Agency Network of Korea: VANK/사이버외교사절단 หรือ 반크) ที่ทำสื่อออนไลน์รูปแบบต่าง ๆ เช่น คลิป Youtube ส่งข้อความ ออกมา “ให้ข้อมูล” เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ “ที่ถูกต้อง” จากมุมมองฝ่ายเกาหลีอย่างต่อเนื่อง[148] อย่างไรก็ดี องค์กรการทูตสาธารณะที่ไม่ใช่รัฐไม่ได้มีแต่เฉพาะองค์กรต่อต้านญี่ปุ่น องค์กรที่สนับสนุนกระทรวงการต่างประเทศในการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการขยายผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐก็มี เช่น เครือข่ายแม่น้ำฮันเพื่อการแลกเปลี่ยนทางวิชาการและวัฒนธรรม (Hangang Network/한강학술문화교류네트워크) ที่เป็นเจ้าภาพในการจัดประชุมทางวิชาการการทูตสาธารณะแห่งเกาหลีใต้ประจำปีร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศ และสถาบันการศึกษาเครือข่าย และยังมีกิจกรรมสนทนาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างนักศึกษาเกาหลีกับนักศึกษาต่างชาติด้วย[149]

3.3 กิจกรรมการทูตสาธารณะที่เป็นการตอบสนองสถานการณ์โรคโควิด-19

นอกจากกิจกรรมการทูตสาธารณะตามนโยบายข้างต้นแล้ว เกาหลีใต้ยังดำเนินการทูตสาธารณะโดยใช้กีฬา เพื่อตอบสนองสถานการณ์เฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นโดยไม่ได้วางแผนล่วงหน้าด้วย ในช่วงที่โรคโควิด-19 ระบาดรุนแรง เกาหลีใต้ยังดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งวัฒนธรรม ส่งความรู้ และแนวทางการดำเนินนโยบายเกี่ยวกับโควิด-19 ของเกาหลีใต้ออกสู่โลกซึ่งมุนเรียกว่า “K-Quarantine” (ล้อกับคำว่า K-Pop K-Food K-Drama) ประกอบด้วย “3Ts” ได้แก่ การวินิจฉัยยืนยันผู้ติดเชื้อ (Test) การตรวจหาผู้ติดเชื้อเชิงรุก (Trace) และการเยียวยารักษา (Treat)[150] เพื่อสร้างความนิยมเกาหลีในหมู่ประชาชนชาวต่างชาติ

---

[148] ดูเพิ่มเติมที่ Kadir Ayhan, “Branding Korea as “My Friend’s Country”: The Case of VANK’s Public Cyber Diplomats,” *Korea Observer 49*, no. 1 (2018): 51-81.

[149] ดูเพิ่มเติมที่ “About Hangang Network,” *Hangang Network*, accessed July 31, 2020, http://www.hangangnetwork.org/eng/sub01.php

[150] “Korea’s Response to COVID-19: Key Strategies,” *Ministry of Foreign Affairs ROK*, accessed July 31, 2020, http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_22742/list.do; Hyun-tai Shim, “Seoul unveils roadmap to make “K-quarantine” global standard,” *Korea Biomedical Review*, June 11, 2020, http://www.koreabiomed.com/news/articleView.html?idxno=8479.

ซึ่งแนวทางของเกาหลีได้รับคำชื่นชมจากผู้นำหลายประเทศ เช่น สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ฟินแลนด์ เอสโตเนีย ฯลฯ[151] นอกจากนี้ รัฐบาลเกาหลียังได้ส่งชุดตรวจจำนวน 600,000 ชุด ให้แก่สหรัฐอเมริกา เผยแพร่คู่มือที่ถอดบทเรียนจากประสบการณ์การจัดการโรคของเกาหลีใต้ ส่งหน้ากากอนามัยให้แก่ครอบครัวทหารผ่านศึกที่เคยร่วมรบในสงครามเกาหลี ให้สถานเอกอัครราชทูตเกาหลีใต้นำส่งอาหารเกาหลีให้แก่ส่วนราชการในประเทศที่สถานเอกอัครราชทูตตั้งอยู่และมีส่วนร่วมกับพลเมืองในท้องถิ่นของประเทศอื่น ๆ ด้วย เช่น ให้ร้านอาหารเกาหลีในย่านอโศกร่วมทำอาหารเกาหลีใส่ตู้ปันสุขที่ตั้งอยู่หน้าศูนย์วัฒนธรรมเกาหลี เป็นต้น

นอกจากนี้ กระทรวงการต่างประเทศยังเชิญชวนคณะทูตานุทูตต่างประเทศในกรุงโซล เอกอัครราชทูตเกาหลีใต้ประจำประเทศต่าง ๆ นักวิชาการ และอื่น ๆ ร่วมกิจกรรม “Stay Strong Together” ด้วยการถ่ายภาพที่มีสัญลักษณ์โครงการลงสื่อออนไลน์ของตนเองและเชิญคนที่รู้จักเข้าร่วมการรณรงค์อีก 3 คน สำนักประชาสัมพันธ์และส่งเสริมวัฒนธรรมในสังกัดกระทรวงวัฒนธรรมฯ (Korean Culture and Information Service: KOCIS/해외문화홍보원) ยังส่งเสริมให้ชาวต่างชาติผู้เข้าร่วมโครงการผู้สื่อข่าวกิตติมศักดิ์ (Honorary Reporters) เผยแพร่เรื่องราวของคนที่ใช้กระแสเกาหลีให้เกิดประโยชน์ในช่วงโควิด-19 เช่น ทำอาหารเกาหลีขาย ทำคลิปเต้นเกาหลี แนะนำภาพยนตร์เกาหลีน่าชมในช่วงเวลาที่รัฐจำกัดการเดินทางและกักตัว ผ่านเว็บไซต์ Korea.Net ซึ่งเป็นเว็บไซต์ทางการของประเทศเกาหลีใต้ด้วย

KF เป็นองค์กรการทูตสาธารณะที่มีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ประสบการณ์และองค์ความรู้ของเกาหลีใต้สู่สังคมระหว่างประเทศอย่างแข็งขันในช่วงโควิด-19 ระบาด โดยแต่งตั้งแพทย์หญิง ดร. ชี ย็อง-มี (Jee Young-mee) ผู้อำนวยการศูนย์ภูมิคุ้มกันวิทยาและพยาธิวิทยา สถาบันวิจัยสุขภาพ ศูนย์ควบคุมและป้องกันโรคแห่งเกาหลีใต้ (Korea Centers for Disease Control and Prevention: KCDC/질병관리본부) และคณะทำงานป้องกันโรค

---

[151] เสกสรร อานันทศิริเกียรติ, “โควิด-19: มองประเด็นการแข่งขันทางการทูตทั่วโลก และความท้าทายทางการทูตของไทย,” *The Momentum*, 29 เมษายน 2563, https://themomentum.co/mask-diplomacy-amid-coronavirus/.

โควิด-19 ขององค์การอนามัยโลก (WHO) เป็นผู้แทนพิเศษเพื่อส่งเสริมการทูตสาธารณสุข[152] พร้อมกับจัด Webinar แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์การจัดการโรคโควิด-19 และวิเคราะห์ผลกระทบของโรคโควิด-19 ต่อการเมืองระหว่างประเทศและภูมิศาสตร์การเมืองระหว่าง KF กับเครือข่ายมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัยในประเทศอื่น ๆ ซึ่งบางส่วนเป็นสมาชิกของ GPDNet อยู่แล้ว เช่น มูลนิธิระหว่างประเทศสิงคโปร์ (Singapore International Foundation: SIF) กลุ่มศึกษานโยบายต่างประเทศแห่งอินโดนีเซีย (Foreign Policy Community Indonesia: FPCI) ศูนย์เบลเฟอร์เพื่อการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์และการระหว่างประเทศแห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Belfer Center for Science and International Affairs) สภาการระหว่างประเทศแห่งรัสเซีย (Russian International Affairs Council: RIAC) และเผยแพร่บทความประสบการณ์จัดการโรคโควิด-19 ร่วมกับหนังสือพิมพ์ The Korea Times จำนวน 5 ตอนด้วย[153]

ส่วน KOICA นั้นจัดทำหน้าเว็บไซต์เฉพาะเพื่อรายงานความคืบหน้าสถานการณ์โรคโควิด-19 ทั่วโลก และรายงานความคืบหน้าการดำเนินงานของเจ้าหน้าที่ KOICA ที่ปฏิบัติงานส่งเสริมการพัฒนาระหว่างประเทศในประเทศหุ้นส่วนต่าง ๆ โดยยึดกรอบการทำงานตาม “วาระเพื่อการสร้างความยืดหยุ่นในการสู้โรคโควิด-19 ผ่านความร่วมมือเพื่อการพัฒนา (Agenda for Building Resilience against COVID-19 through Development Cooperation: ABC Program)” เน้นการปฏิบัติเพื่อช่วยเหลือกลุ่มเปราะบาง (Vulnerable Groups) โดยการสนับสนุนชุดตรวจ วัคซีน และเวชภัณฑ์ การเสริมสร้างขีดความสามารถการป้องกันโรคระบาด โดยการสร้างความตระหนักรู้ การสอบสวนโรคและการโต้ตอบ

---

[152] “Korea Foundation Appoints Dr. Jee Youngmee as KF Special Representative for Health Diplomacy,” *Korea Foundation*, dated May 6, 2020, accessed July 31, 2020, http://en.kf.or.kr/?menuno=3767&type=view&evnt_no=3232&pageIndex=4&searchevnt=0.

[153] บทความทั้ง 5 ตอนมีดังนี้ ตอนแรก From disaster to opportunity: Pandemic response elevates Korea’s public diplomacy (29 มิถุนายน ค.ศ. 2020) ตอนที่ 2 Korea’s innovative drive-through, walk-through testing methods highlighted amid COVID-19 (9 กรกฎาคม ค.ศ. 2020) ตอนที่ 3 Korea’s ICT, AI, biotech shine in virus crisis (16 กรกฎาคม ค.ศ. 2020) ตอนที่ 4 Key Rule in Public Health Crisis: Communication (24 กรกฎาคม ค.ศ. 2020) ตอนที่ 5 Korea’s general election sets democracy model during pandemic (27 กรกฎาคม ค.ศ. 2020) ซึ่งผู้เขียนคอลัมน์แต่ละตอนเปลี่ยนแปลงทุกตอน

สถานการณ์แบบฉับพลัน และการสร้างความร่วมมือแบบครอบคลุม โดยการวิจัยเพื่อสร้างและแบ่งปันประสบการณ์ การเสริมสร้างสมรรถนะของภาคประชาสังคม และการแสวงหาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินการ[154]

กล่าวโดยสรุป นโยบายและการดำเนินการทูตสาธารณะในสมัยรัฐบาลมุนเป็นการสานความต่อเนื่องเชิงสถาบันของรัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ ซึ่งส่งเสริมการทูตสาธารณะที่ใช้วัฒนธรรม ความรู้ และนโยบายในการ “ขยายสถานะของประเทศในเวทีโลก สร้างอิทธิพลระหว่างประเทศ และระดมการสนับสนุนทางนโยบายจากประเทศอื่น ๆ” ผ่านการมีส่วนร่วมในการระหว่างประเทศ การมีบทบาทนำในการสร้างและเผยแพร่องค์ความรู้ และบทบาทในการสร้างความริเริ่มใหม่ ๆ โดยรัฐบาลขับเคลื่อนร่วมกับภาคเอกชน Enna Park[155] อดีตเอกอัครราชทูตฝ่ายการทูตสาธารณะสุภาพสตรีท่านแรกของเกาหลีใต้เรียกแนวทางนี้ว่า “การทูตสาธารณะ 3.0 (Public Diplomacy 3.0/공공외교3.0)” ตัวอย่างกิจกรรมการทูตสาธารณะ 3.0 ในมุมมองของนักการทูตเกาหลีใต้ เช่น โครงการรณรงค์ให้ประเทศต่าง ๆ ลงนามเป็นรัฐภาคีในสนธิสัญญาออตตาวาเพื่อห้ามทุ่นระเบิดสังหารบุคคล (International Campaign to Ban Landmines: ICBL) ของแคนาดา โครงการ Friendships for a Better World ของ SIF ประเทศสิงคโปร์[156] ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมการทูตสาธารณะเพื่อมุ่งสู่สถานะใหม่ที่ทำให้เกาหลีใต้มีบทบาท มีความสำคัญมากขึ้นในการกำหนดวาระและประเด็นของโลกและภูมิภาค

---

154 “ABC Program,” *KOICA*, accessed July 31, 2020, http://www.koica.go.kr/covid19/8018/subview.do.

155 ในเดือนกรกฎาคม ค.ศ. 2020 ปักดำรงตำแหน่ง เอกอัครราชทูตเกาหลีใต้ ณ กรุงลอนดอน

156 Park, “Korea’s Public Diplomacy,” 328.

บทสรุป:

ข้อคิดและข้อเสนอสำหรับการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะของไทย

ข้อเสนอหลักของเอกสารศึกษาฉบับนี้คือ การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นมีเป้าหมายเพื่อฟื้นฟูและรักษาสถานะเดิม ขณะที่การทูตสาธารณะของเกาหลีใต้มีเป้าหมายเพื่อมุ่งสู่สถานะอำนาจขนาดกลาง (Middle Power) ทั้งสองประเทศต่างเป็นประเทศที่ได้รับผลกระทบจากสงครามอย่างรุนแรง เมื่อสงครามสิ้นสุด ญี่ปุ่นใช้การทูตสาธารณะในการฟื้นฟูภาพลักษณ์ผ่านการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการศึกษา มีการตั้ง JCIE ใน ค.ศ. 1970 JF ใน ค.ศ. 1972 เพื่อเป็นกลไกหลักในการดำเนินกิจกรรมแลกเปลี่ยนต่าง ๆ และเริ่มแผยแพร่วัฒนธรรมญี่ปุ่นผ่านการ์ตูน ละคร และภาพยนตร์สู่โลกภายนอกหลังจากนั้นไม่นาน รัฐบาลเกาหลีใต้เริ่มกระบวนการดังกล่าวช้ากว่าญี่ปุ่นประมาณ 20 ปี มีการตั้ง KF และ KOICA ใน ค.ศ. 1991 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่รัฐบาลทหารยังปกครองประเทศอยู่ และพยายามเผยแพร่วัฒนธรรมอย่างจริงจังผ่านสื่อบันเทิงเช่นเดียวกับญี่ปุ่น แต่จากการประเมินของผู้เขียนในเบื้องต้น แนวทางของเกาหลีใต้เป็นการทำงานเชิงรุกอย่างต่อเนื่องและเน้นการทำให้เห็นเด่นชัด (Explicit) แตกต่างจากญี่ปุ่นที่พลังของสื่อญี่ปุ่นไม่ได้ปรากฏชัด (Implicit) ดังเช่นที่เคยเกิดขึ้นในทศวรรษ 1970-1980

แม้เอกสารศึกษาฉบับนี้มิได้ใช้วิธีเปรียบเทียบในการวิเคราะห์อย่างเคร่งครัด แต่ก็พอจะเห็นจุดเน้น จุดร่วม และจุดต่างที่ทั้งสองประเทศมี ความต่อเนื่องและความเปลี่ยนแปลง

ในการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะที่ผันแปรไปตามบริบทและเงื่อนไขทางยุทธศาสตร์การต่างประเทศในแต่ละช่วงเวลา ในกรณีของญี่ปุ่นคือ การฟื้นฟูสถานะและความเชื่อมั่นรักษาสถานะด้วยวัฒนธรรมสร้างสรรค์ และหวนสู่คืนวันอันรุ่งเรือง ส่วนของเกาหลีใต้นั้นคือ ฟื้นฟูความสัมพันธ์ เพิ่มความสำคัญ ขับเคลื่อนร่วมกันกับประชาชน การทูตสาธารณะยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐทั้งของรัฐบาลอาเบะและรัฐบาลมุน ซึ่งมีแนวโน้มว่า จะมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และวาระการต่างประเทศอย่างต่อเนื่องและเข้มข้นมากขึ้น

ในด้านวิชาการ รายงานฉบับนี้วิเคราะห์การทูตสาธารณะจากแง่มุมที่ยังไม่มีผู้นำเสนอมากนัก นั่นคือ การเชื่อมโยงการทูตสาธารณะเข้ากับยุทธศาสตร์หรือวาระการต่างประเทศ โดยอธิบายความต่อเนื่องและความเปลี่ยนแปลงทั้งเชิงนโยบายและสถาบัน และการเน้นน้ำหนักที่บทบาทและกิจกรรมของกระทรวงการต่างประเทศมากกว่าการสร้างภาพลักษณ์แห่งชาติหรือการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านสื่อบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งอาจเข้าขอบเขตภารกิจของกระทรวงวัฒนธรรมหรือหน่วยงานอื่น ๆ มากกว่า ทั้งนี้ กรณีศึกษาของทั้งญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ชี้ให้เห็นตรงกันว่า กระทรวงการต่างประเทศคือผู้มีบทบาทนำในการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะที่หมายรวมถึงการทูตวัฒนธรรมและการสร้างความสัมพันธ์กับภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคมและประชาชนในประเทศเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง บทบาทของ JF และ KF ที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ มีนโยบาย งบประมาณ และบุคลากรในระดับเทียบเท่าหรืออาจมีขนาดใหญ่กว่ากรม

อย่างไรก็ดี กรณีศึกษาของทั้งสองประเทศก็ชี้ให้เห็นว่า แม้การทูตสาธารณะจะมีเป้าหมายอยู่ที่พลเมืองต่างชาติเป็นสำคัญ แต่การมีส่วนร่วมของประชาชนพลเมืองในประเทศก็สำคัญไม่น้อยไปกว่ากัน เกาหลีใต้มีความโดดเด่นมากกว่าญี่ปุ่นในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และวาระการต่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โจทย์ใหม่ของสังคมเกาหลีใต้ที่คนรุ่นใหม่เริ่มตั้งคำถาม วิพากษ์ ท้าทายสภาวะสังคมการเมืองที่ดำรงอยู่ นโยบายการทูตสาธารณะของรัฐบาลมุนช่วยตอบโจทย์ที่ว่านี้ โดยมีจุดแข็งคือ ความเข้มแข็งของสถาบันการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้ที่พัฒนามาอย่างต่อเนื่องและจะไม่เปลี่ยนแปลงแม้ลำดับความสำคัญทางนโยบายของรัฐบาลจะเป็นอย่างไร

บริบทการเมืองระหว่างประเทศและสถานการณ์ภายในประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยต้องกลับมาใคร่ครวญเรื่องการทูตสาธารณะและการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และวาระการต่างประเทศให้จริงจังมากขึ้น การแข่งขันทางยุทธศาสตร์ระหว่างสหรัฐอเมริกากับจีนเริ่มเข้มข้นรุนแรงยิ่งขึ้น ขยายวงจากสงครามการค้ามาสู่สงครามการคิดและการส่งอิทธิพลต่อความเห็นสาธารณะเพื่อช่วงชิงเสียงสนับสนุนจากประชาชนพลเมืองในประเทศอื่นมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการเผยแพร่ข้อความโต้ตอบกันผ่าน Facebook ของสถานเอกอัครราชทูตทั้งสหรัฐอเมริกาและจีนในไทยเกี่ยวกับประเด็นการจัดการน้ำในลุ่มน้ำโขง อีกตัวอย่างหนึ่งคือ การสร้างพันธมิตรชานม (Milk Tea Alliance) ที่การเคลื่อนไหวทางการเมืองภายในประเทศสอดคล้องกับวาระของคู่ขัดแย้งในการเมืองระหว่างประเทศ กรณีดังกล่าวแม้ไม่นำไปสู่ความรุนแรงเชิงกายภาพ แต่ก็เป็นความเสี่ยงและความท้าทายทางการดำเนินนโยบายที่พึงระมัดระวัง

บริบททางการเมืองระหว่างประเทศเช่นนี้ส่งผลต่อสถานการณ์ภายในประเทศอย่างยิ่งใกล้เคียงกับ “สองโครียาประชาธิปไตย” ของเกาหลีใต้ที่การแบ่งขั้วอุดมการณ์ของกลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองภายในประเทศมีผลต่อการกำหนดแนวทางและการปฏิบัตินโยบายต่างประเทศค่อนข้างมาก ในกรณีของไทย มีความเป็นไปได้ว่า กลุ่มผลประโยชน์ทางการเมืองและผู้สนับสนุนอาจมีแนวโน้มส่งเสริมหรือใช้ประโยชน์จากคุณค่าหรือวาระทางการเมืองของมหาอำนาจใดมหาอำนาจหนึ่งมาขับเคลื่อนวาระทางการเมืองของฝ่ายตน ในช่วงสงครามเย็น กระทรวงการต่างประเทศมีบทบาทนำในการขับเคลื่อนการต่างประเทศไทยให้รอดพ้นภัยคุกคามมาแล้วด้วยปรีชาญาณของนักการทูตไทยและการทำงานที่มองเห็นเป้าหมายร่วมกันในหมู่ผู้ปฏิบัตินโยบาย อย่างไรก็ดี สถานการณ์ในปัจจุบันมีตัวแสดงใหม่ที่ไม่ใช่แค่นักการทูต ยังมีภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และประชาชนด้วย และมีสื่อใหม่ที่เปิดโอกาสให้ตัวแสดงดังกล่าวสามารถแสดงความคิดเห็นที่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้

เอกอัครราชทูตธฤต จรุงวัฒน์ เลขาธิการมูลนิธิไทย กล่าวว่า คนไทยทำการทูตสาธารณะมานานแล้วโดยที่ไม่รู้ตัว ลักษณะเฉพาะของคนไทยที่เป็นคนใจดี โอบอ้อมอารี ต้อนรับขับสู้คือสินทรัพย์ที่มีค่าของคนไทย เมื่อชาวต่างชาติเดินทางมาประเทศไทยจะ “รู้สึกตัวใหญ่”

เนื่องจากคนไทยได้ “โอบรับ (Embrace)” พวกเขาไว้ พวกเขาจึงรู้สึกได้รับเกียรติและมองคนไทยในแง่บวก อีกด้านหนึ่ง สังคมไทยและวัฒนธรรมไทยเองก็มีทรัพยากรหลายอย่างที่หล่อหลอมให้คนไทยรู้สึกว่าตัวเองนั้น “มีที่มา มีพื้นเพ มีชาติสกุล ยืดอกได้” เมื่อเดินทางไปต่างประเทศ ข้อเสนอของเอกอัครราชทูตธฤตในขั้นต่อไปคือ ประเทศไทยต้องสร้าง “แฟนคลับ” ในต่างประเทศให้มากขึ้นทั้งเชิงกว้างและเชิงลึก และย้ำว่า มูลนิธิไทยจะไม่ดำเนินกิจกรรมที่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานอื่นที่ทำได้ดีอยู่แล้ว และยังไม่คิดจะสร้างสำนักงานในต่างประเทศในขณะนี้ แต่จะใช้พื้นที่ดิจิทัลให้เป็นประโยชน์แทน อย่างไรก็ดี ประเทศไทยมีข้อจำกัดด้านงบประมาณเป็น “จุดตาย” ผู้ดำเนินนโยบายจึงต้องกำหนดลำดับความสำคัญ แต่คำถามสำคัญของเอกอัครราชทูตธฤตคือ “จะทำอย่างไร?”[157] ข้อเสนอแนะของผู้เขียนคือ เริ่มจากการสร้างความสอดคล้องกันระหว่างตัวแสดงภายในให้ “มีพลัง (Synergy)” เสียก่อน เมื่อมีพลังแล้วจึง “มีสถานะและเกียรติภูมิ (Status)” ที่จะไปร่วมสร้างสรรค์และกำหนดบรรทัดฐานและภูมิทัศน์การเมืองระหว่างประเทศต่อไป[158] โดยมีข้อเสนอเพิ่มเติมดังนี้

1. ข้อเสนอเพื่อการพัฒนาสถาบันการทูตสาธารณะของไทย

รายงานสรุปผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ ประจำปี 2562 ประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการต่างประเทศ โดยชี้ให้เห็นปัญหาเชิงสถาบันซึ่งส่วนใหญ่มาจาก “การขาดบูรณาการร่วมกันของหน่วยงานรัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมองว่า เป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานเจ้าภาพในแต่ละเป้าหมายหลักเท่านั้น” และ “เนื่องจากการดำเนินงานเพื่อให้มีเอกภาพและบูรณาการเพื่อให้บรรลุตามเป้าประสงค์ที่ได้วางไว้นั้นไม่ได้อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานใดเพียงหน่วยงานเดียว ดังนั้นจะต้องอาศัยการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน”[159] สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อบรรลุเป้าหมาย “มีพลัง” นั้น รายงานดังกล่าวระบุว่า ผู้กำหนดนโยบายควร “พิจารณาสร้างกลไก

---

[157] ไทยพีบีเอส เวิลด์, ““ความเป็นไทย” การทูตยุค New Normal,” 18 มิถุนายน 2563, https://www.youtube.com/watch?v=WFPtCFZFagY.

[158] เสกสรร, “โควิด-19.”

[159] สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, *รายงานสรุปผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ ประจำปี 2562* (กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563), 96.

ความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อน พัฒนา และแก้ไขปัญหาทางด้านการต่างประเทศร่วมกัน” ด้วยการเสนอความคิดเห็น การร่วมดำเนินการ และการติดตามผลการดำเนินการ พร้อมกำหนด “เป้าหมายร่วมกันใหม่” เพื่อเป็นแนวทางยึดถือร่วมกันด้วย[160]

เมื่อพิจารณาเงื่อนไขโครงสร้างปัจจุบันแล้วพบว่า สถาบันและองค์กรการทูตสาธารณะของไทยมีลักษณะใกล้เคียงกับทั้งญี่ปุ่นและเกาหลีใต้อยู่มากคือ มีทั้งกองการทูตสาธารณะและกองการทูตวัฒนธรรมในสังกัดกรมสารนิเทศ มีกรมความร่วมมือระหว่างประเทศ (TICA) (ที่เทียบเคียงได้กับ JICA และ KOICA) มีสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการที่เน้นการจัดอบรมและพัฒนาบุคลากร โดยมีศูนย์ศึกษาการต่างประเทศและมูลนิธิไทยเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้าง ซึ่งรัฐบาลควรสนับสนุนงบประมาณและเพิ่มจำนวนบุคลากรให้มากขึ้น และกระทรวงเองก็มีการประสานงานและปรึกษาหารือกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่สนับสนุนการดำเนินการทูตสาธารณะอยู่เป็นพื้นฐานแล้ว

กรณีของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ชี้ให้เห็นว่า ยุทธศาสตร์ “มีพลัง” เป็นพื้นฐานสำคัญของการขับเคลื่อนนโยบายที่ประสบความสำเร็จ โครงการญี่ปุ่นเท่เป็นตัวอย่างหนึ่งของการประสานการทำงานร่วมกันระหว่างกระทรวง กรณีเกาหลีใต้ยิ่งชัดเจน รัฐบาลตระหนักว่าระบบรัฐการของเกาหลีใต้ยังมีช่องว่างของการทำงานข้ามกระทรวงจึงตั้งคณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติโดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเป็นประธาน เพื่อให้โครงสร้างดังกล่าวมีความคล่องตัวและมีความสามารถในการตัดสินใจที่สนับสนุนการยกระดับและขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และวาระ “การต่างประเทศ” อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ คณะกรรมการดังกล่าวอาจประยุกต์ให้เข้ากับบริบทและเงื่อนไขของระบบราชการไทยคือ ตั้งคณะกรรมการระดับชาติแต่มีนายกรัฐมนตรี (หรือมอบหมายรองนายกรัฐมนตรีที่กำกับดูแลด้านต่างประเทศ) เป็นประธาน แล้วเชิญผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดมาตัดสินใจร่วมกัน

---

[160] เรื่องเดียวกัน, 103.

ดังข้อเสนอของรุยาภรณ์[161] โดยอาจมีคณะทำงานกลั่นกรองและหารือเบื้องต้นก่อนเช่นเดียวกับกรณีของเกาหลีใต้ (ดูองค์ประกอบของคณะกรรมการของเกาหลีใต้ในภาคผนวก กฤษฎีกาบังคับใช้รัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ มาตรา 4)

2. ข้อเสนอเพื่อการยกระดับกิจกรรมการทูตสาธารณะ

ในด้านกิจกรรมการทูตสาธารณะ มีกิจกรรมจำนวนมากที่กระทรวงการต่างประเทศโดยกรมสารนิเทศ TICA สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่จัดเป็นปกติอยู่แล้ว เช่น เทศกาลไทย การนำมวยไทยและศิลปะไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ การส่งเสริมการเรียนการสอนภาษาไทยและไทยศึกษา การเผยแพร่หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ซึ่งกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นพื้นฐานที่ดีสำหรับการต่อยอดโดยเน้นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ที่เปิดโอกาสให้พลเมืองหรือผู้รับสารชาวต่างประเทศเข้ามามีส่วนร่วม ร่วมคิดร่วมสร้างสรรค์ร่วมแสดง มีโอกาสสร้างประสบการณ์เฉพาะกับผู้แทนของประเทศไทยทั้งผู้แทนที่มาจากภาครัฐ ภาคธุรกิจ ภาคประชาสังคม และประชาชน โดยเปิดโอกาสให้คนไทยทั้งที่อาศัยในประเทศและต่างประเทศมีส่วนร่วมด้วย ซึ่งลักษณะดังกล่าวเป็นหัวใจหลักของการทูตสาธารณะแบบใหม่ด้วย ตัวอย่างโครงการหรือกิจกรรมที่ดำเนินการได้ทันที ไม่จำเป็นต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก และกระทรวงการต่างประเทศสามารถดำเนินการได้เองมีดังนี้

1) โครงการเฟ้นหาสุดยอดนวัตกรรมการต่างประเทศไทย ผู้เขียนมีฐานคิดจากการระดมสมองเพื่อพัฒนาวิสาหกิจเริ่มต้น (Startups) ต่าง ๆ แต่เปลี่ยนโจทย์มาเป็นการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์และวาระการต่างประเทศเพื่อขยายผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐไทยสู่ภูมิภาคอาเซียน เอเชีย และโลกแทน โดยกำหนดโจทย์จากหัวข้อที่เป็นวาระการต่างประเทศหลักของไทย เช่น จิตอาสากับการพัฒนาที่ยั่งยืน การทูตไทยในโลกดิจิทัล ยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น โครงการนี้จะช่วยนักการทูตแสวงหานวัตกรรมทางความคิดใหม่ ๆ ช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของ “คนรุ่นใหม่” ให้มีบทบาท

---

[161] รุยาภรณ์ สุคนธทรัพย์, *การสร้างเอกภาพและประสิทธิผลให้กับการทูตวัฒนธรรมของประเทศไทย*, รายงานหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 1 (พ.ศ. 2552) สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ ระทรวงการต่างประเทศ, http://www.mfa.go.th/dvifa/contents/filemanager/files/nbt/nbt1/IS1053.pdf32-33.

เชิงสร้างสรรค์ในกระบวนการนโยบายต่างประเทศไทย และช่วยหล่อหลอมความตระหนักรู้ ความรับผิดชอบร่วม ความรัก และความภูมิใจในประเทศไทยจากทรัพยากรทางการทูตที่ประเทศไทยมีและสั่งสมมาอย่างยาวนาน

2) โครงการพัฒนานักการทูตพลเมือง (Citizen Diplomat) หากเห็นด้วยตามคำอธิบายของเอกอัครราชทูตธฤต คนไทยมีคุณสมบัติของการเป็นนักการทูตโดยพื้นฐานอยู่แล้ว ที่สำคัญ กระทรวงการต่างประเทศเองก็ควรส่งเสริมให้คนไทยทุกคนเป็นนักการทูตที่ดีที่ช่วยขยายผลประโยชน์และคุณค่าของประเทศ วิธีคิดของโครงการนี้คล้ายกับการดำเนินการของมูลนิธิยุวทูตความดี แต่เน้นการฝึกทักษะและเสริมสร้างองค์ความรู้ที่เปิดกว้างสำหรับประชาชนทั่วไปที่สนใจ และ “คนรุ่นใหม่” (ซึ่งอาจต้องมีการกำหนดคุณสมบัติพื้นฐานบางอย่าง) เนื้อหาหลักของโครงการ เช่น พัฒนาการการต่างประเทศของไทยจากมุมมองของกระทรวงการต่างประเทศ การต่างประเทศไทยในโลกดิจิทัล บทบาทของไทยในโลกปัจจุบัน บทเรียนและประสบการณ์ของนักการทูตไทยในอดีตและปัจจุบัน เป็นต้น โครงการนี้จะช่วยสร้างนักการทูตพลเมืองที่มีความรู้ความเข้าใจการต่างประเทศของไทยในมุมมองที่สอดคล้องกับผลประโยชน์และคุณค่าของรัฐไทยเพื่อช่วยสนับสนุนภารกิจของนักการทูตในทางอ้อมและขับเคลื่อนวาระการต่างประเทศของไทยในพื้นที่ออนไลน์

3) โครงการเสริมสร้างความรู้ไทยศึกษาให้ชาวต่างชาติที่พำนักในประเทศไทย เปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติ รวมทั้งบุคลากรในคณะผู้แทนทางการทูตต่างประเทศที่พำนักในประเทศไทยได้ศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยทั้งในมิติวัฒนธรรม ความรู้ และนโยบายของรัฐบาล โดยเปิดโอกาสให้คนไทยในประเทศมีส่วนร่วมได้ด้วย โครงการดังกล่าวอาจต่อยอดหรือเรียนรู้จากโครงการอบรมภาษาไทยสำหรับชาวต่างชาติของศูนย์บริการวิชาการ คณะอักษรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยก็ได้ หรือจะเป็นการร่วมมือกันก็ดี นอกจากการเรียนในห้องเรียนแล้ว จะมีการนำชาวต่างชาติเดินทางไปทัศนศึกษาต่างจังหวัด เช่น เมืองรอง ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทย โครงการนี้จะช่วยกระจายรายได้ส่งเสริมเศรษฐกิจฐานราก และเสริมสร้างประสบการณ์เกี่ยวกับประเทศไทยนอกเหนือจากกรุงเทพมหานครสำหรับชาวต่างชาติที่มาพำนักอาศัย พร้อมกับขยายโอกาสให้คนไทยมีเพื่อนต่างชาติ และสร้างความภูมิใจให้คนไทยในฐานะ “เจ้าบ้าน” ด้วย

4) โครงการโต๊ะกลมประเทศไทย (Thai Roundtable) โดยจัดในมหาวิทยาลัยโดยสมาคมหรือชุมชนนักเรียนไทยในต่างประเทศ และมีสถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุลใหญ่เป็นผู้สนับสนุนงบประมาณ กิจกรรมนี้เป็นการพบปะอย่างน้อยสัปดาห์ละ 1 ครั้งเพื่อนำเสนอ พูดคุยและแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับประเทศไทย ชมภาพยนตร์ไทย พร้อมรับประทานอาหารไทยร่วมกับคนไทย และอาจมีกิจกรรมพบปะ แลกเปลี่ยน หรือร่วมรับประทานอาหารกับเอกอัครราชทูต (Meet and Greet with the Ambassador) ในบางภูมิภาคหรือประเทศ การสื่อสารและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยอาจไม่ใช่เรื่องง่าย เนื่องจากประเทศไทยอาจเป็นประเทศที่ห่างไกลหรือไม่ค่อยคุ้นเคยจากมุมมองของคนประเทศนั้น อาจจะต้องใช้กรอบอาเซียนเป็นตัวนำและแฝงเรื่องราวของประเทศไทยไว้ในนั้น ดังที่ผู้เขียนเคยทดลองทำกิจกรรมโต๊ะกลมอาเซียน[162] โดยได้รับการสนับสนุนจากศูนย์อาเซียน-เกาหลี และบริษัทเอกชนแห่งหนึ่งของเกาหลีใต้ที่สนใจอาเซียน โครงการนี้จะช่วยสร้างความเด่นชัดของไทยผ่านคนไทยที่อาศัยอยู่ในต่างประเทศ และเชื่อมโยงประชาชนไทยกับชาวต่างชาติในประเทศนั้นโดยใช้ความเป็นไทยเป็นสื่อกลาง

5) โครงการผู้สื่อข่าวกิตติมศักดิ์[163] เปิดโอกาสให้ชาวต่างชาติที่สนใจหรือมีใจรักประเทศไทยบอกเล่าเรื่องราวและประสบการณ์ของตนเองเกี่ยวกับประเทศไทยผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยเขียนเป็นภาษาไทย ภาษาอังกฤษ หรือภาษาท้องถิ่นของตน โครงการจะมีบรรณาธิการคัดกรองเนื้อหาก่อนเผยแพร่บนเว็บไซต์ทางการของโครงการ ผู้เข้าร่วมโครงการมีวาระการดำรงตำแหน่งคนละ 1 ปี สามารถต่ออายุได้ ในแต่ละปี จะมีกิจกรรมย่อยให้ผู้เข้าร่วมเขียนเรื่องราวตามโอกาสต่าง ๆ เช่น วันสำคัญของชาติไทย โครงการดังกล่าวมีผู้ดูแลหรือผู้ประสานงานอย่างน้อย 2 คนสำหรับการประสานงานกับผู้เข้าร่วมโครงการทั่วไป และงานเอกสารอื่น ๆ ทั้งนี้ มีเกียรติบัตรที่ลงนามโดยเอกอัครราชทูตหรือผู้แทนกระทรวงการต่างประเทศมอบให้ และอาจมีค่าตอบแทนหรือรางวัลเล็กน้อยสำหรับเนื้อหาที่น่าประทับใจด้วย โครงการนี้จะช่วยสร้างความเด่นชัด (Visibility) ของประเทศไทย

---

[162] ดูเพิ่มเติมที่ Seksan Anantasirikiat, “Branding ASEAN, Bridging People in South Korea,” USC Center on Public Diplomacy (blog), January 21, 2019, https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/branding-asean-bridging-people-south-korea.

[163] เสกสรร, “โควิด-19: มองประเด็นการแข่งขันทางการทูตทั่วโลก.”

ขึ้นมาในพื้นที่ออนไลน์ ขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างเครือข่ายชาวต่างชาติที่นิยมไทยและเป็นการสะท้อนมุมมองของชาวต่างชาติต่อประเทศไทย ซึ่งจะกลายเป็นปัจจัยนำเข้า (Input) ในการกำหนดนโยบายต่างประเทศได้ด้วย

6) โครงการสืบสานรักษาต่อยอดองค์ความรู้การต่างประเทศและการทูตของไทย รายงานสรุปผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ ประจำปี 2562 ชี้ให้เห็นว่า การต่างประเทศของไทยยังมีความท้าทายในการสร้าง “องค์ความรู้ของไทยให้เป็นที่ชื่นชมในเวทีโลก”[164] ซึ่งการทูตสาธารณะที่เน้นความรู้นี้ก็เป็นประเด็นที่ทั้งญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ต่างเน้นความสำคัญ แต่กรณีของไทยอาจมีข้อจำกัดด้านงบประมาณดังที่เอกอัครราชทูตถกล่าวไว้ กระทรวงการต่างประเทศอาจพิจารณาสร้างความร่วมมือกับกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) เชิญนักวิชาการที่มีความรู้ความสามารถและอดีตนักการทูตไทยมาร่วมกันย่อยประสบการณ์ทางการต่างประเทศและปฏิบัติการทางการทูตของไทยให้เป็นสื่อที่สามารถนำเสนอบนพื้นที่ออนไลน์ได้ง่าย จัดการอบรมสัมมนา “แลกเปลี่ยน” องค์ความรู้และประสบการณ์การต่างประเทศและสิ่งที่ประเทศไทยโดดเด่น เช่น การแพทย์และสาธารณสุข ร่วมกับเครือข่ายในประเทศเพื่อนบ้านและประเทศที่เป็นผู้เล่นหลักในภูมิภาคเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ อินเดีย เพื่อให้เรื่องราวของประเทศไทยมีความเด่นชัดมากขึ้นในเวทีโลก อีกวิธีหนึ่งคือ สนับสนุนการจัดทำหนังสือวิชาการเกี่ยวกับการทูตไทยเป็นภาษาอังกฤษ และช่วยเผยแพร่บทความที่คนไทยเขียนเกี่ยวกับการต่างประเทศไทยในแง่ดีทางสื่อหรือบล็อกต่าง ๆ ทาง Facebook และ Twitter ของกระทรวงและสถานเอกอัครราชทูตที่เกี่ยวข้อง

3. ข้อเสนอเพื่อการศึกษาวิจัยในอนาคต

การทูตสาธารณะเป็นประเด็นการศึกษาวิจัยที่ค่อนข้างใหม่ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในประเทศไทย ผู้สนใจอาจแตกหน่อต่อยอดการศึกษาออกจากรายงานฉบับนี้ไปได้อีกมาก หัวข้อที่น่าสนใจและยังไม่มีนักวิชาการไทยศึกษามากนัก อาทิ การวิเคราะห์กรณีศึกษาใหม่ ๆ ในภูมิภาคต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ภูมิภาคเอเชีย แอฟริกา และลาตินอเมริกา

---

[164] สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, *รายงานสรุปผลการดำเนินการ*, 101.

การศึกษาโครงการการทูตสาธารณะของประเทศต่าง ๆ ในเชิงลึกเพื่อวิเคราะห์ความสอดคล้องกันระหว่างแนวคิดกับการปฏิบัติจริง การวิเคราะห์เปรียบเทียบยุทธศาสตร์ การปฏิบัติ โครงการ ตัวแสดง และผลลัพธ์ของการดำเนินการทูตสาธารณะในประเทศต่าง ๆ การวิเคราะห์สัดส่วนของการดำเนินการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Mix) ของประเทศหนึ่งต่ออีกประเทศหนึ่ง[165] และการสร้างเครื่องมือประเมินผลโครงการทูตสาธารณะที่สะท้อนผลการปฏิบัติใกล้เคียงกับความเป็นจริง สอดคล้องกับบริบทและเงื่อนไขของแต่ละประเทศ และมีประโยชน์ต่อการสร้างข้อเสนอเชิงนโยบายในอนาคต

กระทรวงการต่างประเทศอาจพิจารณาการจัดกิจกรรมโต๊ะกลมหรือเวทีเสวนาขนาดเล็ก (แบบเปิดหรือแบบปิดก็ได้)[166] ในประเด็นการทูตสาธารณะ เพื่อรวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้จากนักวิชาการและนักปฏิบัติ โดยเปิดโอกาสให้นักวิชาการแบ่งปันความรู้ ความคิด และกรณีศึกษาร่วมกับการประเมินสภาพความเป็นจริงในพื้นที่จากมุมมองของเจ้าหน้าที่โต๊ะที่ดูแลแต่ละประเทศและ/หรือนักการทูตที่ปฏิบัติงาน ณ สถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ประจำประเทศ/พื้นที่นั้น ๆ และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ภาคธุรกิจ เป็นต้น ไม่จำเป็นต้องเป็นการจัดสรรเงินทุนโครงการวิจัย ซึ่งจะใช้เวลานานและอาจไม่ตอบสนองต่อบริบทและเงื่อนไขของสถานการณ์ในพื้นที่ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง เมื่อได้ผลจากการอภิปรายเบื้องต้นแล้วอาจจัดทำเป็นรายงานหรือ Webinar เพื่อเผยแพร่ข้อมูล (เท่าที่เผยแพร่ได้) ให้ประชาชนชาวไทยรับทราบ ซึ่งจะช่วยนักการทูตแบ่งเบาภารกิจประจำที่มีอยู่มากมายและสนับสนุนการขับเคลื่อนการทูตสาธารณะที่กระทรวงการต่างประเทศเป็นผู้นำ เพื่อสร้างความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน มุ่งสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้วตามที่ยุทธศาสตร์ชาติกำหนดไว้ได้

---

165 Seksan, “Making Friends with ASEAN Countries,” 219.

166 ตัวอย่างหน่วยงานที่จัดกิจกรรมลักษณะนี้อยู่แล้ว ได้แก่ สถาบันคลังปัญญาด้านยุทธศาสตร์ชาติ มูลนิธิสถาบันสร้างสรรค์ปัญญาสาธารณะ (http://www.klangpanya.in.th)

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

ไทยพีบีเอส เวิลด์. ““ความเป็นไทย” การทูตยุค New Normal.” 18 มิถุนายน 2563. https://www.youtube.com/watch?v=WFPtCFZFagY.

ธีวินท์ สุพุทธิกุล. “โอลิมปิกแห่งโชคชะตา: จากฮิโรชิม่า ฟุคุชิม่า สู่ไวรัสโคโรนา.” *The101.World*. 16 เมษายน 2563. https://www.the101.world/tokyo-olympic-and-coronavirus/.

นิกรเดช พลางกูร. *การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยและบทบาทที่สำคัญของกระทรวงการต่างประเทศ*. รายงานหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 7 (พ.ศ. 2558) สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ. http://www.mfa.go.th/dvifa/contents/filemanager/files/nbt/nbt7/IS/7002.pdf.

พีระ เจริญวัฒนนุกูล. “พินิจแนวคิด Soft Power อย่างจริงจัง: ปัญหาและความเข้าใจผิดในการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในงานวิชาการไทย.” *รัฐศาสตร์นิเทศ 4,* ฉบับที่ 1-2 (2561): 243-281.

รุยาภรณ์ สุคนธทรัพย์. *การสร้างเอกภาพและประสิทธิผลให้กับการทูตวัฒนธรรมของประเทศไทย*. รายงานหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 1 (พ.ศ. 2552) สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ. http://www.mfa.go.th/dvifa/contents/filemanager/files/nbt/nbt1/IS1053.pdf32-33.

ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ. “รายการวิเทศปริทัศน์ Ep. 14 ย้อนพินิจแนวคิด Soft Power ร่วมพูดคุยกับ ดร. พีระ เจริญวัฒนนุกูล.” Facebook Live, 22 ธันวาคม 2564. https://www.facebook.com/InternationalStudiesCenter.th/videos/282636753907684.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. *รายงานสรุปผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติ ประจำปี 2562*. กรุงเทพฯ: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563.

สุรางค์ศรี ตันเสียงสม. *ประวัติศาสตร์ญี่ปุ่นสมัยใหม่.* กรุงเทพฯ: สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2551.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. “โควิด-19: มองประเด็นการแข่งขันทางการทูตทั่วโลก และความท้าทายทางการทูตของไทย.” *The Momentum*. 29 เมษายน 2563. https://themomentum.co/mask-diplomacy-amid-coronavirus/.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. “อินไซต์การประชุมสุดยอดอาเซียน-เกาหลีใต้ที่ปูซาน ทำไมเกาหลีใต้ถึงหันมาสนใจอาเซียน.” T*he Momentum*. 24 พฤศจิกายน 2562 https://themomentum.co/asean-rok-commemorative-summit-2019/.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. จับกระแสลมการเมืองเกาหลีใต้เปลี่ยนทิศในปี 2019. *The Momentum.* 20 กุมภาพันธ์ 2562. https://themomentum.co/2019-challenges-for-moon-jae-in/.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. “ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของเกาหลีใต้และข้อเสนอแนะสำหรับประเทศไทย.” *สถาบันคลังปัญญาด้านยุทธศาสตร์ชาติ*. กรกฎาคม 2562. http://www.klangpanya.in.th/2020/02/26/ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณ/.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. “K-Pop-อาหารเกาหลี-ทุนเรียนต่อ: ที่คลั่งเกาหลีนั้นไม่ใช่เรื่องบังเอิญ แต่มาจาก ‘การทูตสาธารณะ’.” *The Momentum*. 9 พฤศจิกายน 2561. https://themomentum.co/korea-cultural-diplomacy/.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. “จากพย็องยังถึงพย็องชัง: ความสำเร็จและความไม่สำเร็จทางการเมืองในโอลิมปิกฤดูหนาว 2018.” *Workpoint News*. 25 กุมภาพันธ์ 2561. https://workpoint-today.com/2018/02/25/จากพย็องยังถึงพย็องชัง/.

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ. “สองโคริยาประชาธิปไตย: พลวัตการเคลื่อนไหวของชุมนุมดวงเทียนจรัสแสง ค.ศ. 2016-2017.” ใน *ประชาธิปไตยและกระแสอนุรักษนิยมในเอเชียตะวันออก,* บรรณาธิการโดย ไชยวัฒน์ ค้ำชู และนิธิ เนื่องจำนงค์, 149-228. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561.

อุไรวรรณ คูหะเปรมะ. *การใช้ Public Diplomacy เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับเขตคันไซ*. รายงานหลักสูตรนักบริหารการทูต (นบท.) รุ่นที่ 5 (พ.ศ. 2556) สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์โรปการ กระทรวงการต่างประเทศ. http://www.mfa.go.th/dvifa/contents/filemanager/files/nbt/nbt5/IS/IS5003.pdf.

ภาษาเกาหลี

กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี (เวกโยบู). “คุกมินเวกโย ทาอุน อินจีโด โซซา มิต ควีซือ อิเบนที (กิจกรรมร่วมสนุกตอบคำถามและสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับความตระหนักรู้เรื่องเมืองการทูตพลเมือง).” *กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี*. 22 พฤษภาคม 2563. http://www.mofa.go.kr/www/brd/m_4075/view.do?seq=368381.

กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี (เวกโยบู). “พ็อมช็องบู ฮย็อบ็อบอีย [2020 นย็อน คงกง เวกโย ชงฮับชีแฮ็งคเยฮเว็ก] ฮวักจ็อง (เป้าหมายการดำเนินการตามแผนแม่บทการทูตสาธารณะใน ค.ศ. 2020).” *กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี*. 13 ธันวาคม 2562. http://www.mofa.go.kr/www/brd/m_4080/view.do?seq=369866.

กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี (เวกโยบู). “มุนฮวาเวกโย เมนยูออล (คู่มือการทูตวัฒนธรรม).” *กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี*. http://www.korea.kr/archive/expDocView.do?docId=24724. (สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม 2563).

กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี (เวกโยบู). “เวกโยบู โซแก – โซจิกโด (แนะนำกระทรวงการต่างประเทศ – โครงสร้างองค์กร),” *กระทรวงการต่างประเทศ สาธารณรัฐเกาหลี*. https://www.mofa.go.kr/www/pgm/m_4276/uss/org/orgcht.do?type=list. (สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม 2563).

ศูนย์วัฒนธรรมอาเซียน (อาเซียนมุนฮวาว็อน). “เอซีเอชวา ฮัมเกฮานึน ‘อาเซอานอีย มัต ค็อนเทซือทือ’ (การแข่งขันทำอาหารกับ ACH ในหัวข้อ ‘รสชาติอาเซียน’).” *Youtube.* 31 ตุลาคม 2561. https://www.youtube.com/watch?v=--PQuLkc2iU&list=PL4HaE32aBhMLm86h-8C1WxbZJMZ2dnpJV0&index=2&t=0s.

ภาษาอังกฤษ

“100 Policy Tasks Five Year Plan of the Moon Jae-in Administration.” *The Government of the Republic of Kore*a. Accessed July 31, 2020. https://english1.president.go.kr/dn/5af107425ff0d, 25-26.

“2019 Korea-Japan 100 Citizens’ Future Dialogue.” *Korea Foundation.* December 19, 2019. Accessed July 31, 2020. http://en.kf.or.kr/?menuno=3767&type=view&evnt_no=3198&pageIndex=6&searchevnt=0.

“2nd Meeting of Public Diplomacy Committee to Take Place.” *Ministry of Foreign Affairs ROK.* Dated November 22, 2018. Accessed July 31, 2020. http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5676/view.do?seq=320242&srchFr=&amp%3BsrchTo=&amp%3BsrchWord=&amp%3BsrchTp=&amp%3Bmulti_itm_seq=0&amp%3Bitm_seq_1=0&amp%3Bitm_seq_2=0&amp%3Bcompany_cd=&amp%3Bcompany_nm=.

“ABC Program.” *KOICA.* Accessed July 31, 2020. http://www.koica.go.kr/covid19/8018/subview.do.

“About Hangang Network.” *Hangang Network.* Accessed July 31, 2020. http://www.hangangnetwork.org/eng/sub01.php.

“About us – Officials.” *Ministry of Foreign Affairs of Japan.* Last modified July 27, 2020. Accessed July 31, 2020. https://www.mofa.go.jp/about/hq/list2.html#01.

“About us – Organization.” *Ministry of Foreign Affairs of Japan.* Last modified October 17, 2019. Accessed July 31, 2020. https://www.mofa.go.jp/about/hq/org.html.

Akimoto, Dsaisuke. *The Abe Doctrine: Japan’s Proactive Pacifism and Security Strategy.* Singapore: Palgrave McMillan, 2018.

Ayhan, Kadir Jun. “The Boundaries of Public Diplomacy and Nonstate Actors: A Taxonomy ofPerspectives.” *International Studies Perspectives 20,* no. 1 (2019): 63-83.

Ayhan, Kadir. “Branding Korea as “My Friend’s Country”: The Case of VANK’s Public Cyber Diplomats.” *Korea Observer 49*, no. 1 (2018): 51-81.

Bier, Lindsay M. and White, Candance L. “Cultural diplomacy as corporate strategy: an analysis of Pasona’s Group’s “New Tohoku” program in Japan.” *Place Branding and Public Diplomacy (2020)*: 1-13. doi: 10.1057/s41254-020-00165-4.

"Business Plan Competition in response to COVID-19." *JICA*. Accessed July 31, 2020. https://www.jica.go.jp/COVID-19/en/responses/prospects/20200706.html.

Cameron, Deborah. "Hell Joseon: The cry of frustrated young Koreans." *Finance 101*. July 2, 2019. https://www.finance101.com/hell-joseon-cry-frustrated-young-korean/.

"CALL FOR PROJECT PROPOSALS: In relation to International Cultural Exchanges during COVID-19 Crisis." *Japan Foundation*. Accessed July 31, 2020, https://www.jfbkk.or.th/call_for_project_proposals2020/?lang=en.

Ch'oe, Yong-ho., Lee, Peter H. and De Bary, Theodore, eds. *Sources of Korean Tradition Volume Two: From the Sixteenth Century to the Twentieth Century*. New York: Columbia University Press, 1997.

Cho, Junghyun. "Non-State Actor Participation in Korean Public Diplomacy: Case Study of Karandashi Project." In *Korea's Public Diplomacy*, ed. Kadir Ayhan, 125-144. Seoul: Hangang Network, 2016.

Choi, Dae Yong and Kim, Pan Suk. "Promoting a Policy Initiative for Nation Branding: The Case of South Korea." *Journal of Comparative Asian Development 13,* no. 2 (2014): 1-22.

Choi, Kwang-jin. *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status.* CPD Perspectives January 2019. California: USC Center on Public Diplomacy. https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%20of%20Korea%27s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf.

"Committee on Public Diplomacy its 1st Meeting." *Ministry of Foreign Affairs ROK.* Dated August 10, 2017. Accessed July 31, 2020. http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_5665/view.do?seq=318942&srchFr=&srchTo=&srchWord=&srchTp=&multi_itm_seq=0&itm_seq_1=0&itm_seq_2=0&company_cd=&company_nm=&page=3&titleNm=.

Cull, Nicholas J. *Public Diplomacy: Foundations for Global Engagement in the Digital Age.* Cambridge: Polity Press, 2009.

Dr. Surin@Chula: A Tribute to H.E. Dr. Surin Pitsuwan. https://www.car.chula.ac.th/upload/Dr.Surin-at-Chula-as-of-25-07-61-edited.pdf.

Engel, Benjamin A. "Fathers and Daughter's Saemaul Undong: True Replication or Mere-Glorification?" In *Korea's Soft Power and Public Diplomacy*, edited by Kadir Ayhan, 57-74. Seoul: Hangang Network, 2017.

Fackler, Martin. "Japan Goes from Dynamic to Disheartened." *The New York Times.* October 16, 2010. https://www.nytimes.com/2010/10/17/world/asia/17japan.html.

Farina, Felice. “Japan’s gastrodiplomacy as soft power: global washoku and national food security.” *Journal of Contemporary Eastern Asia 17,* no. 1 (2018): 152-167.

Gregory, Bruce. “Public Diplomacy: Sunrise of an Academic Field.” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science 616,* no. 1 (2008): 274-291.

Gurgu, Elena and Cociuban, Aristide Dumitru. “The Role of Public Diplomacy in International Relations in Full Process of Globalization.” *Annals of Spiru Haret University, Economic Series 7*, no. 2 (2016): 125-143.

Huttunen, Miia. “De-demonising Japan? Transitioning from war to peace through Japan’s cinematic post-war cultural diplomacy in UNESCO’s Orient project 1957-1959.” *International Journal of Cultural Policy 23*, no. 6 (2017): 751-764.

Iwabuchi, Koichi. “Pop-culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’.” *International Journal of Cultural Policy 21*, no. 4 (2015): 419-432.

“Japan-Republic of Korea Joint Declaration: A New Japan-Republic of Korea Partnership towards the Twenty-First Century.” *Ministry of Foreign Affairs of Japan*. Dated October 8, 1998. Accessed July 31, 2020. https://www.mofa.go.jp/region/asia-paci/korea/joint9810.html.

“JICA President Kitaoka held talks with AFD’s CEO Rioux (online meeting).” *JICA*. Dated June 26, 2020. Accessed July 31, 2020. https://www.jica.go.jp/english/news/field/2020/20200626_10_en.html.

Kawashima, Nobuko and Lee, Hye-Kyung, eds. *Asian Cultural Flows: Cultural Policies, Creative Industries, and Media Consumers.* Singapore: Springer, 2018.

Kim, Young-Hoon. “Exploring Korea through National Geographic: A Shifting Image and its Significance, from 1890 to 2013.” *Journal of Contemporary Korean Studies 1*, no. 1 (2014): 139-172.

Korea Foundation. *2021 KF Support Programs.* Seoul: Korea Foundation, 2020.

“Korea Foundation Appoints Dr. Jee Youngmee as KF Special Representative for Health Diplomacy.” *Korea Foundation.* Dated May 6, 2020. Accessed July 31, 2020. http://en.kf.or.kr/?menuno=3767&type=view&evnt_no=3232&pageIndex=4&searchevnt=0.

“Korea’s Key Diplomatic Tasks.” *Ministry of Foreign Affairs ROK.* Accessed July 31, 2020. http://www.mofa.go.kr/eng/wpge/m_5727/contents.do.

“Korea’s Response to COVID-19: Key Strategies.” *Ministry of Foreign Affairs ROK.* Accessed July 31, 2020. http://www.mofa.go.kr/eng/brd/m_22742/list.do.

Kwon, Seung-Ho and Kim, Joseph. "From censorship to active support: The Korean state and Korea's Cultural Industries." *The Economic and Labour Relations Review 24,* no. 4 (2013): 517-532.

Lee, Sook Jong. "South Korea's Middle Power Activism and the Retooling of Its Public Diplomacy." In *Understanding Public Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region*, edited by Jan Melissen and Yul Sohn, 107-129. New York: Palgrave McMillan, 2015.

Li, Cheng and McElveen, Ryan. "Mask Diplomacy: How coronavirus upended generations of China-Japan antagonism." *Brookings*. March 9, 2020. https://www.brookings.edu/blog/order-from-chaos/2020/03/09/mask-diplomacy-how-coronavirus-up-ended-generations-of-china-japan-antagonism/.

McClory, Jonathan. *Soft Power 30: A Global Ranking of Soft Power 2019.* Portland. USC Center on Public Diplomacy, 2019.

McGray, Douglas. "Japan's Gross National Cool." *Foreign Policy.* November 11, 2009. https://foreignpolicy.com/2009/11/11/japans-gross-national-cool/.

Melissen, Jan, ed. *The New Public Diplomacy: Soft Power in International Relations.* New York: Palgrave McMillan, 2005.

"Members." *GPDNet.* Accessed July 31, 2020. https://gpdnet.org/index.php/members/.

Metzgar, Emily T. *Promoting Japan: One JET at a Time.* CPD Perspectives March 2012. California: USC Center on Public Diplomacy. https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/Metzgar%2C%20Emily%20-%20Paper%203%2C%202012%20-%20Promoting%20Japan%2C%20One%20JET%20at%20a%20Time.pdf.

Metzgar, Emily. "Willing interpreters and receivers: American alumni of the Japan exchange and teaching (JET) program." *Palgrave Communications 3*, no. 17013 (2017). https://doi.org/10.1057/palcomms.2017.13.

Minami, Kazushi. "Japan." In *Modern Diplomacy in Practice*, edited by Robert Hutchings and Jeremi Suri, 99-123. Cham: Palgrave McMillan, 2020.

Mubah, A. S. "Japanese Public Diplomacy in Indonesia: The Role of Japanese Agencies in Academic Exchange Programs between Japan and Indonesia." *Global & Strategis 13,* no. 1 (2019): 37-50.

Nye, Joseph S. *The Future of Power.* New York: Public Affairs, 2011.

Nye, Joseph S. "Soft power: the origins and political progress of a concept." *Palgrave Communications 3,* no. 17008 (2017). 1-3. https://www.nature.com/articles/palcomms20178.pdf.

Ogawa, Tadashi. “Japan’s Public Diplomacy at the Crossroads.” In *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, edited by Nancy Snow and Nicholas J. Cull. 273-283. Second Edition. New York: Routledge, 2020.

Oh, Seong Hee. “Non-State Actors Case Study: Korean Quarterly, the Voice of Korean Adoptees in U.S.” In *Korea’s Soft Power and Public Diplomacy*, edited by Kadir Ayhan 209-222. Seoul: Hangang Network, 2017.

Ohnesorge, Hendrik W. *Soft Power: The Forces of Attraction in International Relations.* Cham: Springer, 2019.

“Overview.” *GPDNet.* Accessed July 31, 2020. https://gpdnet.org/index.php/about-overview/.

Park, Enna. “Korea’s Public Diplomacy.” In *Routledge Handbook of Public Diplomacy*, edited by Nancy Snow and Nicholas J. Cull. 323-330. Second Edition. New York: Routledge, 2020.

Park, Se Jung and Lim, Yon Soo. “Information networks and social media use in public diplomacy: a comparative analysis of South Korea and Japan.” *Asian Journal of Communication 24*, no. 1 (2014): 79-98.

“Recruiting Korea Allimi.” *Korea Foundation.* Accessed July 31, 2020. http://en.kf.or.kr/?menuno=3763.

Reid, T. R. “President Cast as Car Salesman.” *The Washington Post.* January 8, 1992. https://www.washingtonpost.com/archive/politics/1992/01/08/president-cast-as-car-salesman/fe362fa4-673f-4b15-a5a5-b48956f5ce19/.

Seksan, Anantasirikiat. “Branding ASEAN, Bridging People in South Korea.” USC Center on Public Diplomacy (blog). January 21, 2019. https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/branding-asean-bridging-people-south-korea.

Seksan, Anantasirikiat. “Making Friends with ASEAN Countries through Korea Foundation’s Educational Programs.” In *Korea’s Public Diplomacy,* edited by Kadir Ayhan, 197-229. Seoul: Hangang Network, 2016.

Seksan, Anantasirikiat. “Public Diplomacy Strategies for South Korea’s New Southern Policy.” USC Center on Public Diplomacy (blog). July 23, 2018. https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-strategies-south-korea’s-new-southern-policy.

Seksan, Anantasirikiat. “The ASEAN-Korea Centre: A Frontier Public Diplomacy Actor.” USC Center on Public Diplomacy (blog). November 21, 2019. https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/asean-korea-centre-frontier-public-diplomacy-actor.

Sevin, Efe. *Public Diplomacy and the Implementation of Foreign Policy in the US, Sweden, and Turkey*. Cham: Palgrave McMillan, 2017.

Sevin, Efe, Metzgar, Emily T. and Hayden, Craig. "The Scholarship of Public Diplomacy: Analysis of a Growing Field." *International Journal of Communication 13* (2019): 4814-4837.

Shim, Hyun-tai. "Seoul unveils roadmap to make "K-quarantine" global standard." *Korea Biomedical Review*. June 11, 2020. http://www.koreabiomed.com/news/articleView.html?idxno=8479.

Snyder, Scott. *South Korea at the Crossroads: Autonomy and Alliance in an Era of Rival* Powers. New York: Columbia University Press, 2018.

Soeya, Yoshihide. "The Evolution of Japan's Public Diplomacy: Haunted by Its Past History." In *Understanding Public Diplomacy in East Asia: Middle Powers in a Troubled Region,* edited by Jan Melissen and Yul Sohn, 79-105. New York: Palgrave McMillan, 2015.

"South-North Joint Declaration, Pyongyang, June 15, 2000." *National Committee on North Korea.* Accessed July 31, 2020. https://www.ncnk.org/sites/default/files/content/resources/publications/South-North_Joint_Dec_2000.pdf.

Tamaki, Taku. "Repackaging national identity: Cool Japan and the resilience of Japanese identity narratives." *Asian Journal of Political Science 27*, no. 1 (2019): 108-126.

Tsutsui, William M. and Ito, Michiko, eds. *In Godzilla's footsteps: Japanese pop culture icons on the global stage*. New York & Hampshire: Palgrave McMillan, 2006.

"What's JH." *JAPAN HOUSE*. Accessed July 31, 2020. https://www.japanhouse.jp/en/what/.

"What is the JENESYS Programme?." *JENESYS.* Accessed July 31, 2020. http://sv2.jice.org/jenesys/e/about-jenesys/about-program/.

Yoon, Tae-Jin and Jin, Dal Yong, eds. *The Korean Wave: Evolution, Fandom, and Transnationality.* London: Lexington Books, 2017.

Zatepilina, Olga. "Non-state ambassadors: NGO's contribution to America's Public Diplomacy." *Place Branding and Public Diplomacy* 5, no. 2 (2008): 156-168.

ภาคผนวก

รัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Law/공공외교법)
(บังคับใช้ ณ วันที่ 4 สิงหาคม ค.ศ. 2016)
(รัฐบัญญัตินี้ได้รับความเห็นชอบจากรัฐสภา ลำดับที่ 13951
วันที่ 2 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2016)

กระทรวงการต่างประเทศ (กองกิจการการทูตสาธารณะ)
โทรศัพท์ 02-2100-7683

มาตรา 1 (วัตถุประสงค์)

รัฐบัญญัติฉบับนี้ตราขึ้นเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์และเกียรติภูมิของประเทศในประชาคมระหว่างประเทศ โดยการวางรากฐานการสร้างความเข้มแข็งให้แก่การทูตสาธารณะ ด้วยการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานในส่วนที่รัฐบัญญัตินี้จำเป็นต้องเกี่ยวข้อง

มาตรา 2 (คำนิยาม)

การทูตสาธารณะตามรัฐบัญญัตินี้หมายถึง กิจกรรมทางการทูตที่รัฐดำเนินการเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นที่มีต่อสาธารณรัฐเกาหลีโดยตรงหรือร่วมมือกับส่วนบริหารท้องถิ่นหรือภาคเอกชนผ่านกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม ความรู้ นโยบาย และอื่น ๆ

มาตรา 3 (หลักการพื้นฐานของการทูตสาธารณะ)

(1) การดำเนินการทูตสาธารณะพึงแสดงความสอดประสานกลมกลืนระหว่างคุณค่าสากลของมนุษยชาติกับลักษณะเฉพาะที่สั่งสมมาของสาธารณรัฐเกาหลี

(2) นโยบายการทูตสาธารณะควรส่งเสริมการสร้างความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนและเป็นมิตรเพื่อความสัมพันธ์อย่างมีสันถวไมตรีร่วมกับประชาคมระหว่างประเทศ

(3) ไม่พึงดำเนินการทูตสาธารณะโดยอิงกับประเทศใดประเทศหนึ่งหรือภูมิภาคภูมิภาคหนึ่งจนเสียสมดุล

มาตรา 4 (ความรับผิดชอบของรัฐ)

(1) รัฐพึงกำหนดและดำเนินยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะที่ครอบคลุมและเป็นระบบเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่การทูตสาธารณะและพัฒนาประสิทธิภาพของการดำเนินงาน

(2) รัฐพึงจัดทำแผนสนับสนุนในด้านงบประมาณและการบริหารเพื่อกำหนดและดำเนินยุทธศาสตร์และนโยบายตาม (1)

(3) รัฐพึงดำเนินการเท่าที่จำเป็นเพื่อให้การดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อาทิ การสร้างแพลตฟอร์มความร่วมมือระหว่างส่วนบริหารท้องถิ่นกับภาคเอกชน

(4) รัฐพึงดำเนินการเท่าที่จำเป็นเพื่อสร้างฉันทามติในสังคมเกี่ยวกับความสำคัญของการทูตสาธารณะและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทูตสาธารณะ อาทิ การศึกษา การประชาสัมพันธ์

มาตรา 5 (ความเกี่ยวข้องกับรัฐบัญญัติอื่น)

(1) รัฐพึงดำเนินการทูตสาธารณะตามบทบัญญัติในรัฐบัญญัติฉบับนี้ เว้นแต่มีการระบุไว้เป็นอย่างอื่นแล้วในรัฐบัญญัติฉบับอื่น

(2) บทบัญญัติใด ๆ ที่บังคับใช้หรือแก้ไขมาก่อนหน้า ให้เป็นไปตามบทบัญญัติในรัฐบัญญัติฉบับนี้

มาตรา 6 (การจัดทำแผนแม่บทการทูตสาธารณะ)

(1) กระทรวงการต่างประเทศมีหน้าที่จัดทำแผนแม่บทการทูตสาธารณะ (หรือ “แผนแม่บท”) ทุก ๆ 5 ปี โดยการปรึกษาหารือกับหัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรีเทศบาลนครปกครองพิเศษ นายกเทศมนตรีเทศบาลนคร นายกเทศมนตรีเทศบาลนครที่ปกครองตนเอง ผู้ว่าราชการจังหวัด และผู้ว่าราชการจังหวัดที่ปกครองตนเองพิเศษ (หรือ “นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัด”)

(2) รายละเอียดของแผนแม่บทแต่ละฉบับ ประกอบด้วย

1. ทิศทางการดำเนินนโยบายและวัตถุประสงค์ของการดำเนินกิจกรรมการทูตสาธารณะ

2. ประเด็นเกี่ยวข้องกับการกำหนดและการประสานงานนโยบายการทูตสาธารณะหลัก

3. ประเด็นเกี่ยวข้องกับการหาและจัดสรรรายได้ในการดำเนินการทูตสาธารณะ

4. ประเด็นเกี่ยวข้องกับการวางรากฐาน การพัฒนาระบบ และการประเมินการดำเนินการทูตสาธารณะ

5. แผนสนับสนุนรัฐบาลท้องถิ่นในการดำเนินการทูตสาธารณะ

6. แผนสนับสนุนภาคเอกชนในการดำเนินการทูตสาธารณะ

7. ประเด็นอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการทูตสาธารณะ

(3) คณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติตามมาตรา 8 จะปรึกษาหารือกันเพื่อเห็นชอบแผนแม่บท ทั้งนี้ กระทรวงการต่างประเทศต้องแจ้งให้หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัดรับทราบ เมื่อแผนได้รับความเห็นชอบ

มาตรา 7 (การจัดทำแผนปฏิบัติการการทูตสาธารณะ)

(1) หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัดมีหน้าที่จัดทำและนำแผนปฏิบัติการย่อยรายปี (หรือ “แผนปฏิบัติการย่อย”) ไปปฏิบัติ โดยเชื่อมโยงกับแผนแม่บท และนำส่งแผนปฏิบัติการพร้อมการประเมินผลการดำเนินการของแต่ละนคร/จังหวัดมายังกระทรวงการต่างประเทศ

(2) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศมีหน้าที่จัดทำและนำแผนปฏิบัติการรวมรายปี (หรือ “แผนปฏิบัติการรวม”) ไปปฏิบัติ แผนดังกล่าวเป็นการบูรณาการระหว่างแผนปฏิบัติการย่อยตาม (1) กับแผนปฏิบัติการย่อยของกระทรวงการต่างประเทศ

(3) หัวหน้าคณะผู้แทนทางการทูตของสาธารณรัฐเกาหลีที่ประจำการในต่างประเทศมีหน้าที่จัดทำและนำแผนกิจกรรมการทูตสาธารณะรายปีไปปฏิบัติ กิจกรรมดังกล่าวหมายรวมถึงกิจกรรมที่ดำเนินการโดยคณะผู้แทนทางการทูตและส่วนรัฐการอื่น ๆ ภายใต้รัฐบัญญัติการบริหารส่วนรัฐการแผ่นดิน (หรือ “ส่วนรัฐการ”) ตามขอบเขตที่รัฐบัญญัติดังกล่าวกำหนด โดยสอดคล้องกับแผนแม่บท

(4) ในการจัดทำและนำแผนต่าง ๆ ตาม (1) – (3) ไปปฏิบัติ ผู้ปฏิบัติพึงหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่คล้ายคลึงและซ้ำซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ส่วนรัฐการที่เกี่ยวข้องพึงร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดเพื่อให้แผนดังกล่าวจัดทำและดำเนินการสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของแต่ละภูมิภาคในโลกและแต่ละประเทศ

(5) กระทรวงการต่างประเทศพึงแจ้งรายละเอียดและผลการจัดทำแผนปฏิบัติการรวมและขอบเขตการดำเนินกิจกรรมที่คณะผู้แทนทางการทูตมีอำนาจหน้าที่ดำเนินการตาม (3) ให้หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัดรับทราบ

(6) ประเด็นอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับการจัดทำและนำแผนปฏิบัติการย่อยต่าง ๆ และแผนปฏิบัติการรวมไปปฏิบัติตามที่ระบุไว้ในกฤษฎีกา

มาตรา 8 (คณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติ)

(1) คณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติ (หรือ “คณะกรรมการ”) จัดตั้งขึ้นตามขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อปรึกษาหารือและประสานงานในประเด็นสำคัญ อันจะนำไปสู่การดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะที่เป็นระบบและครอบคลุม

(2) คณะกรรมการมีหน้าที่ปรึกษาหารือและประสานงานในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ประเด็นเกี่ยวข้องกับการจัดทำ การเปลี่ยนแปลงแก้ไข และการบังคับใช้แผนแม่บท

2. ประเด็นเกี่ยวข้องการจัดทำและการประเมินแผนปฏิบัติการรวม

3. ประเด็นเกี่ยวข้องการร่วมมือและการประสานงานระหว่างส่วนรัฐการระดับกระทรวงในกิจการการทูตสาธารณะ

4. ประเด็นเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของประชาชน การสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชน ในประเด็นการทูตสาธารณะ

5. ประเด็นอื่น ๆ เกี่ยวข้องกับการทูตสาธารณะที่ประธานคณะกรรมการเสนอให้พิจารณา

(3) คณะกรรมการประกอบด้วยกรรมการจำนวนไม่เกิน 20 คน ได้แก่ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งเป็นประธานคณะกรรมการโดยตำแหน่ง ประธานมีอำนาจในการแต่งตั้งและเสนอชื่อกรรมการจากข้าราชการระดับปลัดกระทรวงหรือเทียบเท่าจากส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง และบุคคลมีผู้มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในการดำเนินการทูตสาธารณะ ตามที่ระบุไว้ในกฤษฎีกา

(4) ประเด็นอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับการกำหนดสัดส่วนและการดำเนินการให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในกฤษฎีกา

มาตรา 9 (การสนับสนุนรัฐบาลท้องถิ่นและภาคเอกชน)

(1) รัฐบาลกลางพึงสนับสนุนรัฐบาลท้องถิ่นตามความจำเป็น เมื่อรัฐบาลท้องถิ่นร้องขอความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมการทูตสาธารณะ

(2) หากจำเป็นต้องสนับสนุนการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการดำเนินการทูตสาธารณะ รัฐพึงให้เงินอุดหนุนเต็มจำนวนหรือบางส่วนในกรอบงบประมาณที่จำกัดหรืออำนวยความสะดวกในการจัดการเท่าที่จำเป็น

(3) ประเด็นที่จำเป็นสำหรับการสนับสนุนตาม (1) และ (2) ให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในกฤษฎีกา

มาตรา 10 (การสำรวจข้อมูล)

(1) กระทรวงการต่างประเทศพึงดำเนินการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสถานะของการทูตสาธารณะเพื่อจัดทำและนำนโยบายการทูตสาธารณะไปปฏิบัติ

(2) ประเด็นที่จำเป็นเกี่ยวข้องกับหัวข้อและวิธีการสำรวจข้อมูลตาม (1) ให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในกฤษฎีกา

มาตรา 11 (การจัดตั้งและดำเนินการระบบข้อมูลการทูตสาธารณะในภาพรวม)

(1) กระทรวงการต่างประเทศพึงจัดตั้งและดำเนินการระบบข้อมูลการทูตสาธารณะในภาพรวม เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ สามารถให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้

(2) ในการจัดตั้งและดำเนินการระบบข้อมูลการทูตสาธารณะในภาพรวม กระทรวงการต่างประเทศอาจร้องขอให้หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัดนำส่งข้อมูลที่จำเป็น ในการนี้ หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้องและอื่น ๆ ต้องดำเนินการโดยไม่ชักช้า เว้นแต่มีเหตุจำเป็นอย่างอื่น

มาตรา 12 (การกำหนดให้หน่วยงานเป็นองค์กรการทูตสาธารณะ)

(1) กระทรวงการต่างประเทศอาจกำหนดให้หน่วยงานเป็นองค์กรการทูตสาธารณะ (หรือ “องค์กรการทูตสาธารณะ”) เพื่อดำเนินกิจกรรมที่จำเป็นต่อการส่งเสริมการทูตสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) องค์กรการทูตสาธารณะต้องดำเนินกิจกรรมดังนี้

1. สนับสนุนการจัดทำแผนปฏิบัติการรวมและแผนปฏิบัติการย่อย

2. สร้างพื้นที่สำหรับความร่วมมือภายในสถาบัน หน่วยงาน และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินการทูตสาธารณะภายในประเทศและในต่างประเทศ

3. จัดตั้งและดำเนินการระบบข้อมูลการทูตสาธารณะในภาพรวม

4. จัดทำโครงการ เช่น โครงการเกี่ยวข้องกับการศึกษา การปรึกษาหารือ การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนกิจกรรมการทูตสาธารณะ

5. จัดอบรมบุคลากรเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์ในด้านการทูตสาธารณะ

6. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับสถานะของการทูตสาธารณะและจัดทำข้อมูลเชิงสถิติ

7. กิจกรรมอื่น ๆ ที่จำเป็นในการบรรลวัตถุประสงค์ด้านการทูตสาธารณะขององค์กรเหล่านั้น

(3) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศอาจสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงานขององค์กรการทูตสาธารณะ

(4) ประเด็นที่จำเป็นเกี่ยวข้องกับการกำหนดและการดำเนินการขององค์กรการทูตสาธารณะให้เป็นไปตามที่ระบุไว้ในกฤษฎีกา

มาตรา 13 (การรายงานต่อรัฐสภา)

รัฐบาลพึงจัดเตรียมรายงานเกี่ยวกับสถานะปัจจุบัน และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการนำแผนแม่บทและแผนปฏิบัติการรวม พร้อมนำส่งรายงานไปยังรัฐสภาก่อนการเปิดประชุมสมัยสามัญประจำปี

บทเสริม (รัฐบัญญัตินี้ได้รับความเห็นชอบจากรัฐสภา ลำดับที่ 13951 ณ วันที่ 2 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2016)
รัฐบัญญัตินี้มีผลบังคับใช้ในอีก 6 เดือนหลังได้รับความเห็นชอบจากรัฐสภา

ที่มาของข้อมูล

- ศูนย์ข้อมูลกฎหมายแห่งชาติ (คุกกาพ็อบรย็องช็องโบเซ็นทอ). “คงกงเวกโยบ็อบ (รัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ).” http://www.law.go.kr/법령/공공외교법. (สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม 2563).

• Choi, Kwang-jin. *The Republic of Korea's Public Diplomacy Strategy: History and Current Status.* CPD Perspectives January 2019. California: USC Center on Public Diplomacy. https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%20of%20Korea%27s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf.

กฤษฎีกาบังคับใช้รัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ
(Enforcement Decree of the Public Diplomacy Law/공공외교법 시행령)
(บังคับใช้ ณ วันที่ 26 กรกฎาคม ค.ศ. 2017)
(ตามคำสั่งประธานาธิบดี ลำดับที่ 28211 วันที่ 26 กรกฎาคม ค.ศ. 2017 แก้ไขเพิ่มเติม)

กระทรวงการต่างประเทศ (กองกิจการการทูตสาธารณะ)
โทรศัพท์ 02-2100-7683

มาตรา 1 (วัตถุประสงค์)

กฤษฎีกาฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรองรับการดำเนินการตามบทบัญญัติของรัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ และประเด็นอื่น ๆ ที่จำเป็นตามที่ระบุไว้ข้างต้น

มาตรา 2 (การจัดทำแผนแม่บทการทูตสาธารณะ)

(1) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศต้องจัดเตรียมแนวปฏิบัติเพื่อจัดทำแผนแม่บทการทูตสาธารณะ (หรือ "แผนแม่บท") ตามมาตรา 7 (1) ของรัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ (หรือ "รัฐบัญญัติ") และเพื่อนำส่งรายงานผลการดำเนินการตามแผนดังกล่าว พร้อมแจ้งให้หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรีเทศบาลนครปกครองพิเศษ นายกเทศมนตรีเทศบาลนคร นายกเทศมนตรีเทศบาลนครที่ปกครองตนเอง ผู้ว่าราชการจังหวัด และผู้ว่าราชการจังหวัดที่ปกครองตนเองพิเศษ (หรือ "นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัด") รับทราบแนวปฏิบัติดังกล่าว ภายในวันที่ 30 กันยายนของทุกปี

(2) หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัดต้องจัดทำแผนและรายงานผลการดำเนินการตามที่ระบุไว้ใน (1) และนำส่งให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศภายในวันที่ 30 พฤศจิกายนของทุกปี เอกสารที่ต้องนำส่งประกอบด้วย

1. แผนปฏิบัติการย่อยของปีถัดไป

2. ผลการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการย่อยของปีปัจจุบัน

(3) รายละเอียดของแผนปฏิบัติการย่อยประกอบด้วย

1. ผลลัพธ์ของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการย่อยของปีปัจจุบัน

2. ทิศทางการดำเนินการทูตสาธารณะของปีถัดไป

3. แผนซึ่งระบุรายละเอียดของการดำเนินการทูตสาธารณะในแต่ละภูมิภาคและแต่ละประเด็นของปีถัดไป

4. ประเด็นอื่น ๆ ที่หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัดเห็นว่าจำเป็นต่อการดำเนินการทูตสาธารณะ

(4) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศพึงจัดทำแผนปฏิบัติการรวม (หรือ “แผนปฏิบัติการรวม”) ซึ่งบูรณาการแผนปฏิบัติการตามมาตรา 7 (1) ของรัฐบัญญัติและแผนปฏิบัติการย่อยจัดทำโดยกระทรวงการต่างประเทศ ภายในวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี ตาม (2)

(5) รายละเอียดของแผนปฏิบัติการรวมประกอบด้วย

1. ผลลัพธ์ของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการย่อยของปีปัจจุบัน

2. ความคาดหวังและทิศทางการดำเนินการทูตสาธารณะของปีถัดไป

3. แผนซึ่งระบุรายละเอียดของการดำเนินการทูตสาธารณะในแต่ละภูมิภาคและแต่ละประเด็นของปีถัดไป

4. ประเด็นอื่น ๆ ที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเห็นว่าจำเป็นต่อการดำเนินการทูตสาธารณะ

(6) หัวหน้าคณะผู้แทนทางการทูตของสาธารณรัฐเกาหลีที่ประจำการในต่างประเทศพึงเตรียมแผนและผลการดำเนินการที่สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการรวมและนำส่งให้กระทรวงการต่างประเทศภายในวันที่ 31 มกราคมของทุกปี เอกสารที่ต้องนำส่งประกอบด้วย

1. แผนปฏิบัติการย่อย (หรือ “แผนปฏิบัติการย่อย”) ตามมาตรา 7 (3) ของรัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ

2. ผลลัพธ์ของการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการย่อยของปีก่อนหน้า

มาตรา 3 (การร้องขอให้นำส่งข้อมูลเพื่อจัดทำแผนแม่บท)

ในการจัดทำแผนแม่บทการทูตสาธารณะตามมาตรา 6 (1) ของรัฐบัญญัติและแผนปฏิบัติการรวม กระทรวงการต่างประเทศอาจร้องขอให้หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัดนำส่งข้อมูลที่จำเป็น ในการนี้ หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้องและอื่น ๆ ต้องดำเนินการโดยไม่ชักช้า เว้นแต่มีเหตุจำเป็นอย่างอื่น

มาตรา 4 (องค์ประกอบของคณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติ)

(1) คณะกรรมการการทูตสาธารณะแห่งชาติ (หรือ “คณะกรรมการ”) ตามมาตรา 8 (1) ของรัฐบัญญัติประกอบด้วยประธานและกรรมการดังนี้

1. ปลัดกระทรวงยุทธศาสตร์และการเงิน ปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการวางแผนอนาคต ปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ปลัดกระทรวงรวมชาติ ปลัดกระทรวงความปลอดภัยและกิจการสาธารณะ ปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กีฬาและการท่องเที่ยว ปลัดกระทรวงการเกษตร อาหาร และกิจการชนบท และผู้อำนวยการสำนักงานประสานนโยบายของรัฐบาล หากกระทรวงใดมีปลัดกระทรวงมากกว่าหนึ่งคน ให้มอบหมายปลัดกระทรวงที่กำกับดูแลส่วนรัฐการที่เกี่ยวข้อง

2. กรรมการจำนวน 5 คนที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศแต่งตั้งโดยการเสนอชื่อจากหัวหน้าส่วนรัฐการหรือส่วนบริหารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือจากส่วนรัฐการหรือส่วนบริหารที่เป็นกรรมการโดยตำแหน่งตาม 1.

3. กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คนที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศมอบหมายดังนี้

(1) ผู้มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการเรียนการสอนและการดำเนินการทูตสาธารณะอย่างน้อย 10 ปี ในมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัย

(2) ผู้มีความรู้และประสบการณ์อย่างกว้างขวางลึกซึ้งเกี่ยวกับการทูตสาธารณะ

กรรมการตามที่ระบุไว้ใน (1) 3. มีวาระการดำรงตำแหน่งคราวละ 2 ปี อาจได้รับการเสนอชื่อหรือแต่งตั้งซ้ำอีกได้ไม่เกิน 1 วาระ

มาตรา 5 (การพ้นสถานะกรรมการ)

การพ้นสถานะของกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้งตามมาตรา 8 (3) ของรัฐบัญญัติ ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเป็นผู้พิจารณาหากเป็นไปตามเงื่อนไขดังนี้

(1) เมื่อกรรมการไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้เนื่องจากปัญหาสุขภาพจิต

(2) เมื่อกรรมการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการประพฤติมิชอบในหน้าที่

(3) เมื่อกรรมการได้รับการพิจารณาว่าไม่เหมาะสม เนื่องจากไม่ปฏิบัติหน้าที่ หรือกระทำการใด ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อเกียรติและศักดิ์ศรีของกรรมการ

(4) เมื่อกรรมการไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ด้วยเหตุผลส่วนตัว

มาตรา 6 (การดำเนินการของคณะกรรมการ)

(1) ประธานกรรมการมีหน้าที่กำกับดูแลการทำงานและมีอำนาจดำเนินการในฐานะผู้แทนของคณะกรรมการ

(2) เมื่อประธานไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ ให้กรรมการหนึ่งคนซึ่งประธานได้มอบหมายไว้ ปฏิบัติหน้าที่ประธานไปพลางก่อน

(3) เมื่อประธานจะเรียกประชุมคณะกรรมการ จะต้องแจ้งเวลา สถานที่ และหัวข้อการประชุมเป็นลายลักษณ์อักษรให้กรรมการทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วันก่อนกำหนดการประชุม หากเป็นกรณีเร่งด่วนหรือมีเหตุผลอื่นที่ไม่สามารถควบคุมได้ ประธานอาจแจ้งนัดหมายประชุม 1 วันก่อนกำหนดการประชุมก็ได้

(4) การนับองค์ประชุมให้นับเสียงข้างมากของกรรมการตามจำนวนที่ระบุไว้ในมาตรา 4 (1) การลงมติใด ๆ ต้องใช้เสียงข้างมากด้วยเช่นกัน

(5) ในกรณีที่คณะกรรมการต้องการปรึกษาหารือและดำเนินการเพิ่มเติม อาจเชิญบุคคลภายนอกหรือผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการประชุม หรือให้ส่งความเห็นเป็นลายลักษณ์อักษรมาก็ได้

(6) การประชุมคณะกรรมการอาจกระทำโดยการสื่อสารทางไกล ให้กรรมการที่อยู่ในแต่ละที่สามารถสื่อสารผ่านระบบที่ถ่ายทอดทั้งภาพและเสียงได้พร้อมกัน ในการนี้ กรรมการที่เกี่ยวข้องพึงเข้าร่วมการประชุมในห้องประชุม

มาตรา 7 (คณะทำงาน)

(1) อาจมีการตั้งคณะทำงานเพื่อปรึกษาหารือและประสานงานในประเด็นที่คณะกรรมการอภิปราย หรือปรึกษาหารือในกรณีที่ประธานคณะกรรมการมอบหมาย

(2) ให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศมอบหมายเจ้าหน้าที่รัฐในกำกับดูแลจำนวนหนึ่งคนปฏิบัติหน้าที่เลขานุการบริหารของคณะกรรมการ

มาตรา 8 (หลักการปฏิบัติงาน)

หากมีประเด็นการปฏิบัติงานสำคัญอื่น ๆ นอกเหนือจากประเด็นที่ระบุไว้ในมาตรา 6 และ 7 ให้ประธานคณะกรรมการเป็นผู้มีอำนาจชี้ขาดโดยเป็นไปตามข้อมติของที่ประชุม

มาตรา 9 (การสนับสนุนรัฐบาลท้องถิ่นและภาคเอกชน)

กระทรวงการต่างประเทศอาจสนับสนุนรัฐบาลท้องถิ่นและภาคเอกชนตามที่ระบุไว้ในมาตรา 9 (1) (2) ของรัฐบัญญัติ ตามแนวทางดังนี้

(1) สนับสนุนการสร้างพื้นที่ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลต่างประเทศ สถาบันเอกชนและองค์การระหว่างประเทศ

(2) สนับสนุนการสร้างความร่วมมือและการประสานงานกับคณะผู้แทนทางการทูตต่างประเทศที่มีที่ตั้งในสาธารณรัฐเกาหลี

(3) สนับสนุนข้อมูลและอำนวยความสะดวกในการดำเนินการทูตสาธารณะกับประเทศต่าง ๆ

(4) ประเด็นอื่น ๆ ที่กระทรวงการต่างประเทศเห็นว่า มีส่วนสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้การดำเนินการทูตสาธารณะของประเทศ

มาตรา 10 (หัวข้อและวิธีการสำรวจข้อมูล)

(1) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศพึงสนับสนุนการสำรวจข้อมูล (หรือ “การสำรวจข้อมูล”) เกี่ยวกับสถานะของการทูตสาธารณะที่ดำเนินการโดยหน่วยงานหรือองค์กรทั้งภายในและภายนอกประเทศตามมาตรา 10 (1) ของรัฐบัญญัติ

(2) การสำรวจข้อมูลให้ดำเนินการดังนี้

1. การสำรวจข้อมูลตามปกติ: การสำรวจที่ดำเนินการเป็นปกติทุก ๆ 2 ปี เพื่อระบุสถานะของการทูตสาธารณะ

2. การสำรวจข้อมูลตามวาระ: การสำรวจตามที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเห็นว่าจำเป็นต่อการรับทราบสถานะของการทูตสาธารณะ หรือส่งเสริมการจัดทำและนำนโยบายการทูตสาธารณะไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

(3) ในการสำรวจข้อมูล รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศต้องแจ้งเวลา สถานที่ วัตถุประสงค์ และวิธีการให้ผู้รับผิดชอบดำเนินการทราบไม่น้อยกว่า 30 วันก่อนการสำรวจ

(4) เมื่อกระทรวงการต่างประเทศมอบหมายให้ผู้รับผิดชอบดำเนินการตาม (3) ไปสำรวจข้อมูล ผู้ดำเนินการพึงปรึกษาหารือกับสถาบันหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องเสียก่อน

(5) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศพึงแจ้งให้หัวหน้าส่วนบริหารของรัฐบาลกลางที่เกี่ยวข้อง นายกเทศมนตรี/ผู้ว่าราชการจังหวัดรับทราบผลของการสำรวจข้อมูล เพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการทูตสาธารณะได้

มาตรา 11 (การกำหนดองค์กรการทูตสาธารณะ)

(1) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศอาจกำหนดองค์กรการทูตสาธารณะตามที่ระบุไว้ในมาตรา 12 (1) ของรัฐบัญญัติได้โดยพิจารณาจากสถาบันหรือองค์กรดังต่อไปนี้

1. มูลนิธิเกาหลี (KF) ตามรัฐบัญญัติจัดตั้งมูลนิธิเกาหลี

2. สถาบันหรือองค์กรที่กระทรวงการต่างประเทศเห็นว่า มีทรัพยากรบุคคล การจัดองค์กร และเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมตามที่ระบุไว้ในมาตรา 12 (2) ของรัฐบัญญัติ

(2) สถาบันหรือองค์กรที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นองค์กรที่ดำเนินการทูตสาธารณะตามที่ระบุไว้ในมาตรา 12 (1) ของรัฐบัญญัติ ต้องส่งเอกสารการสมัครให้กระทรวงการต่างประเทศพิจารณาคุณสมบัติ พร้อมเอกสารเพิ่มเติมดังนี้

1. หนังสือสำคัญการจดทะเบียนและก่อตั้งบริษัท (หากเป็นบริษัทเอกชน)

2. แผนการดำเนินธุรกิจหรือกิจการ

3. สถานะปัจจุบันของทรัพยากรบุคคล โครงสร้างการจัดองค์กร และเครื่องมืออำนวยความสะดวกในการจัดกิจกรรมตามที่ระบุไว้ในมาตรา 12 (2) ของรัฐบัญญัติ

(3) เมื่อได้รับเอกสารการสมัครตาม (2) แล้ว กระทรวงการต่างประเทศจะดำเนินการตรวจสอบเอกสาร เช่น หนังสือสำคัญการจดทะเบียนและก่อตั้งบริษัท (หากผู้สมัครเป็นบริษัทเอกชน) ผ่านระบบข้อมูลภาครัฐร่วมตามมาตรา 36 (1) ของรัฐบัญญัติรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์

(4) หน่วยงานที่ได้รับการรับรองให้เป็นองค์กรการทูตสาธารณะตามมาตรา 12 (1) ของรัฐบัญญัติบนเว็บไซต์ของกระทรวงการต่างประเทศ

(5) ผู้มีอำนาจสูงสุดขององค์กรการทูตสาธารณะต้องส่งเอกสารเพิ่มเติมมายังกระทรวงการต่างประเทศภายในวันที่ 31 ธันวาคมของทุกปี เอกสารดังกล่าวมีดังนี้

1. แผนปฏิบัติการการทูตสาธารณะในปีถัดไปตามมาตรา 12 (2) ของรัฐบัญญัติ

2. แผนการใช้จ่ายงบประมาณในปีถัดไปตามมาตรา 12 (3) ของรัฐบัญญัติ

(6) นอกเหนือจากประเด็นที่ระบุไว้ใน (1) – (5) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศมีอำนาจชี้ขาดและประกาศประเด็นที่จำเป็นต่อการกำหนดและการดำเนินการขององค์กรการทูตสาธารณะ

บทเสริม (ตามคำสั่งประธานาธิบดี 28211
วันที่ 26 กรกฎาคม ค.ศ. 2017 แก้ไขเพิ่มเติม)
รัฐบัญญัตินี้มีผลบังคับใช้ทันทีหลังประกาศ

ที่มาของข้อมูล

- ศูนย์ข้อมูลกฎหมายแห่งชาติ (คุกกาพ็อบรย็องซ็องโบเซ็นทอ). “คงกงเวกโยบ็อบ ชีแฮ็งรย็อง (กฤษฎีกาบังคับใช้รัฐบัญญัติการทูตสาธารณะ).” http://www.law.go.kr/법령/공공외교법시행령. (สืบค้นวันที่ 31 กรกฎาคม 2563).
- Choi, Kwang-jin. *The Republic of Korea’s Public Diplomacy Strategy: History and Current Status.* CPD Perspectives January 2019. California: USC Center on Public Diplomacy. https://www.uscpublicdiplomacy.org/sites/uscpublicdiplomacy.org/files/The%20Republic%20of%20Korea%27s%20Public%20Diplomacy%20Strategy%20Web%20Ready_2.3.19.pdf.

ประวัติผู้เขียน

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ สำเร็จการศึกษารัฐศาสตรบัณฑิต (เกียรตินิยม) สาขาวิชาการปกครอง จากคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใน พ.ศ. 2555 และมหาบัณฑิต (เกียรตินิยม) สาขาความร่วมมือระหว่างประเทศศึกษา จากบัณฑิตวิทยาลัยการระหว่างประเทศศึกษา มหาวิทยาลัยแห่งชาติโซล สาธารณรัฐเกาหลีใน พ.ศ. 2562 ระหว่างรอศึกษาต่อระดับปริญญาโท เสกสรรปฏิบัติงานเป็นเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิชาการศูนย์อาเซียนศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยใน พ.ศ. 2555-2559

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ มีความสนใจด้านการทูตสาธารณะ การเมืองและนโยบายต่างประเทศของเกาหลีใต้ และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกและอาเซียน โดยมีผลงานเกี่ยวกับการดำเนินการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้และไทยเผยแพร่ทางเว็บบล็อกของศูนย์การทูตสาธารณะ มหาวิทยาลัยเซาเทิร์นแคลิฟอร์เนีย (USC Center on Public Diplomacy) The Geopolitics มติชนออนไลน์ และ The Momentum นอกจากนี้ บทความเรื่องการทูตสาธารณะของเกาหลีใต้ยังเคยได้รับรางวัลที่ 3 ในการประชุมวิชาการการทูตสาธารณะนานาชาติ จัดโดยกระทรวงการต่างประเทศของเกาหลีใต้ถึง 2 ปีต่อเนื่องในค.ศ. 2016-2017 และยังเคยได้รับทุนศึกษาวิจัยในฐานะ ASEAN Fellow for Korean Studies ของมูลนิธิเกาหลีหรือ Korea Foundation อีกด้วย

ปัจจุบัน เสกสรร อานันทศิริเกียรติ เป็นนักวิจัย ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ (ISC) และผู้อำนวยการฝ่ายประชาสัมพันธ์ สมาคมไทยคดีศึกษาแห่งสาธารณรัฐเกาหลี (KATS)

ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ (International Studies Center –ISC) จัดตั้งขึ้นเมื่อเดือนเมษายน 2530 โดยพลอากาศเอก สิทธิ เศวตศิลา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศในขณะนั้นเพื่อดำ เนินกิจกรรมด้านวิชาการต่างๆ เช่น การบรรยายและสัมมนา การระดมสมองระหว่างข้าราชการกระทรวงการต่างประเทศและหน่วยราชการต่าง ๆ กับนักวิชาการภาคเอกชน สื่อมวลชนและผู้แทนภาคประชาสังคม รวมทั้งสร้างเครือข่ายความร่วมมือสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันวิชาการทั้งในประเทศและในต่างประเทศ อย่างไรก็ดี ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศได้ยุติการปฏิบัติงานไประยะหนึ่งและงานบางส่วนได้ถูกมอบให้หน่วยงานอื่นภายใต้กระทรวงการต่างประเทศดำเนินการแทน

โดยที่ในปัจจุบัน สถานการณ์โลกและภูมิภาคได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ กระทรวงการต่างประเทศจึงรื้อฟื้นศูนย์ศึกษาการต่างประเทศขึ้นใหม่เมื่อเดือนสิงหาคม 2562 เพื่อส่งเสริมการศึกษาและวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและนโยบายด้านการต่างประเทศในมิติต่าง ๆ อาทิ การเมืองระหว่างประเทศ เศรษฐกิจระหว่างประเทศ กฎหมายระหว่างประเทศ และองค์การระหว่างประเทศและองค์การระดับภูมิภาค รวมทั้งเผยแพร่ความรู้ด้านการทูตและการต่างประเทศ ตลอดจนทำหน้าที่เชื่อมต่อกับ “ชุมชนด้านการต่างประเทศ” ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ จัดพิมพ์เอกสารในชุด study paper เพื่อส่งเสริมให้เกิดการคิดวิเคราะห์และอภิปรายทางวิชาการในประเด็นเกี่ยวกับการทูตและการต่างประเทศ รวมทั้งเพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการพิจารณานโยบายการต่างประเทศของไทย

เอกสารในชุด study paper ของศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ

ไทยกับสาธารณรัฐประชาชนจีน : การเมืองที่ผันผวนและความยุ่งยาก ในช่วงต้นของความสัมพันธ์ทางการทูต (ค.ศ. 1975 - 1978)

สิทธิพล เครือรัฐติกาล

ISBN 978-616-341-090-0

ยุทธศาสตร์การทูตสาธารณะของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้: บทเรียนและข้อเสนอแนะต่อไทย

เสกสรร อานันทศิริเกียรติ

ISBN 978-616-341-078-8

กฎหมายระหว่างประเทศกับการใช้แม่น้ำโขง

ศิรวดี งามวิเศษชัยกุล

ISBN 978-616-341-079-5

การทูตสิ่งแวดล้อม

ศุภมิตร ปิติพัฒน์

ISBN 978-616-341-091-7

กว่าจะมาเป็นประชาคมอาเซียน

ฐากูร พานิช

ISBN 978-616-341-104-4

อาเซียนในมุมมองของไต้หวัน

สิทธิพล เครือรัฐติกาล

ISBN 978-616-341-105-1

ผู้สนใจสามารถขอรับได้ที่ศูนย์ศึกษาการต่างประเทศ อีเมล์ isc@mfa.mail.go.th
หรือสืบค้นได้ที่ isc.mfa.go.th

INTERNATIONAL STUDIES CENTER (ISC)
The Government Complex (Building B, 8th Floor),
Chaengwatthana Road, Bangkok 10210, Thailand

email: isc@mfa.go.th
website: isc.mfa.go.th