



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล

(Individual Study)

เรื่อง การสร้างเอกภาพและประสิทธิผล
ให้กับการทุตวัฒนธรรมของประเทศไทย

จัดทำโดย นางรุยาภรณ์ สุคนธรัพย์
รหัส 1053

หลักสูตรนักบริหารการทุต รุ่นที่ 1

สถาบันการต่างประเทศมหาวิทยาลัยนานาชาติ กระทรวงการต่างประเทศ
ประจำปี 2552

รายงานฉบับนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



บบก.

เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตร
นักบริหารการทูต ของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ

(เอกอัครราชทูต สุจิตรา หรรษพฤกษ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(ดร. อనุสันธิ ชินวรณ โน้น)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชัยภรณ์ พนัสพรประสิทธิ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ การทูตวัฒนธรรมนี้ ไม่ใช่สิ่งใหม่สำหรับประเทศไทยในโลก เพราะตั้งแต่โบราณกาล การทูตคือการแลกเปลี่ยนความรู้และความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม จริตประเพณี และประชาชน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ทางการเมือง เช่นธุรกิจ การท่องเที่ยว การค้าฯลฯ

ในยุคสมัยปัจจุบัน มีการใช้การทูตสาธารณะอย่างกว้างขวาง ควบคู่ไปกับการใช้ hard power โดยเฉพาะประเทศมหาอำนาจและประเทศในกลุ่มตะวันตก เพื่อเอาชนะใจ (hearts and minds) ของประชาชนและผู้นำในประเทศต่าง ๆ ที่อยู่ระหว่างสองขั้วคือสหราชอาณาจักรและสหภาพโซเวียต อย่างไรก็ตาม การใช้การทูตสาธารณะในยุคนี้ มีลักษณะเป็นการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) ควบคู่กับการให้รางวัลและการลงโทษ (carrot and stick) ทำให้ภาพลักษณ์ของการทูตสาธารณะไม่ได้เป็นในเชิงบวกตลอดเวลา นอกจากนี้ นโยบายครั้งที่ไม่มีการแยกแยะอย่างชัดเจนว่า กิจกรรมใดคือการทูตสาธารณะ และกิจกรรมใดคือการทูตวัฒนธรรม ทำให้ผลของกิจกรรมต่าง ๆ เหล่านี้ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

ภายหลังสังคมปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งภายหลังเหตุการณ์การก่อการร้ายในสหราชอาณาจักร ในปี พ.ศ. 2544 ประเทศต่าง ๆ ได้หันมาให้ความสนใจกับการทูตวัฒนธรรมมากขึ้น ในฐานะที่เป็น soft power ที่สำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ โดยมีตัวกระตุ้นที่สำคัญคือ การปฏิวัติทางเทคโนโลยี การโทรศัพท์เคลื่อนที่และการสื่อสาร โดยเฉพาะสื่อสมัยใหม่ (new media) เช่นอินเตอร์เน็ต ทำให้ข่าวสารต่าง ๆ ในปริมาณมหาศาลสามารถเดินทางมาถึงประชาชนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว ทำให้การทูตวัฒนธรรมมีความโดดเด่นขึ้นด้วยตนเอง และหลายประเทศก็พยายามที่จะให้มีการแยกการทูตวัฒนธรรมออกจาก การทูตสาธารณะอย่างชัดเจน

สำหรับประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการทูตวัฒนธรรมมาช้านาน ในฐานะ soft power ที่จะมาช่วยทดแทนการที่ประเทศไทยขาด hard power อย่างไรก็ได้ เช่นเดียวกับหลาย ๆ ประเทศในโลก ประเทศไทยไม่เคยมีการกำหนดนิยามที่ชัดเจนว่า กิจกรรมใดเป็นการทูตสาธารณะ และกิจกรรมใดเป็นการทูตวัฒนธรรม ที่สำคัญคือ การดำเนินนโยบายการทูตวัฒนธรรมของไทย ขาดความมีเอกภาพ มีหลายหน่วยงานราชการที่กำหนดโครงการและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทูตวัฒนธรรม โดยอิสระ ขาดภาพรวม วัตถุประสงค์ ทิศทาง และแผนงานร่วมกัน ทำให้โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ไม่มีทิศทางที่ชัดเจน ด้วยประสิทธิภาพ ขาดพลังร่วม (synergy) ไม่มีการเชื่อมโยงเครือข่าย (network) กับองค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และองค์กรภาคสังคมอย่างจริงจัง

และไม่มีการประเมินและแก้ไขปรับปรุงผลงานอย่างเป็นระบบ เพื่อประโยชน์และประสิทธิผลในระยะยาว อันทำให้การบริหารจัดการ โอกาส ทรัพยากร และงบประมาณของประเทศเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และดูเหมือนว่าโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่ดำเนินไปนั้น มีลักษณะเป็นเพียงโครงการหรือกิจกรรมเฉพาะกาล มีอายุใช้งานเพียงเฉพาะในปีงบประมาณนั้น ๆ เท่านั้น

ดังนั้น วัตถุประสงค์ของรายงานการศึกษาฉบับนี้ คือการวิเคราะห์ปัญหาในทางปฏิบัติของการทุตวัฒนธรรมของไทย เพื่อให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่อาจจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีบทบาทหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการทุตวัฒนธรรม ในการสร้างหรือกำหนดนิยามอันเป็นที่เห็นพ้องและยอมรับร่วมกัน กำหนดวัตถุประสงค์และทิศทางที่ชัดเจนสำหรับการทุตวัฒนธรรม เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องสามารถมีภาพรวมร่วมกัน ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ มีความสอดคล้องและเอื้อประโยชน์ต่อกัน และในเวลาเดียวกันก็มีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนระหว่างกัน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลอย่างเป็นระบบ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดสรรงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดให้คุ้มค่าและมีประสิทธิภาพ

เนื่องจากปัญหาหลักของการดำเนินการทางการทุตวัฒนธรรม คือการขาดการบริหารจัดการที่ดี และขาดการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน ดังนั้น รายงานการศึกษาฉบับนี้จึงเสนอแนะให้มีการรวมศูนย์การพิจารณานโยบายและกำหนดโครงการและกิจกรรมสำหรับการทุตวัฒนาระและ การทุตวัฒนธรรมไว้ในระดับสูงสุดของประเทศไทย คือระดับรัฐบาล เนื่องจากการทุตวัฒนธรรมถือเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ ด้วยการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติขึ้น โดยคณะกรรมการดังกล่าวซึ่งรายงานโดยตรงต่อนายกรัฐมนตรี ควรประกอบด้วยหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง องค์กรมหาชน องค์กรภาคเอกชน และองค์กรภาคสังคม โดยมีกระทรวงการต่างประเทศเป็นกรรมการและเลขานุการ นอกจากนี้ ยังควรมีการนำหลักการบริหารงานทั่วไป (general management) และการบริหารโครงการ (project management) เข้าช่วย เพื่อให้คณะกรรมการดังกล่าวสามารถวางแผนและผลักดัน ติดตามประเมินผลวาระด้านการทุตวัฒนาระและการทุตวัฒนธรรมอย่างจริงจัง ในเวลาเดียวกันคณะกรรมการดังกล่าวควรจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบให้กับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทุตวัฒนาระและ การทุตวัฒนธรรมอย่างชัดเจน ว่าใครทำอะไร อย่างไร และเมื่อใด ด้วยทรัพยากรอะไรบ้าง โครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีอะไรบ้าง และหน่วยงานใดที่เกี่ยวข้องบ้าง โดยใช้หลักการของ Role & Responsibility Charting – (Responsibility, Accountability, Consult, Inform – RACI) เข้าช่วย และที่สำคัญคือ คณะกรรมการดังกล่าว ควรกำหนดกลไกในการประเมินผล ทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาค เพื่อให้แน่ใจว่าแต่ละโครงการและกิจกรรม มีประสิทธิภาพและเอื้อประโยชน์ต่อวัตถุประสงค์ของการทุตวัฒนธรรมและนโยบายต่างประเทศของไทยโดยรวม

กล่าวโดยสรุปคือ รัฐบาลไทยควรดำเนินการโดยเร่งด่วนเพื่อให้มีการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการการทุตวัฒนธรรมให้มีเอกภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อความสำเร็จของการดำเนินนโยบายต่างประเทศ และเพื่อผลประโยชน์ของชาติโดยรวม

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำรายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ เปิดโอกาสให้ผู้ศึกษาได้ทบทวนและเรียนรู้เรื่องความรู้และประสบการณ์การทำงานเกี่ยวกับการทุตสาหารณะและการทุตวัฒนธรรม ซึ่งได้สร้างสมมานเป็นเวลากว่า 10 ปี อย่างเป็นระบบ ในกรอบและบริบททางวิชาการ ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ศึกษา

ในการจัดทำรายงานการศึกษาฉบับนี้ ผู้ศึกษาได้รับความช่วยเหลือ คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และการสนับสนุนจากหลาย ๆ ท่าน ทำให้สามารถปรับปรุงแก้ไขรายงานการศึกษาฉบับนี้จนเป็นผลงานที่น่าจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ที่สนใจในโอกาสต่อไป

ณ โอกาสันนี้ผู้ศึกษาขอแสดงความขอบคุณเป็นอย่างยิ่งต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาของหลักสูตรนักบริหารการทุต รุ่นที่ 1 รวมทั้งผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานทุกท่าน ที่ได้กรุณาสละเวลาในการให้ข้อเสนอแนะ และคำแนะนำอันมีส่วนสำคัญในการทำให้รายงานฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุด ขอขอบคุณสถาบันการต่างประเทศแห่งวิชาชีวประปการ ในการจัดทำหลักสูตร อันเป็นประโยชน์ในครั้งนี้ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ และทักษะในด้านการบริหาร ซึ่งนับว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการปฏิบัติหน้าที่ราชการในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	๔
กิตติกรรมประกาศ	๙
สารบัญ	๙
สารบัญตาราง	๖
สารบัญแผนภูมิ	๒
บทที่ ๑ บทนำ	๑
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
1.2 วัตถุประสงค์	๓
1.3 ขอบเขตการศึกษา	๔
1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา	๔
บทที่ ๒ แนวคิดทฤษฎี วรรณกรรม และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง	๕
2.1 แนวคิดทฤษฎี	๕
2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๕
2.3 กรณีศึกษา	๖
บทที่ ๓ วิธีการศึกษาวิจัย	๘
3.1 วิธีการศึกษา	๘
3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	๘
3.3 วิธีการวิเคราะห์และประเมินผล	๙
บทที่ ๔ ผลการศึกษาวิจัย	๑๑
4.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม	๑๑
4.2 รูปแบบของการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม	๑๔
4.3 การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและภาคสังคม	๑๘
4.4 ประสบการณ์ด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ	๑๙
4.5 การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของไทย	๒๔
4.6 ประเด็นปัญหาของการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของไทย	๒๘
บทที่ ๕ สรุปและข้อเสนอแนะ	๓๑
5.1 สรุปผลการศึกษา	๓๑
5.2 ข้อเสนอแนะ	๓๒

5.3 สรุป	39
บรรณานุกรม	40
ประวัติผู้เขียน	43

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1	สรุปประเด็นปัญหาของการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของไทย	30
ตารางที่ 2	ตัวอย่างการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	35
ตารางที่ 3	แนวทางการสร้างเอกภาพและประสิทธิภาพให้กับการทูตสาธารณะและการทูต วัฒนธรรม	37

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่ 1 การทุตสาขาวัณและ การทุตวัฒนธรรม เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายต่างประเทศ	2
แผนภูมิที่ 2 ประเภทและรูปแบบของการทุตสาขาวัณ	15
แผนภูมิที่ 3 โครงสร้างระดับนโยบายของการทุตสาขาวัณอังกฤษ	21
แผนภูมิที่ 4 โครงสร้างคณะกรรมการระดับชาติด้านการทุตสาขาวัณและ การทุตวัฒนธรรม	33

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

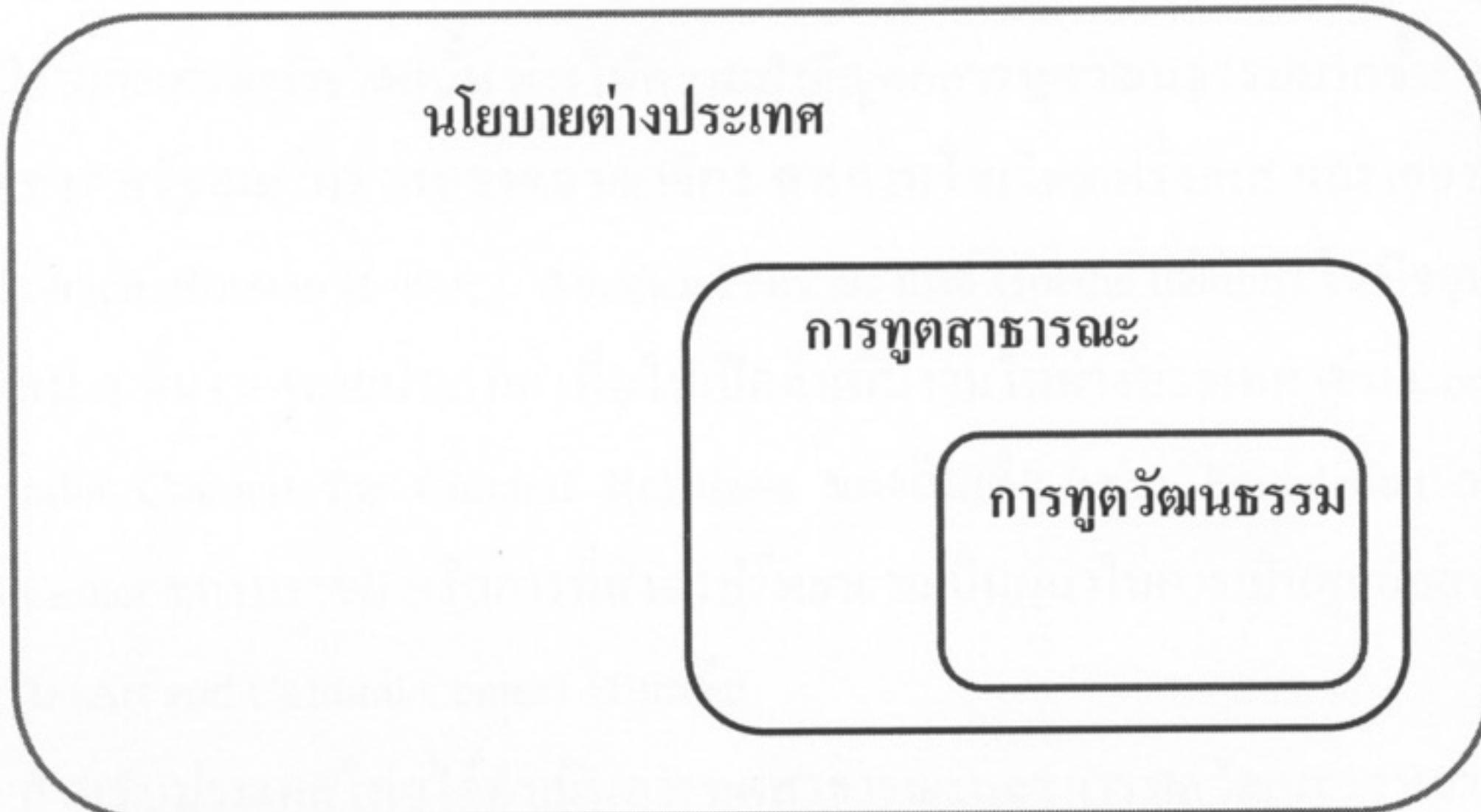
การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) นี้ ไม่ใช่สิ่งใหม่สำหรับประเทศไทยหรือประเทศใดในโลก เพราะตั้งแต่อดีต古老 ที่ผ่านมา การทูตก็คือการแลกเปลี่ยนความรู้และความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม ชาติประเพณี และประชาชน เพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์ทางการเมือง เช่น กิจกรรมทางการทูต ฯลฯ ด้วยเหตุนี้ การที่ราชทูตของประเทศไทยนี้จะนำเครื่องบรรณาการอันประกอบด้วยสรรพสิ่งอันสะท้อนถึงความภูมิใจทางศิลปวัฒนธรรมของประเทศไทยไปมอบแด่ประเทศอื่น ประเทศหนึ่ง จึงเป็นแนวทางปฏิบัติที่ยึดถือกันมาในทุกยุคทุกสมัย การแลกเปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ และเครื่องบรรณาการดังกล่าว นี้ เป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าเป็นกลไกและขั้นตอนที่สำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ¹

ในยุคสมัยนี้ ความขัดแย้งทางอุดมการณ์ทางการเมืองการปักธงในเวทีโลก ทำให้เกิดความพยายามในการเอาชนะใจ (hearts and minds) ของผู้นำและประชาชนในประเทศต่าง ๆ ที่อยู่ระหว่างสองขั้นความคิด ในช่วงระยะเวลาดังกล่าว นี้เองที่เหล่านักวิชาการและนักการทูตเริ่มที่จะรู้จักคุ้นเคยกับคำศัพท์ว่า การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) โดยนักวิชาการและนักการทูตมักจะถือรวมว่า การทูตวัฒนธรรม ก็คือองค์ประกอบหนึ่งของการทูตสาธารณะนั่นเอง²

¹ เอกสารจากรากทางประวัติศาสตร์การทูตในทุกยุคทุกสมัยของประเทศไทยต่าง ๆ ในโลก นอกเหนือจากรายชื่อบุคคลในคณะทูตและบันทึกการเดินทางแล้ว ยังจะมีรายการของเครื่องบรรณาการที่นำไปมอบให้กับประเทศต่างชาติ และรายการของเครื่องบรรณาการซึ่งประเมินว่าเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ ปัจจุบันยังคงมีการรักษาธรรมเนียมปฏิบัติเดิมไว้ด้วยการแลกเปลี่ยนสิ่งของที่ระลึกเมื่อออกอัครราชทูตเข้าเยี่ยมคารวะประเทศใดประเทศหนึ่ง

² มีผลงานทางวิชาการเป็นจำนวนมากที่กล่าวถึงการทูตวัฒนธรรมในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ อย่างไรก็ตาม ผลงานทางวิชาการที่การศึกษาการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบฉบับหนึ่งคือรายงานเรื่อง “Cultural Diplomacy the Linchpin of Public Diplomacy” ซึ่งจัดทำโดย Advisory Committee on Cultural Diplomacy ของกระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อเดือนกันยายน พ.ศ. 2548 คณะกรรมการดังกล่าวประกอบด้วยผู้แทนทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคสังคม

แผนภูมิที่ 1: การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายต่างประเทศ



การถือรวมดังกล่าวทำให้ในบางครั้ง ภาพของการทูตสาธารณะ และการทูตวัฒนธรรมขาดความชัดเจน และบ่อยครั้งที่ผู้ปฏิบัติ ณ ต้นทางและผู้ที่ได้รับ ณ ปลายทางเกิดความสับสน และไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างของทั้งสองสิ่งออกจากกันได้ ซึ่งทำให้คุณค่าหรือประสิทธิภาพของการดำเนินการไม่อาจสัมฤทธิ์ผลตามที่ได้คาดหวังไว้ และทำให้บางครั้งการทูตสาธารณะ และการทูตวัฒนธรรมลุกมองว่า ไม่ได้เป็นอะไรมากไปกว่าการโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) และไม่ควรค่าแก่การเชื่อถือ³

ภายหลังยุคสงครามเย็น ประเทศต่าง ๆ ได้ให้ความสนใจต่อการทูตสาธารณะน้อยลง โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา และรัสเซีย ซึ่งเคยเป็นผู้นำในด้านการทูตสาธารณะนั้น ได้ตั้งบประมาณสนับสนุนการให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษาต่อประเทศต่างๆ ลงเป็นจำนวนมาก ด้วยเห็นว่าความพยายามในการอาชันะจิต ใจของประชาชนในประเทศต่าง ๆ นั้น ดื้อยความสำคัญลงหรือมีความจำเป็นน้อยลงมากแล้ว

ในปัจจุบัน โดยเฉพาะภายหลังเหตุการณ์ วันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2544 ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสาร และโทรคมนาคม ตลอดจนประเด็นปัญหาทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ยุคใหม่ ทั้งในระดับประเทศและในระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการก่อการร้ายสาгал ภาวะเศรษฐกิจโลก หรือการแข่งขันทางการค้าโลก ทำให้หลาย ๆ ประเทศหันมาให้ความสำคัญต่อการทูต

³ ดู John Brown, "The Purposes and Cross-Purposes of American Public Diplomacy," *American Diplomacy* (August 15, 2002) และ Kenneth Osgood, "Propaganda," *Encyclopedia of American Foreign Policy* (2002).

สาธารณรัฐมากขึ้น ด้วยเห็นว่า การทูตสาธารณะนี้ สามารถที่จะเป็นกลไกที่สำคัญในการสร้างความนิยม การยอมรับ และความน่าเคารพนับถือให้กับประเทศของตน

โดยเฉพาะอย่างยิ่ง จะเห็นได้ว่า ประเทศที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศในปัจจุบัน ในฐานะอำนาจใหม่ ในการเมืองและเศรษฐกิจโลกนี้ ต่างให้ความสำคัญต่อการทูตวัฒนธรรมมากขึ้น จากเดิมซึ่งมีเพียงองค์กรของสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร สหภาพโซเวียต ฝรั่งเศส และเยอรมนี (เช่น AUA, British Council, Russian House, L'Alliance Francais และ Goethe Institut) ในปัจจุบัน ได้มีการสร้างองค์กรใหม่ ๆ ขึ้นในหลายประเทศ เพื่อไปเปิดดำเนินงานในต่างประเทศ เช่น Confucius Institute ของจีน India Council for Cultural Relations ของอินเดีย Japan Foundation ของญี่ปุ่น Brazil Cultural Center ของบราซิล หรือการที่สิงคโปร์พยายามเป็นผู้นำในการเป็นศูนย์กลางแห่งศิลปะและวัฒนธรรม (Art and Cultural Center) ในเอเชีย

สำหรับประเทศไทยได้ดำเนินการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมมาเป็นเวลาช้านาน และปัจจุบันกระทำการต่างประเทศ มีสองหน่วยงานหลัก คือสำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ และกองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ มีหน้าที่รับผิดชอบในเรื่องดังกล่าว โดยในหลายโอกาสมีความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงวัฒนธรรม รัฐสภา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือแม้แต่กับองค์กรมหาชน เช่นสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.) รวมทั้งมีองค์กรภาคเอกชนและภาคสังคมเข้าร่วม บางเป็นครั้งคราว อย่างไรก็ได้ จนถึงปัจจุบันรัฐบาลก็ยังไม่มีการพิจารณาบทวนนโยบาย บุทธศาสนา การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมในภาพรวมอย่างเป็นระบบ เพื่อปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก และเป้าประสงค์ทางการทูตของไทย แต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังคงกำหนดทิศทางและแผนงานของตนเอง ซึ่งในสภาวะทางการเมืองและเศรษฐกิจโลก ในปัจจุบัน ซึ่งมีการแข่งขันอย่างสูงเพื่อความโดยเด่นระหว่างประเทศต่าง ๆ นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องกำหนดบุทธศาสนา และแนวทางปฏิบัติที่เป็นเอกภาพและชัดเจนสำหรับตนเอง โดยพิจารณาในภาพรวม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

1.2 วัตถุประสงค์

ข้อสมมุติฐานหลักของรายงานการศึกษาในครั้งนี้ คือความคิดที่ว่า ปัจจุบันมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องมีแนวโน้มนโยบาย บุทธศาสนา และแนวทางปฏิบัติ เกี่ยวกับการทูตวัฒนธรรมที่ชัดเจนและเป็นเอกภาพ ความชัดเจนนั้นหมายถึงว่าทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นพ้องและเข้าใจตรงกันว่า จุดขายที่โดดเด่นทางวัฒนธรรมของประเทศไทยคืออะไร และจะผลักดันจุดเด่นนั้นอย่างไร บทบาทหน้าที่ของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเป็นอย่างไร และต้องการขอความร่วมมืออย่างไร บ้างจากภาคเอกชนและภาคสังคม ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดสรรงบประมาณ การเบิกจ่าย

งบประมาณ และการประเมินผลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และที่สำคัญคือ เพื่อปรับให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะกับกลุ่มประเทศใหม่ ๆ ที่จะสามารถมีบทบาทที่โดดเด่นในเวทีโลกทั้งในด้านการเมืองและเศรษฐกิจได้เป็นอย่างดี และเพื่อให้การทูตวัฒนธรรมสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ และเป็นเป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพของนโยบายต่างประเทศของไทยได้อย่างแท้จริง

1.3 ขอบเขตการศึกษา

รายงานการศึกษาฉบับนี้ จะเป็นการศึกษาเชิงนโยบาย โดยเน้นถึงปัญหาในระดับการปฏิบัติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแนวโน้มทาง ยุทธศาสตร์ และการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างหน่วยราชการไทย ยังขาดความชัดเจนและความเป็นเอกภาพ โดยจะชี้ให้เห็นถึงปัญหาในการปฏิบัติ และการประเมินผล จะมีการหยิบยกกรณีศึกษาของต่างประเทศบางประเทศที่ดำเนินการทูตวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินนโยบาย และยุทธศาสตร์ดังกล่าว และท้ายที่สุดรายงานการศึกษาฉบับนี้จะมีข้อเสนอแนะที่เป็นรูปธรรมในการกำหนดแนวโน้มทาง ยุทธศาสตร์ แนวทางปฏิบัติ และการประเมินผล รวมทั้งการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาคเอกชนและภาคสังคม

1.4 ประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมนี้ ไม่ใช่สิ่งใหม่สำหรับประเทศไทย ในช่วงระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในยุคปัจจุบัน ประเทศไทยได้มีการจัดตั้งหน่วยงาน จัดสรรงบประมาณ และดำเนินโครงการและกิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมเป็นจำนวนมาก ไม่น้อย ลิ่งที่ผลงานการศึกษาฉบับนี้มุ่งหวังที่จะนำเสนอคือข้อเสนอแนะในการกำหนดแนวโน้มทาง ยุทธศาสตร์ แนวทางปฏิบัติ แผนงานระยะยาว ตลอดจนการแบ่งสรรหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและภาคสังคม ที่มีความชัดเจนและเป็นเอกภาพ โดยสามารถมีการประเมินผลได้อย่างชัดเจนและแม่นยำ เพื่อประโยชน์ในการจัดสรรงบประมาณ และทรัพยากร และเพื่อให้การทูตวัฒนธรรมซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ สามารถเป็นกลไกที่สำคัญของนโยบายต่างประเทศของไทยอย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎี วรรณกรรม และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎี วรรณกรรม และกรณีศึกษาที่จะนำมาใช้ประกอบการศึกษา วิเคราะห์ และให้ข้อเสนอแนะในรายงานการศึกษาฉบับนี้ จะทำหน้าที่ในการช่วยกำหนดกรอบความคิดของผู้เขียน พร้อมทั้งเป็นแหล่งอ้างอิงที่อยู่บนพื้นฐานของหลักวิชาการ แนวคิดทฤษฎี วรรณกรรม และกรณีศึกษาที่จะนำมาใช้ในรายงานการศึกษาฉบับนี้ประกอบด้วย

2.1 แนวคิดทฤษฎี

- 2.1.1 แนวคิดด้านการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy)
- 2.1.2 แนวคิดด้านการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)
- 2.1.3 แนวคิดเรื่อง Soft Power
- 2.1.4 แนวคิดด้าน Nation Branding and National Perception
- 2.1.5 ทฤษฎีด้านการกำหนดนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy-Making)
- 2.1.6 แนวคิดการบริหารงานแบบ Responsibility Assignment Matrix หรือ RACI Matrix

2.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 แนวคิดด้านการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) จะเน้นศึกษาวรรณกรรมของนักวิชาการรุ่นใหม่ โดยเฉพาะผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับทวีปเอเชีย เช่น Dr. Harry Irwin ผู้เขียน Communicating with Asia: understanding people and customs และ Dr. Peter J. Katzenstein และ Dr. Takashi Shiraishi ผู้เขียน Beyond Japan: the dynamics of East Asian regionalism

2.2.2 แนวคิดด้านการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) จะเน้นศึกษาวรรณกรรมของนักวิชาการรุ่นใหม่ เช่นกัน อาทิ Dr. Patricia A. Curtin ผู้เขียน International Public Relations: negotiating culture, identity and power และ Dr. Y. Richmond ผู้เขียน Practicing Public Diplomacy: A Cold War Odyssey (Explorations in Culture & International History)

2.2.3 แนวคิดเรื่อง Soft Power นอกจากจะศึกษาและอ้างอิงถึงวรรณกรรมต่างๆ ของ Dr. Joseph S. Nye เช่น Soft Power: The Means to Success in World Politics แล้วยังจะศึกษาผลงานของนักวิชาการรุ่นใหม่ เช่น Dr. Alan Chong ผู้เขียน Foreign Policy in Global Information Space: Actualizing Soft Power ศึกษาผลงานของนักวิชาการรุ่นใหม่ เช่น Dr. Alan Chong ผู้เขียน Foreign

Policy in Global Information Space: Actualizing Soft Power และ Dr. J. Kurlantzick ผู้เขียน Charm Offensive: How China's Soft Power is transforming the World

2.2.4 แนวคิดด้าน Nation Branding and National Perception โดยจะเน้นศึกษาวรรณกรรมของนักวิชาการรุ่นใหม่ เช่นกัน อาทิ Dr. Donald G. Ellis ผู้เขียน Transforming Conflict: communication and ethnopolitical conflict และ Dr. Bronson Percival ผู้เขียน The Dragon Looks South: China and Southeast Asia in the New Century รวมทั้งผลงานของ Dr. J.T. McHugh และ Dr. J.S. Pacy เรื่อง Diplomats Without a Country

2.2.5 ทฤษฎีด้านการกำหนดนโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy-Making) ซึ่งมีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องมากมาย อย่างไรก็ตาม ในรายงานการศึกษาฉบับนี้ จะให้ความสำคัญต่อผลงานของนักวิชาการผู้ซึ่งให้ความสำคัญต่อการเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติ เช่น Dr. Alexander L. George ผู้เขียน Bridging the Gap: Theory and Practice in Foreign Policy รวมทั้งนักวิชาการไทย เช่น ดร. เบียน ธีรวิทย์ ผู้เขียน “การกำหนดนโยบายต่างประเทศเปรียบเทียบ”

2.2.6 แนวคิดการบริหารงานแบบ Responsibility Assignment Matrix หรือ RACI Matrix นี้ เป็นแนวคิดด้านการบริหารงานที่เป็นสากล ซึ่งรายงานการศึกษาฉบับนี้จะนำมาใช้เป็นเครื่องมือหลักในการอธิบายข้อเสนอแนะในการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำแนวโน้มและยุทธศาสตร์การทุตวัฒนธรรมที่ทุกฝ่ายเห็นพ้องร่วมกันแล้วมาปฏิบัติเพื่อให้ได้ความชัดเจนและมีประสิทธิภาพสูงสุด หลักการของ RACI Matrix คือการกำหนดอย่างชัดเจนตั้งแต่ต้นว่าในแต่ละเรื่องแต่ละโครงการ ผู้ใดมีหน้าที่ในการปฏิบัติ (Responsible) ผู้ใดมีหน้าที่ในการควบคุมดูแลให้เป็นไปตามแนวโน้มและยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้ (Accountable) ผู้ใดควรจะได้รับทราบแนวทางการปฏิบัติงานและรับแจ้งผลการดำเนินงานอย่างสมำเสมอ (Consulted) และผู้ใดบ้างควรจะได้รับการบอกแจ้งให้ทราบถึงโครงการและการดำเนินงานใด ๆ อย่างสมำเสมอ (Informed)⁴

2.3 กรณีศึกษา

เพื่อให้เห็นภาพการกำหนดและดำเนินนโยบายด้านการทุตวัฒนธรรมและการทุตวัฒนธรรม ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านการปฏิบัติและผลลัพธ์ รายงานการศึกษาฉบับนี้จะได้

⁴ แม้ว่าวิธีการของ Role & Responsibility Charting (RACI) จะมีการนำมาใช้กันอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน แต่ยังไม่ปรากฏว่ามีผู้ใดอ้างความเป็นเจ้าของหรือเป็นต้นคิดของวิธีการดังกล่าว ปัจจุบันข้อเขียนทางวิชาการเกี่ยวกับหลักและวิธีการของ RACI มีเพียง寥寥มากมาย เช่นกัน ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถหาอ่านได้ อาทิ Michael L. Smith and James Erwin, Role&Responsibility Charting(RACI).http://www/pmforum.org/library/tips/pdf_files/RACI_R_Web3_1.pdf.

หยินยกตัวอย่างการดำเนินนโยบายการทุตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ เช่น สหรัฐอเมริกา กลุ่มประเทศอีบู ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีน เพื่อสนับสนุนผลการค้าค้าว่า และการแสดงความคิดเห็นของผู้เขียนรายงาน

บทที่ 3

วิธีการศึกษาวิจัย

3.1 วิธีการศึกษา

รายงานการศึกษานั้นจัดทำขึ้น โดยการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลปัจจุบัน (primary data) ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) และเอกสารค้นคว้าวิจัย (research documents) โดยรวมผลการศึกษาวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีและแนวโน้มโดยนาย เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการแสดงความคิดเห็นและจัดทำข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน

3.2 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลซึ่งนำมาใช้เพื่อการศึกษาในครั้งนี้ มาจากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

ข้อมูลปัจจุบัน (Primary Data)

รศ. ดร. โชคชัย เจริญงาม, รายงานการศึกษาการจัดตั้งมูลนิธิประเทศไทย, เมษายน 2550
กองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ, โครงการจัดตั้งมูลนิธิไทย (Thai Foundation)
เพื่อการสร้างภาพลักษณ์และดำเนินงานการท่องเที่ยวระดับประชาชน (Thailand Branding and Marketing), กระทรวงการต่างประเทศ, มกราคม 2552

กองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ, แผนแม่บทว่าด้วยการดำเนินการด้านการท่องเที่ยว
และการท่องเที่ยวในกรอบของการท่องเที่ยวสาธารณะ, มีนาคม 2552

กระทรวงวัฒนธรรม, แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2552 – 2559), พฤษภาคม 2552

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

บทความและรายงานข่าวจากสื่อต่าง ๆ เช่น รายงานข่าวเกี่ยวกับการดำเนินนโยบายต่างประเทศของประเทศไทย สาธารณรัฐอเมริกา ประเทศในเครือสหภาพบุรุป ตลอดจนประเทศต่าง ๆ ในเอเชียและส่วนอื่น ๆ ของโลก เช่น จีน อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และประเทศไทยในกลุ่มอาเซียน

เอกสารค้นคว้าวิจัย (Research Documents)

อุพามณี ชาติสุวรรณ, “องค์กรเพื่อการดำเนินการเข้าถึงภาคประชาชนต่างประเทศ: โครงสร้างและการทำงาน”, รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารระดับสูง รุ่น 63 ประจำปี 2552

นันทนา ศิริเวเกื้อ, “จากการทูตวัฒนธรรมสู่การทูตสาธารณะ”, รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารระดับสูง รุ่น 60 ประจำปี 2551

พิริยะ เข็มพล, “การปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy)”, รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารระดับสูง รุ่น 52 ประจำปี 2544

Nicholas J. Cull. Public Diplomacy: Lessons from the Past, University of Southern California: Los Angeles, 2007

Patricia A. Curtin. International Public Relations: Negotiating Culture, Identity and Power, SAGE Publications, 2007

Harvey B. Feigenbaum. Globalization and Cultural Diplomacy, Center for Arts and Culture, 2001

J. Kurlantzick, Charm Offensive: How China’s Soft Power is Transforming the World, Yale University Press: New Haven, 2007

J.S. Nye and J.S. Nye, Jr. “Soft Power: The Means to Success in World Politics”, Public Affairs, 2005

Y. Richards. Practicing Public Diplomacy: A Cold War Odyssey (Explorations in Culture & international History), Berghahn, 2006

Cynthia P. Schneider, “Cultural Diplomacy: Why It Matters, What It Can – and Cannot – Do?”, Georgetown University, 2006

Michael L. Smith and James Erwin, “Role & Responsibilities Charting (RACI)”, 2006

Gyorgy Szondi, “Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences”, Netherlands Institute of International Relations (Clingendael), 2008

3.3 วิธีการวิเคราะห์และประเมินผล

เนื่องจากรายงานการศึกษาฉบับนี้เน้นให้ความสำคัญกับการแสดงความคิดเห็น และข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ ของไทยที่เกี่ยวข้อง กับการกำหนดและดำเนินนโยบายต่างประเทศ การทูตสาธารณะ และการทูตวัฒนธรรม ดังนั้น รายงานการศึกษาฉบับนี้จะใช้แนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการศึกษา

และวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยอ้างอิงข้อมูลเชิงประสบการณ์ (empirical and qualitative data) และข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative data) ของตัวบุคคล องค์กรและประเทศต่าง ๆ เป็นพื้นฐานหลักในการวิเคราะห์และประมวลผลการศึกษา

บทที่ 4

ผลการศึกษาวิจัย

4.1 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรม

ในช่วงระยะเวลาเกือบหกสิบปีที่ผ่านมา ภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง การกำหนดและการดำเนินนโยบายของประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการใช้อำนาจในการสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในช่วงภายหลังสงครามโลกครั้งที่สอง นักทฤษฎีและนักวิชาการในกลุ่มนักจินนิยม (Realists) เช่น Hans Morgenthau, Kenneth N. Waltz, Robert Dahl และ Robert Jervis ล้วนให้ความสำคัญต่อการสร้างอำนาจและความมั่นคงในทางทหาร เพื่อรักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ของประเทศชาติ นักวิชาการเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลเป็นอย่างมาก ต่อแนวความคิดในการกำหนดนโยบายต่างประเทศของสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศตะวันตก รวมทั้งประเทศพันธมิตรของสหรัฐอเมริกาทั่วโลกในขณะนี้⁵

แนวความคิดเรื่องการใช้อำนาจในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ทำให้ สหรัฐอเมริกา สหภาพโซเวียต และประเทศต่าง ๆ ในขณะนี้ ให้ความสำคัญสูงสุดต่อการ เสริมสร้างกำลังทางทหาร และการสร้างความมั่นคงร่วมทางเศรษฐกิจ เพื่อนำกลับมาเสริมสร้าง กำลังทางทหารของตน ในช่วงเวลาดังกล่าว การทุตสาธารณะถูกมองว่าเป็นเพียงอีกกลไกหนึ่งใน หลาย ๆ กลไกที่จะนำมาใช้ในการเสริมสร้างความแข็งแกร่งทางการเมืองและการทหารของประเทศ เหล่านี้ ความช่วยเหลือที่ประเทศให้แก่ประเทศที่เล็กกว่า ไม่ว่าจะเป็นในด้านการเมือง เศรษฐกิจหรือสังคม ถูกมองและนำมาใช้ในลักษณะของการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) หรือการ ให้รางวัลและการลงโทษ (carrot and stick) กล่าวคือ ประเทศใดที่ยอมตามประเทศมหาอำนาจหรือ ประเทศที่มีอำนาจเหนือกว่าก็จะได้รับการตอบแทนด้วยความช่วยเหลือ ส่วนประเทศใดที่กล้าขัดขืน หรือไม่ยอมตาม ก็จะได้รับความช่วยเหลือที่น้อยกว่า หรือไม่ได้รับความช่วยเหลือใดๆ

⁵ ดู Hans J. Morgenthau, Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace, Fifth Edition, Revised, New York: Alfred A. Knopf, 1978, Kenneth Waltz and Robert Art, The Use of Force: Military Power and International Politics. University Press of America: New York, 1983, Robert A. Dahl, Democracy and Its Critics, New Haven: Yale University Press, 1989. และ Robert Jervis, Perception and Misperception in International Politics, Princeton, New Jersey: Princeton University Press, 1976.

แม้ในปัจจุบัน ผู้นำด้านการต่างประเทศในสหรัฐอเมริกาและในหลายๆ ประเทศก็ยังคงมองความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในรูปแบบดังกล่าว⁶

ในนิยามปัจจุบัน การใช้หรือพึงพาอำนาจและความแข็งแกร่งทางการเมือง การทหาร และเศรษฐกิจในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คือการใช้สิ่งที่เรียกว่า Hard Power นับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1990 เป็นต้นมา เมื่อความตึงเครียดทางการเมืองระหว่างสองประเทศมหาอำนาจลดน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการล่มสลายของสหภาพโซเวียต ประกอบกับการปฏิวัติทางเทคโนโลยีและโทรคมนาคมซึ่งทำให้ข้อมูลข่าวสารในปริมาณมหาศาล สามารถเดินทางไปสู่ประชาชนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว อันก่อให้เกิดกระบวนการโลกาภิวัตน์ (Globalization) ทำให้นักวิชาการหลายคน เช่น Kenneth Boulding และ Joseph S. Nye มองว่าในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคใหม่นี้ สิ่งที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่า หรืออาจจะสำคัญมากกว่าการใช้ Hard Power ก็คือการใช้สิ่งที่เรียกว่า Soft Power

ในทัศนะของ Nye สิ่งที่เรียกว่า Soft Power ก็คือ ความสามารถในการดึงดูดใจและโน้มน้าวให้เชื่อมั่นมากกว่าการออกคำสั่งหรือบีบบังคับ (attract and convince, not just command and coerce) เป็นการโน้มน้าวให้ประเทศอื่นเห็นถึงค่านิยม ผลประโยชน์ และความชอบหรือไม่ชอบของเรา โดยไม่ต้องพึ่งพาการให้รางวัลหรือการลงโทษ ดังที่ Nye ได้กล่าวว่า “หากรัฐสามารถที่จะทำให้อำนาจของตนมีความชอบธรรมในสายตาของรัฐอื่น รัฐนั้นก็จะถูกต่อต้านน้อยลงในสิ่งที่ตนต้องการ หากวัฒนธรรมและอุดมการณ์ของรัฐนั้น เป็นที่น่าดึงดูดใจในสายตาของรัฐอื่น รัฐทั้งหลายก็จะมีความยินยอมพร้อมใจมากขึ้นที่จะเป็นผู้ตาม”⁷

อย่างไรก็ดี ในทัศนะของ Nye สิ่งที่เรียกว่า Soft Power นั้น มิใช่สิ่งที่เกิดขึ้นได้ด้วยตนเอง รัฐจะสามารถมีและใช้ Soft Power ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็ต่อเมื่อรัฐนั้น ๆ มีทุนเดิมในด้านการเมือง การทหาร และเศรษฐกิจอยู่แล้ว นอกจากนี้ รัฐที่มีค่านิยมทางการเมืองและสังคมที่ให้ความสำคัญต่อส่วนรวม ย่อมเป็นที่ยอมรับและมีความชอบธรรมมากกว่ารัฐอื่นที่ขาดคุณสมบัติหรือขาดค่านิยมดังกล่าว ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การที่ทั่วโลกยอมรับกันอย่างแพร่หลายว่า ค่านิยมด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม และสิทธิมนุษยชนนี้ เป็นค่านิยมทางสังคมของประเทศต่าง ๆ ในยุโรป มาช้านาน และประเทศต่าง ๆ ดังกล่าวก็ได้กำหนดและดำเนินนโยบายของตนเพื่อให้สอดคล้อง

⁶ ตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ.2547 รัฐบาลสหรัฐอเมริกา ได้จัดตั้ง The Millennium Challenge Corporation (MCC) ขึ้น เพื่อเป็นแนวความคิดใหม่ในการเลือกให้ความช่วยเหลือที่มากเป็นพิเศษแก่ประเทศที่มีฐานะยากจนและปานกลางที่แสดงถึงความมุ่งมั่นในการปฏิรูประบบการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมของตน โดยกำหนดงบประมาณรวมไว้ถึง 175,000 ล้านบาท ดู Foreign Aid: An Introductory Overview of U.S. Programs and Policy, CRS Report for the U.S. Congress, April 15, 2004, CRS 22.

⁷ Joseph S. Nye, Bound to Lead: The Changing Nature of American Power (New York: Basic Books, 1990), 33.

กับค่านิยมนี้ ๆ เช่นการที่ประชาคมยุโรปอุตสาหกรรมที่มีความเคร่งครัดเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม หรือการที่ประเทศต่าง ๆ ในยุโรปยอมรับผู้อพยพจากประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกเป็นจำนวนมากเข้าสู่ประเทศของตน นอกจากนี้ในขณะที่ประเทศในยุโรป เช่นฝรั่งเศสใช้เงินถ้วนเฉลี่ยต่อประชากรจำนวนปีละ 17 ดอลลาร์สหรัญจุ้ย เพื่อการทุตสาธารณูปะและการแยกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมสหรัญจุ้ยอเมริกา ใช้เพียงปีละ 0.65 ดอลลาร์สหรัญจุ้ย ในกิจกรรมด้านเดียวกัน⁸

กล่าวคือ ในยุคปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่เชื่อว่าการใช้ Hard Power นั้น นับวันจะได้รับการยอมรับน้อยลงทุกขณะ ในเวลาเดียวกัน Soft Power เริ่มที่จะมีบทบาทที่เด่นชัดขึ้นในฐานะกลไกที่สำคัญของนโยบายต่างประเทศอย่างไรก็ตาม การที่ Soft Power จะสามารถมีประสิทธิภาพได้นั้น นอกจากประเทศผู้ใช้จะต้องมีทุนเดิมในด้าน Hard Power แล้ว ยังจะต้องมีทุนเดิมทางสังคมและวัฒนธรรมอีกด้วย ซึ่งคุณสมบัติเหล่านี้จะสามารถโน้มน้าวให้ประเทศอื่น ๆ ให้การยอมรับ หรือยอมเป็นผู้ตามประเทศผู้ใช้ Soft Power นั้น ๆ

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่า ความแตกต่างที่สำคัญระหว่าง Hard Power และ Soft Power ก็คือ ในขณะที่ Hard Power มุ่งที่จะใช้อิทธิพลในการโน้มน้าวหรือกดดันความคิดหรือนโยบายของรัฐบาลหรือผู้กำหนดนโยบายในประเทศอื่น Soft Power มุ่งที่จะซักจุ่ง โน้มน้าว และสร้างทัศนคติที่ดี และการยอมรับ ความนิยมชอบของสาธารณะในประเทศต่าง ๆ ทั้งในประเทศเป้าหมายและทั่วโลก

อีกนัยหนึ่งคือ Soft Power มุ่งในการโน้มน้าวและปรับเปลี่ยนทัศนะในระดับปัจเจกบุคคลให้เป็นในทางบวก ในขณะที่ Hard Power มุ่งในการโน้มน้าวและปรับเปลี่ยนทัศนะของรัฐบาลหรือผู้กำหนดนโยบายให้ขึ้นยอมหรือยอมตาม โดยไม่คำนึงถึงความรู้สึกนึกคิดของกลุ่มนักคิดดังกล่าว

การที่ Hard Power เป็นที่ยอมรับน้อยลง ในขณะที่ Soft Power มีความโดดเด่นมากขึ้นแต่ในเวลาเดียวกันทั้งสองสิ่งต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน จึงทำให้ในปัจจุบันมีนักวิชาการและประเทศต่าง ๆ หลายประเทศเห็นว่า นโยบายต่างประเทศที่ดีและมีประสิทธิภาพนั้น ควรจะต้องมีการผสมผสานกันอย่างเหมาะสมสมระหว่าง Hard Power และ Soft Power เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่เรียกว่า “Smart Power” ดังที่ Richard L. Armitage และ Joseph S. Nye, Jr. เคยกล่าวไว้ในการประชุมสัมมนาครั้งหนึ่งของ Center for Strategic and International Studies (CSIS) ว่า “จะเป็นการดีหากจะสามารถเป็นที่ยำเกรงและเป็นที่รักในเวลาเดียวกัน”⁹

⁸ Nye, Europe's Soft Power,” The Globalist, 3 May 2004, <http://www.the-globalist.com/DBWeb/>.

⁹ Richard L. Armitage and Joseph S. Nye, Jr. CSIS Commission on Smart Power: A smarter, More Secure America, (Washington D.C. Center for Strategic and International Studies, 2007).

4.2 รูปแบบของการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม

บ่อยครั้งที่มีการใช้คำว่าการทูตสาธารณะและการการทูตวัฒนธรรมในบริบทเดียวกัน จนทำให้เกิดความสับสนในความแตกต่างระหว่างสองสิ่งดังกล่าว เหตุผลหลักของความสับสนดังกล่าวคือ การที่ประเทศนั้น ๆ นำการทูตสาธารณะมาใช้อย่างไม่เป็นระบบ ขาดวัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และ ทิศทางที่ชัดเจน

ที่ลูกต้องคือ ทั้งการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมนี้ ต่างก็เป็นส่วนประกอบและ กลไกของนโยบายต่างประเทศ โดยการทูตวัฒนธรรมถือเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ และ การทูตสาธารณะนี้ ถือเป็นหัวใจของการใช้ Soft Power เป็นกลไกสำคัญของนโยบายต่างประเทศ นั่นเอง

คำว่าการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) นี้นัยยุติขึ้น โดยนาย Edmund Gullion คณบดี ของ Fletcher School of Law and Diplomacy มหาวิทยาลัย Tufts เมื่อปี พ.ศ. 2508 เพื่อใช้อธิบายการ ใช้การสื่อสารระหว่างประเทศและการติดต่อทางวัฒนธรรม เป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบาย ต่างประเทศ¹⁰

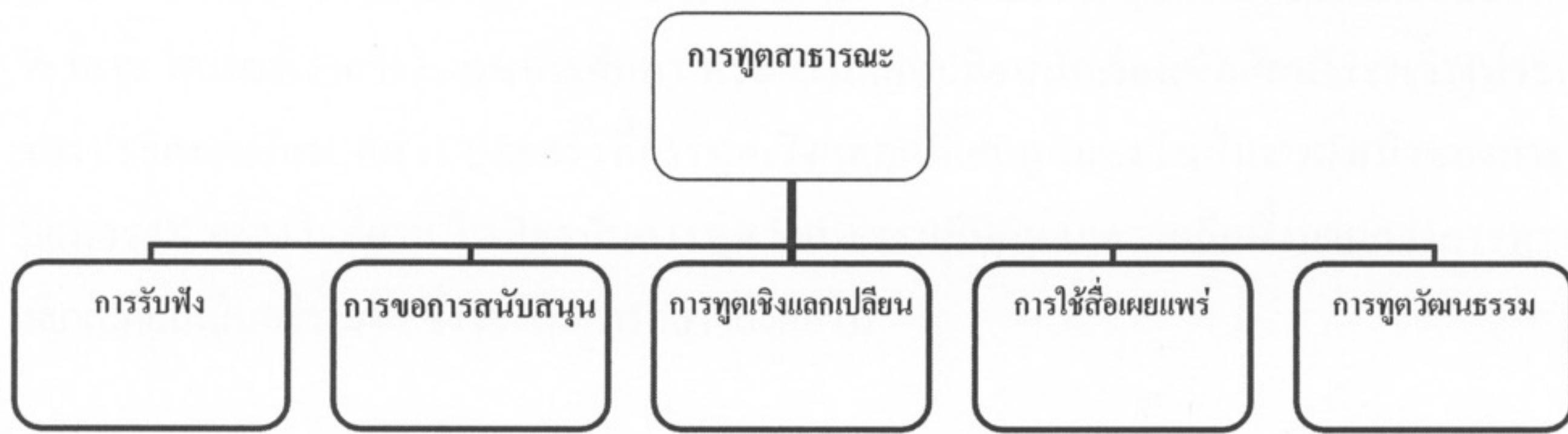
ในปัจจุบัน ได้มีการแบ่งประเภทและรูปแบบของการทูตสาธารณะออกเป็นรูปแบบต่าง ๆ ตามประเภทของกิจกรรม ดังนี้

1. การรับฟัง (Listening)
2. การของการสนับสนุน (Advocacy)
3. การทูตเชิงแลกเปลี่ยน (Exchange Diplomacy)
4. การใช้สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงระหว่างประเทศ (International Broadcasting)
5. การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy)¹¹

¹⁰ The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy, Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University. <http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html>

¹¹ แม้ว่าวิชาการจะมีการกำหนดองค์ประกอบของการทูตสาธารณะแตกต่างกันไป แต่ในปัจจุบันก็เป็นที่ ยอมรับกันอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับองค์ประกอบทั้งห้าประการข้างต้น รายละเอียดขององค์ประกอบต่าง ๆ ดังกล่าว สามารถดูได้จาก Nicholas J. Cull, Public Diplomacy: Lessons from the Past, (University of Southern California: Los Angeles, 2007) เป็นต้น

แผนภูมิที่ 2: ประเภทและรูปแบบของการทุตสาหารณะ



อนึ่ง นักวิชาการบางกลุ่ม ได้รวมสังคมรบจิตวิทยา (Psychological Warfare) เข้าเป็นส่วนหนึ่งของการทุตสาหารณะด้วย อย่างไรก็ได้ ผู้เขียนเชื่อว่า ในยุคปัจจุบัน การทุตสาหารณะควรจะเป็นกิจกรรมในทางบวกมากกว่าในทางลบ และการสื่อสารข่าวสารข้อมูลใด ๆ ให้ประเทศใด ๆ หรือทั่วโลกได้ทราบ ควรจะมีวัตถุประสงค์ในการสร้างการยอมรับและทัศนคติที่ดีให้กับผู้ที่ได้รับข่าวสาร ดังนั้น ผู้เขียนจึงขอสงวนที่จะไม่รวมสังคมรบจิตวิทยาเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการทุตสาหารณะในรายงานการศึกษาฉบับนี้

การรับฟัง (Listening)

การรับฟังนั้น ถือว่าเป็นกลไกหรือกิจกรรมที่สำคัญของการทุตสาหารณะ เพราะการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ประเทศใด ๆ หรือทั่วโลกมีต่อประเทศที่ดำเนินนโยบายต่างประเทศ จะมีส่วนช่วยให้ประเทศนั้น ๆ สามารถปรับเปลี่ยนและแก้ไขการดำเนินนโยบายต่างประเทศของตนได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายต่างประเทศของตนได้มากขึ้น

การขอการสนับสนุน (Advocacy)

การขอการสนับสนุนนั้น เป็นวิธีการพื้นฐานของการทุตสาหารณะ ซึ่งประเทศต่าง ๆ นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย ด้วยการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับประเทศของตน หรือนโยบายของตน โดยหน่วยงาน เช่น กรมสารนิเทศ หรือฝ่ายประชาสัมพันธ์ของสถานเอกอัครราชทูต เพื่อให้ชาวต่างชาติได้รับทราบ วัตถุประสงค์ของการเผยแพร่ข้อมูลดังกล่าวก็เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจที่ดีเกี่ยวกับประเทศของตนในสายตาของผู้ที่ได้รับข่าวสารข้อมูล ไม่ว่าจะเป็นในระดับรัฐบาล หน่วยงานทางราชการต่าง ๆ หรือในหมู่สาธารณะ เช่น นักธุรกิจ หรือนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ วิธีการของการขอการสนับสนุน หรือ Advocacy นั้น จะรวมถึงการแฉลงท่าทีหรือนโยบายเกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ เพื่อโน้มน้าวความคิดเห็นของผู้ที่ได้รับข้อมูลข่าวสารด้วย

การทูตเชิงแลกเปลี่ยน (Exchange Diplomacy)

ในอดีตที่ผ่านมา การใช้การทูตเชิงแลกเปลี่ยนมักจะมุ่งเน้นด้านการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ โดยเฉพาะการให้ทุนการศึกษา หรือการแลกเปลี่ยนนักเรียนนักศึกษาระหว่างประเทศ สองประเทศหรือมากกว่า บ่อยครั้งที่การทูตเชิงแลกเปลี่ยนถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของการทูตวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันการทูตวัฒนธรรมมีมิติและความลึกซึ้งมากกว่าการทูตเชิงแลกเปลี่ยนเป็นอย่างมาก ซึ่งจะได้มีการกล่าวถึงต่อไป

การใช้สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงระหว่างประเทศ (International Broadcasting)

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นว่า การปฏิวัติทางเทคโนโลยีและการโทรคมนาคม มีส่วนอย่างมากในการทำให้เกิดกระบวนการโลกาภิวัฒน์ สร้างสรรค์ดังกล่าว ทำให้สื่อโทรคมนาคมมีบทบาทอย่างมากในทางการทูต ไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ หรือสื่อใหม่ (new media) เช่น อินเตอร์เน็ต, web bloc หรือ You Tube สื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่เหล่านี้ ล้วนเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการที่ประเทศไทยจะเป็นประเทศหนึ่งจะประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตนเอง และนโยบายของตนให้กับสาธารณะชนในประเทศต่าง ๆ ได้ทราบอย่างรวดเร็ว ในปริมาณที่ไม่จำกัด โดยไม่ต้องผ่านช่องทางทางการทูต หรือการกลั่นกรองโดยรัฐบาลหรือหน่วยงานของประเทศผู้รับ

ที่น่าสนใจคือ แม้ว่าสื่อดั้งเดิมและสื่อใหม่ในปัจจุบันจะเปิดโอกาสให้ประเทศต่าง ๆ สามารถประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับตนเองได้อย่างไม่มีขอบเขตที่จำกัด แต่ในเวลาเดียวกันกระบวนการโลกาภิวัฒน์ที่ทำให้สาธารณะชนในประเทศต่าง ๆ สามารถตรวจสอบข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ ได้อย่างสะดวกสบายและแม่นยำยิ่งขึ้น เช่น กัน ด้วยเหตุนี้ วิธีการโฆษณาชวนเชื่อก็ หรือการใช้งานจิตวิทยาคิดจึงดึงดูดความสำคัญลง เนื่องจากสาธารณะชนสามารถรับข้อมูลในหลายเฝื้นฟู ได้จากหลาย ๆ แหล่ง ในเวลาเดียวกัน สามารถตรวจสอบข่าวสาร และใช้วิจารณญาณด้วยตนเองว่า จะเชื่อถือข้อมูลข่าวสารได และหากที่จะตกเป็นเหยื่อของการโฆษณาชวนเชื่อหรือการใช้งานจิตวิทยาดังเช่นในอดีต

ที่น่าสังเกตคือ แม้ว่าในปัจจุบันสื่อประชาสัมพันธ์จะหลากหลายช่องทางด้วยกัน แต่สื่อโทรคมนาคมที่มีอิทธิพล ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ หรืออินเตอร์เน็ต ล้วนอยู่ในมือของประเทศที่มีอำนาจในโลกตะวันตก เช่น สถานีข่าว CNN, BBC หรือระบบบริหารจัดการเครือข่ายอินเตอร์เน็ตทั่วโลก สิ่งเหล่านี้ทำให้สหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศตะวันตกได้เปรียบประเทศอื่น ๆ ในการใช้สื่อโทรคมนาคมเป็นเครื่องมือของการทูตสาธารณะหรือการดำเนินนโยบายต่างประเทศ

การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy)

จากรูปแบบของการทูตสาธารณะทุกรูปแบบข้างต้น ในภาวะของโลกปัจจุบัน การทูตวัฒนธรรม ดูจะมีประสิทธิภาพมากที่สุดในการส่งเสริมภาพลักษณ์ ชื่อเสียงและอิทธิพลของประเทศให้ประเทศหนึ่ง ที่เป็นเช่นนี้ก็เนื่องจาก ในปัจจุบันการทูตวัฒนธรรมมีความลึกซึ้งและมีหลายมิติด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีประจำชาติ ศิลปะ ภาษา ศาสนา กีฬา การท่องเที่ยว ดนตรี อาหารการกิน ค่านิยมทางสังคม หรือแม้แต่ชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชนภายในประเทศ

ที่น่าสนใจคือ ในปัจจุบันประเทศไทย ได้หันมาให้ความสำคัญต่อการใช้การเผยแพร่วัฒนธรรมร่วมสมัย หรือ Popular Culture และ Pop Culture เป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมมากขึ้น อาทิ เมื่อ ต้นปี พ.ศ. 2552 กระทรวงวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวของประเทศไทย เกาะลีใต้ ได้ประกาศที่จะใช้งบประมาณกว่า 3,200 ล้านบาท ในการเผยแพร่ศิลปะการบันเทิงและดนตรีของเกาหลีใต้ออกสู่เวทีโลก ด้วยการแต่งตั้งให้นักดนตรีและวงดนตรีที่มีชื่อเสียงของเกาหลีใต้ เช่น Rain, Wonder Girls, Big Bang, DBSK และ SNSD ทำหน้าที่เป็นทูตวัฒนธรรม และในขณะเดียวกันก็ใช้งบประมาณอีกเกือบ 250 ล้านบาท ในการปรับปรุงโรมนิวัลส์ที่สำคัญในกรุงโซลเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว¹²

ความสำเร็จของการใช้วัฒนธรรมร่วมสมัยเป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมนี้ ประเทศที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด และประสบความสำเร็จนานนานแล้วคือสหรัฐอเมริกา ไม่ว่าจะเป็นด้านดนตรี หรือภาพยนตร์ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อแนวคิดการดำเนินชีวิต รสนิยม การแต่งกาย การบริโภคหรือแม้แต่กริยาท่าทางของสาธารณะในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ที่สำคัญคือ วัฒนธรรมร่วมสมัยนี้ สามารถเข้าถึงกลุ่มเด็กและเยาวชนในประเทศต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างความนิยมชมชอบและได้รับการยอมรับจากสาธารณะของประเทศผู้รับ ได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองใด ๆ นับเป็นการก่อให้เกิดการซึ่งชาบชื่อ แล้วก็ ปลูกฝังความสนใจและทัศนคติที่ดีต่อประเทศเจ้าของชื่อ ลงไปถึงระดับเยาวชน ซึ่งจะเป็นผู้นำของประเทศต่อไปในอนาคต

สำหรับในเอเชียนี้ นอกเหนือจากเกาหลีใต้แล้ว ยังมีอีกหลายประเทศที่ใช้วัฒนธรรมร่วมสมัย โดยเฉพาะผ่านสื่อภาพยนตร์และดนตรี เป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นจีน ญี่ปุ่น หรืออินเดีย ดังจะเห็นได้ว่า แต่ละประเทศดังกล่าวมีการส่งเสริมการส่งออก

¹² SPN News, 30 January 2009, http://spn.edaily.co.kr/entertain/newsRead.asp?sub_cd=EA31&newsid=01348086589562968&DirCode=0010301&curtype=read

ผลงานทางศิลปะในรูปแบบดังกล่าวไปทั่วเอเชียเป็นเวลาหลายสิบปีแล้ว ซึ่งก็นับว่าประสบผลสำเร็จเป็นอย่างมาก

การที่การทุตวัฒนธรรมมีมิติของความบันเทิง ความซื่อบริสุทธิ์ (innocence) และปราศจากการเมืองนี่เอง ที่ทำให้ผู้ที่ปฏิบัติงานเกี่ยวกับการทุตวัฒนธรรมต้องการจะแยกแยะตนเองออกจากแนวทางหลัก (mainstream) ของการทุตสาหารณะ ทั้งนี้เพราะการทุตสาหารณะในรูปแบบอื่น ๆ มีความซื่อบริสุทธิ์น้อยกว่า และมีองค์ประกอบด้านการเมืองและความเป็นราชการมากกว่า ทำให้ประสิทธิภาพของกิจกรรมในรูปแบบเหล่านี้ ไม่ได้รับการยอมรับจากสาธารณะในประเทศผู้รับ หรือไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เนื่องจากผู้ได้รับข้อมูลนักจะมีความระวงศ์สงสัยในข้อมูลที่ตนได้รับ¹³

4.3 การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและภาคสังคม

การที่ผู้สัมพัสด์กับการทุตวัฒนธรรมมักมีความสนใจมากกว่า หากโครงการและกิจกรรมการทุตวัฒนธรรมนี้ ๆ มีความซื่อบริสุทธิ์และปราศจากการเมือง และการที่การทุตวัฒนธรรมมุ่งเน้นถึงผลที่มีต่อทัศนคติของปัจเจกบุคคล จึงทำให้การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและภาคสังคม มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จของการทุตวัฒนธรรม ตัวอย่างของการทุตวัฒนธรรมที่มีส่วนร่วมของภาคเอกชนและภาคสังคมที่ประสบความสำเร็จนี้ นอกเหนือจากการและกิจกรรมด้านบันเทิง เช่นภาพยนต์และดนตรีแล้ว ยังรวมถึงโครงการและกิจกรรมในรูปแบบอื่น ๆ เช่น กิจกรรมความรับผิดชอบต่อสังคม (Corporate Social Responsibility – CSR) ของบริษัท ข้ามชาติต่าง ๆ อาทิ ในด้านการช่วยเหลือชุมชน (Community Outreach) การส่งเสริมสุขภาพและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Health Promotion and Environment Conservation) และการส่งเสริมการศึกษา (Education Support) ซึ่งมีความถี่ในการให้ความสนับสนุนแก่องค์กรสาธารณะและมูลนิธิต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ดังกล่าวภายในประเทศผู้รับด้วย (Charitable Contributions) ดังจะเห็นได้ว่า ในอดีตจนถึงปัจจุบัน องค์กรภาคธุรกิจ เช่น Rotary International และ Lions International ซึ่งเป็นองค์กรภาคเอกชนจากสหรัฐอเมริกา มีส่วนอย่างมากในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะและ การส่งเสริมการศึกษาและแลกเปลี่ยนนักศึกษาในประเทศต่าง ๆ ในปัจจุบันในประเทศจีน US-China Business Council มีส่วนอย่างมากในการจัดกิจกรรมสาธารณะ ในด้านต่าง ๆ ข้างต้นด้วยการประสานงานระหว่างภาคเอกชนของสหรัฐอเมริกาในจีน กับภาคเอกชนของจีน และองค์กรสาธารณะของจีน นอกจากนี้ยังมีมูลนิธิที่บริษัทเอกชนต่าง ๆ

¹³ Harvey B. Feigenbaum, Globalization and Cultural Diplomacy, Issue Paper, Center of Arts and Culture, George Washington University, 2001, 9-10.

ได้จัดตั้งขึ้น เช่น มูลนิธิโตโยต้า (Toyota Foundation) ซึ่งบริจาคเงินเพื่อกิจกรรมสาธารณะที่ต้องการให้โลกเป็นมุ่ลค่ากว่าสองร้อยล้านบาทในปี 2551¹⁴

ส่วนองค์กรภาคสังคมนี้ ทั้งในอดีตและปัจจุบันมูลนิธิต่าง ๆ เช่น Konrad Adenauer - Stiftung จากเยอรมนี และ Ford Foundation จากสหรัฐอเมริกา ต่างเป็นที่รู้จักดีในด้านการสนับสนุนการศึกษาและการค้นคว้าวิจัยในประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังมีมูลนิธิในด้านอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น World Wildlife Fund ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่สวิตเซอร์แลนด์ และสำนักงานสาขาในประเทศต่าง ๆ กว่า 28 ประเทศ¹⁵ หรือ Green Peace International ซึ่งมีสำนักงานใหญ่ในเนเธอร์แลนด์ และสำนักงานสาขาในประเทศต่าง ๆ กว่า 40 ประเทศ¹⁶

องค์กรภาคธุรกิจและภาคสังคม หรือที่เรียกโดยรวมว่า องค์กรที่ไม่เป็นของภาครัฐ (Non-Governmental Organizations - NGOs) เหล่านี้ล้วนมีส่วนสำคัญในการสร้างความเข้าใจอันดี และทัศนคติที่ดีระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในระดับประชาชนและปัจเจกบุคคล อันเป็นส่วนเสริมที่สำคัญที่ทำให้การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมประสบความสำเร็จ

4.4 ประสบการณ์ด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ

เพื่อให้เห็นความสัมพันธ์ระหว่างแนวความคิดทฤษฎีและการปฏิบัติ ในหัวข้อนี้จะขอกล่าวถึงตัวอย่างประสบการณ์ด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ พอสังเขป

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วว่า การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งใหม่ในโลกประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกต่างได้ยึดถือปฏิบัติกันมาแล้วเป็นเวลาหลายศตวรรษ อย่างไรก็ตาม ในยุคปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ที่ดูจะให้ความสำคัญต่อการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมมาโดยตลอดคือกลุ่มประเทศในทวีปยุโรป ดังจะเห็นได้ว่าสหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนีในขณะนี้ ได้เริ่มนิโนยบาย “Politische Offentlichkeitsarbeit” (Public Diplomacy) ตั้งแต่สถาปนาประเทศเมื่อปี พ.ศ. 2492 และฝรั่งเศสซึ่งมีนโยบาย “politique d'influence” ภายหลังสงครามโลกครั้งที่สองเพื่อกอบกู้ภาพลักษณ์ของตน ในช่วงเวลาเดียวกันสเปนก็ดำเนินนโยบาย “Spain is Different” (ซึ่งปัจจุบันได้วัฒนาการมาเป็น “Marca Espana” หรือ Brand Spain) เพื่อสร้างภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีให้กับประเทศ และเนเธอร์แลนด์ได้ประกาศใช้นโยบาย publieksdiplomatie โดยเน้นประเด็นด้านคุณธรรมและจริยธรรมระหว่างประเทศ ประเทศต่างๆ ดังกล่าวเชื่อว่า

¹⁴ <http://www.toyotafound.or.jp/english/>

¹⁵ <http://www.worldwildlifefund.org>

¹⁶ <http://www.greenpeace.org>

การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมจะสามารถชดเชยจุดด้อยด้านการเมืองและการทหารของตน และช่วยให้นานาชาติมีทัศนคติที่ดีต่อตนมากขึ้น ที่น่าสนใจคือ นโยบายของประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ มุ่งเป้าหมายไปยังประชาชนของต่างประเทศ มากกว่ารัฐบาลของต่างประเทศ¹⁷

ในปัจจุบัน ประเทศไทยที่กำหนดนโยบายด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม อย่างเป็นระบบมากที่สุดประเทศหนึ่งคือ สาธารณรัฐอิสลาม อิหร่าน โดยในปี พ.ศ. 2547 กระทรวงการต่างประเทศอังกฤษได้แต่งตั้งให้ Lord Carter of Coles (นาย Patrick Carter) จัดตั้งคณะกรรมการอิสระขึ้นมาทบทวนแผนงานการทูตสาธารณะของประเทศอังกฤษ (Public Diplomacy Review) ซึ่งในปีต่อมา Lord Carter ได้นำเสนอผลการศึกษาและข้อเสนอแนะต่อกระทรวงการต่างประเทศ อังกฤษ จากข้อเสนอแนะดังกล่าว ได้มีการจัดตั้งโครงการสร้างใหม่สำหรับการทูตสาธารณะของอังกฤษ โดยมอบหมายให้รัฐบาลเป็นผู้กำหนดแนวโน้ม International Strategic Priorities (ISP) โดยใช้เอกสารปกขาว ภายใต้ชื่อ Active Diplomacy for a Changing World: The UK's International Priorities (March 2006) เป็นพื้นฐาน และให้มีการจัดตั้ง Public Diplomacy Board ขึ้น โดยให้ Foreign Office Minister of State for Public Diplomacy เป็นประธาน และมีผู้แทนจากกระทรวงการต่างประเทศ British Council และ BBC World Service เป็นคณะกรรมการ หน้าที่หลักของคณะกรรมการชุดดังกล่าวคือการปรับปรุงการดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะด้วยการบริหาร ใน 3 ด้านหลักคือ (ก) กำหนดแนวทางยุทธศาสตร์สำหรับการทูตสาธารณะ (ข) ติดตามและประเมินผลงาน และ (ค) จัดทำข้อเสนอแนะ และจัดสรรงบประมาณ¹⁸

แม้ว่าองค์กรการทูตสาธารณะของอังกฤษจะเป็นโครงสร้างในรูปแบบของหน่วยงานราชการ อย่างไรก็ดี ในระดับการปฏิบัติ การทำงาน (approach) ของคณะกรรมการและสมาชิกคณะกรรมการจะเน้นในด้านการสร้างเครือข่าย (network) เป็นหลัก เพื่อให้มีความยึดหยุ่นในการทำงาน และในขณะเดียวกันก็สามารถใช้ประโยชน์ได้จากทั้งโครงการและกิจกรรมของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคม ตัวอย่างของโครงการภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการชุดนี้มี เช่น การที่ British Council รณรงค์โครงการ Think UK ในประเทศไทย และการที่ BBC World Service เปิดคลื่นวิทยุภาษาอาрабิกในประเทศไทย รวมทั้งการที่อังกฤษเสนอตัวเป็นเจ้าภาพการแข่งขัน โอลิมปิกในปี พ.ศ. 2555 และเป็นเจ้าภาพแข่งขันฟุตบอลโลก (World Cup) ในปี พ.ศ. 2561

¹⁷ Jan Melissen, "Public Diplomacy Between Theory and Practice", Madrid Conference on Public Diplomacy, Elcano Royal Institute for International and Strategic Studies: Madrid, 2006, p 3-4.

¹⁸ Lord Carter of Coles, Public Diplomacy Review, December 2005, <http://www.fco.gov.uk/resources/en/pdf/public-diplomacy-review>

แผนภูมิที่ 3: โครงสร้างระดับนโยบายของการทูตสาธารณะอังกฤษ



สำหรับประเทศไทยอาจแล้ว ไม่มีประเทศใดในโลกที่มีทั้ง Hard Power และ Soft Power อย่างมหาศาล ทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพดังเช่นสหราชอาณาจักร นอกจากนี้ ดังที่กล่าวมาแล้ว ด้วยอิทธิพลจากภายนอกและศูนย์กลางทางวัฒนธรรม ในฐานะที่เคยเป็นเมืองขึ้นที่ให้ความสำคัญอย่างสูง ต่อการต่อสู้เพื่ออิสรภาพและสิทธิส่วนบุคคล สหราชอาณาจักรมักมีแนวโน้มที่จะเห็นอกเห็นใจ ประเทศต่าง ๆ ที่มีประวัติศาสตร์ของการต่อสู้เพื่ออิสรภาพ เช่นเดียวกับตน

ในด้านนโยบายต่างประเทศ สหราชอาณาจักรได้ให้ความสำคัญต่อการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมโดยตลอด โดยมีการดำเนินความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและศาสนา กับประเทศต่าง ๆ ทั้งในยุโรป ลาตินอเมริกา และเอเชีย ตั้งแต่ในศตวรรษที่ 18 ในส่วนของการต่างประเทศนี้ ได้มีการจัดตั้ง Division of Cultural Relations ขึ้นในปี พ.ศ. 2481 ซึ่งในเวลาต่อมาได้ให้ความสำคัญต่อการให้ทุนการศึกษาแก่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก โดยผ่าน US Information Agency (USIA) และ Fulbright Foundation เป็นหลัก

อย่างไรก็ได้ นโยบายและบทบาทด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของสหราชอาณาจักร ขาดความชัดเจนลงในช่วงสงครามโลกครั้งที่สองและภายหลัง โดยเฉพาะในช่วงสงครามเย็น เพราะการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมในยุคนั้น ถูกใช้เป็นเครื่องมือของ Hard Power อย่างชัดเจน จนทำให้เป็นการลำบากที่จะแยกแยะระหว่างการทูตสาธารณะและการโฆษณาชวนเชื่อในช่วงเวลาดังกล่าว

ในยุคปัจจุบัน ภายนอกประเทศญี่ปุ่นก่อการร้ายในปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้หันกลับมาให้ความสำคัญเป็นอย่างสูงต่อการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมอีกรึ่งหนึ่ง ด้วยการสร้างองค์กรใหม่ขึ้นแทน USIA ซึ่งยุบเลิกไปในปี พ.ศ. 2542 โดยเป็นส่วนหนึ่งของการต่างประเทศสหรัฐอเมริกา คือ Bureau of Public Affairs ภายใต้การดูแลของ Under Secretary of State for Public Diplomacy and Public Affairs ซึ่งตำแหน่งและหน่วยงานดังกล่าวเป็นหัวหอกสำคัญในด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้ง US Advisory Commission on Public Diplomacy ขึ้นในปี พ.ศ. 2550 โดยเป็นหน่วยงานในระดับรัฐสภา สมาชิกแต่ตั้งโดยประธานาธิบดี เพื่อทำหน้าที่ในการติดตามและให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานทางการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของรัฐบาล¹⁹

ในส่วนของประเทศต่าง ๆ ในเอเชียนี้ ปัจจุบันการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม ที่ได้รับความสำคัญเพิ่มขึ้นเป็นอย่างสูงเช่นกัน ดังที่ได้กล่าวมาแล้วในเบื้องต้นเกี่ยวกับแนวทางที่ประเทศจีนจัดตั้ง Confucius Center และอินเดียจัดตั้ง India Council for Cultural Relations อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะเกิดโครงการหรือสถาบันต่าง ๆ เหล่านี้ ได้มีการจัดองค์กรภายในประเทศขึ้น เพื่อกำหนดนโยบายและแนวทางโดยรวมของการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม อาทิ การที่รัฐบาลจีนเริ่มมีแนวความคิดด้าน “ruan shili” หรือ soft power ด้วยการที่เจ้าหน้าที่และนักวิชาการระดับสูงของจีนกล่าวว่า “วัฒนธรรมคือหัวใจของ soft power ของจีน”²⁰

ในอินเดียก็เช่นกัน ในปี พ.ศ. 2549 รัฐบาลได้จัดตั้งสำนักงานการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy Office) ขึ้นในกระทรวงการต่างประเทศ โดยอิงรูปแบบจาก Bureau of Public Affairs ของกระทรวงการต่างประเทศสหรัฐอเมริกา

สำหรับประเทศไทยในปี พ.ศ. 2549 กระทรวงการต่างประเทศญี่ปุ่นยังได้ขอให้องค์กรภาคเอกชนและภาควิชาการจัดตั้งคณะกรรมการขึ้นเพื่อหาแนวทางในการสร้างความเข้มแข็ง ให้กับการทูตสาธารณะของญี่ปุ่น โดยแต่งตั้งให้นาย Fujio Cho รองประธานของ Toyota Motor Corporation เป็นประธาน นอกจากนี้ ภายนอกการจัดตั้ง Japan Foundation ขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 ได้มีการรื้อฟื้นโครงการและกิจกรรมของมูลนิธิดังกล่าวขึ้นใหม่ โดยเมื่อปี พ.ศ. 2551 นาย Yasuo Fukuda นายกรัฐมนตรีในขณะนั้น ได้ประกาศนโยบายที่จะเพิ่มจำนวนนักศึกษานานาชาติในประเทศไทยญี่ปุ่น โดยเริ่มจากการส่งเสริมการศึกษาภาษาญี่ปุ่นโดยผ่าน Japan Foundation²¹

¹⁹ <http://www.state.gov/>

²⁰ Wu Jianmin, “significance of cross cultural communication can't be underestimated”, People's Daily, 5 September 2006. Wu Jianmin เป็นประธานของ Chinese Foreign Affairs University

²¹ คำแผลงนโยบายของนายกรัฐมนตรี Yasuo Fukuda ต่อสภา Diet เมื่อเดือนมกราคม 2551

ในส่วนของประเทศเกาหลีใต้ มีการจัดตั้ง Korean Foundation ขึ้นในปี พ.ศ. 2534 โดยมุ่งส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวิชาการเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศ มาถึงปัจจุบัน รัฐบาลเกาหลีใต้ได้ประกาศว่า จำนวนทางวัฒนธรรมเป็นกุญแจหลักของนโยบายต่างประเทศ และมุ่งส่งเสริมความโดดเด่นของวัฒนธรรมเกาหลีในเวทีโลก²²

ผลพวงจากแนวนโยบายในประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย ที่ต้องการส่งเสริมภาษาและวัฒนธรรมของตนให้ในปัจจุบัน ญี่ปุ่นมีนโยบายที่จะเพิ่มจำนวนสำนักงานสาขาของ Japan Foundation จากปัจจุบันจำนวน 39 แห่งทั่วโลก เป็นอย่างน้อยอีกหนึ่งเท่าตัว โดยอาศัยเครือข่ายการสอนภาษาญี่ปุ่น เช่น Nippon Foundation และ Tokyo Foundation รวมทั้งการร่วมมือและมอบทุนการศึกษาผ่านมหาวิทยาลัยในประเทศต่าง ๆ

ในขณะเดียวกัน ในปัจจุบันจีนมีการจัดตั้งสำนักงานสาขาของ Confucius Institute of China ขึ้นมาแล้วเกือบ 190 แห่ง ภายในระยะเวลาสั้น ๆ เพียงสองปี ซึ่งถือว่าเป็นการเติบโตอย่างรวดเร็ว เมื่อเปรียบเทียบกับ British Council ซึ่งมีสาขารวม 126 แห่งในส่วนต่าง ๆ ของโลก L'Alliance Francais มี 1,071 แห่ง และ Goethe Institut มี 101 แห่ง ในปัจจุบัน²³

ซึ่งนอกเหนือจากการส่งเสริมวัฒนธรรมจีน โดยผ่านการสอนภาษาแล้ว จีนยังได้ใช้กลไกอื่น ๆ ด้วย โดยเฉพาะการใช้การเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและในต่างประเทศ เช่นการที่จีนเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันโอลิมปิกเมื่อปี พ.ศ. 2551 และการให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจแก่ประเทศยากจนในเอเชียและแอฟริกา ดังจะเห็นได้ว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 จีนเป็นผู้ที่ให้ความช่วยเหลือด้านอาหารแก่ประเทศต่าง ๆ ในแอฟริกามากเป็นอันดับสามของโลก และเป็นผู้บริจาคเงินเพื่อการพัฒนามากเป็นอันดับหนึ่งในกัมพูชาและฟิลิปปินส์²⁴

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยเหล่านี้ นอกจากหันมาสนใจการใช้การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือของนโยบายต่างประเทศมากขึ้นเป็นเท่าทวีคูณแล้ว ในปัจจุบัน หลายประเทศได้เริ่มที่จะมองการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการยกระดับการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมเป็นภาระดับชาติ มีการกำหนดหน่วยงานกลางกำหนดวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ และแนวทางบริหารอย่างชัดเจน

²² Shin-Wha Lee, Soft Power and Korean Diplomacy, Korea University, February 2008, 19.

²³ Toshiro Kitamura, "Osokutemo shinaiyori ii taigai Nihongo kyoiku kyoka (Better Late than Never: Strengthening Japanese Language Education Abroad)," Foresight, June 2008, 68-69.

²⁴ Ingrid d'Hooghe, "The Rise of China's Public Diplomacy", Netherlands Institute of International Relations: Clinggendaal, July 2007, 29-43.

4.5 การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของไทย

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมไม่ใช่สิ่งใหม่สำหรับประเทศไทย ตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัยหรือกรุงศรีอยุธยา การดำเนินการทูตไทยก็จะมีมิติของการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมร่วมอยู่ด้วยเสมอ ในยุคกรุงรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เคยทรงเสนอที่จะมอบช้างเพื่อเป็นของขวัญให้กับ “ประชาชน” ชาวอเมริกา เพื่อใช้สรุบในสังคมกลางเมือง

ในยุคภายในหลังสังคมโลกครั้งที่สอง กระทรวงการต่างประเทศได้จัดตั้งกรมสารนิเทศขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2503 เพื่อทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร และนโยบายของประเทศไทย ในเรื่องต่าง ๆ ให้นานาประเทศได้ทราบ อวย่างไรก็ดี ในช่วงเวลานี้ แม้ว่าจะมีการจัดตั้งกองวัฒนธรรมสัมพันธ์ขึ้นมาด้วยเช่นกัน แต่กิจกรรมหลักด้านการทูตสาธารณะของกระทรวงฯ ยังคงจำกัดอยู่ในด้านการของการสนับสนุน (Advocacy) และการใช้สื่อแพร่ภาพและกระจายเสียงระหว่างประเทศ (International Broadcasting) ในขณะที่กิจกรรมด้านการทูตเชิงแลกเปลี่ยน (Exchange Diplomacy) อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกรมวิเทศสหการ ส่วนกิจกรรมด้านการทูตวัฒนธรรมไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน แต่กิจกรรมส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบ และการประสานงานกันระหว่างกรมสารนิเทศ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมประชาสัมพันธ์ ส่วนกิจกรรมด้านการรับฟัง (Listening) นั้น เป็นหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลไทยในประเทศต่าง ๆ แต่ไม่ปรากฏว่ามีการประมวลผลในภาพรวมอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายต่างประเทศ หรือนโยบายของประเทศไทยต่อประเทศต่างๆ

จนกระทั่งเมื่อวันที่ 10 กันยายน พ.ศ. 2535 คณะรัฐมนตรีได้มีมติอนุมัติให้กระทรวงการต่างประเทศใช้ “วัฒนธรรม” เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประเทศไทย ตลอดจนเพื่อส่งเสริมและกระชับความสัมพันธ์ทั้งด้านการเมืองและเศรษฐกิจกับมิตรประเทศ โดยมีกลไกดำเนินงานในรูปของคณะกรรมการ ซึ่งประกอบด้วย ส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง เป็นผู้กำหนดทิศทางการดำเนินงาน และมีกองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ เป็นหน่วยงานส่วนกลาง และทำหน้าที่ในการประสานงานกับสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุล และสำนักงานอื่น ๆ ในต่างประเทศเพื่อปฏิบัติให้เป็นไปตามแนวทางที่คณะกรรมการฯ ได้กำหนด

ในปี พ.ศ. 2547 เพื่อให้มีเอกสารในการบริหารงานการทูตสาธารณะ คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้โอนภารกิจกรมวิเทศสหการมาสังกัดกระทรวงการต่างประเทศ โดยเปลี่ยนชื่อเป็น สำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศ มีภารกิจหลักในการดำเนินการเกี่ยวกับทุนการศึกษา

และฝึกอบรมที่ประเทศไทยจัดสรรให้กับรัฐบาลและองค์การระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั่วประเทศเพื่อนบ้านและประเทศไทยในส่วนอื่น ๆ ของโลก รวมทั้งห้องเรียนและการศึกษาและฝึกอบรมที่คุณไทยได้รับจากรัฐบาลต่างประเทศ

ในปี พ.ศ. 2548 รัฐบาลได้มอบหมายให้กระทรวงการต่างประเทศกำหนดยุทธศาสตร์การทูตวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับการทูตวัฒนธรรมให้เป็น “แนวทางหลัก” ใน การดำเนินนโยบาย “เชิงรุก” ซึ่งใช้วัฒนธรรมเป็นสื่อกลางในการแก้ไขภาพลักษณ์ ส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จัก ยอมรับ ชื่นชม และแพร่หลายไปทั่วโลก ตลอดจนสร้างความเข้าใจที่ถูกต้อง และความรู้สึกที่ดีต่อกันระหว่างชาวไทยกับชาวต่างประเทศ โดยมุ่งอาศัยกระแสโลกกว้างนี้ และเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่ เป็นเครื่องมือนำเสนอด้วยภาษาไทย ตลอดจนสื่อมวลชน ยังคงมีบทบาทสำคัญในการขยายความสัมพันธ์และความร่วมมือระดับประชาชน²⁵

ในเดือนธันวาคม พ.ศ. 2550 กระทรวงการต่างประเทศได้จัดตั้งมูลนิธิไทย (Thai Foundation) ขึ้น เพื่อเป็นกลไกหลักในการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม เพื่อกระชับความสัมพันธ์ในระดับประชาชน โดยมีฐานะเป็นองค์กรอิสระภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการต่างประเทศ²⁶ ณ เวลาการจัดทำรายงานการศึกษาฉบับนี้ มูลนิธิฯ ยังไม่ได้เริ่มดำเนินงาน และยังคงอยู่ระหว่างการจัดตั้งองค์กร

และเมื่อเดือนมีนาคม พ.ศ. 2552 กรมสารนิเทศได้จัดทำแผนแม่บทว่าด้วยการดำเนินการด้านการทูตวัฒนธรรมในการอบรมการทูตสาธารณะ²⁷ ขึ้น ซึ่งปัจจุบันยังอยู่ระหว่างการวางแผนงานในการปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามแผนแม่บทดังกล่าว

นอกเหนือจากการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม โดยกระทรวงการต่างประเทศแล้ว ยังมีหน่วยราชการอื่น ๆ ของไทยที่รับผิดชอบ หรือดำเนินงานเกี่ยวกับข้องกับเรื่องดังกล่าวด้วย โดยแต่ละหน่วยราชการสามารถดำเนินนโยบายของตนเอง ทั้งนี้ ในบางกรณีอาจมีการนำแนวโน้มนโยบายเสนอต่อกันระหว่างรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาอนุมัติในหลักการ เช่นเมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2552 กระทรวงวัฒนธรรมได้นำเสนอร่างแผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2550-2559) ต่อคณะรัฐมนตรี²⁸ ซึ่ง ณ เวลาการจัดทำเอกสารศึกษาฉบับนี้ คณะรัฐมนตรียังคงรอรับฟังความเห็นของหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับร่างแผนแม่บทดังกล่าว

²⁵ กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ, แผนยุทธศาสตร์การทูตวัฒนธรรม, 24 พฤษภาคม 2548

²⁶ กระทรวงการต่างประเทศ, แนวทางการจัดตั้งมูลนิธิไทย (Thai Foundation), 6 มิถุนายน 2551

²⁷ กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ, แผนแม่บทว่าด้วยการดำเนินการด้านการทูตวัฒนธรรมในการอบรมการทูตสาธารณะ, มีนาคม 2552

²⁸ กระทรวงวัฒนธรรม, แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2552-2559)

สาระสำคัญของร่างแผนแม่บทดังกล่าวมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินความสัมพันธ์ กับต่างประเทศในหลายประเด็นด้วยกัน อาทิ ข้อเสนอให้มีการจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมในต่างแดน การสร้างแหล่งองค์ความรู้วัฒนธรรมไทยด้วยการค้นคว้าวิจัยในต่างประเทศ การจัดงานเทศกาลไทย (Thai Festival) ในต่างประเทศ การผลิตสื่อด้านวัฒนธรรมเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั่วโลก การสร้างถาวรวัตถุซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทยในต่างประเทศ และการส่งคณะนาฏศิลป์ไทยไปแสดงในต่างประเทศ

นอกเหนือจากการระหว่างวัฒนธรรมแล้ว หน่วยงานราชการและองค์กรของรัฐอื่น ๆ ก็มี การกำหนดนโยบายและดำเนินนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการทุตสาธารณณะและการทุตวัฒนธรรม เช่นเดียวกัน อาทิ รัฐสภา กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ

ตัวอย่างกิจกรรมของหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้มี อาทิ การที่สมาชิกรัฐสภาไทยเข้าร่วมในการประชุมต่าง ๆ ของสหภาพรัฐสภา (inter-Parliamentary Union) รวมทั้งการเข้าร่วมในมติใด ๆ ของการประชุมต่าง ๆ ดังกล่าว การที่กระทรวงศึกษาธิการทำความตกลงเรื่องทุนการศึกษาและแลกเปลี่ยนนักศึกษากับต่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันได้มีการทำความตกลงไปแล้วกับเกือบ 70 ประเทศ ที่น่าสนใจคือ กองการสัมพันธ์ต่างประเทศ กระทรวงศึกษาธิการมีบทบาทหน้าที่ในการเป็น “ศูนย์กลางและหน่วยประสานงานด้านการต่างประเทศ ด้านการศึกษา การศาสนา และวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังทำการส่งเสริม เพย์แพร์ และบริการข้อมูลข่าวสารทางวิชาการ ทุนการศึกษา วิจัย ฝึกอบรม และคุณานุ พัตต์ ต่างประเทศ จัดประชุมและเจรจาธุรกิจนานาชาติ ทั้งในและต่างประเทศ กำหนดท่าที และประสานนโยบาย ส่งคณะผู้แทนไทยไปประชุมนานาชาติ”²⁹ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีกิจกรรม อาทิ โครงการ Amazing Thailand ซึ่งเริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 และดำเนินมาเป็นช่วง ๆ อย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ทั้งในประเทศไทยและในต่างประเทศ ในรูปแบบต่างๆ เช่น Amazing Thailand Vacation, Amazing Seven Wonders of Thailand, Amazing Thailand Grand Sale ฯลฯ และการที่สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการจัด Roadshow ในต่างประเทศ นำเสนอข้อมูล ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยให้กับชาวต่างชาติ เพื่อเชิญชวนให้องค์กรและประเทศต่าง ๆ เดินทางมาจัดการประชุมและนิทรรศการในประเทศไทย

นอกเหนือจากการกิจและกิจกรรมประจำที่กระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานต่าง ๆ ดังกล่าวปฏิบัติอย่างต่อเนื่องแล้ว ในปัจจุบันในระดับนโยบาย ประเทศไทยยังมีอีกอย่างน้อยสองกรอบที่ครอบคลุมการดำเนินนโยบายด้านการทุตสาธารณณะและการทุตวัฒนธรรม

²⁹ กระทรวงศึกษาธิการ, <http://www.bic.moe.go.th/favicon.ico>

กล่าวคือ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) และฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559) ได้มีการกล่าวถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวและการส่งออกของไทย อันเป็นส่วนหนึ่งของแนวความคิดด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) ของไทย โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผนวกกับจุดแข็งและวิถีชีวิต ความเป็นไทย เพื่อสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในการดำรงชีวิต ให้กับประชาชนชาวไทย

นอกจากนี้ คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่ในการจัดทำร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ยังได้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศขึ้น โดยคณะกรรมการซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะพิจารณาเสนอแนวทางในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย ทั้งในภาพรวมและในภาคเศรษฐกิจและสังคม เพื่อเสนอคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นระยะๆ และเมื่อต้นปี พ.ศ. 2552 ได้ประกาศแผน “Thailand Roadmap 2030: The New Era of Thai Society” เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพด้านการแข่งขันของไทยกับประเทศอื่นๆ ในโลก³⁰

ส่วนอีกรอบหนึ่งคือ การที่รัฐบาลชุดปัจจุบันได้จัดตั้งคณะกรรมการประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของประเทศไทยขึ้น ควบคู่ไปกับแนวความคิดด้านการสร้าง Brand ให้กับประเทศไทยในสายตาของชาวต่างชาติ หรือ Branding Thailand

อนึ่ง แนวความคิดเรื่อง Branding Thailand นี้ เดิมที่มีขึ้นในปี พ.ศ. 2546 เมื่อรัฐบาลในขณะนั้นได้ร่วมมือกับสถาบันศศินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ Kellogg School of Management มหาวิทยาลัย Northwestern สหรัฐอเมริกา เพื่อจัดทำการสำรวจความคิดเห็นและทัศนะของประชาชนในสหรัฐอเมริกา และอีกกว่า 30 ประเทศ เกี่ยวกับประเทศไทย ซึ่งขณะนี้ คณะกรรมการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างความเชื่อมั่นและภาพลักษณ์ของประเทศไทย กำลังดำเนินการเพื่อทำการสำรวจและประเมินภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาของชาวต่างชาติอีกครั้งหนึ่ง³¹

³⁰ The Government Public Relations Department, “Thailand’s Road Map 2030: The New Era of Thai Society”, 17 February 2009. http://thailand.prd.go.th/view_inside.php?id=4089

³¹ Maesincee, S., Nuttavuthisit, K., Ayawongs, A. and Phasukvanich, N. (2003) “Branding Thailand: Building a favorable country image for Thai products and services”, Sasin Journal of Management, Vol. 9, No. 1, 21–26.

4.6 ประเด็นปัญหาของการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรมของไทย

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยมีหลายหน่วยงานและองค์กรที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรม และแม้ว่าในหลักการจะมีการประสานงานกันอย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ดังกล่าว ด้วยการที่เจ้าของหน่วยงานเชิญให้ผู้แทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ เข้าร่วมในการกำหนดนโยบายหรือกำหนดแผนงานของตน แต่ในทางปฏิบัติ ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจน และพอสรุปได้คือ

4.6.1 ไม่มีการกำหนดคำนิยาม (definition) และกรอบนโยบายที่ชัดเจนที่เห็นพ้องร่วมกัน ทุกฝ่ายว่า ทิศทางในระยะสั้นและระยะยาวควรเป็นอย่างไร ความมุ่งหมายและกิจกรรมอย่างไร ข้างโครงการหรือกิจกรรมใดควรจัดว่าเป็นการทุตสาธารณะ หรือการทุตวัฒนธรรม และควรกำหนดหน่วยงานหรือบุคคลที่เกี่ยวข้องอย่างไร

4.6.2 ไม่มีศูนย์กลางหรือองค์กรกลางอย่างแท้จริงในการกำหนดนโยบายหรือทิศทาง เกี่ยวกับการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรม และแม้ว่าจะมีการกำหนดแนวทางต่าง ๆ ไว้ในเอกสารแนวนโยบาย เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ Thailand Roadmap หรือ แผนแม่บท แต่ก็ไม่ปรากฏว่าทุกหน่วยงานได้นำนโยบายหรือแผนต่าง ๆ ดังกล่าวไปปฏิบัติอย่างแท้จริง

4.6.3 เมื่อไม่มีศูนย์กลางหรือองค์กรกลางในการกำหนดนโยบายและทิศทาง ก็ทำให้ไม่มี การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจน ไม่สามารถทราบได้ว่าหน่วยงานใดควรรับผิดชอบและปฏิบัติภารกิจใด หรือเมื่อรับงานไปแล้วได้ปฏิบัติจริง หรือปฏิบัติอย่างเต็มความสามารถ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหรือไม่ หากการวางแผนตารางการทำงานสำหรับโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกัน ทำให้ไม่เกิด synergy ในการทำงาน และไม่สามารถตักตวงผลประโยชน์จากการที่ทุกหน่วยงานมีเป้าประสงค์ร่วมกัน และสืบท่อที่หรือความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกัน และที่สำคัญคือ ไม่มีการจัดลำดับความสำคัญ หรือความสอดคล้องตอบรับกันระหว่างโครงการและกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะทำ

4.6.4 เมื่อไม่มีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบและประสานโครงการหรือกิจกรรมที่ทำ ก็ทำให้ไม่สามารถมีโครงการระยะยาวที่สามารถนำมาปฏิบัติได้อย่างเป็นขั้นตอนหรือลำดับขั้นตอน (phase) เพื่อให้บรรลุเป้าหมายหลักในภาพรวม

4.6.5 ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีอิสระในการกำหนดนโยบายและแผนงานของตนเอง ขึ้นมา โดยส่วนใหญ่เพียงให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้รับทราบ หรือออกความเห็นเพิ่มเติม เพื่อเป็นการเสริมหรือปรับปรุงสิ่งที่ได้กำหนดไว้ก่อนแล้ว ทำให้โครงการหรือกิจกรรมที่ทำไปมีลักษณะเป็นโครงการหรือกิจกรรมเฉพาะของหน่วยงานนั้น ๆ มากกว่าเป็นของประเทศชาติโดยรวม

4.6.6 เนื่องจากไม่มีการกำหนดนโยบายในการรวมอย่างชัดเจน ทำให้การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณในแต่ละปี เป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร และเมื่อการจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณขาดประสิทธิภาพ ผลลัพธ์จากการดำเนินงานในแต่ละโครงการหรือกิจกรรมก็มีประสิทธิภาพที่จำกัด เช่น กัน และที่สำคัญคือ ขาดความต่อเนื่อง ทำให้แต่ละโครงการหรือกิจกรรมเป็นงานเฉพาะกิจเป็นส่วนใหญ่ เมื่อดำเนินกิจกรรมเหล่านี้เสร็จสิ้นก็ถือว่าเป็นการสิ้นสุดของการกิจ

4.6.7 ไม่มีการประเมินผลการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ โดยใช้มาตรฐานเดียวกัน หรือการทำการประเมินโดยองค์กรอิสระหรือบุคคลที่สาม ทำให้ไม่อาจทราบผลสำเร็จของโครงการหรือกิจกรรมได้อย่างแท้จริง เป็นอุปสรรคต่อการปรับปรุงแก้ไขหรือต่อยอดโครงการและกิจกรรมที่ดี รวมทั้งการยกเลิกกิจกรรมที่ด้อยอัปประโยชน์

4.6.8 ไม่มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์และแนวทางปฏิบัติที่ดี (good practices) ระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ อันมีผลต่อการปรับปรุงประสิทธิภาพและการวางแผนระยะยาว

4.6.9 ไม่มีความชัดเจนหรือแผนงานว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จากการมีส่วนร่วมขององค์กรภาคเอกชนหรือภาคสังคมของไทยได้อย่างไร

ประเด็นปัญหาต่าง ๆ ข้างต้นสามารถจัดหมวดหมู่และแบ่งออกได้เป็น 3 ระดับ คือ ระดับวิสัยทัศน์ ระดับบริหาร และระดับปฏิบัติการ แสดงไว้ในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1: สรุปประเด็นปัญหาของการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรมของไทย

ระดับวิสัยทัศน์	ระดับบริหาร	ระดับปฏิบัติการ
ไม่มีการกำหนดนิยามและกรอบนโยบายที่ชัดเจน ทั้งในระเบียบสั้นและระเบียบยาว	ไม่มีองค์กรกลางในการกำหนดนโยบาย	ไม่มีการจัดแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน
ไม่มีความชัดเจนหรือแผนงานว่าจะสามารถใช้ประโยชน์จาก การมีส่วนร่วมขององค์กรภาคเอกชนหรือภาคสังคมไทย ได้อย่างไร	ไม่สามารถกำหนดนโยบายทั้งในระเบียบสั้นและระเบียบยาว	ทุกหน่วยงานมีอิสระในการกำหนดนโยบายและแผนงานของตนเอง
	การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณ ไม่มีประสิทธิภาพ เท่าที่ควร	ไม่มีการแลกเปลี่ยน ประสบการณ์และแนวทางปฏิบัติที่ดีระหว่างกัน
	ไม่มีการประเมินผลการดำเนินโครงการหรือกิจกรรมต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ	

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ในยุคปัจจุบันการใช้ Hard Power อย่างชัดเจนและเปิดเผยในการดำเนินนโยบายต่างประเทศเป็นที่ยอมรับน้อยลงของอารยประเทศ ในเวลาเดียวกันการใช้ Soft Power ได้รับความสนใจและความสำคัญมากขึ้น อย่างไรก็ได้ ประเทศต่างๆ จะสามารถดึง Soft Power ของตนออกมายield ให้มากเพียงใด ย่อมขึ้นกับต้นทุนทาง Hard Power โดยเฉพาะในด้านความแข็งแกร่งทางการเมือง ทางทหาร และทางเศรษฐกิจ ยิ่งมีความแข็งแกร่งในด้านต่างๆ ดังกล่าวมากเท่าไร ความหลากหลายของ Soft Power ก็จะเพิ่มมากขึ้น และจะมีทรัพยากรและงบประมาณเพื่อดำเนินงานด้าน Soft Power มากขึ้นเช่นกัน

อย่างไรก็ตาม ทุกประเทศย่อมมีข้อความสามารถด้าน Hard Power และทรัพยากรต่างๆ ลดหลั่นกันไป บ่อยครั้งที่ประเทศที่มีความด้อยด้าน Hard Power ต้องนำ Soft Power มาใช้ ไม่ใช่เพื่อเพิ่มศักยภาพด้าน Hard Power ของตน แต่เพื่อมาช่วยลดจุดด้อยด้าน Hard Power ของตน

สำหรับประเทศที่มีค่านิยมทางสังคมและวัฒนธรรมที่เป็นยอมรับของนานาประเทศอยู่แล้ว เช่นประเทศต่างๆ ในยุโรปที่มีทัศนะอันเป็นที่ยอมรับของสังคมโลกในเรื่องสิ่งแวดล้อมและสิทธิมนุษยชน การใช้ Soft Power ของประเทศเหล่านี้ย่อมมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศที่มีต้นทุนด้าน Hard Power สูง แต่ไม่ได้รับการยอมรับจากประเทศต่างๆ ในด้านจริยธรรม

แนวคิดเรื่อง Soft Power นี้ เกี่ยวข้องโดยตรงและนับว่ามีความสำคัญอย่างมากในการนำ การทุตสาหารณะและการทุตวัฒนธรรมมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทุตวัฒนธรรมนี้ ถือว่าเป็นมิติที่สำคัญทางการทุตหรือการดำเนินนโยบายต่างประเทศ ที่สำคัญคือ ประเทศต่างๆ จะต้องกำหนดและจัดประเภทของโครงการและกิจกรรมต่างๆ ของตนให้ชัดเจนว่า จะใช้จดว่าเป็นการทุตสาหารณะ จะใช้จดว่าเป็นการทุตวัฒนธรรม แม้ว่าการทุตวัฒนธรรมจะถือเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการทุตสาหารณะ แต่การทุตวัฒนธรรมจะช่วยให้ประเทศผู้ดำเนินนโยบายหลุดพ้นจากภาพลักษณ์หรือรอบโครงการและการกิจกรรมเดิมๆ ที่ทำอยู่ ไม่ว่าจะเป็นในด้าน การของการสนับสนุน (Advocacy) การทุตเชิงแลกเปลี่ยน (Exchange Diplomacy) หรือการให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ

การทุตวัฒนธรรมแตกต่างจากไกกลอี่นๆ ของการทุตสาธารณะกล่าวคือ การทุตวัฒนธรรมสามารถโน้มน้าวและเข้าถึงความรู้สึกนึกคิด ความนิยมชมชอบ และความเชื่อถือของปัจเจกบุคคล ในสังคมอี่นๆ ได้โดยตรง เป็นการยอมรับที่สูงกว่ามิติทางการเมือง การทหาร การข่มขู่ หรือการซักจุ่งใดๆ

ความโอดเด่นอีกประการหนึ่งของการทุตวัฒนธรรมคือ เป็นกลไกทางการทุตที่สามารถมีวิัฒนาการและปรับให้มีความทันยุคทันสมัยได้ตลอดเวลา ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างของหลายประเทศในปัจจุบันที่ให้ความสำคัญต่อการเผยแพร่ Pop Culture ของตนไปทั่วโลก โดยผ่านสื่อเอ็คทรอนิกส์สมัยใหม่ ซึ่งเป็นวิธีการที่ทำให้ชื่นลึกและรวดเร็วในต่างประเทศ หาก Pop Culture ของตนมีความโอดเด่นเพียงพอ

อุปสรรคสำคัญสำหรับประเทศไทยที่ด้อย Hard Power ดังเช่นประเทศไทยในการนำ Soft Power มาใช้ให้ได้ผลสูงสุด โดยผ่านการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรมนี้ คือการที่ไม่มอง Soft Power ของตนเองอย่างเป็นระบบในภาพใหญ่ ทำให้ไม่มีการกำหนดนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ไม่สามารถดึงจุดเด่นและต้นทุนที่ตนมีอยู่ออกมายังได้ อย่างเต็มที่ ไม่สามารถจัดสรรงบประมาณ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีเอกสาร ระหว่างหน่วยงานผู้ปฏิบัติ และไม่สามารถมีการประเมินผลของโครงการและกิจกรรมต่างๆ ได้อย่างเที่ยงตรง

5.2 ข้อเสนอแนะ

ปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการทำให้การทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรมของไทยมีความโอดเด่นในเวทีโลกนี้ ส่วนใหญ่มีพื้นฐานมาจากวิธีการบริหารงาน (Management) ซึ่งการแก้ไขนี้ จะต้องพิจารณาจากหลายแง่มุม และต้องแก้ไขปัญหาอย่างเป็นขั้นตอน โดยอาศัยหลักการบริหารงานทั่วไป (General Management) และการบริหารโครงการ (Project Management) เข้าช่วย

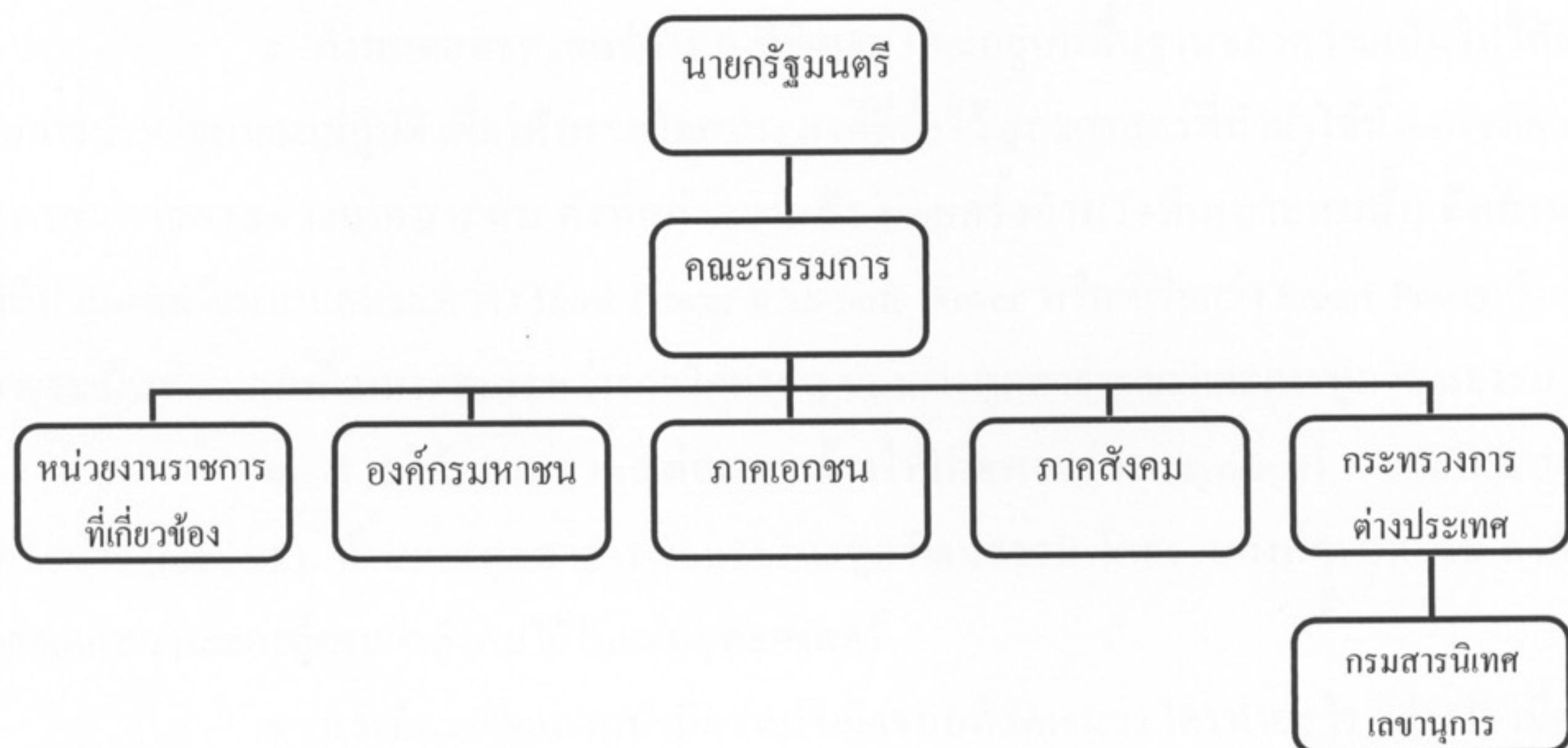
วิธีการแก้ไขคือ

5.2.1 ประการแรก รัฐบาลจะต้องเป็นเจ้าของ (take the lead or ownership) ของการดำเนินนโยบายการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรม ไม่ใช่มอบหมายให้หน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งรับผิดชอบทั้งหมด หรือกระจายความรับผิดชอบออกไปอย่างไรทิศทาง การที่รัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดนโยบายนี้ อาจจัดตั้งขึ้นมาในลักษณะคณะกรรมการระดับชาติ โดยมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธาน คณะกรรมการชุดนี้ควรประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคสังคม

5.2.2 รัฐบาลควรจัดตั้งหรือมอบหมายให้มีหน่วยงานกลางขึ้นมาเพื่อวางแผนและผลักดันติดตามและประเมินวาระด้านการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรมอย่างจริงจัง โดยหน่วยงานดังกล่าวควรรายงานโดยตรงต่ออนายกรัฐมนตรีและทำหน้าที่ฝ่ายเลขานุการของคณะกรรมการระดับชาติข้างต้น ซึ่งในที่นี้ กระทรวงการต่างประเทศน่าจะมีความเหมาะสมมากที่สุดในการทำหน้าที่ดังกล่าว เนื่องจากเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการดำเนินนโยบายต่างประเทศ

จากข้อ 5.2.1 และ 5.2.2 ข้างต้น โครงสร้างของหน่วยงานที่ดูแลการดำเนินนโยบายการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรมของไทยอาจมีลักษณะดังนี้

แผนภูมิที่ 4: โครงสร้างคณะกรรมการระดับชาติด้านการทุตสาธารณะและการทุตวัฒนธรรม



5.2.3 สำหรับการวางแผนของหน่วยงานดังกล่าวนั้น อาจทำได้โดยการใช้กระบวนการวางแผน (Planning Process) คือ

ก. กำหนดนิยามและจัดแบ่งประเภทของกลไกและกิจกรรมอย่างชัดเจนว่า อะไรควรอยู่ในการอบรมของการทุตสาธารณะ อะไรควรจัดว่าเป็นการทุตวัฒนธรรม

ข. วิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน ที่ผ่านมาเป็นเวลาหลายสิบปี หรือแม้แต่ในหลายศตวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยและคนไทยทราบดีว่าอะไรคือจุดเด่นและจุดด้อยของประเทศไทยและของความเป็นไทย (Thainess) นอกจากนี้ เรา yang ทราบในระดับหนึ่งด้วยว่าอะไรคือสิ่งที่ทำให้ชาวต่างชาติรักคนไทยหรือไม่นิยมประเทศไทยอย่างไรก็ดี สิ่งที่เราทราบนั้น มีความล้ำเอียงหรืออคติของเราแห่งอยู่ด้วย ดังนั้น สิ่งแรกที่รัฐบาลไทยควรทำคือการสำรวจทัศนคติของประชาชนใน

ส่วนต่างๆ ของโลกเกี่ยวกับประเทศไทย เพื่อให้ทราบว่า ความเข้าใจหรือข้อสมมุติฐานที่เรามีเกี่ยวกับการที่สาธารณะในต่างประเทศมองประเทศไทยนั้น มีความถูกต้องมากน้อยเพียงใด การที่คณะกรรมการประชาชนพัฒนาระบบสำรวจและประเมินภาพลักษณ์ของประเทศไทย มีมติให้มีการว่าจ้างบริษัทเอกชนพัฒนาระบบสำรวจและประเมินภาพลักษณ์ของประเทศไทยในต่างประเทศ ถือเป็นก้าวแรกในทิศทางที่ถูกต้อง เนื่องจากเราควรจะทราบก่อนว่า โจทย์หรือปัญหาคืออะไร ข้อมูลที่เราต้องการมีเพียงพอหรือไม่ก่อนที่จะวางแผนรองรับ หรือกำหนดนโยบายด้านการทูตวัฒนธรรม

ค. กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนสำหรับการดำเนินการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม โดยเป้าหมายนั้น ๆ ความสามารถวัดผลได้จริงในระยะเวลาที่กำหนด

ง. ควรมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย หรือแบ่งกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนสำหรับแต่ละโครงการและกิจกรรมที่จะทำ และควรมีการสำรวจสภาพแวดล้อมของกลุ่มเป้าหมายเพื่อประโยชน์ในการกำหนดยุทธศาสตร์

จ. กำหนดยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่ชัดเจน และอยู่บนพื้นฐานของความเป็นไปได้จริงในการนำนโยบายมาปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ยุทธศาสตร์ที่นำมาใช้นั้น อาจมีความหลากหลายตามความเหมาะสม ดังที่กล่าวมาแล้ว น้อยครั้งอ่านใจที่เหมาะสมนั้น คืออ่านใจที่มีส่วนผสมที่เหมาะสมระหว่าง Hard Power และ Soft Power หรือที่เรียกว่า Smart Power ในที่นี้อาจจะเป็นส่วนผสมที่เหมาะสมระหว่างกลไกต่าง ๆ ของการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม

ฉ. ควรให้ความสำคัญต่อการสร้างให้เกิดพลังร่วม (synergy) และการสร้างเครือข่าย (network) ด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม โดยรวมองค์กรมหาชน องค์กรภาครัฐ และองค์กรภาคสังคมไว้ในแผนยุทธศาสตร์

ช. ควรมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบที่ชัดเจนว่า ใครทำอะไร อย่างไร เมื่อใด หรือโครงการและกิจกรรมที่จะทำนั้น ควรมีหน่วยงานใด หรือบุคคลใดเข้ามาเกี่ยวข้องบ้าง การจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบนี้ ควรใช้หลักการของ Role & Responsibility Charting หรือ Role & Responsibility Matrix หรือ RACI Matrix (Responsibility, Accountability, Consult and Inform Matrix) เข้าช่วย ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 2: ตัวอย่างการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การกิจ	ประเภทของ กิจกรรม	กต	กก	ศธ	วธ	ททก	รส	สสปน
เผยแพร่ Pop Culture	CD	C	I	I	A,R	A,R	I	C
การแสดงนาฏศิลป์	CD	C	I	-	A,R	C	-	I
สร้างคลาสไทยใน เยอรมนี	CD	A,R	I	-	A,R	C	I	I
Thailand MICE Roadshow	Advocacy	C	C	-	I	C	-	A,R
มอบทุนการศึกษาให้ กานา	Exchange	A,R	-	C	-	-	I	-
เสนอเป็นเจ้าภาพ SEA Games	Advocacy	C	A,R	I	I	I	I	I
Promote Amazing Thailand	Advocacy	C	C	-	C	A,R	I	C
การประชุม IPU ที่กรุง โรม	Exchange	C	-	-	-	-	A,R	-

หมายเหตุ:

CD – Cultural Diplomacy

วธ - กระทรวงวัฒนธรรม

กต – กระทรวงการต่างประเทศ

ททก - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กก - กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รส – รัฐสภา

ศธ - กระทรวงศึกษาธิการ

สสปน - สำนักงานส่งเสริมการจัดการประชุมและ นิทรรศการ

ทั้งนี้ หน่วยงานที่ควรได้รับการ Inform (I) เสนอในทุกโครงการและกิจกรรมคือ คณะกรรมการบริหารและหน่วยงานกลางในข้อ 5.2.2 ซึ่งทำหน้าในการกำหนดโครงการและมอบหมาย ความรับผิดชอบให้กับแต่ละหน่วยงานตั้งแต่ต้น

๗. นอกจากนี้จากการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบระหว่างหน่วยงานภาครัฐแล้ว ควรกำหนดด้วยว่าองค์กรภาคเอกชนและภาคสังคมของไทย สามารถมีบทบาทหน้าที่ในแต่ละ โครงการหรือแผนงานได้อย่างไร เช่น มูลนิธิไทย ควรมีโครงการหรือกิจกรรมเสริมอย่างไร หรือ การที่บริษัท ปตท. สำรวจและผลิตปิโตรเลียม จำกัด (มหาชน) มีโครงการลงทุนในประเทศ ต่าง ๆ กว่า 40 โครงการ ใน 13 ประเทศในส่วนต่าง ๆ ของโลก และได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมใน ประเทศต่าง ๆ ดังกล่าว จะสามารถสนับสนุนการดำเนินงานด้านการทูตวัฒนธรรมของไทยได้ อย่างไร ทั้งนี้ รวมถึงบรรษัทข้ามชาติอื่น ๆ ของไทยด้วย เช่น บริษัทในเครือเจริญโภคภัณฑ์ หรือ เมมเบอร์ธนาคารต่าง ๆ ของไทยที่ดำเนินธุรกิจในประเทศเพื่อนบ้าน และดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมใน ต่างประเทศอยู่แล้ว

๘. แต่ละโครงการหรือกิจกรรมควรมีรายละเอียดของแผนงาน และระยะเวลาในการดำเนินงานและสิ้นสุดงานอย่างชัดเจน

๙. แผนงานสำหรับโครงการหรือกิจกรรมทั้งหมดควรมีการระบุถึงทรัพยากรและ งบประมาณที่จำเป็นต้องใช้ เช่น การจัดงานเทศกาลไทยในฝรั่งเศส ต้องใช้เงินทั้งหมดที่และ คณะนักแสดงทางวัฒนธรรมจำนวนกว่า 100 คน เดินทางไปพำนักระยะสั้นที่กรุงปารีสเป็นเวลาเกือบ 2 สัปดาห์ และเนื่องจากในระหว่างการจัดงานเทศกาลดนตรีไทย มีคณะผู้แทนระดับสูงของไทยจากทั้ง กระทรวงการต่างประเทศ และกระทรวงวัฒนธรรมที่มีกำหนดพบหารือกับฝ่ายฝรั่งเศสด้านความ ร่วมมือ และส่งเสริมการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม ดังนั้น จึงควรให้กระทรวงการต่างประเทศจัดทำ ท่าทีในเรื่องต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อให้คณะผู้แทนไทยนำไปหารือเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่าง ไทยและฝรั่งเศสในภาพรวมด้วย

๑๐. ประเมินผลการดำเนินงานโดยใช้กลไกในการประเมินผลซึ่งกำหนดโดย หน่วยงานกลาง โดยเป็นการประเมินผลการดำเนินโครงการและกิจกรรม ทั้งในระดับจุลภาคคือ ตัวโครงการเอง และในระดับมหภาค คือความสัมพันธ์ระหว่างโครงการและเป้าหมายหลักของการ ใช้ Soft Power และการทูตวัฒนธรรม

ภายหลังการประเมินผล ควรจัดทำข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงแผนงาน หรือการ ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ ตลอดจนการแก้ไขแผนงาน หรือการนำเสนอผลใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถบรรลุ วัตถุประสงค์ของการทูตวัฒนธรรมและนโยบายต่างประเทศของไทยได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะแนวทางการสร้างเอกภาพและประสิทธิภาพดังกล่าวต่อไปนี้ สามารถจัดเป็นหมวดหมู่ ในระดับต่างๆ ได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 3: แนวทางการสร้างเอกภาพและประสิทธิภาพให้กับการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม

ระดับวิสัยทัศน์	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดนิยามและครอบนโยบายเกี่ยวกับการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม
	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนสำหรับการดำเนินนโยบายด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม สามารถวัดผลได้จริง ในระยะเวลาที่กำหนด
ระดับบริหาร	<ul style="list-style-type: none"> รัฐบาลควรเป็นเจ้าของ (take the lead or ownership) การดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม
	<ul style="list-style-type: none"> รัฐบาลควรจัดตั้งหรือมอบหมายให้มีหน่วยงานกลางเพื่อวางแผน ผลักดัน ติดตาม และประเมินวาระด้านการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม จัดแบ่งประเภทองค์กร โครงการและกิจกรรมอย่างชัดเจนว่า อะไรควรอยู่ในครอบของการทูตสาธารณะ และอะไรควรจัดว่าเป็นการทูตวัฒนธรรม กำหนดยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่ชัดเจน บนพื้นฐานของความเป็นไปได้จริง กำหนดกลไกในการประเมินผลทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค ทั้งในระยะสั้น และยาว ปรับปรุงแก้ไขยุทธศาสตร์ตามความจำเป็น
ระดับปฏิบัติการ	<ul style="list-style-type: none"> จัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน
	<ul style="list-style-type: none"> กำหนดบทบาทหน้าที่และความเกี่ยวข้องขององค์กรภาครัฐและภาคสังคม ในแต่ละโครงการอย่างชัดเจน แต่ละโครงการหรือกิจกรรมมีรายละเอียดของแผนงานและระยะเวลาในการดำเนินงาน และสิ่นสุดงานอย่างชัดเจน แผนงานควรระบุถึงทรัพยากรและงบประมาณที่จำเป็นต้องใช้

ในส่วนของมูลนิธิไทย (Thai Foundation) นั้น แม้ว่าในหลักการแล้วกระบวนการต่างประเทศและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เห็นพ้องกันว่าควรเป็นองค์กรอิสระที่มีภารกิจหลักในการเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้แก่ประชาชนของประเทศต่าง ๆ โดยใช้แนวคิดของการทูตสาธารณะในเชิงรุก เสริมด้วยมิติการสร้างแบรนด์ให้กับประเทศไทย (Thailand Branding) และการส่งเสริมความนิยมไทยให้ส่งผลไปสู่ผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Commercialization)³² แต่ปัจจุบัน

³² กระทรวงการต่างประเทศ, แนวทางการจัดตั้งมูลนิธิไทย (Thai Foundation), 6 มิถุนายน 2551, 8-9

ก็ยังไม่มีความชัดเจนว่า นโยบายและแผนยุทธศาสตร์ดังกล่าวจะประสบมาเป็นแผนการดำเนินงานได้กัยณะใด

ในข้อเสนอแนะเดิมซึ่งจัดทำโดย รองศาสตราจารย์ ดร. ไชติชัย เจริญงาม นั้น กิจกรรมของมูลนิธิฯ ครอบคลุมทั้งการสอนภาษาไทย ดนตรีไทย และวัฒนธรรมไทยให้ชาวต่างชาติ การให้ทุนการศึกษา การแลกเปลี่ยนบุคคลากรด้านศิลปะและวัฒนธรรม รวมทั้งการส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยด้วยการจัดการแข่งขันกีฬาเชื่อมสัมพันธ์ ไมตรี การแสดงดนตรีในต่างประเทศ และการจัดนิทรรศการและเทศการในด้านวัฒนธรรม³³ ซึ่งปัจจุบัน แม้จะยังไม่มีการกำหนดลักษณะและขอบเขตของกิจกรรมที่ชัดเจนสำหรับมูลนิธิฯ แต่ที่แน่นอนก็คือ กิจกรรมบางส่วนของมูลนิธิฯ จะมีการทับซ้อนกับกิจกรรมที่กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ กำลังดำเนินการอยู่แล้วในปัจจุบัน

ดังนั้น จึงเป็นเรื่องที่ต้องตัดสินใจในระดับนโยบายของรัฐบาลอีกเช่นกันว่า ลักษณะและขอบเขตของการกิจของมูลนิธิฯ ควรเป็นอย่างไร ควรมีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่น ๆ ของภาครัฐอย่างไร และการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและภาคสังคม ควรจะเป็นในลักษณะใด ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่า เพื่อให้เกิดความชัดเจนเกี่ยวกับบทหน้าที่ของมูลนิธิฯ ดังนั้นมูลนิธิฯ ไม่ควรจะมีกิจที่กว้างจนเกินไปนักและควรเน้นบทบาทในด้านการส่งเสริมการศึกษาและวัฒนธรรมเป็นการเฉพาะ เช่นเดียวกับองค์กรในลักษณะเดียวกันของต่างประเทศ ซึ่งประสบความสำเร็จมาเป็นเวลาภานานแล้วคือ British Council, L'Alliance Francias และ Goethe Institut และไม่ควรเบี่ยงเบนไปในด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการกีฬา และการส่งเสริมกิจกรรมเชิงพาณิชย์ เนื่องจากเป็นนัยสำคัญที่มูลนิธิฯ จะต้องมีภาพลักษณ์ที่ปลอดจากผลประโยชน์แอบแฝงใด ๆ นอกจากนี้ ในที่สุดแล้วมูลนิธิฯ จะต้องไปจดทะเบียนในต่างประเทศ ในฐานะองค์กรสาธารณะ (public organization) เพื่อให้ได้สิทธิในการยกเว้นภาษี เช่นเดียวกับที่ไทยได้มอบสิทธิ์ดังกล่าวให้กับองค์กรของต่างประเทศข้างต้น (แม้ว่าองค์กรต่าง ๆ ดังกล่าวจะมีรายได้บางส่วนจากการเข้าร่วมกิจกรรมของประชาชนไทย เช่นการที่คนไทยเข้าเรียนภาษาที่องค์กรทั้งสามแห่งข้างต้น) ดังนั้น การดำเนินรักษาภาพลักษณ์ของการเป็นหน่วยงานด้านการส่งเสริมวัฒนธรรมในระดับประชาชน โดยไม่มีผลประโยชน์แอบแฝงจึงมีความจำเป็น

อนึ่ง การกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของมูลนิธิไทยในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานอื่น ๆ ของภาครัฐนั้น อาจทำได้ด้วยการประชุมร่วมกันระหว่างมูลนิธิไทยและหน่วยงานต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อจัดทำ Role & Responsibility Matrix เช่นเดียวกันกับที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

³³ ไชติชัย เจริญงาม, การจัดตั้งมูลนิธิประเทศไทย (Thailand Foundation), เมษายน 2550, หน้า 13-14

5.3 สรุป

การทูตวัฒนธรรมเป็นกลไกของการทูตสาธารณะที่กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างสูงจากประเทศต่าง ๆ ในฐานะที่เป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพสูง มีความแนบเนียน และสามารถเข้าถึง และหยิบยกในจิตใจของชาวต่างชาติ อันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินนโยบายต่างประเทศ สำหรับประเทศไทย ที่มีทรัพยากรและจุดเด่นของ Soft Power ที่มีขีดจำกัด เช่นประเทศไทย ประสิทธิภาพในการวางแผน และบริหารจัดการการใช้การทูตวัฒนธรรมถือเป็นหัวใจสำคัญของการทูตไทย การปล่อยให้แต่ละกระทรวงหรือหน่วยงานกำหนดวัตถุประสงค์ โครงการและกิจกรรมและใช้ทรัพยากรตลอดจนงบประมาณของตนเองในส่วนที่เกี่ยวกับการทูตสาธารณะและการทูตวัฒนธรรม ได้โดยอิสระดังเช่นปัจจุบัน โดยไม่มีการจัดแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างเป็นระบบ และไม่มีการเชื่อมโยงเครือข่ายกับองค์กรมหาชน องค์กรภาคเอกชนและภาคสังคม จะไม่สามารถทำให้ประเทศไทยสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ใหญ่ของการทูตวัฒนธรรมและนโยบายต่างประเทศของไทยได้ ซึ่งประเทศที่ประสบความสำเร็จ และมีประสิทธิภาพในการดำเนินการด้านการทูตสาธารณะ และการทูตวัฒนธรรม รัฐบาลของประเทศเหล่านี้จะให้ความสำคัญและถือเป็นภาระแห่งชาติ ดังนั้นประเทศไทยจึงควรดำเนินการโดยเร่งด่วนเพื่อให้มีการเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการในระดับรัฐบาล โดยจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติขึ้น และรายงานตรงต่อนายกรัฐมนตรี เพื่อให้การทูตวัฒนธรรมมีเอกภาพ และมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อความสำเร็จของการดำเนินนโยบายต่างประเทศ และเพื่อผลประโยชน์ของชาติโดยรวม

บรรณานุกรม

เอกสารภาษาไทย

กระทรวงการต่างประเทศ. แผนแม่บทว่าด้วยการดำเนินการด้านการทูตวัฒนธรรมในกรอบของ การทูตสาธารณะ. มีนาคม 2552.

กระทรวงการต่างประเทศ. โครงการจัดตั้งมูลนิธิไทย (Thai Foundation) เพื่อการสร้างภาพลักษณ์และดำเนินงานการทูตในระดับประชาชน (Thailand Branding and Marketing). มกราคม 2552.

กระทรวงวัฒนธรรม. แผนแม่บทวัฒนธรรมแห่งชาติ (พ.ศ. 2552 – 2559). พฤษภาคม 2552.

จุพามณี ชาติสุวรรณ. องค์กรเพื่อการดำเนินการเข้าถึงภาคประชาชนต่างประเทศ: โครงสร้างและการทำงาน. หลักสูตรนักบริหารระดับสูง รุ่น 63 ประจำปี 2552

รศ. ดร. โฉติชัย เจริญงาม. รายงานการศึกษาการจัดตั้งมูลนิธิประเทศไทย. เมษายน 2550.

นันทนา ศิริเกื้อ, จากการทูตวัฒนธรรมสู่การทูตสาธารณะ, รายงานการศึกษาส่วนบุคคล. หลักสูตรนักบริหารระดับสูง รุ่น 60 ประจำปี 2551.

พิริยะ เก็มพล, การปรับปรุงกลไกการขับเคลื่อนการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy). รายงานการศึกษาส่วนบุคคล, หลักสูตรนักบริหารระดับสูง รุ่น 52 ประจำปี 2544.

เอกสารภาษาอังกฤษ

Cull, Nicholas J. Public Diplomacy: Lessons from the Past. University of Southern California, Los Angeles, 2007.

Curtin, Patricia A. International Public Relations: Negotiating Culture, Identity and Power. SAGE Publications, 2007.

ประวัติผู้เขียน
นางรุยาภรณ์ สุคนธกรพย়

การศึกษา :

- รัฐศาสตร์บัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Master of Development Administration (MDA)
- Western Michigan University, USA.

การรับราชการ :

- เจ้าหน้าที่การทูต 3 กองเผยแพร่ กรมสารนิเทศ
- เจ้าหน้าที่การทูต 4 กองแบบพิชี กรมพิชีการทูต
- เจ้าหน้าที่การทูต 5 กองเผยแพร่ กรมสารนิเทศ
- เจ้าหน้าที่การทูต 6 สำนักงานปลัดกระทรวง
- เจ้าหน้าที่การทูต 6 กองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ
- เจ้าหน้าที่การทูต 7 กองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ
- เจ้าหน้าที่การทูต 8 กองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ

ตำแหน่งปัจจุบัน :

- นักการทูตชำนาญการพิเศษ กองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ

Dahl, Robert A. Democracy and Its Critics. Yale University Press: New Haven, 1989.

Feigenbaum, Harvey B. Globalization and Cultural Diplomacy. Center for Arts and Culture, 2001.

Jervis, Robert. Perception and Misperception in International Politics. Princeton University Press: Princeton, New Jersey, 1976.

Kurlantzick, J. Charm Offensive: How China's Soft Power is Transforming the World. Yale University press, 2007.

Morganthau, Hans J. Politics Among Nations: The Struggle for Power and Peace. (Fifth Edition), Revised. Alfred A. Knopf: New York, 1978.

Nye, Joseph S. Bound to Lead: The Changing Nature of American Power. Basic Books: New York, 1990.

Nye, J.S. and Nye, Jr., J.S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. Public Affairs, 2005.

Richards, Y. Practicing Public Diplomacy: A Cold War Odyssey (Explorations in Culture & international History). Berghahn, 2006.

Schneider, Cynthia P. Cultural Diplomacy: Why It Matters, What It Can – and Cannot – Do? Georgetown University, 2006.

Smith, Michael L. and Erwin, James. Role & Responsibilities Charting (RACI). 2006.

Szondi, Gyorgy. Public Diplomacy and Nation Branding: Conceptual Similarities and Differences. Netherlands Institute of International Relations (Clingendael), 2008

Waltz, Kenneth, and Art, Robert. The Use of Force: Military Power and International Politics. University Press of America: New York, 1983.

วารสารและเอกสารค้นคว้าวิจัย

Armitage, Richard and Nye Jr., Joseph S. “CSIS Commission on Smart Power: A Smarter, More Secure America”, Center for Strategic and International Studies: Washington D.C., 2007.

Brown, John. “The Purposes of Cross-Purposes of American Public Diplomacy”, American Diplomacy, 15 August 2002.

Lee, Shin-Wha, “Soft Power and Korean Diplomacy”, Korea University, 2008.

Melissen, Jan. “Public Diplomacy Between Theory and Practice”, Madrid Conference on Public Diplomacy, Elcano Royal Institute for International and Strategic Studies: Madrid, 2006.

Nye, Joseph S. “Europe’s Soft Power”, The Globalist, 3 May 2004.

Osgood, Kenneth. “Propaganda”, Encyclopedia of American Foreign Policy, 2002.