



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา
ในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์
ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕

จัดทำโดย นายอริปตย์ โรจนไพบูลย์
รหัส ๕๐๑๑

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๕ ปี ๒๕๕๖
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาร์ต่า ในการดำเนินการ
ทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย
ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕

จัดทำโดย นายอชิปต์ย์ โรจนไพบูลย์
รหัส ๕๐๑๑

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๕ ปี ๒๕๕๖
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ

(เอกอัครราชทูต จันทร์ทิพา ภูตระกูล) *
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(ศาสตราจารย์ ดร. ไชยวัฒน์ คำชู)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ

(รองศาสตราจารย์ ดร. ดำรงค์ วัฒนา)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ได้หยิบยกบทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินบทบาทของสถานเอกอัครราชทูตฯ และจัดทำข้อเสนอแนะในการส่งเสริมประสิทธิภาพการกำหนดบทบาทและแผนงานการดำเนินการดังกล่าว

เนื่องจากปัจจุบันผู้เขียนรับราชการประจำการอยู่ที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา และเห็นว่าอินโดนีเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทยทั้งในด้านการเมืองและความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ด้วยสาเหตุที่อินโดนีเซียเป็นประเทศขนาดใหญ่และมีประชากรมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตลอดจนเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก และตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์สำคัญในการควบคุมช่องแคบมะละกา มีทรัพยากรธรรมชาติทั้งน้ำมัน แก๊ส แร่ธาตุ ป่าไม้ อาหารทะเลและพลังงานทางเลือกจำนวนมาก ซึ่งเมื่อคำนึงถึงกระแสโลกาภิวัตน์และการแข่งขันจากประเทศต่าง ๆ ที่พยายามเข้ามามีบทบาทในการมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับอินโดนีเซียแล้ว ทำให้การดำเนินนโยบายต่างประเทศของไทยต่ออินโดนีเซียต้องกระทำโดยอาศัยเครื่องมือ Soft Power ที่ไทยมีศักยภาพและสามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-อินโดนีเซียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผู้เขียนได้นำแนวคิดเรื่อง Soft Power ของศาสตราจารย์ Joseph S. Nye, Jr. แห่ง Kennedy School of Government มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐฯ และศาสตราจารย์ Jan Melissen แห่ง Clingendael Diplomatic Studies Program, the Netherlands Institute of International Relations “Clingendael” เนเธอร์แลนด์มาใช้ในการศึกษา โดยนักวิชาการทั้งสองท่านมีความเห็นว่า ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคใหม่ สิ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าหรืออาจสำคัญมากกว่าการใช้อำนาจและความแข็งแกร่งทางการเมือง เศรษฐกิจและการทหารเป็นเครื่องมือในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (Hard Power) คือการใช้การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) เป็นเครื่องมือในการใช้ Soft Power เพื่อประโยชน์ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศในการโน้มน้าวสาธารณชนของประเทศเป้าหมายให้มีความเห็นคล้อยตามและไม่คัดค้านสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของประเทศผู้ดำเนินการทูตสาธารณะ Soft Power ของประเทศใดประเทศหนึ่งอาจมีที่มาจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง หรือการมีนโยบายต่างประเทศที่สร้างสรรค์ต่อประชาคมระหว่างประเทศ นอกจากนี้ ปัจจุบันตัวแสดงที่มีใช้รัฐ (ภาคประชาสังคม องค์กรพัฒนาเอกชน สื่อมวลชนและกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ) ก็ยังมีบทบาทมากขึ้นในการต่างประเทศของรัฐและประชาคมระหว่างประเทศด้วย ดังนั้น การที่ประเทศหนึ่งประเทศใดจะสามารถใช้ Soft Power ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลและผู้กำหนดนโยบายต่างประเทศของประเทศนั้นต้องมีความเข้าใจและสามารถระบุแหล่งทรัพยากร Soft Power ที่มีศักยภาพของประเทศตน เพื่อให้สามารถกำหนดนโยบายต่างประเทศได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่

แม้ว่าประเทศไทยจะมีโช่มหาอำนาจทางทหารหรือเศรษฐกิจที่ทำให้มี Hard Power เป็นจุดแข็งของประเทศ แต่ไทยมีแหล่งทรัพยากรอันเป็นที่มาของ Soft Power ที่มีศักยภาพหลายด้านที่

สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศได้ รายงานการศึกษานี้ได้นำเสนอข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการทูตสาธารณะของไทยและการดำเนินการทูตสาธารณะของกระทรวงการต่างประเทศ พร้อมทั้งนำเสนอบทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาใน

การดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ ซึ่งในการประเมินการ ดำเนินการดังกล่าวผู้เขียนใช้กรอบแนวคิด “๓-S Framework” ของ นาย Rober H. Waterman, Thomas J. Peters และ Julien R. Phillips ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) โดยพบว่า จุดแข็งและโอกาสในการดำเนินการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-อินโดนีเซียคือ การที่ไทยและอินโดนีเซียมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมร่วมกันมาอย่างยาวนาน ตลอดจนการที่ทั้งสองประเทศไม่มีประวัติศาสตร์ความขัดแย้งระหว่างกัน ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลในภาครัฐและประชาชนของสองประเทศอันเนื่องมาจากการแลกเปลี่ยนการเยือนในทุกระดับอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน กระแสโลกาภิวัตน์ที่นำมาซึ่งการเชื่อมโยงกันผ่านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอันทันสมัยและบทบาทของสื่อใหม่ (New Media) ที่ทำให้การติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารทำได้อย่างรวดเร็วแบบไร้พรมแดน ขณะที่จุดอ่อนและอุปสรรคต่อการดำเนินการในเรื่องดังกล่าวคือ ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในของไทยที่ทำให้มีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อยครั้งและนโยบายต่าง ๆ ขาดความต่อเนื่อง ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณในการดำเนินการทูตสาธารณะ

การขาดกลไกที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตฯ การขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งที่ส่วนกลางและกรุงจาการ์ตาในการจัดทำแผนงานการทูตสาธารณะในภาพรวม การแข่งขันจากประเทศมหาอำนาจทั้งในและนอกภูมิภาคในการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือส่งเสริมความสัมพันธ์กับอินโดนีเซีย และปัญหาความยากลำบากในการแก้ภาพลักษณ์บางประเด็นของไทยที่ยังไม่มีการแก้ไขปัญหาคืบคลาน

รายงานการศึกษานี้ได้นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการดำเนินการทูตสาธารณะของไทยในภาพรวมและบทบาทของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินการทูตสาธารณะต่ออินโดนีเซีย โดยข้อเสนอแนะเชิงนโยบายประกอบด้วย

๑. รัฐบาลควรจัดตั้งกลไกระดับนโยบายที่ประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะภาพรวมของไทย

๒. การให้ความสนับสนุนด้านงบประมาณการดำเนินการทูตสาธารณะเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริม Soft Power ที่ไทยมีศักยภาพ

๓. การให้ความสำคัญกับการสร้างตราแห่งชาติ (Nation-Branding) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งสื่อใหม่ (New Media)

๔. การให้ความสำคัญกับการสร้างพลังร่วม (synergy) และการเชื่อมโยงเครือข่าย (network) ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ องค์กรมหาชน เอกชนและภาคประชาสังคมไทยในการใช้ Soft Power ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

๕. การให้ความสนับสนุนงบประมาณต่อมูลนิธิไทย (Thailand Foundation) ให้มีความคล่องตัวในการส่งเสริมการทูตวัฒนธรรมของไทยเพื่อกระชับความสัมพันธ์ในระดับประชาชนของไทยและต่างประเทศ

ขณะที่ในส่วนของข้อเสนอแนะในการดำเนินการ ประกอบด้วย

๑. กระทรวงการต่างประเทศควรพิจารณาให้การสนับสนุนบุคลากรและงบประมาณเพิ่มเติมแก่สถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินการทูตสาธารณะ

๒. การจัดให้มีหลักสูตรฝึกอบรมข้าราชการหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีสำนักงานในต่างประเทศเกี่ยวกับความสำคัญและเทคนิคการใช้ Soft Power ที่ไทยมีศักยภาพเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับต่างประเทศ

๓. การผลักดันให้ละครโทรทัศน์ไทยสามารถฉายทางสถานีโทรทัศน์อินโดนีเซีย

๔. การส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสถานกงสุลกิตติมศักดิ์ฯ ภาคเอกชน/ชุมชนไทย และ Friends of Thailand ในอินโดนีเซียช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยต่อสาธารณชนอินโดนีเซีย

๕. การส่งเสริมการให้ทุนการศึกษาและฝึกอบรมต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทยให้ครอบคลุมถึงนักวิชาการและนักศึกษาอินโดนีเซีย

๖. การส่งเสริมการใช้ประโยชน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จากสื่อมวลชน (รวมทั้งสื่อใหม่) ของท้องถิ่นในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย

๗. การรักษาภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับประเทศ/ประชาชนไทยในสังคมอินโดนีเซีย โดยฝ่ายต่าง ๆ เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนไทยต้องไม่ทำการสิ่งใดที่มุ่งเพียงผลประโยชน์ในระยะสั้น โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบระยะยาวที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๕ ปี ๒๕๕๖ ซึ่งผู้เขียนได้รับความกรุณาและคำชี้แนะที่มีคุณค่าและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งจาก คณะอาจารย์ที่ปรึกษาประกอบด้วย เอกอัครราชทูต จันทร์ทิพา ภูตระกูล ศาสตราจารย์ ดร. ไชยวัฒน์ คำชู และรองศาสตราจารย์ ดร. ดำรงค์ วัฒนา ซึ่งมีส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้เขียนสามารถ จัดทำรายการศึกษาส่วนบุคคลนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี และผู้เขียนขอแสดงความขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ต่อคณะอาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสามท่านมา ณ ที่นี้

ผู้เขียนขอขอบพระคุณเอกอัครราชทูต ภาสกร ศิริยะพันธุ์ ซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาที่ให้การ สนับสนุนและอนุญาตให้ผู้เขียนเข้าร่วมการอบรมฯ ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อนข้าราชการสถาน เอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือด้านข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์และยัง ต้องรับภาระงานเพิ่มขึ้นในช่วงที่ผู้เขียนเข้าร่วมการอบรมฯ ด้วย

ผู้เขียนขอขอบคุณสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการที่ได้จัดหลักสูตรฝึกอบรมฯ ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่ง และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สถาบันฯ ทุกท่านที่ได้ให้ความสะดวกและ ช่วยเหลือสนับสนุนผู้เขียนตลอดจนเพื่อนผู้เข้าร่วมอบรมฯ ทั้งในช่วงการอบรมที่สถาบันฯ และ การศึกษาดูงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งให้ความช่วยเหลือในการจัดพิมพ์รายงาน การศึกษาฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณเพื่อนผู้เข้าร่วมอบรมฯ จากกระทรวงการต่างประเทศและ หน่วยงานอื่น ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนทุกท่าน สำหรับมิตรจิตมิตรภาพและการสนับสนุน ต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาการอบรมหลักสูตรนี้ ซึ่งนับเป็นช่วงเวลาที่มีคุณค่าและความประทับใจยิ่งสำหรับ ผู้เขียน

อธิปัตย์ โจนนไพบูลย์

สิงหาคม ๒๕๕๖

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	๗
สารบัญ	๗
สารบัญภาพ	ฉ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการศึกษา	๒
๑.๓ ขอบเขตของการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา	๒
๑.๔ ประโยชน์ของการศึกษา	๒
บทที่ ๒ แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	๔
๒.๑ แนวคิดเรื่อง Soft Power	๔
๒.๒ แนวคิดเรื่องการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)	๕
๒.๓ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)	๑๐
บทที่ ๓ การทูตสาธารณะของไทย	๑๒
๓.๑ ภูมิหลัง	๑๒
๓.๒ การดำเนินการทูตสาธารณะของกระทรวงการต่างประเทศ	๑๔
บทที่ ๔ บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕	๑๖
๔.๑ ภาพรวมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย	๑๖
๔.๒ บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะต่ออินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕	๑๗
๔.๓ รูปแบบการทูตสาธารณะในการดำเนินการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕	๒๐
๔.๔ การวิเคราะห์ SWOT บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕๓๕	๒๒
บทที่ ๕ บทสรุปและข้อเสนอแนะ	๒๘
๕.๑ สรุปผลการศึกษา	๒๘
๕.๒ ข้อเสนอแนะ	๒๙
บรรณานุกรม	๓๓
ประวัติผู้เขียน	๓๕

สารบัญภาพ

ภาพที่ ๑	รูปแบบของการทฤษฎีสารสนเทศ	๘
ภาพที่ ๒	กรอบแนวคิด “๗-S Framework”	๑๑

บทที่ ๑ บทนำ

๑.๑ ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา

ความสัมพันธ์ระหว่างไทยและอินโดนีเซียถือว่าเป็นไปอย่างใกล้ชิดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทั้งสองประเทศมีความผูกพันและการแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมระหว่างกันอย่างลึกซึ้งทั้งทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน โดยคำนึงถึงศักยภาพของอินโดนีเซียในฐานะประเทศที่มีขนาดใหญ่และมีประชากรมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ตลอดจนเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก และตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์สำคัญในการควบคุมช่องแคบมะละกา มีทรัพยากรธรรมชาติทั้งน้ำมัน แก๊ส แร่ธาตุ ป่าไม้ อาหารทะเลและพลังงานทางเลือกจำนวนมาก ทำให้อินโดนีเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศไทยทั้งในด้านการเมือง (ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทย และการผลักดันอาเซียนไปสู่การเป็นประชาคมที่เข้มแข็งทั้งในระดับภูมิภาคและระดับประชาคมระหว่างประเทศ) และเศรษฐกิจ (แหล่งทรัพยากรธรรมชาติ พลังงานและตลาดที่มีศักยภาพสูง)

ในช่วงที่ผ่านมา การดำเนินนโยบายต่างประเทศของไทยต่ออินโดนีเซียนั้นการใช้กลไกการทูตแบบรัฐต่อรัฐเป็นหลัก เนื่องจากนับตั้งแต่อินโดนีเซียได้รับเอกราชเมื่อเดือนสิงหาคม ๒๔๘๘ รัฐบาลอินโดนีเซียในยุคประธานาธิบดีซูการ์โน (Guided Democracy) และประธานาธิบดีซูฮาร์โต (New Order) มีลักษณะเผด็จการอำนาจนิยม ภาคประชาสังคมไม่สามารถมีบทบาทในการแสดงความคิดเห็นทางการเมืองการปกครอง จนกระทั่งเกิดเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองอันเนื่องมาจากวิกฤตเศรษฐกิจในเอเชียช่วงปี ๒๕๔๐ อันนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในอินโดนีเซียมาสู่ยุคปฏิรูป (Reformasi) เมื่อเดือนพฤษภาคม ๒๕๔๑ ภายใต้ประธานาธิบดีฮาบีบี นับแต่นั้นมาจนกระทั่งรัฐบาลปัจจุบันภายใต้ประธานาธิบดีซูซีโล บัมบัง ยูโตโยโน การเมืองอินโดนีเซียได้พัฒนาไปสู่การมีระบอบประชาธิปไตยที่เข้มแข็ง เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็ว ภาคประชาสังคมและกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ มีสิทธิเสรีภาพและบทบาทในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง

โดยที่การปฏิรูปทางการเมืองของอินโดนีเซียส่งผลให้สาธารณชนภายในประเทศมีบทบาทมากขึ้นในกระบวนการตัดสินใจและกำหนดนโยบายของรัฐบาล การดำเนินนโยบายต่างประเทศของไทยต่ออินโดนีเซียจึงให้ความสำคัญต่อการนำการทูตสาธารณะมาเป็นเครื่องมือสำคัญในการใช้ Soft Power เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลไทยกับสาธารณชนอินโดนีเซีย และสาธารณชนไทยกับสาธารณชนอินโดนีเซีย (People-to-People) โดยมุ่งเน้นการสื่อสารให้สาธารณชนอินโดนีเซียเกิดทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับประเทศไทยไม่ว่าจะเป็นด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม และวางรากฐานความผูกพันและความร่วมมือระหว่างประชาชนทั้งสองประเทศเพื่อประโยชน์ต่อความสัมพันธ์ระหว่างไทย-อินโดนีเซียในระยะยาว

ในการดำเนินการดังกล่าวข้างต้น สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา และหน่วยงานไทยประจำอินโดนีเซีย (คณะผู้แทนถาวรไทยประจำอาเซียน สำนักงานผู้ช่วยทูตฝ่ายทหาร ๓ เหล่าทัพ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศฯ สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศฯ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ และสำนักงานการบินไทยฯ) หรือทีมประเทศไทยในอินโดนีเซียได้ทำหน้าที่เป็นด่านหน้าในการดำเนินการทูตสาธารณะโดยใช้ Soft Power รูปแบบต่าง ๆ ที่ไทยมีศักยภาพเพื่อสนับสนุนนโยบายต่างประเทศของไทยต่ออินโดนีเซีย โดยภาคเอกชนไทยและชุมชนไทยในอินโดนีเซียได้มีบทบาทเสริมในเรื่องนี้ด้วย

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานด้านการทูตสาธารณะของไทยต่ออินโดนีเซียในปัจจุบันยังขาดองค์ประกอบที่สำคัญหลายด้านไม่ว่าจะเป็นเอกภาพในด้านนโยบายและแผนงานที่ชัดเจน รวมไปถึงการขาดปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต่อการดำเนินการกล่าวคือบุคลากรและทรัพยากรที่เพียงพอ

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการศึกษา

รายงานการศึกษามีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินบทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะของไทยต่ออินโดนีเซียในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา (๒๕๕๑-๒๕๕๕) และจัดทำข้อเสนอแนะในการส่งเสริมประสิทธิภาพการกำหนดบทบาทและแผนงานการดำเนินการดังกล่าว เพื่อเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-อินโดนีเซียในอนาคต

๑.๓ ขอบเขตการศึกษา วิธีการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

รายงานการศึกษาแบ่งออกเป็น ๕ ส่วนหลัก ประกอบด้วย ๑) บทนำ ๒) แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ๓) การทูตสาธารณะของไทย ๔) บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ และ ๕) บทสรุปและข้อเสนอแนะ

วิธีการและระเบียบการศึกษาวิจัยจะดำเนินการโดยใช้การวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) และการรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัยจากเอกสารและบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้องของกระทรวงการต่างประเทศ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา และนักวิชาการไทย และต่างประเทศตลอดจนการรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นของผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะของไทยต่ออินโดนีเซีย

สำหรับการประเมินบทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ จะใช้การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) เรื่องดังกล่าว

๑.๔ ประโยชน์ของการศึกษา

ผู้เขียนคาดหวังว่ารายงานการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ในการให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาและส่งเสริมประสิทธิภาพการทูตสาธารณะของไทยในการใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-อินโดนีเซียในอนาคต โดยการนำแนวคิด ทฤษฎีและประสบการณ์เกี่ยวกับการดำเนินการทูตสาธารณะมาประยุกต์และปรับใช้กับการกำหนดบทบาทและแผนงานของ

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะต่ออินโดนีเซีย ตลอดจนการประสานความร่วมมือระหว่างสถานเอกอัครราชทูตฯ กับทีมประเทศไทยประจำอินโดนีเซียในเรื่องดังกล่าวอย่างเป็นระบบและมีเอกภาพ

ผู้เขียนเชื่อว่าการวางบทบาทและแผนงานการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาต่ออินโดนีเซียอย่างเป็นระบบและมีเอกภาพ โดยคำนึงถึงความเหมาะสมของสถานการณ์และข้อจำกัดต่าง ๆ ของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง น่าจะเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การดำเนินการทูตสาธารณะของไทยต่ออินโดนีเซียประสบผลสำเร็จในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศในปัจจุบัน ตลอดจนวางรากฐานของความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นใกล้ชิดระหว่างประชาชนและเยาวชนรุ่นต่อไปของทั้งสองในอนาคต

บทที่ ๒

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิดเรื่อง Soft Power

๒.๑.๑ ความหมายของ Soft Power

ศาสตราจารย์ Joseph S. Nye, Jr. แห่ง Kennedy School of Government มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด สหรัฐฯ ซึ่งเป็นนักวิชาการคนสำคัญที่ได้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของ Soft Power ระบุว่า ความสำคัญของการใช้ Soft Power ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศว่า ปกติคนทั่วไปมักเข้าใจ “อำนาจ” ว่าหมายถึงความสามารถในการได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่ต้องการ อาทิ การใช้อำนาจทางทหารหรือเศรษฐกิจเพื่อให้ประเทศอื่นปรับเปลี่ยนท่าทีที่มีต่อประเทศตนหรือการใช้ไม้แข็ง (sticks) และไม้ نرم (carrots) ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ ซึ่งอำนาจแบบดังกล่าวหรือ Hard Power เป็นเพียงรูปแบบหนึ่งของอำนาจเท่านั้น หากแต่ยังมีอำนาจอีกรูปแบบหนึ่งที่ถูกกลေးหรือมองข้ามไปคือ Soft Power อันหมายถึงอำนาจที่ทำให้ประเทศเป้าหมายปฏิบัติตามความต้องการของ (co-opt) โดยไม่จำเป็นต้องบังคับ (coerce) แต่ประการใด หรือกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งคือการดำเนินนโยบายต่างประเทศของรัฐ ในการโน้มน้าวสาธารณชนของประเทศเป้าหมายให้มีความเห็นคล้อยตามและสนับสนุนหรือไม่คัดค้าน (preference) สิ่งที่สุดคล้องกับความต้องการของประเทศผู้ดำเนินการทูตสาธารณะเป็นการใช้อำนาจเชิงดึงดูด (attractive power) การดำเนินนโยบายต่างประเทศของรัฐผู้ดำเนินการทูตสาธารณะมีความสำคัญมากยิ่งขึ้นในโลกยุคปัจจุบันซึ่งสาธารณชนตลอดจนกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ มีบทบาทมากขึ้นในเรื่องนโยบายต่างประเทศของรัฐ

ศาสตราจารย์ Nye มองว่า นอกจากรัฐบาลซึ่งเป็นตัวแสดงหลักในการใช้ Soft Power เพื่อเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศแล้ว ยังมีตัวแสดงที่มีใช้รัฐ (non-state actors) อาทิ สาธารณชนและภาคประชาสังคมเข้ามามีบทบาทสำคัญด้วย ซึ่งตัวแสดงที่มีใช้รัฐดังกล่าวอยู่นอกเหนือไปจากขอบเขตที่รัฐจะควบคุมหรือจัดการได้ และเป็นตัวแสดงที่บางครั้งมีบทบาทสอดคล้องกับนโยบายของรัฐ อาทิ บทบาทของภาพยนตร์ Hollywood ที่ทำให้ผู้ชมในประเทศต่าง ๆ หันมาตระหนักและเรียกร้องสิทธิขั้นพื้นฐานที่ตนพึงมี ซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐบาลสหรัฐฯ ในการส่งเสริมระบบนิติรัฐ (rule of law) ในประเทศต่าง ๆ และบางครั้งตัวแสดงที่มีใช้รัฐก็อาจมีบทบาทที่ขัดแย้งกับนโยบายของรัฐบาล อาทิ แนวคิดต่อต้านสงครามในหมู่ปัญญาชนและสื่อมวลชนสหรัฐฯ ช่วงทศวรรษที่ ๑๙๖๐ ที่ขัดแย้งกับนโยบายของรัฐบาลสหรัฐฯ ที่ต้องการสนับสนุนประเทศต่าง ๆ ทำสงครามต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์

นอกจากนี้ Soft Power ให้ผลในทางอ้อมและใช้เวลายาวนานกว่าจะเห็นผลเป็นรูปธรรม จึงมิใช่เครื่องมือที่สามารถบรรลุผลได้ทันที หากแต่เป็นเครื่องมือที่จะสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันในระยะกลางและระยะยาว จึงทำให้การประเมินผลสำเร็จทำได้ยาก^๑

๒.๑.๒ แหล่งที่มาของ Soft Power

ศาสตราจารย์ Nye เห็นว่าแหล่งที่มาสำคัญของ Soft Power ประกอบด้วย

๑) วัฒนธรรม (Culture) หากวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น ๆ โอกาสที่วัฒนธรรมดังกล่าวจะกลายเป็น Soft Power ของประเทศนั้นก็จะมีมากขึ้น ทั้งนี้ ช่องทางที่ทำให้วัฒนธรรมของประเทศหนึ่งเป็นที่รู้จักในประเทศอื่น ๆ มีมากมายหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการค้า การแลกเปลี่ยนการเยือนและการติดต่อสื่อสาร

๒) ค่านิยมทางการเมือง (Political Values) หากประเทศใดมีค่านิยมทางการเมืองที่สอดคล้องกับประเทศอื่น ๆ Soft Power ของประเทศนั้นจะเพิ่มขึ้น ในทางกลับกันถ้าค่านิยมทางการเมืองของประเทศดังกล่าวขัดกับค่านิยมของประเทศอื่น ๆ อย่างชัดเจน Soft Power ของประเทศ นั้นก็จะลดลง

๓) นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policies) หากประเทศหนึ่งดำเนินนโยบายที่หน้าไหว้หลังหลอก (hypocritical) ก้าวร้าว และไม่แยแสต่อท่าที/ความคิดเห็นของประเทศอื่น ๆ โอกาสที่ประเทศนั้นจะสร้าง Soft Power จะมีน้อย แต่หากประเทศใดมีนโยบายต่างประเทศที่โดดเด่น อาทิ เคารพในสิทธิและการแสดงออกของประเทศอื่น รักสันติภาพและเคารพสิทธิมนุษยชน โอกาสที่ประเทศนั้นจะสร้าง Soft Power ให้เกิดขึ้นก็จะมีมาก

อย่างไรก็ตาม การที่ประเทศใดประเทศหนึ่งมีคุณลักษณะที่เป็นที่นิยมของนานาประเทศข้างต้น อาจมิได้นำไปสู่การสร้าง Soft Power โดยอัตโนมัติเสมอไป ศาสตราจารย์ Nye เสนอว่าเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ Soft Power บรรลุผลในทางปฏิบัติคือสิ่งที่เรียกว่าการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)

๒.๒ แนวคิดเรื่องการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)

๒.๒.๑ ความหมายของการทูตสาธารณะ

มีผู้ให้คำนิยามความหมายของการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ไว้หลายแบบ^๒ และสะท้อนให้เห็นว่าการทูตสาธารณะมิใช่เรื่องใหม่ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยจะเห็นได้ว่าการเจริญความสัมพันธ์ทางการทูตในอดีตคือการที่ผู้แทนทางการทูตเชิญเครื่องบรรณาการอันประกอบด้วยสรรพสิ่งที่สะท้อนถึงความภาคภูมิใจของรัฐบาลตนไปมอบแก่ประมุขของอีกรัฐหนึ่งเพื่อประโยชน์ในทางการเมือง เศรษฐกิจและการทหาร ซึ่งการดำเนินการในลักษณะดังกล่าวเป็นแนวทางปฏิบัติที่สืบทอดกันมาจนเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางว่าเป็นกลไกและขั้นตอนที่สำคัญในการดำเนิน

^๑ Joseph S. Nye, Jr., *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (New York: Public Affairs 2004).

^๒ Public Diplomacy, (Online), Available <http://www.google.com> และ <http://www.wikipedia.org>.

นโยบายต่างประเทศ^๓ หรือในโลกยุคสงครามเย็นที่ความขัดแย้งทางอุดมการณ์ทางการเมืองการปกครองระหว่างฝ่ายโลกเสรีกับฝ่ายคอมมิวนิสต์ทำให้เกิดความพยายามแข่งขันในการเอาชนะจิตใจ (hearts and minds) ของผู้นำและประชาชนในประเทศต่าง ๆ ที่อยู่ระหว่างสองขั้วลัทธิการเมืองการปกครอง โดยอาศัยความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษาและวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในลักษณะของการโฆษณาชวนเชื่อ (propaganda) เพื่อเสริมจากการใช้กลไกทางการเมืองและการทหาร ซึ่งในช่วงระยะเวลาดังกล่าวนี้เอง ที่เหล่านักวิชาการและนักการทูตเริ่มที่จะรู้จักคุ้นเคยกับศัพท์ “การทูตสาธารณะ” ซึ่งบัญญัติโดยนาย Edmund Gullion คณบดีของ Fletcher School of Law and Diplomacy เมื่อปี ๒๕๐๘ เพื่อใช้อธิบายการใช้เครื่องมือดังกล่าวในการดำเนินนโยบายต่างประเทศว่า “การทูตสาธารณะเป็นเรื่องของ การโน้มน้าวทัศนคติของสาธารณชนในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดและดำเนินงานด้านการต่างประเทศ ซึ่งครอบคลุมมิติต่าง ๆ ของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่นอกเหนือไปจากการทูตแบบดั้งเดิมรวมทั้งการดำเนินการของรัฐบาลเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนต่างประเทศ การปฏิสัมพันธ์ของภาคเอกชนระหว่างสองประเทศ และการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและแนวความคิด”^๔

ในช่วงต้นทศวรรษที่ ๑๙๙๐ เมื่อความตึงเครียดระหว่างสองมหาอำนาจคือสหรัฐฯ และสหภาพโซเวียตลดน้อยลง ตลอดจนการล่มสลายของสหภาพโซเวียตและการปฏิวัติทางเทคโนโลยีและการสื่อสารโทรคมนาคม ซึ่งนำไปสู่การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารอย่างมากมายระหว่างประชาชนทั่วโลกได้อย่างรวดเร็ว อันก่อให้เกิดกระบวนการโลกาภิวัตน์ (Globalization) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) อันทันสมัย ทำให้นักวิชาการด้านรัฐศาสตร์หลายคน อาทิ ศาสตราจารย์ Nye และศาสตราจารย์ Jan Melissen แห่ง Clingendael Diplomatic Studies Program, the Netherlands Institute of International Relations “Clingendael” เนเธอร์แลนด์เสนอแนวคิดที่ว่า ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยุคใหม่นั้นสิ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าหรืออาจสำคัญมากกว่าการใช้อำนาจและความแข็งแกร่งทางการเมือง เศรษฐกิจและการทหารเป็นเครื่องมือในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (Hard Power) คือการใช้การทูตสาธารณะเป็นเครื่องมือในการใช้ Soft Power เพื่อประโยชน์ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ โดยเน้นเป้าหมายไปยังกลุ่มบุคคลและสื่อมวลชนต่างประเทศที่มีอิทธิพลต่อกระแสสังคม

ทั้งนี้ การดำเนินการดังกล่าวแตกต่างจาก “การทูตเพื่อประชาชน (Public Affairs)” ซึ่งเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเป้าหมาย นโยบายและกิจกรรมด้านต่างประเทศของรัฐบาล และ การให้บริการที่เกี่ยวข้องต่อสาธารณชนภายในประเทศ อาทิ การจัดทำหนังสือเดินทาง การให้บริการกงสุลสัญจร และการคุ้มครองและดูแลผลประโยชน์ของประชาชนของรัฐในต่างประเทศ

^๓ เอกสารจารึกทางประวัติศาสตร์การทูตในอดีต นอกเหนือจากรายชื่อบุคคลในคณะผู้แทนทางการทูตและบันทึกการเดินทางแล้ว ยังมีรายการเครื่องบรรณาการที่คณะผู้แทนทางการทูตของรัฐหนึ่งนำไปมอบให้แก่ประมุขของรัฐหนึ่ง และรายการเครื่องบรรณาการที่ประมุขต่างชาติมอบกลับมาให้แก่ประมุขของรัฐและหัวหน้าคณะผู้แทนทางการทูต ปัจจุบันยังคงมีการรักษารธรรมเนียมปฏิบัติในการแลกเปลี่ยนของขวัญของที่ระลึกเมื่อเอกอัครราชทูตเข้าเยี่ยมคารวะประมุขของรัฐผู้รับ

^๔ The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy, Fletcher School of Law and Diplomacy, Tufts University, <http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html>.

๒.๒.๒ การเปรียบเทียบความหมายของการทูตสาธารณะกับแนวคิดอื่น ๆ ที่ใกล้เคียง

ศาสตราจารย์ Melissen ได้เปรียบเทียบการทูตสาธารณะกับแนวคิดอื่น ๆ ที่ใกล้เคียง^๕ ดังนี้

๑) การโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) แม้ว่าการโฆษณาชวนเชื่อมีวัตถุประสงค์เดียวกับการทูตสาธารณะกล่าวคือ การชักจูงให้ผู้รับสารคิดเห็นไปในทางเดียวกับผู้ส่งสาร หากแต่ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างประเด็นทั้งสองคือ การโฆษณาชวนเชื่อมักจะทำในรูปแบบของการสื่อสารทางเดียว (one-way communication) คือจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และพยายามทำให้ผู้รับสาร “เชื่อ” ขณะที่การทูตสาธารณะจะเป็นการสื่อสารสองทาง (two-way communication) ที่จะสื่อสาร ไปมาระหว่างผู้ส่งสารกับสาธารณชนในต่างประเทศ

๒) การสร้างตราแห่งชาติ (Nation-Branding) แม้ว่าการสร้างตราแห่งชาติจะมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศเช่นเดียวกับการทูตสาธารณะหากแต่ทั้งสองประเด็นนี้มีจุดเน้นที่ต่างกัน การทูตสาธารณะจะเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่จำกัดขอบเขตอยู่เฉพาะบางประเด็น โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายคือสาธารณชนของต่างประเทศ และมีตัวแสดงที่มากมายหลากหลาย เนื่องจากรัฐไม่สามารถผูกขาดการสื่อสารระหว่างประเทศได้อีกต่อไป ขณะที่การสร้างตราแห่งชาติเป็นการดำเนินการของรัฐในการประสานทุกภาคส่วนของสังคมในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในลักษณะองค์รวม (holistic approach) เพื่อปรับเปลี่ยนการรับรู้ (perception) เกี่ยวกับประเทศในทุก ๆ ด้าน เหมือนกับการทำการตลาดของประเทศกับประชาคมระหว่างประเทศ ศาสตราจารย์ Melissen เห็นว่า การทูตสาธารณะมักจะดำเนินไปได้ด้วยดีสำหรับประเทศที่ดำเนินการสร้างตราภาพลักษณ์ประเทศอยู่แล้ว เนื่องจากประเด็นทั้งสองเป็นสิ่งที่เกื้อกูลซึ่งกันและกัน

๓) ความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศ (Foreign Cultural Relations) ปัจจุบันขอบเขตของความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมกับต่างประเทศ (การทูตวัฒนธรรม) กับการทูตสาธารณะนั้นมีความเหลื่อมซ้อนกันอยู่มาก โดยความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญของการทูตสาธารณะในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศและเอาชนะใจสาธารณชนต่างประเทศ

ทั้งนี้ การทูตสาธารณะสามารถแบ่งออกเป็น ๓ มิติคือ

๑) การสื่อสารประจำวัน (Daily Communications) ใช้เพื่ออธิบายการตัดสินใจด้านนโยบาย อาทิ การแถลงข่าวหรือนโยบายของรัฐบาลต่อสื่อมวลชนทั้งในและต่างประเทศ หรือการออกแถลงการณ์จุดยืนหรือท่าทีของรัฐบาลเมื่อเกิดวิกฤตการณ์หรือเหตุฉุกเฉิน

๒) การสื่อสารเชิงยุทธศาสตร์ (Strategic Communications) ซึ่งดำเนินการในรูปการรณรงค์ (campaign) เชิงสัญลักษณ์ โดยมีการกำหนดแนวเรื่อง (theme) ของการรณรงค์ดังกล่าว

๓) การพัฒนาความสัมพันธ์ที่ยั่งยืนผ่านบุคคลสำคัญ (Development of Lasting Relationships with Key Individuals) โดยอาศัยช่องทางต่าง ๆ อาทิ การให้ทุนการศึกษา การฝึกงาน การประชุม/สัมมนา การพบปะระหว่างบุคคล/สื่อมวลชนชั้นนำ และความช่วยเหลือทางวิชาการ

^๕ สิทธิพล เครือรัตติกาล, แนวคิดเรื่อง Soft Power และการทูตสาธารณะ, ๒๐๐๘, แหล่งที่มา <http://kositthiphon.blogspot.com/2008/12/soft-power-public-diplomacy.html>.

การทูตสาธารณะเป็นส่วนสำคัญของการทูตยุคปัจจุบันที่ต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการทูตแบบดั้งเดิม โดยเครื่องมือทั้งสองเป็นสิ่งที่ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน จึงทำให้มีนักวิชาการและรัฐบาลของหลายประเทศเห็นว่า นโยบายต่างประเทศที่ดีและมีประสิทธิภาพควรจะต้องมีการผสมผสานกันอย่างเหมาะสมระหว่าง Hard Power และ Soft Power เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ที่เรียกว่า Smart Power ดังที่ศาสตราจารย์ Nye และนาย Richard L. Armitage อดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการต่างประเทศสหรัฐฯ เคยกล่าวไว้ในโอกาสการสัมมนาครั้งหนึ่งของ CSIS ว่า “จะเป็นการดีหากจะสามารถ เป็นที่ยำเกรงและเป็นที่รักในเวลาเดียวกัน”^๖

๒.๒.๓ รูปแบบของการทูตสาธารณะ

ปัจจุบันได้มีการแบ่งรูปแบบของการทูตสาธารณะ^๗ ดังนี้



ภาพที่ ๑ รูปแบบของการทูตสาธารณะ

๑) การรับฟัง (Listening) ถือว่าเป็นกิจกรรมที่สำคัญของการทูตสาธารณะ เนื่องจากการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติที่ประเทศใด ๆ หรือทั่วโลกมีต่อประเทศที่ดำเนินการทูตสาธารณะจะมีส่วนช่วยให้ประเทศดังกล่าวสามารถปรับเปลี่ยนและแก้ไขการดำเนินนโยบายต่างประเทศของตนได้อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของนโยบายต่างประเทศของตนได้มากขึ้น

๒) การขอการสนับสนุน (Advocacy) เป็นวิธีการพื้นฐานของการทูตสาธารณะที่ประเทศต่าง ๆ นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับนโยบายหรือประเทศของตน ซึ่งรวมถึงการแถลงท่าทีหรือนโยบายของรัฐในประเด็นต่าง ๆ โดยหน่วยงานเช่นกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศหรือฝ่ายสารนิเทศของสถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ต่อ

^๖ Richard L. Armitage and Joseph S. Nye, Jr., CSIS Commission on Smart Power: A Smarter, More Secure America (Washington DC: Center for Strategic and International Studies, 2007).

^๗ แม้ว่าในวงวิชาการจะมีการกำหนดองค์ประกอบของการทูตสาธารณะแตกต่างกันไป แต่ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับกันอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับองค์ประกอบ ๕ ประการ รายละเอียดสามารถดูได้จาก Nicholas J. Cull, Public Diplomacy: Lessons from the Past (Los Angeles : University of Southern California, 2000).

รัฐบาลหรือสาธารณชนต่างประเทศ เพื่อให้รับรู้และสร้างความรู้สึกรัก/ทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับประเทศผู้ดำเนินการทูตสาธารณะ

๓) การทูตเชิงแลกเปลี่ยน (Exchange Diplomacy) คือการแลกเปลี่ยนทางวิชาการและการฝึกอบรม อาทิ การให้ทุน การศึกษาและทุนฝึกอบรมแก่นักเรียน นักศึกษา สื่อมวลชน และผู้มีบทบาทในสังคมระหว่างสองประเทศหรือมากกว่า

๔) การใช้สื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศ (International Broadcasting) โดยที่การพัฒนาและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนอย่างมากในการทำให้เกิดกระบวน การโลกาภิวัตน์ สภาวะการณ์ดังกล่าวทำให้เทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาทอย่างมากในการทูตสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นสื่อดั้งเดิมคือ โทรทัศน์ วิทยุ และสิ่งพิมพ์ หรือสื่อใหม่ (New Media) อาทิ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม อินเทอร์เน็ต และ Social Media ต่าง ๆ ซึ่งสื่อทั้งสองประเภทล้วนเป็นเครื่องมือสำคัญของประเทศในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการไปยังสาธารณชนต่างประเทศในปริมาณที่ไม่จำกัดได้อย่างรวดเร็ว โดยไม่ต้องผ่านช่องทางการทูตหรือการกลั่นกรองโดยรัฐบาลหรือหน่วยงานของประเทศเป้าหมาย

๕) การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ถือเป็นเครื่องมือในการดำเนินการทูตสาธารณะที่มีประสิทธิภาพสูงในการส่งเสริมภาพลักษณ์และ Soft Power ของประเทศใดประเทศหนึ่ง เนื่องจากการทูตวัฒนธรรมมีความลึกซึ้งและสามารถกระทำได้หลายมิติ ไม่ว่าจะเป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของประเทศโดยอาศัยจุดเด่นทางวัฒนธรรมประเพณีประจำชาติ ศิลปะ ภาษา ศาสนา กีฬา การท่องเที่ยว ดนตรี อาหาร ค่านิยมทางสังคมหรือแม้แต่ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนภายในประเทศ

๒.๒.๔ ข้อจำกัดของการทูตสาธารณะ

๑) โดยที่การทูตสาธารณะมีรูปแบบกิจกรรมหลากหลายเพื่อสื่อสารกับสาธารณชนในประเทศเป้าหมาย จึงอาจไม่สามารถควบคุมผลลัพธ์ได้ทั้งหมด ในบางโอกาสกิจกรรมที่ดำเนินการไปด้วยความตั้งใจที่อาจเกิดผลลัพธ์ในทางลบที่ไม่คาดฝันได้ อาทิ การจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนศึกษาดูงานที่อาจเกิดกรณีผู้เข้าร่วมกิจกรรมจากต่างประเทศเกิดความไม่ประทับใจด้วยสาเหตุบางประการจนเกิดทัศนคติเชิงลบต่อประเทศผู้จัดกิจกรรม

๒) การดำเนินการทูตสาธารณะจำเป็นต้องมีการปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและสถานการณ์อยู่เสมอ และพร้อมที่จะมีการ “ลองผิดลองถูก (evolutionary approach)” มิใช่การกำหนดรูปแบบตายตัว ผู้ดำเนินนโยบายจึงอาจต้องตั้งความหวังต่ำไว้ก่อนมากกว่าคาดหวังว่าทุกกิจกรรมจะต้องประสบความสำเร็จ

๓) การทูตสาธารณะเป็นการสื่อสารสองทาง สิ่งที่ต้องการสื่อสารหรืออธิบายโดยใช้การทูตสาธารณะจะต้องสอดคล้องกับนโยบายและสภาพความเป็นจริงของประเทศที่ดำเนินการทูตสาธารณะ มิฉะนั้น Soft Power จะไม่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๒.๒.๕ บทสรุปลักษณะสำคัญของการทูตสาธารณะ

จากการศึกษาแนวคิดและคำอธิบายความหมายของการทูตสาธารณะข้างต้น จึงอาจประมวลลักษณะสำคัญของการทูตสาธารณะได้ดังนี้

๑) การทูตสาธารณะเป็นกิจกรรมที่ดำเนินการโดยรัฐ (มีรัฐบาลเป็นตัวแสดงหลัก และมีตัวแสดงที่มีใช้รัฐมีบทบาทเสริมในบางประเด็นและบางโอกาส) ของประเทศหนึ่งที่มีผลกระทบต่อสาธารณชนโดยเฉพาะกลุ่มคนที่มีอิทธิพลในสังคม รวมทั้งบุคคลและสื่อมวลชนที่สำคัญซึ่งมีบทบาทในการแสดงความคิดเห็น การกำหนด/ตัดสินใจนโยบายและชี้้นำกระแสสังคมในประเทศอื่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้สาธารณชนต่างประเทศมีหรือเปลี่ยนความเข้าใจ/ความคิดเห็น และความรู้ที่เกี่ยวกับการกระทำหรือประเด็นต่าง ๆ ที่เป็นนโยบายต่างประเทศของรัฐผู้ดำเนินการไปในทางที่รัฐดังกล่าวต้องการ ซึ่งไม่ได้จำกัดแต่เพียงเรื่องการส่งเสริมหรือการปกป้องภาพลักษณ์ของประเทศเสมอไป แต่ยังสามารถใช้เครื่องมือดังกล่าวในการส่งเสริมแนวคิด ค่านิยมหรือการกระทำที่รัฐต้องการให้ประชาคมระหว่างประเทศสนับสนุนก็ได้ และถึงแม้ว่าในบางกรณีรัฐผู้ดำเนินการทูตสาธารณะจะไม่สามารถทำให้สาธารณชนในประเทศเป้าหมายหรือประชาคมระหว่างประเทศถึงกับสนับสนุนรัฐนั้นก็ตาม แต่อย่างน้อยที่สุดก็ไม่ควรที่จะคัดค้านแนวคิด ค่านิยมหรือการกระทำดังกล่าว

๒) การทูตสาธารณะต้องใช้วิธีการมองตนเองของรัฐจากมุมมองของสาธารณชนในประเทศอื่นว่ามีความเข้าใจมุมมองหรือข้อคิดเห็นต่อการกระทำหรือประเด็นด้านนโยบายต่างประเทศของรัฐผู้ดำเนินการทูตสาธารณะอย่างไร (outside-in approach) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือรัฐผู้ดำเนินการทูตสาธารณะจะต้องรับฟังและพยายามทำความเข้าใจถึงวิถีคิดและสาเหตุที่ทำให้สาธารณชนต่างประเทศมีความเห็นหรือทัศนคติเช่นนั้น เพื่อจะได้กำหนดแนวทางและกลยุทธ์การเข้าถึงสาธารณชนต่างประเทศ ที่เป็นเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ซึ่งหมายถึงจะต้อง “รู้เขา รู้เรา” เป็นอย่างดีนั่นเอง

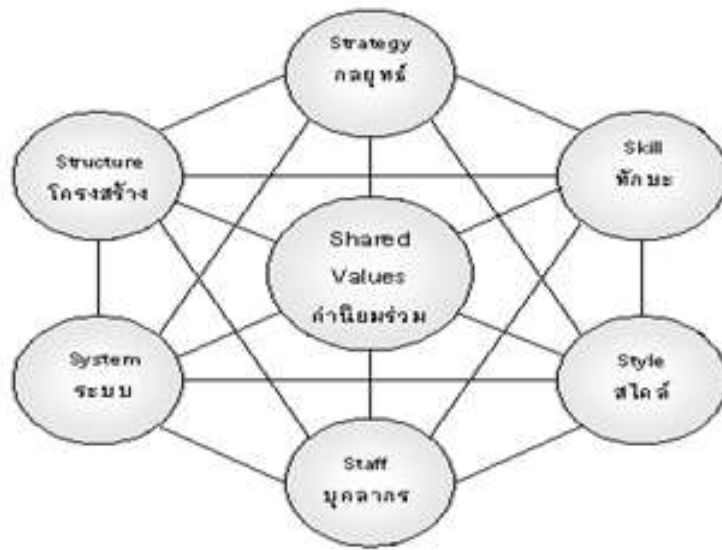
๓) การทูตสาธารณะเป็นเรื่องของการสร้างอิทธิพลเหนือความเห็นของสาธารณชนต่างประเทศ มิใช่เรื่องของการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาชวนเชื่อ ซึ่งมีจุดหมายแต่เพียงให้ผู้รับสารทราบสิ่งที่ผู้ส่งสารต้องการให้รับรู้เท่านั้น การทูตสาธารณะเป็นเรื่องของการสื่อสารแบบสองทางที่เปิดโอกาสให้สาธารณชนต่างประเทศสามารถแลกเปลี่ยนความเห็นกับรัฐผู้ดำเนินการทูตสาธารณะได้

๔) ในบางกรณีการทูตสาธารณะรัฐผู้ดำเนินการอาจมีเป้าหมายประสงค์ในการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีและการยอมรับของสาธารณชนต่างประเทศ เพื่อเป็นพื้นฐานในการดำเนินนโยบายต่างประเทศของรัฐดังกล่าวในอนาคต

๒.๓ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT)

การวิเคราะห์ SWOT บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ ผู้เขียนดำเนินการโดยอาศัยกรอบแนวคิด “๗-S Framework” ของนาย Robert H. Waterman, Thomas J. Peters และ Julien R. Phillips ซึ่งเป็นแนวคิดในการประเมินองค์กรโดยอาศัยปัจจัย ๗ ประการคือ กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบปฏิบัติงาน บุคลากร ทักษะ รูปแบบการบริหารจัดการ และค่านิยมร่วมที่ได้รับการยอมรับและนำมาใช้อย่างกว้างขวาง^๔

^๔ Robert H. Waterman, Thomas J. Peters and Julien R. Phillips, Structure is Not Organization (Business Horizons, June 1980), pp.14-26.



ภาพที่ ๒ กรอบแนวคิด “๗-S Framework”

บทที่ ๓ การทูตสาธารณะของไทย

๓.๑ ภูมิหลัง

ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นว่าการทูตสาธารณะไม่ใช่สิ่งใหม่ในทางการทูตและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในกรณีของประเทศไทยก็เช่นเดียวกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันการดำเนินการทูตของไทยจะมีมิติของการทูตสาธารณะร่วมอยู่ด้วยเสมอ โดยการดำเนินการทูตสาธารณะของไทยในอดีตจะใช้การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ซึ่งเป็นรูปแบบหนึ่งของการทูตสาธารณะเป็นเครื่องมือสำคัญดังเช่นการส่งเสริมความเจริญด้านศาสนาของไทยกับลังกา (ศรีลังกา) ในยุคกรุงสุโขทัยสมัยรัชกาลพ่อขุนรามคำแหงมหาราช การติดต่อสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจกับจีนในสมัยกรุงศรีอยุธยา กรุงธนบุรี และกรุงรัตนโกสินทร์ และการที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงเสนอที่จะพระราชทานช้างเพื่อเป็นของขวัญให้กับ “ประชาชน” สหรัฐฯ เพื่อใช้สู้รบในสงครามกลางเมือง ทั้งนี้พลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอ กรมหมื่นนครานุรักษ์ประพันธ์ได้ทรงนิพนธ์ไว้ในหนังสือประวัติการทูตไทยว่า “ในความสัมพันธ์ระหว่างชาติ ไทยจะนึกถึงสิทธิและผลประโยชน์ของตนเท่านั้นก็หาไม่ แต่ย่อมนึกถึงหน้าที่ของตนเกี่ยวกับประโยชน์ส่วนรวมด้วย”^๑

ภายหลังการปรับปรุงระบบราชการในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว กระทรวงการต่างประเทศเป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินนโยบายต่างประเทศของไทย และต่อมาได้มีการจัดตั้งกรมสารนิเทศขึ้นเมื่อปี ๒๕๐๓ เพื่อทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและนโยบายต่างประเทศของไทยในเรื่องต่าง ๆ ให้นานาชาติรับทราบ อย่างไรก็ตามในช่วงเวลานั้นกิจกรรมหลักด้านการทูตสาธารณะของกระทรวงการต่างประเทศไทยยังคงจำกัดอยู่ด้านการขอความสนับสนุน (Advocacy) และการใช้สื่อแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศ (International Broadcasting) ในขณะที่การทูตเชิงแลกเปลี่ยน (Exchange Diplomacy) อยู่ภายใต้กรมวิเทศสหการ ส่วนการทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ไม่มีหน่วยงานรับผิดชอบชัดเจน โดยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่อยู่ภายใต้ความรับผิดชอบและการประสานงานกันระหว่างกรมสารนิเทศ สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกรมประชาสัมพันธ์ ขณะที่การรับฟัง (Listening) เป็นหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ไทยประจำประเทศต่าง ๆ

ต่อมากฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ พ.ศ.๒๕๔๕ ได้ระบุหน้าที่และความรับผิดชอบของกรมฯ ให้ครอบคลุมถึง “งานสารนิเทศและการทูตเชิงวัฒนธรรม โดยการประชาสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายกับสื่อมวลชนต่างประเทศและระหว่างสื่อมวลชนท้องถิ่นกับสื่อมวลชนต่างประเทศในไทย และส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมรวมทั้งแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมกับนานาชาติ เพื่อเผยแพร่ภาพพจน์ที่ดีของประเทศไทยและปกป้องรักษาผลประโยชน์ของชาติ

^๑ กระจก ส่องใจ (นามแฝง), “วารสารสารนิเทศ ๒๕๓๕” อังโน โศกชัย จุลศิริวงศ์ (บรรณาธิการ), ๕ ทศวรรษการต่างประเทศของไทย จากความขัดแย้งสู่ความร่วมมือ (กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ ๒๕๓๖), น. ๖.

ตลอดจนสร้างเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในทุก ๆ ด้าน” ที่ผ่านมา ได้มีการดำเนินการของรัฐบาลและกระทรวงการต่างประเทศหลายประการ ในการปรับปรุงประสิทธิภาพกลไกการทูตสาธารณะของไทย อาทิ มติคณะรัฐมนตรีเมื่อปี ๒๕๔๗ โอนย้าย กรมวิเทศสหการมาสังกัดกระทรวงการต่างประเทศ เพื่อให้มีเอกภาพในการบริหารงานการทูตสาธารณะ โดยเปลี่ยนชื่อเป็นสำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศที่มีภารกิจหลักในการดำเนินการเกี่ยวกับทุนการศึกษา และฝึกอบรมที่ประเทศไทยจัดสรรให้กับรัฐบาลและองค์การระหว่างประเทศต่าง ๆ ทั้งในประเทศเพื่อนบ้านและประเทศกำลังพัฒนาต่าง ๆ นอกจากนี้กระทรวงการต่างประเทศได้กำหนดยุทธศาสตร์การทูตวัฒนธรรมในปี ๒๕๔๘ โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับการทูตวัฒนธรรมให้เป็นแนวทางหลักในการดำเนินนโยบายเชิงรุกโดยใช้วัฒนธรรมเป็นสื่อกลางในการแก้ไขภาพลักษณ์ ส่งเสริมและเผยแพร่วัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จัก ยอมรับชื่นชมและแพร่หลายไปทั่วโลก ตลอดจนสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องและความรู้สึกที่ดีต่อกันระหว่างชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมุ่งกระแสโลกาภิวัตน์และเทคโนโลยีสื่อสารสมัยใหม่เป็นเครื่องมือนำเสนออย่างแนบเนียน ยั่งยืนและครอบคลุมกว้างขวาง เพื่อเป็นพื้นฐานสำหรับการสร้างสรรค์ ส่งเสริม และเอื้อประโยชน์ต่อการขยายความสัมพันธ์และความร่วมมือระดับประชาชน^๒ การจัดตั้ง “มูลนิธิไทย (Thailand Foundation)” เมื่อเดือนธันวาคม ๒๕๕๐ เพื่อเป็นกลไกการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม เพื่อกระชับความสัมพันธ์ระดับประชาชน โดยมีฐานะเป็นองค์กรอิสระภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการต่างประเทศ^๓ และเมื่อเดือนมีนาคม ๒๕๕๒ กรมสารนิเทศได้จัดทำแผนแม่บทว่าด้วยการดำเนินการด้านการทูตวัฒนธรรมในกรอบของการทูตสาธารณะ^๔

นอกเหนือจากการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะโดยกระทรวงการต่างประเทศแล้ว ยังมีหน่วยราชการและองค์กรอื่นๆ ของรัฐที่รับผิดชอบหรือดำเนินงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องดังกล่าวด้วย อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงมหาดไทย กรมประชาสัมพันธ์ รัฐสภา และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (สสปน.)

นอกจากภารกิจที่กระทรวงการต่างประเทศและหน่วยราชการต่าง ๆ ปฏิบัติเกี่ยวกับการดำเนินการทูตสาธารณะอยู่เป็นประจำอย่างต่อเนื่องแล้ว ในระดับนโยบายประเทศไทยยังมีกรอบอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องคือ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ (พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๔) และฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) ที่ระบุถึงแนวคิดเรื่องการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ (Creative Economy) ในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการของไทย โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรมผนวกกับจุดแข็งและวิถีความเป็นไทย เพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและความมั่นคงในการดำรงชีวิตให้กับประชาชนไทย และการสร้างตรา (Branding) ให้กับประเทศไทยในสายตาของชาวต่างชาติ หรือโครงการ Branding Thailand ซึ่งริเริ่มเมื่อปี ๒๕๔๔ โดยรัฐบาลร่วมกับสถาบันคชิตินทร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ Kellogg School of Management มหาวิทยาลัย Northwestern สหรัฐฯ ในการดำเนินการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติของประชาชนสหรัฐฯ และอีกว่า ๓๐ ประเทศ ระหว่างปี

^๒ กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ, แผนยุทธศาสตร์การทูตวัฒนธรรม, ๒๔ พฤษภาคม ๒๕๔๘.

^๓ กระทรวงการต่างประเทศ, แนวทางการจัดตั้งมูลนิธิไทย (Thailand Foundation), ๖ มิถุนายน ๒๕๕๑.

^๔ กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ, แผนแม่บทว่าด้วยการดำเนินการด้านการทูตวัฒนธรรมในกรอบของการทูตสาธารณะ, มีนาคม ๒๕๕๒.

๒๕๔๕-๒๕๔๖ เกี่ยวกับประเทศไทย ซึ่งถือเป็นการสื่อสารสองทางระหว่างรัฐบาลไทยกับสาธารณชนต่างประเทศ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ประกอบการกำหนดนโยบายของรัฐบาลไทย^๕

บทบาทของตัวแสดงที่มีใช้รัฐคือเอกชนและภาคประชาสังคมไทยก็มีส่วนสำคัญ ต่อความสำเร็จของการทูตสาธารณะของประเทศเช่นกัน เนื่องจากจุดเด่นที่เป็นกิจกรรมปราศจากการเมือง นอกจากนี้ ปัจจุบันภาคเอกชนไทยหลายสาขามีศักยภาพสูงและประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจในประเทศทั้งในและนอกภูมิภาค อาทิ ธุรกิจโรงแรม ภาพยนตร์และความบันเทิง พลังงาน อาหาร ก่อสร้าง บริการ และการผลิตชิ้นส่วนและอุปกรณ์

๓.๒ การดำเนินการทูตสาธารณะของกระทรวงการต่างประเทศ

จากคำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีชุดปัจจุบันต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๔ ในด้านต่างประเทศที่ระบุในตอนหนึ่งว่า “รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาความสัมพันธ์กับนานาชาติ ส่งเสริมภาพลักษณ์และความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับประเทศไทย เพื่อให้รัฐบาลและสาธารณชนต่างประเทศ รวมถึงชาวต่างประเทศที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทยมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศและประชาชนไทย อีกทั้งเพื่อเพิ่มความนิยมต่อประเทศไทย ซึ่งจะส่งผลดีในระยะยาวต่อเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งด้านการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยว”^๖ กระทรวงการต่างประเทศได้กำหนดพันธกิจ (Missions) ในการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะ^๗ ดังนี้

๑) เผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยและขยายผลของอัตลักษณ์ไทย (Thainess) เพื่อเสริมสร้างเกียรติภูมิของคนชาติไทย (Pride) ตลอดจนสร้างทัศนคติที่ดีและความนิยม (Goodwill) ต่อประเทศไทยในสังคมโลก ซึ่งจะเสริมสร้างและรักษาผลประโยชน์ของชาติในมิติและกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวางและลึกซึ้งมากขึ้นในทุกประเทศ

๒) แปลงความนิยม (Goodwill) ดังกล่าวไปสู่ผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) อันจะนำมาซึ่งการเพิ่มมูลค่าการค้าของสินค้าและบริการของไทย รวมทั้งการลงทุนในประเทศไทยในระยะยาว

กระทรวงการต่างประเทศได้ใช้ Soft Power ผ่านการดำเนินนโยบายการทูตสาธารณะ ในทุกมิติต่อกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้นำหรือกลุ่มหรือองค์กรที่เป็นผู้นำทางความคิด (Opinion Leaders) ในสังคม นักวิชาการ สื่อมวลชนและองค์กรภาคประชาสังคมที่มีอิทธิพลทางความคิดและการตัดสินใจในสังคมและการดำเนินนโยบายของต่างประเทศ โดยอาศัยกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของอาทิ

๑) การจัดกิจกรรมที่มีผลในวงกว้าง โดยความร่วมมือระหว่างกระทรวงการต่างประเทศ มูลนิธิไทย สถานเอกอัครราชทูต/สถานกงสุลใหญ่ หน่วยราชการหรือภาคเอกชนไทยต่าง ๆ เพื่อให้มี

^๕ S. Maesincee, K. Nuttavuthisit, A. Ayawongs, and N. Phasukvanich, Branding Thailand: Building a favorable country image for Thai products and services (Sasin Journal of Management, Vol 9, No. 1, 2003), pp.21-26.

^๖ คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีแถลงต่อรัฐสภา ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๔

^๗ กองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ, เอกสารบรรยายสรุปเกี่ยวกับการดำเนินงานการทูตวัฒนธรรมในกรอบการทูตสาธารณะ, สิงหาคม ๒๕๕๔

องค์ประกอบของกิจกรรมที่หลากหลายในมิติต่าง ๆ อาทิ งานสัปดาห์ไทย (Thai Week) ในต่างประเทศ

๒) การจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมร่วมกับการจัดงานเผยแพร่วัฒนธรรมนานาชาติที่สำคัญของโลก และการจัดงานเทศกาลไทยในต่างประเทศ (Thai Festival) ซึ่งจะสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ชมต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก

๓) การผลิตสื่อด้านวัฒนธรรมที่โดดเด่นของไทย อาทิ ศิลปะมวยไทย อาหารไทย การฟ้อนรำ และโขน เพื่อใช้ในการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ทั่วโลก

๔) การสร้างถาวรวัตถุที่เป็นสัญลักษณ์ของประเทศไทย อาทิ ศาลาไทยในประเทศต่าง ๆ

๕) การสนับสนุนด้านการศึกษา อาทิ การแลกเปลี่ยนเยาวชนไทยกับต่างประเทศและการสนับสนุนกิจกรรมของสถาบันไทยศึกษาในต่างประเทศ เพื่อเสริมสร้างความรู้จัก เชื่อเข้าใจและความเข้าใจระดับเยาวชนของต่างประเทศที่จะเติบโตเป็นผู้ใหญ่ที่มีรู้จักและมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทยในอนาคต

๖) การส่งเสริมความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนชั้นนำต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทางความคิดในสังคม และสามารถถ่ายทอดออกมาเป็นผลงานของตนเองและขยายผลในวงกว้างได้

๗) การใช้ศาสนาเป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรม อาทิ การอัญเชิญผ้าพระกฐินพระราชทานไปทอดถวายยังวัดพุทธศาสนาในประเทศเพื่อนบ้าน

๘) การนำคณะนาฏศิลป์ การสาธิตศิลปหัตถกรรม ผลงานศิลปะและภาพยนตร์ไทยไปเผยแพร่ในต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมและความสามารถของคนไทย

๙) การจัดกิจกรรมการสอนภาษาไทยและการสอนทำอาหารไทยในต่างประเทศ^๘

^๘ อ่างแล้ว

บทที่ ๔

บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาร์ตา ในการดำเนินการทูตสาธารณะ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕

๔.๑ ภาพรวมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย

ไทยและอินโดนีเซียสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันเมื่อวันที่ ๗ มีนาคม ๒๕๓๓ ตลอดช่วงเวลากว่า ๖๐ ปีที่ผ่านมา ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศทั้งสองเป็นไปอย่างใกล้ชิด อินโดนีเซียเป็นมิตรประเทศที่สำคัญของไทยทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคี อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่และมีประชากรมากที่สุดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตลอดจนเป็นประเทศที่มีประชากรมุสลิมมากที่สุดในโลก และตั้งอยู่ในจุดยุทธศาสตร์สำคัญในการควบคุมช่องแคบมะละกา มีทรัพยากรธรรมชาติที่น้ำมัน แก๊ส แร่ธาตุ ป่าไม้ อาหารทะเลและพลังงานทางเลือกจำนวนมาก ทำให้อินโดนีเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อไทย

๔.๑.๑ ด้านการเมือง

นอกจากความร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดทั้งในกรอบทวิภาคีและพหุภาคีแล้ว อินโดนีเซียมีบทบาทช่วยสนับสนุนรัฐบาลไทยในประเด็นปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ของไทยอย่างมากในองค์การความร่วมมืออิสลาม (Organization of Islamic Cooperation: OIC) ซึ่งที่ผ่านมามีอินโดนีเซียสนับสนุนแนวทางแก้ปัญหาภาคใต้ของรัฐบาลไทยมาโดยตลอด และอินโดนีเซียยังเป็นประเทศที่มีนักศึกษาไทยมุสลิมจากจังหวัดชายแดนภาคใต้จำนวนประมาณ ๗๐๐-๘๐๐ คน เดินทางมาศึกษาในระดับมัธยมและอุดมศึกษา (ปริญญาตรีและโท) โดยทุนส่วนตัวหรือทุนของอินโดนีเซีย (ทุนมุลนิฮิ Muhammadiyah และทุน Dharmasiswa ของกระทรวงศึกษาธิการอินโดนีเซีย) กระจายอยู่ตามเมืองต่าง ๆ อาทิ กรุงจาร์ตา เมืองบันดุง สุราบายา โซโล มาลัง เขตปกครองพิเศษยอกยาการ์ตา (เกาะชวา) และเมืองเมดาน (เกาะสุมาตรา)

๔.๑.๒ ด้านเศรษฐกิจ

อินโดนีเซียเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญอันดับ ๓ ของไทยในอาเซียน (รองจากมาเลเซียและสิงคโปร์) และเป็นคู่ค้าอันดับ ๗ ของไทยในโลก ในปี ๒๕๕๕ มูลค่าการค้าทวิภาคีระหว่างไทยกับอินโดนีเซียเท่ากับ ๑๗,๔๔๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยนำเข้าสินค้าจากอินโดนีเซียมูลค่า ๗,๓๗๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ และส่งออก ๑๐,๐๗๘ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ตัวเลขการค้าในปี ๒๕๕๕ มีมูลค่าการค้าประมาณ ๑๘,๐๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยไทยนำเข้าสินค้าจากอินโดนีเซียประมาณ ๘,๐๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ และส่งออกประมาณ ๑๐,๐๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐ สินค้าส่งออกของไทยไปอินโดนีเซียที่สำคัญได้แก่ รถยนต์ อุปกรณ์/ส่วนประกอบ เครื่องจักรกล/ส่วนประกอบ น้ำตาลทราย เคมีภัณฑ์ เหล็ก/ผลิตภัณฑ์ เครื่องปรับอากาศ ข้าว และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ส่วนสินค้าที่ไทยนำเข้าจากอินโดนีเซียที่สำคัญได้แก่ สินแร่โลหะ ถ่านหิน เรือและ

สิ่งก่อสร้างลอยน้ำ เคมีภัณฑ์ เครื่องจักรกล/ส่วนประกอบ น้ำมันดิบ รถยนต์ อุปกรณ์/ส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้า/ส่วนประกอบ และอาหารทะเล^๑

๔.๑.๓ ด้านการลงทุน

ในปี ๒๕๕๔ ไทยเป็นประเทศผู้ลงทุนอันดับที่ ๑๕ ในอินโดนีเซีย (ลำดับ ๓ ในประเทศอาเซียน) โดยมีมูลค่า ๘๗.๒ ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่เป็นการลงทุนด้านอุตสาหกรรม ประมง ปิโตรเคมี เหมืองแร่และถ่านหิน โดยกลุ่มธุรกิจชั้นนำของไทยที่เข้าไปลงทุนในอินโดนีเซีย อาทิ เครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือซีเมนต์ไทย บริษัทไทยซัมมิตาฯ ธนาคารกรุงเทพฯ บริษัทศรีตรังฯ บริษัทบ้านปูฯ บริษัท ปตท.ฯ บริษัท ปตท.สำรวจและผลิตปิโตรเลียมฯ และบริษัท ปตท. Green Energy^๒

๔.๑.๔ ด้านสังคม

วัฒนธรรมและประชาชน ไทยและอินโดนีเซียมีความสัมพันธ์ด้านวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิด เมื่อปี ๒๕๔๕ ทั้งสองประเทศมีการจัดทำความตกลงทางวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมความร่วมมือและการแลกเปลี่ยนทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม^๓ ตลอดจนมีการแลกเปลี่ยนการเยือนระหว่างกันทุกระดับอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่พระราชวงศ์ของไทย ผู้นำรัฐบาล บุคคลระดับสูงของภาครัฐ ฝ่ายนิติบัญญัติ ตุลาการและภาคเอกชน รวมถึงระดับประชาชนของทั้งสองประเทศ โดยในปี ๒๕๕๔ มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากไทยเดินทางไปอินโดนีเซีย ๘๑,๗๖๓ คน (เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๙.๒ จากปี ๒๕๕๓) และมีนักท่องเที่ยวอินโดนีเซียเดินทางมาไทยจำนวน ๓๖๙,๕๓๐ (เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒๙.๑๗ จากปี ๒๕๕๓) พร้อมกันนี้ ยังมีการสถาปนาความสัมพันธ์ “เมืองพี่เมืองน้อง” ระหว่างกรุงเทพฯ กับ กรุงจาการ์ตา จังหวัดสงขลา กับเมืองเมดาน จังหวัดเชียงราย กับจังหวัดชวาตะวันตก จังหวัดเชียงใหม่ กับเขตปกครองพิเศษอากยการ์ตา (จังหวัดชลบุรีกับเขตปกครองพิเศษบาห์ลีกำลังอยู่ระหว่างการเจรจา)

๔.๒ บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะต่ออินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕

ในช่วงระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ร่วมกับหน่วยราชการไทยประจำอินโดนีเซีย (คณะผู้แทนถาวรไทยประจำอาเซียน สำนักงานผู้ช่วยทูตฝ่ายทหาร ๓ เหล่าทัพ สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศฯ สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศฯ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ และสำนักงานการบินไทยฯ) หรือทีมประเทศไทยในอินโดนีเซียซึ่งมีเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาทำหน้าที่หัวหน้าได้ดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย โดยอาศัย Soft Power ที่ไทยมีศักยภาพในรูปของกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ ซึ่งแหล่งที่มาของ Soft Power ดังกล่าวประกอบด้วย

^๑ กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ, ข้อมูลความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย, มิถุนายน ๒๕๕๕

^๒ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา, ข้อมูลความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจไทย-อินโดนีเซีย, เมษายน ๒๕๕๕

^๓ ไทยและอินโดนีเซียได้ลงนามความตกลงทางวัฒนธรรมระหว่างกันเมื่อปี ๒๕๔๕ ซึ่งไทยได้แจ้งฝ่ายอินโดนีเซียผ่านช่องทางทูตว่าได้ดำเนินการตามขั้นตอนที่จำเป็นตามรัฐธรรมนูญแล้วเมื่อเดือนพฤษภาคม ๒๕๕๔ ขณะนี้ ฝ่ายอินโดนีเซียอยู่ระหว่างการดำเนินการตามขั้นตอนที่จำเป็นตามรัฐธรรมนูญของตน และจะแจ้งฝ่ายไทยทราบเพื่อให้ความตกลงฯ มีผลบังคับใช้ต่อไป

๔.๒.๑ วัฒนธรรม

ดังที่กล่าวแล้วว่าไทยและอินโดนีเซียมีความผูกพันใกล้ชิดกันมาตั้งแต่อดีต ประชาชนที่อาศัยอยู่บนดินแดนที่ปัจจุบันเป็นที่ตั้งของประเทศทั้งสองมีการติดต่อสัมพันธ์มาตั้งแต่สมัยอาณาจักรศรีวิชัยและมัชปาหิตในช่วงประมาณศตวรรษที่ ๓-๑๕ รวมถึงความสัมพันธ์ทางพุทธศาสนาในสมัยอาณาจักร Sailendra บนเกาะชวาในช่วงศตวรรษที่ ๘ ซึ่งมีการก่อสร้างพุทธสถานบุโรพุทโธ (Borobudur) นับแต่อดีตจนถึงปัจจุบันประชาชนไทยและอินโดนีเซียมีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมกันอย่างลึกซึ้งทั้งด้านวรรณคดี อาหาร ภาษา เครื่องแต่งกายและดนตรี อาทิ การใช้ครุฑเป็นตราสัญลักษณ์ของประเทศ ความนิยมต่อวรรณคดีเรื่องรามเกียรติ์ มหาภารตยุทธ์ ซึ่งทั้งสองประเทศได้รับอิทธิพลมาจากอินเดีย บทละครโอเปร่าซึ่งพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัยทรงพระราชนิพนธ์โดยดัดแปลงจากรวมคดีอินโดนีเซียเรื่อง The Panji Story คำที่มาจากภาษาสันสกฤต อาทิ menteri (รัฐมนตรี) wanita (ผู้หญิง) suami (สามี) mitra (มิตร) putra (บุตรชาย) และ putri (บุตรสาว) อาหารประเภทสะเต๊ะ หนึ่งตะลุง ผ้าบาติก และเครื่องดนตรีปี่ชวาและอังกะลุง

การที่วัฒนธรรมไทยและอินโดนีเซียมีความเชื่อมโยงกัน ทำให้ชาวอินโดนีเซียมีความเข้าใจและชื่นชมวัฒนธรรมและประเพณีไทย โดยเฉพาะความโอบอ้อมอารี ความเคารพผู้มีอาวุโส และประเพณีที่สนุกสนาน (สงกรานต์และลอยกระทง) ทำให้ประเทศไทยและชาวไทยมีภาพลักษณ์ที่ดี ในสายตาของชาวอินโดนีเซีย นอกจากนี้ปัจจุบันอาหารและผลไม้ไทยได้รับความนิยมจากชาวอินโดนีเซียอย่างมาก โดยเฉพาะต้มยำกุ้ง ข้าวเหนียวมะม่วง และข้าวเหนียวทุเรียน จนมีการนำคำว่า Bangkok ไปใช้เรียกสินค้าที่มีคุณภาพดี อาทิ Durian Bangkok (ทุเรียนจากประเทศไทย) รวมถึงชื่อเสียงเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายของไทยโดยเฉพาะตลาดนัดสวนจตุจักร ย่านประตูน้ำ และเมืองพัทยาถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากชาวอินโดนีเซียเป็นอย่างมาก จึงกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมเป็น Soft Power ที่มีบทบาทสำคัญของไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับอินโดนีเซีย

๔.๒.๒ การศึกษาและฝึกอบรม

การที่ประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาชั้นนำหลายแห่งที่มีหลักสูตรหลักสูตรนานาชาติโดยใช้ภาษาอังกฤษเป็นสื่อการสอนที่มีมาตรฐานสูงในระดับสากล อีกทั้งมีที่ตั้งที่ไม่ห่างไกลจากอินโดนีเซียมากนัก รวมถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่สูง ความสะดวกในเรื่องที่พักและโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ ทำให้ชาวอินโดนีเซียหลายคนเดินทางไปศึกษาต่อระดับปริญญาโทและเอกในประเทศไทย นอกจากนี้สำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศร่วมกับสถาบันระดับอุดมศึกษาต่าง ๆ มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงในพระบรมราชูปถัมภ์ และสถาบันวิจัยจุฬาภรณ์ยังได้ให้ทุนฝึกอบรมหรือศึกษาต่อในสาขาต่าง ๆ แก่ข้าราชการอินโดนีเซียเป็นประจำทุกปีด้วย ซึ่งทำให้บุคคลเหล่านี้มีความผูกพันและมีทัศนคติที่ดีต่อคนไทยและประเทศไทย และภายหลังเดินทางกลับอินโดนีเซียจะเป็น “Friends of Thailand” ซึ่งเป็น Soft Power ที่ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย

๔.๒.๓ ค่านิยมทางการเมือง

ไทยและอินโดนีเซียมีค่านิยมร่วมกันในเรื่องการสนับสนุนประชาธิปไตย สิทธิเสรีภาพและการแสดงออกของประชาชน ในอดีตประเทศทั้งสองต่างเคยผ่านประสบ การณ์ต่อสู้ทางการเมืองเพื่อให้ได้มาซึ่งสิทธิเสรีภาพดังกล่าว ปัจจุบันพัฒนาการของระบอบประชาธิปไตยใน

อินโดนีเซียก้าวหน้าไปมากจนกล่าวได้ว่าการเมืองอินโดนีเซียได้พัฒนาไปสู่ระบอบประชาธิปไตยที่เข้มแข็ง เศรษฐกิจของประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็ว ภาคประชาสังคมมีสิทธิเสรีภาพและบทบาทในการแสดงความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ขณะที่การเมืองของไทยกำลังประสบปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มการเมืองภายในประเทศ ทำให้ปัจจุบัน Soft Power ด้านนี้ของไทยต่ออินโดนีเซียมีไม่มากนัก

๔.๒.๔ นโยบายต่างประเทศ

ไทยดำเนินนโยบายต่างประเทศอย่างสร้างสรรค์ในประชาคมระหว่างประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาความขัดแย้งด้วยสันติวิธี การเคารพสิทธิมนุษยชนการไม่แทรกแซงกิจการภายในของประเทศอื่น และการรักษาสันติภาพและความมั่นคง โดยนับตั้งแต่ปี ๒๕๓๓ ไทยได้เข้าร่วมในปฏิบัติการรักษาสันติภาพของสหประชาชาติจำนวน ๑๗ ภารกิจ รวมทั้งได้มีบทบาทสนับสนุนกระบวนการสันติภาพในจังหวัดอาเจห์ของอินโดนีเซียระหว่างปี ๒๕๔๘-๒๕๔๙ โดยไทยส่งเจ้าหน้าที่เข้าร่วมคณะผู้สังเกตการณ์อาเจห์ (Aceh Monitoring Mission: AMM) ภายใต้การนำของ พลโท นิพัทธ์ ทองเล็ก รองผู้อำนวยการสำนักนโยบายและแผน กระทรวงกลาโหม (ยศและตำแหน่งในขณะนั้น) ซึ่งได้รับแต่งตั้งเป็น Principal Deputy Head of Mission of AMM ด้วย โดยเจ้าหน้าที่ของไทยได้รับคำชมเชยจาก AMM และทางอินโดนีเซียว่าปฏิบัติหน้าที่ได้เป็นอย่างดีและมีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จของ AMM ซึ่งภายหลังเสร็จภารกิจ ประธานาธิบดีอินโดนีเซียได้มอบเครื่องอิสริยาภรณ์ Bintang Jasa Utama แก่พลโท นิพัทธ์ฯ รวมทั้งกล่าวในเวลาต่อมาว่า ความช่วยเหลือของทหารไทยในกรณีอาเจห์ ทำให้อินโดนีเซียรู้สึกว่าการตอบแทนไทยด้วยการให้ความช่วยเหลือในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ในเวลาต่อมามูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ ยังได้ให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับโครงการส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเลี้ยงสัตว์และการพัฒนาที่ยั่งยืนในจังหวัดอาเจห์ โดยสำนักงานความร่วมมือเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาระหว่างประเทศได้สนับสนุนงบประมาณสำหรับโครงการฯ ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ เป็นจำนวนประมาณ ๓๔ ล้านบาทด้วย นอกจากนี้ ในฐานะมิตรประเทศที่ผูกพันและใกล้ชิดที่ผ่านมาไทยและอินโดนีเซีย ได้ให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกันในยามที่อีกฝ่ายหนึ่งประสบปัญหา อาทิ เมื่อไทยได้รับผลกระทบจาก วิกฤตการณ์น้ำมัน (Oil Crisis) ช่วงปลายทศวรรษที่ ๑๙๗๐ รัฐบาลอินโดนีเซียได้ให้ความช่วยเหลือน้ำมันดิบจำนวนหนึ่งแก่ไทย ในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจเมื่อปี ๒๕๔๐ อินโดนีเซียได้ให้ความช่วยเหลือทางการเงินจำนวน ๕๐๐ ล้านดอลลาร์สหรัฐเพื่อเป็น “On-Call Reserve” สำหรับไทย ทั้งสองประเทศยัง ได้ให้ความช่วยเหลือทางการเงินและสิ่งของเมื่ออีกฝ่ายหนึ่งประสบปัญหาภัยพิบัติทางธรรมชาติ โดยเมื่อ ปี ๒๕๔๗ ไทยได้ให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรมต่ออินโดนีเซียในเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่เมือง Nabire จังหวัดปาปัวเป็นเงิน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ ตลอดจนให้ความช่วยเหลือทางการเงิน ๑๐๐,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ ข้าวจำนวน ๑,๐๐๐ ตัน และส่งคณะแพทย์/พยาบาลไปช่วยบรรเทาทุกข์กรณีแผ่นดินไหวที่จังหวัดชวากลางเมื่อปี ๒๕๔๙ ต่อมาเมื่อปี ๒๕๕๐ ไทยได้มอบสิ่งของช่วยเหลือผู้ประสบภัยน้ำท่วมกรุงจาการ์ตามูลค่าประมาณ ๙๔,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ และมอบเงินช่วยเหลือกรณีแผ่นดินไหวที่จังหวัดสุมาตราตะวันตกจำนวน ๕๐,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ เมื่อปี ๒๕๕๒ ไทยให้ความช่วยเหลือในรูปยา เวชภัณฑ์และสิ่งของบรรเทาทุกข์มูลค่ารวม ๑๗๐,๐๐๐ ดอลลาร์สหรัฐ เพื่อช่วยเหลือเหตุการณ์แผ่นดินไหวที่สุมาตรา และเมื่อปี ๒๕๕๓ ไทยให้เงินช่วยเหลือจำนวน ๑๐๐,๐๐๐

ดอลลาร์สหรัฐกรณีภูเขาไฟเมราปีระเบิดในจังหวัดชวากลาง และเหตุการณ์คลื่นยักษ์ที่หมู่เกาะเมเนตาไว จังหวัดสุมาตราตะวันตก ขณะที่ทางการอินโดนีเซียได้มอบเงิน ๑ ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสิ่งของบรรเทาทุกข์จำนวนหนึ่งเพื่อช่วยเหลือเหตุการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ในไทยเมื่อปี ๒๕๕๔^๔

นโยบายต่างประเทศดังกล่าวช่วยเสริมภาพลักษณ์ของไทยต่อรัฐบาลและสาธารณชนอินโดนีเซีย อันเป็นการเพิ่ม Soft Power ของไทยต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์กับอินโดนีเซียอีกทางหนึ่ง

๔.๓ รูปแบบการทูตสาธารณะในการดำเนินการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕

รูปแบบการทูตสาธารณะที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ได้ร่วมกับทีมประเทศไทยประจำอินโดนีเซียได้ดำเนินการในการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ ประกอบด้วย

๔.๓.๑ การรับฟัง

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ติดต่อประสานงานอย่างใกล้ชิดกับทีมประเทศไทยประจำอินโดนีเซียและหน่วยงานตัวแทนประเทศไทยภายใต้การบังคับบัญชาของเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาที่ตั้งอยู่ในเมืองสำคัญอื่น ๆ ของอินโดนีเซียคือสถานกงสุลกิตติมศักดิ์ประจำเมืองเดนปาซาร์ สถานกงสุลกิตติมศักดิ์ประจำเมืองเมดาน และสถานกงสุลกิตติมศักดิ์ประจำเมืองสุราบายาในการติดตามข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของภาครัฐ เอกชนและสาธารณชนอินโดนีเซียเกี่ยวกับประเทศไทย ตลอดจนข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทยที่ปรากฏในสื่อมวลชนอินโดนีเซีย โดยสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ทำการรวบรวมข้อมูลรายงานให้กระทรวงการต่างประเทศทราบอย่างต่อเนื่องสำหรับประเด็นที่มีความสำคัญและละเอียดอ่อน สถานเอกอัครราชทูตฯ จะทำการวิเคราะห์และนำเสนอข้อคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะจากมุมมองของหน่วยงานในพื้นที่ให้กระทรวงการต่างประเทศทราบหรือพิจารณา โดยการดำเนินการดังกล่าวจะกระทำอย่างไม่ชักช้า มีคุณภาพและความน่าเชื่อถือตามแนวทางที่เอกอัครราชทูตฯ ให้ไว้ว่าปัจจุบันเจ้าหน้าที่กระทรวงการต่างประเทศที่กรุงเทพฯ สามารถได้รับข้อมูลข่าวสารที่สื่อมวลชนในโลกยุคไอทีรายงานได้อย่างรวดเร็วอยู่แล้ว การทำหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในเรื่องนี้ จะมีใช้การแข่งขันกับสื่อมวลชนในเรื่องความเร็ว แต่จะเป็นรายงานและการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสารที่ไม่ชักช้าและเป็นผลงานที่มีคุณภาพ เพื่อให้กระทรวงการต่างประเทศสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้

ในกรณีที่มีประเด็นใดที่สาธารณชนหรือสื่อมวลชนท้องถิ่นสอบถามสถานเอกอัครราชทูตฯ จะตอบหรือให้คำแนะนำแก่ผู้สอบถามในโอกาสแรก หากสถานเอกอัครราชทูตฯ ไม่มีข้อมูลก็จะขอความสนับสนุนจากกระทรวงการต่างประเทศ ทั้งนี้ ในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมาประเด็นเกี่ยวกับประเทศไทยได้รับความสนใจจากสาธารณชนและสื่อมวลชนอินโดนีเซียคือ ปัญหาการเมืองภายใน ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ ความขัดแย้งไทย-กัมพูชา และนโยบายเศรษฐกิจที่สำคัญ

๔.๓.๒ การขอการสนับสนุน

^๔ กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ, ข้อมูลความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย, มิถุนายน ๒๕๕๕

โดยปกติฝ่ายสารนิเทศของสถานเอกอัครราชทูตฯ จะทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในประเด็นต่าง ๆ โดยอาศัยข้อมูลและเอกสารที่ได้รับจากกระทรวงการต่างประเทศ การดำเนินการดังกล่าวจะพิจารณาถึงกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้อง อาทิ ภาครัฐ เอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) หรือสถาบันการศึกษา โดยส่งเอกสารข้อมูลทางไปรษณีย์ การ post ข้อมูลบนเว็บไซต์สถานเอกอัครราชทูตฯ หรือการขอความร่วมมือเครือข่ายสื่อมวลชนท้องถิ่นของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร แต่หากพบว่ามีประเด็นใดที่สาธารณชนหรือสื่อมวลชนอินโดนีเซียเข้าใจคลาดเคลื่อนเกี่ยวกับประเทศไทย เช่นที่ผ่านมามีประเด็นปัญหาการเมืองไทย การดำเนินการของรัฐบาลไทยในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ และปัญหาการค้ามนุษย์ (ปัญหาผู้หลบหนีเข้าเมืองชาวมุสลิมโรฮิงญา) สถานเอกอัครราชทูตฯ ก็ได้ทำการชี้แจงทำความเข้าใจแก่ผู้เกี่ยวข้องในประเด็นดังกล่าวในโอกาสแรก โดยการออก Press Release และการส่งหนังสือชี้แจงถึงบรรณาธิการหนังสือพิมพ์ที่รายงานเรื่องดังกล่าว

๔.๓.๓ การทูตเชิงแลกเปลี่ยน

ไทยและอินโดนีเซียมีการแลกเปลี่ยนทางวิชาการและการฝึกอบรมระหว่างกันหลายโครงการ รัฐบาลไทยโดยสำนักงานความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างประเทศได้ให้ทุนฝึกอบรมและศึกษาต่อแก่ข้าราชการอินโดนีเซียอย่างต่อเนื่อง ขณะที่กระทรวงการต่างประเทศไทยได้เชิญบุคคลที่มีศักยภาพและสื่อมวลชนชั้นนำของอินโดนีเซียเดินทางเยือนประเทศไทยตามโครงการ Thailand Visitors Program และโครงการแลกเปลี่ยนสื่อมวลชนประเทศสมาชิกอาเซียนตามลำดับ ในส่วนของกองทัพไทยและอินโดนีเซียก็มีการฝึกซ้อมทางทหารร่วมกันอย่างสม่ำเสมอ อาทิ Sea Garuda และ Elang Thainesia ตลอดจนการแลกเปลี่ยนนายทหารเข้าศึกษาในโรงเรียนเสนาธิการทหาร และวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร

๔.๓.๔ การใช้สื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศ

ในส่วนของ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของไทยไปยังอินโดนีเซียผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ โดยไม่ผ่านช่องทางการทูตหรือการกลั่นกรองของรัฐบาล ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ เกิดปรากฏการณ์ที่ภาพยนตร์ไทยโดยเฉพาะแนวสยองขวัญและตลกได้รับความนิยมจากสาธารณชนอินโดนีเซียเป็นอย่างมาก มีการนำภาพยนตร์ไทยชั้นนำมาฉายในอินโดนีเซียอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดกระแสแฟนคลับภาพยนตร์และดารานักแสดงไทยในหมู่ชาวอินโดนีเซียที่ชื่นชอบภาพยนตร์ไทยและมีการรวมกลุ่มชื่อ Thailand Movie Lover Club ในการติดต่อสื่อสารแลกเปลี่ยนความเห็นระหว่างกันผ่าน Web Blog (Social Media)

๔.๓.๕ การทูตวัฒนธรรม

เมื่อปี ๒๕๕๓ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับงบประมาณสนับสนุนจากกระทรวงการต่างประเทศให้จัดกิจกรรมเฉลิมฉลองครบรอบ ๖๐ ปีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-อินโดนีเซีย โดยในส่วนของกิจกรรมที่จัดขึ้นที่อินโดนีเซีย สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ร่วมกับหน่วยราชการและสถานศึกษาอินโดนีเซียจัดกิจกรรมดังนี้ การสัมมนาทางวิชาการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย (University of Indonesia กรุงจาการ์ตา) การจัดพิธีเปิดศาลาไทยครอบศิลาจารึกอักษรพระปรมาภิไธย จปร. และ ปปร. ณ น้ำตกดาโก (บันดุง) และการแสดงโขนรามเกียรติ์เฉลิมพระเกียรติ (หอประชุม Gedung Kesenian กรุงจาการ์ตา)

นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดกิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศ อาทิ เทศกาลอาหารไทย งานประเพณีสงกรานต์ การนำสื่อมวลชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวท้องถิ่นเดินทางมาชมสถานที่ท่องเที่ยวของไทย สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังได้ร่วมกับมูลนิธิไทยสนับสนุนบริษัทนำเข้าภาพยนตร์ไทยในการจัดกิจกรรมเปิดตัวภาพยนตร์ รัก ๗ ปี ดี ๗ หน พี่มาก และคู่กรรม โดยเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาเป็นประธานในงานดังกล่าว ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากสาธารณชนอินโดนีเซีย และกำลังผลักดันการนำละครโทรทัศน์ไทยเข้ามาฉายทางโทรทัศน์อินโดนีเซีย โดยได้ติดต่อประสานกับบริษัทเอกชนและสถานีโทรทัศน์ท้องถิ่นพิจารณาความเป็นไปได้ในเรื่องดังกล่าว ขณะที่นักกีฬาทีมชาติไทยประเภทแบดมินตัน กอล์ฟและฟุตบอล ซึ่งเป็นกีฬาที่ได้รับความนิยมในอินโดนีเซียยังเป็นที่รู้จักและชื่นชมในความสามารถจากชาวอินโดนีเซียเช่นกัน

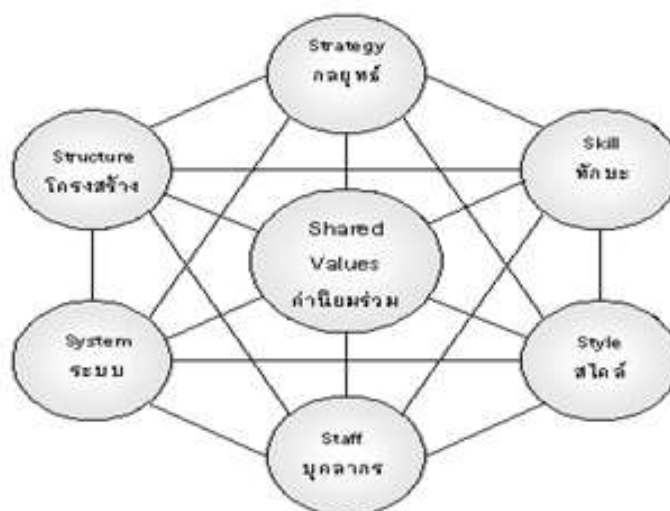
๔.๓.๖ มิติด้านธุรกิจและการลงทุน

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ร่วมสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศฯ และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยฯ จัดโครงการประชาสัมพันธ์ธุรกิจไทยที่มีศักยภาพที่จะเข้ามาลงทุนในอินโดนีเซียและเชิญชวนให้ชาวอินโดนีเซียเดินทางไปรับบริการในประเทศไทย อาทิ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) โดยเชิญผู้แทนโรงพยาบาลชั้นนำของไทยมาจัดนิทรรศการเพื่อแนะนำการให้บริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพแต่ค่าใช้จ่ายไม่สูงนักแก่ชาวอินโดนีเซีย นอกจากนี้ บริษัทเอกชนไทยที่เข้ามาลงทุนโครงการขนาดใหญ่ในอินโดนีเซียอยู่แล้ว อาทิ เครือเจริญโภคภัณฑ์ เครือซีเมนต์ไทย บริษัทไทยซัมมิตฯ บริษัทศรีตรังฯ บริษัทบ้านปูฯ และบริษัท ปตท.ฯ ได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (Corporate Social Responsibility: CSR) เพื่อเสริมสร้างมิตรภาพและบรรยากาศความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทนายจ้างกับลูกจ้างท้องถิ่นและครอบครัว ซึ่งเป็นประโยชน์ในการช่วยเสริมภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีของสาธารณชนอินโดนีเซียต่อประเทศไทยและประชาชนไทยอีกทางหนึ่ง

๔.๔ การวิเคราะห์ SWOT บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕

๔.๔.๑ การประเมินองค์กรตามหลัก “๗S-Framework”

ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะฯ ผู้เขียนใช้แนวคิด “๗-S Framework” ของนาย Robert H. Waterman, Thomas J. Peters และ Julien R. Phillips เป็นพื้นฐานในการประเมินองค์กรโดยอาศัยความสัมพันธ์ของปัจจัย ๗ ประการคือ กลยุทธ์ โครงสร้าง ระบบปฏิบัติงาน บุคลากร ทักษะ รูปแบบการบริหารจัดการ และค่านิยมร่วม



๔.๔.๑.๑ กลยุทธ์ (Strategy) ในช่วงปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้จัดทำแผนงานการทูตสาธารณะต่ออินโดนีเซียตามแนวทางพันธกิจ (Missions) การดำเนินการทูตสาธารณะของกระทรวงการต่างประเทศกล่าวคือ

๑) เผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทย ตลอดจนเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับประเทศไทยและประชาชนไทยต่อสาธารณชนอินโดนีเซีย โดยมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายบุคคลสำคัญในภาครัฐบาล (กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงการค้า กระทรวงประมง และสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง) ภาคธุรกิจ (ผู้นำเข้าอาหาร เสื้อผ้าและเครื่องประดับ) และสื่อมวลชนท้องถิ่น (หนังสือพิมพ์ นิตยสารและสถานีโทรทัศน์) ซึ่งล้วนแต่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ของไทยในอินโดนีเซีย เพื่อขยายเครือข่าย Friends of Thailand ในอินโดนีเซีย

๒) ส่งเสริมผลประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยดำเนินการและประสานกับทีมประเทศไทยประจำอินโดนีเซียในการจัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อาหาร เสื้อผ้าและเครื่องประดับ การท่องเที่ยวและภาพยนตร์ไทยต่อสาธารณชนอินโดนีเซีย

๔.๔.๑.๒ โครงสร้าง (Structure) สถานเอกอัครราชทูตฯ มีฝ่ายการเมืองและสารนิเทศ (เจ้าหน้าที่ ๒ คน) ทำหน้าที่รับผิดชอบดูแลภารกิจด้านการเมือง สารนิเทศ และการทูตสาธารณะ นอกจากนี้ ยังมีฝ่ายเศรษฐกิจและองค์การระหว่างประเทศ (เจ้าหน้าที่ ๒ คน) ฝ่ายกงสุล (เจ้าหน้าที่ ๑ คน) ฝ่ายพิธีการทูต (เจ้าหน้าที่ ๑ คน) ฝ่ายคลัง (เจ้าหน้าที่ ๑ คน) และฝ่ายสื่อสารและพัสดุ (เจ้าหน้าที่ ๑ คน) อยู่ภายใต้การกำกับดูแลจากอัครราชทูต (รองหัวหน้าสำนักงาน) และมีเอกอัครราชทูตฯ (หัวหน้าสำนักงาน) เป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด

๔.๔.๑.๓ ระบบ (System) ในแต่ละปีฝ่ายการเมืองและสารนิเทศของสถานเอกอัครราชทูตฯ จะยกร่างแผนงานและโครงการการทูตสาธารณะเสนอผ่านอัครราชทูตไปสู่การพิจารณาของเอกอัครราชทูตฯ ก่อนจะส่งข้อเสนอแผนงานและโครงการดังกล่าวให้กระทรวงการต่างประเทศพิจารณา ซึ่งหากได้รับอนุมัติและการจัดสรรงบประมาณ ฝ่ายการเมืองและสารนิเทศของ

สถานเอกอัครราชทูตฯ จะดำเนินโครงการดังกล่าวต่อกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งรวมถึงการติดต่อประสานความร่วมมือกับทีมประเทศไทย และการสนับสนุนจากภาคเอกชนและชุมชนไทยในอินโดนีเซียด้วย

๔.๔.๑.๔ บุคลากร (Staff) ฝ่ายการเมืองและสารนิเทศของสถานเอกอัครราชทูตฯ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ ๒ คนคือหัวหน้าฝ่าย (อัครราชทูตที่ปรึกษา) และเจ้าหน้าที่ (เลขานุการเอก) โดยมีลูกจ้างชั่วคราวท้องถิ่น ๑ คน ช่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการใช้ภาษาอินโดนีเซียและการติดต่อประสาน กับสาธารณชนท้องถิ่นที่ไม่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้

๔.๔.๑.๕ ทักษะ (Skill) หัวหน้าฝ่ายการเมืองและสารนิเทศของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นผู้มีความรู้และประสบการณ์สูง และเคยปฏิบัติหน้าที่ที่กรมสารนิเทศ จึงมีความรู้เกี่ยวกับการทูตสาธารณะ เทคนิคการประสานงานกับสื่อมวลชน และการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของไทยต่อภาครัฐ เอกชน และสื่อมวลชนต่างประเทศ เจ้าหน้าที่ฝ่ายสารนิเทศเคยปฏิบัติหน้าที่ที่กรมอาเซียนและศึกษาภาษาท้องถิ่นจนสามารถสื่อสารได้ในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ บุคคลทั้งสองยังมีทักษะและความสามารถด้านภาษาอังกฤษในระดับดี ขณะที่เอกอัครราชทูตฯ ก่อนหน้านี้เคยดำรงตำแหน่งอธิบดีกรมเอเชียตะวันออกและเคยประจำการที่มาเลเซียและกัมพูชา จึงมีความรอบรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับภูมิภาคนี้เป็นอย่างดี

๔.๔.๑.๖ รูปแบบ (Style) บรรยากาศการทำงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ เป็นไปด้วยดี มีการประชุมเจ้าหน้าที่สถานเอกอัครราชทูตฯ และการประชุมทีมประเทศไทยเพื่อประสานงานตลอดจนแลกเปลี่ยนข้อมูลและข้อคิดเห็นระหว่างกันอย่างสม่ำเสมอ เอกอัครราชทูตฯ ซึ่งเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุดของหน่วยงานมีภาวะความเป็นผู้นำสูง และบริหารสถานเอกอัครราชทูตฯ โดยยึดหลักใจเขาใจเราและความเป็นพี่เป็นน้อง โดยเปิดโอกาสให้เจ้าหน้าที่ฝ่ายต่าง ๆ เสนอความเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างเปิดเผย และสามารถให้คำปรึกษาหรือข้อเสนอที่เป็นประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่

๔.๔.๑.๗ ค่านิยมร่วม (Shared Values) เจ้าหน้าที่ของสถานเอกอัครราชทูตฯ มีค่านิยมร่วมกันในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-อินโดนีเซีย ตลอดจนส่งเสริมและปกป้องผลประโยชน์ของประเทศไทยและชาวไทยในอินโดนีเซียอย่างเต็มความสามารถด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมเป็นที่ตั้ง

ปัจจัยดังกล่าวข้างต้นสามารถนำมาใช้เป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ SWOT บทบาทของสถานเอกอัครราชทูตฯ ในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - การมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมร่วมกัน - ไม่มีประวัติศาสตร์ความขัดแย้งระหว่างกัน - ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลในภาครัฐและประชาชนของสองประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> - ปัญหาการเมืองภายในไทย - ข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ - ไม่มีกลไกหรือระบบการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายได้แสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน

	- สถานเอกอัครราชทูตฯ กับหน่วยงานทีมประเทศไทย ประจำอินโดนีเซียขาดการประสานงานในการจัดทำ แผนงานการทูตสาธารณะในภาพรวม
โอกาส (Opportunities) - กระแสโลกาภิวัตน์ - กระแสนิยมไทยที่กำลังได้รับความนิยม	อุปสรรค (Threats) - การแข่งขันจากประเทศอื่น ๆ - การแก้ภาพลักษณ์ของไทยโดยเฉพาะปัญหาการเมือง และสังคมบางเรื่อง อาทิ ความขัดแย้งทางการเมือง ภายใน ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ และการค้า มนุษย์ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะในความเป็นจริงประเทศ ไทยยังคงประสบปัญหาดังกล่าวและยังไม่มีมาตรการแก้ไข ปัญหาที่ต้นตออย่างจริงจัง

๔.๔.๒ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT)

๔.๔.๒.๑ จุดแข็ง

๑) ไทยและอินโดนีเซียมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมร่วมกันมาอย่างยาวนาน ตั้งแต่อดีต ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยให้ไทยสามารถใช้วัฒนธรรมและประเพณีประจำชาติเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับอินโดนีเซียได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม การใช้เครื่องมือทางวัฒนธรรมของไทยจะต้องระมัดระวังในเรื่องความละเอียดอ่อนในเรื่องศาสนา เนื่องจากสังคมไทยมีศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติไทย ขณะที่สังคมอินโดนีเซียเป็นพหุสังคม ประชากรส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ ๘๕) นับถือศาสนาอิสลาม ผู้นับถือพุทธศาสนามีสัดส่วนเพียงประมาณร้อยละ ๐.๘ ของประชากรทั้งประเทศ

๒) ไม่มีความขัดแย้ง ไทยและอินโดนีเซียไม่มีประวัติศาสตร์ความขัดแย้งระหว่างกัน จึงไม่มีประเด็นทางสังคมจิตวิทยาที่จะเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างกัน

๓) ความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลในภาครัฐและประชาชนของสองประเทศ โดยที่ไทยและอินโดนีเซียมีการติดต่อสัมพันธ์และแลกเปลี่ยนการเยือนในทุกระดับอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในภาครัฐและประชาชนของทั้งสองประเทศเป็นไปด้วยดี

๔.๔.๒.๒ โอกาส

๑) กระแสโลกาภิวัตน์ ส่งผลให้เกิดการเชื่อมโยงกันทั้งในแง่พื้นที่ (space) และเวลา (time) ทั่วทุกมุมโลก โดยมีสื่อใหม่ (New Media) ที่ติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตไปยังประชาชนในประเทศต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วแบบไร้พรมแดน จึงเป็นการสร้างโอกาสในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในระดับรัฐต่อประชาชนและประชาชนต่อประชาชนโดยใช้ Soft Power ผ่านเครื่องมือการทูตสาธารณะ ซึ่งที่ผ่านมามาสถานเอกอัครราชทูตฯ และทีมประเทศไทย ประจำอินโดนีเซียได้ใช้ประโยชน์จากสื่อใหม่ดังกล่าวเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยไปยังบุคคลในภาครัฐและสาธารณชนอินโดนีเซียที่เป็นกลุ่มเป้าหมายได้ อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพ

๒) กระแสนิยมไทยที่กำลังได้รับความนิยม ในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมา กระแสความนิยมอาหารไทย ภาพยนตร์และสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับความนิยมจากประชาชนอินโดนีเซียโดยเฉพาะชนชั้นกลางที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น อันเนื่อง มาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วของประเทศ ทำให้คนกลุ่มนี้มีรายได้สูงขึ้นและจับจ่ายใช้สอยเพื่อความสุขของตนเองและครอบครัว ซึ่งทำให้อินโดนีเซียเป็นตลาดที่มีศักยภาพและโอกาสที่ดีสำหรับ ประโยชน์ทางเศรษฐกิจของไทย

๔.๔.๒.๓ จุดอ่อน

๑) ปัญหาการเมืองภายในไทย ความขัดแย้งระหว่างกลุ่มการเมืองต่าง ๆ ภายในของไทยในปัจจุบัน ก่อให้เกิดปัญหาต่อเสถียรภาพของรัฐบาล การเปลี่ยนแปลงรัฐบาลและบุคคลในรัฐบาลไทยบ่อยครั้งในช่วงที่ผ่านมา ทำให้นโยบายด้านต่าง ๆ รวมทั้งนโยบายต่างประเทศของไทยขาดความต่อเนื่อง

๒) ข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณ โดยที่กระทรวงการต่างประเทศมีบุคลากรและงบประมาณน้อย เมื่อเทียบกับปริมาณงานประจำที่ต้องรับผิดชอบดำเนินการ ทำให้งานด้านการทูตสาธารณะได้รับการจัดลำดับความสำคัญน้อยกว่าที่ควรจะเป็น และส่งผลให้สถานเอกอัครราชทูตฯ ประสบปัญหาข้อจำกัดด้านบุคลากร โดยมีเจ้าหน้าที่เพียง ๒ คนทำหน้าที่ดูแลภารกิจด้านการเมือง สารนิเทศ และการทูตสาธารณะ นอกจากนี้ งบประมาณที่ได้รับอนุมัติสำหรับการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องในแต่ละปีก็อยู่ในวงเงินจำกัด

๓) ไม่มีกลไกหรือระบบการสื่อสารที่เปิดโอกาสให้กลุ่มเป้าหมายในอินโดนีเซียได้แสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุงแผนงานและการทำงานตามแนวทางการสื่อสารแบบสองทาง ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญประการหนึ่งของการทูตสาธารณะ เนื่องจากปัจจัยข้อจำกัดด้านบุคลากรและทรัพยากรของสถานเอกอัครราชทูตฯ

๔) สถานเอกอัครราชทูตฯ กับหน่วยงานทีมประเทศไทยประจำอินโดนีเซียขาดการประสานงานในการจัดทำแผนงานการทูตสาธารณะในภาพรวม เนื่องจากประเทศไทยไม่มีองค์กรกลางที่มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบดูแลการกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะอย่างชัดเจน โดยกระทรวงการต่างประเทศซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักก็ไม่มีอำนาจในการดำเนินการดังกล่าว ทำให้ปัจจุบันหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ จะกำหนดยุทธศาสตร์และแผนงานของตนเอง ทำให้ยุทธศาสตร์หรือแผนงานการทูตสาธารณะของไทยมีลักษณะต่างคนต่างทำ โดยไม่มียุทธศาสตร์ของชาติโดยภาพรวม

๔.๔.๒.๔ อุปสรรค

๑) การแข่งขันจากประเทศอื่น ๆ โดยที่อินโดนีเซียเป็นประเทศขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพและความสำคัญอย่างมากในด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคมในภูมิภาค ทำให้มหาอำนาจตะวันตก อาทิ สหรัฐฯ สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย และรัสเซีย ตลอดจนมหาอำนาจของเอเชียคือ จีน ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี และอินเดียต่างพยายามเข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับอินโดนีเซีย โดยใช้ Soft Power ที่ตนมีศักยภาพเป็นเครื่องมือ อาทิ การแลกเปลี่ยนด้านศิลปวัฒนธรรม การให้ความช่วยเหลือด้านการศึกษา และการให้ความช่วยเหลือทางวิชาการและ

การพัฒนาต่อรัฐบาลและสาธารณชนอินโดนีเซีย โดยการดำเนินการของประเทศเหล่านี้มีข้อได้เปรียบประเทศไทยในด้านทรัพยากรสนับสนุนที่มีอยู่เป็นจำนวนมาก

๒) การแก้ภาพลักษณ์ของไทยโดยเฉพาะปัญหาการเมืองและสังคมบางเรื่อง อาทิ ความขัดแย้งทางการเมืองภายใน ปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ และการค้ามนุษย์ไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะ ในความเป็นจริงประเทศไทยยังคงประสบปัญหาดังกล่าวและยังไม่มี การแก้ไข ปัญหาที่ต้นตออย่างจริงจัง

บทที่ ๕ บทสรุปและข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุปผลการศึกษา

บทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ระหว่างปี ๒๕๕๑-๒๕๕๕ ดำเนินการโดยใช้แหล่งที่มาของ Soft Power ที่ไทยมีศักยภาพคือ วัฒนธรรม การศึกษาและฝึกอบรม ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศ ซึ่งผลการศึกษาในรายงานฉบับนี้พบว่า มิติด้านวัฒนธรรม การศึกษาและฝึกอบรม และนโยบายต่างประเทศเป็น Soft Power ที่สำคัญของไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์กับรัฐบาลและสาธารณชนอินโดนีเซีย และการทูตสาธารณะเป็นเครื่องมือเสริมในนโยบายต่างประเทศในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-อินโดนีเซียที่มีประสิทธิภาพ ภาพรวมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซียในช่วง ๕ ปีที่ผ่านมาเป็นไปด้วยความแน่นแฟ้น ภาครัฐบาล เอกชนและสาธารณชนของทั้งสองประเทศ มีการติดต่อสัมพันธ์กันเป็นอย่างดี แม้จะมีบางประเด็นที่ทั้งสองประเทศมีความเห็นที่แตกต่างกันอยู่บ้าง อาทิ มาตรการข้อจำกัดทางการค้าที่มีใช้ภาษี (NTB) ที่รัฐบาลอินโดนีเซียออกมาเพื่อปกป้องเกษตรกรภายในประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสินค้าเกษตรบางประเภทของไทย การเจรจาเร่งบันทึกความเข้าใจว่าด้วยความร่วมมือด้านการประมง และบทบาทของอินโดนีเซียในปัญหาข้อพิพาทเรื่องเขตแดนไทย-กัมพูชา แต่รัฐบาลไทยและอินโดนีเซียได้ดำเนินการหารือร่วมกันในประเด็นเหล่านี้ด้วยความเป็นมิตรที่ดีต่อกัน

สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ร่วมกับทีมประเทศไทยประจำอินโดนีเซียตลอดจนภาคเอกชนและชุมชนไทยในอินโดนีเซียในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ในหลายรูปแบบ โดยการทูตวัฒนธรรมและการทูตเชิงแลกเปลี่ยนเป็นกิจกรรมสำคัญที่ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี เนื่องจากวัฒนธรรมไทย อาทิ อาหารและผลไม้ งานประเพณีและสถานที่ท่องเที่ยวและภาพยนตร์ไทยได้รับความนิยมและสามารถสร้างกระแสตอบรับที่ดีจากสาธารณชนอินโดนีเซีย โดยกลุ่มเป้าหมายหลักในการดำเนินกิจกรรมการทูตสาธารณะในรูปแบบดังกล่าวของสถานเอกอัครราชทูตฯ คือกลุ่มประชาชนที่มีรายได้สูง ชนชั้นกลางซึ่งมีอำนาจการซื้อสินค้าและบริการของไทย ตลอดจนสถาบันระดับอุดมศึกษาและสื่อมวลชนชั้นนำซึ่งสามารถสร้างกระแสสังคมในท้องถิ่น จนปัจจุบันคำว่า “Bangkok” ได้ถูกนำมาใช้ประกอบการเรียกสินค้าที่มีคุณภาพดีในอินโดนีเซียอย่างแพร่หลาย ขณะที่กิจกรรมการทูตเชิงแลกเปลี่ยน สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ข้าราชการอินโดนีเซียเดินทางไปฝึกอบรมหรือศึกษาต่อในประเทศไทยเพื่อสร้างความผูกพันและเครือข่ายข้าราชการอินโดนีเซียที่รู้จักและเข้าใจสังคมไทย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการติดต่อประสานงานระหว่างกันในอนาคต นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมในมิติด้านธุรกิจและการลงทุนซึ่งภาคเอกชนไทยที่มาลงทุนในอินโดนีเซียได้ช่วยให้เกิดการจ้างงานแรงงานท้องถิ่นเป็นจำนวนมาก

และการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) ได้มีส่วนเสริมการดำเนินการทูตสาธารณะของสถานเอกอัครราชทูตฯ ต่อสาธารณชนอินโดนีเซียด้วย

สำหรับการดำเนินการทูตสาธารณะโดยการรับฟังและติดตามข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและทัศนคติของภาครัฐ เอกชนและสาธารณชนอินโดนีเซีย สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ดำเนินการควบคู่ไปกับการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเด็นที่ไทยต้องการสร้างความเข้าใจหรือความสนับสนุนจากฝ่ายอินโดนีเซีย ซึ่งที่ผ่านมาประเด็นเกี่ยวกับไทยที่ได้รับความสนใจค่อนข้างมากจากรัฐบาลสาธารณชนและสื่อมวลชนอินโดนีเซียคือ ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองภายในของไทย แนวทางของรัฐบาลไทย ในการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ และการค้ามนุษย์ (ปัญหาผู้หลบหนีเข้าเมืองชาวมุสลิมโรฮิงญา) ซึ่งประเด็นเหล่านี้กระทบต่อภาพลักษณ์ของไทย และการชี้แจงของสถานเอกอัครราชทูตฯ ต่อผู้สนใจท้องถิ่นทำได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากในความเป็นจริงประเทศไทยยังคงประสบปัญหาดังกล่าว

๕.๒ ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาขอแนะนำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงการดำเนินการทูตสาธารณะของไทยในภาพรวม และบทบาทของสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา ในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย ดังนี้

๕.๒.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑) ควรมีการจัดตั้งกลไกระดับนโยบาย ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทูตสาธารณะของไทย อาทิ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงมหาดไทย กรมประชาสัมพันธ์ รัฐบาล และองค์การมหาชน (สสปน.) เพื่อทำหน้าที่กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะภาพรวมของไทย ซึ่งสอดคล้อง (complement) และสนับสนุนยุทธศาสตร์นโยบายต่างประเทศของชาติ นอกจากนี้ กลไกดังกล่าวจะรับผิดชอบการบูรณาการแผนงานความร่วมมือ การจัดสรรงบประมาณและการสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการใช้ Soft Power ที่ไทยมีศักยภาพ เพื่อให้สามารถดึงจุดเด่นและต้นทุนทรัพยากรที่ประเทศไทยมีอยู่มาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งการติดตามและประเมินผลการดำเนินการดังกล่าวในแต่ละปี กลไกระดับนโยบายข้างต้นนอกจากจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายรวมถึงการติดต่อประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่ส่วนกลางแล้ว หน่วยงานระดับปฏิบัติของไทยในต่างประเทศก็จะได้รับประโยชน์ด้วยเช่นกัน เนื่องจากความชัดเจนด้านยุทธศาสตร์และนโยบาย ตลอดจนการบูรณาการแผนงานความร่วมมือและการจัดสรรงบประมาณการดำเนินการทูตสาธารณะ จะช่วยในการกำหนดบทบาทและแผนงานที่ชัดเจนของสถานเอกอัครราชทูตและสถานกงสุลใหญ่ รวมทั้งการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานในทีมประเทศไทยอย่างเป็นระบบและมีเอกภาพ

๒) รัฐบาลควรให้ความสนับสนุนด้านงบประมาณในการดำเนินการทูตสาธารณะเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะการส่งเสริม Soft Power ใหม่ ๆ ที่ไทยมีศักยภาพ อาทิ ภาพยนตร์ ละคร โทรทัศน์ และเพลงไทย ซึ่งปัจจุบันผู้ผลิตของไทยสามารถผลิตผลงานที่มีคุณภาพและได้รับความนิยมเป็นอย่างสูงทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดต่างประเทศ โดยรัฐบาลสามารถช่วยสนับสนุน

ค่าใช้จ่ายในการจ้างผู้มีความรู้แปลภาพยนตร์/ละครโทรทัศน์และเนื้อเพลงเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาต่าง ประเทศที่สำคัญ อาทิ จีน อินโดนีเซีย และอาหรับ ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสำหรับสินค้าบันเทิงของไทย และการอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการนำสินค้าธุรกิจบันเทิงของไทยออกไปจำหน่ายในต่างประเทศ อันจะเป็นการเพิ่ม Soft Power สำคัญที่สามารถนำมาใช้ในการทูตสาธารณะของไทยจากที่มีอยู่เดิมคือ การทูตวัฒนธรรม การให้ทุนการศึกษาและฝึกอบรมและความช่วยเหลือทางวิชาการ

๓) รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการสร้างตราแห่งชาติ (Nation-Branding) เพื่อสร้างอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ รวมทั้งการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อัตลักษณ์และภาพลักษณ์ดังกล่าวผ่านสื่อต่าง ๆ รวมทั้งสื่อใหม่ (New Media) ซึ่งปัจจุบันสามารถสื่อสารไปยังผู้รับในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

๔) รัฐบาลควรให้ความสำคัญกับการสร้างพลังร่วม (synergy) และการเชื่อมโยงเครือข่าย (network) ระหว่างหน่วยงานภาครัฐ องค์กรมหาชน เอกชนและภาคประชาสังคมไทย เพื่อประสานความร่วมมือในการใช้ประโยชน์จาก Soft Power ของไทยในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยมีการหารือถึงการกำหนดบทบาทของแต่ละภาคส่วนในการสนับสนุนการดำเนินการในเรื่องดังกล่าว โดยหน่วยงานภาครัฐเป็นผู้มีบทบาทหลักขณะที่ภาคส่วนอื่น ๆ มีบทบาทเสริม ในกรณีของอินโดนีเซียนั้น บริษัทเอกชนไทย ชุมชนไทย และ Friends of Thailand ในอินโดนีเซียได้มีบทบาทช่วยสนับสนุน Soft Power ของไทยต่อสาธารณชนท้องถิ่นอย่างมาก ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ และทีมประเทศไทยประจำอินโดนีเซีย

๕) รัฐบาลควรให้ความสำคัญสนับสนุนงบประมาณต่อมูลนิธิไทยอย่างเพียงพอ เพื่อเป็นองค์กรอิสระ (แทนการดำเนินการของกระทรวงการต่างประเทศที่เป็นหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งอาจไม่สามารถสร้างความไว้วางใจในระดับประชาชน) ที่มีความคล่องตัวในการส่งเสริมการทูตวัฒนธรรมของไทยเพื่อกระชับความสัมพันธ์ในระดับประชาชนของไทยและต่างประเทศ ซึ่งบทบาทของมูลนิธิไทยร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตฯ และบริษัทนำเข้าภาพยนตร์อินโดนีเซียในการสนับสนุนการเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในอินโดนีเซียช่วงปี ๒๕๕๔-๒๕๕๕ ถือว่าประสบความสำเร็จเป็นที่น่าพอใจ ทั้งนี้ หากเป็นไปได้ในอนาคตภาครัฐควรสนับสนุนให้มูลนิธิไทยสามารถมีบทบาทในการส่งเสริมการทูตวัฒนธรรมของไทยในลักษณะเดียวกับ British Council, Goethe Institute, Alliance Francaise, Japan Foundation หรือ Korea Foundation

๕.๒.๒ ข้อเสนอแนะในการดำเนินการ

๑) กระทรวงการต่างประเทศควรพิจารณาให้การสนับสนุนบุคลากรเพิ่มเติมแก่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตาประกอบด้วย ข้าราชการ (ระดับเลขานุการตรี-เอก) ๑ คน และลูกจ้างชั่วคราวท้องถิ่น ๑ คน เพื่อรับผิดชอบงานด้านสารนิเทศและการทูตสาธารณะ โดยแยกงานดังกล่าวออกจากฝ่ายการเมืองและสารนิเทศของสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งปัจจุบันต้องรับผิดชอบการติดตาม การประสานงานและวิเคราะห์ข้อมูลและความเคลื่อนไหวทางการเมืองภายในอินโดนีเซีย และมีความสัมพันธ์ด้านการเมืองระหว่างไทย-อินโดนีเซีย ตลอดจนดูแลนักศึกษาไทยในอินโดนีเซีย จำนวนประมาณ ๗๐๐-๘๐๐ คน ทำให้ไม่สามารถดูแลงานการทูตสาธารณะได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ กระทรวงการต่างประเทศควรจัดสรรงบประมาณเพิ่มเติมให้สถานเอกอัครราชทูตฯ นำไปจัดจ้าง

บริษัทเอกชนท้องถิ่นทำการประเมินความคิดเห็นและทัศนคติของสาธารณชนอินโดนีเซียที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในการดำเนินการทูตสาธารณะในแต่ละปี เพื่อเป็นการสื่อสารสองทางในการนำความคิดเห็นและทัศนคติดังกล่าวมาวิเคราะห์และประเมินผล และนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ประโยชน์ประกอบการกำหนดหรือปรับปรุงยุทธศาสตร์และแผนงานการทูตสาธารณะของไทยต่ออินโดนีเซียให้เหมาะสมต่อไป

๒) กระทรวงการต่างประเทศควรมีหลักสูตรฝึกอบรมข้าราชการและข้าราชการหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีสำนักงานในต่างประเทศเกี่ยวกับความสำคัญ บทเรียน (lessons learned) และประสบการณ์การดำเนินการที่ดี (best practices) ในการใช้ Soft Power ที่ไทยมีศักยภาพเป็นเครื่องมือในการดำเนินการทูตสาธารณะเพื่อการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการดำเนินการดังกล่าวต้องกระทำอย่างเป็นระบบ เพื่อประโยชน์ในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจของข้าราชการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการทูตสาธารณะ ตลอดจนการพัฒนาทักษะให้ข้าราชการเหล่านี้สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปปรับใช้ในการปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่และสถานการณ์จริงได้

๓) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทยควรร่วมกันผลักดันการนำละครโทรทัศน์ไทยมาฉายทางสถานีโทรทัศน์อินโดนีเซีย ซึ่งจะเป็น Soft Power ที่สำคัญยิ่งในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยต่อสาธารณชนอินโดนีเซียจำนวนประมาณ ๒๕๐ ล้านคน ทั้งนี้ จากการติดต่อประสานงานของสถานเอกอัครราชทูตฯ กับฝ่ายต่าง ๆ ในกรุงจาการ์ตาพบว่าข้อจำกัดสำคัญในการนำละครโทรทัศน์ของไทยมาฉายในอินโดนีเซียคือ การแปลบทละครเป็นภาษาท้องถิ่น เนื่องจากยังไม่มีบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์ของไทยแปลบทละครเป็นภาษาอังกฤษ (หรืออินโดนีเซีย) ซึ่งบริษัทอินโดนีเซียที่สนใจสามารถซื้อลิขสิทธิ์บทละครโทรทัศน์ดังกล่าวมาแปลเป็นภาษาท้องถิ่นและแบ่งรายได้ทางธุรกิจกับสถานีโทรทัศน์ที่นำละครโทรทัศน์ไปฉายต่อสาธารณชน

๔) สถานเอกอัครราชทูตฯ จะต้องส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากเครือข่ายสถานกงสุลกิตติมศักดิ์ไทย (เดนมาร์ก เม็กซิโก และสุราบายา) ตลอดจนบริษัทเอกชนไทย ชุมชนไทย และ Friends of Thailand ซึ่งอยู่ในพื้นที่ต่าง ๆ ของอินโดนีเซีย เพื่อเป็น Soft Power ช่วยเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ศิลปะ วัฒนธรรม และอาหารไทยต่อสาธารณชนอินโดนีเซีย เพื่อขจัดข้อจำกัดด้านบุคลากรและงบประมาณของสถานเอกอัครราชทูตฯ

๕) การส่งเสริมความร่วมมือทางวิชาการ การพัฒนาประเทศ การให้ทุนการศึกษา และฝึกอบรมด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยขยายกลุ่มเป้าหมายจากข้าราชการให้ครอบคลุมถึงนักวิชาการและนักศึกษาอินโดนีเซีย เพื่อปลูกฝังการรับรู้ ค่านิยมและสร้างมิตรภาพระหว่างประชาชนไทยและอินโดนีเซีย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่มีความผูกพันกับประเทศไทย (Friends of Thailand) ที่จะเติบโตขึ้นเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในภาครัฐ เอกชนและประชาสังคมอินโดนีเซียในอนาคต

๖) ส่งเสริมการใช้ประโยชน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ จากสื่อมวลชน (สิ่งพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์) และสื่อใหม่ (Social Media และสื่อออนไลน์) ท้องถิ่นในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยในด้านต่าง ๆ โดยมุ่งเน้นการสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์อันดีกับผู้มีบทบาทสำคัญของสื่อมวลชนเหล่านี้ อาทิ การเชิญรับประทานอาหารร่วมกัน การพบปะสังสรรค์ และ

การเชิญให้ไปเยือนประเทศไทย เพื่อให้เกิดมิตรภาพที่ดีระหว่างกัน เนื่องจากสื่อมวลชนอินโดนีเซียมีอิทธิพลอย่างสูงในการชี้นำและสร้างกระแสสังคมในเรื่องต่าง ๆ

๓) นอกจากการส่งเสริม Soft Power ใหม่ ๆ ในการดำเนินการทูตสาธารณะต่อสาธารณชนอินโดนีเซียแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ ตลอดจนทีมประเทศไทยประจำอินโดนีเซียและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทยจะต้องช่วยกันรักษาภาพลักษณ์ที่ดีเกี่ยวกับประเทศ/ประชาชนไทยและกระแสนิยมไทยในสังคมอินโดนีเซียเอาไว้ ซึ่งรวมถึงการควบคุมคุณภาพสินค้าต่าง ๆ ที่ส่งไปขายในอินโดนีเซียให้มีมาตรฐานและความน่าเชื่อถือ โดยผู้เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนไทยต้องไม่ทำการสิ่งใดที่มุ่งเพียงผลประโยชน์ในระยะสั้น โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบระยะยาวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตถึงแม้ว่าความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซียจะมี Soft Power ที่เป็นจุดแข็งจากการมีพื้นฐานทางวัฒนธรรมร่วมกันมาอย่างยาวนาน การไม่มีความขัดแย้งระหว่างกันในประวัติศาสตร์และการที่ทั้งสองประเทศช่วยเหลือซึ่งกันและกันในยามที่มิตรประเทศอีกฝ่ายหนึ่งประสบปัญหาโดยตลอด ทำให้ภาครัฐบาลและสาธารณชนของไทยและอินโดนีเซียมีทัศนคติที่ดีต่อกัน อย่างไรก็ตามประเทศไทยไม่ควรที่จะละเลย (take it for granted) ในเรื่องนี้ เนื่องจากศักยภาพของอินโดนีเซียในฐานะประเทศขนาดใหญ่ มีจำนวนประชากรประมาณ ๒๕๐ ล้านคน (ร้อยละ ๘๕ นับถือศาสนาอิสลาม) ตลอดจนมีแหล่งพลังงานและทรัพยากรธรรมชาติจำนวนมาก ทำให้อินโดนีเซียมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อไทยและกำลังได้รับความสนใจอย่างมากจากประชาคมระหว่างประเทศในปัจจุบัน โดยประเทศมหาอำนาจทั้งในและนอกภูมิภาคต่างก็ใช้การทูตสาธารณะเป็นเครื่องมือในนโยบายต่างประเทศเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์กับอินโดนีเซีย จึงจำเป็นที่รัฐบาลไทยจะต้องปรับปรุงประสิทธิภาพกลไกการกำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการทูตสาธารณะของประเทศ ตลอดจนการบริหารจัดการทรัพยากร (บุคลากรและงบประมาณ) ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถรับมือกับสถานการณ์การแข่งขันที่เข้มข้นในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในปัจจุบันและอนาคตได้

บรรณานุกรม

หนังสือ

- Armitage, Richard L. and Nye, Jr., Joseph S. CSIS Commission on Smart Power: A Smarter, More Secure America. Washington DC, Center for Strategic and International Studies, 2007.
- Cull, Nicholas J. Public Diplomacy: Lessons from the Past. University of Southern California: Los Angelis, 2000.
- Maesincee, S., Nuttavuthisit, K., Ayawongs, A., and Phasukvanich, N. “Branding Thailand: Building a favorable country image for Thai products and services” Sasin Journal of Management. Vol 9, No. 1, 2003.
- Nye, Jr., Joseph S. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004.
- Waterman, Robert H., Peters, Thomas J. and Phillips. Julien R., Structure is Not Organization. Business Horizons, June 1980.
- กระจก ส่องใจ (นามแฝง). “วารสารสรายุรมย์ ๒๕๓๕” อ้างใน โชคชัย จุลศิริวงศ์ (บรรณาธิการ), ๕ ทศวรรษการต่างประเทศของไทย จากความขัดแย้งสู่ความร่วมมือ. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, ๒๕๓๖.
- ปิยภักดิ์ ศรีเจริญ. แนวทางการทูตสาธารณะในภูมิภาคเอเชียใต้. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๓ ปี ๒๕๕๔.
- พรภพ อ่วมพิทยา. การทูตสาธารณะอิสราเอล: ข้อคิดสำหรับประเทศไทย. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๒ ปี ๒๕๕๓.
- รญาภรณ์ สุคนธ์ทรัพย์. การสร้างเอกภาพและประสิทธิภาพให้กับการทูตวัฒนธรรมของประเทศไทย. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๑ ปี ๒๕๕๒.
- อสิ ม้ามณี. การใช้ Soft Power ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ: กรณีศึกษาการดำเนินการของทีมประเทศไทยในเนปาล. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ ๔ ปี ๒๕๕๕.

คำแถลงนโยบาย

คำแถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร นายกรัฐมนตรีแถลงต่อรัฐสภา ๒๓ สิงหาคม ๒๕๕๔.

เอกสารราชการ

กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ. แผนแม่บทว่าด้วยการดำเนินการด้านการทูตวัฒนธรรมใน
กรอบของการทูตสาธารณะ. (มีนาคม ๒๕๕๒).

กรมสารนิเทศ กระทรวงการต่างประเทศ. แผนยุทธศาสตร์การทูตวัฒนธรรม. (๒๔ พฤษภาคม
๒๕๔๘).

กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ. ข้อมูลความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย. (มิถุนายน
๒๕๕๕).

กระทรวงการต่างประเทศ. แนวทางการจัดตั้งมูลนิธิไทย (Thailand Foundation). (๖ มิถุนายน
๒๕๕๑).

กองวัฒนธรรมสัมพันธ์ กรมสารนิเทศ. เอกสารบรรยายสรุปเกี่ยวกับการดำเนินการทูตวัฒนธรรมใน
กรอบการทูตสาธารณะ. (สิงหาคม ๒๕๕๔).

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจาการ์ตา. ข้อมูลความสัมพันธ์ไทย-อินโดนีเซีย. (เมษายน ๒๕๕๕).

ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์

The Edward R. Murrow Center of Public Diplomacy. Fletcher School of Law and
Diplomacy, Tufts University, Available [http://fletcher.tufts.edu/
murrow/public-diplomacy.html](http://fletcher.tufts.edu/murrow/public-diplomacy.html).

สิทธิพล เครือรัตติกาล. แนวคิดเรื่อง Soft Power และการทูตสาธารณะ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://kositthiphon.blogspot.com/2008/12/soft-power-public-diplomacy.html>

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ - สกุล	นายอริปัติย์ โรจนไพบุลย์
วันเดือนปีเกิด	๒๕ ตุลาคม ๒๕๑๐
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - ปริญญาตรี รัฐศาสตร์บัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ ๒ (สาขาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย - ปริญญาโท M.A. in International Affairs (Southeast Asia Studies Programme) Ohio University สหรัฐฯ
ประวัติการทำงาน	<p>พ.ศ. ๒๕๓๓-๒๕๓๔ เจ้าหน้าที่การทูต ๓ กองงานพัฒนาระหว่างประเทศ กรมองค์การระหว่างประเทศ</p> <p>พ.ศ. ๒๕๓๕-๒๕๓๗ เจ้าหน้าที่การทูต ๓ กองการเมือง กรมองค์การระหว่างประเทศ</p> <p>พ.ศ. ๒๕๓๘-๒๕๔๑ เลขานุการโท สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล</p> <p>พ.ศ. ๒๕๔๒ เจ้าหน้าที่การทูต ๖ กองอเมริกาเหนือ กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้</p> <p>พ.ศ. ๒๕๔๒-๒๕๔๓ เจ้าหน้าที่การทูต ๖ สำนักงานปลัดกระทรวงฯ</p> <p>พ.ศ. ๒๕๔๓-๒๕๔๗ เลขานุการเอก คณะผู้แทนถาวรไทยประจำสหประชาชาติ ณ นครนิวยอร์ก</p> <p>พ.ศ. ๒๕๔๗-๒๕๕๐ เจ้าหน้าที่การทูต ๖ กองการสื่อมวลชน กรมสารนิเทศ</p> <p>พ.ศ. ๒๕๕๐-๒๕๕๓ เจ้าหน้าที่การทูต ๗ กองการสื่อมวลชน กรมสารนิเทศ</p> <p>พ.ศ. ๒๕๕๓-๒๕๕๕ ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจากร์ตา</p>
ตำแหน่งปัจจุบัน	อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงจากร์ตา