



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยใน
สหราชอาณาจักร: โอกาสและความท้าทาย

จัดทำโดย นายพีชภพ มงคลนาวิน
รหัส 8029

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 8 ปี 2559
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยใน
สหราชอาณาจักร: โอกาสและความท้าทาย

จัดทำโดย นายพีชภพ มงคลนาวิน
รหัส 8029

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 8 ปี 2559
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. เตชา ตั้งสีฟ้า)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(เอกอัครราชทูต อู๋ม เมลานนท์)
อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....
(อาจารย์ ดร. ธีรินทร์ สุพุทธิกุล)
อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

การศึกษาฉบับนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาวิเคราะห์การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรว่าที่ผ่านมามีการดำเนินการอย่างไร มีอุปสรรคอย่างไร และเสนอแนะแนวทางในการลดอุปสรรค และเพิ่มโอกาสในการดำเนินการดังกล่าว เนื่องจากสหราชอาณาจักรเป็นประเทศยุทธศาสตร์ของไทย และมีความสำคัญในหลายมิติ โดยเฉพาะในด้านการค้า การท่องเที่ยว และการศึกษา

การทูตเชิงวัฒนธรรมคือการดำเนินกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการดำเนินนโยบายด้านการต่างประเทศ โดยผ่านการใช้อำนาจละมุน ซึ่งเป็นเครื่องมือหนึ่งในการดำเนินการทูตสาธารณะ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเข้าใจ ภาพลักษณ์ที่ดี หรือทัศนคติ ในทิศทางที่เป็นคุณต่อประเทศ

การทูตเชิงวัฒนธรรมมีการใช้อย่างแพร่หลายทั่วโลก โดยบางประเทศอาจมีการจัดตั้งหน่วยงานพิเศษขึ้นเพื่อดำเนินการด้านนี้โดยเฉพาะ อาทิ British Council ของสหราชอาณาจักร หรือ Alliance Française ของฝรั่งเศส เพื่อให้การดำเนินการมีประสิทธิภาพและความคล่องตัวยิ่งขึ้น

สำหรับประเทศไทย ได้มีการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมมาโดยตลอด โดยเฉพาะในสหราชอาณาจักร ซึ่งได้มีการจัดกิจกรรมวัฒนธรรมอยู่เป็นประจำ อาทิ การจัดเทศกาลไทย ซึ่งมีการแสดง นาฏศิลป์ การสาธิตการประกอบอาหารไทย และการขายสินค้าไทย แต่ในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งเป็นปีพิเศษของความสัมพันธ์ระหว่างไทย-สหราชอาณาจักร กอปรกับการเฉลิมฉลองการเจริญพระชนมายุครบ 5 รอบ ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี จึงได้มีการจัดเทศกาลไทยภายใต้ชื่องาน “Totally Thai – ไทยแท้ๆ” โดยมีการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมหลากหลาย รวมถึง การแสดงโขนชุดใหญ่ ณ โรงละคร Royal Albert Hall และการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทยที่ British Association of Film and Television Arts (BAFTA) ซึ่งสถานที่ทั้งสองล้วนเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักดีในกรุงลอนดอน

ดังนั้น การศึกษาฉบับนี้จึงเลือกการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมดังกล่าวมาเป็นกรณีศึกษา โดยได้มีการศึกษาวิเคราะห์การดำเนินการ ปัญหาด้านมนทัศน์และปัญหาเชิงปฏิบัติ ซึ่งการศึกษาพบว่า การดำเนินกิจกรรมดังกล่าว แม้จะประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง และได้รับการตอบสนองจากชาวบริติช แต่หากสามารถแก้ไขอุปสรรคเชิงปฏิบัติ เช่น การบริหารจัดการงบประมาณ การทำประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ และให้มีการจัดกิจกรรมดังกล่าวบ่อยครั้งและต่อเนื่องยิ่งขึ้น ก็จะสามารถเพิ่มโอกาสในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งหมายถึงการเพิ่มโอกาสในการที่ชาวบริติชจะมีความเข้าใจวัฒนธรรมของไทย และพร้อมที่จะมาเที่ยวหรือทำธุรกิจกับไทย ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จทางเศรษฐกิจของไทยต่อไป

อนึ่ง ในสภาวะที่การเมืองไทยยังอยู่ในช่วงไม่ปกติ ดังเช่นในปัจจุบัน ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลสหราชอาณาจักรจำกัดการติดต่อทางการเมืองในระดับสูง การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากการดำเนินการดังกล่าวเป็นช่องทาง หรือเครื่องมือทางการทูต ที่ยังสามารถเดินทางต่อไปได้ ซึ่งจะช่วยรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทย-สหราชอาณาจักรไม่ว่าจะในระดับรัฐกับรัฐ หรือประชาชนกับประชาชน

กิตติกรรมประกาศ

ในการเข้าอบรมหลักสูตร “นักบริหารการทูต รุ่นที่ 8” ผู้เขียนได้รับประสบการณ์และความรู้มากมาย ได้พบเพื่อนร่วมงานใหม่จากทั้งกระทรวงการต่างประเทศและหน่วยงานอื่น ซึ่งสร้างความประทับใจเป็นอย่างยิ่ง ในการนี้ ผู้เขียนขอแสดงความชื่นชมสถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ โดยเฉพาะท่านผู้อำนวยการสถาบันฯ (น.ส. ภัทรรัตน์ หงษ์ทอง) และเจ้าหน้าที่สถาบันฯ ทุกคนที่ให้การดูแลผู้เข้าอบรมทุกคนเป็นอย่างดี และสรรหาวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิมาบรรยายตลอดหลักสูตรฯ อีกทั้ง ยังทุ่มเทแรงกายแรงใจในการเตรียมการศึกษาดูงานนอกสถานที่และในต่างประเทศ ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง

นอกเหนือจากสถาบันฯ แล้ว ผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาทั้งสามท่าน ได้แก่ (1) เอกอัครราชทูต อู๋ม เมาลานนท์ (2) ผศ.ดร. เดชา ตั้งสีฟ้า (3) อ. ดร. ชีวินท์ สุพุทธิกุล ที่ได้สละเวลาในการอ่านและให้คำปรึกษาในการทำรายงานศึกษาวิจัยฉบับนี้จนบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ข้อมูลในการทำการศึกษาวิจัย โดยเฉพาะ น.ส. จิตภา ล้ายอง ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน (เจ้าหน้าที่ด้านสารนิเทศ) และนางเปรมฤดี โลทาร์ักษ์พงษ์ (เจ้าหน้าที่โตะ สหราชอาณาจักร กรมยุโรป)

แน่นอนที่สุด ผู้เขียนจะไม่สามารถเข้าร่วมการอบรมครั้งนี้ได้หากไม่ได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา (เอกอัครราชทูต กิตติพงษ์ ณ ระนอง) ที่ให้ลามาเข้ารับการอบรม อีกทั้ง เพื่อนร่วมงานที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ทุกคน ที่ต้องแบ่งเบาหน้าที่ความรับผิดชอบในระหว่างที่ผู้เขียนเข้าอบรม ซึ่งผู้เขียนขอแสดงความขอบคุณมา ณ ที่นี้

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณนางพันธุมา มงคลนาวิน (ภริยา) ที่ยอมเสียสละให้ผู้เขียนกลับมาประเทศไทยเพื่อเข้าร่วมการอบรมฯ ในขณะที่ยังคงมีภาระในการดูแลลูกทั้งสองคนซึ่งยังศึกษาที่กรุงลอนดอน ซึ่งผู้เขียนซาบซึ้งในการเสียสละ และยอมเหน็ดเหนื่อยเพื่อดูแลลูกแต่เพียงลำพัง ในครั้งนี้อย่างยิ่ง

พีชภพ มงคลนาวิน

สิงหาคม 2559

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	2
1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา	2
1.4 ประโยชน์ของการศึกษา	3
บทที่ 2 แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวคิดทฤษฎี	4
2.2 สรุปกรอบแนวคิดและทฤษฎี	10
บทที่ 3 ผลการศึกษา	11
3.1 ความสัมพันธ์ไทย-สหราชอาณาจักร	11
3.2 การทูตเชิงวัฒนธรรมไทยในสหราชอาณาจักร	14
3.3 อุปสรรคและความท้าทายของการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร	19
3.4 บทสรุป	24
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	25
4.1 สรุปผลการศึกษา	25
4.2 ข้อเสนอแนะ	25
4.3 บทสรุป	27
บรรณานุกรม	29
ประวัติผู้เขียน	31

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลังและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยและสหราชอาณาจักรมีความสัมพันธ์กันมากกว่า 400 ปี และมีความสัมพันธ์ทางการทูตกว่า 160 ปี ทั้งสองประเทศมีหลายสิ่งที่คล้ายคลึงกัน อาทิ ระบบการปกครองโดยประชาธิปไตยโดยมีกษัตริย์เป็นประมุข และมีนายกรัฐมนตรีเป็นหัวหน้ารัฐบาล มีระบบนิติบัญญัติแบบ 2 สภา มีจำนวนประชากรและพื้นที่ของประเทศที่ใกล้เคียงกัน นอกจากนี้ สหราชอาณาจักรยังเป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญของไทย โดยจัดอยู่ในอันดับต้นๆ ของยุโรป รองจากเยอรมนีและฝรั่งเศส ในแต่ละปีนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเดินทางมาประเทศไทยเกือบ 1 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปสหราชอาณาจักรปีละกว่า 1 แสนคน

ในภาพรวม สหราชอาณาจักรมีความสัมพันธ์กับไทยหลายด้าน ไม่ใช่เพียงทางการเมืองและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงด้านกลาโหม การศึกษา และวัฒนธรรม ดังนั้น จึงปฏิเสธมิได้ว่า การมีปฏิสัมพันธ์อันดีกับสหราชอาณาจักรย่อมเป็นประโยชน์กับไทย เนื่องจากทั้งสองประเทศต่างมีผลประโยชน์ร่วมกันในหลายมิติ การรักษาความสัมพันธ์อันมีมาช้านานและพัฒนาความสัมพันธ์ให้มีความแน่นแฟ้นไปอีกระดับย่อมเป็นผลดีต่อทั้งสองประเทศ ทั้งในระดับรัฐและเอกชน

อย่างไรก็ดี ความสัมพันธ์ไทย-สหราชอาณาจักรได้มีความราบรื่นมาโดยตลอด บางครั้งก็มีความท้าทาย ซึ่งอาจเป็นอุปสรรคในการดำเนินนโยบายด้านการต่างประเทศ เช่น สถานการณ์ทางการเมืองของไทยในปัจจุบัน หลังการทำรัฐประหารเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ซึ่งทำให้สหราชอาณาจักรตั้งเงื่อนไขในการมีปฏิสัมพันธ์กับไทย โดยเฉพาะในการติดต่อระดับสูง (ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับมติของสหภาพยุโรปในการดำเนินความสัมพันธ์กับไทยภายหลังจากการทำรัฐประหารดังกล่าว) เนื่องจากสหภาพยุโรปมองว่าการทำรัฐประหารเป็นการกระทำที่ไม่เป็นไปตามครรลองประชาธิปไตย) ดังนั้น ในสถานะพิเศษเช่นนี้ การทูตเชิงวัฒนธรรมจึงเปรียบเสมือนกุญแจสำคัญในการสานต่อความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับสหราชอาณาจักร และระหว่างคนไทยกับคนบริติช เนื่องจากเป็นช่องทางในการประสานงานที่ยังสามารถดำเนินการต่อไปได้ในสถานะพิเศษทางการเมืองเช่นในปัจจุบัน¹ การเข้าใจในวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของกันและกันจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนให้ความสัมพันธ์ของทั้งสองประเทศมีความต่อเนื่องและพัฒนาการในทางสร้างสรรค์ อีกทั้ง ยังนำมาซึ่งความไว้วางใจและความเข้าใจซึ่งกันและกัน

¹ ความสำคัญของการทูตเชิงวัฒนธรรมในฐานะ “กุญแจ” ดอกสำคัญในการสานต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จะกล่าวถึงในบทที่ 3

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ได้แก่ (1) เพื่อวิเคราะห์การดำเนินงานด้านการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยกับสหราชอาณาจักร และศึกษาว่าที่ผ่านมาได้มีการดำเนินการอย่างไร มีความท้าทาย และอุปสรรคปัญหาอย่างไร (2) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการลดอุปสรรคและความท้าทายดังกล่าว และเพิ่มโอกาสในการพัฒนาการทูตเชิงวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศในอนาคต ทั้งนี้ คำถามของการศึกษาฉบับนี้ คือ อุปสรรคของการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรคืออะไร และจะสามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้อย่างไร

1.3 ขอบเขตการศึกษา วิธีการดำเนินการศึกษา และระเบียบวิธีการศึกษา

โดยที่ความสัมพันธ์ไทย-สหราชอาณาจักรครอบคลุมหลายมิติ การศึกษาฉบับนี้ จะกล่าวถึงภาพรวมความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างไทยกับสหราชอาณาจักรในมิติต่างๆ อาทิ การเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว การศึกษา เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของสหราชอาณาจักรต่อไทย และจะทำการศึกษาว่า การทูตเชิงวัฒนธรรมสามารถช่วยขับเคลื่อนและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับสหราชอาณาจักรได้อย่างไร

วิธีการศึกษาจะใช้การวิจัยจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (documentary research) เป็นหลัก โดยจะทำการศึกษาวิจัยจากแหล่งข้อมูล อาทิ เอกสารทางราชการ สื่อสิ่งพิมพ์ และบทความทางวิชาการต่างๆ นอกจากนี้ จะใช้การสัมภาษณ์และการหารือกับผู้ที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์โดยตรงในการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทย-สหราชอาณาจักร อาทิ เอกอัครราชทูตไทยประจำสหราชอาณาจักร เจ้าหน้าที่สถานเอกอัครราชทูตฯ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ประกอบการและภาคเอกชน

ในส่วนของระเบียบวิธีการศึกษา จะกล่าวถึงแนวคิดและทฤษฎีการทูตเชิงวัฒนธรรม (cultural diplomacy) (ในบทที่ 2) ซึ่งเป็นการดำเนินนโยบายต่างประเทศหลักแขนงหนึ่ง เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทยกับประเทศต่างๆ และเพื่อเพิ่มความเข้าใจ และความไว้วางใจซึ่งกันและกัน อันเป็นพื้นฐานสำคัญของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ จะทำการศึกษาศึกษาเชิงเปรียบเทียบ โดยยกตัวอย่างประเทศที่กำลังใช้หรือเคยใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ เพื่อศึกษาว่าประเทศดังกล่าวประสบความสำเร็จในการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมอย่างไร

บทที่ 3 จะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับการทูตเชิงวัฒนธรรมในบริบทไทย-สหราชอาณาจักร โดยจะมีการศึกษาการดำเนินการและประสบการณ์ที่ผ่านมา ตามด้วยการวิจัยความท้าทาย (challenges) และอุปสรรค (obstacles) ในด้านต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานด้านการทูตเชิงวัฒนธรรมดังกล่าว โดยในบทนี้จะมีการนำเสนอกรณีศึกษา อาทิ การจัดนิทรรศการไทย การจัดการแสดงโขน การจัดการแสดงดนตรีไทย

บทที่ 4 จะเสนอแนะแนวทางในการดำเนินการเพื่อลดความท้าทายและอุปสรรคในการดำเนินงานด้านการทูตเชิงวัฒนธรรมในบริบทไทย-สหราชอาณาจักร เพื่อสร้างโอกาสในการนำการทูตเชิงวัฒนธรรมไปใช้ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือไทย-สหราชอาณาจักรในด้านต่างๆ และความเจริญทางเศรษฐกิจในภาพรวมของไทยต่อไป

1.4 ประโยชน์ของการศึกษา

การศึกษาฉบับนี้ หวังจะแสดงให้เห็นว่า การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการรักษาและพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในบริบทความสัมพันธ์ไทย-สหราชอาณาจักรในช่วงปัจจุบัน ซึ่งสถานการณ์ภายในของไทยทำให้ยังไม่สามารถดำเนินการทางการทูตกับสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะในมิติการเมือง ได้อย่างเต็มรูปแบบ ดังนั้น ในสถานะเช่นนี้ การทูตเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นกุญแจสำคัญในการสานต่อความสัมพันธ์อันดีระหว่างสองประเทศ เนื่องจากการทูตเชิงวัฒนธรรมสามารถทำให้คนบริติชมีความเข้าใจ ในประเทศไทย ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวิถีการดำรงชีวิตของคนไทยมากขึ้น อีกทั้ง ยังส่งผลให้คนบริติช มองข้ามอุปสรรคหรือเงื่อนไขทางการเมืองไทยในยุคปัจจุบัน และหันมาสนใจประเทศไทยในมิติอื่น อาทิ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว และความร่วมมือด้านการศึกษา อันจะนำมาซึ่งความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างสองประเทศ และความเจริญมั่งคั่งทางเศรษฐกิจของไทยต่อไปในอนาคต

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎี

2.1.1 การทูตเชิงวัฒนธรรมคืออะไร

“การทูตเชิงวัฒนธรรม” หรือ Cultural Diplomacy เป็นหนึ่งในเครื่องมือทางการทูตที่มีการใช้อย่างแพร่หลาย โดยเป็นการนำวัฒนธรรม (culture) จากประเทศของตนไปเผยแพร่ต่อประเทศอื่นๆ เพื่อให้เกิดความเข้าใจในขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมของประเทศตน

ในด้านทฤษฎี การทูตเชิงวัฒนธรรมมิใช่สิ่งแปลกใหม่ และมีการใช้มาเป็นเวลาช้านาน อาจเป็นไปได้ว่ามีการใช้มาตั้งแต่เมื่อมีการกำเนิดของศาสนาคริสต์และการเผยแพร่ในยุโรป² ซึ่งชาวยุโรปเห็นว่า ตนมีวัฒนธรรมที่สูงส่งและควรเผยแพร่ไปยังประเทศอื่นๆ ที่มีความเจริญน้อยกว่า การเผยแพร่วัฒนธรรมจึงเป็นการเผยแพร่ความเชื่อ แนวความคิด หรือวิถีการดำเนินชีวิตจากที่หนึ่งไปยังที่หนึ่ง เพื่อสร้างความตระหนักและความเข้าใจถึงวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และชีวิตความเป็นอยู่ดังกล่าว

นักวิชาการต่างประเทศ อาทิ Milton C. Cumming นิยาม “การทูตเชิงวัฒนธรรม” ว่าเป็นการดำเนินนโยบายต่างประเทศโดยใช้วัฒนธรรมในการเปลี่ยนแนวความคิด ค่านิยม ความเชื่อ และวิถีชีวิต³ ในขณะที่ Yue Hu ได้นิยามการทูตเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการดำเนินนโยบายต่างประเทศผ่านการสื่อสารทางวัฒนธรรม หรือกิจกรรมทางการทูตอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม⁴ นอกจากนี้ นักวิชาการยอมรับว่าวัฒนธรรม มีความสำคัญเทียบเท่าการเมือง การทหาร และเศรษฐกิจ ในการมีส่วนชี้นำการพัฒนา นโยบายด้านการต่างประเทศ⁵ อย่างไรก็ตาม นักวิชาการบางคน อาทิ Sheri Berman⁶ หรือ Ronald Inglehart⁷ เห็นว่า วัฒนธรรมจะมีผลต่อนโยบายด้านการต่างประเทศต่อเมื่อมีการใช้เป็นเวลานานเท่านั้น เนื่องจากการเปลี่ยนทัศนคติและ

² ภิรณีย์ โชติกันตะ, การใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในการเผยแพร่ภาพลักษณ์ของไทยในต่างประเทศ:กรณีศึกษาการจัดเทศกาลวัฒนธรรมไทยในฝรั่งเศส (รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4, 2555), หน้า 15.

³ อ้างแล้ว

⁴ Yue Hu, “Institutional Difference and Cultural Difference: A Comparative Study of Canadian and Chinese Cultural Diplomacy,” Journal of American-East Asian Relations, Vol. 20 (2013): 258.

⁵ Ibid., p. 257.

⁶ Sheri Berman, “Ideas, Norms, and Culture in Political Analysis,” Comparative Politics, Vol. 33 No. 2 (January 2001): 231-250.

⁷ Ronald Inglehart, “The Renaissance of Political Culture,” The American Political Science Review, Vol. 82 (December 1988) และ Ronald Inglehart and Christian Welzel, Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence (Cambridge and New York: Cambridge University Press, 2005).

ความเข้าใจของคนไม่สามารถทำได้ภายในวันเดียว แต่ต้องใช้เวลาในการสั่งสมและซึมซับเพื่อให้เกิดการคล้อยตาม

ส่วนในมุมมองของกระทรวงการต่างประเทศ “การทูตเชิงวัฒนธรรม” หมายถึงการใช้กิจกรรมทางวัฒนธรรมในกรอบกว้างในการดำเนินนโยบายทางการทูต เพื่อสร้างความรู้สึกที่ดีต่อกันและเป็นการดำเนินการแบบ “ซิมลิก” เพื่อให้เข้าถึงประชาชน อาทิ การส่งนาฏศิลป์ไปแสดงในต่างประเทศ การเผยแพร่แนวคิด ทักษะคติ อุดมการณ์ กีฬา และการใช้ชีวิต⁸ ดังนั้น การทูตเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมและดำเนินการตามนโยบาย “การทูตสาธารณะ” (public diplomacy)⁹ โดยมีลักษณะการใช้อำนาจละมุน (soft power) เพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันดีซึ่งกันและกัน ส่งเสริมความร่วมมือทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม ส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในสายตาประชาคมโลก อันจะนำมาซึ่งโอกาสในการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และโอกาสทางเศรษฐกิจต่อไป

จากคำนิยามต่างๆ ข้างต้น สรุปได้ว่า “การทูตเชิงวัฒนธรรม” เป็นการใช้วัฒนธรรมที่มีหลากหลายรูปแบบของประเทศหนึ่งเพื่อปรับเปลี่ยนทัศนคติของอีกประเทศหนึ่ง สร้างความตระหนักและความเข้าใจในความแตกต่างในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องนโยบาย การดำรงชีวิต ความเชื่อ หรือแนวทางในการทำงาน ทั้งนี้ การใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมอาจมองได้ว่า เป็นแขนงหนึ่งของการใช้อำนาจละมุน (soft power) โดยทั้งสองสิ่งนี้มีส่วนสนับสนุน เกื้อกูล และส่งเสริมกันและกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย¹⁰

ประโยชน์ของการใช้อำนาจละมุน ในมุมมองของนักวิชาการ อาทิ Joseph Nye คือ ความสามารถขององค์กรในการที่จะบรรลุเป้าหมายประสงค์โดยใช้การดึงดูด (attraction) แทนการใช้กำลังผลักดัน (coercion) และอำนาจละมุนจะเกิดจากการใช้ค่านิยมทางวัฒนธรรมขององค์กร (entity's cultural values) หลักการทางการเมือง (political principles) และนโยบายภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อก่อให้เกิดความชอบธรรมกับเป้าหมายประสงค์ขององค์กร หรือนำไปสู่

⁸ สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ, คำศัพท์-คำย่อทางการทูตและการต่างประเทศ ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 3 (กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2556), หน้า 96.

⁹ “การทูตสาธารณะ” หมายถึง “การดำเนินการทางการทูตแบบหนึ่งเพื่อโน้มน้าวชักจูงให้สาธารณชนและกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ ในต่างประเทศที่มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจของรัฐให้มีความชื่นชมและเข้าใจถึงแนวทางการดำเนินนโยบายต่างประเทศของประเทศใดประเทศหนึ่ง ซึ่งจะช่วยเหลือเสริมสร้างความสัมพันธ์ระดับประชาชนให้มีความใกล้ชิดแน่นแฟ้น และประสบผลสำเร็จอย่างแนบเนียน โดยจะมีความแตกต่างจากการดำเนินการทูตแบบดั้งเดิม ที่เน้นการสื่อสารระหว่างรัฐต่อรัฐ (Government to Government) แต่การทูตสาธารณะจะเน้นวิธีการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชน (Government to People) ภาคเอกชน ประชาสังคม หรือสื่อมวลชนในต่างประเทศหรือระหว่างประชาชนด้วยกันเอง อนึ่ง การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ที่ใช้วัฒนธรรมเป็นสื่อเชื่อมความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนนั้น ถือเป็นเครื่องมือหนึ่งของการดำเนินการทูตสาธารณะ” (สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ 2556: 197-198).

¹⁰ Marie Kouri, “EU Integration and Cultural Diplomacy in Times of Crisis: The Cast of Greece,” The Journal of Arts Management, Law and Society, Vol. 44, (2014): 220.

ความร่วมมือ¹¹ การใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในลักษณะอำนาจละมุน เป็นการแสดงใช้วิธีที่นุ่มนวลในการแสดงออกถึงความยิ่งใหญ่หรือความสำเร็จในด้านต่างๆ (เช่น ด้านศิลปวัฒนธรรม การเมือง การศึกษา เศรษฐกิจ ความมั่นคง) เพื่อสร้างความเข้าใจอันดี และส่งเสริมการสนับสนุน ความร่วมมือในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการทูต การเมือง ความมั่นคง การเงิน ฯลฯ¹² ซึ่งในมุมมองด้านรัฐศาสตร์ การที่ประเทศหนึ่งทราบว่ามีอีกประเทศหนึ่งเป็นอย่างไร มีวิธีการดำเนินชีวิตอย่างไร มีการกำหนดนโยบายอย่างไร ย่อมเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เนื่องจากจะทำให้ “รู้เขารู้เรา”

2.1.2 การทูตเชิงวัฒนธรรมในเวทีโลก

หลายประเทศในโลกนิยมใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมเพื่อดำเนินการด้านการต่างประเทศ และการเจริญความสัมพันธ์ทางการทูต เช่น การแสดงนาฏศิลป์ การแสดงดนตรี กีฬา ภาพยนตร์ การจัดเทศกาลด้านวัฒนธรรม (ด้านศิลปะ และอาหาร) จึงไม่แปลกที่นักวิชาการหลายคนให้ความสนใจในการเขียนบทความหรือทำการวิจัยเกี่ยวกับการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในหลากหลายรูปแบบเพื่อนำไปสู่เป้าหมายต่างๆ

นักข่าวอิสระ Roland Flamini ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการใช้วัฒนธรรมของกรีซในสหรัฐอเมริกาเมื่อเดือนตุลาคม ค.ศ. 2013 ที่กรุงวอชิงตัน ในการจัดนิทรรศการ Heaven and Earth: Art of Byzantium from Greek Collections (ซึ่งการจัดงานเปิดตัวนิทรรศการและการแถลงข่าวถูกยกเลิกเนื่องจากกรีซประสบปัญหาทางการเงินอย่างร้ายแรง) ว่า เป็นการตอกย้ำให้โลกได้เห็นถึงสิ่งที่ดีของกรีซ ไม่ใช่เพียงปัญหาการเงินและรัฐบาลที่ไร้ความสามารถ อีกทั้ง อาณาจักร Byzantine ของกรีซเคยมีความเจริญรุ่งเรืองและยิ่งใหญ่มาก่อนในอดีต ทั้งนี้ เนื่องจากในช่วงที่จะมีการแสดงนิทรรศการดังกล่าว กรีซกำลังจะเป็นประธานสหภาพยุโรป (วันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2014)¹³ ซึ่งจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่น มิเช่นนั้นอาจส่งผลกระทบต่อประเทศกรีซและของสหภาพยุโรปในภาพรวมได้

อย่างไรก็ดี กรีซมิใช่ประเทศเดียวในยุโรปที่ใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ ฝรั่งเศสก็ใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมเช่นกันในรูปแบบการจัดตั้งสถาบัน Alliance Française ในปี ค.ศ. 1883 เพื่อเป็นการกอบกู้ภาพลักษณ์ของความเจริญรุ่งเรืองของฝรั่งเศสภายหลังสงครามฝรั่งเศส-ปรัสเซีย¹⁴ อิตาลีใช้โครงการ Italy 2013: The Year of Italian Culture in the United States ซึ่งเป็นการแสดงศิลปะ ดนตรี ภาพยนตร์ การออกแบบ แฟชั่น นวัตกรรมทางวิทยาศาสตร์ ฯลฯ ครั้งใหญ่ ณ เมืองต่างๆ ในสหรัฐอเมริกา เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี

¹¹ Joseph Nye, Jr, *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, (New York: Public Affairs, 2004).

¹² Marie Kouri, “EU Integration and Cultural Diplomacy in Times of Crisis: The Cast of Greece,” *The Journal of Arts Management, Law and Society*, Vol. 44, (2014): 221.

¹³ Roland Flamini, “The Art of Diplomacy: Exhibitions and National Promotion,” *World Affairs*, (January/February 2014): 70.

¹⁴ Ibid.

เนื่องจากอิตาลีก็ได้รับผลกระทบทางการเงินไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากรีซ¹⁵ ดังนั้น เห็นได้ว่า ทั้งกรีซและอิตาลี ต่างใช้มรดกทางวัฒนธรรมของตนในการกลบภาพลักษณ์ที่ไม่ดี และสร้างความสดใสให้กับประเทศผ่านมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าของประเทศตน (burnish the brand)

ในตะวันออกกลาง อิหร่าน ได้ใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในลักษณะการแสดงนิทรรศการ Forgotten Empire: The World of Ancient Persia ที่ British Museum สหราชอาณาจักร เมื่อปี ค.ศ. 2005 ซึ่งเป็นการแสดงศิลปกรรมจากพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติกรุงเตหะราน และ Persepolis Museum โดยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ (1) เพื่อปล้ำล้างการตำหนิอิหร่านเรื่องโครงการพัฒนานิวเคลียร์ และ (2) เพื่อเป็นการตอบแทน British Museum ที่สัญญาจะให้อิหร่านยืมท่อดินเผา Cyrus Cylinder ซึ่งมีการบันทึกเกี่ยวกับการยึดครอง Babylon (หรือในสมัยปัจจุบันคืออิรัก) โดยกษัตริย์ Cyrus แห่งเปอร์เซีย สิ่งสำคัญกับท่อดินเผาเก่าแก่นี้ (อายุตั้งแต่สมัย 600 BC) คือการบันทึกการกระทำอย่างมีมนุษยธรรมของกษัตริย์ Cyrus ในการครอง Babylon ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นธรรมเนียมด้านสิทธิมนุษยชนชิ้นแรกในโลก¹⁶

อย่างไรก็ดี ในสหรัฐอเมริกา การใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมอาจมีความไม่แน่นอนและสหรัฐฯ ไม่มีสถาบันทางวัฒนธรรมเป็นการเฉพาะเช่นประเทศอื่นในยุโรป เช่น British Council ในสหราชอาณาจักร Alliance Française ในฝรั่งเศส หรือ Goethe-Institut ในเยอรมนี เมื่อหลายปีก่อน คณะกรรมการที่ปรึกษาด้านการทูตเชิงวัฒนธรรมของกระทรวงต่างประเทศสหรัฐฯ เคยทำรายงานต่อกระทรวงต่างประเทศสหรัฐฯ เรื่องการทูตเชิงวัฒนธรรม สรุปไว้ว่า แม้การทูตเชิงวัฒนธรรมทำให้เห็นถึง soul of the nation แต่ก็มักจะถูกมองข้าม เนื่องจากในยามสงครามเครื่องมือการทูตทุกรูปแบบจะถูกนำมาใช้ แต่ในยามสงบวัฒนธรรมก็มักไม่ได้รับความสนใจ¹⁷ ถึงกระนั้นก็ตาม สหรัฐอเมริกาก็ได้ใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการเผยแพร่แนวคิดประชาธิปไตย (democracy) ไปทั่วโลก โดยเฉพาะผ่านความร่วมมือทางพิพิธภัณฑสถาน เช่น โครงการ Museums Connect ซึ่งเป็นการดำเนินการต่อยอดวิสัยทัศน์ “smart power” ของอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงต่างประเทศสหรัฐฯ Hillary Clinton ซึ่งต้องการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการ bring people together เพื่อส่งเสริมความเข้าใจที่ดียิ่งขึ้นต่อกัน โดยผ่านการแสดงวัตถุในพิพิธภัณฑสถาน ประวัติศาสตร์ การอนุรักษ์ทางวัฒนธรรม และการแลกเปลี่ยนทางวิทยาศาสตร์¹⁸ ทั้งนี้ theme ของพิพิธภัณฑสถานที่จะได้รับเลือกเข้าร่วมโครงการฯ และได้รับการจัดสรรเงินสนับสนุนจากรัฐบาลสหรัฐฯ ได้แก่ การเพิ่มอำนาจให้แก่สตรีและเยาวชน (empowerment of women and youth); การบรรเทาความตึงเครียดทางศาสนา วัฒนธรรม หรือการเมือง (mitigating religious, cultural or political tensions); การส่งเสริมสิทธิมนุษยชน (advocating human rights) เป็นต้น

¹⁵ Ibid.

¹⁶ Ibid., p. 73

¹⁷ Ibid., p. 76.

¹⁸ Natalia Grincheva, “Democracy for Export: Museum Connect Program as a Vehicle of American Cultural Diplomacy,” *Curator the Museum Journal*, Vol. 58 No. 2, (April 2015): 141.

ซึ่งล้วนแต่เป็นประเด็นที่จะส่งเสริมนโยบายการต่างประเทศของสหรัฐฯ ในการส่งเสริมประชาธิปไตย และการเคารพสิทธิมนุษยชนในสังคมที่ยังไม่ค่อยเป็นประชาธิปไตย¹⁹

จากตัวอย่างข้างต้น อาจสรุปได้ว่า การใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมมีประโยชน์หลักๆ 3 ประการ ได้แก่ (1) การสร้างความเข้าใจและความตระหนักถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรม เพื่อจะทำให้สามารถเข้าใจในวิธีการดำเนินการต่างๆ ทั้งในด้านการดำเนินการภาครัฐ และการดำรงชีวิตส่วนบุคคล (2) การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการตอกย้ำถึงความสำเร็จหรือความยิ่งใหญ่ ตลอดจนพัฒนาการของประเทศนั้นๆ หรือ การแก้ไขภาพลักษณ์ของประเทศในยามที่ประสบกับภาวะที่ท้าทาย (3) การโน้มน้าวให้ประเทศอื่นมีทัศนคติ หรือแนวความเชื่อคล้ายประเทศของตน²⁰

ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ และการที่ช่องว่างทางเทคโนโลยีลดลง ทำให้การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมมีความสะดวกขึ้น มีโอกาสในการเข้าถึงผู้ชม/ผู้ฟัง (audience) ได้มากขึ้น²¹ เนื่องจากปัจจุบัน ประเทศต่างๆ สามารถเผยแพร่การแสดงทางวัฒนธรรม ภาพยนตร์ และดนตรี ของตนผ่านสื่อต่างๆ โดยเฉพาะสื่อสังคม เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ยูทูบ ทวิตเตอร์ หรือ อินสตาแกรม ได้ง่ายขึ้น²² ยกตัวอย่างเช่น ประเทศไทย เมื่อประมาณ 30 ปีที่แล้ว อาจมีบางคนสับสน “Thailand” กับ “Taiwan” แต่ ในยุคปัจจุบันที่ผู้คนสามารถเข้าถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์ของไทย ได้รับชมการแสดงของไทย หรือได้ชิมอาหารไทย ก็ทำให้รู้จักประเทศไทยมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้ในปัจจุบันไม่ค่อยเกิดความสับสนเช่นในอดีต อีกตัวอย่างหนึ่ง การที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้นส่วนหนึ่งก็เพราะกระแสภาพยนตร์เรื่อง Lost in Thailand ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวต้องการมาประเทศไทยมากขึ้น

2.1.3 ข้อจำกัดของการทูตเชิงวัฒนธรรม

แม้ว่าการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมจะเป็นที่นิยมแพร่หลายในฐานะเครื่องมือประเภทหนึ่งของอำนาจละมุนในการดำเนินนโยบายการต่างประเทศ ในเชิงปฏิบัติแล้วการทูตเชิงวัฒนธรรมก็มีข้อจำกัดด้วยเช่นกัน

การศึกษาระดับหนึ่งได้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับข้อจำกัดของการทูตเชิงวัฒนธรรม โดยผ่านกรณีศึกษาของญี่ปุ่นในการใช้การ์ตูน Manga เป็นเครื่องมือว่า การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมจะมีตลาดเกี่ยวกับด้านวัฒนธรรมของโลกเป็นตัวกำกับ ทำให้รัฐมีการควบคุมได้จำกัด อีกทั้ง การสื่อสารภายในโลกก็มีแนวโน้มว่าจะอยู่ภายใต้การขึ้นนำของภาคธุรกิจ ซึ่งก็ไม่สามารถควบคุมการตอบรับหรือ

¹⁹ Ibid.

²⁰ David Clarke, “Theorising the Role of Cultural Products in Cultural Diplomacy from a Cultural Studies Perspective,” *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 22 No. 2, (2016).

²¹ การที่บริษัทหรือรัฐบาลใดไม่พัฒนาตนเพื่อเกาะแสความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีจะทำให้บริษัทหรือรัฐบาลนั้นสูญเสียโอกาสทางเศรษฐกิจที่สำคัญหรือทำให้มีความอ่อนไหวต่อพัฒนาการด้านเทคโนโลยีได้ (Richards Dobbs, and others, 2015: 44).

²² Andreas Sandre, *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy* (New York: Rowman & Littlefield, 2015)บทความต่างๆ ในหนังสือเล่มนี้ ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การดำเนินการทูตในยุคใหม่มีการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ได้มากขึ้น ซึ่งทำให้สามารถสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลได้อย่างกว้างขวาง และทุกคนสามารถรับรู้ข้อมูลได้ในเวลาเดียวกัน

การนำสิ่งที่ได้ฟังหรือได้เห็นไปขยายความต่อ²³ อย่างไรก็ดี เป็นที่น่าสังเกตว่า การดำเนินการของรัฐบาลญี่ปุ่นในกรณีนี้มีใช่เป็นการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นตัวนำในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ หากแต่เป็นการเกาะกระแสที่ภาคเอกชนเป็นผู้สร้างขึ้น ดังนั้น ในการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมจึงจำเป็นที่ผู้กำหนดนโยบายจะต้องทำการศึกษารอบคอบเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ชม และ/หรือผู้ฟัง (audience behaviour) โดยเน้นย้ำถึงการนำสิ่งที่ได้ฟังหรือได้เห็นไปขยายความต่อ ก่อนที่จะตัดสินใจใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ต้องการ

ที่กล่าวมาข้างต้น อาจมองได้ว่าเป็นข้อจำกัดเชิงมโนทัศน์ (conceptual) เนื่องจากรัฐอาจไม่สามารถกำหนดทิศทางและผลที่ได้รับจากการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมอย่างเต็มที่ แต่การทูตเชิงวัฒนธรรมอาจมีข้อจำกัดอีกด้านหนึ่ง กล่าวคือ ข้อจำกัดในเชิงปฏิบัติ (practical) ซึ่งปัจจัยเหล่านั้น อาจมองว่าเป็นความท้าทาย (challenges) และอุปสรรค (obstacles) ในการดำเนินการ

หนึ่งในความท้าทายและอุปสรรคของการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรม คือ เวลาการศึกษาของ Guy Podoler สรุปว่า การทูตเชิงวัฒนธรรมจะประสบความสำเร็จได้ต้องใช้เวลาานาน (long-time frame) นอกจากนั้น หากการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมจะได้ผลดี จะต้องประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ (1) ภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องมีบทบาทร่วมกันในการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรม (2) สื่อจะต้องมีส่วนร่วม ในการเผยแพร่กิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อให้สาธารณชนเข้าถึง และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประเทศและวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ และ (3) การทูตเชิงวัฒนธรรมจะต้องปรากฏในทุกชั้นของการดำเนินการทูตเพื่อประชาชน (public diplomacy) เพื่อหลีกเลี่ยงการทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นเพียงการชวนเชื่อหรือการทำประชาสัมพันธ์เท่านั้น²⁴

นอกจากนั้น ในบทความของ Arpad-Andreas Sölter จาก Goethe-Institut ในออสเตรเลีย ยังกล่าวว่า ความสำเร็จของการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมยังต้องขึ้นอยู่กับระยะห่าง (distance) ระหว่างผู้ดำเนินการทูต เชิงวัฒนธรรมและผู้บริโภควัฒนธรรมดังกล่าว ซึ่งต้องหลีกเลี่ยงการทำให้เข้าใจว่าเป็นการนำเสนอแนะนโยบายทางการเมืองหรือเศรษฐกิจ และโครงการการทูตเชิงวัฒนธรรมที่ดีจะต้องมีการทำงานร่วมกัน (interactive) ระหว่างผู้ดำเนินโครงการกับผู้บริโภคเพื่อให้โครงการดังกล่าวมีความยั่งยืนและประสบผลสำเร็จ²⁵

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาในเบื้องต้นของผู้เขียน²⁶ พบว่า งานวิจัยเกี่ยวกับเรื่องการทูตเชิงวัฒนธรรมยังไม่กล่าวถึงผลลัพธ์หรือประสิทธิผลของการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมอย่าง

²³ David Clarke, "Theorising the Role of Cultural Products in Cultural Diplomacy from a Cultural Studies Perspective," *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 22 No. 2, (2016).

²⁴ Guy Podoler, "Enter the 'Far East': Korean culture in early South Korea-Israel relations," *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 20 No. 5, (2014): 532.

²⁵ Arpad-Andreas Sölter, "Festival circus, golden gnomes and cultural diplomacy. The Audi Festival of German Films in the context of multicultural festivals in Australia," *Studies in Australasian Cinema*, Vol. 9 No. 2, (2015): 198.

²⁶ Ibid; Guy Podoler, "Enter the 'Far East': Korean culture in early South Korea-Israel relations," *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 20 No. 5, (2014); Natalia Grincheva, "Democracy for

ชัดเจน งานวิจัยดังกล่าวได้กล่าวถึงทฤษฎี การนิยามความหมายของการทูตเชิงวัฒนธรรม และการเสนอแนะข้อปฏิบัติในการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรม แต่ไม่มีการศึกษาหรือการเก็บหลักฐานข้อมูล เพื่อแสดงให้เห็นว่าการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ ประสบความสำเร็จมากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ เป็นที่เข้าใจได้ว่า สาเหตุหนึ่งของความยากลำบากในการเก็บข้อมูลดังกล่าวคือ เวลาและงบประมาณในการศึกษาเก็บข้อมูล ซึ่งไม่สามารถกระทำได้ในระยะเวลาอันสั้น หรือทำเฉพาะผู้บริโศกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งเท่านั้น อีกทั้ง ความสำเร็จของการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมต้องอาศัยการดำเนินการหลายอย่าง มิใช่กิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งเท่านั้น

2.2 สรุปกรอบแนวคิดและทฤษฎี

การทูตเชิงวัฒนธรรม เป็นการดำเนินการอย่างหนึ่งด้วยการใช้อำนาจละมุน โดยการใช้การดำเนินการหรือกิจกรรมทางด้านวัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินนโยบายด้านการต่างประเทศ ทั้งนี้ เพื่อสร้างความเข้าใจ ความไว้วางใจ และความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน

ความรู้ในความแตกต่างด้านวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ จะทำให้เกิดความเข้าใจในทิศทางในการดำเนินการ ความคิด ความเชื่อ และการกำหนดนโยบายต่างๆ ของประเทศอื่นได้ ซึ่งจะมีผลทั้งในระยะสั้น (อาทิ การไม่ทำสิ่งใดที่เป็นการขัดต่อขนบธรรมเนียมประเพณีของอีกประเทศหนึ่ง) และระยะยาว (อาทิ การทำให้ผู้บริโศในประเทศอื่นหันมาให้ความสนใจกับวัฒนธรรมของประเทศเรา และเปลี่ยนแปลงทัศนคติของเขาให้เข้ากับทัศนคติของเรา) และเมื่อมีความเข้าใจ ไว้วางใจซึ่งกันและกัน การดำเนินการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการต่างประเทศ การค้า หรือความร่วมมือในกรอบอื่นๆ ก็ จะมีความราบรื่นและมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย

บทที่ 3 ผลการศึกษา

3.1 ความสัมพันธ์ไทย-สหราชอาณาจักร

ไทยและสหราชอาณาจักรมีความสัมพันธ์กันมาเป็นระยะเวลากว่า 400 ปี (สมัยกรุงศรีอยุธยา) เริ่มตั้งแต่การเดินทางของเรือ “The Globe” ของบริษัทอินเดียตะวันออกมาที่สยามในปี พ.ศ. 2155 ในขณะนั้น คนสยามยังไม่รู้จักอังกฤษหรือสหราชอาณาจักรเท่าใดนัก เนื่องจากการเดินทางไปมาหาสู่กันมีความยากลำบาก อังกฤษซึ่งตั้งอยู่ในทวีปยุโรป อยู่ห่างจากสยามประเทศซึ่งตั้งอยู่ในทวีปเอเชีย การเดินทางในสมัยนั้นทำได้เพียงทางเรือ ซึ่งในการเดินทางแต่ละครั้งใช้เวลานาน นอกจากนั้น การติดต่อสื่อสารในสมัยนั้นก็มีความยากลำบาก ไม่สะดวกเหมือนในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม การมีปฏิสัมพันธ์กับอังกฤษทำให้ชาวสยามได้เปิดหูเปิดตา ได้เรียนรู้อารยธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมตะวันตก ในขณะเดียวกัน ชาวอังกฤษเองก็มีโอกาสได้เรียนรู้ถึงขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนสยาม ซึ่งมีความแตกต่างกับวัฒนธรรมยุโรปอย่างสิ้นเชิง ไม่ว่าจะเป็นภาษา เครื่องนุ่งห่ม หรือการรับประทานอาหาร

ไทย (สยามในสมัยนั้น) และสหราชอาณาจักร สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตเมื่อวันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2398 โดยสหราชอาณาจักรส่ง Sir John Bowring มาเป็นราชทูตและได้มีการลงนามในสนธิสัญญามิตรภาพและการค้า²⁷ ต่อมา เมื่อปี พ.ศ. 2400 ซึ่งเป็นช่วงสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวของแห่งสยามและสมเด็จพระราชินีวิกตอเรียของสหราชอาณาจักร สยามได้ส่งคณะราชทูตไปเจริญสัมพันธไมตรีกับสหราชอาณาจักรเพื่อเป็นการตอบแทน และในปี พ.ศ. 2425 ได้มีการแต่งตั้งหม่อมเจ้าปฤษฎางค์ ชุมสาย เป็นเอกอัครราชทูตไทยประจำสหราชอาณาจักรคนแรก และมีการเปิด “ศาลาราชทูตสยาม” ในยุโรปเป็นครั้งแรก²⁸ จนถึงปัจจุบัน ความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างสองประเทศได้ดำเนินมากกว่า 160 ปี

ความสำคัญของสหราชอาณาจักรต่อไทย

สหราชอาณาจักรเป็นประเทศที่มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์กับไทย ไม่ว่าจะเป็นทางด้านการเมืองและความร่วมมือระหว่างประเทศ เศรษฐกิจการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว หรือการศึกษา ทางด้านการค้า สหราชอาณาจักรเป็นประเทศคู่ค้าของไทยลำดับที่ 3 ในยุโรป มีการค้าระหว่างกันในปี พ.ศ. 2558 จำนวน 6,373.32 ล้านดอลลาร์²⁹ ส่วนในด้านการลงทุน บริษัทในสหราชอาณาจักรให้ความสนใจและได้มาลงทุนในไทยหลายประเภท เช่น ธุรกิจค้าปลีก ธนาคาร การประกันภัย พลังงาน และสินค้าอุปโภคบริโภค ในแต่ละปีนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเดินทาง

²⁷ ข้อมูลจากเว็บไซต์สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน www.thaiembassy.org.uk

²⁸ ข้อมูลจากเว็บไซต์สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน www.thaiembassy.org.uk

²⁹ ข้อมูลจากเอกสารกรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ

มาประเทศไทยประมาณปีละเกือบ 1 ล้านคน³⁰ ซึ่งจำนวนมากเป็นนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวไทยหลายครั้ง (repeater) นักท่องเที่ยวเหล่านี้ส่วนมากมีความประทับใจในอัธยาศัย ความเป็นกันเองของคนไทย อาหารไทยซึ่งมีรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และมีให้เลือกหลากหลายชนิด ความคุ้มค่า (value for money) ความหลากหลายในทรัพยากรของไทย ทั้งศิลปวัฒนธรรมเก่าแก่ ภูเขา ทะเล และการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ (อาทิ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวพร้อมการรักษาพยาบาล การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา)

สำหรับคนไทย แต่และปีมีการเดินทางไปสหราชอาณาจักร ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว การเดินทางเพื่อธุรกิจ หรือการศึกษาต่อ ประมาณปีละ 160,000 คน ปัจจุบันในสหราชอาณาจักรมีคนไทยพำนักอยู่เกือบ 60,000 คน (ประมาณ 10,000 คนจากจำนวนนี้เป็นนักเรียน) ส่วนการค้าการลงทุน ปัจจุบันคนไทยหลายคนได้ดำเนินธุรกิจในสหราชอาณาจักร อาทิ ร้านอาหารไทย (ซึ่งปัจจุบันมีประมาณ 1,200 ร้านทั่วประเทศ) ธุรกิจโรงแรม สปา นวดแผนโบราณ ทีมฟุตบอล ดังนั้น เห็นได้ว่าสหราชอาณาจักรเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากคนไทยมากประเทศหนึ่งไม่ว่าจะในเชิงธุรกิจหรือท่องเที่ยว

ในด้านความสัมพันธ์และการเมืองระหว่างประเทศ แม้สหราชอาณาจักรจะมีภูมิประเทศที่แยกออกจากประเทศอื่นๆ ในทวีปยุโรป และมีขนาดเล็กกว่าบางประเทศในยุโรป³¹ แต่สหราชอาณาจักรก็มีศักยภาพในระดับต้นของโลกในหลายๆ ด้าน อาทิ มีมหาวิทยาลัยอันเก่าแก่และมีชื่อเสียงของโลก³² เป็นศูนย์กลางทางการเงินที่สำคัญที่สุดของโลกควบคู่กับนครนิวยอร์ก มีกองทัพที่มีแสนยานุภาพ มีเทคโนโลยีชั้นนำในด้านต่างๆ มีแหล่งพลังงานสำรองขนาดใหญ่ เป็นผู้นำด้านนวัตกรรมและธุรกิจภาคบริการ อีกทั้งยังเป็นประเทศต้นแบบของการปกครองระบอบประชาธิปไตย

สหราชอาณาจักรเป็นประเทศมหาอำนาจ โดยสมเด็จพระราชินีเอลิซาเบธที่สองยังเป็นองค์ประมุขของประเทศในเครือจักรภพ (The Commonwealth) อีก 15 ประเทศ³³ นอกจากนั้น ในเวทีระหว่างประเทศ สหราชอาณาจักรเป็นสมาชิกถาวรของคณะมนตรีความมั่นคงของสหประชาชาติ องค์การสนธิสัญญาแอตแลนติกเหนือ (NATO) และสมาชิกกลุ่มมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ (G8) ซึ่งทำให้สหราชอาณาจักรเป็นประเทศที่มีอิทธิพลการเมือง เศรษฐกิจ และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศประเทศที่สำคัญยิ่งประเทศหนึ่งในโลก

ในเชิงความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับสหราชอาณาจักร สองประเทศได้สถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตเมื่อวันที่ 18 เมษายน พ.ศ. 2398 (ปัจจุบันนับเป็นเวลา 161 ปี) โดยได้มีการแลกเปลี่ยนการเยือนในหลายระดับ ไม่ว่าจะเป็นระดับพระราชวงศ์ หรือระดับการเมือง ทั้งนี้ พระบาทสมเด็จพระ

³⁰ ในปี 2558 มีนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 946,919 คน (ข้อมูลจากเอกสารกรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ)

³¹ สหราชอาณาจักรมีพื้นที่ 243,000 ตร.กม. มีประชากร 64.5 ล้านคน (ข้อมูลจากเอกสารกรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ)

³² เช่น มหาวิทยาลัยออกซฟอร์ด และเคมบริดจ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในมหาวิทยาลัยชั้นนำของโลก และมีผู้ได้รับรางวัลโนเบลหลายคน

³³ ได้แก่ แอนติกาและบาร์บูดา เครือรัฐออสเตรเลีย เครือรัฐบาฮามาส บาร์เบโดส เบลีซ แคนาดา เกรนาดา จาเมกา นิวซีแลนด์ ปาปัวนิวกินี เซนต์คิตส์และเนวิส เซนต์ลูเชีย เซนต์วินเซนต์และเกรนาดีนส์ หมู่เกาะโซโลมอน และตูวาลู

พระเจ้าอยู่หัวและสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ได้เสด็จฯ เยือนสหราชอาณาจักรอย่างเป็นทางการ (state visit) ระหว่างวันที่ 19-21 กรกฎาคม พ.ศ. 2503 และสมเด็จพระราชินีเอลิซาเบธที่สองแห่งสหราชอาณาจักร เสด็จฯ เยือนประเทศไทยอย่างเป็นทางการ (state visit) ถึง 2 ครั้ง³⁴

ในระดับการเมือง นายกรัฐมนตรีของไทยหลายคนได้เยือนสหราชอาณาจักรอย่างเป็นทางการ³⁵ โดยครั้งล่าสุดคือการเยือนของ น.ส. ยิ่งลักษณ์ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรี เมื่อเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2555 ส่งผลให้รัฐบาลไทยและสหราชอาณาจักรตกลงให้มีการจัดตั้งกรอบความร่วมมือ Strategic Dialogue ขึ้น เพื่อเป็นเวทีในการหารือเพื่อกระชับความสัมพันธ์และเสริมสร้างความร่วมมือทวิภาคีระหว่างไทย-สหราชอาณาจักรในหลายมิติ อาทิ การเมือง ความร่วมมือด้านกงสุล ความร่วมมือด้านวัฒนธรรม การศึกษา กลาโหม การท่องเที่ยว การค้าและการลงทุน โดยการหารือฯ มีหัวหน้าคณะผู้แทนระดับผู้ช่วยรัฐมนตรี และได้มีการหารือมาแล้วด้วยกัน 2 ครั้ง³⁶ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่การทำรัฐประหารเมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม พ.ศ. 2557 ความสัมพันธ์ในระดับการเมืองระหว่างไทยกับสหราชอาณาจักรก็ชะลอตัวลง ส่งผลให้มีการลดระดับหัวหน้าคณะผู้แทนในการหารือ Strategic Dialogue ครั้งที่ 2 โดยในการหารือดังกล่าวแต่ฝ่ายมีปลัดกระทรวงการต่างประเทศเป็นหัวหน้าผู้แทน³⁷

การลดระดับหัวหน้าผู้แทนในการหารือฯ เป็นหนึ่งในตัวอย่างของการชะลอตัวในความร่วมมือด้านการเมืองไทย-สหราชอาณาจักร เนื่องจากหลังจากการทำรัฐประหารฯ สหภาพยุโรป (อียู) มีมติจำกัดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้แทนระดับสูงของอียูกับผู้แทนระดับสูงของไทย ทำให้ประเทศสมาชิกอียูไม่สามารถเชิญนายกรัฐมนตรี หรือรัฐมนตรีจากไทยไปเยือนอย่างเป็นทางการ หรือทำการนัดหมายอย่างเป็นทางการได้ ยกเว้นการพบปะภายใต้กรอบการประชุมพหุภาคี เช่น การประชุมเอเชีย-ยุโรป (ASEM) และเช่นเดียวกัน ผู้แทนระดับสูงของอียูก็ไม่สามารถเยือนไทยได้³⁸ วัตถุประสงค์หลักของอียูในการดำเนินการมาตรการชะลอปฏิสัมพันธ์กับไทยก็เพื่อให้ไทยกลับไปสู่การปกครอง

³⁴ ครั้งแรก ระหว่างวันที่ 10-15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2515 และครั้งที่สอง ระหว่างวันที่ 28 ตุลาคม-1 พฤศจิกายน พ.ศ. 2539 (ข้อมูลจากเว็บไซต์สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน www.thaiembassy.org.uk)

³⁵ อดีตนายกรัฐมนตรี ดร.ทักษิณ ชินวัตร ได้เยือนสหราชอาณาจักรอย่างเป็นทางการ ระหว่างวันที่ 12-15 พฤษภาคม พ.ศ. 2545 และระหว่างวันที่ 12-14 ตุลาคม พ.ศ. 2548

³⁶ ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม พ.ศ. 2556 ที่กรุงเทพฯ และครั้งที่ 2 เมื่อวันที่ 22 มีนาคม พ.ศ. 2559 ที่กรุงลอนดอน โดยในส่วนของ การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรม มีประเด็นที่สำคัญ ได้แก่ ไทยประสงค์จะเสนอกรอบความร่วมมือด้านวัฒนธรรมที่เป็นทางการ เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การฝึกอบรมบุคลากร หรือองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมระหว่างกัน เช่น การทำบันทึกความเข้าใจระหว่างพิพิธภัณฑ์ของไทยกับสหราชอาณาจักร (เช่น British Museum)

³⁷ ข้อมูลจากเอกสารเตรียมการประชุม Strategic Dialogue ครั้งที่ 2 กรมนยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ

³⁸ ดังเช่นเมื่อนาย David Cameron อดีตนายกรัฐมนตรีสหราชอาณาจักร เดินทางเยือนประเทศในภูมิภาคเอเชียเมื่อเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2558 ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และเวียดนาม แต่ไม่เยือนประเทศไทย

ระบอบประชาธิปไตยโดยเร็ว ซึ่ง “ประชาธิปไตย” ในสายตาประเทศตะวันตกมีการเลือกตั้งเป็น
 กุญแจ³⁹ และตราบไต่ที่ยังไม่มีการเลือกตั้ง ประเทศนั้นก็ถือว่ายังไม่มีประชาธิปไตยอย่างสมบูรณ์

อย่างไรก็ดี แม้ว่าความร่วมมือทางการเมืองจะชะลอลง แต่ความร่วมมือทางด้านเทคนิค
 การค้าการลงทุน การศึกษา และการท่องเที่ยว ยังสามารถเดินหน้าต่อไปได้ ผ่านการดำเนินการโดยใช้
 มาตรการทางการทูตแบบอำนาจละมุน โดยเฉพาะการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรม ซึ่งในช่วงต่อไปจะ
 กล่าวถึงการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร

3.2 การทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร

การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรไม่ใช่เรื่องใหม่ ตั้งแต่ไทยเจริญ
 สัมพันธไมตรีทางการทูตกับสหราชอาณาจักร ไทยได้ดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมมาโดยตลอด
 เพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่
 ประเทศไทย ทั้งนี้ หนึ่งในเหตุการณ์ที่น่าจดจำในประวัติศาสตร์การทูตเชิงวัฒนธรรมของไทย คือการ
 ส่งดนตรีไทยไปแสดงหน้าพระพักตร์สมเด็จพระราชาธิบดีจอร์จที่หกเมื่อปี พ.ศ. 2428

ในยุคปัจจุบัน กิจกรรมเพื่อดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญที่สถานเอกอัครราชทูต ณ
 กรุงลอนดอน จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี คืองานเลี้ยงรับรองคณะทูตานุทูตและแขกคนสำคัญในสหราชอาณาจักร
 เนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งนอกจากจะมี
 การกล่าวสุนทรพจน์โดยเอกอัครราชทูตไทยและผู้แทนระดับสูงจากสหราชอาณาจักร เพื่อตอกย้ำ
 ความสัมพันธ์อันดีระหว่างสองประเทศแล้ว ในงานยังมีการแสดงศิลปะวัฒนธรรมหรือนาฏศิลป์ของไทย
 การบรรเลงดนตรีไทย และการเลี้ยงอาหารไทยแก่ผู้เข้าร่วมงาน เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าถึงอัตลักษณ์
 ของความเป็นไทย และมีทัศนคติในเชิงบวกต่อประเทศไทยและคนไทย

นอกจากงานเลี้ยงรับรองที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ ยังร่วมจัดงาน
 เทศกาลอาหารไทย “Taste of Thailand in Taste of London” และจัดเทศกาลไทย “Colours
 of Thailand” ด้วย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทย สินค้าและการท่องเที่ยวไทย ซึ่งผู้เขียน
 จะกล่าวถึงงานทั้งสองนี้ต่อไปในส่วนของกรณีศึกษา พร้อมกับการจัดการแสดงทางวัฒนธรรม (โขน)
 และการจัดการแสดงภาพยนตร์ไทย ทั้งนี้ เหตุผลที่เลือกการจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมเหล่านี้มาเป็น
 กรณีศึกษา เนื่องจากเป็นงานที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทย เพื่อสร้าง
 ภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในต่างประเทศ และมีประเด็นด้านกรอบเวลาในการดำเนินการ ซึ่งเป็นปัจจัย
 สำคัญในการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรม อีกทั้ง ยังมีประเด็นด้านการปฏิบัติซึ่งสามารถนำมาเป็น
 ตัวอย่างในการวิเคราะห์เพื่อจะนำไปเป็นบทเรียนในการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของไทยต่อไปใน
 อนาคตได้

3.2.1 การจัดเทศกาลไทย

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงลอนดอน พร้อมด้วย
 ทีมประเทศไทย (ซึ่งประกอบด้วยสำนักงานผู้แทนไทยต่างๆ ในสหราชอาณาจักร) ได้จัดเทศกาลไทย

³⁹ ข้อมูลจากเอกสารเตรียมการประชุม Strategic Dialogue ครั้งที่ 2 กรมนยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งเน้น
 ย้ำว่า สหราชอาณาจักรต้องการความชัดเจนเกี่ยวกับกำหนดเวลาสำหรับการเลือกตั้ง เพื่อให้ไทยกลับไปสู่การมี
 รัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้ง

มาเป็นประจำ อาทิ งานเทศกาลอาหารไทย “Taste of Thailand in Taste of London” และงาน “Colours of Thailand”

3.2.1.1 งานเทศกาล “Taste of Thailand in Taste of London” เป็นการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมนโยบายด้านการต่างประเทศของไทยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมและการส่งออกอาหารไทยใน สหราชอาณาจักร โดยปกติจะมีการจัดขึ้นในช่วงเดือนมิถุนายนของทุกปี ณ Regent’s Park กรุงลอนดอน⁴⁰ ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน เป็นหน่วยงานหลักในการจัดกิจกรรมดังกล่าว และงบประมาณในการดำเนินการส่วนใหญ่จะมาจากงบประมาณของกระทรวงการต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อจำกัดด้านงบประมาณ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 กระทรวงพาณิชย์ โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน จึงเป็นเจ้าภาพหลักในการจัดงาน

การจัดเทศกาลไทย “Taste of Thailand in Taste of London” เป็นส่วนหนึ่งของงานเทศกาลอาหาร Taste of London ซึ่งมีบริษัท Taste of London จำกัด เป็นผู้จัด⁴¹ อาหารจากแต่ละประเทศที่ได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วมงานจะได้รับการจัดสรรพื้นที่จัดงานใน Regent’s Park ให้แก่ประเทศต่างๆ เพื่อนำสินค้า อาหาร การแสดง มานำเสนอต่อผู้เข้าชม โดยมีการเก็บค่าผ่านประตูคนละ 12 ปอนด์ แต่ละประเทศจะสามารถคัดเลือกร้านอาหารของตนมาเข้าร่วมงานได้ประมาณ 5-6 ร้าน ซึ่งต้องเป็นร้านที่ได้รับความเห็นชอบจากผู้จัดและมีมาตรฐานอันเป็นที่ยอมรับ⁴² ทั้งนี้ เพื่อรักษาระดับมาตรฐานของผู้จัดงานโดยรวม ซึ่งมักจะคัดเลือกร้านอาหารชั้นนำจากประเทศต่างๆ ในกรุงลอนดอนมาเข้าร่วม

เมื่อปี พ.ศ. 2557 ซึ่งเป็นปีที่ 10 ของการจัดงาน Taste of London และเป็นการจัดงานที่ใหญ่เป็นพิเศษ ประเทศไทยได้รับการจัดสรรเป็นประเทศตัวอย่าง (featuring country)⁴³ และได้รับพื้นที่ในการจัดงานมากกว่าประเทศอื่น จึงสามารถทำให้ไทยสามารถจัดกิจกรรมต่างๆ ได้หลากหลาย อาทิ การชิมอาหารไทย การสาธิตการทำอาหารไทย การแสดงสินค้าเกษตรของไทย (เช่น ข้าว ผลไม้ เครื่องปรุงอาหารไทย เครื่องดื่มเบียร์และไวน์) การสาธิตการนวดแผนไทย การแสดงนาฏศิลป์ไทย ในแต่ละปีจะมีผู้เข้าร่วมงาน Taste of London เป็นจำนวนมาก โดยแค่เพียงผู้เข้าชมพื้นที่แสดงอาหารของไทยก็มีกว่า 50,000 คน

3.2.1.2 การจัดงาน The Colours of Thailand มีวัตถุประสงค์เพื่อแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศไทย โดยในการจัดงานดังกล่าว มีเป้าหมายที่

⁴⁰ Regent’s Park เป็นสวนสาธารณะที่มีขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในกรุงลอนดอน ตั้งอยู่ใจกลางเมือง การเดินทางมีความสะดวก เพราะอยู่ไม่ไกลจากสถานีรถไฟใต้ดิน และมีรถโดยสารประจำทางหลายสายวิ่งผ่าน

⁴¹ ข้อมูลจากเว็บไซต์สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ <http://www.thaitradelondon.com/node/20>

⁴² ในหลายปีที่ผ่านมา ร้านอาหารที่ได้รับคัดเลือกให้เข้าร่วม อาทิ ร้าน Blue Elephant ร้าน Suda ร้าน Busaba EatThai ร้าน Thai Square (ส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารไทยที่มีขนาดใหญ่ และเป็นร้านที่ได้รับตรา Thai Select จากกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ในการรับประกันคุณภาพของสินค้า)

⁴³ ปกติ ผู้จัดงานจะเลือกประเทศที่เป็น featuring country ไม่ซ้ำกัน แต่การที่อาหารไทยได้รับเลือกให้เป็น featuring country ติดต่อกันถึง 2 ปี เป็นการสะท้อนให้เห็นถึงความนิยมอาหารไทยของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร ซึ่งถือได้ว่าเป็นการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรม (ในด้านการส่งเสริมอาหารไทย) ที่ได้ผลอย่างหนึ่ง

ชาวบริติชและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจับจ่ายใช้สอยที่ศูนย์การค้า Westfield กรุงลอนดอน ซึ่งเป็นศูนย์การค้าที่ใหญ่ที่สุดในกรุงลอนดอน และใหญ่เป็นอันดับ 2 ในสหราชอาณาจักร

ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ได้จัดงานดังกล่าวมาแล้ว 2 ครั้ง⁴⁴ แต่แต่ละครั้ง มีผู้เข้าร่วมกว่า 150,000 คน⁴⁵ เป็นคนบริติชและนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ภายในงาน The Colours of Thailand มีการจัดการแสดงสินค้าส่งออกของไทย⁴⁶ ผลิตภัณฑ์สปา สินค้าหัตถกรรม มีการจัดให้ชิมและสาธิตการทำอาหารไทย แนะนำการท่องเที่ยวไทย มีการแสดงนาฏศิลป์ไทย ทั้งแบบดั้งเดิมและแบบประยุกต์ และการแสดงการบรรเลงดนตรีไทย⁴⁷

ในการจัดงานดังกล่าว สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับความร่วมมืออย่างดีจากหน่วยราชการที่มีสำนักงาน ณ กรุงลอนดอน เช่น สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้ง ยังได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Association of Thai Businesses in the United Kingdom (ATBUK) ซึ่งเป็นสมาคมผู้ค้าไทยในสหราชอาณาจักร ประกอบด้วยธุรกิจหลากหลายประเภท⁴⁸

3.2.2 การจัดการแสดงทางวัฒนธรรม

การจัดการแสดงทางวัฒนธรรมในต่างประเทศมีหลากหลายวิธี อาทิ การแสดงดนตรีไทย รำไทย และการแสดงนาฏศิลป์ระดับสูงของไทย หรือ โขน การแสดงเหล่านี้สามารถถ่ายทอดมรดกทางศิลปวัฒนธรรมไทยให้แก่ชาวต่างชาติได้ชื่นชม และตีมูลค่ากับความละเอียดอ่อน ความปราณีต ความหลากหลาย และความงามสง่า ซึ่งบ่งบอกถึงอารยธรรมอันงดงาม ตลอดจนความเจริญรุ่งเรืองด้านศิลปวัฒนธรรมของไทย

ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ได้จัดการแสดงเหล่านี้หลายครั้ง โดยอาจเป็นการสอดแทรกเป็นส่วนหนึ่งของการจัดงานวันเลี้ยงรับรองคณะทูตานุทูตเนื่องในโอกาสวันเฉลิมพระชนมพรรษาพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งส่วนมากจะเป็นการรำถวายพระพร และการบรรเลงดนตรีไทย โดยชาวไทยและนักเรียนไทยที่พำนักในสหราชอาณาจักร แต่ไม่มีปีใดที่มีการจัดการแสดงทางวัฒนธรรมในระดับใหญ่เท่ากับในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งมีการจัดการแสดงมหกรรมศิลปวัฒนธรรมไทยภายใต้ชื่องาน “Totally Thai - ไทยแท้ๆ ” เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองในโอกาสที่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เจริญพระชนมายุ 60 พรรษา อีกทั้ง ยังเป็นการฉลองความสัมพันธ์ไทย-สหราชอาณาจักร ซึ่งก้าวสู่ศตวรรษที่ 5 และครบรอบ 160 ปีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างสองประเทศ⁴⁹

⁴⁴ ครั้งแรกระหว่างวันที่ 26-28 กันยายน พ.ศ. 2557 และครั้งที่สอง ระหว่างวันที่ 18-20 กันยายน พ.ศ. 2558

⁴⁵ ข้อมูลจากโทรเลขสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ LON 857/2558 ลงวันที่ 18 ธันวาคม 2558

⁴⁶ สินค้าส่งออกของไทย เช่น ข้าว อาหารกระป๋อง เครื่องปรุง ฯลฯ

⁴⁷ ในพิธีเปิดงานเมื่อปี พ.ศ. 2558 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้เชิญคณะทูตานุทูต ผู้แทนภาคเอกชนในสหราชอาณาจักร และสื่อมวลชนท้องถิ่นเข้าร่วมงานด้วย (ข้อมูลจากโทรเลขสถานเอกอัครราชทูตฯ ที่ LON 857/2558 ลงวันที่ 18 ธันวาคม 2558)

⁴⁸ ธุรกิจภายใต้ ATBUK ได้แก่ ร้านอาหารไทย สปา ธุรกิจนำเข้าอาหารไทย โรงแรม

⁴⁹ ข้อมูลจากสูจิบัตรงานแสดงโขนเฉลิมพระเกียรติที่ Royal Albert Hall เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน พ.ศ. 2558

การแสดงศิลปวัฒนธรรมภายใต้งาน “Totally Thai - ไทยแท้ๆ” ประกอบด้วย (1) การแสดงโขนเรื่องรามเกียรติ์ที่โรงละคร Royal Albert Hall กรุงลอนดอน อันมีชื่อเสียง เมื่อวันที่ 18 มิถุนายน (2) การแสดงคอนเสิร์ตดนตรีไทย ณ Senate House มหาวิทยาลัยลอนดอน เมื่อวันที่ 23 พฤศจิกายน ซึ่งสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เสด็จฯ ไปสพระราชอาณาจักรเพื่อร่วมทรงดนตรีกับชมรมดนตรีไทยแห่ง สหราชอาณาจักรในพระบรมราชูปถัมภ์ของสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี (3) การจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย ณ British Academy of Film and Television Arts (BAFTA) ระหว่างวันที่ 26-27 มิถุนายน และ (4) การแสดงศิลปกรรมร่วมสมัย Thailand Eye ณ Saatchi Gallery กรุงลอนดอน ระหว่างวันที่ 24 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558-2 มกราคม พ.ศ. 2559⁵⁰

อย่างไรก็ดี ในส่วนนี้ ผู้เขียนขอยกตัวอย่างเพียงการจัดงานแสดงโขนและการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทยเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากการแสดงโขนในครั้งนี้เป็นกิจกรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีประเด็นต่างๆ ซึ่งน่าจะนำมาเป็นบทเรียนในการจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมที่มีขนาดใหญ่และมีความท้าทายหลายประการ และการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทยที่ BAFTA น่าจะสามารถนำมาเป็นบทเรียนในประเด็นการมีส่วนร่วมของสื่อได้เป็นอย่างดี

3.2.2.1 การแสดงโขนที่ Royal Albert Hall เป็นการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมขนาดใหญ่ของไทยในสหราชอาณาจักร โดยกระทรวงวัฒนธรรม (เจ้าของงบประมาณ) ร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศ และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นำนักแสดงกว่าร้อยคนไปแสดงในครั้งนี้ วัตถุประสงค์ของการจัดการแสดงคือการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทยให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นในต่างประเทศ⁵¹

เหตุผลที่ผู้จัดเลือก Royal Albert Hall เป็นสถานที่แสดงโขน เนื่องจากการจัดกิจกรรมเทิดพระเกียรติสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ในโอกาสเจริญพระชนมายุครบ 5 รอบ และพระองค์ท่านทรงมีความสนพระทัยและทรงให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย กอปรกับเมื่อ 130 ปีแล้วได้มีการแสดงดนตรีไทยต่อหน้าพระพักตร์สมเด็จพระราชินีวิกตอเรีย ดังนั้น ผู้จัดจึงเห็นว่าการจัดการแสดงโขนที่ Royal Albert Hall ซึ่งเป็นสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ จะเป็นการแสดงความจงรักภักดีอย่างสมพระเกียรติ และมีความเหมาะสมแก่การเฉลิมฉลองเหตุการณ์สำคัญทางประวัติศาสตร์ด้านวัฒนธรรมของไทย

การแสดงโขน ณ Royal Albert Hall มีผู้เข้าชมประมาณ 3,000 คน เป็นคนไทยและคนต่างชาติ คณะทูตานุทูต และเจ้าหน้าที่ระดับสูงจากกระทรวงต่างประเทศสหราชอาณาจักร (เทียบเท่าอธิบดีกรมอาเซียน) ส่วนฝ่ายไทยมี พลเอก ณะศักดิ์ ปภีมาพร รองนายกรัฐมนตรี เป็นประธาน การแสดงครั้งนี้ สร้างความประทับใจแก่ผู้ชมอย่างมาก โดยภายหลังการแสดงผู้ชมชาวต่างชาติกล่าวว่า ประทับใจในการแสดงโขนของไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึง

⁵⁰ กิจกรรมทางวัฒนธรรมเหล่านี้ รวมกันอยู่ภายใต้เทศกาลไทยในสหราชอาณาจักร “Totally Thai - ไทยแท้ๆ” โดยมีหน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการต่างประเทศ และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ข้อมูลจาก ‘เทศกาลไทยใน สหราชอาณาจักร’ เฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเทพฯ หนังสือพิมพ์คมชัดลึก (23 ธันวาคม 2558)).

⁵¹ ข้อมูลจากโทรเลขสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ที่ LON 456/2558 ลงวันที่ 27 กรกฎาคม 2558

ศิลปวัฒนธรรมของไทยที่มีมาเป็นเวลาช้านาน⁵² นอกจากนั้น การแสดงได้มีการประยุกต์เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าใจการแสดงโขนได้ง่ายยิ่งขึ้น โดยจำกัดเวลาในการแสดงให้สั้นกระชับกว่าที่แสดงในประเทศไทย และมีการโหมโรงด้วยการอธิบายถึงอากัปกริยาของตัวละครต่างๆ ซึ่งทำให้ชาวต่างชาติสามารถเข้าใจเรื่องราวได้ดีขึ้น ซึ่งหากไม่มีการโหมโรงดังกล่าว ชาวต่างชาติอาจไม่สามารถเข้าใจการแสดงได้ นอกจากนั้น แทนที่จะเป็นการสร้างความประทับใจและความเข้าใจในศิลปะวัฒนธรรมไทย อาจก่อให้เกิดความเบื่อหน่ายได้

อนึ่ง เพื่อให้การแสดงโขนเป็นไปด้วยความเรียบร้อย กระทรวงวัฒนธรรมได้ว่าจ้างบริษัท Ovation (บริษัทเอกชนของไทย) เพื่อช่วยดำเนินการด้านการแสดง และบริษัท Serious (บริษัทเอกชนของสหราชอาณาจักร) เป็นผู้ประสานงานด้านการจัดงาน และการทำประชาสัมพันธ์⁵³

3.2.2.2 การจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย เป็นส่วนหนึ่งของการจัดมหกรรมทางวัฒนธรรม Totally Thai โดยเทศกาลดังกล่าวจัดขึ้น ณ British Academy of Film and Television Arts (BAFTA) ถนน Piccadilly กรุงลอนดอน ระหว่างวันที่ 26-27 มิถุนายน พ.ศ. 2558 และมีการจัดแสดงภาพยนตร์ไทยในหลายประเภท รวม 7 เรื่อง⁵⁴

วัตถุประสงค์หลักของการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย คือการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในภาคอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทย ซึ่งมีพัฒนาการและความก้าวหน้าในเทคนิคการผลิต การตัดต่อ ทรัพยากรมนุษย์ ตลอดจนสถานที่ถ่ายทำที่สวยงาม ดังนั้น ภาพยนตร์ที่ถูกคัดเลือกมาแสดงนั้นจึงมีความหลากหลาย โดยมีภาพยนตร์ ทั้งประเภท ดราม่า หนังสื การ์ตูนอะนิเมชั่น และภาพยนตร์แอคชั่น ในงานเปิดตัวเทศกาลฯ ผู้จัดได้เชิญแขก ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ คณะทูตานุทูต สื่อมวลชนต่างประเทศ เข้าร่วมงาน ตลอดเทศกาลฯ มีผู้เข้าร่วมชมประมาณ 500 คน (ถัวเฉลี่ยประมาณ 70 คนต่อเรื่อง)

ในส่วนของการประชาสัมพันธ์ ได้มีการว่าจ้างบริษัทเอกชนของไทยเป็นผู้ดำเนินการ โดยได้มีการลงโฆษณาในสื่อท้องถิ่น การแจกแผ่นพับ นอกจากนั้น สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ได้ช่วยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางสื่อออนไลน์ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ได้แก่ เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก และทวิตเตอร์⁵⁵ อีกทางหนึ่งด้วย

⁵² ข้อมูลจากโทรเลขสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ที่ LON 456/2558 ลงวันที่ 27 กรกฎาคม 2558

⁵³ Royal Albert Hall ต้องการประสานงานผ่านบริษัทที่มีความคุ้นเคยและประสบการณ์ในการจัดงานใน Royal Albert Hall มาก่อน เท่านั้น (ข้อมูลจากโทรเลขสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ที่ LON 456/2558 ลงวันที่ 27 กรกฎาคม 2558)

⁵⁴ ได้แก่ (1) Teachers' Diary (2) The Scar (3) Ghost Coins (4) The Story of Mahajanaka (5) Somboon (6) Tom Yum Goong 2 (7) Concrete Clouds

⁵⁵ ข้อมูลจากเจ้าหน้าที่สารนิเทศ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน

3.3. อุปสรรคและความท้าทายของการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร

จากกิจกรรมทางวัฒนธรรมทั้ง 3 ที่ผู้เขียนเลือกมาเป็นกรณีศึกษาข้างต้น เห็นได้ว่า การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมโดยการจัดเทศกาลไทย การจัดการแสดงโขน หรือเทศกาลภาพยนตร์ไทย ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง เนื่องจากกิจกรรมเหล่านี้เป็นที่สนใจแก่ชาวบริติช และสามารถดึงดูดผู้เข้าร่วมงานชาวต่างชาติได้จำนวนมาก โดยเฉพาะงานเทศกาลไทย Taste of Thailand in Taste of London (กว่า 50,000 คน) และ Colours of Thailand (ประมาณ 150,000 คน) ส่วนการแสดงโขน ก็มีผู้ชมแสดงความชื่นชอบและความประทับใจกับการแสดง แต่หากจะทำการวิเคราะห์ว่า การจัดการกิจกรรมเหล่านี้ประสบความสำเร็จในมุมมองของการทูตเชิงวัฒนธรรม หรือมีอุปสรรคและความท้าทายอย่างไรหรือไม่ คงต้องพิจารณาจากวัตถุประสงค์หลักของการทูตเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเป็นการใช้กิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมนโยบายต่างประเทศ และทำชาวต่างชาติมีความเข้าใจเรามากขึ้น

ดังที่ได้กล่าวไว้ในบทที่แล้ว อุปสรรคและความท้าทายในการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมสามารถแบ่งได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่ ข้อจำกัดเชิงมโนทัศน์ (conceptual) และข้อจำกัดในเชิงปฏิบัติ (practical) ซึ่งข้อจำกัดทั้งสองนี้ที่ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เนื่องจากหากการจัดการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมเป็นไปด้วยความราบรื่นไม่มีอุปสรรคด้านการจัดงาน ก็ย่อมจะทำให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ในการสร้างความประทับใจและความเข้าใจในวัฒนธรรมและประเทศของเราได้มากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีในการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน

3.3.1 ข้อจำกัดเชิงมโนทัศน์

การจัดการกิจกรรมของไทยสหราชอาณาจักร มีวัตถุประสงค์หลักคือการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของไทยในสายตาชาวบริติช การที่ชาวบริติชมีความเข้าใจต่อขนบธรรมเนียมประเพณี พัฒนาการ หรือสถานการณ์ในประเทศไทย เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินนโยบายด้านการต่างประเทศของไทยต่อสหราชอาณาจักร การจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมของไทยเป็นการตอกย้ำภาพลักษณ์ที่ดีของไทย ไม่ว่าจะในฐานะประเทศที่เป็นที่หมายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญของชาวบริติช ประเทศที่มีศักยภาพในเชิงพาณิชย์ หรือประเทศหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์

จากเหตุการณ์รัฐประหารเมื่อปี พ.ศ. 2557 และเหตุการณ์ซึ่งกระทบผลต่อการท่องเที่ยวไทยในปี พ.ศ. 2558 (กรณีนักท่องเที่ยวชาวบริติช 2 คนถูกฆาตกรรมที่เกาะเต่า และเหตุการณ์ระเบิดที่สี่แยกราชประสงค์) ทำให้การจัดการกิจกรรมทางวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรมีความสำคัญยิ่งขึ้น เนื่องจากไทยจำเป็นต้องรักษาภาพลักษณ์ที่ดี และสร้างความเชื่อมั่นว่าประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว และแม้ว่าจะมีเหตุการณ์ทางการเมือง ประเทศไทยก็ยังสามารถเดินทางต่อไปได้ในด้านอื่นได้ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว

จากความสนใจของคนที่มาเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมของไทย ไม่ว่าจะเป็นงาน Taste of Thailand in Taste of London หรือ งาน Colours of Thailand ตลอดจนการแสดงโขน และเทศกาลภาพยนตร์ไทย เป็นการตอกย้ำที่ดีว่า ประเทศไทยยังคงเป็นที่สนใจของชาวบริติช ผู้เข้าร่วมงานมีความประทับใจกับศิลปวัฒนธรรมของไทยที่นำมาแสดง มีความสนใจอาหารไทย การนวดแผนไทยและสินค้าต่างๆ ของไทยที่นำมาจำหน่ายในเทศกาลไทยทั้งสอง โดยเฉพาะผลไม้ไทย เช่น มังคุด มะม่วง และมะพร้าว อีกทั้ง ยังมีการซื้อ package tour มาประเทศไทยในทันทีอีกหลายราย ดังนั้น จึงเป็นการสะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าไทยและสหราชอาณาจักรในปัจจุบันจะมีข้อจำกัดในการ

ติดต่อทางการเมืองในระดับสูง หรือแม้แต่จะเกิดเหตุการณ์ซึ่งทำให้มีการรายงานข่าวไปในด้านลบโดยสำนักข่าวในสหราชอาณาจักร แต่ประเทศไทยก็สามารถเป็นประเทศคู่ค้าทางเศรษฐกิจและสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของชาวบริติชได้เช่นเดิม

นอกจากการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของไทยแล้ว ในงาน Colours of Thailand ปี พ.ศ. 2558 ยังมีการจัดการแสดงสัญลักษณ์สินค้าคุณภาพของไทย เช่น ตรานกยูงพระราชทานสำหรับผ้าไหมคุณภาพตรา Thailand Trust Mark และตรา Thai Select สำหรับสินค้าบริโภค และตราฮัลลาล ซึ่งเป็นการให้ความรู้และส่งเสริมสินค้าคุณภาพของไทยแก่ผู้บริโภคชาวบริติช การสอดแทรกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ดังกล่าวเป็นการเสริมสร้างขีดความแข่งขันให้กับประเทศไทย และยังเป็นการเปิดช่องทางการตลาดให้แก่ภาคเอกชนของไทยด้วย

เช่นเดียวกัน การแสดงโขนที่ Royal Albert Hall เป็นโอกาสในการแสดงความเจริญรุ่งเรืองทางมรดกทางวัฒนธรรมของไทยที่สืบทอดกันมาช้านาน ปกติ การจัดการแสดงโขนในต่างประเทศจะเป็นการแสดงขนาดเล็ก แต่การแสดงโขนที่ Royal Albert Hall เป็นการแสดงขนาดใหญ่ จึงนับได้ว่าเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทยในด้านศิลปวัฒนธรรมครั้งสำคัญครั้งหนึ่ง ซึ่งได้สร้างความประทับใจแก่ผู้ชมชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก

แต่นอกเหนือจากการแสดงมรดกและความเจริญทางวัฒนธรรมของไทยแล้ว การจัดการแสดงโขนครั้งนี้ยังมีนัยสำคัญในด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เนื่องจากมีผู้แทนระดับสูงของไทยจากหลายหน่วยงานเดินทางไปชมการแสดงครั้งนี้ อาทิ พลเอก ณะศักดิ์ ปภิวาประกร รองนายกรัฐมนตรี นายวิระ โรจน์พจนรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรม และนางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งทำให้มีโอกาสด้านสนทนากับผู้แทนระดับสูงของฝ่ายสหราชอาณาจักรและคณะทูตานุทูตในกรุงลอนดอนที่มาชมการแสดงเพื่ออธิบายสถานการณ์และพัฒนาการทางการเมืองภายในประเทศไทยด้วย

ส่วนการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทยที่ BAFTA นับเป็นก้าวสำคัญของไทยในการส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทยซึ่งมีศักยภาพในหลายๆ ด้าน เช่น เทคนิคในการผลิต การตัดต่อ หรือทีมงานที่มีคุณภาพ ซึ่งที่ผ่านมายังไม่ค่อยมีการ promote เรื่องดังกล่าวในสหราชอาณาจักรมากนัก จึงทำให้ชาวบริติชยังไม่ทราบถึงศักยภาพของประเทศไทยในอุตสาหกรรมประเภนี้ นอกจากนี้การมีสถานที่ถ่ายทำซึ่งมีความงดงาม

อย่างไรก็ดี เมื่อเปรียบเทียบระดับของความสนใจของกิจกรรมทางวัฒนธรรมทั้ง 3 รายการ เห็นได้อย่างชัดเจนว่า การจัดเทศกาลไทย Taste of Thailand มีผู้สมัครใจไปร่วมงาน (เนื่องจากผู้เข้าชมจะต้องจ่ายค่าผ่านประตู) แต่การจัดการแสดงเทศกาลภาพยนตร์ไทยนั้น ผู้เข้าร่วมงานส่วนมากเป็นแขกรับเชิญ และจำนวนแขกชาวต่างชาติที่มาเข้าร่วมงานเทศกาลภาพยนตร์ไทยนั้น มีค่อนข้างน้อย ซึ่งอาจเป็นตัวบ่งชี้ว่า การจัดกิจกรรมดังกล่าวยังไม่สอดคล้องกับรสนิยมผู้บริโภคบริติช ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะยังไม่มีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวบริติชอย่างจริงจังและเพียงพอ จึงอาจทำให้การเลือกภาพยนตร์มาแสดงไม่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ชม แม้ว่าภาพยนตร์ที่คัดเลือกมานั้นสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นไทยในหลายมิติก็ตาม

เมื่อคำนึงถึงหลักการประเมินผลของการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมตามแนวทางของ Podoler ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ (1) ภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องมีบทบาท

ร่วมกันในการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรม (2) สื่อจะต้องมีส่วนร่วมในการเผยแพร่กิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อให้สาธารณชนเข้าถึง และให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับประเทศและวัฒนธรรมของประเทศนั้นๆ และ (3) การทูตเชิงวัฒนธรรมจะต้องปรากฏใน ทุกชั้นของการดำเนินการทูตสาธารณะ เพื่อหลีกเลี่ยงการทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นเพียงการชวนเชื่อหรือการทำประชาสัมพันธ์เท่านั้น อาจประเมินการดำเนินกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรที่ผ่านมาได้ว่า ภาครัฐและภาคเอกชนมีบทบาทร่วมกันในการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในระดับหนึ่ง สังเกตได้จากการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการร่วมงานเทศกาลไทย โดยสนับสนุนในส่วนของการร่วมออกร้าน ภาคเอกชนค่อนข้างมีความกระตือรือร้นในการมีส่วนร่วมหากภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่าย แต่หากภาคเอกชนจะต้องรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในบางส่วนก็จะเริ่มอึดอัด ซึ่งหากการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมจะประสบความสำเร็จได้จำเป็นต้องมีความร่วมมือระหว่างทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อขับเคลื่อนนโยบายของประเทศให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การทำประชาสัมพันธ์สำหรับกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของไทย ที่ผ่านมาจะใช้สื่อของคนไทยใน สหราชอาณาจักรเป็นหลัก เนื่องจากสื่อเหล่านี้ไม่คิดค่าใช้จ่ายในโฆษณา แต่ข้อจำกัดของการใช้สื่อของไทยเพียงช่องทางเดียวคือการไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคชาวบริติชได้อย่างกว้างขวาง เนื่องจากสื่อของคนไทยจะมีการเผยแพร่ในกรุงลอนดอนเป็นหลัก นอกจากนั้น การใช้บริษัทของไทยในการทำประชาสัมพันธ์ ดังเช่นกรณีการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทยที่ BAFTA ยังเข้าไม่ถึงกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากอาจไม่มีประสบการณ์เกี่ยวกับธรรมเนียมในการบริโภคของชาวบริติช ทั้งนี้ การที่สื่อไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคชาวบริติชอาจทำให้เสียโอกาส ในการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมภาพลักษณ์ของไทย หรือแสดงศักยภาพในภาคอุตสาหกรรมของไทย การมีส่วนร่วมของการใช้สื่อของอังกฤษ เช่นในการประชาสัมพันธ์การแสดงโขน ที่ปลัดกระทรวงวัฒนธรรมของไทย (ศ.ดร. อภินันท์ โปษยานนท์) ได้ไปให้สัมภาษณ์ทางวิทยุกับสถานีวิทยุ BBC 6 ส่งผลดีต่อการประชาสัมพันธ์งานกิจกรรมทางวัฒนธรรมของไทยอย่างยิ่ง เพราะนอกเหนือจากเป็นการปูพื้นเกี่ยวกับการแสดงโขนและดนตรีไทย ซึ่งทำให้ผู้ที่มาเข้าชมมีความเข้าใจและประทับใจมากขึ้น ยังสามารถแพร่ขยายไปยัง (reach out) ผู้บริโภคชาวบริติชได้ทั่วประเทศ

โดยที่หนึ่งในอุปสรรคและความท้าทายของการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมคือ ระยะเวลา การดำเนินการแบบ “ครั้งเดียวจบ” หรือ “one-off event” อาจไม่สามารถตอบโจทย์ในการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมได้อย่างแท้จริง ดังนั้น หากจะให้ได้ผลดี การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมต้องมีการดำเนินการอย่างสม่ำเสมอ ค่อยเป็นค่อยไป เพื่อสร้างความนิยมหรือความรู้สึกที่ดีต่อวัฒนธรรมของเรา และเพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสและเกิดความประทับใจ

จากกรณีศึกษา 3 กิจกรรม มีเพียงการจัดเทศกาลไทยที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และเป็นการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมที่แท้จริง เนื่องจากมีการดำเนินการติดต่อกันมาเป็นเวลาหลายปี (5 ปี) ดังนั้น เมื่อมีการกล่าวถึงงาน Taste of Thailand ผู้บริโภคชาวบริติชจะทราบว่าสามารถมาชิมอาหารไทย และชมการแสดงของไทยได้ ในขณะที่การจัดการแสดงโขน หรือการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย เป็นการดำเนินการแบบครั้งเดียว แม้จะเป็นการทุ่มทุนสร้างก็ตาม อย่างไรก็ตาม หากมีการจัดการแสดงโขนเป็นประจำ (อาจในระดับที่เล็กลง) หรือเทศกาลภาพยนตร์ไทยบ่อยครั้งขึ้น ก็อาจทำให้การส่งเสริมการทูตเชิงวัฒนธรรมมีผลสัมฤทธิ์อย่างเป็นรูปธรรมได้มากขึ้น

3.3.2 ข้อจำกัดในเชิงปฏิบัติ

จากกรณีศึกษาของกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร ทำให้ทราบว่า การจัดงานด้านวัฒนธรรมแต่ละครั้งมิใช่เรื่องง่าย เนื่องจากข้อจำกัดในเชิงปฏิบัติหลายประการ ซึ่งในแต่ละครั้งผู้จัดต้องคอยแก้ปัญหาเพื่อให้งานออกมาดี สมศักดิ์ศรี และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่ประเทศไทย โดยสามารถสรุปข้อจำกัดหลักๆ ได้ดังนี้

1) ข้อจำกัดด้านงบประมาณ ซึ่งมีความไม่แน่นอน และไม่อาจคาดการณ์ได้ว่า ในแต่ละปีงบประมาณสถานเอกอัครราชทูตฯ หรือหน่วยงานไทยที่เกี่ยวข้องจะได้รับการจัดสรรงบประมาณมากเท่าใด ทั้งนี้ ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ ตั้งงบประมาณในการดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรมทุกปีแต่ไม่เคยได้รับการจัดสรรงบประมาณตามที่ได้ตั้งไว้ การมีงบประมาณที่จำกัดในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม จะส่งผลกระทบต่อการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากอาจจะไม่สามารถดำเนินการในรูปแบบที่แปลกใหม่ และดึงดูดความสนใจได้มากขึ้น เช่น การใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมสมัยใหม่ เพื่อเข้าถึงผู้ชมหรือผู้ฟังในกลุ่มวัยรุ่น หรือวัยทำงานที่เป็นต้น

2) ความล่าช้าในการเบิกจ่าย เพื่อให้เป็นไปตามกฎระเบียบภายในของไทย อาจสร้างความล่าช้าในการดำเนินงาน และสร้างความลำบากใจกับผู้ร่วมงานท้องถิ่น เช่น ในการจัดการแสดงโขนที่ Royal Albert Hall การโอนเงินสำหรับจ่ายบริษัท Serious (ซึ่งเป็นบริษัทที่เป็นผู้ประสานงานระหว่างสถานเอกอัครราชทูตฯ กับโรงละคร Royal Albert Hall) ตามงวดต่างๆ มีความล่าช้า ทำให้บางครั้งบริษัทฯ ต้องทวงการจ่ายเงินจากสถานเอกอัครราชทูตฯ ซึ่งเป็นการสร้างภาพลักษณ์ในเชิงลบต่อสถานเอกอัครราชทูตฯ และระบบการทำงานของไทยโดยรวม

3) ค่าใช้จ่ายในการจัดงานด้านวัฒนธรรมที่สหราชอาณาจักรมีราคาสูง ไม่ว่าจะเป็นค่าเช่าสถานที่ ค่าแรงงาน ค่าเช่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดงาน หรือการทำประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะการเช่าสถานที่ที่มีชื่อเสียง หรือสถานที่ที่เป็น landmark ของสหราชอาณาจักร เช่น Royal Albert Hall หรือ BAFTA เพื่อเป็นสถานที่จัดงาน ทั้งนี้ ปัญหาของการใช้สถานที่เหล่านี้คือเรื่องของค่า “ได้ไม่คุ้มเสีย” เห็นได้จากกรณีงานเทศกาลภาพยนตร์ไทยที่ BAFTA ซึ่งมีผู้เข้าชมตลอดเทศกาลเพียงประมาณ 500 คน (สำหรับการฉายภาพยนตร์ 7 เรื่อง เรื่องละ 1 รอบ) ในขณะที่โรงภาพยนตร์ที่ BAFTA สามารถรองรับผู้ชมได้รอบละ 250 คน

4) กฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรม เช่น มาตรการด้านความปลอดภัย หรือมาตรการด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งบางครั้งมีความเคร่งครัด และมีมาตรฐานที่สูงกว่าในประเทศไทย ทำให้มีข้อจำกัดในการจัดกิจกรรมต่างๆ อนึ่ง สถานเอกอัครราชทูตฯ ณ กรุงลอนดอน (ในสมัยเอกอัครราชทูต ปลันน์ เทพรัักษ์)⁵⁶ เคยมีแนวคิดที่จะจัดงานเทศกาลไทยที่ Hyde Park ซึ่งเป็นสวนสาธารณะใจกลางกรุงลอนดอนที่มีขนาดใหญ่ และเป็น landmark สำคัญแห่งหนึ่งในสหราชอาณาจักร แต่ก็ไม่สามารถดำเนินการได้ เนื่องจากกฎระเบียบในการใช้สถานที่ดังกล่าวมีความเคร่งครัด เช่น การจองสถานที่ล่วงหน้าซึ่งต้องทำการจองล่วงหน้าประมาณ 1 ปี เป็นอย่างน้อย หรือการรับประกันว่าการจัดงานจะไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพพื้นที่ของ Hyde Park ซึ่งในกรณีที่มีความเสียหายเกิดขึ้นจะต้องมีการชดเชย ซึ่งมีราคาสูงมาก ในกรณีของการจัดการแสดงโขนที่ Royal Albert

⁵⁶ ข้อมูลจากการสนทนากับเอกอัครราชทูต ปลันน์ เทพรัักษ์ เมื่อวันที่ 9 กรกฎาคม 2559

Hall มีข้อจำกัดเรื่องที่นั่งในโรงละคร ทำให้การบริหารจัดการในการแจกหรือจำหน่ายบัตรเข้าชมการแสดงมีอุปสรรค ทั้งนี้ โรงละครฯ มีที่นั่งพิเศษของผู้บริจาคในการสร้างโรงละคร (debenture seats) จำนวน 1,200 ที่นั่ง (จากที่นั่งทั้งหมด 5,500 ที่นั่ง) ซึ่งไม่สามารถจัดสรรแขกรับเชิญไปนั่งในที่นั่งดังกล่าวได้ ส่งผลให้เกิดความยากลำบากในการจัดสรรที่นั่ง โดยเฉพาะการจัดที่นั่งเชิงยุทธศาสตร์ เพื่อให้หน่วยงานของไทยและสหราชอาณาจักร หรือภาคเอกชนของไทยและภาคเอกชนของสหราชอาณาจักรได้นั่งใกล้ชิดกัน เพื่อจะได้มีโอกาสในการสนทนา หรือด้านธุรกิจ หรือประเด็นอื่นๆ ซึ่งเป็น การส่งเสริมภาพลักษณ์และศักยภาพในการแข่งขันของไทย

5) นอกจากนั้น ในกรณีของการจัดการแสดงโขนที่ Royal Albert Hall ผู้จัดไม่สามารถดำเนินการประสานงานโดยตรงกับโรงละครได้ เนื่องจากโรงละครต้องการประสานงานกับผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการจัดงานที่โรงละครดังกล่าวแล้วเท่านั้น โรงละครฯ ไม่ต้องการเสี่ยงกับการจัดงานที่ไม่สามารถรับประกันได้ว่าจะประสบความสำเร็จหรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การจัดการแสดงที่โรงละครไม่คุ้นเคย⁵⁷ ดังนั้น ในการจัดการแสดงโขนฯ จึงต้องมีการว่าจ้างบริษัทเอกชนของฝ่ายสหราชอาณาจักรซึ่งมีประสบการณ์ในการจัดงานที่ Royal Albert Hall มาเป็นผู้ประสานงาน ซึ่งทำให้การประสานงานมีขั้นตอนสลับซับซ้อนมากขึ้น เพราะจะต้องมีการดำเนินการผ่าน “ตัวกลาง” แทนจะทุกขั้นตอน

6) เวลาในการจัดงานขึ้นอยู่กับเจ้าของสถานที่หรือเจ้าภาพหลัก เช่น ในกรณีของการจัดเทศกาลไทย Taste of Thailand in Taste of London เจ้าของงาน (บริษัท Taste of London) จะเป็นผู้กำหนดวันและเวลาในการจัดงาน ซึ่งจะจัดในช่วงฤดูร้อน ดังนั้น แม้จะมีคนมาร่วมงานหลายหมื่นคน แต่ส่วนหนึ่งในนั้นไม่ใช่คน บริติช ซึ่งนิยมเดินทางไปพักผ่อนในต่างประเทศ ในช่วงฤดูดังกล่าว ส่วนงาน Colours of Thailand ที่ศูนย์การค้า Westfield คนที่เข้าร่วมงานนอกจากชาวบริติชแล้วส่วนหนึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่มาจับจ่ายใช้สอยที่ห้าง Westfield ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ในกรณีทั้งสองนี้ การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมกับคนบริติชจึงไม่สามารถทำได้อย่าเต็มที่⁵⁸

7) ภาคเอกชนอาจมีการติดต่อในการให้ความร่วมมือหากต้องร่วมรับผิดชอบค่าใช้จ่าย ที่ผ่านมา ภาคเอกชนในสหราชอาณาจักร (ที่ไม่ใช่ชนกลุ่มทุนรายใหญ่) จะคุ้นเคยกับการที่ภาครัฐให้การสนับสนุนตลอดเวลา หรือบางครั้งก็ไม่ได้ตั้งงบประมาณของตนในการทำกิจกรรมอื่นซึ่งไม่ได้อยู่ในกรอบการทำงานประจำ (TOR) ของตน

8) การทำการประชาสัมพันธ์ ยังเข้าไม่ถึงผู้ชมหรือผู้ฟังชาวบริติช ยกตัวอย่างกรณีการจัดทำเอกสารประชาสัมพันธ์การแสดงโขน แม้จะมีการจัดเตรียมกันเป็นอย่างดี จัดรูปแบบเอกสารได้สวยงาม และใช้ถ้อยคำภาษาอังกฤษที่ไพเราะ ถูกต้องตามหลักไวยากรณ์ แต่ไม่สามารถ

⁵⁷ เจ้าหน้าที่ของโรงละคร Royal Albert Hall เคยยกตัวอย่างการจัดการแสดงคอนเสิร์ตโดยศิลปินที่มีชื่อเสียงจากประเทศหนึ่ง แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากมีผู้ชมไม่ถึงครึ่งโรงละคร ซึ่งโรงละครฯ ไม่ต้องการให้เกิดเหตุการณ์ดังกล่าวขึ้นอีก เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของโรงละครฯ (ข้อมูลจากการสนทนากับเจ้าหน้าที่สารนิเทศ สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน)

⁵⁸ อย่างไรก็ดี การที่มีชาวต่างชาติจากประเทศอื่น ที่ไม่ใช่ชาวบริติช มาร่วมงาน ก็นับได้ว่าเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในภาพรวมได้ แม้ว่าจะทำให้การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อชาวบริติชทำได้อย่างไม่เต็มที่ก็ตาม

สื่อสารกับผู้ชมชาวบริติชได้ เนื่องจากธรรมเนียมในการบริโภคข้อมูลที่แตกต่างกัน หรือการเลือกใช้คำศัพท์แตกต่างกัน (nuance) ทำให้การสื่อสารมีความคลาดเคลื่อน ไม่ดึงดูดความสนใจของคนบริติชเท่าที่ควร ส่วนในกรณีของเทศกาลภาพยนตร์ไทย การจัดทำคำแปลในภาพยนตร์เป็นสิ่งสำคัญ และควรมีความระมัดระวังเพื่อให้การแปลมีความสมบูรณ์ทั้งในด้านความหมายและอารมณ์ คำแปลในภาพยนตร์บางเรื่องมีความผิดพลาด คลาดเคลื่อนจากความหมายที่แท้จริง จึงทำให้บางครั้งไม่สามารถสื่อสารหรือถ่ายทอดความเป็นไทยไปสู่ผู้ชมต่างชาติได้ เช่น บ่อยครั้งที่อารมณ์ขบขัน (sense of humour) ของไทยไม่ได้รับการตอบสนองจากผู้ชมต่างชาติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมที่ต่างกัน

3.4 บทสรุป

ในบทนี้ ผู้เขียนได้กล่าวถึงความสำคัญของสหราชอาณาจักรที่มีต่อไทยและการดำเนินการของไทยในการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ ซึ่งเป็นนโยบายด้านการต่างประเทศของไทย โดยได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาในการกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าว ทำให้เห็นว่า การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรมีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และได้ผลระดับหนึ่ง แต่ยังมีโอกาสในการพัฒนาเพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งในบทต่อไปผู้เขียนจะเสนอแนะแนวทางในการลดอุปสรรคและสร้างโอกาสในการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรต่อไป

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

4.1 สรุปผลการศึกษา

การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นหนึ่งในเครื่องมือในการดำเนินนโยบายด้านการต่างประเทศซึ่งได้มีการใช้มาเป็นเวลานาน หลายประเทศได้ใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศของตน หรือแม้แต่เผยแพร่นโยบายที่สำคัญๆ ของตน เปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้บริโภคในประเทศอื่น เพื่อให้คล้อยตามแนวคิดของตน ประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในกลุ่มประเทศที่ใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายด้านการต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน และ สร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกในหลายมิติให้แก่ประเทศไทย

จากการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร โดยผู้เขียนได้ยกตัวอย่างกรณีศึกษาจากการจัดเทศกาลไทย การจัดการแสดงโขน และการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย ทำให้สรุปได้ว่า การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของไทยเพื่อให้เห็นที่ปรากฏในเวทีโลก สร้างความประทับใจแก่ชาวบริติช ส่งผลให้ชาวบริติชนิยมมาร่วมงานกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของไทย โดยเฉพาะงานเทศกาลไทย และต้องการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ทำธุรกิจกับคนไทย และซื้อสินค้าไทย ซึ่งส่งผลดีต่อภาพลักษณ์ การท่องเที่ยว และเศรษฐกิจไทยในภาพรวม อย่างไรก็ตาม โอกาสในการใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรยังมีอีกมาก โดยเฉพาะในการแพร่ขยายไปสู่ผู้บริโภคชาวบริติชในวงที่กว้างขึ้น (reach out) โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ตามชนบทของสหราชอาณาจักร ซึ่งปัจจุบันยังทำได้ไม่ทั่วถึง

อุปสรรคและความท้าทายที่สำคัญในการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร มองได้ว่ามาจากอุปสรรคและความท้าทายเชิงปฏิบัติ มากกว่าด้านโมโนทัศน์ เช่น ข้อจำกัดด้านงบประมาณ การบริหารจัดการ หรือการตอบสนองรสนิยมทางการบริโภคของชาวบริติช ดังนั้น หากมีการแก้ปัญหาในประเด็นดังกล่าว ก็จะสามารถส่งผลให้การจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรมีประสิทธิภาพ มีความต่อเนื่องและยั่งยืน อีกทั้ง เมื่อมีการจัดกิจกรรมเป็นเวลานานก็ย่อมจะส่งผลให้ชาวบริติชเกิดความซึมซาบ เข้าใจวัฒนธรรมของไทย และมีทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย ซึ่งจะนำไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน และโอกาสในการร่วมมือในด้านอื่นๆ ต่อไป

4.2 ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักรประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น และสามารถแพร่ขยายไปยังผู้บริโภคชาวบริติชได้มากขึ้นนั้น ผู้เขียนขอเสนอข้อเสนอแนะทางด้านนโยบายดังนี้

1) ภาครัฐจำเป็นต้องจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อให้สามารถจัดกิจกรรมได้อย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงค่าครองชีพในสหราชอาณาจักรที่สูงกว่าประเทศอื่น นอกจากนั้น งบประมาณอาจนำมาใช้ในการทำการประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพ รู้จักเลือกช่องทางในการประชาสัมพันธ์ หรือสื่อท้องถิ่นที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึง (ไม่จำกัดอยู่แต่เพียงวงแคบ) และอาจว่าจ้างผู้เชี่ยวชาญในการจัดงาน (event organiser) ที่มีความสามารถมาช่วยในการจัดงานเพื่อให้งานออกมาดี มีความเป็นมืออาชีพ

2) ภาครัฐควรมี “ธง” และเป้าหมายที่ชัดเจน ว่าต้องการให้สถานเอกอัครราชทูตในต่างประเทศ และที่ประเทศไทยในต่างประเทศจัดกิจกรรมการทูตเชิงวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมนโยบายด้านการต่างประเทศของไทยอย่างไร เพื่อให้การขับเคลื่อนการทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยเป็นไปในทิศทางเดียวกันทั่วโลก ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างแบรนด์ของไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ชาวต่างชาติ

3) ควรมีการดำเนินการแบบบูรณาการมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศไทยยังไม่มีหน่วยงานกลาง ที่กำกับดูแลเรื่องการทูตเชิงวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ที่ผ่านมา การจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะงานขนาดใหญ่ อาศัยความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่างๆ เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงพาณิชย์

4) ในด้านสถาบัน อาจพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานที่ดูแล รับผิดชอบ ในด้านการดำเนินการด้านวัฒนธรรมในต่างประเทศ ในรูปแบบคล้ายคลึงกับ British Council ของสหราชอาณาจักร Alliance Française ของฝรั่งเศส หรือ Goethe-Institut ของเยอรมนี โดยอาจใช้ชื่อ “สถาบันวัฒนธรรมไทย” (Thailand’s Institute of Culture) โดยมีผู้เชี่ยวชาญในด้านการดำเนินกิจกรรมทางวัฒนธรรม และอาจมีการแต่งตั้งทูตวัฒนธรรมเป็นหัวหน้าสถาบันดังกล่าว เพื่อประจำการในประเทศยุทธศาสตร์ต่างๆ เช่น สหราชอาณาจักร

5) ภาครัฐ หรือหน่วยราชการในต่างประเทศ ควรส่งเสริมให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมมากยิ่งขึ้น โดยอาจเน้นย้ำว่าทุกคนเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) เนื่องจากหากชาวต่างชาติเข้าใจถึงวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียมประเพณี ของคนไทยแล้ว ย่อมจะทำให้การมีปฏิสัมพันธ์หรือการติดต่อค้าขายกับชาวต่างชาติ มีความราบรื่นยิ่งขึ้น นอกจากนั้น หากภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางวัฒนธรรมมากขึ้น ก็จะทำให้การเผยแพร่วัฒนธรรมของไทย ดูเหมือนว่าภาคเอกชนเป็น ผู้ขับเคลื่อนหลัก แทนที่จะเป็นภาครัฐ ซึ่งจะสร้างความรู้สึกที่ว่า รัฐไม่ได้ยึดยึดวัฒนธรรมของตนเองให้ผู้อื่น เสมือนเป็นการล้างสมอง แต่กลับทำให้วัฒนธรรมของไทยค่อยๆ ซึมลึกไปในสังคมชาวต่างชาติ ซึ่งการทำให้ชาวต่างชาติซึมซับวัฒนธรรมของไทยได้นั้น ถือได้ว่าเป็นการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม

6) การจัดกิจกรรมด้านวัฒนธรรมของไทยในต่างประเทศควรคำนึงถึงรสนิยมในการบริโภคของประเทศนั้นๆ เป็นสำคัญ เช่น ในสหราชอาณาจักร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมควรมีความเข้าใจถึงความต้องการของผู้บริโภคชาวบริติช และวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของพวกเขาและเธอ เพื่อจะได้สามารถจัดกิจกรรมที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ มิเช่นนั้นจะกลายเป็นการจัดกิจกรรมที่ “สนุกเพียงฝ่ายเดียว” ซึ่งอาจทำให้ไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่ดีเท่าที่ควร

7) นอกจากนั้น ควรให้ความสำคัญกับเรื่องของช่วงเวลาในการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรม เนื่องจากคนบริติชส่วนมากจะวางแผนการท่องเที่ยวล่วงหน้า และมักจะใช้เวลาช่วงฤดูร้อน (เดือน

กรกฎาคม-สิงหาคม) ในการเดินทางไปพักผ่อนในต่างประเทศ ดังนั้น หากจะจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมในช่วงเวลาดังกล่าว ก็อาจได้ผู้เข้าร่วมงานซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ แทนที่จะเป็นชาวบริติช ซึ่งแม้ว่าการดำเนินการดังกล่าวจะส่งเสริมภาพลักษณ์และการท่องเที่ยวของไทยในต่างประเทศ แต่อาจไม่ตอบโจทย์การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมกับ สหราชอาณาจักร ดังนั้น อาจพิจารณาการจัดเทศกาลไทยซึ่งจัดในช่วงเทศกาลที่สำคัญของไทย เช่น เทศกาลสงกรานต์ (เดือนเมษายน) หรือ เทศกาลวันลอยกระทง (เดือนพฤศจิกายน) ซึ่งจะเป็นช่วงที่ชาวบริติชอยู่ใน สหราชอาณาจักร และจะได้เป็นโอกาสในการส่งเสริมขนบธรรมเนียมประเพณีไทยได้อย่างเต็มที่

8) โดยที่ในยุคปัจจุบัน เราสามารถนำเทคโนโลยีในการสื่อสารมาช่วยในการดำเนินการด้านการทูต ภาครัฐจึงอาจพิจารณาใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ และอินสตาแกรม อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม ต้องคำนึงถึงข้อความ (message) ที่จะสื่อสารไปสู่ผู้บริโภคเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงโพสต์ข้อความหรือรูปภาพกิจกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อเน้นความสวยงามเท่านั้น ทั้งนี้ การใช้สื่อออนไลน์อย่างกว้างขวางและมีประสิทธิภาพจะสามารถลดเวลาในการปลูกฝังความเข้าใจและความนิยมชมชอบในวัฒนธรรมของเรา ซึ่งจะทำให้เวลาในการซึมซับวัฒนธรรมเร็วขึ้น ไม่ต้องใช้เวลานานเหมือนสมัยก่อน อันจะทำให้การดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมส่งผลสัมฤทธิ์เร็วขึ้น⁵⁹

9) ควรพิจารณาการทำการประชาสัมพันธ์ภายหลังการจัดงานต่างๆ (post event) อย่างจริงจังด้วย มิใช่เน้นแต่การทำประชาสัมพันธ์ก่อนที่จะมีงานเท่านั้น ที่ผ่านมามีการดำเนินการดังกล่าวมานัก แต่หากทำได้ก็จะช่วยเผยแพร่กิจกรรมทางวัฒนธรรมของไทยให้กว้างขวางยิ่งขึ้น การทำประชาสัมพันธ์ภายหลังการจัดงานจะทำให้สามารถถ่ายทอดความคิดเห็น ทักษะคติ หรือมุมมองของคนที่มีส่วนร่วม ในลักษณะ third party witness ซึ่งจะช่วยให้การประชาสัมพันธ์ของไทยมีน้ำหนักมากขึ้น และจะได้รับทราบที่ชาวต่างชาติคิดอย่างไรกับประเทศไทยและคนไทย

4.3 บทสรุป

การดำเนินการทูตทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินนโยบายด้านการต่างประเทศไม่ว่าจะในสถานการณ์ใดก็ตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทูตเชิงวัฒนธรรมมีประโยชน์อย่างมากในสถานการณ์ที่การทำงานด้านการเมืองอยู่ในสภาวะจำกัด ดังเช่นในบริบทของความสัมพันธ์ไทย-สหราชอาณาจักรในปัจจุบัน ซึ่งหากการดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมสามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ สม่าเสมอ ต่อเนื่อง ก็จะทำให้ชาว บริติชมองข้ามปัญหาภายในประเทศไทยไปได้ และมุ่งเน้น หรือให้ความสนใจในการพัฒนาความร่วมมือในด้านอื่นต่อไป

อนึ่ง การทูตเชิงวัฒนธรรมควรดำเนินไปพร้อมๆ กับนโยบายของประเทศด้านอื่นๆ เพื่อให้เป็นการส่งเสริมซึ่งกันและกัน เนื่องจากการทูตเชิงวัฒนธรรมเป็นเพียง “เครื่องมือ” หนึ่งในกระบวนการขับเคลื่อนนโยบายด้านการต่างประเทศ ซึ่งประกอบด้วยประเด็นที่หลากหลาย เช่น การกระชับความสัมพันธ์กับต่างประเทศ การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และการส่งเสริมการท่องเที่ยว

⁵⁹ Andreas Sandre, *Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy* (New York: Rowman & Littlefield, 2015).

ดังนั้น หากประเทศไทยสามารถดำเนินการทูตเชิงวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่นในสหราชอาณาจักร ซึ่งเป็นประเทศที่มีความสำคัญด้านยุทธศาสตร์การต่างประเทศ ก็จะสามารถสนับสนุนการดำเนินนโยบายของรัฐได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

หนังสือ

สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ. คำศัพท์-คำย่อทางการทูตและการต่างประเทศ (ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์, 2556.

Dobbs R., Manyika J., and Woetzel. No Ordinary Disruption: The Four Global Forces Breaking All The Trends. New York: Public Affairs, 2015.

Inglehart R. and Welzel C. Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence. Cambridge and New York: Cambridge University Press, 2005.

Nye J., Jr. Soft Power: The Means to Success in World Politics. New York: Public Affairs, 2004.

Sandre A. Digital Diplomacy: Conversations on Innovation in Foreign Policy. New York: Rowman & Littlefield, 2015.

บทความในวารสาร

Berman S. "Ideas, Norms, and Culture in Political Analysis." Comparative Politics. Vol. 33, No. 2 (January 2001): 231-250.

Clarke D. "Theorising the Role of Cultural Products in Cultural Diplomacy from a Cultural Studies Perspective." International Journal of Cultural Policy. Vol. 22, No. 2 (2016): 147-163.

Flamini R. "The Art of Diplomacy: Exhibitions and National Promotion." World Affairs. (January/February 2014): 69-76.

Grincheva N. "Democracy for Export: Museum Connect Program as a Vehicle of American Cultural Diplomacy." Curator the Museum Journal. Vol. 58, No. 2 (April 2015): 137-149.

Hu Y. "Institutional Difference and Cultural Difference: A Comparative Study of Canadian and Chinese Cultural Diplomacy." Journal of American-East Asian Relations. Vol. 20 (2013): 256-268.

Inglehart R. "The Renaissance of Political Culture." The American Political Science Review. Vol. 82 (December 1988): 1203-1230.

- Kouri M. “EU Integration and Cultural Diplomacy in Times of Crisis: The Cast of Greece.” The Journal of Arts Management, Law and Society. Vol. 44 (2014): 218-233.
- Podoler G. “Enter the ‘Far East’: Korean culture in early South Korea-Israel relations.” International Journal of Cultural Policy. Vol. 20, No. 5 (2014): 519-535.
- Sölter A. “Festival circus, golden gnomes and cultural diplomacy. The Audi Festival of German Films in the context of multicultural festivals in Australia.” Studies in Australasian Cinema. Vol. 9, No. 2 (2015):190-204.

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล

ภิรณีย์ โชติกันต๊ะ. การใช้การทูตเชิงวัฒนธรรมในการเผยแพร่ภาพลักษณ์ของไทยในต่างประเทศ: กรณีศึกษาการจัดเทศกาลวัฒนธรรมไทยในฝรั่งเศส, รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 4, 2555.

อื่นๆ

- กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. เอกสารข้อมูลจากกรมยุโรปเกี่ยวกับสหราชอาณาจักร. 2558.
- กรมยุโรป กระทรวงการต่างประเทศ. เอกสารเตรียมการประชุม Strategic Dialogue ครั้งที่ 2. 2558.
- โทรเลขสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ที่ LON 456/2558 ลงวันที่ 27 กรกฎาคม 2558.
- โทรเลขสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน ที่ LON 857/2558 ลงวันที่ 18 ธันวาคม 2558.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

- <http://www.thaiembassy.org.uk> (ประวัติความสัมพันธ์ไทย-สหราชอาณาจักร)
- <http://www.thaitradelondon.com/node/20> (Taste of Thailand in Taste of London)

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายพีชภพ มงคลนาวิน
ประวัติการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - นิติศาสตรบัณฑิต University of Wales, Aberystwyth สหราชอาณาจักร - นิติศาสตรมหาบัณฑิต (กฎหมายธุรกิจระหว่างประเทศ) University College London มหาวิทยาลัยลอนดอน สหราชอาณาจักร - ดุษฎีบัณฑิต (กฎหมายระหว่างประเทศ) School of Oriental and African Studies มหาวิทยาลัยลอนดอน สหราชอาณาจักร
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2544-2546	เจ้าหน้าที่การทูต 5 สำนักเลขานุการกรม กรมพิธีการทูต (เลขานุการอธิบดี)
พ.ศ. 2546-2547	เจ้าหน้าที่การทูต 6 กองกฎหมาย กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย
พ.ศ. 2547-2548	เลขานุการเอก คณะทูตถาวรแห่งประเทศไทยประจำสหประชาชาตินครนิวยอร์ก (คณะกรรมการด้านสังคม มนุษยธรรม และวัฒนธรรม)
พ.ศ. 2548-2550	ช่วยราชการสำนักงานประสานสัมพันธ์สหประชาชาติ สมัยที่ 60 และ 61 สำนักงานใหญ่สหประชาชาตินครนิวยอร์ก (ด้านกฎหมาย)
พ.ศ. 2550-2551	เลขานุการเอก คณะทูตถาวรแห่งประเทศไทยประจำสหประชาชาตินครนิวยอร์ก (คณะกรรมการด้านกฎหมาย)
พ.ศ. 2551-2552	นักการทูตชำนาญการ กองงานบริหารองค์การระหว่างประเทศ กรมองค์การระหว่างประเทศ
พ.ศ. 2552-2554	ช่วยราชการสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
พ.ศ. 2554-2556	นักการทูตชำนาญการ (ที่ปรึกษา) กองเขตแดน กรมสนธิสัญญาและกฎหมาย (หัวหน้าฝ่ายกัมพูชา)
พ.ศ. 2556-2558	ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน (หัวหน้าฝ่ายพิธีการทูต และสารนิเทศ)
พ.ศ. 2558-ปัจจุบัน	อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน (หัวหน้าสำนักงาน)
ตำแหน่งปัจจุบัน	อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงลอนดอน