



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การเสริมสร้างความสัมพันธ์ไทย-จีน
ผ่านการทูตวัฒนธรรม ด้วยสื่อภาพยนตร์

จัดทำโดย นางสาวจักรสุดา จักกะพาก
รหัส 15012

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 15 ปี 2567
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง การเสริมสร้างความสัมพันธ์ไทย-จีน
ผ่านการทูตวัฒนธรรม ด้วยสื่อภาพยนตร์

จัดทำโดย นางสาวจักรสุดา จักกะพาก
รหัส 15012

หลักสูตรนักรับราชการทูต รุ่นที่ 15 ปี 2567
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา



เอกสารรายงานการศึกษาส่วนบุคคลนี้ อนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูตของกระทรวงการต่างประเทศ

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูต วิมล คิตชอบ)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(เอกอัครราชทูต เจษฎา กตเวทิน)

อาจารย์ที่ปรึกษา

ลงชื่อ.....

(รองศาสตราจารย์ ดร. กฤตินี ณัฏฐวุฒิสิทธิ์)

อาจารย์ที่ปรึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

ไทยกับชิลีสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันมากกว่า 60 ปี โดยมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันมาโดยตลอด และพัฒนาความสัมพันธ์ในหลากหลายด้านเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

ในส่วนของความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก จัดกิจกรรม เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในชิลี และส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศมาโดยตลอด ซึ่งประสบความสำเร็จอย่างมาก โดยเฉพาะมวยไทยและอาหารไทย ในช่วงที่ผ่านมา คนชิลีเริ่มสนใจภาพยนตร์ไทย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือในด้านวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของไทย สามารถนำไปใช้ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลีโดยรวม

ชิลีเป็นประเทศขนาดกลาง ประชากรมีกำลังซื้อสูง เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคลาตินอเมริกา โดยคนชิลี โดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงาน สนใจภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์หรือ series และเพลงจากภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะเกาหลีได้อย่างมาก โดยรับชมผ่านช่องทาง streaming เป็นหลัก ส่งผลให้ภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ของไทยได้รับความสนใจเพิ่มมากขึ้นไปด้วย

จากการศึกษาพบว่า แม้ว่าความท้าทายในด้านระยะทางจะเป็นอุปสรรคสำคัญในการดำเนินการ เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในชิลีของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างไรก็ตาม ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารไร้พรมแดนในปัจจุบัน การส่งเสริมให้เกิดความนิยมของภาพยนตร์ไทยในชิลี ผ่านช่องทาง streaming และ video-on-demand ที่มีอยู่หลากหลาย ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดชิลีและลาตินอเมริกาโดยรวมให้แก่ผู้ประกอบการภาพยนตร์ไทย การจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย ตลอดจนการสนับสนุนการฉายและการส่งภาพยนตร์ไทยเข้าประกวดในเทศกาลภาพยนตร์ต่าง ๆ ในชิลี และการจัดเทศกาลไทยเป็นประจำทุกปีอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น จะสามารถช่วยสร้างความนิยมไทยในชิลีได้

โดยสรุป จากตัวอย่างความสำเร็จของการใช้เครื่องมืออื่น ๆ ของการทูตวัฒนธรรมที่ผ่านมา ไม่ว่าจะเป็นมวยไทย หรืออาหารไทย ตลอดจนความนิยมสืบเนื่องมาจากเอเชียที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้สามารถมั่นใจได้ว่า การเสริมสร้างความสัมพันธ์ไทย-ชิลี ผ่านการทูตวัฒนธรรม ด้วยสื่อภาพยนตร์ จะประสบความสำเร็จด้วยดีเช่นกัน

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการศึกษาส่วนบุคคล เรื่อง การเสริมสร้างความสัมพันธ์ไทย-ชิลี ผ่านการทูตวัฒนธรรม ด้วยสื่อภาพยนตร์ ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 15

ผู้เขียนขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนสนับสนุนข้อมูลที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำการศึกษารายงานฉบับนี้ ได้แก่ เพื่อนข้าราชการที่สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก ทั้งในอดีตและปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นายอริการ คนไว นางสาวกณวิณ ไวทยกิจกำจร และนายปอ ชัมภลชิต ตลอดจนเจ้าหน้าที่ที่สถานเอกอัครราชทูตชิลีประจำประเทศไทย โดยเฉพาะนาย David Hansen Salas

นอกจากนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณผู้บริหารที่กรมสารนิเทศ และเพื่อนข้าราชการที่กองประชาสัมพันธ์การทูตสาธารณะ กรมสารนิเทศ ที่กรุณาเมตตา ให้โอกาส และกำลังใจแก่ผู้เขียนตลอดระยะเวลาของการอบรมฯ นี้ ตลอดจนผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ที่สถาบันการต่างประเทศ เทวะวงศ์วโรปการ ที่ดูแล เอาใจใส่ และอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดีในทุก ๆ ด้านของการอบรมฯ และผู้ร่วมอบรมหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 15 สำหรับมิตรภาพและกำลังใจตลอดการอบรมฯ นี้

รายงานฉบับนี้ จะไม่สามารถลุล่วงและประสบความสำเร็จได้เลย หากผู้เขียนไม่ได้รับความกรุณาจากคณะอาจารย์ที่ปรึกษา ได้แก่ เอกอัครราชทูต วิมล คิดชอบ เอกอัครราชทูต เจษฎากตเวทิน และรองศาสตราจารย์ ดร. กฤตินี ณัฏฐวุฒิสัทธา ที่กรุณาเมตตา เอาใจใส่ในทุกรายละเอียดของรายงาน ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อทำการศึกษารายงานฉบับนี้

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบคุณครอบครัว โดยเฉพาะบิดาและมารดา ที่เป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุด และสนับสนุนผู้เขียนในทุกด้านมาโดยตลอด

ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานการศึกษาส่วนบุคคลฉบับนี้ จะเป็นประโยชน์แก่งานที่เกี่ยวข้อง และผู้ที่มีความสนใจในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี เพื่อนำไปขยายผลต่อไป

จักรสุดา จักกะพาก

กันยายน 2567

สารบัญ

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ภูมิหลัง และความสำคัญของหัวข้อที่จะศึกษา	1
1.2 การวิเคราะห์ความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของส่วนราชการ	7
บทที่ 2 การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและผลการศึกษา	9
2.1 การกำหนดประเด็นศึกษา	9
2.2 การวิเคราะห์ประเด็นศึกษา	9
2.3 สรุปผลการศึกษา	14
บทที่ 3 ข้อเสนอ	16
3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย	16
3.2 ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ	17
บรรณานุกรม	22
ประวัติผู้เขียน	25

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภูมิหลัง และความสำคัญของหัวข้อที่จะศึกษา

1.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

ไทยกับชิลีสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างกันมากกว่า 60 ปี ตั้งแต่วันที่ 29 ตุลาคม 2505 โดยชิลีเปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงเทพฯ เมื่อเดือนกรกฎาคม 2524 และไทยเปิดสถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก เมื่อเดือนเมษายน 2537 ไทยกับชิลีมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันมาโดยตลอด และพัฒนาความสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ตลอดจนความร่วมมือทางวิชาการ และความสัมพันธ์ในกรอบพหุภาคี

ในด้านการเมือง ไทยกับชิลีแลกเปลี่ยนการเยือนในระดับสูงเป็นครั้งคราว ทั้งในระดับพระราชวงศ์ของไทย และผู้นำรัฐบาลของชิลี นอกจากนี้ ไทยกับชิลียังมีกรอบการหารือทวิภาคีที่สำคัญ ได้แก่ การประชุมกลไกหารือทางการเมืองระหว่างกระทรวงการต่างประเทศไทยกับชิลี (Thailand-Chile Political Consultations หรือ TCPC) ในระดับปลัดกระทรวงการต่างประเทศ และกลไกส่งเสริมความร่วมมือระหว่างรัฐสภาของทั้งสองประเทศ โดยไทยจัดตั้งกลุ่มมิตรภาพสมาชิกรัฐสภาระหว่างไทยกับชิลี เมื่อปี 2540 และชิลีจัดตั้งกลุ่มมิตรภาพสมาชิกรัฐสภาระหว่างชิลีกับไทย เมื่อปี 2553

ในด้านเศรษฐกิจ ไทยกับชิลีมีกรอบความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ คณะกรรมาธิการร่วมด้านการค้า (Joint Trade Commission หรือ JTC) ในระดับอธิบดีกรมการค้าระหว่างประเทศ สำหรับภาคเอกชน ไทยกับชิลีมีกลไกส่งเสริมความร่วมมือระหว่างนักธุรกิจของทั้งสองประเทศ โดยไทยกับชิลีจัดตั้งสภาธุรกิจไทย-ชิลี และสภาธุรกิจชิลี-ไทย ตามลำดับ เมื่อเดือนมีนาคม 2557 นอกจากนี้ กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้ยังมีโครงการนำคณะนักธุรกิจไทยเยือนลาตินอเมริกา (Latin Link) และไทยกับชิลีลงนามความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ชิลี (Thailand-Chile Free Trade Agreement หรือ TCFTA) เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2556 มีผลบังคับใช้ ตั้งแต่วันที่ 5 พฤศจิกายน 2558 และอัตราภาษีนำเข้าสินค้าทุกรายการภายใต้ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ชิลี ลดลงเหลือร้อยละ 0 ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567

ในด้านวัฒนธรรม สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโกจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในชิลี และส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ

มาโดยตลอด อาทิ การประกวดและการจัดนิทรรศการภาพวาดเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี การแสดงนาฏศิลป์ไทย ตลอดจนการส่งเสริมอาหารไทย และการสาธิตมวยโบราณ การสอนศิลปะ การป้องกันตัว การสอนแม่ไม้มวยไทย และการอบรมกติกามวยไทย เป็นต้น

ในด้านความร่วมมือทางวิชาการ ไทยกับชิลีมีกรอบความร่วมมือทางวิชาการ ได้แก่ Thailand-Chile Technical Cooperation Programme (TCTCP) ระหว่างกรมความร่วมมือระหว่างประเทศกับ Agencia Chilena de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AGCID) ทั้งในรูปแบบทวิภาคีระหว่างไทยกับชิลี และไตรภาคีระหว่างไทย ชิลี กับประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น ๆ

นอกจากนี้ ในช่วงที่ผ่านมา ไทยยังสนใจที่จะขยายความร่วมมือกับชิลีในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติม โดยเฉพาะในด้านดาราศาสตร์ เนื่องจากชิลีเป็นประเทศที่มีพื้นที่ท้องฟ้าโปร่งมากที่สุดแห่งหนึ่งของโลก เหมาะสำหรับการสังเกตการณ์ในด้านดาราศาสตร์

ในกรอบพหุภาคี ไทยกับชิลีมีความร่วมมือระหว่างกัน และสนับสนุนซึ่งกันและกัน ในเวทีระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในกรอบสหประชาชาติ ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเอเชีย-แปซิฟิก หรือเอเปค (Asia Pacific Economic Cooperation หรือ APEC) เวทีความร่วมมือระหว่างเอเชีย ตะวันออกและลาตินอเมริกา (Forum for East Asia and Latin America Cooperation หรือ FEALAC) กลุ่มพันธมิตรแปซิฟิก (Pacific Alliance หรือ PA) และสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน (Association of South-East Asian Nations หรือ ASEAN) โดยชิลีได้รับสถานะหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา (Development Partner) ของอาเซียน เมื่อวันที่ 22 มิถุนายน 2562 เป็นประเทศแรกในภูมิภาคลาตินอเมริกาที่ได้รับสถานะดังกล่าว

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า ไทยกับชิลีก็มีความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างครอบคลุม ทั้งในด้านการเมือง ที่มีกรอบการหารือและกรอบความร่วมมือ ทั้งระหว่างภาครัฐและภาคการเมือง และมีการแลกเปลี่ยนการเยือนในระดับสูงเป็นครั้งคราว ในด้านเศรษฐกิจ ที่มีกรอบและกลไกความร่วมมือ ทั้งระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน มีความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-ชิลี ที่อัตราภาษีนำเข้าสินค้าทุกรายการลดลงเหลือร้อยละ 0 และเมื่อกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี คนไทยมักจะมีนึกถึงแรลลี่เอียม อาหารทะเล ผลไม้ และไวน์ของชิลีในไทย และคนชิลีมักจะมีนึกถึงรถยนต์ และอาหารทะเลกระป๋องของไทยในชิลี ตลอดจนในด้านวัฒนธรรมที่คนชิลีสนใจและชื่นชอบวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะมวยไทยและอาหารไทย และในด้านความร่วมมือทางวิชาการที่พัฒนาจากความร่วมมือในรูปแบบทวิภาคี เป็นไตรภาคี

อย่างไรก็ตาม ระยะทาง ที่ไทยกับชิลีตั้งอยู่ห่างไกลกันคนละซีกโลก เป็นความท้าทายต่อการเพิ่มพูน กระชับ และขยายความสัมพันธ์ ทั้งในวงกว้างและทางลึกเพิ่มมากขึ้น เป็นความฝังใจ (perception) เปรียบดั่งกำแพงที่ขวางกั้นระหว่างทั้งสองประเทศ ส่งผลให้ไม่สนใจที่จะแสวงหาโอกาสจากศักยภาพที่มีอยู่ ดังนั้น การสร้างความสนใจและการมองเห็น (visibility) อย่างมี

ประสิทธิภาพ จริงจัง ชัดเจน และต่อเนื่อง เป็นตัวแปรสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยใช้การทูตวัฒนธรรม ซึ่งมีเครื่องมือที่มีความเหมาะสมกับความท้าทายดังเช่นกรณีนี้

1.1.2 ความสำคัญของการทูตวัฒนธรรม

สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ นิยาม การทูตวัฒนธรรม (Cultural Diplomacy) ว่า หมายถึง “กิจกรรมด้านวัฒนธรรมในกรอบกว้าง ทั้งภาษา ความคิด อุดมการณ์ ทัศนคติ ประเพณี วิทยาการความรู้ การกีฬา และวิถีชีวิต (ไม่เพียงแต่การส่งคณะนาฏศิลป์ไปแสดงในต่างประเทศเท่านั้น) ทั้งนี้ เพื่อใช้สิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องมือสร้างความรู้สึกที่ดีต่อกัน โดยใช้แนวทางปฏิบัติอย่างต่อเนื่องในลักษณะซิมิลิก เพื่อให้เข้าถึงประชาชน” (สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ, 2552: 72)

การทูตวัฒนธรรมมีความสำคัญในหลายประการ อาทิ

1) การส่งเสริมความเข้าใจระหว่างประเทศ การทูตวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ โดยการแลกเปลี่ยนในด้านวัฒนธรรม ประเพณี และความคิด ช่วยให้คนในแต่ละประเทศเข้าใจในความแตกต่างและความหลากหลายของกันและกัน

2) การส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ การทูตวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ในเชิงบวกให้แก่ประเทศในสายตาของประเทศอื่น ๆ โดยแสดงให้เห็นถึงความหลากหลายในด้านวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และความสามารถของประชาชน

3) การสนับสนุนเศรษฐกิจ การทูตวัฒนธรรมสามารถส่งผลในด้านบวกต่อเศรษฐกิจของประเทศ อาทิ การส่งเสริมการท่องเที่ยว การค้า และการลงทุนจากต่างประเทศ เป็นต้น โดยการแนะนำวัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีค่า

4) การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ การทูตวัฒนธรรมนำไปสู่ความร่วมมือในด้านต่าง ๆ อาทิ ศิลปะ การศึกษา และวิทยาศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งช่วยให้ประเทศต่าง ๆ สามารถทำงานร่วมกันได้ เพื่อแก้ไขปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อประชาคมระหว่างประเทศ

5) การส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคง การทูตวัฒนธรรมช่วยลดความตึงเครียดและความขัดแย้งระหว่างประเทศ โดยการสร้างความเข้าใจและการเคารพในความแตกต่างของวัฒนธรรม

6) การอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรม การทูตวัฒนธรรมช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมที่มีความสำคัญ ซึ่งอาจถูกกลืน หรือถูกทำลายในยุคโลกาภิวัตน์

จึงเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า การทูตวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ โดยเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศโดยรวมในอดีต บางประเทศให้ความสำคัญกับการทูตวัฒนธรรม และจัดตั้งหน่วยงาน เพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมวัฒนธรรมของตน

ในต่างประเทศ อาทิ ฝรั่งเศสจัดตั้ง Alliance Française เมื่อปี 2426 เพื่อส่งเสริมการเรียน การสอน ภาษาฝรั่งเศส วัฒนธรรมฝรั่งเศส และ Francophone และความหลากหลายในด้านวัฒนธรรม สหราชอาณาจักรจัดตั้ง British Council เมื่อปี 2477 เพื่อส่งเสริมศิลปะ วัฒนธรรม การศึกษา และ ภาษาอังกฤษ และเยอรมนีจัดตั้ง Goethe-Institut เมื่อปี 2494 เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนในด้าน วัฒนธรรม และการเรียน การสอนภาษาเยอรมัน เป็นต้น

ปัจจุบัน หลายประเทศตระหนักถึงความสำคัญของการทูตวัฒนธรรม และจัดตั้ง หน่วยงานในรูปแบบและวัตถุประสงค์คล้ายคลึงกัน อาทิ ญี่ปุ่นจัดตั้ง Japan Foundation เมื่อปี 2515 เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนในด้านวัฒนธรรม และความเข้าใจระหว่างประชาชนเกาหลีใต้จัดตั้ง Korea Foundation เมื่อปี 2534 เพื่อส่งเสริมอำนาจแบบนุ่มนวลของเกาหลีใต้ และความสัมพันธ์ ระหว่างประเทศ และจีนจัดตั้ง Confucius Institute เมื่อปี 2547 เพื่อส่งเสริมการเรียน การสอน ภาษาจีน เป็นต้น

นอกจากนี้ ประเทศต่าง ๆ ยังใช้การทูตวัฒนธรรม เพื่อเป็นเครื่องมือในการเริ่มต้นใหม่ (resume) ส่งเสริม และเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน อาทิ เมื่อปี 2514 จีนและสหรัฐอเมริกาใช้ การทูตปิงปอง (Ping-Pong Diplomacy) หรือการแข่งขันปิงปอง โดยสหรัฐฯ ส่งนักกีฬาปิงปอง ไปร่วมการแข่งขันปิงปองมิตรภาพ ณ กรุงปักกิ่ง ตามคำเชิญของจีน ซึ่งนำไปสู่การเยือนจีน ของนาย Richard Nixon ประธานาธิบดีสหรัฐฯ ในปี 2515 และการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูต ระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ในปี 2522 นอกจากนี้ เมื่อปี 2515 จีนและไทยก็ใช้การทูตปิงปอง โดยไทยส่ง นักกีฬาปิงปองไปร่วมการแข่งขันปิงปองชิงชนะเลิศแห่งเอเชีย ณ กรุงปักกิ่ง ตามคำเชิญของจีน ซึ่งนำไปสู่การเยือนจีนของ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช นายกรัฐมนตรี และการสถาปนาความสัมพันธ์ ทางการทูตระหว่างไทยกับจีน ในปี 2518 และเมื่อปี 2553 นาย Dmitry Medvedev ประธานาธิบดี รัสเซีย และนาย Barack Hussein Obama ประธานาธิบดีสหรัฐฯ ใช้การทูตเบอร์เกอร์ (Burger Diplomacy) หรือการร่วมรับประทานเบอร์เกอร์ โดยประธานาธิบดี Obama เชิญประธานาธิบดี Medvedev ไปร่วมรับประทานเบอร์เกอร์ ซึ่งนำไปสู่การ reset ความสัมพันธ์ระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ทั้งในด้านความมั่นคง การต่อต้านการก่อการร้าย เศรษฐกิจ และการค้า เป็นต้น

ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก ใช้การทูตวัฒนธรรม เพื่อเป็น เครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ และการสร้างความนิยมไทย ในชิลีมาโดยตลอด โดยเมื่อปี 2565 สถานเอกอัครราชทูตฯ จัดกิจกรรมต่าง ๆ ในโอกาสครบรอบ 60 ปี การสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างไทยกับชิลี โดยเฉพาะการประกวดภาพวาด การแสดง นาฏศิลป์ และการส่งเสริมอาหารไทย สำหรับการประกวดภาพวาด สถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับ ภาคส่วนต่าง ๆ ของชิลี โดยเฉพาะกระทรวงการต่างประเทศชิลี Asociación de Pintores y Escultores de Chile (APECH) และเทศบาลเขต Las Condes ซึ่งเป็นที่ตั้งของสถานเอกอัครราชทูตฯ

และทำเนียบเอกอัครราชทูตฯ ตลอดจนสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) ณ นครลอสแอนเจลิส จัดการประกวดภาพวาดในหัวข้อ “ไทย-ชิลี ร่วมใจ ก้าวไกล สู่ความยั่งยืน” และสถานเอกอัครราชทูตฯ ต่อยอด โดยนำภาพวาดที่ชนะการประกวดไปจัดทำปฏิทิน เพื่อมอบเป็นของขวัญปีใหม่จากสถานเอกอัครราชทูตฯ ให้แก่บุคคลต่าง ๆ และนำภาพวาดที่ชนะและเข้าร่วมการประกวดไปจัดแสดง ในส่วนของการแสดงนาฏศิลป์ สถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับเทศบาลเขต Las Condes และสำนักงาน ท.ท.ท.ฯ นำคณะนาฏศิลป์ สังกัดชมรมนาฏศิลป์สังคีตแห่งนครลอสแอนเจลิส ร่วมแสดงในงานวันชาติ และจัดการแสดงที่ Corporación Cultural Las Condes เขต Las Condes และสำหรับการส่งเสริมอาหารไทย สถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับ Viña Cucha Cucha ซึ่งเป็นไร่องุ่นและโรงผลิตไวน์ในเครือ Arauco ที่ส่งออกเยื่อกระดาษมายังประเทศไทย Viña VIK และ Hotel NH Collection Plaza Santiago ซึ่งเป็นโรงแรมในเครือ Minor Hotels ของคนไทย จัดกิจกรรมส่งเสริมอาหารไทย โดยการจับคู่อาหารไทยกับไวน์ชิลี

ต่อมา เมื่อปี 2566 สถานเอกอัครราชทูตฯ ร่วมกับภาคส่วนต่าง ๆ ของชิลี โดยเฉพาะกระทรวงกีฬาชิลี เทศบาลเขต San Ramón และเทศบาลเขต Cerro Navia กรุงซันติอาโก และเมือง Punta Arenas แคว้น Magallanes y Antártica เชิญคณะครูและนักมวยไทยจากค่ายลานนาไฟท์ติ้งมวยไทย จัดกิจกรรมมวยไทยเพื่อการพัฒนา สาธิตมวยโบราณ และสอนศิลปะการป้องกันตัวให้แก่บุคคลต่าง ๆ ตลอดจนสาธิตมวยโบราณ และสอนแม่ไม้มวยไทยให้แก่กลุ่มครูและนักมวยไทย และอบรมเพื่อทบทวนกติกามวยไทยให้แก่กรรมการ ผู้ตัดสิน และผู้ชี้ขาดกีฬามวยไทย

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จในการดำเนินงานในด้านการทูตวัฒนธรรม โดยใช้เครื่องมือที่หลากหลายของสถานเอกอัครราชทูตฯ ข้างต้น ยังคงอยู่ในวงจำกัด และมีความท้าทายในการผลักดันให้การจัดกิจกรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ เข้าถึงคนชิลีในวงกว้างยิ่งขึ้น และยังมีอุปสรรคในด้านงบประมาณ จากค่าใช้จ่ายที่สูง สืบเนื่องจากระยะทางที่อยู่ห่างไกลกัน ดังนั้น ผู้เขียนจึงสนใจที่จะศึกษาว่า สื่อภาพยนตร์น่าจะเป็นอีกเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ ที่น่าจะเป็นตัวช่วยที่ดีในการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของไทยกับชิลี ท่ามกลางความท้าทายและอุปสรรคที่มีอยู่

1.1.3 ความสำคัญของสื่อภาพยนตร์

การทูตวัฒนธรรมมีเครื่องมือที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นกีฬา ดนตรี เทศกาล ภาพยนตร์ และอาหาร เป็นต้น โดยที่ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายด้วยช่องทางต่าง ๆ จึงเป็นเครื่องมืออีกเครื่องมือหนึ่งของการทูตวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ เนื่องจากสามารถสื่อสารและเผยแพร่วัฒนธรรม ค่านิยม และความเชื่อของประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง ที่แม้จะตั้งอยู่ห่างไกลกัน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้

1) การสร้างความเข้าใจ ภาพยนตร์ช่วยให้ผู้ชมเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประเทศอื่น ๆ ผ่านเรื่องราว ตัวละคร และสถานที่ ซึ่งสามารถลดอคติ และสร้างความเข้าใจระหว่างกันได้

2) การเผยแพร่ศิลปะและวรรณกรรม ภาพยนตร์ช่วยนำเสนอศิลปะและวรรณกรรมของประเทศได้อย่างสร้างสรรค์ ทำให้ผู้ชมสามารถสัมผัสกับความงามและความคิดสร้างสรรค์ในรูปแบบที่เข้าถึงได้ง่าย

3) การเสริมสร้างภาพลักษณ์ ภาพยนตร์ที่มีคุณภาพช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ในเชิงบวกให้แก่ประเทศ โดยเฉพาะเมื่อมีการนำเสนอวัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ

4) การเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ภาพยนตร์เป็นสะพานเชื่อมระหว่างประเทศ ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการทูตและการค้า โดยการเปิดโอกาสในการทำงานร่วมกันในอุตสาหกรรมบันเทิง

5) การส่งเสริมการท่องเที่ยว ภาพยนตร์ที่ถ่ายทำในสถานที่ต่าง ๆ ช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้ชมให้เดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

6) การสื่อสารค่านิยมและแนวคิด ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารค่านิยมทางสังคม อาทิ สิทธิมนุษยชน ความเท่าเทียม และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ชม

ที่ผ่านมา หลายประเทศใช้ภาพยนตร์ เพื่อเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน และสร้างความนิยมประเทศของตน อาทิ ตั้งแต่ทศวรรษ 1980 ญี่ปุ่นใช้ละคร โดยเฉพาะเรื่อง “Oshin” ทำให้เกิดความนิยมญี่ปุ่น หรือความคูลแบบญี่ปุ่น (Cool Japan) เพื่อให้ภาพลักษณ์ในด้านวัฒนธรรมของญี่ปุ่นดีขึ้น ต่อมา เมื่อปี 2555 ญี่ปุ่นใช้เครื่องมือต่าง ๆ อาทิ ภาพยนตร์ anime และ manga เป็นต้น ทำให้เกิดความคูลแบบญี่ปุ่นอีกครั้ง เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์กับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะในด้านการทูต วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ และตั้งแต่ทศวรรษ 1990 เกาหลีใต้ใช้ภาพยนตร์ ละคร (K-drama) และเพลง (K-pop) ผ่านช่องทาง online ทำให้เกิดความนิยมเกาหลี หรือกระแสเกาหลี (Hallyu หรือ Korean Wave) เพื่อให้ภาพลักษณ์และเศรษฐกิจของเกาหลีใต้ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวและการส่งออก ตลอดจนภาษา วัฒนธรรม และอาหารเกาหลีดีขึ้น เป็นต้น

ดังที่สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซลรายงานว่า กระแสความนิยมของภาพยนตร์เกาหลีส่งผลในด้านบวกต่อเกาหลีใต้โดยรวม และช่วยส่งเสริมการส่งออกสินค้าอุปโภคบริโภค อาทิ ตัวเลขการส่งออกเครื่องสำอางเกาหลีใต้สูงขึ้น จาก 96 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2544 เป็น 699 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 622 ในปี 2553 เป็นต้น ส่งเสริมภาพลักษณ์ อาทิ ภาพลักษณ์ในเชิงบวกของเกาหลีใต้ในสายตาของคนญี่ปุ่นดีขึ้น จากร้อยละ 9.5 ในปี 2532 เป็น

ร้อยละ 63 ในปี 2552 หลังจากภาพยนตร์เรื่อง “Winter Sonata” ออกฉาย เป็นต้น ส่งเสริมการท่องเที่ยว อาทิ ตัวเลขนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปยังเกาหลีได้สูงขึ้น จาก 78,278 คน ในปี 2549 เป็น 217,739 คน หรือร้อยละ 178 ในปี 2553 นักท่องเที่ยวเวียดนาม จาก 36,680 คน เป็น 91,428 คน หรือร้อยละ 140 และนักท่องเที่ยวจีน จาก 740,201 คน เป็น 1,708,561 คน หรือร้อยละ 131 เป็นต้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล, 2559)

ในอดีต สถานเอกอัครราชทูตฯ ริเริ่มจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมภาพยนตร์ไทยในซีลี อาทิ (1) จัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย โดยจัดฉายภาพยนตร์ “องค์บาก” “โหมโรง” “14 ตุลา สงครามประชาชน” และ “ทวิภพ” เมื่อปี 2550 ที่ห้องสมุดเทศบาลกรุงซันติอาโก (2) ร่วมกับสถานเอกอัครราชทูตประเทศสมาชิกอาเซียน ณ กรุงซันติอาโกจัดเทศกาลภาพยนตร์เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยจัดฉายภาพยนตร์ “ความจำสั้น แต่รักฉันยาว” เมื่อปี 2553 ที่หอภาพยนตร์ La Moneda (3) ร่วมเทศกาลภาพยนตร์เอเชียของมหาวิทยาลัย Pontifical Catholic University โดยจัดฉายภาพยนตร์ “ลุงบุญมีระลึกชาติ” “แฟนฉัน” “Season Change” และ “โหมโรง” เมื่อปี 2554 ที่มหาวิทยาลัยฯ และ (4) จัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย โดยจัดฉายภาพยนตร์ “ตั้งวง” “มวยไทยไชยา” “เอทีเอ็ม” “เอิร์กเออเออร์” “ลัดดาแลนด์” และ “รัก 7 ปี ดี 7 หน” เมื่อปี 2556 ที่หอภาพยนตร์ La Moneda

ในปัจจุบัน สื่อภาพยนตร์มีความก้าวหน้า ทั้งในด้านเทคโนโลยี ที่ทำให้มีช่องทางเผยแพร่เพิ่มมากขึ้น ในด้านเนื้อหา ที่มีความน่าสนใจ ค้นหา ติดตาม ดึงดูดความสนใจ และในด้านคุณภาพการผลิต ที่เป็นที่ประจักษ์ว่า อุตสาหกรรมภาพยนตร์และสื่อสร้างสรรค์ของไทยมีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในตลาดโลก ดังนั้น การนำสื่อภาพยนตร์มาเป็นเครื่องมือ เพื่อสนับสนุนการทูตวัฒนธรรมของไทยในซีลี จึงเป็นสิ่งที่น่าศึกษา ให้ความสนใจอย่างจริงจัง

1.2 การวิเคราะห์ความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ของส่วนราชการ

1.2.1 ยุทธศาสตร์ชาติ

แผนย่อย่อด้านการส่งเสริมสถานะและบทบาทของประเทศไทยในประชาคมโลก (Status / มีสถานะและเกียรติภูมิ) ภายใต้แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการต่างประเทศ (พ.ศ. 2561-2580) ระบุว่า “การส่งเสริมสถานะและอำนาจแบบนุ่มนวลของไทย สามารถกระทำได้ในสองแนวทางหลัก คือ ผ่านการเผยแพร่วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของไทย ซึ่งนำไปสู่ความนิยมไทย และนโยบายการต่างประเทศของไทย อาทิ ความร่วมมือเพื่อการพัฒนา เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศไทยจะมีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่ชาวต่างชาติ และยังเป็นประเทศแนวหน้าของโลกในด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งปัจจุบัน ประเทศไทยได้พัฒนาจากการเป็นประเทศผู้รับมาเป็นประเทศผู้ให้แก่ประเทศกำลังพัฒนาหลายประเทศ และมักเป็นประเทศที่มี

บทบาทสร้างสรรค์ในเวทีระหว่างประเทศมาโดยตลอด แต่ที่ผ่านมา ไทยยังขาดการดำเนินการที่ส่งเสริมการนำจุดเด่นเหล่านี้มายกสถานะและสร้างอำนาจต่อรอง เพื่อรักษาและเพิ่มพูนผลประโยชน์ให้แก่ประเทศและประชาชนไทยในการมีปฏิสัมพันธ์กับประชาคมโลกได้อย่างเป็นระบบ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ไทยจะต้องยกระดับการส่งเสริมเอกลักษณ์ของไทยให้สามารถนำไปสร้างมูลค่าได้ รวมถึงต้องเน้นการดำเนินนโยบายที่เป็นการส่งเสริมสถานะของไทยในเวทีโลก พร้อมไปกับการสร้างขีดความสามารถให้ทุกภาคส่วนของไทยสามารถร่วมเสริมสร้างสถานะของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ” (กระทรวงการต่างประเทศ, 2561: 42)

1.2.2 แผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกา และแคริบเบียน

กระทรวงการต่างประเทศกำหนดแผนยุทธศาสตร์รายภูมิภาคและแผนปฏิบัติการการทูตพหุภาคี พ.ศ. 2566-2570 โดยหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์ภูมิภาคลาตินอเมริกาและแคริบเบียนระบุว่า “ส่งเสริม Soft Power ของไทยในลาตินอเมริกา เพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของอุตสาหกรรมบันเทิงไทยและสินค้าเศรษฐกิจสร้างสรรค์เชิงพาณิชย์ของไทยในภูมิภาค” (กระทรวงการต่างประเทศ, 2566: 9)

1.2.3 ยุทธศาสตร์กรมสารนิเทศ

กระทรวงการต่างประเทศ โดยกรมสารนิเทศ กำหนดยุทธศาสตร์กรมสารนิเทศ พ.ศ. 2566-2568 “สื่อสารการทูตไทย เชื่อมไทยสู่สากล” โดยหนึ่งในพันธกิจ คือ “ดำเนินนโยบายต่างประเทศโดยใช้ soft power เพื่อให้ไทยเป็นที่รู้จักและส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศไทยในหมู่สาธารณชนต่างประเทศ” โดยมีแนวทางในการดำเนินงาน คือ “ร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อน soft power ให้เป็นวาระแห่งชาติ” (กรมสารนิเทศ, 2566)

บทที่ 2

การวิเคราะห์ประเด็นปัญหาและผลการศึกษา

2.1 การกำหนดประเด็นศึกษา

2.1.1 ความท้าทายในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

2.1.2 การใช้การทูตวัฒนธรรมเป็นกลไกในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

2.1.3 การใช้สื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

2.2 การวิเคราะห์ประเด็นศึกษา

2.2.1 ความท้าทายในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

ตามที่กล่าวไว้ในข้อ 1.1.1 ไทยกับชิลีมีความสัมพันธ์ที่ค่อนข้างครอบคลุม ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ตลอดจนความร่วมมือทางวิชาการ และความสัมพันธ์ในกรอบภาคี ความท้าทายที่สำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองประเทศให้เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ระยะทาง ในด้านภูมิศาสตร์ ไทยและชิลีตั้งอยู่ในสองทวีปที่ห่างไกลกันมาก โดยกรุงชิลีตั้งอยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ถึงประมาณ 17,645 กิโลเมตร

ความท้าทายในด้านระยะทางระหว่างไทยกับชิลีส่งผลในด้านลบต่อการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองประเทศ ดังนี้

2.2.1.1 การเดินทาง

การเดินทางระหว่างไทยกับชิลีใช้เวลานาน และมีค่าใช้จ่ายสูง ทำให้การแลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศทำได้ยากมากขึ้น

2.2.1.2 การแลกเปลี่ยนในด้านการศึกษา

นักเรียนและนักวิชาการไทยและชิลีที่ต้องการศึกษาและวิจัยในอีกประเทศต้องเผชิญกับความยากลำบากในการเดินทางและการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมใหม่

2.2.1.3 การค้าและการลงทุน

ระยะทางที่ห่างไกลทำให้การขนส่งสินค้า และการลงทุนระหว่างไทยกับชิลีมีค่าใช้จ่ายสูง และใช้เวลานาน ส่งผลให้การค้าระหว่างทั้งสองประเทศไม่สะดวกเท่าที่ควร

2.2.1.4 การสื่อสารและการประสานงาน

อุปสรรคในด้านภาษา ความแตกต่างของเวลาและระยะทางทำให้การสื่อสารและการประสานงานระหว่างองค์กรและบุคคลในไทยกับชิลีมีความซับซ้อน และต้องใช้ความพยายามมากขึ้น

2.2.1.5 การจัดสรรงบประมาณสนับสนุนจากส่วนกลางมักไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเต็มที่ เนื่องจากค่าใช้จ่ายที่สูงจากระยะทางที่ไกล ขณะที่ชิลีไม่ใช่ประเทศที่อยู่ในลำดับต้น ๆ ของการจัดสรรงบประมาณ จึงมักมีประเด็นเรื่องความคุ้มค่าของการใช้งบประมาณ

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า ระยะทางเป็นความท้าทายที่สำคัญ ซึ่งส่งผลกระทบต่อในด้านลบต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่จำเป็น หรือควรจะดำเนินการในรูปแบบ in person โดยในด้านการเมือง ระยะทางทำให้การแลกเปลี่ยนการเยือนในระดับสูงสามารถดำเนินการได้เพียงครั้งคราว การประชุมกลไกหรือทางการเมืองระหว่างกระทรวงการต่างประเทศไทยกับชิลี ที่กำหนดจะจัดขึ้นทุกปี ไม่สามารถดำเนินการตามที่กำหนดไว้ได้ โดยจัดขึ้นเพียง 7 ครั้ง และการประชุมคณะกรรมการร่วมด้านการค้า ที่กำหนดจะจัดขึ้นทุกปี ไม่สามารถดำเนินการตามที่กำหนดไว้ได้ โดยจัดขึ้นเพียง 4 ครั้ง

นอกจากนี้ ระยะทางยังส่งผลในด้านลบต่อการดำเนินการ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ในด้านวัฒนธรรมสำหรับบางเครื่องมือ โดยทำให้ค่าใช้จ่ายสูง ส่งผลกระทบต่อ การได้รับการจัดสรรในด้านงบประมาณ อาทิ มวยไทย การนำคณะครูและนักมวยไทยจากประเทศไทยไปจัดกิจกรรมที่ชิลี มีค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในด้านการเดินทางสูง ที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงพยายามประสานกับสถานเอกอัครราชทูตฯ อื่น ๆ ในภูมิภาค เพื่อจัดกิจกรรมในช่วงเวลาที่ต่อเนื่อง ซึ่งสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ และการแสดงศิลปะ การนำคณะนาฏศิลป์จากประเทศไทยไปแสดงที่ชิลี มีค่าใช้จ่ายในด้านการเดินทางสูง ในบางครั้ง สถานเอกอัครราชทูตฯ จึงนำคณะนาฏศิลป์จากประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค เพื่อจัดกิจกรรมที่ชิลี เป็นต้น

2.2.2 การใช้การทูตวัฒนธรรมเป็นกลไกในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

การส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี ผ่านการทูตวัฒนธรรม จะส่งเสริมความนิยมไทยในชิลี และความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ และเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลีโดยรวม โดย

2.2.2.1 ส่งเสริมสร้างความเข้าใจและความสัมพันธ์

การทูตวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนของไทยกับชิลี ผ่านกิจกรรมในด้านวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ประชาชนของทั้งสองประเทศรู้จักและเข้าใจกันมากขึ้น

2.2.2.2 ส่งเสริมการค้า

เมื่อมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างประชาชนและรัฐบาลของไทยกับชิลี จะส่งผลให้การค้าและการลงทุนระหว่างกันเพิ่มมากขึ้น

2.2.2.3 ดึงดูดนักลงทุน

การทูตวัฒนธรรมช่วยดึงดูดนักลงทุนจากชิลีให้มาลงทุนในประเทศไทย และในทางกลับกัน เมื่อนักลงทุนไทยไปลงทุนในชิลี จะมีความเข้าใจในวัฒนธรรมและการดำเนินธุรกิจที่ดีมากขึ้น

2.2.2.4 ส่งเสริมการท่องเที่ยว

การทูตวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับชิลี โดยการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยว วัฒนธรรม และประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ ทำให้ประชาชนของทั้งสองประเทศมีโอกาสไปเยือนและเรียนรู้จากกันและกัน

2.2.2.5 แลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์

การทูตวัฒนธรรมช่วยเปิดโอกาสให้แลกเปลี่ยนความรู้ในด้านวิชาการระหว่างไทยกับชิลี อาทิ การประชุมวิชาการ และการวิจัยร่วมกัน เป็นต้น ซึ่งสามารถนำไปสู่การพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมใหม่ ๆ

2.2.2.6 สนับสนุนในด้านการศึกษา

การทูตวัฒนธรรมช่วยให้เกิดโครงการทุนการศึกษาและการฝึกอบรมสำหรับนักเรียนและนักวิจัยจากไทยและชิลี ซึ่งส่งผลให้เกิดการพัฒนาทักษะและความสามารถทางวิชาการ

2.2.2.7 สร้างเครือข่ายทางวิชาการ

การทูตวัฒนธรรมช่วยสร้างเครือข่ายระหว่างสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ทำให้เกิดความร่วมมือในด้านการวิจัยและการพัฒนาหลักสูตรการศึกษา

2.2.2.8 แลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยี

การทูตวัฒนธรรมช่วยเปิดโอกาสในการแลกเปลี่ยนความรู้และเทคโนโลยี ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศ

จากการสัมภาษณ์นายปอ ชัมภลลิขิต เลขาธิการโท และเจ้าหน้าที่วัฒนธรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ เมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2567 มองว่า “ความนิยมไทยในชิลีมีแนวโน้มที่ดีมากขึ้น ดังจะสามารถเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชิลีที่เดินทางมายังประเทศไทยในช่วงครึ่งแรกของปี 2567 ที่มีประมาณ 10,000 คน ซึ่งสูงขึ้นกว่าร้อยละ 50 ของช่วงเวลาเดียวกันในปี 2566 รายการโทรทัศน์และผู้ผลิตเนื้อหาในสื่อสังคมออนไลน์ชิลีเดินทางมาถ่ายทำในประเทศไทยมากขึ้น โดยส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับอาหารไทย ที่มีความหลากหลาย และวัฒนธรรมไทย อาทิ นวดไทยและมวยไทย

เป็นต้น ตลอดจนพบว่า จำนวนร้านอาหารไทยในชิลี โดยเฉพาะในกรุงซันติอาโก เพิ่มมากขึ้น อย่างน้อย 5 ร้าน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นร้านที่มีราคาระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่า อาหารไทยได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับของคนชิลีโดยทั่วไปมากขึ้น ทั้งนี้ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ประเทศไทยได้รับความนิยมมากขึ้น ได้แก่ การนำเสนอจากสื่อ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ที่บุคคลทั่วไปสามารถเข้าถึงและรับชมย้อนหลังได้ง่าย การสร้างเครือข่ายกับบุคคลที่มีชื่อเสียง หรือผู้มีอิทธิพลทางความคิด จึงน่าจะเป็นแนวทางที่สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถใช้เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี ให้มีความใกล้ชิด และมีพลวัตมากขึ้นได้”

นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์นาย David Hansen Salas รองหัวหน้าคณะผู้แทน (Deputy Head of Mission) สถานเอกอัครราชทูตชิลีประจำประเทศไทย เมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2567 เห็นว่า “แม้ว่าชิลีกับไทยตั้งอยู่ห่างไกลกันมาก ประมาณ 17,000 กิโลเมตร อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมไทยยังคงเดินทางไปถึงคนชิลี อาทิ การมีร้านอาหารไทยในเมืองต่าง ๆ การฉายภาพยนตร์ และละครโทรทัศน์ไทย และความสนใจในการเรียนรู้มวยไทย เป็นต้น และกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมวัฒนธรรมไทยข้างต้นมักจำกัดอยู่ที่คนหรือกลุ่มคนที่สนใจ ซึ่งจำกัดศักยภาพของวัฒนธรรมไทย ดังนั้น การดำเนินการของสถานเอกอัครราชทูตฯ เพื่อส่งเสริมการทูตวัฒนธรรม อาทิ การจัดกิจกรรมเกี่ยวกับมวยไทย อาหารไทย และพุทธศาสนา เป็นต้น ช่วยส่งเสริมความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยอย่างต่อเนื่องและน่าเชื่อถือ ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี อาทิ ความสัมพันธ์ในด้านการท่องเที่ยวและการค้า เป็นต้น”

ข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า คนชิลีสนใจ รู้จัก และชื่นชอบวัฒนธรรมไทยเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การให้ความสำคัญกับการพัฒนาแนวทางการดำเนินการในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี ผ่านการทูตวัฒนธรรมของสถานเอกอัครราชทูตฯ อย่างแข็งขัน ต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องนำผู้ที่เกี่ยวข้องมาจากประเทศไทย มีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากความท้าทายในด้านระยะทาง โดยที่การทูตวัฒนธรรมมีเครื่องมือที่หลากหลาย สถานเอกอัครราชทูตฯ สามารถนำเครื่องมือ อาทิ สื่อภาพยนตร์ ที่มีจุดแข็งในเรื่องค่าใช้จ่ายและการเข้าถึงมาใช้ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ และความนิยมไทยของคนชิลีให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะมีผลโดยตรงในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลีโดยรวม

2.2.3 การใช้สื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

เมื่อปี 2566 สถานเอกอัครราชทูตฯ รายงานว่า ชิลีเป็นประเทศตลาดขนาดกลาง มีประชากรจำนวนประมาณ 19 ล้านคน ประชากรร้อยละ 87 อาศัยอยู่ในเขตเมือง มีกำลังซื้อต่อหัวสูง

เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค โดยจากการสำรวจของ Santander¹ และองค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (Organisation for Economic Cooperation and Development หรือ OECD) พบว่า คนชิลีใช้จ่ายประมาณร้อยละ 6.9 ของค่าใช้จ่ายรายเดือน หรือประมาณ 2,780 บาท เพื่อศิลปะและความบันเทิง และร้อยละ 77 รับชมเนื้อหา (content) ผ่านช่องทาง (platform) streaming และ video-on-demand ซึ่งสูงกว่า free tv (ร้อยละ 64) และ cable tv (ร้อยละ 57) โดยผู้ชมส่วนใหญ่นิยมเนื้อหาประเภทละครชีวิต (drama) (ร้อยละ 33) anime (ร้อยละ 15) และตลก (ร้อยละ 12) โดยเป็นประเทศที่มีสัดส่วนความนิยม manga และ anime จากญี่ปุ่น และเอเชียสูงที่สุดในภูมิภาค

คนชิลี โดยเฉพาะวัยรุ่นและวัยทำงานสนใจภาพยนตร์และละครโทรทัศน์จากภูมิภาคเอเชีย โดยเฉพาะเกาหลีได้อย่างมาก โดยรับชมผ่านช่องทาง streaming เป็นหลัก

สำหรับภาพยนตร์และละครโทรทัศน์ของไทย คนชิลี โดยเฉพาะวัยรุ่น วัยทำงาน และ LGBT สนใจภาพยนตร์และละครเนื้อหา Yaoi (Y) หรือ Boys Love (BL) โดย fan club มีความเหนียวแน่น กระตือรือร้นในการใช้จ่าย เพื่อจัดและเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลของ Google Trends พบว่า ละคร Y ที่ได้รับการค้นหามากที่สุด ในปี 2566 ได้แก่ “2gether” “Still 2gether” “Step by Step” และ “Pit Babe”

นอกจากนี้ เนื้อหาอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ ละครชีวิต ลีเกิ้ล สืบสวนสอบสวน และ romantic comedy อาทิ “Hunger คนหิว เกมกระหาย” ซึ่งติดอันดับ 1 ภาพยนตร์ที่มีผู้ชมมากที่สุดในชิลี ปานามา เอลซัลวาดอร์ และคอสตาริกา เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 16-22 เมษายน 2566 และ “Delete” ที่ติดอันดับ 10 ละครในชิลี เป็นเวลา 1 สัปดาห์ ระหว่างวันที่ 2-8 กรกฎาคม 2566 เป็นต้น “ร่างทรง” “บ้านเช่าบูชายัญ” “Long Live Love” “Ready, Set, Love” ก็เป็นที่นิยมเช่นกัน (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก, 2566)

เมื่อปี 2565 สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้ทำการสำรวจความสนใจในภาพยนตร์ไทย เนื้อหา Y ในชิลี โดยการทำแบบสอบถาม online มีผู้สนใจร่วมตอบแบบสอบถามจำนวน 1,037 คน สนใจกิจกรรมเผยแพร่ภาพยนตร์ นอกจากนี้ สถานเอกอัครราชทูตฯ ได้รับความเห็นผ่านช่องทาง online ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ขอให้จัดฉายภาพยนตร์ไทยในชิลีอย่างต่อเนื่อง และมีผู้ก่อตั้ง Facebook Page Instagram และ X เกี่ยวกับภาพยนตร์ไทยหลายบัญชี ซึ่งมีผู้ติดตามจำนวนประมาณ 5,000 คน นับว่า เป็นจำนวนมาก

¹ Santander หรือ Banco Santander-Chile เป็นธนาคารที่ใหญ่ที่สุดในชิลีในด้านสินเชื่อและเงินฝาก มีเครือข่ายสาขา 504 แห่ง Santander เป็นบริษัทในเครือของ Santander Group

ข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า ชิลีเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับภาพยนตร์ไทย คนชิลีเริ่มสนใจภาพยนตร์ไทย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของไทย และสามารถนำไปใช้ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ สร้างความนิยมไทย ซึ่งจะมีผลโดยตรงในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลีโดยรวม อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมในรูปแบบเดียวกับกิจกรรมอื่น ๆ ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ก็ยังต้องเผชิญความท้าทายในด้านระยะทาง อาทิ การนำผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะผู้กำกับและนักแสดง ไปร่วมกิจกรรม เพื่อส่งเสริมภาพยนตร์ไทย ดังนั้น การใช้สื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือ โดยใช้รูปแบบอื่น ๆ ที่เหมาะสมเข้ามาช่วย อาทิ การใช้ช่องทาง online ก็น่าจะช่วยตอบโจทย์ได้ดี นอกจากนี้ ยังมีประเด็นในด้านภาษา ซึ่งเป็นประเด็นของภูมิภาคโดยรวม ที่ประเทศในภูมิภาคส่วนมากใช้ภาษาสเปนเป็นภาษาราชการ ดังนั้น ภาพยนตร์ควรจะมีคำบรรยายภาษาสเปน เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุมมากขึ้น

2.3 สรุปผลการศึกษา

2.3.1 ความท้าทายในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

ไทยกับชิลีมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างกันมาโดยตลอด และพัฒนาความสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นตามลำดับ ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และความร่วมมือทางวิชาการ ความท้าทายที่สำคัญของการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองประเทศให้เพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ระยะทาง ที่ไทยกับชิลีตั้งอยู่ห่างไกลกัน เป็นความฝืดเคือง เปรียบดั่งกำแพงที่ขวางกั้นระหว่างทั้งสองประเทศ ส่งผลในด้านลบต่อความสนใจที่จะแสวงหาโอกาส และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่จำเป็น หรือควรจะดำเนินการในรูปแบบ in person ความท้าทายในด้านระยะทางเป็นประเด็นที่ไม่สามารถแก้ไขได้ อย่างไรก็ตาม สามารถก้าวข้าม หรือเอาชนะได้ โดยการใช้การทูตวัฒนธรรมเป็นกลไกในการสร้างความสนใจและความมองเห็น และเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

2.3.2 การใช้การทูตวัฒนธรรมเป็นกลไกในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

ในช่วงที่ผ่านมา สถานเอกอัครราชทูตฯ จัดกิจกรรมต่าง ๆ ในด้านวัฒนธรรม ทำให้คนชิลีสนใจและชื่นชอบวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะมวยไทยและอาหารไทย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการดำเนินการในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี ผ่านการทูตวัฒนธรรม ของสถานเอกอัครราชทูตฯ ดำเนินไปในทิศทางที่ถูกต้อง และส่งผลให้คนชิลีรู้จักประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ และความนิยมไทยของคนชิลีให้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีผลโดยตรงในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลีโดยรวม การจัดกิจกรรมบางกิจกรรม โดยเฉพาะกิจกรรมที่จำเป็นจะต้องนำผู้ที่เกี่ยวข้องมาจากประเทศไทย มีค่าใช้จ่ายสูง เนื่องจากความท้าทายในด้านระยะทางระหว่างไทยกับชิลี อย่างไรก็ตาม ความท้าทายข้างต้นสามารถเอาชนะได้

โดยการใช้สื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

2.3.3 การใช้สื่อภาพยนตร์เป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลี

ชิลีเป็นตลาดที่มีศักยภาพสำหรับภาพยนตร์ไทย คนชิลีเริ่มสนใจภาพยนตร์ไทย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมที่มีศักยภาพของไทย และสามารถนำไปใช้ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนของทั้งสองประเทศ สร้างความนิยมไทย ซึ่งจะมีผลโดยตรงในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับชิลีโดยรวม โดยสามารถเอาชนะความท้าทายในด้านระยะทางได้ด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารที่ไร้พรมแดน

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่า ภาพยนตร์ไม่เพียงเป็นสื่อบันเทิงเท่านั้น แต่ยังเป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมอันทรงพลังในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ด้วยการสร้างความเข้าใจ และการเชื่อมโยงระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เนื่องจากนอกจากส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนด้วยการสร้างค่านิยมทางวัฒนธรรมแล้ว ยังช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ในเชิงบวกอันจะเป็นผลโดยตรงต่อเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวอีกด้วย

บทที่ 3

ข้อเสนอ

3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

3.1.1 ข้อเสนอในระยะสั้น

ก. พิจารณาให้ความสำคัญกับการทูตวัฒนธรรม โดยผลักดันให้การทูตวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การต่างประเทศ โดยให้ความสำคัญ และลำดับความเร่งด่วนในกรณีของประเทศและ/หรือภูมิภาคที่ตั้งอยู่ห่างไกลจากประเทศไทย ที่ทำให้อย่างขาดความสนใจซึ่งกันและกัน จึงควรเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันในด้านต่าง ๆ ทั้ง การเมือง เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งการทูตวัฒนธรรมเป็นเครื่องมืออันทรงพลังที่จะสามารถช่วยเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว และเพิ่มโอกาสในการแลกเปลี่ยนได้

ข. บูรณาการให้แผนงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการทูตวัฒนธรรมด้วยสื่อภาพยนตร์มีความประสาน สอดคล้อง เพื่อให้การจัดทำข้อเสนอโครงการและ/หรือกิจกรรมส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในซิติได้รับการสนับสนุนในด้านงบประมาณอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง

ค. ผลักดันและเสริมสร้างองค์ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยแวดล้อมของตลาดภาพยนตร์ในซิติและลาตินอเมริกาโดยรวมแก่ผู้ประกอบการไทย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยสามารถเข้าถึงผู้บริโภคของซิติและลาตินอเมริกาได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้ภาพยนตร์สามารถเป็นเครื่องมือที่มีคุณภาพ และสนับสนุนการทูตวัฒนธรรมได้อย่างเข้าถึงและมีน้ำหนัก

ง. พิจารณากำหนดมาตรการช่วยเหลือและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมสำคัญต่าง ๆ ในด้านภาพยนตร์ ทั้งในซิติและลาตินอเมริกาโดยรวม เพื่อให้เห็น “ประเทศไทย” อยู่เสมอ ผ่านสื่อภาพยนตร์ที่มีคุณภาพและพลวัต

3.1.2 ข้อเสนอในระยะยาว

ก. กำหนดมาตรการส่งเสริมและสนับสนุน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและขยายตัวของภาพยนตร์ไทยในตลาดซิติและลาตินอเมริกา ผ่านช่องทาง streaming และ video on demand ที่เป็นที่ยอมรับในภูมิภาค

ข. สนับสนุน ทั้งในด้านงบประมาณและการประสานงานกับหน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มีการจัดเทศกาลไทยเป็นประจำทุกปีอย่างเหมาะสมและต่อเนื่อง โดยแสวงหาความร่วมมือกับเครือข่ายท้องถิ่น ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อปรับช่องทางและโอกาสในการเผยแพร่ความหลากหลายของเครื่องมือของการทิวทัศน์วัฒนธรรมของไทย ซึ่งจะเป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ค. สนับสนุนและส่งเสริมการสร้างเครือข่ายกับพันธมิตรที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะสถาบันการศึกษา สมาคม ชมรม และสื่อต่าง ๆ เพื่อขยายฐานและโอกาส เพื่อให้ภาพยนตร์ไทยสามารถเข้าสู่ผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น

3.1.3 จากการศึกษาพบว่า ในกรณีของชิลี หรือประเทศที่อยู่ห่างไกล ที่นอกจากจะมี

ความท้าทายเรื่องระยะทางแล้ว ยังไม่สนใจซึ่งกันและกันเท่าที่ควร จึงจำเป็นต้องสร้างเสริมความรู้จักและเข้าใจกันอย่างจริงจังและสม่ำเสมอ ซึ่งการส่งเสริมความสัมพันธ์ผ่านกิจกรรมทางการทูต แบบกรณีปกติอาจทำไม่ได้เท่าที่ควร การใช้สื่อภาพยนตร์ ซึ่งตอบโจทย์ความท้าทายในเรื่องระยะทาง งบประมาณ และขอบเขตการเข้าถึง สามารถเป็นเครื่องมือของการทิวทัศน์วัฒนธรรมที่เหมาะสมในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ และเปิดประตูสู่โอกาสและศักยภาพที่มีในด้านต่าง ๆ ด้วย

3.2 ข้อเสนอเพื่อขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติ

3.2.1 ข้อเสนอในระยะสั้น

ก. ความท้าทายในด้านระยะทาง ที่ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของไทยกับชิลีตั้งอยู่ห่างไกลกันมาก ย่อมส่งผลโดยธรรมชาติให้ทั้งสองประเทศให้ความสนใจซึ่งกันและกันน้อย หรือไม่มากเท่าที่ควร ที่จะแสวงหาโอกาสในด้านต่าง ๆ จากศักยภาพที่ต่างก็มีอยู่สูงในหลากหลายด้าน กรรมาอเมริกาและแปซิฟิกใต้ ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักของกระทรวงการต่างประเทศในการส่งเสริมและเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับภูมิภาคลาตินอเมริกาให้กับภาครัฐและภาคเอกชน ควรจะมีบทบาทนำในการสร้างความตระหนักรู้ และให้ข้อเสนอแนะกับกระทรวงฯ และภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เข้าใจและรับทราบถึงโอกาสและศักยภาพที่สูงและหลากหลายของชิลี โดยควรจะนำเครื่องมือของการทิวทัศน์วัฒนธรรมของไทยมาใช้อย่างเหมาะสม จริงจัง และต่อเนื่อง ในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองประเทศในทุกมิติ โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน เพื่อให้ภาพลักษณ์ในเชิงบวกของประเทศไทยปรากฏอย่างเด่นชัดในจอเรดาร์ของชิลีอยู่เสมอ อาทิ โดยการจัดการสัมมนา และโครงการ Latin Link เป็นต้น เพื่อให้ทุกภาคส่วนเล็งเห็นถึงศักยภาพของชิลี ที่เป็นประตูสู่ภูมิภาคลาตินอเมริกาที่สำคัญของไทย ทั้งนี้ หนึ่งในโอกาสและศักยภาพของชิลี ได้แก่ แร่ลิเทียม โดยชิลีเป็นประเทศที่ผลิตลิเทียมมากเป็นอันดับสองของโลก และลิเทียมเป็นทรัพยากรสำคัญสำหรับอนาคต

ใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตแบตเตอรี่ที่เป็นส่วนประกอบสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า ซึ่งประเทศไทยสามารถนำไปใช้สนับสนุนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าของไทยได้ นอกจากนี้ สินค้าที่เยี่ยมยังได้รับสิทธิประโยชน์ในด้านภาษีจากความตกลงเขตการค้าเสรีระหว่างไทยกับชิลีอีกด้วย

ข. เมื่อกระทรวงฯ และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและศักยภาพของชิลีแล้ว สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก ควรจะบูรณาการ ประสานแผนงานกับกรม กอง ที่เกี่ยวข้อง เสนอโครงการและ/หรือกิจกรรมที่เหมาะสม เพื่อให้ได้รับการสนับสนุนในด้านงบประมาณ จากกระทรวงฯ และ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการจัดเทศกาลภาพยนตร์ไทย เพื่อให้ ผู้บริโภคชาวชิลีมีโอกาสเข้าถึงภาพยนตร์ไทยที่หลากหลาย รวมถึงภาพยนตร์ที่ได้รับรางวัล หรือมีชื่อเสียง โดยนอกจากจัดฉายภาพยนตร์ไทยแล้ว ควรจะจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาพยนตร์ไทย ดังนี้

(1) จัดกิจกรรมในรูปแบบ fan meet เพื่อเปิดโอกาสให้ fan club ชิลีพบปะกับ ผู้กำกับและนักแสดงไทยในรูปแบบ on line หรือ in person หากไม่มีข้อจำกัดในด้านงบประมาณ เพื่อส่งเสริมความนิยมในภาพยนตร์ไทยของคนชิลี โดยอาจจะร่วมกับผู้ประกอบการภาพยนตร์ของชิลี อาทิ บริษัท Red Eyes และ Atenea Producciones เป็นต้น²

(2) เชิญสื่อมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิด (influencer) และ blogger ของชิลี เข้าร่วมเทศกาลภาพยนตร์ไทยและ fan meet เพื่อขยายเครือข่ายการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมความนิยม ในภาพยนตร์ไทย ที่สามารถขยายผลให้เข้าถึงคนชิลีได้อย่างแท้จริงต่อไป

(3) จัดกิจกรรมในรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการเสวนา ให้ผู้ประกอบการภาพยนตร์ของไทยพบปะ สร้าง และขยายเครือข่ายกับผู้ประกอบการของชิลี เพื่อสนับสนุนการร่วมสร้างภาพยนตร์ และ/หรือผลงานที่มีความหลากหลาย และสามารถเข้าถึง ผู้บริโภคในทั้งสองประเทศได้ โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา บริษัทของชิลีร่วมสร้างภาพยนตร์กับบริษัท ของประเทศที่ใช้ภาษาสเปนเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ในระยะหลัง เริ่มเปิดรับบริษัทของประเทศต่าง ๆ มากขึ้น อาทิ แคนาดา เกาหลีใต้ และได้หวัน เป็นต้น

(4) จัดกิจกรรมในรูปแบบการประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการเสวนา ให้ผู้ประกอบการภาพยนตร์ของไทยพบหารือกับภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องของชิลี

² (1) Red Eyes เป็นบริษัทจัดการแสดงดนตรีขนาดกลางและใหญ่ มีประสบการณ์ร่วมงานกับศิลปินจากภูมิภาค เอเชีย อาทิ BamBam - THE 1ST WORLD TOUR ในชิลี เป็นต้น และสนใจที่จะร่วมงานกับบริษัทไทย เพื่อแสวงหา ตลาดใหม่ (2) Atenea Producciones เป็นบริษัท organizer สนใจที่จะร่วมงานกับศิลปินไทย (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก, 2567)

เพื่อรับทราบถึงโอกาสและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในชิลี โดยอาจจะร่วมกับผู้ประกอบการชิลี อาทิ CinemaChile และ Cinetopia เป็นต้น³ ทั้งนี้ การร่วมมือกันระหว่างสถานเอกอัครราชทูตต่าง ๆ ในภูมิภาค จัดกิจกรรม เพื่อส่งเสริมภาพยนตร์ไทยในช่วงเวลาที่ต่อเนื่องกัน จะสามารถลดปัญหาข้อจำกัดในด้านงบประมาณ โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในด้านการเดินทางได้

ค. จากการที่คนชิลีเริ่มสนใจและชื่นชอบภาพยนตร์ไทยมากขึ้น ตามข้อมูลในข้อ 2.2.3 กระทบฯ ควรจะประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อชี้และสร้างความเอาใจใส่ให้ผู้ประกอบการภาพยนตร์ไทยเห็นถึงโอกาสและศักยภาพของตลาดชิลีและละตินอเมริกาโดยรวม โดยการจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการ หรือการเสวนา เพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดชิลีและละตินอเมริกา อาทิ การจัดทำคำบรรยายภาษาสเปน ลู่ทาง และกฎระเบียบเกี่ยวกับการเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในชิลี เป็นต้น เพื่อให้ภาพยนตร์ไทยสามารถเข้าถึงประชาชนในชิลีและละตินอเมริกาได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุมมากขึ้น โดยใช้ชิลีเป็นประตูสู่ภูมิภาค ขณะเดียวกัน สถานเอกอัครราชทูตฯ อาจประสานงานกับหน่วยงานของชิลีที่เกี่ยวข้อง จัดกิจกรรมในรูปแบบเดียวกันในชิลี เพื่อให้ผู้บริโภคชิลีเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของไทย

ง. เพื่อส่งเสริมให้คนชิลีรู้จักภาพยนตร์ไทย และให้ภาพยนตร์ไทยเป็นที่ยอมรับในชิลีมากขึ้น กระทบฯ โดยกรมสารนิเทศ ควรจะประสานงานกับหน่วยงานและภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการฉายภาพยนตร์ไทย และการส่งภาพยนตร์ไทยเข้าประกวดในเทศกาลภาพยนตร์ต่าง ๆ ในชิลี ตลอดจนการเข้าร่วม trade show ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยในชิลี อาทิ (1) Santiago Film Festival (SANFIC) (2) Valdivia International Film Festival (FICValdivia) (3) Amor Festival และ (4) Chile Media Show เป็นต้น⁴

³ (1) CinemaChile เป็นหน่วยงานสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพและเสียงของชิลี โดยเฉพาะภาพยนตร์ และโทรทัศน์ และเป็นหน่วยงานหลักในการคัดเลือกภาพยนตร์ที่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และสนับสนุนการนำภาพยนตร์ไปประกวดในเทศกาลต่าง ๆ (2) Cinetopia จัดจำหน่ายภาพยนตร์กระแสรองจากต่างประเทศ อาทิ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น อินเดีย และปากีสถาน เป็นต้น เคยนำภาพยนตร์ไทย “9 ศาสดา” ไปฉายในโรงภาพยนตร์ 20 แห่งที่ชิลี (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก, 2566)

⁴ (1) Santiago Film Festival (SANFIC) เป็นเทศกาลภาพยนตร์ที่ใหญ่ที่สุดของชิลี มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมเครือข่าย และแลกเปลี่ยนแนวคิดระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์ชิลีกับต่างประเทศ และสร้างผู้ผลิตภาพยนตร์รุ่นใหม่ โดยกิจกรรมประกอบด้วยฉายภาพยนตร์ (เน้นภาพยนตร์กระแสรอง / ภาพยนตร์ศิลปะ) การบรรยาย Masterclass เกี่ยวกับเทคนิคการถ่ายทำและการตลาด และการประกวดภาพยนตร์ในหมวดต่าง ๆ รวมถึงหมวดภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยที่ผ่านมา มีภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉาย / ร่วมประกวด อาทิ “Ceremony of Splendor” “สาวคาราโอเกะ” เป็นต้น (2) Valdivia International Film Festival (FICValdivia) เน้นฉายภาพยนตร์แนว avant-garde / experimental และจัดการบรรยาย เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างผู้ผลิตภาพยนตร์ โดยในเทศกาลครั้งล่าสุด

3.2.2 ข้อเสนอในระยะยาว

ก. โดยที่ช่องทาง online สามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวางและครอบคลุม กระทรวงฯ โดยกรมสารนิเทศ อาจจะประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและภาคเอกชน เพื่อสนับสนุนความร่วมมือกับช่องทาง streaming และ video-on-demand ซึ่งเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในชิลี ฉายเนื้อหาละครชีวิต BL และ GL ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากตามข้อมูลในข้อ 2.2.3 โดยอาจจะร่วมกับผู้ประกอบการชิลี อาทิ Mega และ Mediastream เป็นต้น⁵ และประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทย ผ่านช่องทาง online

ข. เมื่อคนชิลีมีความนิยมไทยเพิ่มมากขึ้นแล้ว สถานเอกอัครราชทูตฯ โดยการสนับสนุนจากกรมอเมริกาฯ อาจจะประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อจัดเทศกาลไทยเป็นประจำทุกปี เพื่อเผยแพร่หลากหลายเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมของไทย ทั้งภาพยนตร์ไทย มวยไทย อาหารไทย ตลอดจนการท่องเที่ยว โดยแสวงหาความร่วมมือกับเครือข่ายท้องถิ่น อาทิ ภาคเอกชนไทยที่ทำการค้า การลงทุนในชิลี และภาคเอกชนชิลีที่ทำการค้า การลงทุนในไทย เป็นต้น เพื่อช่วยสนับสนุนในด้านค่าใช้จ่าย และโดยเชิญสื่อมวลชน ผู้มีอิทธิพลทางความคิด และ blogger เข้าร่วม เพื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม

ค. เพื่อขยายฐานผู้ชมภาพยนตร์ไทย สถานเอกอัครราชทูตฯ อาจจะร่วมมือกับมหาวิทยาลัย หรือสถาบันการศึกษาในชิลี อาทิ Centro Estudios Asiáticos ของ Pontificia Universidad Católica de Chile (CEA-UC) และ Instituto de Estudios Internacionales ของ Universidad de Chile เป็นต้น เพื่อจัดการเรียน การสอนเกี่ยวกับประเทศไทย โดยสอดแทรก

เมื่อเดือนตุลาคม 2566 มีภาพยนตร์ไทยที่เข้าฉาย ได้แก่ “อานนเป็นนักเรียนตัวอย่าง” และ “Mangosteen” (3) Amor Festival เป็นเทศกาลภาพยนตร์ LGBTQ+ จัดขึ้นครั้งแรกเมื่อปี 2559 โดยเน้นการฉายภาพยนตร์ที่สะท้อนความกดดัน / การต่อสู้ของผู้มีความหลากหลายทางเพศ และการประกวดภาพยนตร์นานาชาติ ซึ่งในปี 2559 ภาพยนตร์ไทย “Made in Bangkok” ได้รับรางวัลชนะเลิศ โดยเป็นสารคดีของหญิงข้ามเพศชาวเม็กซิกันที่เดินทางไปประเทศไทยเพื่อเข้ารับการผ่าตัด gender-affirming surgery (4) Chile Media Show เป็น trade show ด้านสื่อและเทคโนโลยี ประกอบด้วย การเสวนาและการออก booth เจรจาธุรกิจระหว่างผู้ผลิตเนื้อหาและผู้จัดจำหน่าย (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก, 2566 และ 2567)

⁵ (1) Mega เป็นผู้ผลิตช่องทางโทรทัศน์ที่มีผู้ชมมากที่สุดในชิลี เป็นผู้นำเข้าละครชีวิตจากเกาหลีใต้ไปฉายทางฟรีทีวีเป็นรายแรกของชิลีเมื่อปี 2554 รวมถึงริเริ่มนำละครจากตุรกีไปฉายในชิลีจนได้รับความนิยมอย่างมาก ปัจจุบัน มีธุรกิจช่องทางโทรทัศน์ 5 ช่อง และช่องทาง MegaGo ในการรับชมรายการย้อนหลังผ่านอินเทอร์เน็ต (2) Mediastream เป็นบริษัทให้บริการสร้างช่องทางสำหรับบริการ streaming และ video-on-demand สัญชาติชิลี มีสำนักงานใน 6 ประเทศ มีความเชี่ยวชาญในตลาดในภูมิภาค และให้บริการเป็น host ของช่องทาง streaming ในภูมิภาคหลายราย (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก, 2567)

หลากหลายเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรมไทย อาทิ ภาพยนตร์ไทย ภาษาไทย การท่องเที่ยว และ อาหารไทย เป็นต้น โดยอาจจะเริ่มจากการเรียน การสอนเกี่ยวกับอาเซียน หรือการบรรยายพิเศษ เกี่ยวกับประเทศไทย

3.2.3 การใช้ภาพยนตร์และสื่อสร้างสรรค์เป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรม

สามารถดำเนินการได้ อาทิ (1) ภาพยนตร์ที่มีเนื้อหาที่เหมาะสม และมีคุณภาพ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศได้ การใช้ภาพยนตร์เป็นเครื่องมือของการทูตวัฒนธรรม จะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตให้แข็งแกร่งขึ้น และเป็นประตูเปิดไปสู่การกระชับ ความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นในทุกกระดับ (2) ใช้ภาพยนตร์และสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการค้า การลงทุน โดยสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการของไทย ซึ่งจะช่วยให้เพิ่ม โอกาสในการส่งออกสินค้าและบริการไปยังซีกโลกและภูมิภาคใกล้เคียง (3) ในด้านการท่องเที่ยว ใช้ภาพยนตร์และสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวในไทย ผ่านภาพยนตร์สามารถดึงดูด ให้นักท่องเที่ยวชิลีมาเยือนประเทศไทยมากขึ้น และ (4) ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน ภาพยนตร์เป็นสื่อที่สามารถสะท้อนวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของประเทศได้อย่างชัดเจน การฉายภาพยนตร์ไทยในชิลีจะช่วยให้คนชิลีได้เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมของไทยมากขึ้น

บรรณานุกรม

หนังสือ

สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ. คำศัพท์-คำย่อทางการทูตและการต่างประเทศ.
ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: หจก. ภาพพิมพ์, 2552.

รายงานการศึกษา

ชญานาวดี กัลยาณมิตร. การสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนไทยในนครชิคาโกโดยใช้นโยบายการทูต
วัฒนธรรม. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 9, 2560.

ณัฐริกา กระจ่างสาร. การใช้การทูตวัฒนธรรมส่งเสริมผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจของไทยในจีน
ระหว่างปี 2561-2564. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 14,
2565.

พีชภพ มงคลนาวิน. การทูตเชิงวัฒนธรรมของไทยในสหราชอาณาจักร : โอกาสและความท้าทาย.
รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 8, 2559.

รุษยาภรณ์ สุคนธ์ทรัพย์. การสร้างเอกภาพและประสิทธิผลให้การทูตวัฒนธรรมของประเทศไทย.
รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 1, 2552.

สรศักดิ์ สมรไกรสรกิจ. การดำเนินทูตสาธารณะโดยใช้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือเพื่อการทูตในศตวรรษ
ที่ 21. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 9, 2560.

อรพินทร์ ลีลิตธรรม. ข้อเสนอแนวทางการพัฒนาการดำเนินการทูตวัฒนธรรมของไทยในสหพันธ์
สาธารณรัฐเยอรมัน : กรณีศึกษากรุงเบอร์ลิน เมืองพหุวัฒนธรรม. รายงานการศึกษา
ส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 9, 2560.

เอกสารและข้อมูลจากหน่วยราชการไทย

กระทรวงการต่างประเทศ. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นการต่างประเทศ (พ.ศ. 2561-
2580). 2561.

กระทรวงการต่างประเทศ. แผนยุทธศาสตร์รายภูมิภาคและแผนปฏิบัติการการทูตพหุภาคี พ.ศ.
2566-2570. 2566.

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก. การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในชิลี. โทรเลข ที่ SAN
330/2566, 28 พฤศจิกายน 2566.

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก. การส่งเสริมอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ละคร และซีรีส์ไทย.

โทรเลข ที่ SAN 58/2567, 27 กุมภาพันธ์ 2567.

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก. ผลการดำเนินกิจกรรม “มวยไทยเพื่อการพัฒนา” ภายใต้โครงการส่งเสริมอัตลักษณ์ไทยให้เป็นที่รู้จักแก่สาธารณชนชิลีผ่านกีฬามวยไทย สำหรับบุคคลทั่วไป เยาวชน นักกีฬา กรรมการ และกลุ่ม LGBTIQ+. โทรเลข ที่ SAN .../2566, 20 มิถุนายน 2566.

สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก. รายงานการจัดกิจกรรมในโอกาสการเฉลิมฉลองการครบรอบ 60 ปี การสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตไทย-ชิลี ปี 2565. โทรเลข ที่ SAN 346/2565, 21 ธันวาคม 2565.

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล. วิวัฒนาการกระแสความนิยมเกาหลี (Korean Wave) ที่เรียกว่า Hallyu. ตุลาคม 2559.

การสัมภาษณ์

David Hansen Salas. รองหัวหน้าคณะผู้แทน สถานเอกอัครราชทูตชิลีประจำประเทศไทย.

สัมภาษณ์, 29 สิงหาคม 2567.

ปอ ชัมภลิจิต. เลขานุการโท สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก. สัมภาษณ์, 26 สิงหาคม 2567.

สื่ออิเล็กทรอนิกส์

กรมสารนิเทศ. ยุทธศาสตร์กรมสารนิเทศ พ.ศ. 2566-2568. [ออนไลน์]. 2566. แหล่งที่มา:

<https://info.mfa.go.th/th/pageเกี่ยวกับกรม-วิสัยทัศน์-พันธกิจ-อำนาจหน้าที่และยู?menu=62284c0311ce5374747ed763> [10 สิงหาคม 2567].

กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้. ไทย-ชิลี. [ออนไลน์]. 2567. แหล่งที่มา: <https://aspa.mfa.go.th/th/content/77743-ไทย-ชิลี?page=5e0dc1e53805f2240032d132&menu=5d6abf1e15e39c0648002061> [7 สิงหาคม 2567].

กรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้. สารระนำรู้เกี่ยวกับชิลี. [ออนไลน์]. 2565. แหล่งที่มา:

<https://aspa.mfa.go.th/th/content/109590-สารระนำรู้เกี่ยวกับชิลี?cate=5d6aa37315e39c0648000f41> [7 สิงหาคม 2567].

Alliance Française. About Us. [Online]. Available from:

<https://www.alliancefr.org/en/about> [17 สิงหาคม 2567].

- Bangkok Post. Thai Team Puts Some Spin on Ping-Pong Diplomacy. [Online]. Available from: <https://thailandjourney.bangkokpost.com/timeline/1972/thai-team-puts-some-spin-on-ping-pong-diplomacy> [17 สิงหาคม 2567].
- British Council. About Us. [Online]. Available from: <https://learnenglish.britishcouncil.org/about-us> [17 สิงหาคม 2567].
- Cabinet Office. Cool Japan Strategy. [Online]. Available from: https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/index-e.html [18 สิงหาคม 2567].
- Confucius Institute. Brand. [Online]. Available from: <https://ci.cn/en/gywm/pp> [17 สิงหาคม 2567].
- Distance Calculator. Distance from Bangkok to Santiago. [Online]. Available from: <http://www.distanceworld.com/distance/1584525-4293075> [4 สิงหาคม 2567].
- Goethe Institut. Who We Are. [Online]. Available from: <https://www.goethe.de/en/uun/org.html> [17 สิงหาคม 2567].
- Japan Foundation. About Us. [Online]. Available from: <https://www.jpff.go.jp/e/about/> [10 สิงหาคม 2567]
- Korea Foundation. Who We Are. [Online]. Available from: <https://www.kf.or.kr/kfEng/cm/cntnts/cntntsView2.do?mi=2126> [10 สิงหาคม 2567].
- Ministry of Culture, Sports and Tourism. Hallyu (Korean Wave). [Online]. Available from: <https://www.korea.net/AboutKorea/Culture-and-the-Arts/Hallyu> [18 สิงหาคม 2567].
- National Museum of American Diplomacy. Ping-Pong Diplomacy: Artifacts from the Historic 1971 U.S. Table Tennis Trip to China. [Online]. 2021. Available from: <https://diplomacy.state.gov/ping-pong-diplomacy-historic-1971-u-s-table-tennis-trip-to-china/> [17 สิงหาคม 2567].
- Radio Free Europe / Radio Liberty. Obama, Medvedev Seal Successful ‘Reset’ With Burgers and Fries. [Online]. 2010. Available from: https://www.rferl.org/a/Obama_And_Medvedev_Seal_Successful_Reset_With_Burgers_And_Fries/2081904.html [10 สิงหาคม 2567].

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นางสาวจักรสุตา จักกะพาก
ประวัติการศึกษา	– Bachelor of Arts (Political Science), University of Oregon, สหรัฐอเมริกา – Master of Arts (International Policy Studies), Monterey Institute of International Studies, สหรัฐอเมริกา
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2537-2539 เจ้าหน้าที่การทูต 4 กรมองค์การระหว่างประเทศ พ.ศ. 2539-2543 เลขานุการตรี คณะผู้แทนถาวร ณ นครนิวยอร์ก พ.ศ. 2543-2545 เจ้าหน้าที่การทูต 5 กรมองค์การระหว่างประเทศ พ.ศ. 2545-2547 เจ้าหน้าที่การทูต 5 กรมเอเชียตะวันออก พ.ศ. 2547-2552 เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโซล พ.ศ. 2552-2554 นักการทูตชำนาญการ (เลขานุการเอก) กรมยุโรป พ.ศ. 2554-2558 ที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงวอชิงตัน พ.ศ. 2558-2562 นักการทูตชำนาญการ (ที่ปรึกษา) กองความสัมพันธ์กับคู่เจรจา กรมอาเซียน พ.ศ. 2562-2566 อัครราชทูตที่ปรึกษา สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงซันติอาโก พ.ศ. 2567 นักการทูตชำนาญการพิเศษ กรมองค์การระหว่างประเทศ พ.ศ. 2567-ปัจจุบัน ผู้อำนวยการกองประชาสัมพันธ์การทูตสาธารณะ กรมสารนิเทศ
ตำแหน่งปัจจุบัน	Executive Course, Asia Pacific Center for Security Studies สหรัฐอเมริกา