

ประเทศไทย และ อำนาจละมุน Thailand and Soft Power

บัณฑิต รัตนไตร¹, ศศิรัช สายขุน¹ และ อุษา ศิลป์เรืองวิไล²

Bundith Rattanatai¹, Sasirat Saikhoone¹ and Usa Silraungwilai²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

¹School of Business Administration, Eastern Asia University

²หมวดวิชาศึกษาทั่วไป สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

²General Education, Office of Academic Affairs, Eastern Asia University

Received: December 14, 2022

Revised: December 28, 2022

Accepted: December 28, 2022

บทคัดย่อ

อำนาจละมุน หรือ อำนาจอ่อน (Soft Power) เป็นรูปแบบการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจที่ถูกกล่าวถึงเป็นอย่างมากในช่วงเวลานี้ ทั้งที่จริงแล้วในหลายประเทศมีการนำอำนาจละมุน (Soft Power) มาใช้ในการสร้างความสนใจ สร้างแรงดึงดูด นานหลายสิบปีแล้ว หลายประเทศประสบความสำเร็จจากการใช้อำนาจละมุน (Soft Power) ดึงดูดเม็ดเงินจากชาติอื่นกลับเข้าสู่ประเทศตนเองปีละหลายแสนล้านบาทและเป็นต้นแบบที่ประเทศไทยควรจะนำมาศึกษาและพัฒนาให้เกิดประโยชน์กับประเทศ ทั้งนี้การที่ประเทศไทยจะนำอำนาจละมุน (Soft Power) มาสร้างแรงดึงดูดและความสนใจเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศถือเป็นเรื่องที่มีความท้าทายและน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง เพราะต้องอาศัยหลายปัจจัยที่จะทำให้เกิดความสำเร็จได้ ทั้งการสนับสนุนจากภาครัฐ การกำหนดนโยบายระยะยาว การมอบหมายหน่วยงานที่รับผิดชอบ และให้การสนับสนุน การปรับตัว ความร่วมมือจากภาคเอกชนและประชาชน การส่งเสริมด้านการศึกษา การปรับเปลี่ยนทัศนคติ การให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการดำเนินนโยบายทางการทูต ซึ่งหากประเทศไทยสามารถดำเนินการได้อำนาจละมุน (Soft Power) ของไทยก็จะสามารถสร้างรายได้ทั้งในรูปตัวเงินและไม่ใช้ตัวเงินได้ประสบความสำเร็จอย่างแน่นอน

คำสำคัญ: อำนาจละมุน, วัฒนธรรม, การส่งออก

Abstract

Soft Power is a form of economic monetization that has been discussed a lot during this time. In fact, many countries have adopted soft power to create attraction for many decades with success in bringing hundreds of millions of baht inward continually. Thailand should study and develop soft power for the benefit of the country to create attraction and interest in order to generate income for the country. It is a challenging and interesting matter because it depends on many factors such as supporting from the government, long-term policy formulation, assigning agencies to be responsible and support, adaptation, cooperation from the private sector and the public education, education promotion, promotion attitude, attitude change, paying attention to other related elements, including the implementation of diplomatic policies. If Thailand is able to do this, soft power of

Thailand will be able to generate income in both monetary and non-monetary forms with success.

Keywords: soft power, culture, exporting



บทนำ

ในช่วงปีที่ผ่านมากระแสคำว่า อำนาจละมุน (Soft Power) ถูกพูดถึงเป็นอย่างมากในสื่อต่าง ๆ ของประเทศไทย และได้รับการกล่าวถึงมากขึ้นเมื่อครั้งที่ ลิซ่า BLACKPINK ศิลปินนักร้องชาวไทย กล่าวว่ามีคิดถึงบรรยากาศและอยากกลับไปต่อแถวซื้อลูกชิ้นยืนกินที่สถานีรถไฟบุรีรัมย์ รวมไปถึงเมื่อครั้งที่มิลลิ ศิลปินนักร้องชาวไทย ได้ไปแสดงคอนเสิร์ตในเทศกาลดนตรี Coachella ซึ่งเป็นงานดนตรีระดับนานาชาติที่ได้รับการยอมรับจากแฟนเพลงทั่วโลก ได้หยิบข้าวเหนียวมะม่วงขึ้นมารับประทานระหว่างแสดงคอนเสิร์ต ทั้ง 2 เหตุการณ์ปลุกกระแสให้ทั้งคนไทยและชาวต่างชาติหันมาสนใจและไปค้นหาสินค้าทั้ง 2 ชนิด มาลองรับประทานจนเกิดเป็นกระแสว่านี่คือ อำนาจละมุน (Soft Power) ของคนไทย ทั้งนี้หากพิจารณาถึงความเป็นจริงจะพบว่ากระแสดังกล่าวเกิดขึ้นจริง แต่เกิดขึ้นเพียงชั่วครั้งชั่วคราว แล้วก็หายไป ไม่มีการสานต่อหรือนำสิ่งเหล่านี้ไปต่อยอดให้เกิดเป็น Soft Power ที่มีความยั่งยืน ในความเป็นจริงนั้นการสร้าง Soft Power ของประเทศต่าง ๆ ไม่ได้เกิดจากการอาศัยเหตุการณ์บางเหตุการณ์มาปลุกกระแสให้เกิดขึ้น แต่การสร้าง Soft Power นั้นต้องเกิดจากความร่วมมือร่วมใจและเห็นความสำคัญอย่างจริงจัง ตั้งแต่การกำหนดเป็นนโยบายหลักของประเทศที่จะส่งออกเนื้อหาดังกล่าวนั้น การแก้ไขข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่จะสามารถช่วยสนับสนุนการดำเนินการสร้าง Soft Power การให้การสนับสนุนจากภาครัฐในการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน การปรับตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวของหน่วยงานภาครัฐ การควบคุมการส่งออกเนื้อหาให้มีคุณภาพ และยังมีอีกมากมายที่ผู้บริหารของประเทศจะต้องให้ความสำคัญและพร้อมสนับสนุน หากต้องการให้ประเทศสามารถส่งออก Soft Power เป็นสินค้าหลักในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ เนื้อหาในบทความนี้จะนำเสนอความหมายและตัวอย่างของประเทศต่าง ๆ ที่มีการส่งออก

Soft Power และประสบความสำเร็จจนสามารถนำรายได้จากประเทศอื่นกลับเข้าสู่ประเทศของตนเองได้ และเสนอแนะสิ่งที่ประเทศไทยควรจะต้องทำหากประสงค์จะสร้าง Soft Power เพื่อส่งออกและนำรายได้กลับเข้าสู่ประเทศ

แนวคิดและงานที่เกี่ยวข้อง

Joseph Nye (1990) นักวิชาการชาวอเมริกา ได้นิยามคำว่า อำนาจ (Power) ไว้ว่า คือ ความสามารถที่จะทำให้คุณกำกับหรือได้ในสิ่งที่คุณต้องการ ส่วน อำนาจอ่อน หรือ อำนาจละมุน (Soft Power) คือ การที่ผู้อื่นเต็มใจกระทำในสิ่งที่ผู้ใช้อำนาจต้องการ ผ่านการดึงดูดใจ ทำให้ผู้อื่นมีความพึงพอใจหรือเต็มใจที่จะเปลี่ยนพฤติกรรม ยอมรับและคล้อยตามสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้อำนาจมากกว่าการบีบบังคับหรือจ่ายเงิน ซึ่งสอดคล้องกับ บวร โทศรีแก้ว (Tosrikaew, 2014) ที่กล่าวไว้ว่า อำนาจละมุน (Soft Power) คือ การครอบงำที่ทำให้ผู้อื่นร่วมมือหรือปฏิบัติตามความต้องการของเรา โดยไม่ได้รู้สึกว่าจะถูกบีบบังคับและอาจนิยมชมชอบด้วยเนื่องจากได้ผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งมีความแตกต่างจากการใช้อำนาจแบบดั้งเดิมที่จะใช้อำนาจเชิงขู่บังคับ (hard power) ด้วยอำนาจทางการทหารหรืออำนาจทางเศรษฐกิจในการคุกคามผู้อื่น

Joseph Nye (2004, p.11) กล่าวว่าปัจจัยพื้นฐานของ Soft power มีด้วยกัน 3 ประการ ได้แก่

1. วัฒนธรรม (culture) คือ ชุดของค่านิยมและการปฏิบัติ ที่สร้างความหมายให้แก่สังคม สามารถแสดงออกได้หลากหลายรูปแบบ โดยทั่วไปจะแบ่งออกเป็นวัฒนธรรมชั้นสูง เช่น วรรณกรรม ศิลปะ และการศึกษา และวัฒนธรรมสมัยนิยมที่มุ่งเน้นไปที่ความบันเทิงเป็นหลัก หากวัฒนธรรมของประเทศหนึ่งมีความสอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น ๆ โอกาสที่วัฒนธรรมดังกล่าวจะกลายเป็น Soft Power ของประเทศนั้นก็จะมีมากขึ้น ซึ่งช่อง

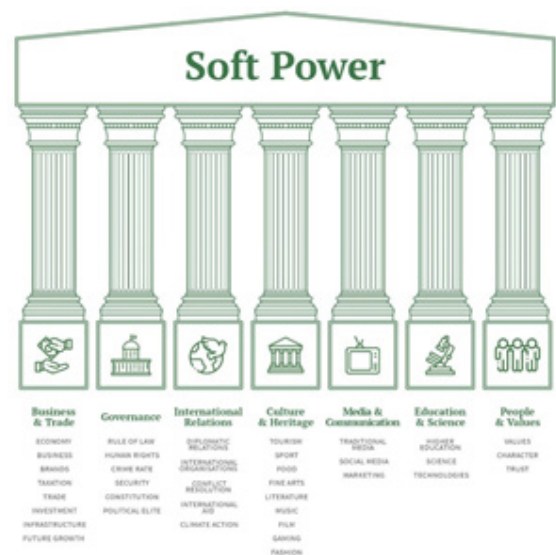
ทางที่ทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นที่รู้จักนั้นมีอยู่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็น การค้า การเยี่ยมเยือน การติดต่อสื่อสาร และการแลกเปลี่ยน

2. ค่านิยมทางการเมือง (political values) กล่าวคือ หากประเทศใดมีค่านิยมทางการเมืองที่สอดคล้องกับประเทศอื่น ๆ Soft Power ของประเทศนั้นๆ จะเพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกัน ถ้าค่านิยม ของประเทศใด ขัดกับค่านิยมของประเทศอื่น ๆ อย่างชัดเจน Soft Power ของประเทศนั้นก็จะลดลง เช่น ในทศวรรษ 1950 สหรัฐอเมริกายังคงมีแนวคิดเรื่องของการแบ่งแยกสีผิว (racial segregation) ทำให้ Soft Power ของสหรัฐอเมริกา ในทวีปแอฟริกันั้นเกิดขึ้นน้อยมาก เป็นต้น

3. นโยบายต่างประเทศ (foreign policies) ถือเป็นอีกปัจจัยหลักที่มีศักยภาพในการสร้าง Soft Power ถ้าหากประเทศหนึ่งดำเนินนโยบายที่ไม่มีความจริงใจ หลอกลวง (hypocritical) ก้าวร้าวและไม่สนใจต่อท่าที ของประเทศอื่น ๆ โอกาสในการสร้าง Soft power จะลดลง เช่นกรณีของสหรัฐอเมริกาที่บุกยึดประเทศอิรักใน ปี 2003 โดยที่ไม่สนใจฟังเสียงคัดค้านของประเทศอื่น ๆ ส่งผลให้ Soft Power ของ สหรัฐอเมริกาในอิรักไม่ประสบความสำเร็จ เป็นต้น แต่ถ้าประเทศใดมีนโยบายต่าง ประเทศที่รักสันติภาพและเคารพในสิทธิมนุษยชน โอกาส ที่จะสร้าง Soft Power จะเพิ่มมากขึ้น

กิตติ ประเสริฐสุข (Prasirtsuk, 2018) ได้กล่าวถึง ปัจจัยพื้นฐานทั้ง 3 ด้านของ Soft Power มีวัตถุประสงค์ เพื่อ (1) สร้างเครือข่ายความร่วมมือทั่วโลก (2) เพื่อผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการค้า และ (3) เพื่อเพิ่ม บทบาทและเกียรติภูมิในสังคมระหว่างประเทศ

Brand Finance (2020) บริษัทที่ทำการประเมิน มูลค่าแบรนด์ชั้นนำระดับโลก ได้ทำการแบ่ง Soft Power ออกเป็น 7 หมวดหมู่ย่อย ดังนี้



ภาพ 1 Soft power: Why it matters to governments, people, and brands

Note: From “Soft power: Why it matters to governments, people, and brands” by Brand Finance, 2020, retrieved from <https://brandfinance.com/insights/soft-power-why-it-matters>

1. ด้านธุรกิจและการค้า (business & trade)
2. ด้านการบริหารการปกครอง (governance)
3. ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (international relations)
4. ด้านการส่งต่อมรดกและความมั่งคั่งทางวัฒนธรรม (culture & heritage)
5. ด้านสื่อและการสื่อสาร (media & communication)
6. ด้านการศึกษาและวิทยาศาสตร์ (education & science)
7. ด้านคุณค่าและประชากร (people & values)

ทั้งนี้ หากพิจารณาจากการแบ่งหมวดหมู่ Soft Power ของ Brand Finance จะเห็นได้ว่า Soft Power ไม่ได้เกิดจากการส่งออกเพียงวัฒนธรรมเพียงอย่างเดียว และไม่ได้หมายถึงเพียงแค่การส่งออกผ่านสื่อเพื่อความบันเทิงเท่านั้น Soft Power ยังสามารถส่งออกผ่านลักษณะของการดำเนินการในด้านอื่นๆได้อีกด้วย จึงทำให้ใน ค.ศ. 2022 เมื่อมีการจัดอันดับประเทศที่มีการใช้ Soft Power ได้นำดังุดมากที่สุด 10 อันดับแรก จะประกอบด้วย



ภาพ 2 Global Soft Power Index 2022: USA bounces back better to top of nation brand ranking

Note: From “Global Soft Power Index 2022: USA bounces back better to top of nation brand ranking” by Brand Finance, 2022, retrieved from <https://brandfinance.com/press-releases/global-soft-power-index-2022-usa-bounces-back-better-to-top-of-nation-brand-ranking>

จากภาพด้านบนจะเห็นได้ว่าสหรัฐอเมริกา ยังเป็นประเทศที่มี Soft Power น่าดึงดูดมากที่สุดในโลก และตามมาด้วย สหราชอาณาจักร เยอรมัน จีน ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส แคนาดา สวิสเซอร์แลนด์ รัสเซีย และ อิตาลี ตามลำดับใน 10 อันดับแรก ส่วนเกาหลีใต้ ที่เราเข้าใจว่ามี Soft Power ที่น่าดึงดูดนั้นถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 12 และ ประเทศไทย ถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 35 ซึ่งหากเรานำประเทศเหล่านี้มาวิเคราะห์และพิจารณาอย่างถี่ถ้วนแล้ว อาจจะทำให้เรามองเห็นโอกาสและอุปสรรคสำหรับการสร้าง Soft Power ให้กับประเทศไทย

ประเทศเหล่านี้มี Soft Power อะไรบ้าง

หากให้พูดถึงประเทศที่มี Soft Power ที่น่าดึงดูดที่สุดในโลกตอนนี้คงต้องยกตัวอย่าง สหรัฐอเมริกา ก่อนเป็นประเทศแรก ซึ่งหากเราพิจารณาจากด้านต่าง ๆ ทั้ง 7 หมวดด้านบนจะเห็นได้ว่าสหรัฐอเมริกามี Soft Power ครบทุกด้านไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการทำงาน การค้าการลงทุน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ธรรมชาติในการบริหารประเทศ ความเป็นประเทศที่เป็นผู้นำทางประชาธิปไตย ระบบการศึกษาที่รวบรวมสถาบันชั้นนำของโลกไว้อยู่เป็นจำนวนมาก สิทธิเสรีภาพของประชากรในประเทศในการแสดงออกต่าง ๆ ความทันสมัยของเทคโนโลยีต่าง ๆ และที่ไม่พูดถึงไม่ได้ คือ การส่งออก Soft Power ผ่านความบันเทิง

ในรูปแบบต่าง ๆ ต้องยอมรับอย่างหนึ่งว่า สหรัฐอเมริกา ไม่ได้เพียงแค่ส่งออกความบันเทิงเหล่านี้แค่ 10-20 ปีที่ผ่านมา แต่สหรัฐอเมริกามีการวางแผนและดำเนินการส่งออกวัฒนธรรมความบันเทิงเหล่านี้มาเป็น 100 ปีแล้ว ตั้งแต่โลกใบนี้รู้จักกับคำว่าภาพยนตร์ ก็จะได้เห็นว่าภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาหรือที่เรียกกันว่าภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดแทบจะยึดส่วนแบ่งทางการตลาดไปเกือบทั้งหมด ลำพังเพียงแค่การบริโภคในประเทศก็มากเพียงพอแล้ว แต่ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดยังสามารถส่งออกขายได้ทั่วโลกโดยแทบจะไม่มีข้อจำกัดใด ๆ เลยเมื่อเปรียบเทียบกับภาพยนตร์ของประเทศอื่น ๆ ส่วนหนึ่งอาจจะมาจากการที่ภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดใช้ภาษาสากลในการสื่อสารซึ่งก็คือ ภาษาอังกฤษ ต่างจากประเทศอื่น ๆ ที่ส่งออกภาพยนตร์มายังต่างประเทศด้วยการถ่ายทำเป็นภาษาของประเทศตัวเองทำให้อาจจะเข้าถึงได้ยากกว่า อีกทั้งภาพยนตร์ฮอลลีวู้ดยังมีความหลากหลายของเนื้อหาที่สามารถทำให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้หลายกลุ่มและเป็นวงที่กว้างกว่าและที่สำคัญสหรัฐอเมริกาสร้างการรับรู้ให้คนทั้งโลกเข้าใจว่าภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาคือภาพยนตร์ที่ดีที่สุดในโลก ด้วยการสร้างเวทีประกาศรางวัลขึ้นมารองรับอย่างเวทีออสการ์ที่จัดขึ้นทุกปีเพื่อประกาศให้โลกรู้ว่าภาพยนตร์ของประเทศเราที่ดีที่สุดในโลก กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและอยากรับชม โดยภาพยนตร์ของสหรัฐอเมริกาก็จะถูกละเลงให้เป็นภาพยนตร์ที่ถูกเสนอชื่อเข้าชิงในรางวัลใหญ่ 5 รางวัลของเวทีประกาศรางวัลออสการ์ ส่วนภาพยนตร์ของชาติอื่น ๆ จะได้เข้าชิงในสาขาภาพยนตร์ต่างประเทศยอดเยี่ยมเท่านั้น จะเห็นได้อย่างหนึ่งว่าเวทีประกาศรางวัลนี้ไม่ได้ถูกสร้างขึ้นมากแค่ปี 2 ปี แต่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมาเกือบจะ 100 ปี แล้วและใช้เวลาในการสั่งสมและสร้างให้เกิดการยอมรับจากประเทศอื่น ๆ โดยไม่มีการบังคับ อย่างที่กล่าวมาเวทีประกาศรางวัลด้านภาพยนตร์มีอยู่มากมายหลากหลายเวที แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะจดจำรับรู้ได้เพียงแค่เวทีออสการ์และให้การยอมรับกับผลการตัดสินรางวัลในแต่ละปี

ซึ่งหากเราพิจารณาแค่ตัวภาพยนตร์ก็จะเข้าใจได้ว่าสหรัฐอเมริกามี Soft Power แค่เรื่องนี้ แต่หากเราลองพิจารณาไปในรายละเอียดของภาพยนตร์จะเห็นว่า ในภาพยนตร์แต่ละเรื่องที่เราได้ชมนั้นสหรัฐอเมริกายังฝัง Soft Power ตัวอื่นๆเข้าไปในภาพยนตร์แบบไม่ทำให้ผู้บริโภครู้สึกถูกยัดเยียด แต่กลับทำให้เราจดจำรับรู้สิ่งเหล่านั้นไป

อย่างไม่รู้ตัวเลยด้วยซ้ำ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจน อาทิเช่น ในภาพยนตร์แต่ละเรื่องของสหรัฐอเมริกาหากมีฉากต้องรับประทานอาหารของเหล่านักแสดง ผู้ชมแทบจะไม่เคยเห็นตัวละครหรือนักแสดงทานอาหารของชาติอื่นเลย มักเห็นรับประทานแต่อาหารประเภท เบอร์เกอร์ สเต็ก ไก่ทอด น้ำก็จะเห็นดื่มแต่น้ำอัดลมหรือเบียร์ ซึ่งเป็นสินค้าของประเทศตัวเอง จนเป็นภาพชินตาและทำให้ผู้ชมรู้สึกไม่ได้ถูกยึดเยียด ซึ่งรู้สึกตัวอีกทีสินค้านั้นก็แพร่หลายไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจนกลายเป็นอาหารและเครื่องดื่มหลักในชีวิตประจำวันไปแล้ว ในที่นี้เรายังไม่รวมสินค้าประเภทอื่นๆที่ปรากฏอยู่ในภาพยนตร์ ยิ่งไปกว่านั้นสหรัฐอเมริกา ยังมีการต่อยอด Soft Power จากภาพยนตร์ที่ส่งออกมา ฉายยังต่างประเทศผ่านของสะสม ของที่ระลึกชนิดต่าง ๆ ที่นำออกจำหน่ายเพื่อให้แฟนพันธุ์แท้ของภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ได้สะสมกันอีกด้วย เช่น ของสะสมของสตาร์ วอร์ ของสะสมของเหล่าซูเปอร์ฮีโร่ทั้งจากค่ายมาร์เวล ไม่ว่าจะเป็น Avenger Iron Man Spiderman Thor และดีซี คอมิกส์ ทั้ง Batman Superman Wonder Woman แม้กระทั่งของสะสมของแมคโดนัลด์ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เราอาจจะมองว่าเป็นของเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่ความจริงแล้วทั้งตัวภาพยนตร์และสิ่งของที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ตามที่เราสามารถนำเงินกลับมาซื้อสหรัฐอเมริกาในแต่ละปีนับได้เป็นจำนวนหลายแสนล้านบาท



ภาพ 3 Avenger infinity war

Note: From “Avenger infinity war” by Marvel Studio, 2022, retrieved from <https://movies.disney.co.th/avengers-infinity-war>

นอกจากความบันเทิงในรูปแบบภาพยนตร์จะเป็น Soft Power ที่ทรงพลังของสหรัฐอเมริกาแล้ว ดนตรีก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สร้าง Soft Power ให้กับประเทศได้เป็นอย่างดี ย้อนกลับไปในอดีตสหรัฐอเมริกามี เอลวิส เพลสลีย์ เป็น Soft Power ที่คนทั่วโลกคลั่งไคล้ เป็นนักร้องและนักแสดงชาวอเมริกัน ที่ได้รับการยกย่องว่าเป็นหนึ่งในสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่สำคัญที่สุดของศตวรรษที่ 20 จนถูกขนานนามว่า “ราชาแห่งร็อกแอนด์โรล” ถัดมาจากเอลวิส เพลสลีย์ ก็ตามมาด้วย ไมเคิล แจ็กสัน มาดอนน่า วิทนีย์ ฮูสตัน มาราย แครี บริทนีย์ สเปียร์ จนถึงปัจจุบันก็ยังมี จัสติน บีเบอร์ อริอานา กรานเด เคที เพอร์รี และ เทย์เลอร์ สวิฟต์ จากที่กล่าวมาตัวเรานั้นเคยฟังหรือชื่นชอบเพลงของศิลปินเหล่านี้เลยหรือไม่ ด้วยปริมาณของศิลปินที่สหรัฐอเมริกาผลิตผลงานออกมาเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ย่อมสามารถดึงดูดเม็ดเงินจากผู้บริโภคได้ไม่มากนักน้อย ทั้งจากการซื้ออัลบั้มเหล่านั้น รวมไปถึงรายได้จากการออกทัวร์คอนเสิร์ตระดับโลก เพื่อนำ Soft Power เหล่านี้ออกสู่สายตาคนทั้งโลกและส่งต่อวัฒนธรรมแบบอเมริกันไปแบบแนบเนียน อีกทั้งสหรัฐอเมริกายังมีซีรีส์เรื่องเยี่ยมมากมายที่ส่งผ่าน Soft Power แบบอเมริกันสู่สายตาผู้ชมทั่วโลก อาทิ ครั้งหนึ่งที่ซีรีส์ Friend ทำให้คนชาติอื่น ๆ หันมาสนใจเรียนภาษาอังกฤษกันมากขึ้นเพื่อจะชมซีรีส์เรื่องนี้ หรือกระแสของ Sex and The City ซีรีส์ที่ส่งให้นักแสดงและตัวสินค้าต่างๆ เป็นที่ชื่นชอบของคนทั้งโลก จนถึง Walking Dead ซีรีส์ที่ปลูกกระแสให้ทุกชาติหันมาผลิตคอนเทนต์ความบันเทิงแนวซอมบี้กันอย่างมากมาย รวมถึง Soft Power ล่าสุดที่สหรัฐอเมริกาส่งออกมาสู่สายตาชาวโลกก็คือ แพลตฟอร์มสตรีมมิ่งระดับโลก อาทิ Netflix Amazon Disney HBO ที่กำลังจะเข้ามาเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของมนุษย์ในอนาคต จากการออกไปหาความบันเทิงนอกบ้านเปลี่ยนมาเป็นแค่นั่งอยู่หน้าจอทีวีก็รับชมความบันเทิงได้อย่างหลากหลาย ซึ่งการเติบโตของการบริโภคสื่อลักษณะนี้มีแนวโน้มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งต้องรอดูต่อไปว่า Soft Power ตัวนี้จะมาแย่งส่วนแบ่งของ Soft Power เดิม ๆ ที่สหรัฐอเมริกามีหรือไม่ในอนาคต ที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อจะยกตัวอย่างให้เห็นถึงการสร้าง Soft Power ของสหรัฐอเมริกาเพื่อส่งออกสู่สายตาคนทั้งโลกว่าสามารถดึงดูดรายได้กลับเข้าสู่ประเทศได้มากมายขนาดไหน

ถัดจากสหรัฐอเมริกา ประเทศที่มี Soft Power นำติดต่อดเป็นอันดับ 2 ของโลกอย่างประเทศอังกฤษนั้น มีอะไรบ้าง ไม่ไกลไปกว่านั้น อังกฤษก็มีความคล้ายกับสหรัฐอเมริกาในส่วนที่แทบจะมี Soft Power ครบทั้ง 7 หมวดหมู่ย่อยตามที่เอ่ยถึงข้างต้น ทั้งความเป็นประเทศที่เป็นต้นแบบของประชาธิปไตย การมีสถาบันการศึกษาชั้นนำของโลกตั้งอยู่ซึ่งเป็นที่ใฝ่ฝันของบรรดานักเรียนนักศึกษาทั่วโลกที่อยากจะเข้าศึกษาให้ได้ รวมไปถึงความมั่นคงทางการเมืองและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และ Soft Power ที่สำคัญที่สุดอีกหนึ่งอย่างก็คือ ฟุตบอล



ภาพ 4 Premier League Clubs' best and worst possible final positions in table

Note: From "Premier League Clubs' best and worst possible final positions in table" by Skysport, 2022, retrieved from <https://www.skysports.com/football/news/11661/12599944/premier-league-clubs-best-and-worst-possible-final-positions-in-table>.

ทำไมถึงเป็นฟุตบอล ทั้งที่ในความเป็นจริงแล้วหลาย ๆ ประเทศในยุโรปก็มีลีกฟุตบอลของประเทศเอง หลายประเทศได้รับการยอมรับว่าเป็นลีกที่ดี อย่างบุนเดสลีกาของเยอรมัน ลา ลีกาของสเปน กัลโช่เซเรียอาของอิตาลี หรือลีกเอิงของฝรั่งเศส แต่ที่กล่าวมาทั้งหมดยังเทียบไม่ได้กับพรีเมียร์ลีกของอังกฤษ แต่กว่าที่พรีเมียร์ลีกของอังกฤษจะสามารถเป็น Soft Power อย่างในเวลานี้ อังกฤษก็ใช้เวลาในการสร้างมาเกินกว่า 100 ปีแล้ว แรกเริ่มเดิมทีลีกฟุตบอลของอังกฤษมีชื่อว่า ดิวิชันหนึ่ง ซึ่งก็ไม่ต่างจากลีกอื่น ๆ ในทวีปยุโรป ที่มีขึ้นเพื่อให้คนในประเทศตัวเองได้รับชมเพื่อความบันเทิงในวันหยุดพักผ่อน หลาย ๆ ทีมก่อตั้งขึ้นจากตัวแทนของคนในชุมชนของเมืองนั้น ๆ และ

เริ่มกลายเป็นการต่อสู้กันระหว่างชนชั้นต่าง ๆ ของลีกผ่านสโมสรฟุตบอลที่มีทั้งสโมสรของเมืองหลวงและสโมสรนอกเมืองหลวง ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องราวที่ถูกใส่เข้ามาเพื่อสร้างอารมณ์ร่วมให้กับบรรดาแฟนบอล จนเมื่อเริ่มมีการถ่ายทอดสดและเทปบันทึกภาพออกมาให้กับคนนอกประเทศได้รับชม ความนิยมในฟุตบอลลีกของอังกฤษก็ค่อย ๆ เพิ่มขึ้น ด้วยความที่เป็นลีกฟุตบอลที่เล่นกันด้วยทักษะชั้นเชิงอย่างสนุกสนาน จนเข้าสู่ช่วง ค.ศ.1990 สโมสรชั้นนำของอังกฤษก็เกิดแนวคิดที่จะออกมาตั้งลีกการแข่งขันใหม่ ที่บริหารงานอิสระจากสมาคมฟุตบอล เพราะเชื่อว่าจะทำให้มีอำนาจต่อรองค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดกับสถานีโทรทัศน์ เพื่อให้ได้สัญญาประมูลที่มีมูลค่าสูงกว่าเดิมมาก หลังจากได้รับอนุมัติจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ใน ค.ศ.1992 จึงมีการก่อตั้งบริษัทเอกชน ชื่อว่า The Football Association Premier League Limited ขึ้น เพื่อรับผิดชอบจัดการแข่งขันฟุตบอล "พรีเมียร์ลีก" เป็นลีกสูงสุดของอังกฤษ เหนือกว่าดิวิชันหนึ่ง โดยบริษัทแห่งนี้มีผู้ถือหุ้น คือ สโมสรที่ร่วมแข่งขันในแต่ละฤดูกาล จำนวน 20 ทีม ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามทีมที่ตกชั้นหรือเลื่อนชั้นมาจากดิวิชันหนึ่ง ซึ่งในฐานะผู้ถือหุ้น สโมสรจะมอบลิขสิทธิ์ให้บริษัทไปดำเนินการเปิดการประมูลเพื่อหาผู้ถ่ายทอดสดการแข่งขัน และจัดทำรายการเกี่ยวกับคอนเทนต์พรีเมียร์ลีก ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งจากวันนั้นจนถึงวันนี้ค่าประมูลลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดฟุตบอลพรีเมียร์ลีกในต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 8,200 ล้านบาทในช่วงเริ่มต้น มาเป็น 180,000 ล้านบาทในรอบปีล่าสุด (Longtunman, 2022) และคาดการณ์ว่าในการประมูลรอบถัดไปมูลค่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 217,000 ล้านบาท

ที่กล่าวมาเป็นเพียงแค่ค่าลิขสิทธิ์ถ่ายทอดสดทั่วโลกที่สามารถนำเม็ดเงินกลับเข้าสู่ประเทศเท่านั้น ยังไม่รวมถึง รายได้จากการขายเสื้อผ้าและของที่ระลึกของสโมสรต่าง ๆ รายได้จากสปอนเซอร์ของสินค้าต่าง ๆ ให้กับสโมสรฟุตบอลเหล่านี้ รายได้จากการมีแฟนบอลชาวต่างชาติมาเยี่ยมชมสนามการแข่งขัน รวมไปถึงรายได้จากการเข้าชมการแข่งขันของแฟนบอล ซึ่งสร้างเม็ดเงินกลับเข้าสู่อังกฤษในแต่ละปีรวมนับ 100,000 ล้านบาท เพียงแค่ Soft Power สิ่งเดียวของอังกฤษยังสร้างเม็ดเงินได้เป็นจำนวนขนาดนี้ แต่ยังมี Soft Power อีกหนึ่งอย่างของอังกฤษที่อยากกล่าวถึงก็คือ แฮรี่ พอตเตอร์



ภาพ 5 Harry Potter Film Wizardry Book

Note: From “Harry Potter Film Wizardry Book” by Harry Potter Shop, 2022, retrieved from <https://harrypottershop.co.uk/collections/books/products/film-wizardry-book>

ปฏิเสธไม่ได้ว่านี่คือ หนึ่งในหนังสือที่มียอดขายรวมสูงที่สุดลำดับต้น ๆ ของโลก จำนวนกว่า 100 ล้านเล่มที่มีแฟนคลับอยู่ทั่วโลก จากผลงานของเจ เค โรว์ลิง นักเขียนชาวอังกฤษ ความนิยมของหนังสือเล่มนี้มีมากมายถึงขนาดถูกต่อยอดออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อีกเป็นจำนวนมาก นับตั้งแต่คำลิขสิทธิ์ในการนำมาทำเป็นภาพยนตร์ ทั้ง 7 ภาค รวมไปถึงของที่ระลึกต่าง ๆ ตั้งแต่แผ่นหนัง โปสเตอร์ เครื่องรางของขลังในหนังสือ ขนมขบเคี้ยว เสื้อผ้า ตัวต่อ (Lego) แก้วน้ำ และอีกมากมายที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ขายสินค้าที่เกี่ยวข้องกับแฮรี่ พอตเตอร์ (Harry Potter Shop, 2022) ยังไม่นับรวมคำลิขสิทธิ์จากการนำไปสร้างเป็นสวนสนุก และการถูกนำมาทำเป็นวิดีโอเกมไม่น้อยกว่า 8 เวอร์ชัน ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วน่าจะจะสามารถสร้างเม็ดเงินกลับเข้าสู่ประเทศได้ปีละหลาย 1,000 ล้านบาท

ถ้าสหรัฐอเมริกามีเอลวิส เพรสลีย์เป็น Soft Power ทางวัฒนธรรมดนตรี อังกฤษก็ต้องมี The Beatles เป็น Soft Power อีกหนึ่งอย่างที่มีอิทธิพลและสร้างแรงดึงดูดให้คนหันมาสนใจในวงดนตรีหรือศิลปินของอังกฤษ รวมไปถึงวงดนตรีอย่าง The Rolling Stone Queen Coldplay ในอดีต และต่อยอดมาที่ Spice Girls Oasis จนถึงปัจจุบันที่มี One Direction Adele Ed Sheeran และ Sam Smith ซึ่งที่กล่าวมาทั้งหมดมีอัลบั้มที่มียอดขายมากกว่า 100 ล้าน

กอบปีทั่วโลก ส่งต่อ Soft Power ทางดนตรีแบบอังกฤษ ไปให้คนทั่วโลกรู้จักและให้การยอมรับถึงคุณภาพของดนตรีและศิลปินที่ไม่ได้ด้อยไปกว่าฝั่งอเมริกา และสามารถสร้างมูลค่ากลับเข้าสู่ประเทศได้ในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก

ประเทศเยอรมันที่ถูกจัดว่ามี Soft Power นำมาติดุดมาเป็นลำดับที่ 3 ของโลกมี Soft Power ที่ผู้เขียนเชื่อว่าเป็นสิ่งที่คนทั้งโลกยอมรับ ก็คือ อุตสาหกรรมยานยนต์ Mercedes-Benz Volkswagen BMW Audi รวมถึง Porsche แปรนต์เหล่านี้ คือ แปรนต์รถยนต์สัญชาติเยอรมัน ที่เชื่อว่าเป็นแปรนต์รถยนต์ในฝันของหลาย ๆ คน ที่ในชีวิตหนึ่งขอให้ได้เป็นเจ้าของซักคัน ทำไมรถยนต์ของประเทศเยอรมันถึงเป็นที่ต้องการของคนทั้งโลก เพราะเราเชื่อมั่นในคุณภาพ ความเรียบหรู สมรรถนะ ความคงทน แข็งแรง ของแปรนต์เหล่านี้ที่ผ่านการพิสูจน์มาเป็นระยะเวลายาวนาน และกลายเป็น Soft Power ที่ทรงพลังเป็นอย่างมาก ประกอบกับประเทศเยอรมันนั้นเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงทางด้านวิศวกรรมศาสตร์ เทคโนโลยี รวมไปถึงไบโอเทคโนโลยีอยู่เป็นทุนเดิมทำให้อุตสาหกรรมรถยนต์เยอรมันสามารถสร้างความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภคได้มากขึ้น จากข้อมูลการจัดอันดับมูลค่าแปรนต์รถยนต์ที่มีมูลค่าสูงที่สุดในโลก 10 อันดับแรก แปรนต์รถยนต์สัญชาติเยอรมันทั้ง 5 แปรนต์ที่กล่าวมาข้างต้นล้วนอยู่ใน 10 อันดับแรกทั้งสิ้น (ที่มา: 10 อันดับมูลค่าแปรนต์รถยนต์ที่สูงที่สุดในโลก พ.ศ 2564 (Dtsautogroup, 2022)) ถึงแม้จะไม่ได้ถูกจัดอยู่ในลำดับที่ 1 แต่มูลค่าของทั้ง 5 แปรนต์รวมกันก็มีมูลค่าหลายแสนล้านบาท ที่สามารถนำเงินกลับเข้าสู่ประเทศได้ และก็เช่นเดียวกับ Soft Power ด้านอื่นที่การจะสร้างการยอมรับและดึงดูดให้คนสนใจและมั่นใจในแปรนต์รถยนต์ของเยอรมันนั้นต้องใช้เวลาในการสร้าง บางแปรนต์ก็เป็น 100 ปี บางแปรนต์ก็หลายสิบปีกว่าจะทำให้ผู้คนทั้งโลกยอมรับและสนใจ และต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารของประเทศด้วย

และอีกประเทศหนึ่ง เมื่อเราพูดถึงประเทศญี่ปุ่น เราจะนึกถึงอะไรบ้าง บางคนจะบอกว่านึกถึงรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า สถานที่ท่องเที่ยว อาหารญี่ปุ่น แต่ที่ขาดไม่ได้และถือว่าเป็นหนึ่งใน Soft Power ที่ทรงพลังที่สุดของประเทศญี่ปุ่นก็คือ การ์ตูนมังงะและอนิเมะ ถ้าถามว่ามีผู้ใดบ้างที่ไม่เคยอ่านหรือดูการ์ตูนสัญชาติญี่ปุ่น ยุคเก่าก็เช่น โดราเอมอน กัปตันซึบาสะ ดรากอนบอล มารีโอ ยุคใหม่ขึ้น

มาอีกก็เช่น ยอดนักสืบจิ๋วโคนัน ยังคงมีกระแสถึงปัจจุบัน ก็เช่น วันพีซ นารูโตะ เดมอนสเลเยอร์ โปเกมอน และอีกมากมาย ญี่ปุ่นส่งออกการ์ตูนเหล่านี้ออกสู่ประเทศอื่น ๆ ตั้งแต่ช่วง ค.ศ1950 และตลาดเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ จนถึง ค.ศ2020 ตลาดหนังสือการ์ตูนญี่ปุ่นมีมูลค่าสูงถึงปีละ 2.5 ล้านล้านเยน (Investment Science, 2022) ยังไม่รวมถึงสินค้าที่ระลึกประเภทอื่น ๆ ที่พ่วงมากับการ์ตูนเหล่านี้ที่บรรดาเหล่าผู้ปกครองจะต้องซื้อมาให้บุตรหลานได้เล่นหรือใช้กัน ประเทศญี่ปุ่นก็รู้ว่าอุตสาหกรรมการ์ตูนมังงะและอนิเมะของชาติตนเป็น Soft Power ที่ทรงพลังเป็นอย่างมากถึงขนาดนำมาใช้เป็นจุดเด่นในพิธีรับมอบการเป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกใน ค.ศ.2020 ที่ประเทศญี่ปุ่นรับเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขัน เพื่อสร้างการจดจำให้คนทั้งโลกมีภาพจำว่าประเทศญี่ปุ่นนั้นเป็นสุดยอดแห่งมังงะและอนิเมะของโลก

นอกจากมังงะและอนิเมะจะเป็น Soft Power ที่ทรงพลังและสร้างมูลค่าให้แก่ประเทศญี่ปุ่นได้อย่างมหาศาลแล้วความบันเทิงในรูปแบบของซีรีส์และดนตรีของญี่ปุ่นก็ถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่ง Soft Power ของประเทศที่ดึงดูดความสนใจจากต่างชาติได้เช่นกัน ก่อนที่เกาหลีใต้จะมี Super Junior BLACKPINK Girls' Generation หรือ BTS ประเทศญี่ปุ่นเคยส่ง SMAP ARASHI มาโกโตะ ลูซิเฟอร์ อุทาดะ อิคารุ เคียวโกะ ฟูกุตะ โบอา และ X JAPAN สู่อายตาชาวโลกตั้งแต่ปลายทศวรรษที่ 90 จนเกิดเป็นกระแส J Pop ที่โด่งดังไปทั่วเอเชีย และยังมีซีรีส์ญี่ปุ่นที่ในยุคนี้ต้องดูกันทุกหลังคาเรือนทั่วทั้งเอเชีย ซึ่งในความเป็นจริงแล้วกระแสเหล่านี้ก็ยังเป็นที่นิยมอยู่ เพียงแต่ไม่ได้ถูกพูดถึงในประเทศไทยเท่ากับกระแสเกาหลีพีวีเออร์ จริง ๆ แล้วประเทศญี่ปุ่นถือว่าเป็นประเทศที่มี Soft Power ที่น่าสนใจอยู่อีกเป็นจำนวนมากและเชื่อได้ว่าญี่ปุ่นก็จะค่อย ๆ ส่งออก Soft Power ตัวอื่น ๆ ออกมาดึงดูดสายตาชาวโลกอีกต่อไปในอนาคต

ประเทศไทยควรทำเช่นไรกับกระแส Soft Power

งานวิจัยเกี่ยวกับ Soft Power ในประเทศไทยยังถือว่ามียุ้งจำนวนไม่มากเท่าไร และส่วนใหญ่จะมีข้อเสนอแนะค่อนข้างตรงกัน อาทิ อิงอร เนตรานนท์ (Nedtranon, 2020) ได้เสนอแนะการสร้าง Soft Power ของไทยไว้ว่าควรมีการกำหนดทรัพยากร Soft Power ในยุทธศาสตร์

ชาติ อย่างเป็นรูปธรรม และกำหนดหน่วยงานรับผิดชอบที่ชัดเจน และสนับสนุนให้ทำงานวิจัยเกี่ยวกับ Soft Power เพิ่มขึ้น รวมถึงให้สถาบันการศึกษาจับแนวทางดังกล่าวมาสร้างองค์ความรู้เชิงวิชาการแก่นักศึกษาและบุคลากร เพื่อสร้างทุนมนุษย์ที่พร้อมปฏิบัติต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานของ จิตสุภา ฤทธิผลิน (Ritipalin, 2020) ในเรื่องกำหนดนโยบายระดับประเทศและบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริมการผลิตเนื้อหาที่มีคุณภาพผ่านสื่อใหม่ ๆ พร้อมทั้งมีมาตรการจูงใจผู้ผลิตเหล่านั้นให้หันมาผลิตเนื้อหาที่สอดคล้องกับนโยบายของประเทศ ซึ่งจากข้อเสนอแนะในงานวิจัยทั้ง 2 ชิ้นนั้นผู้เขียนเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง แต่สิ่งที่อยากจะนำเสนอเพิ่มเติม คือ การลงรายละเอียดในบางเรื่องเพิ่มขึ้น ดังนี้

1. การกำหนดให้เรื่องของ Soft Power เป็นนโยบายของชาตินั้น ควรกำหนดให้อยู่ในยุทธศาสตร์ระยะยาวอาจจะ 20-30 ปีขึ้นไป เพราะอย่างที่กล่าวตั้งแต่ต้น กระบวนการสร้าง Soft Power นั้นต้องใช้ระยะเวลามากได้จะสำเร็จได้ใน 1-2 ปี ดังนั้นสิ่งที่ตามมาคือยุทธศาสตร์นี้จะต้องใช้ระยะเวลาในการดำเนินการเป็นระยะเวลานาน จึงไม่ควรจะถูกเข้ามาแทรกแซงโดยการเมือง หรือนำมาใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองตลอดระยะเวลาของการดำเนินยุทธศาสตร์ และนักการเมืองรวมถึงหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องเล็งถึงผลประโยชน์ของประเทศเป็นลำดับแรก

2. ควรมีการกำหนดหน่วยงานของรัฐที่เข้ามารับผิดชอบโดยตรงในเรื่องของการดูแลนโยบาย Soft Power ดังกล่าวและมีความเป็นอิสระในระดับหนึ่ง เหมือนดังเช่นเกาหลีใต้ที่มีการจัดตั้งสำนักส่งเสริมเนื้อหาและวัฒนธรรมแห่งเกาหลี มูลนิธิเพื่อการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ และคณะกรรมการมาตรฐานการสื่อสารแห่งเกาหลีขึ้นมาเพื่อรับผิดชอบกำกับนโยบาย สนับสนุนผู้ผลิต และดูแลเนื้อหาที่นำเสนอ

3. การปรับตัวของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการสร้าง Soft Power ที่อาจจะต้องปรับเปลี่ยนพฤติกรรมในการทำงานจากการทำงานตามหน้าที่ ควรมีรูปแบบการทำงานที่ก่อให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ให้มากขึ้น เพื่อที่จะสามารถหารูปแบบใหม่ ๆ ในการนำเสนอ Soft Power ของประเทศสู่สายตาชาวโลก อาทิ เช่น ประเทศไทยส่งเสริมผ้าไหมไทยเป็นหนึ่งใน Soft Power ของประเทศ แต่สิ่งสำคัญก็คือการรังสรรค์ผ้าไหม

ไทยให้มีความทันสมัยและใช้ได้หลากหลายสถานการณ์ก็จะช่วยให้ผ้าไหมของไทยเป็นที่รู้จักได้มากขึ้น หรือการที่ส่งเสริมเรื่องของหนังและละครให้เป็นอีกหนึ่ง Soft Power หน่วยงานอย่างกำกับดูแลภาพยนตร์และละครควรจะต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้น

4. การให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการศึกษา ซึ่งตัวผู้เขียนเห็นว่ามีสำคัญอย่างมาก และเป็นเรื่องใหญ่ที่ต้องมีการปรับตัวกันทั้งระบบ ตั้งแต่การพัฒนาหลักสูตรให้มีความสร้างสรรค์หรือเป็นหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power ที่ประเทศส่งเสริมอยู่ อีกทั้งการสนับสนุนตัวผู้เรียนในหลักสูตรเหล่านั้นให้เล็งเห็นโอกาสของตนเองเมื่อสำเร็จการศึกษามาและอาจได้รับสิทธิประโยชน์บางอย่างเมื่อเลือกศึกษาในหลักสูตรเหล่านี้ ดังตัวอย่างที่เห็นชัดได้แก่หนึ่งใน Soft Power ที่ประเทศไทยให้การส่งเสริมและสนับสนุน คือเรื่องของภาพยนตร์และละคร แต่หากถามว่าสิ่งสำคัญที่จะทำให้ละครหรือภาพยนตร์เรื่องนั้นประสบความสำเร็จได้ไม่ใช่แค่เรื่องของตัวนักแสดงเพียงอย่างเดียว ยังมีเรื่องของบทภาพยนตร์หรือบทละครที่เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่จะทำให้สามารถประสบความสำเร็จได้ เหมือนภาพยนตร์หรือซีรีส์เกาหลีที่บทถูกเขียนออกมาได้น่าติดตาม ทำให้ผู้ชมชื่นชอบและติดตามกันอย่างมากมาย

ถามว่าประเทศไทยมีคนเขียนบทดี ๆ อยู่มากแค่ไหน ถามอีกว่าถ้าสนใจจะเรียนด้านนี้จบมามีตำแหน่งรองรับหรือไม่ และผลตอบแทนดึงดูดใจมากน้อยเพียงใด และนอกจากคนเขียนบทแล้วยังมีบุคลากรด้านอื่นที่เกี่ยวข้องกับการสร้างภาพยนตร์และละครเพื่อ Soft Power ให้กับประเทศไทย

5. การให้การสนับสนุนผู้ผลิตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับ Soft Power แบบจริงจัง มิใช่แค่ออกมาเป็นนโยบายของชาติ แต่ไม่สนับสนุนตัวผู้ผลิตเนื้อหาเหล่านั้น การสนับสนุนดังกล่าวอาจจะเริ่มตั้งแต่ การเข้าหาแหล่งเงินทุน การสนับสนุนหรือหาช่องทางในการเผยแพร่เนื้อหาให้กับผู้ผลิตเหล่านั้น การสนับสนุนทางด้านภาษี การอำนวยความสะดวกในการติดต่อกับหน่วยงานต่างๆที่ต้องเกี่ยวข้อง

6. การเดินไปในทิศทางเดียวกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ในที่นี้ หมายถึง การที่ภาครัฐมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับ Soft Power ลงมาเพื่อให้ปฏิบัติแล้วภาคเอกชนก็ควรที่จะนำมาสานต่ออย่างเป็นรูปธรรมและ

เป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาทิ ประเทศไทยพยายามจะส่งออกเรื่องของวัฒนธรรมไทยเป็น Soft Power หลักของ

ประเทศ แต่เมื่อผู้ชมรับชมละครไทยยังคงเห็นฉากนักแสดงขับรถชาติอื่น บริโภคอาหารชาติอื่น ใช้สิ่งของต่าง ๆ ที่ไม่มีอะไรสื่อถึงวัฒนธรรมไทย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่มีปรากฏเกิดขึ้นกับภาพยนตร์หรือซีรีส์ของเกาหลีได้ อีกหนึ่งตัวอย่างถ้าหากสังเกตจากซีรีส์เกาหลีหลาย ๆ เรื่องจะพยายามแสดงให้เห็นถึงสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศ ซึ่งหากผู้ชมดูแบบใจเป็นกลางก็จะเห็นว่าสถานที่เหล่านั้นค่อนข้างธรรมดา แต่เมื่อเขาแสดงให้ผู้ชมเห็นซ้ำ ๆ ผ่านซีรีส์หลาย ๆ เรื่อง ผู้ชมก็แห่ไปเที่ยวสถานที่เหล่านั้นเวลาเดินทางไปเกาหลี ในทางกลับกันประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวสวย ๆ ดิตอันดับโลกมากมาย ที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาต้องใช้งบประมาณในการส่งเสริมผ่านสื่อต่าง ๆ ถามว่าคนไทยเคยเห็นสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้นปรากฏอยู่ในภาพยนตร์หรือละครไทยมากน้อยแค่ไหน

7. Soft Power เป็นมากกว่าวัฒนธรรมดังนั้นต้องไม่ควรลืมและควรให้ความสำคัญกับ Soft Power ตัวอื่น ๆ ที่ถึงแม้จะไม่ใช่ Soft Power หลักที่ประเทศไทยจะนำเสนอเพื่อดึงดูดชาวต่างชาติ อาทิ ประเทศไทยส่งเสริมหรือดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศไทยและก็ได้เป็นอย่างดี แต่กลับไม่ใส่ใจกับปัญหาอาชญากรรมที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเหล่านั้น จนก่อให้เกิดการหลอกลวง เอาเปรียบ ปล้น ข่มขืน และอื่น ๆ ถามว่าประเทศไทยจะถูกพูดถึงในแง่ลบโดมากกว่ากัน หรือประเทศไทยมุ่งส่งเสริมและสนับสนุนอาหารไทย แต่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวกลับต้องจ่ายราคาแบบราคาคนต่างชาติ หรือนำเสนออาหารไทยอย่างน่ารับประทาน แต่มาเจออาหารจริงไม่ตรงตามที่อ้าง หรือความสะอาดไม่ตรงตามที่โฆษณา ที่กล่าวมาอาจเป็นเรื่องเล็ก ๆ น้อย ๆ แต่ค่อนข้างสำคัญกับการสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศ

8. การดำเนินการทางการทูต ทั้งในรูปแบบเป็นทางการผ่านความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศต่าง ๆ ให้ประเทศเหล่านั้นเกิดความไว้วางใจในประเทศไทย และการดำเนินการผ่านทูตวัฒนธรรม ซึ่งจริงๆแล้ว ลิซ่า BLACKPINK เป็นตัวอย่างที่ดีมาก ๆ สำหรับประเทศไทย ที่มักจะนำเสนอความเป็นไทยผ่านการแสดงของลิซ่าในหลายๆครั้ง ทั้งการไหว้ การสวมชุดไทย ทำให้ต่างชาติรู้จักประเทศไทยมากขึ้น แต่ลิซ่าคนเดียวคงไม่เพียงพอ ประเทศไทยต้องพยายามหาบุคคลที่มีอิทธิพลเช่นนี้มาช่วยส่งเสริมและดึงดูดชาติอื่น ๆ ให้หันมาสนใจประเทศไทยให้

มากขึ้น อาทิเช่น บัวขาว บัญชาเมฆกับมวยไทย

9. สิ่งสำคัญสุดท้าย คือเรื่องของการปรับเปลี่ยนทัศนคติของคนในประเทศไทยก่อน ต้องสร้างความตระหนักและการมองเห็นคุณค่าของ Soft Power ของประเทศไทยให้กับคนในประเทศยอมรับให้ได้ก่อนที่จะไปดึงดูดความสนใจจากชาวต่างชาติ ประเทศไทยจะอย่างไรให้คนไทยรู้สึกว่าการอาหารไทยดีไม่แพ้ ซูชิ กิมจิ หรือเบอร์เกอร์ ประเทศไทยจะบอกผู้ชมอย่างไรว่าละครไทยไม่ได้ไม่น่าและน่าสนใจพอ ๆ กับซีรีส์เกาหลี คนไทยต้องหันมาดูภาพยนตร์ไทย เพราะการผลิตภาพยนตร์ของประเทศไทยไม่ได้แพ้ภาพยนตร์ฮอลลีวูด ประเทศไทยจะนำเสนอผ้าไทยของอย่างไรให้สวยไม่ต่างจากชุดฮันบก สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องยากที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมดจะต้องช่วยกันทำให้คุณค่าของสิ่งต่าง ๆ ที่พูดมานั้นเกิดขึ้นจริงโดยไม่ใช้การโฆษณาชวนเชื่อ เพราะเมื่อคนไทยภูมิใจกับ Soft Power ของตนเองแล้วการจะสร้างให้ชาติอื่นๆหันมาสนใจก็ไม่น่าจะเป็นเรื่องยากจนเกินไป

สรุป

Soft Power ถือว่า เป็นหนึ่งในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) ที่เป็นแนวโน้มของเศรษฐกิจของโลกในอนาคต หลาย ๆ ประเทศได้ดำเนินการส่งออก Soft Power ของประเทศตนเองมาเป็นเวลา

กว่า 30-50 ปี แล้วและต่างก็ประสบความสำเร็จในการดึงดูดความสนใจและสร้างให้เกิดการยอมรับจนสามารถนำรายได้กลับเข้าสู่ประเทศของตนเองได้เป็นจำนวนมากมหาศาล ประเทศไทยถือได้ว่ามีความได้เปรียบหลาย ๆ ประเทศ เพราะประเทศไทยมีวัฒนธรรมของตนเอง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดสายตาชาวโลก มีอาหารหลายอย่างที่คนทั้งโลกรู้จักดี อีกทั้งประเทศไทยยังมีทักษะฝีมือบางอย่างที่ชาติอื่นทำไม่ได้ แต่การจะผลักดันให้ Soft Power ของประเทศไทยมีความน่าสนใจดึงดูดสายตาคนทั้งโลกได้อย่างยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องใช้เวลาในการสร้างและต้องกระทำอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอและสอดประสานกัน โดยต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือภาคเอกชน รวมถึงภาคประชาชน ที่จะต้องคอยส่งเสริมสนับสนุนซึ่งกันและกันและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไปสู่เป้าหมายเดียวกัน และการเล็งเห็นถึงความสำคัญขององค์ประกอบต่าง ๆ ของ Soft Power เหล่านั้นเพื่อที่จะได้มาเกื้อหนุนให้ Soft Power เหล่านั้นมีความโดดเด่นและสร้างให้เกิดการยอมรับในสายตาชาวโลกได้ และหากประเทศไทยสามารถทำได้ก็จะทำให้ประเทศไทยได้เป็นที่รู้จักของคนชาติอื่นและสามารถสร้างรายได้ในรูปแบบของตัวเงินกลับเข้าสู่ประเทศเพื่อนำมาสร้างให้เกิดประโยชน์กับประเทศได้ต่อไปในอนาคต



Reference

- Brand Finance. (2022). *Global soft power index 2022: USA bounces back better to top of nation brand ranking*. Retrieved from <https://brandfinance.com/press-releases/global-soft-power-index-2022-usa-bounces-back-better-to-top-of-nation-brand-ranking>.
- Brand Finance. (2020). *Soft power: Why it matters to governments, people, and brands*. Retrieved from <https://brandfinance.com/insights/soft-power-why-it-matters>
- Dtsautogroup. (2022). *Top 10 car brand values the tallest in the world ?*. Retrieved from <https://www.dtsautogroup.com/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%A7>
- Harry Potter Shop. (2022). *Harry Potter Film Wizardry Book*. Retrieved from <https://harrypottershop.co.uk/collections/books/products/film-wizardry-book>
- Investment science. (2021). *How big is the Japanese manga industry?*. Retrieved from <https://www.investertest.co/economy/manga-in-japan/>.

- Longtunman. (2022). *English premier league football business model who owns it?*. Retrieved from <https://www.longtunman.com/40914>.
- Marvel Studio. (2022). *Avenger Infinity War*. Retrieved from <https://movies.disney.co.th/avengers-infinity-war>
- Nedtranon, I. (2020). Thai national soft power within the 21st century. *National defence studies institute journal*, 11(1), 33-47. (in Thai)
- Nye, J. S. (1990). *Bound to lead: The changing nature of American power*. New York: Basic Books.
- Nye, J. S. (1990). Soft power. *Foreign Policy*, 80, 153–171. <https://doi.org/10.2307/1148580>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. New York: Public Affairs.
- Prasirtsuk, K. (2018). South Korea's soft power: Strengths and limitation. *International journal of east Asia studies*, 22(1), 122-139.
- Ritipalin, J. (2020). The South Korea export policy on cultural contents. *NBTC journal*, 4(4), 354-373. (in Thai)
- Skysport. (2022). *Premier league clubs' best and worst possible final positions in table*". Retrieved from <https://www.skysports.com/football/news/11661/12599944/premier-league-clubs-best-and-worst-possible-final-positions-in-table>.
- Tosrikaew, B. (2014). *Soft power-strong power Thairath online*. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/content/401926>.

