

Soft Power ในความหมายของ Joseph Nye กับ นโยบายของรัฐและข่าวในเว็บไซต์

บัณฑิต พานแก้ว¹
นันทพร วงษ์เชษฐา²

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มุ่งศึกษาความหมายของคำว่า soft power ของ Joseph Nye ผู้ประดิษฐ์คำนี้ขึ้นมาและเปรียบเทียบกับความหมายของ soft power นโยบายของรัฐ และข่าวในเว็บไซต์ เนื่องจากเกิดคำถามต่อความหมายของ soft power ที่ปรากฏในนโยบายของรัฐ โดยสำรวจเนื้อหาจากวรรณกรรมของ Nye จำนวน 4 ชิ้น และรวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ของรัฐและสื่อมวลชนโดยการเลือกแบบเจาะจงคำหลัก คือ “soft power ซอฟต์พาวเวอร์ ความหมาย นิยาม คืออะไร” ระหว่าง 17 เมษายน พ.ศ. 2565 ถึง 24 มกราคม พ.ศ. 2567 จำนวน 132 ชิ้น ร่วมกับวรรณกรรมวิชาการ พบว่า soft power ในความหมายของ Nye คือ ความสามารถในการได้ผลลัพธ์ที่ประสงค์โดยอีกฝ่ายหนึ่งสมัครใจสนองตอบความประสงค์ เป็นอำนาจทางอ้อมผ่านการดึงดูดใจไม่ใช่การบังคับ ที่มีจุดยืนอยู่บนฐานของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยมีวัฒนธรรม อุดมการณ์ การเมือง และนโยบายของรัฐเป็นทรัพยากร ส่วนวัฒนธรรมรวมถึงปรากฏการณ์คลื่นเกาหลีไม่ใช่ soft power เสมอไป หากไม่ได้ถูกนำมาใช้เพื่อผลลัพธ์ของประเทศในการเมืองโลก แต่การศึกษาพบว่า ความหมาย soft power ส่วนใหญ่ที่มาจากรัฐบาล/หน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน และนักวิชาการจำนวนหนึ่ง เห็นว่า soft power คือ การยกระดับวัฒนธรรมไทยสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งไม่ตรงกับ

* วันที่รับบทความ 23 พฤษภาคม 2567; วันที่แก้ไขบทความ 31 กรกฎาคม 2567; วันที่ตอบรับบทความ 10 สิงหาคม 2567

¹ อาจารย์ ดร. กลุ่มวิชาการบริหารการสื่อสาร คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

² รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์พิเศษคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ความหมายของ Nye ในขณะที่สื่อมวลชนและนักวิชาการบางส่วนเห็นตรงกับ
ความหมายของ Nye ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเพียงทรัพยากรส่วนหนึ่งของ
soft power เท่านั้น ไม่ใช่เป็น soft power ในตัวเอง การที่รัฐใช้คำว่า soft
power ของ Nye โดยที่ความหมายไม่ตรงกับผู้ประดิษฐ์คำ นำไปสู่ความเข้าใจ
และอาจทำให้การนำไปปฏิบัติผิดเป้าหมาย ดังนั้นรัฐควรพิจารณาจัดทำแผน
แม่บทให้ยุทธศาสตร์ soft power เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กลายเป็นแหล่ง
soft power ตามความคิดของ Nye หรือพิจารณาตั้งชื่อใหม่ ขณะที่สื่อมวลชน
ควรติดตามยุทธศาสตร์ soft power ของรัฐเพื่อเผยแพร่ข่าวอย่างถูกต้อง รวมถึง
ทักท้วงเมื่อพบข้อผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนในพื้นที่สื่อ ขณะที่วงการวิชาการต้อง
ระมัดระวังในการนำ soft power ตามความหมายของ Nye มาใช้ในการศึกษา
และเสนอผลงานทางวิชาการ หรือร่วมกันหาทางออกให้เกิดความเข้าใจความ
หมายของ soft power ของ Nye ในวงกว้าง รวมถึงเสนอคำจำกัดความใหม่แก่
soft power ด้วยหลักการทางวิธีวิทยาหากต้องการปรับความหมายของ Nye

คำสำคัญ: ซอฟต์พาวเวอร์ Joseph Nye วัฒนธรรม คลื่นเกาหลี เศรษฐกิจ
สร้างสรรค์

The Meaning of Soft Power between Joseph Nye's and State Policy and News in the Websites

Banthoon Phankaew³

Nantaporn Wongchestha⁴

Abstract

This article aims to study the meaning of soft power which invented by Joseph Nye's in comparison with meaning in government policy and news on Thai websites due to questions regarding the meaning of government's soft power policy that circulated in public. The study explores soft power's meaning in Nye's 4 academic literature and content from websites of news and state publications using specific keywords which were “soft power ซอฟต์พาวเวอร์ (soft power) ความหมาย (meaning) นิยาม (definition)” during April 17, 2022, to January 24, 2024, for a total of 132 pieces along with related literature review. It was found that the meaning of Nye's soft power refers to the ability to obtain the desired results when others voluntarily respond to such wishes. It is indirect power through attraction, not coercion-based, in international relations. and has culture, political ideology, and government policy as resources. Culture, including the Korean Wave phenomenon, is not always Soft power if it is not applied to the end of the country's results in

³ Lecturer in the Department of Communication Management, Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

⁴ Special Lecturer in the Faculty of Journalism and Mass Communication, Thammasat University

world politics. The study found that most of the meanings of soft power from the government and its agencies, most of the media, and some academics in Thailand define it as a lift-up culture to creative economy, which does not align with Nye's meaning. Though certain specific media and scholars concur with Nye's interpretation, which holds that the creative economy is merely one of soft power's tools, not soft power in and of itself. Using the term soft power which was invented by Nye's but in the wrong definition, leads to public misunderstandings and could obscure operational goals. Therefore, it is recommended that the government provide on a strategic blueprint that would guide creative economy projects to enable Thailand's soft power. In order to support Thailand's soft power, it is advised that the government adopt a strategic plan that initiatives in the creative economy. It is the responsibility of the media to look into these tactics in order to report on their misuse and misinterpretation for the public interest correctly. The scholars must be careful when examining Nye's soft power and putting it on display in the academic community or come up with a way to disseminate Nye's definition of soft power, along with methodology that can offer additional definitions in case they are required.

Keywords: soft power, Joseph Nye, culture, Korean wave, creative economy

บทนำ

คำว่า soft power ถูกนำมาใช้ในการดำเนินยุทธศาสตร์ชาติ ตั้งแต่การที่รัฐบาลของ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ให้ความสำคัญต่อการใช้วัฒนธรรมเพื่อผลทางเศรษฐกิจของไทย จากเหตุการณ์ที่ ดนุภา คณาธีรกุล (มิลลิ) นักร้องชาวไทยนำข้าวเหนียวมะม่วงขึ้นรับประทานขณะแสดงบนเวที ในเทศกาลดนตรีและศิลปะประจำปีระดับโลก ชื่อ The Coachella Valley Music and Arts Festival 2022 ณ มลรัฐแคลิฟอร์เนีย สหรัฐอเมริกา เมื่อ 17 เมษายน พ.ศ. 2565 จนได้รับความสนใจจากสื่อมวลชนและสาธารณชน ทำให้แฮชแท็ก #MILLILiveatCoachella ติดอันดับต้นๆ ของทวิตเตอร์ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2565) และในช่วงเวลาดังกล่าว คำว่า mango sticky rice เป็นคำค้นหายอดนิยมในสหรัฐอเมริกา ถือเป็นการสื่อสารวัฒนธรรมด้านอาหารของไทยสู่ผู้รับสารระดับนานาชาติ (Nattanam Waiyahong, 2565) ในการนี้ พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กล่าวถึงกรณีดังกล่าวว่า อาหาร ธรรมชาติ และสุขภาพ คือ soft power ของไทย และตนเป็นผู้กำหนดว่าประเทศไทยต้องสนับสนุนและเร่งรัดในการพัฒนา soft power ที่มีอยู่เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจ (มติชนสุดสัปดาห์, 2565) รัฐบาลของ พลเอกประยุทธ์อ้างการนำ soft power มาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจของประเทศ หลังการฟื้นตัวจากการแพร่ระบาดโควิด-19 ผ่านนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, ม.ป.ป.) โดยสำนักนายกรัฐมนตรีจึงมีคำสั่ง ที่ 206/2565 ลงวันที่ 19 สิงหาคม พ.ศ. 2565 แต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศด้วย soft power เพื่อกำหนดเป้าหมายและวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา soft power ของประเทศไทย เพื่อการส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศไทยไปสู่นานาชาติ (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2564) ซึ่งนำไปสู่โครงการต่างๆ อาทิ โครงการ Soft power Tourism Booster Shot ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยวไทย และโครงการ Year of Thai Gastronomy เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ, ม.ป.ป.) รวมถึงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจวัฒนธรรม

เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยจากวัฒนธรรม 5 กลุ่มให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก ในโครงการ Thai 5F Soft power ประกอบด้วยอาหาร (food) ภาพยนตร์ และวีดิทัศน์ (film) การออกแบบแฟชั่นไทย (fashion) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (fighting) และเทศกาลประเพณีไทย (festival) โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มรายได้จากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมจาก 1.5 ล้านล้านบาท ใน พ.ศ. 2565 เป็น 3.45 ล้านล้านบาท ใน พ.ศ. 2570 (ไทยรัฐออนไลน์, 2566)

Soft power ยังถูกนำมาใช้ในการหาเสียงเลือกตั้งของพรรคการเมืองต่างๆ ในการเลือกตั้งทั่วไป เมื่อวันที่ 15 พฤษภาคม พ.ศ. 2566 อาทิ นโยบาย From Farm to Table เพื่อสนับสนุนเกษตรกรด้วยการนำสินค้าเกษตรกรรมมาแปรรูปและส่งตรงถึงโต๊ะอาหาร อีกทั้งยังเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนของพรรคพลังประชารัฐ นโยบายกองทุนไอดีสร้างสรรค์ที่ใช้นวัตกรรม เพื่อเป็นกองทุนให้ธุรกิจ start-up อาทิ ภาพยนตร์ ละครที่อาจไม่เพียงงบประมาณแผ่นดินควบคู่กับการปรับภาพลักษณ์สถานที่ท่องเที่ยวให้ดีขึ้นของพรรคประชาธิปัตย์ (The Matter, 2566) ส่วนพรรคเพื่อไทยเสนอนโยบายการบริหารจัดการ soft power 2 ส่วน คือ การพัฒนาคน ภายใต้นโยบาย 1 ครอบครัว 1 soft power (OFOS-One Family One Soft Power) และการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เนื้อหา เพื่อส่งเสริมผลักดัน soft power ของประเทศสู่สากลในโครงการต่างๆ ได้แก่ นโยบายเพื่อพัฒนาด้านศิลปะร่วมสมัย งานออกแบบ งานฝีมือ และแฟชั่น การท่องเที่ยว การกีฬา อาหาร ภาพยนตร์ หนังสือ รวมถึงดนตรี และเฟสติวล (พรรคเพื่อไทย, ม.ป.ป.) ดังนั้น เมื่อพรรคเพื่อไทยได้เป็นแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาล และเศรษฐา ทวีสิน แห่งพรรคเพื่อไทยเป็นนายกรัฐมนตรี ได้แถลงนโยบายที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการ soft power ของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 11 กันยายน พ.ศ. 2566 ความตอนหนึ่งว่า

...รัฐบาลนี้ยังมีนโยบายสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ soft power ของประเทศ เพื่อยกระดับและพัฒนาความสามารถด้านความรู้ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้รวม

ทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟูและพัฒนาต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรมและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดในการสร้างมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้ รัฐบาลจะสร้างงานสร้างรายได้ผ่านการส่งเสริม 1 ครอบครัว 1 ทักษะ soft power ตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนาด้านกีฬาอย่างเป็นระบบ ที่นอกจากจะช่วยเสริมสร้างสุขภาพที่ดีของประชาชนแล้ว ยังสามารถพัฒนาเป็นอาชีพทั้งในบทบาทที่เป็นนักกีฬา ผู้ฝึกสอน และผู้มีวิชาชีพด้านการสนับสนุนของวงการกีฬาที่สามารถสร้างรายได้ โดยเฉพาะกีฬาที่เป็นที่นิยมในระดับสากล (รัฐบาลไทย, 2566)

นโยบายข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ยุทธศาสตร์ด้าน soft power ของรัฐบาลเศรษฐา ทวีสิน เป็นไปตามแนวทางการบริหารจัดการ soft power ของพรรคเพื่อไทย นำไปสู่คำสั่งนายกรัฐมนตรี ที่ 230/2566 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ลงวันที่ 14 กันยายน พ.ศ. 2566 ที่มีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ และแพทองธาร ชินวัตร เป็นรองประธานคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ ในการกำหนดยุทธศาสตร์ soft power เพื่อยกระดับและพัฒนาความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของไทย สร้างมูลค่าและสร้างรายได้ เพื่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ตลอดจนส่งเสริมบทบาทความเป็นผู้นำของประเทศไทยในเวทีโลก อันเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ ภายใต้งบประมาณ 5,164 ล้านบาท (ไทยรัฐออนไลน์, 2566)

จากการที่สาธารณชนเกิดความสับสนต่อคำว่า soft power และคำทับศัพท์ว่า ซอฟต์พาวเวอร์ ที่ถูกนำมาใช้ในยุทธศาสตร์ของประเทศ เห็นได้จากคำสั่งที่ 206/2565 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการนโยบายส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศด้วย soft power และคำสั่งนายกรัฐมนตรี ที่ 230/2566 เรื่องแต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ แต่กลับไม่ปรากฏการกำหนดนิยามของคำอย่างชัดเจน นอกเหนือไปจากการกล่าวถึงการส่งเสริมวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ และได้นำไปสู่การตั้งข้อสงสัยถึง

ความหมายของคำคำนี้อย่างกว้างขวาง ดังปรากฏในข่าว อาทิ “soft power คืออะไร? ต่างกับ hard power ยังไง? โอกาสส่งออกวัฒนธรรมไทย” (Amarin, 2565) “soft power คืออะไร และ soft power ของไทย มีอะไรบ้าง” (นิตिरาษฎร์ บุญโย, 2564) “ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ คืออะไร คุณเข้าใจถูกต้องไหม ทำไมรัฐไม่ควรเป็นเจ้าภาพ” (วัชชีรานนท์ ทองเทพ, 2556) “คิดยกกำลังสอง: วอนรัฐมนตรีตอบ...ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ คืออะไร?” และ “soft power คืออะไร? รวม ‘ของไทย’ บังจริงในหมู่ชาวต่างชาติ” (ไทยพีบีเอส, 11 กันยายน 2566; สันหัต โปธิสา, 2566) เป็นต้น นอกจากนี้ หลังจากที่ แพทองธาร ชินวัตร หัวหน้าพรรคเพื่อไทย และรองประธานคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ แห่งชาติ ได้กล่าวว่า soft power มีความหมายที่มากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และไม่ใช่มิติทางการเมืองระหว่างประเทศ ในการบรรยายพิเศษหัวข้อ Soft Power The Great Challenger ในงานสัมมนาชื่อ *THAILAND 2024: beyond RED OCEAN เส้นทางใหม่ เป้าหมายใหม่ที่มั่นคง* เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 (มติชนสุดสัปดาห์, 2566) นำไปสู่คำถามที่ปรากฏในสื่อมวลชนต่อไปว่า แพทองธารมีความเข้าใจความหมายของ soft power อย่างแท้จริงหรือไม่ ดังพาดหัวข่าวว่า “‘อึ้งอึ้ง’ แห่ง ‘อำนาจละมุน’ ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ ที่ยังสับสน” (ทวน ลำปาว, 2566) และเป็นไปในทิศทางเดียวกับความสงสัยของหน่วยงานของรัฐที่รับผิดชอบด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาทิ บทความของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ตั้งคำถามต่อกระแสนิยมของสาธารณชนที่มีต่อการแต่งกายชุดไทยประยุกต์ ในฉากปราสาทหินพนมรุ้งในวิดีโอเพลงของ ลิซ่า มโนบาล หรือ Lisa Blackpink ศิลปินไทยที่มีชื่อเสียงในเกาหลีใต้ ฐานะ K-Pop (วัฒนธรรมประชานิยมของเกาหลีใต้) และข่าวลิซ่ารับประทานลูกชิ้นยืนกิน จังหวัดบุรีรัมย์ ว่า “...แต่แท้จริงแล้วสิ่งเหล่านี้คือ soft power ของประเทศไทยจริงหรือไม่?” (คิด, 2565) สอดคล้องกับความเห็นของนักวิชาการแห่งสถาบันอนาคตไทยศึกษาว่ารัฐบาลยังไม่เข้าใจความหมายทางวิชาการของ soft power และนำไปสู่ความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน ดังนี้ “...soft power นโยบายเรื่อจริงของรัฐบาลเป็นที่ถกเถียงมาในหลายวาระ เพราะความหมายของรัฐบาลดูจะไม่

ตรงกับความหมายที่วงวิชาการและนานาชาติยอมรับ ทำให้ทั้งผู้ดำเนินนโยบาย ผู้ปฏิบัติการ นักธุรกิจ ประชาชนเข้าใจกันไปคนละอย่าง” (วรรณม แซ่โจ้ว และ กษิตีศ สุธดิลก, 2567) เหล่านี้เป็นเหตุให้ผู้เขียนมีวัตถุประสงค์ในการสำรวจ ความหมายเปรียบเทียบคำว่า soft power ที่ปรากฏในอินเทอร์เน็ต เนื่องจาก ปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่แสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต (การสำรวจของ We are social ประจำปี พ.ศ. 2567 พบว่า ประเทศไทยมีผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตร้อยละ 88 ในเวลาเฉลี่ยเกือบ 8 ชั่วโมงต่อวัน เพื่อเป็นการค้นหา ข้อมูล ร้อยละ 64.4 และติดตามข่าวสาร ร้อยละ 63.0) (eukeik.ee, 2567)

บทความวิชาการนี้ต้องการสำรวจความหมายของ soft power ใน วรรณกรรมของ Nye เพื่อเปรียบเทียบกับความหมายของ soft power ที่ปรากฏ ในเว็บไซต์ของรัฐและสื่อมวลชน แม้ว่าคำว่า soft power มักถูกนำไปใช้กับ สิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมในฐานะอำนาจดึงดูดใจหรือเกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ การใช้ทรัพยากรเพื่อประโยชน์ของตัวแสดง ซึ่งบางครั้ง soft power ถูกนำไป ผสมผสานกับแนวคิดอื่นๆ เช่น บารมี (charisma) ของ Weber (2004) อิทธิพล (influence) ของ Lasswell and Kaplan (1950) จักรวรรดินิยมวัฒนธรรม (cultural imperialism) ของ Said (1993) การครองอำนาจนำ (hegemony) ของ Gramsci (1982) การชวนเชื่อทางการเมือง (political propaganda) ของ Lasswell (1938) และการชวนเชื่อทางสังคมวิทยา (sociological propaganda) ของ Ellue (1973) แต่บทความนี้มุ่งสำรวจความหมายและการเปรียบเทียบ ความหมายกับ soft power ของ Nye ในฐานะที่เขาผู้ประดิษฐ์คำนี้ และเนื้อหา ที่เกี่ยวกับ soft power ส่วนใหญ่มักอ้างว่า มีต้นทางจากวรรณกรรมของ Nye ประกอบด้วยวรรณกรรมของ Nye จำนวน 4 เล่ม เพื่อทำความเข้าใจจุดยืนทาง วิชาการของ Nye คือ *Power and Interdependence* (2001) *Bound to Lead: the Changing Nature of American Power* (1990) *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004) และบทความชื่อ “Soft Power and the Korean Wave” (Nye and Kim 2013) จากหนังสือชื่อ *The Korean Wave: Korean Media Go Global* ด้วยเหตุผลที่ว่าหนังสือเล่มสำคัญชื่อ *Power and*

Interdependence (1977) ที่ Nye and Keohane ร่วมกันอธิบายอำนาจบนฐานความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และเริ่มสื่อให้เห็นเค้าลางของ soft power จากการเสนอแนวคิดเสรีนิยมใหม่ที่รัฐต่างๆ ต่างพึ่งพากันอย่างซับซ้อน (complex interdependence) เพื่อรักษาประโยชน์ของตนบนฐานความร่วมมือกันมากกว่าการทหารหรือความมั่นคง ในบริบทของรัฐศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ต่อมา Nye ได้พัฒนาแนวคิด soft power เป็นครั้งแรกในหนังสือชื่อ *Bound to Lead: the Changing Nature of American Power* (1990) เพื่อยืนยันถึงสถานภาพความเป็นผู้นำโลกที่มีอำนาจเข้มแข็งของสหรัฐอเมริกา ทั้งการทหารอำนาจเศรษฐกิจ และ soft power ซึ่งเป็นการปรากฏตัวครั้งแรกของคำว่า soft power ต่อมา Nye เขียนหนังสือชื่อ *Soft Power: The Means to Success in World Politics* (2004) งานหลักที่ Nye มุ่งแสดงความหมายของ soft power เพื่ออธิบายคำว่า soft power ให้ชัดเจน ด้วยเห็นว่าผู้นำของสหรัฐอเมริกาบางคนไม่เข้าใจความสำคัญของ soft power ในโลกยุคหลังเหตุการณ์ 9/11 ดังกรณี Donald Rumsfeld อดีตรัฐมนตรีกลาโหมของสหรัฐอเมริกา 2 สมัย ผู้เชื่อเรื่องความเข้มแข็งจาก hard power และตอบคำถามแก่ผู้รับฟังบรรยาย ในการบรรยายของ Nye เมื่อ ค.ศ. 2004 ว่า เขาไม่รู้ว่า soft power มีความหมายเช่นใด ส่วนบทความชื่อ “Soft Power and the Korean Wave” (2013) ถูกนำมาพิจารณาร่วม เพื่อทำความเข้าใจความเห็นของ Nye ต่อคลื่นเกาหลีที่พัฒนาจากวัฒนธรรมสร้างสรรค์สู่ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและ soft power เนื่องจากข่าวเกี่ยวกับ soft power ของไทยมักถูกเชื่อมโยงกับคลื่นเกาหลี (ในบทความนี้ใช้คำว่า “เกาหลี” ซึ่งหมายถึง สาธารณรัฐเกาหลีหรือเกาหลีใต้) ร่วมกับการวิเคราะห์เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความหมายต่อ soft power เฉพาะจากการสำรวจเว็บไซต์ข่าวและสื่อของรัฐในเกาหลี โดยการเจาะจงคำหลัก คือ “soft power ซอฟต์พาวเวอร์ ความหมาย นิยาม คืออะไร” ตั้งแต่วันที่ 17 เมษายน พ.ศ. 2565 (เหตุการณ์มิลลิกับข่าวเหนียวมะม่วง) ถึงวันที่ 24 มกราคม พ.ศ. 2567 (แพทองธาร ชินวัตร แสดงความเห็นเรื่อง soft power บนเวทีเสวนา Thairath Forum Soft Power Thailand's Next Weapon) (ไทยรัฐออนไลน์,

2567) รวม 132 ชิ้น (สื่อมวลชน 89 ชิ้น หน่วยงานรัฐ/พรรคเพื่อไทย 43 ชิ้น) ร่วมกับสำรวจบทความวิชาการ โดยหวังว่าบทความวิชาการจะนำไปสู่การอภิปรายความทางวิชาการเกี่ยวกับนิยามของ soft power ตามต้นฉบับของ Nye เพื่อให้ฝ่ายการเมือง/หน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน นักวิชาการ และประชาชนเกิดความเข้าใจในนิยามดังกล่าวตรงกัน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์การรายงานข่าว การอภิปรายสาธารณะอย่างถูกต้อง รวมถึงเพื่อขยายผลเกี่ยวกับองค์ความรู้ในเรื่องนี้ต่อไป

การทำความเข้าใจ soft power ตามความหมายของ Nye ในบทความนี้แบ่งเป็นสองส่วนคือ อรรถาธิบายความหมายของ Nye และเปรียบเทียบความหมายของ soft power ของ Nye กับนโยบายของรัฐ/หน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน และนักวิชาการ ดังนี้

ส่วนที่ 1 อรรถาธิบายความหมายของ Nye

อรรถาธิบายความหมายของ Nye มาจากภูมิหลังของเขาในฐานะนักรัฐศาสตร์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ผู้เป็นศาสตราจารย์พิเศษ (University Distinguished Service Professor - ศาสตราจารย์ที่มหาวิทยาลัยแต่งตั้งเพื่อเป็นเกียรติยศแก่ศาสตราจารย์ของมหาวิทยาลัยผู้มีความเชี่ยวชาญพิเศษ มีผลงานดีเด่น ประสบความสำเร็จในการค้นพบและการเรียนการสอน และเป็นผู้นำทางวิชาการของสาขาวิชานั้นๆ ในระดับนานาชาติ เป็นตำแหน่งที่สูงกว่าศาสตราจารย์ปกติ) ศาสตราจารย์กิตติคุณ (Emeritus Professor - แต่งตั้งจากอาจารย์ประจำ ผู้เคยดำรงตำแหน่งศาสตราจารย์ของมหาวิทยาลัย ซึ่งมีความรู้ ความสามารถและความชำนาญเป็นพิเศษ และพ้นจากตำแหน่ง) (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, ม.ป.ป.) และอดีตคณบดีแห่งสถาบันการปกครองเคนเนดีแห่งมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (The Harvard's Kennedy School of Government) มีตำแหน่งสำคัญระดับประเทศ คือ เป็นอดีตรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงกลาโหม อดีตประธานสภาการข่าวกรองแห่งชาติสหรัฐอเมริกา และรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี อีกทั้งได้รับการยกย่อง

ระดับโลก อาทิ ผลการสำรวจจากนักวิชาการด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ยกย่องให้ Nye เป็นหนึ่งในนักวิชาการผู้ทรงอิทธิพลด้านนโยบายต่างประเทศ สูงสุดของสหรัฐอเมริกา และนิตยสาร *Foreign Policy* ประจำ พ.ศ. 2554 จัดอันดับให้เป็นหนึ่งใน 100 นักคิดระดับโลก (Harvard Kennedy School, n.d.) ส่งผลให้จุดยืนของแนวคิดเรื่องอำนาจ และการใช้ตามอำนาจความหมายของเขา อยู่บนฐานของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในการที่รัฐหนึ่งใช้ความสามารถ ให้ตน (อำนาจ) เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ

การวิเคราะห์อำนาจตามความหมายของ Nye แบ่งเป็นหัวข้อดังนี้ แนวคิดเรื่องอำนาจอยู่บนฐานของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ อำนาจ: อำนาจ เชิงพฤติกรรมและอำนาจเชิงทรัพยากร กับ hard power และ soft power แนวคิดเรื่อง soft power และคลื่นเกาหลีของ Nye ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แนวคิดเรื่องอำนาจอยู่บนฐานของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ความเป็นนักรัฐศาสตร์ด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของ Nye สะท้อนจุดยืนเรื่องอำนาจบนฐานของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ส่งผล กระทบต่อนโยบายต่างประเทศของสหรัฐอเมริกาในหนังสือชื่อ *Power and Interdependence* (1977) ที่เขาและ Keohane ร่วมกันเสนอกระบวนการทัศน์ว่า ด้วยแนวคิดการพึ่งพากันอย่างซับซ้อน เพื่อแย้งกับสมมติฐานของแนวคิดสังคมนิยม ที่ว่ารัฐคือตัวแสดงที่มีนัยสำคัญ ซึ่งมีเป้าหมายสำคัญของรัฐคือความมั่นคง และ เครื่องมือสำคัญที่ใช้คือกำลัง จากเดิมที่รัฐต่างๆ มุ่งให้ความสำคัญต่ออำนาจ ทางทหารเพื่อความมั่นคงและประโยชน์ของตนเพื่อสร้างดุลยภาพแห่งอำนาจ หรือใช้อำนาจแบบสมมาตรเมื่อฝ่ายหนึ่งมีอำนาจมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง เนื่องจาก บริบทของอำนาจได้เปลี่ยนแปลงไปแล้ว ได้แก่ การเกิดประเทศอุตสาหกรรมใหม่ ที่ส่งผลต่อโครงสร้างและกระบวนการในระบบระหว่างประเทศกลายเป็นอำนาจ ด้านเศรษฐกิจ รวมถึงการเกิดตัวแสดงใหม่ที่ไม่ใช่รัฐ เช่น องค์การระหว่าง ประเทศ อาทิ ประชาคมเศรษฐกิจยุโรป (European Economic Community) องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (The Organization for Economic Co-operation and Development: OECD) องค์การกลุ่มประเทศ

ผู้ส่งออกน้ำมัน (Organization of Petroleum Exporting Countries) ตลอดจนปรากฏประเด็นใหม่ๆ อาทิ การเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ และตลาดการเงิน ที่เป็นกลไกให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุน ทำให้การใช้อำนาจเพื่อความมั่นคงหรือกำลังทหารแปรไปสู่ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในรูปแบบการพึ่งพากันอย่างซับซ้อนที่ไม่ได้จำกัดเพียงความสัมพันธ์ระหว่างรัฐต่อรัฐเท่านั้น

การเปลี่ยนแปลงรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศและการสิ้นสุดสงครามเย็น นำไปสู่ความวิตกของพลเมืองอเมริกัน ด้วยเกรงว่าอำนาจของสหรัฐอเมริกาที่เคยครอบงำการเมืองระหว่างประเทศนับแต่สงครามโลกครั้งที่สองจะเสื่อมถอยลง รวมถึงปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศได้รับผลกระทบวิกฤตการณ์น้ำมัน และชาวอเมริกันจำนวนหนึ่งเชื่อว่า สาเหตุมาจากสหรัฐอเมริกาเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจการนอกประเทศมากเกินไป และควรลดภาระนี้ลง และเห็นว่า สหรัฐอเมริกาควรลดการผูกมัดตนเองเข้ากับนโยบายต่างประเทศ แต่ Nye กลับแสดงความเชื่อมั่นในสถานภาพความเป็นมหาอำนาจของสหรัฐอเมริกา ในหนังสือชื่อ *Bound to Lead: the Changing Nature of American Power* (1990) ที่เขาเขียนขึ้นมาเพื่อโต้แย้งกับการวิเคราะห์เรื่องการล่มสลายของอำนาจของ Paul Kennedy ในวรรณกรรมชื่อ *Rise and Fall of Great Powers* (1987) ซึ่งกล่าวถึงความรุ่งเรืองและล่มสลายของชาติมหาอำนาจ นับแต่ศตวรรษที่ 17 ทั้งยังกล่าวว่า สหรัฐอเมริกาคงไม่พ้นไปจากความเสื่อมถอยจากความอ่อนล้าหลังสงครามเย็นสิ้นสุดลง รวมถึงอาจมีอำนาจหน้าใหม่เข้ามาในอนาคต เนื่องจาก Nye เห็นว่า สหรัฐอเมริกายังมีศักยภาพและแนวทางที่สามารถนำการเมืองโลกต่อไปได้แม้ว่าบริบทการเมืองโลกเปลี่ยนแปลงไป โดยเขาชี้ให้เห็นว่า สหรัฐอเมริกายังเป็นประเทศที่เข้มแข็งจากอำนาจสั่งการ (command power) คืออำนาจทางการทหารและเศรษฐกิจ และอำนาจจากความสมัครใจ (co-optive power) ซึ่งมาจากวัฒนธรรม อุดมการณ์ และสถาบัน โดยที่ Nye ยังไม่ได้เรียกว่า hard power และ soft power (Nye, 1990)

แนวคิดเรื่องอำนาจ: อำนาจเชิงพฤติกรรมและอำนาจเชิงทรัพยากร กับ Hard Power และ Soft Power

อำนาจในความหมายทั่วไปของ Nye คือ ความสามารถที่ฝ่ายหนึ่ง (คือ ผู้ใช้อำนาจ) ได้ผลลัพธ์ที่ตนต้องการ หรือสมรรถนะในการสร้างผลกระทบต่อนวัตกรรมของผู้อื่นเพื่อให้เกิดสิ่งหนึ่ง และ Nye ยอมรับว่า อำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเป็นเรื่องที่ยาก เนื่องจากไม่อาจคาดการณ์และวัดผลการใช้อำนาจที่ฝ่ายหนึ่งบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของตน จากสมรรถนะที่ทำให้อีกฝ่ายหนึ่งแสดงพฤติกรรมตามที่ต้องการออกมา อย่างไรก็ตาม ความหมายที่เจาะจงคือ ความสามารถในการสร้างอิทธิพลต่อนวัตกรรมของผู้อื่นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามที่ตนต้องการ การที่จะสร้างอิทธิพลดังกล่าวกระทำได้หลายวิธี ได้แก่ การบีบบังคับ การให้เงิน หรือ การดึงดูดใจ และทำให้อีกฝ่ายสมัครใจเพื่อให้ผู้ใช้อำนาจได้สิ่งที่ต้องการ (Nye, 1990 & 2004)

Nye แบ่งอำนาจออกเป็นสองประเภทตามวิถีทางของการใช้เพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่ต้องการ คือ hard power และ soft power ซึ่งสหรัฐอเมริกามีอำนาจใน 3 มิติ คือ การทหาร เศรษฐกิจ และมิติที่สาม คือ soft power อำนาจทั้งสองประเภทดำเนินผ่านพฤติกรรมการใช้อำนาจเชิงพฤติกรรม (behavioral power) และอำนาจเชิงทรัพยากร (resource power) ดังนี้ hard power คือ ความสามารถในการทำให้ผู้อื่นจำต้องทำในสิ่งที่ไม่ทำหากไม่ถูกคุกคามด้วยการลงโทษหรือสัญญาว่าจะให้รางวัล เป็นอำนาจที่มีองค์ประกอบแกนคือการโน้มน้าวใจหรือการบีบบังคับ ไม่ว่าจากความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจหรือกำลังทหารเสมอ โดยมีการพึ่งพาอาศัยกันแบบอสมมาตร (ฝ่ายหนึ่งมีอำนาจมากกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง) เป็นแหล่งสำคัญ (Keohane and Nye, 2001) เป็นการใช้อำนาจเชิงพฤติกรรมทางตรง ได้แก่ การออกคำสั่ง การใช้กำลัง หรือการจูงใจด้วยอำมริสินจ้าง และเกี่ยวข้องกับอำนาจเชิงทรัพยากร ซึ่งหมายถึงการใช้ทรัพยากรเพื่อให้ตนได้ผลลัพธ์ที่ต้องการ ได้แก่ การครอบครองทรัพยากร รวมถึงประชากร ดินแดน ทรัพยากรธรรมชาติ ขนาดเศรษฐกิจ กำลังทหาร และเสถียรภาพทาง

การเมืองที่ประเทศหนึ่งมีสูงกว่าประเทศอื่นๆ จึงสามารถใช้กำลัง แทรกแซง ให้เงิน หรือติดสินบนได้ ดังนั้นประเทศที่เป็นเจ้าของทรัพยากรที่สูงกว่าประเทศอื่นย่อมสามารถใช้อำนาจจากทรัพยากรเพื่อสร้างอิทธิพลเหนือประเทศอื่นอย่างมีประสิทธิภาพได้ การวัดผลของอำนาจเช่นนี้จึงวัดจากพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปของอีกฝ่ายหนึ่ง (Nye, 1990 & 2004) ส่วน soft power หมายถึง ความสามารถที่ฝ่ายหนึ่งได้ผลลัพธ์ที่ตนประสงค์ เพราะอีกฝ่ายหนึ่งสมัครใจสนองตอบความประสงค์นั้น เป็นการใช้อำนาจทางอ้อมในการบรรลุวัตถุประสงค์ผ่านการดึงดูดใจไม่ใช่การบังคับ (Keohane and Nye, 2001) ด้วยการใช้อำนาจเชิงพฤติกรรมทางอ้อม อาทิ การกำหนดวาระ การดึงดูดใจ และความร่วมมือ ผ่านอำนาจเชิงทรัพยากร อาทิ สถาบัน ค่านิยม วัฒนธรรม นโยบายของรัฐ Nye จึงเสนอให้ใช้ soft power ซึ่งเป็นอำนาจทางอ้อม บนฐานของความดึงดูดใจต่อความคิด หรือความสามารถในการจัดวาระทางการเมือง ในวิธีที่ปรับปรุงหรือความพึงพอใจให้อีกฝ่ายหนึ่งแสดงออกมาจากความสามารถในการจัดการความพึงพอใจที่สัมพันธ์กับทรัพยากรที่ไม่มีตัวตน อาทิ สถาบัน วัฒนธรรม และอุดมการณ์ เพื่อให้ประเทศหนึ่งได้ผลลัพธ์ตามที่ตนต้องการเพราะประเทศอื่นๆ สมัครใจทำตามหรือยอมรับระบบในการเมืองโลก เนื่องจากแหล่งอำนาจระหว่างประเทศได้เคลื่อนตัวออกจากการมุ่งเน้นเรื่องการทหาร ประกอบกับมีปัจจัยอื่นๆ อาทิ เทคโนโลยี การศึกษา และการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการลดความสำคัญของปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ประชากรและวัตถุดิบลง (Nye, 1990) ซึ่ง Nye แสดงให้เห็นพิสัยของอำนาจเชิงพฤติกรรมและอำนาจเชิงทรัพยากร กับ hard power และ soft power ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงมิติการใช้อำนาจเชิงพฤติกรรมและเชิงทรัพยากร Hard Power และ Soft Power

อำนาจ	Hard Power	Soft Power
ความเข้มข้นของอำนาจเชิงพฤติกรรม	ใช้กำลัง จูงใจด้วย อำมิส สินจ้าง ออกคำสั่ง	กำหนด ดึงดูดใจ วาระ ร่วมมือ
อำนาจเชิงทรัพยากรที่มักใช้มากที่สุด	ใช้กำลัง แทรกแซง ให้เงิน ติดสินบน	สถาบัน ค่านิยมวัฒนธรรม นโยบายรัฐ

ที่มา: Nye (2004)

อนึ่ง Nye เห็นว่า อำนาจของประเทศสัมพันธ์กับขนาดใหญ่ของประชากร และอาณาเขต ทรัพยากรธรรมชาติ ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ กำลังทหาร และความมั่นคงทางสังคม ซึ่งอำนาจในนิยามนี้มีข้อดีคือรูปธรรมที่ชัดเจน วัดได้ และคาดการณ์ได้ แต่การใช้อำนาจเพื่อให้ผู้อื่นแสดงพฤติกรรมที่ต้องการนั้น จำเป็นต้องรู้ว่าเขาชอบสิ่งใดมากกว่าอีกสิ่ง อำนาจจึงขึ้นอยู่กับบริบทของความสัมพันธ์นั้น และการใช้อำนาจเชิงทรัพยากรไม่สามารถตัดสินโดยปราศจากการพิจารณาบริบทได้ เพราะสิ่งที่ใช้การได้ในบริบทหนึ่งอาจไม่สามารถใช้ได้บริบทอื่นๆ นอกจากนี้ ทั้ง soft power และ hard power ต่างเป็นเสมือนหน้าทั้งสองของเหรียญเดียวกัน จึงเห็นได้ว่า ในภาพโดยรวมแล้ว Nye ต้องการเสนอความคิดว่า สหรัฐอเมริกายังรักษาความเป็นผู้นำ และเพิ่มความได้เปรียบในการเมืองโลกได้ด้วยการจัดการการใช้อำนาจใหม่ให้สอดคล้องกับความท้าทายใหม่ เนื่องจากบริบทของอำนาจได้เปลี่ยนไป เพียงแต่ต้องทำความเข้าใจการจัดการกับอำนาจที่แตกต่างกันระหว่าง hard power และ soft power เนื่องจากการเติบโตของการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันระหว่างรัฐ รวมถึงการแพร่กระจายอำนาจสู่รัฐขนาดเล็กและตัวแสดงภาคเอกชนทั่วโลก ผ่านความร่วมมือ สถาบันระหว่างประเทศ รวมถึงการส่งเสริมค่านิยมสากลแทนการครอบงำเช่นในอดีต (Nye,



1990) นอกจากนี้ Nye เสนอให้สหรัฐอเมริกาใช้ smart power คือทั้ง hard power และ soft power เพื่อเป็นหนทางในการพัฒนากลยุทธ์อย่างบูรณาการ ฐานทรัพยากร เครื่องมือ ในการบรรลุเป้าหมาย เนื่องจากประเทศที่มีความก้าวหน้ากว่าย่อมแสวงหาหนทางเพื่อรักษาความมั่นคง และดำรงรักษาสถานะ และบทบาทด้วยวิธีที่ดึงดูดใจมากกว่าการบีบบังคับ (Nye, 2004)

แนวคิดเรื่อง Soft Power

Nye กล่าวถึงแนวคิดของ E. H. Carr นักรัฐศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศสายสังคมนิยมชาวอังกฤษกล่าวถึงอำนาจการเมืองระหว่างประเทศ 3 ประการ ได้แก่ อำนาจการทหาร อำนาจเศรษฐกิจ และอำนาจเหนือความคิดเห็น เขายกตัวอย่างอำนาจเหนือความคิดเห็นของประธานาธิบดีของสหรัฐอเมริกา อาทิวูดโรว์ วิลสัน ทีโอดอร์ โรเซอเวลต์ จอห์น เอฟ. เคนเนดี ที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างความนิยมและการดึงดูดใจในบริบทการเมืองโลก สามารถเปลี่ยนความคิดในการเมืองโลกได้ จากความสามารถในการได้สิ่งที่ต้องการ ผ่านการดึงดูดใจ โดยไม่ได้ใช้อิทธิพลจากการบังคับขู่เข็ญ ใช้กำลัง หรือแทรกแซงทางเศรษฐกิจ หรือให้งบประมาณช่วยเหลือ ซึ่ง Nye เห็นว่า อำนาจเหนือความคิดเห็นนี้ คือ soft power ที่เกิดขึ้นแล้ว เพียงแต่ไม่สามารถระบุการวัดผลที่ชัดเจนได้ (Nye, 2004)

Nye ชี้ว่า แหล่งทรัพยากรเบื้องต้นของ soft power ได้แก่ วัฒนธรรมของประเทศ อุดมการณ์การเมือง และนโยบายของรัฐ กล่าวคือ soft power ของประเทศจะเกิดขึ้น เมื่อประเทศนั้นได้แสดงนโยบายที่มีเหตุผลและชอบธรรม ในสายตาของประเทศอื่น ทำให้นโยบายของประเทศนั้นไม่ประสบกับการคัดค้าน ในเวทีโลก ในทำนองเดียวกัน หากวัฒนธรรมและอุดมการณ์ของประเทศนั้นดึงดูดใจให้ชื่นชอบ ประเทศอื่นย่อมสมัครใจทำตาม ดังรายละเอียดต่อไปนี้

วัฒนธรรม คือชุดของค่านิยมและการปฏิบัติที่สร้างความหมายในสังคม หนึ่งๆ ประกอบด้วยวัฒนธรรมชั้นสูง (high culture) เช่น งานวรรณกรรม ศิลปะ และการศึกษา ซึ่งเป็นสิ่งชวนชื่นชมและยึดถือปฏิบัติตามในกลุ่มชนชั้นนำทางสังคม กับวัฒนธรรมประชานิยม (popular culture) ที่มุ่งความบันเทิงมวลชน

(mass entertainment) เมื่อใดที่ประเทศหนึ่งมีวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยค่านิยมที่มีความนิยมเป็นสากล และสามารถส่งเสริมคุณค่าและความสนใจสู่ประเทศอื่นก็มีแนวโน้มว่า จะได้รับผลลัพธ์ที่ปรารถนาจากความสัมพันธ์ที่มาจากความดึงดูดใจกับภาระหน้าที่ทำให้เกิดวัฒนธรรมดังกล่าว สหรัฐอเมริกาได้รับประโยชน์จากทรัพยากรนี้ เนื่องจากวัฒนธรรมอเมริกันมีความเป็นสากล ดังที่ Josef Joffe บรรณาธิการชาวเยอรมัน กล่าวว่า soft power ของอเมริกันนั้นมีมากกว่าอำนาจการทหารและอำนาจเศรษฐกิจ และวัฒนธรรมอเมริกันทุกระดับได้แผ่ขยายกระจายออกไปอย่างกว้างใหญ่ไพศาลนอกอาณาจักรแบบไร้พรมแดนทั่วโลก เมื่อเป็นเช่นนี้ Nye จึงเห็นว่า วัฒนธรรมที่เป็นค่านิยมอย่างแคบหรือวัฒนธรรมย่อยของท้องถิ่นมักไม่นำไปสู่ soft power

อุดมการณ์ทางการเมือง คือชุดของมโนคติอันเป็นพื้นฐานของการกระทำทางการเมืองในการอนุรักษ์ ปรับเปลี่ยน หรือล้มล้างระบบอำนาจที่มีอยู่ ลักษณะของอุดมการณ์คือ การเสนอความน่าเชื่อถือของระเบียบที่มีอยู่แล้วโดยมักอ้างแบบอย่างตามทัศนะโลก ตัวแบบของความปรารถนาในอนาคตในฐานะสังคมที่ดี และอธิบายให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองจะนำสิ่งใดมาให้พร้อมวิธีการจากจุดหนึ่งไปสู่อีกจุดหนึ่ง (Heywood, 2017) โดย Nye ยกตัวอย่าง soft power ที่มาจากอุดมการณ์ทางการเมือง ได้แก่ หลักเสรีภาพสี่ประการสำหรับยุโรปหลังสงครามโลกครั้งที่สอง ตามแนวคิดและนโยบายของ Franklin Roosevelt ประธานาธิบดีแห่งสหรัฐอเมริกา (Franklin Roosevelt's Four Freedoms) เมื่อ ค.ศ. 1941 ซึ่งกลายเป็นหลักสำคัญของการก่อตั้งสหประชาชาติ (United Nations) ส่งผลต่อความคิดทางการเมือง ค่านิยมด้านอุดมการณ์ในประเทศและต่างประเทศเรื่องการสนับสนุนปกป้องสิทธิมนุษยชน ส่งเสริมอุดมการณ์ประชาธิปไตย ช่วยเหลือสถาบันระหว่างประเทศที่สำคัญ อุดมการณ์เหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมของประเทศอื่นๆ ที่มองมาที่สหรัฐอเมริกาเป็นอย่างมาก เช่น คนหนุ่มสาวในประเทศนิยมลัทธิคอมมิวนิสต์สนใจดนตรีอเมริกันและติดตามข่าวสารจากสถานีวิทยุ Radio Free Europe นักศึกษาจีนใช้สัญลักษณ์รูปปั้นจำลองอนุสาวรีย์เทพีแห่งเสรีภาพในการประท้วงเพื่อเรียกร้อง

ประชาธิปไตย ณ จัตุรัสเทียนอันเหมิน และชาวอัฟกันเรียกร้องเสรีภาพและสิทธิพื้นฐานของพลเมือง (Bill of Rights) ค.ศ. 2001 รวมถึงค่านิยมและความคิดทางการเมืองแบบอเมริกันที่ส่งกระจายออกสู่โลก อาทิ นักบรรณรักษ์การเมืองชาวจีนเห็นด้วยกับการใช้สิทธิในการฟ้องร้องดำเนินคดีกับปกป้องสิทธิเสรีภาพของตนเองตามที่เห็นในภาพยนตร์ฮอลลีวูด นอกจากนี้ ค่านิยมอเมริกันยังถูกเผยแพร่ผ่านช่องทางต่างๆ อาทิ ความสัมพันธ์ส่วนตัว การท่องเที่ยว การแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศที่ค่านิยมแบบอเมริกันสามารถถูกส่งออกผ่านนักเรียนต่างชาติที่มาศึกษาในอเมริกาแล้วเดินทางกลับประเทศของตน

อย่างไรก็ตาม อุดมการณ์ทางการเมืองชุดหนึ่ง อาจไม่ใช่ความชอบธรรมในอุดมการณ์ที่แตกต่าง เช่น การที่สหรัฐอเมริกาโจมตีฝ่ายตรงข้ามที่เรียกชื่อว่าผู้ก่อการร้ายหลังเหตุการณ์วินาศกรรม 11 กันยายน ค.ศ. 2001 ด้วยการใช้อำนาจทหารขนาดใหญ่ ส่งผลให้กลุ่มมุสลิมหัวรุนแรงเข้าสนับสนุนปฏิบัติการของ Osama bin Laden จากความเลื่อมใสว่า วัตถุประสงค์ของเขามีความชอบธรรมโดยไม่มีใครออกคำสั่งหรือได้รับค่าจ้าง เป็นต้น

นโยบายของรัฐ ทั้งนโยบายในประเทศและต่างประเทศเป็นทรัพยากรที่มีศักยภาพของ soft power นโยบายของรัฐที่มีความชอบธรรมและยุติธรรมจะดึงดูดใจให้ประเทศอื่นนิยมชมชอบ ส่งผลต่อภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศประเทศใดที่กำหนดกฎเกณฑ์ระหว่างประเทศได้ดีอย่างมีคุณธรรมและยุติธรรมประเทศนั้นย่อมได้รับความยอมรับในนโยบายต่างประเทศด้านอื่นๆ ด้วย ถือเป็น soft power ที่แสดงผ่านนโยบายการต่างประเทศ พลังวัฒนธรรม และค่านิยมอุดมการณ์ประชาธิปไตย ทำให้ประเทศบางประเทศทรงอำนาจ ทั้งๆ ที่ไม่มีอำนาจการทหารและเศรษฐกิจขนาดใหญ่ แต่มีภาพลักษณ์ที่ดีจากนโยบายช่วยเหลือชาติอื่น รวมถึงนโยบายและกิจกรรมระดับนานาชาติเกี่ยวกับสันติภาพของโลก เช่น นโยบายสร้างสันติภาพของนอร์เวย์สร้าง soft power ได้จากบทบาทคนกลางในการเจรจาสันติภาพในหลายประเทศ ทำให้นอร์เวย์มีโอกาสดำเนินการและสร้างสัมพันธ์อันดีกับประเทศต่างๆ และได้รับการเคารพจากประเทศมหาอำนาจ ส่วนแคนาดาที่มีความเป็นชาติที่มีมาตรฐานทางศีลธรรมสูง และพลเมืองเป็นพลเมือง

ดี ทำให้แคนาดามี soft power จากสมรรถนะในการให้ความช่วยเหลือระหว่างประเทศ และสหรัฐอเมริการับรองความชอบธรรมในการเจรจาระหว่างประเทศ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม อำนาจขึ้นอยู่กับบริบท ผลสำเร็จของอำนาจในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของอีกฝ่ายนั้น ฝ่ายใช้อำนาจต้องทราบว่าอีกฝ่ายชอบอะไร หากไม่แล้วก็อาจใช้อำนาจผิดทางได้ ไม่ต่างจากไก่ที่เข้าใจว่าพระอาทิตย์ขึ้นเพราะเสียงขันของตน จึงเป็นเรื่องยากในการคาดการณ์ว่า ประชาชนหรือประเทศของอีกฝ่ายจะแสดงพฤติกรรมเช่นใดหากปราศจากความพยายามในการเข้ากระทำของฝ่ายแรก (Nye, 1990)

แนวคิดเรื่องคลื่นเกาหลีกับ Soft Power ในทฤษฎีของ Nye

Nye แสดงความเห็นต่อคลื่นเกาหลี และ soft power ของเกาหลี ในบทความชื่อ “Soft Power and the Korean Wave” (2013) ว่า รัฐบาลเกาหลีได้ดำเนินนโยบายเพื่อส่งเสริม soft power ด้วยวัฒนธรรมประชานิยม และสามารถใช้ soft power ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แต่กระนั้นก็ยังมีปัญหาในเชิงนโยบายต่างประเทศจากภูมิรัฐศาสตร์ของประเทศ ดังนี้

- การสร้างทรัพยากรทางวัฒนธรรมของเกาหลี

วัฒนธรรมประชานิยมผ่านคลื่นเกาหลี คือ แหล่ง soft power ที่ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ ต่อการทูตวัฒนธรรม (cultural diplomacy) ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ (public diplomacy) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ (รญาภรณ์ สุคนธ์ทรัพย์, 2552) และการค้า การท่องเที่ยว การศึกษา รวมถึงความสนใจอื่นๆ ข้ามในบริบทต่างๆ เนื่องจากวัฒนธรรมประชานิยมกลายเป็นทรัพยากรที่มีศักยภาพในทางการทูตที่ใช้ soft power ความร่วมมือด้านวัฒนธรรมข้ามชาติ การเสวนา และการฝ่าฟันเพื่อชนะใจคน การสื่อสารวัฒนธรรมประชานิยมหรือบริโภคนิยมข้ามพรมแดนได้อย่างถี่ และเข้มข้นอย่างเพิกถอนไม่ได้และต้านทานไม่ได้ จึงทำให้รัฐบาลทำการส่งเสริมวัฒนธรรมผ่านนโยบายและการส่งเสริมอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม เพื่อมุ่งเปลี่ยนเอกลักษณ์ สร้างวัฒนธรรมและแบรนด์ของชาติอันถือเป็นสาระสำคัญของ

นโยบายต่างประเทศ เนื่องจากเกาหลีเป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ แต่ยังไม่
มีแบรนด์ของชาติและวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะ ส่วนหนึ่งมาจากการมุ่ง
สร้างชาติในช่วง 50 ปีที่ผ่านมา (ณ ค.ศ. 2012) นับตั้งแต่ปลายทศวรรษ 1990
รัฐบาลเกาหลีภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาได้ร่วมกันฟื้นฟูภาพลักษณ์ของ
ชาติและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อผลของ soft power โดยในการบูรณาการ
คลื่นเกาหลีนี้ รัฐบาลไม่ได้อ้างชื่อ soft power หากแต่กำหนดเป็นนโยบายและ
งบประมาณเพื่อนำประเทศสู่กระแสโลกาภิวัตน์ ด้วยการสนับสนุนทางการเงิน
แก่อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม สนับสนุนให้เปิดสาขาอุตสาหกรรมวัฒนธรรม
พร้อมกับมอบคุณมือและทุนการศึกษาในระดับอุดมศึกษา ภายใต้กรอบ 3 Cs
คือ content (เนื้อหา) creativity (สร้างสรรค์) และ culture (วัฒนธรรม) เมื่อ
ค.ศ. 2004 ดำเนินนโยบายส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม ความมีพลัง
ควบคู่กับความคิดสร้างสรรค์ (ช่วง ค.ศ. 2003-8) และตราสินค้าเกาหลี (ช่วง
ค.ศ. 2008-13) ร่วมกับการใช้วัฒนธรรมประชานิยมเพื่อสร้างภาพลักษณ์และ
soft power ของชาติ ตั้งแต่เพลงสไตร์เกาหลี หรือ K-pop จนถึงอาหาร นอกจากนี้
การเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมผู้นำ G20 ของเกาหลีใน ค.ศ. 2010 ช่วยยกระดับ
การรับรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศสู่สายตาชาวโลกมากขึ้น รวมถึงการจัด
งานสัปดาห์เกาหลีเพื่อเผยแพร่วัฒนธรรม ณ นครปารีส ใน ค.ศ. 2012 ช่วย
เสริมภาพลักษณ์ความเป็นสากลของประเทศให้ห่างจาก hard power ทาง
เศรษฐกิจในสายตาประชาคมโลก

- การใช้ Soft Power ของเกาหลีในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

Nye ยกตัวอย่างการใช้ทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้กลายเป็น soft power
ของเกาหลีในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ได้แก่ ละครโทรทัศน์ในความสัมพันธ์
ระหว่างประเทศในตะวันออกกลาง อาทิ การได้รับความนิยมของละครโทรทัศน์
เรื่อง *เพลงรักในสายลมหนาว* ส่งผลให้กระทรวงกลาโหมของเกาหลีลงนามใน
สัญญากระจายสัญญาณภาพและเสียงของละครเรื่องนี้กับสถานีโทรทัศน์ดาวเทียม
ที่รัฐบาลเป็นเจ้าของในเคอร์ดิสถาน โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความรู้สึกเชิงบวก
ในโลกอาหรับ เนื่องจากขณะนั้นมีทหารเกาหลีกว่าสามพันนายร่วมรบอยู่ทางตอน

เหนือของอิรัก แทนการส่งต้นฉบับละครให้แก่อิรัก ด้วยเกรงว่าจะเกิดอุบัติเหตุ หรือถูกโจมตีจากผู้ก่อการร้าย นอกจากนี้ รัฐบาลเกาหลียังส่งเสริมความนิยมให้ ภาพลักษณ์ของตนโดยการให้สิทธิการเผยแพร่ละครอีกหลายเรื่องแก่สถานี โทรทัศน์ในกลุ่มประเทศอาหรับโดยไม่คิดมูลค่า การที่ละคร *เพลงรักในสายลม หนาว* ได้รับความนิยมในอียิปต์ จนทำให้มีประชาชนจำนวนมากส่งจดหมายชื่นชม ไปยังสถานทูตเกาหลีในอียิปต์ รวมถึงการตั้งแฟนคลับและเว็บไซต์ละครเกาหลี เหล่านี้ เป็นการสร้างความเข้าใจในวัฒนธรรมของเกาหลีอีกด้วย นอกจากนี้ เกาหลียังใช้ละครโทรทัศน์และเพลงสร้าง soft power เพื่อเผยแพร่อุดมการณ์ ประชาธิปไตยและแนวคิดความทันสมัยสู่เกาหลีเหนือ แม้ว่าการเผยแพร่ข่าวสาร ไปยังเกาหลีเหนือนั้นผิดกฎหมาย แต่ประชาชนเกาหลีเหนือก็ลักลอบติดตาม วัฒนธรรมประชานิยมและเรียนรู้เกี่ยวกับแนวคิดเรื่องเสรีภาพความทันสมัยและ ตลาดเสรีของเกาหลี เห็นได้ว่า วัฒนธรรมประชานิยมของเกาหลีสามารถเป็น สะพานเชื่อมทางวัฒนธรรมและความคิดเห็นของสองประเทศผ่านการดึงดูดใจ

การส่งออกวัฒนธรรมของเกาหลีประสบความสำเร็จ นับแต่การได้รับความนิยมอย่างสูงทั่วโลกของละครโทรทัศน์เรื่อง *เพลงรักในสายลมหนาว (Winter Sonata)* ในช่วง ค.ศ. 2005 จนถึงกังนัมสไตล์ ของ Psy ซึ่งสร้าง ปრაฏกการณ์วิดิทัศน์แรกที่ถูกเข้าชมได้ยู่หุบถึงพันล้านครั้ง และนำไปสู่การค้นหา ข้อมูลเกี่ยวกับเกาหลีในเวลาอันรวดเร็ว ใน ค.ศ. 2012 เห็นได้ว่า วัฒนธรรม ประชานิยมของเกาหลีเป็นทรัพยากรในการสร้าง soft power แก่ประเทศ โดย ไม่มีข้อจำกัดด้านพรมแดน Nye ได้เสนอให้เสริมศักยภาพวัฒนธรรมประชานิยม ของตนข้ามพรมแดนไปยังคนรุ่นใหม่ อาทิ ดึงดูดใจนักเรียนต่างชาติให้เรียนภาษา เกาหลี รวมถึงการมอบทุนการศึกษา การมอบความช่วยเหลือในการพัฒนา ประเทศแก่ประเทศที่อยู่นอกเอเชีย การสนับสนุนการเดินทางเผยแพร่เรื่องความ สำเร็จของเกาหลีในต่างประเทศ และการเป็นเจ้าภาพการประชุมขนาดใหญ่ที่ ดึงดูดความสนใจของโลก

เมื่อเปรียบเทียบกับการใช้ hard power ในอดีตที่ผ่านมา ส่งผลให้รัฐบาล เกาหลีดำเนินนโยบายต่างประเทศที่เอื้อให้วัฒนธรรมประชานิยมของเกาหลีมี

บทบาทสำคัญในสถาบันระหว่างประเทศและเครือข่าย แต่แท้จริงแล้ว การใช้ อำนาจของเกาหลีในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศยังต้องฝ่าฟันอีกมาก ดังที่ผล สำนวณเรื่องอำนาจของชาติกลุ่ม G20 ใน “Soft Power and the Korean Wave” (Nye and Kim, 2013) ที่ตีพิมพ์ในหนังสือพิมพ์ *Chosun Ilbo* กล่าวว่า การใช้ hard power ของเกาหลีอยู่ในอันดับ 9 ของโลก อันมีสาเหตุจากความมั่นคง เนื่องจากภูมิรัฐศาสตร์ที่ขนาบด้วยความขัดแย้งของประเทศมหาอำนาจ และ ประวัติศาสตร์ที่เคยเป็นอาณานิคมของญี่ปุ่น รวมถึงการเป็นพันธมิตรกับ สหรัฐอเมริกาและการแทรกแซงของสหประชาชาติ อีกทั้งผลการจัดการเรื่อง soft power ยังไม่เป็นที่น่าพอใจ ซึ่ง *Chosun Ilbo* เสนอว่า เกาหลีควรผสมผสานการใช้ hard power ที่มี soft power หนุนหลัง เพื่อเป็นเครื่องมือในการเติบโตและ เจริญรุ่งเรืองของประเทศ นอกจากนี้ Nye อธิบายว่า ควรใช้อำนาจ hard power และ soft power อย่างมีดุลยภาพ เพื่อสร้างโอกาสในการเติบโตและความรุ่งเรือง แก่รัฐ จาก soft power ทั้ง 3 แหล่ง คือ วัฒนธรรมของชาติ ค่านิยมในประเทศ และนโยบายต่างประเทศที่ชอบธรรม ตัวอย่างเช่น เกาหลีที่แพร่กระจาย วัฒนธรรมของตนไปทั่วโลก จนสามารถสร้างความดึงดูดใจกลายเป็น soft power ควบคู่กับการจัดการค่านิยมในประเทศด้วยการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และเปลี่ยน ผ่านสู่ความเป็นประชาธิปไตย เกาหลีมีศักยภาพในการวางนโยบายระหว่าง ประเทศ เช่น ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวิกฤติการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ สิทธิมนุษยชน การรับมือกับโรคระบาด รวมถึงมีบทบาทมากขึ้นในการผลิตสินค้าเพื่อโลก ใน การสร้างสถานการณ์ win-win แก่ประเทศและประชาคมโลก

สรุปได้ว่า soft power ตามความหมายของ Nye คือ อำนาจทางอ้อม ในการบรรลุวัตถุประสงค์ผ่านการดึงดูดใจ ไม่ใช่การบังคับ โดยตั้งอยู่บนฐานของ ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยมีวัฒนธรรมของประเทศ อุดมการณ์การเมือง และนโยบายของรัฐ เป็นแหล่งทรัพยากร อย่างไรก็ตาม วัฒนธรรมไม่ใช่ soft power เสมอไป เพราะแม้ว่าวัฒนธรรมนั้นจะมีแรงดึงดูดใจ แต่ก็ไม่อาจบรรลุผล ต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้

ส่วนที่ 2 เปรียบเทียบความหมาย Soft Power ของ Nye กับนโยบายของรัฐ/หน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน และนักวิชาการ

จากการเปรียบเทียบความหมายของ soft power ของ Nye ที่หมายถึงความสามารถในการได้ผลลัพธ์ที่ประสงค์ เพราะอีกฝ่ายหนึ่งสมัครใจสนองตอบความประสงค์นั้น เป็นอำนาจทางอ้อมในการบรรลุวัตถุประสงค์ผ่านการดึงดูดใจ ไม่ใช่การบังคับในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เมื่อประเทศนั้นแสดงนโยบายที่มีเหตุผลและชอบธรรมในสายตาของประเทศอื่น ทำให้นโยบายของประเทศนั้นไม่ประสบกับการคัดค้าน ในทำนองเดียวกัน หากวัฒนธรรมและอุดมการณ์ของประเทศนั้นดึงดูดใจให้ชื่นชอบ ประเทศอื่นย่อมยินดีทำตามด้วยความเต็มใจ และทรัพยากรหลักของ soft power ได้แก่ วัฒนธรรมของประเทศ อุดมการณ์/ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายของรัฐ พบว่า ความหมายของ soft power ที่ปรากฏในการสื่อสารที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ soft power ของรัฐบาล รวมถึงการจัดตั้ง THACCA (Thailand Creative Content Agency) ในเว็บไซต์ข่าวออนไลน์และสื่อของรัฐ ไม่ตรงกับความหมายของ Nye หากแต่เป็นเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพยากรทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรม แต่วัฒนธรรมย่อยของท้องถิ่นตามความเห็นของ Nye มักไม่ส่งผลด้าน soft power ส่วนนโยบาย OFOS หรือหนึ่งครอบครัวหนึ่ง soft power ไม่ใช่ soft power ขณะที่เนื้อหาเกี่ยวกับ soft power ที่ปรากฏในข่าวของสื่อมวลชนโน้มเอียงไปทิศทางเดียวกับของหน่วยงานรัฐ นอกจากนี้ นักวิชาการให้นิยาม soft power ไม่ตรงกัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

Soft Power ในนโยบายของรัฐมีฐานะเป็นเพียงเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การที่นโยบายของรัฐ ทั้งนโยบายในประเทศและต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการส่งเสริม soft power ของประเทศ ทั้งนโยบาย 5F และ THACCA เป็นฐานสำคัญของการทูตวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ และสามารถพัฒนาให้เป็นทรัพยากรสำคัญในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ประเทศได้ เนื่องจากการสร้างความชอบธรรมและ

ยุทธธรรมที่ดึงดูดใจให้ประเทศอื่นนิยมชมชอบ แต่การมุ่งเพียงพัฒนาแรงงานทักษะสูง สร้างงานและรายได้ ขยายอุตสาหกรรมเป้าหมาย ส่งเสริมการส่งออก และผลักดันประเทศไทยให้เป็นประเทศชั้นนำของโลกด้าน soft power สื่อให้เห็นว่า รัฐมองว่า soft power เป็นหนึ่งในเครื่องมือช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการ เพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศ และสร้างความเชื่อมั่นต่อประเทศไทยในเวทีระดับสากล (ไทยพีบีเอส, 2567) เมื่อเป็นเช่นนี้ soft power ในยุทธศาสตร์ของรัฐบาลมีฐานะไม่ต่างจากเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามนิยามตามที่ปรากฏในพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ว่า หมายถึงการพัฒนากระบวนการโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของประเทศไทย ใน 15 สาขา ได้แก่ (1) งานฝีมือและหัตถกรรม (2) ดนตรี (3) ศิลปะการแสดง (4) ทัศนศิลป์ (5) ภาพยนตร์ (6) การแพร่ภาพและกระจายเสียง (7) การพิมพ์ (8) ซอฟต์แวร์ (9) การโฆษณา (10) การออกแบบ (11) การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม (12) แฟชั่น (13) อาหารไทย (14) การแพทย์แผนไทย และ (15) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, ม.ป.ป.) ดังนั้น คำว่า soft power ที่ปรากฏในนโยบายของรัฐจึงมีคลาดเคลื่อนไปจากความหมายของ Nye เนื่องจากเห็นว่า soft power เป็นเพียงความสามารถในการสร้างความนิยมชมชอบต่อวัฒนธรรมไทยสายตาชาวต่างชาติ ด้วยการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยไปต่างประเทศ เพื่อผลด้านการค้า อาทิ แนวคิดเศรษฐกิจวัฒนธรรมใหม่ สร้างรายได้ เสริมคุณค่า พัฒนาสังคม ไม่ว่าจะเป็นโครงการ 5F ของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม 5 กลุ่ม คือ อาหาร (food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (film) ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น (fashion) มวยไทย (fighting) และการอนุรักษ์และขับเคลื่อนเทศกาลและประเพณีสู่ระดับโลก (festival) เพื่อ

เป็น soft power ของไทย (กรมประชาสัมพันธ์, 2566) เพื่อเพิ่มโอกาสทาง อาชีพ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจของไทย และการดำเนินยุทธศาสตร์ ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติของรัฐบาล เศรษฐา ทวีสิน ที่ว่า “...รัฐบาลนี้ยังมีนโยบาย สนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ soft power ของประเทศ เพื่อยกระดับ และพัฒนาความสามารถด้านความรู้ความสามารถ และความคิดสร้างสรรค์ของ คนไทยให้สร้างมูลค่าและสร้างรายได้รวมทั้งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และพัฒนา ต่อยอดศิลปะ วัฒนธรรมและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาต่อยอดในการ สร้างมูลค่าเพิ่ม” สื่อให้เห็นว่ารัฐบาลเห็น soft power ในฐานะเทียบเท่ากับ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เท่านั้น ยังไม่ใช้การส่งแรงต่อไปสู่ความเป็นทรัพยากรใน ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ตามความหมายของ Nye การมุ่งเรื่องเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ของรัฐตรงกับขอบเขตความรับผิดชอบของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) ที่กล่าวถึงภารกิจสำคัญด้านการสนับสนุน ส่งเสริม และพัฒนาศักยภาพเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยสนับสนุน รวมทั้งการพัฒนา อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ให้เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุดใหม่ (New Engines of Growth) เพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจของ ประเทศ (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, ม.ป.ป.) การจัดตั้งหน่วยงาน THACCA (Thailand Creative Content Agency) ขึ้นมารับผิดชอบแทนการ กระจายภารกิจให้หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในแต่ละกลุ่ม ซึ่งขยายขอบเขตการ ดำเนินงานจากสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตรงที่เป็นหน่วยงานที่ รวบรวมงบประมาณและภารกิจที่เคยใช้สนับสนุนอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไว้ ที่เดียว ไม่ให้กระจัดกระจาย และมีการวางแผนงานร่วมกัน ทั้งหน่วยงานรัฐและ เอกชนอย่างมียุทธศาสตร์ เพื่อให้การสนับสนุนอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของ ประเทศไทยเป็นไปอย่างเต็มประสิทธิภาพ (THACCA, 2566) ยิ่งไปกว่านั้น การ จัดตั้ง THACCA เป็นองค์การที่มีลักษณะคล้ายกับ KOCCA (Korea Creative Content Agency) ที่ดำเนินการเผยแพร่คลื่นวัฒนธรรมของเกาหลีในกรอบอยู่ ในแนวคิดด้านวัฒนธรรม/วัฒนธรรมประชานิยม (ไทยพีบีเอส, 14 พฤศจิกายน 2566) จึงกล่าวได้ว่า THACCA เป็นส่วนหนึ่งของการทูตวัฒนธรรม (cultural

diplomacy) และการทูตสาธารณะ (public diplomacy) ดังที่ แพทองธาร ชินวัตร กล่าวว่า “...ที่สำคัญและขาดไม่ได้คือ นโยบายต่างประเทศ การช่วยส่ง
ออกวัฒนธรรมเหล่านี้ส่งออกไปถึงมือต่างประเทศ” (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์,
2566) ซึ่งอาจเป็นความหมายที่ แพทองธาร ชินวัตร กล่าวถึง soft power ว่า
มากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และไม่ใช้มิติทางการเมืองระหว่างประเทศ
(ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2566) และต่อมาได้อธิบายว่า “‘soft power’ คือ
อำนาจในการทำให้ประเทศหนึ่งหรือสังคมหนึ่งพร้อมใจยอมรับวัฒนธรรมอื่นๆ ให้
เข้ามาโดยที่ไม่ได้มีการบังคับ” (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2566) อย่างไรก็ตาม
คำอธิบายยังไม่ได้เกินไปจากนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ หากรัฐสามารถแสดง
ให้เห็นว่า soft power มีความหมายที่มากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และสร้าง
อำนาจให้ไทยได้ในเวทีการเมืองระหว่างประเทศ เพราะหากยังจำกัดขอบเขตเพียง
เศรษฐกิจสร้างสรรค์แล้ว Nye เห็นว่า ยังไม่ใช่ soft power ซึ่ง Nye เห็นว่า
การที่นักวิเคราะห์บางคนเห็นว่า soft power เป็นเพียงอำนาจของวัฒนธรรม
ประชานิยม และ soft power เชิงพฤติกรรมเท่ากับทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่
ก่อให้เกิด soft power เพราะสำหรับ Nye แล้ว วัฒนธรรมไม่เท่ากับ soft power
เสมอไป ความนิยมของคนต่อ Coke และ Big Mac ไม่มีอำนาจดึงดูดใจคนใน
โลกอิสลามให้ชื่นชมสหรัฐอเมริกา หรือการที่ Kim Jong Il ผู้นำเผด็จการแห่ง
เกาหลีเหนือชอบพิซซ่า และชมวิดีโอภาพยนตร์อเมริกัน ก็ไม่ส่งผลกระทบต่อ
โครงการอาวุธนิวเคลียร์ของเกาหลีเหนือ หรือไวน์และเนยแข็งชั้นดีไม่ได้เป็น
เครื่องประกันให้เกิดความชื่นชอบฝรั่งเศส เช่นเดียวกับความโด่งดังของเกม
โปเกมอนไม่เป็นการรับประกันว่า ญี่ปุ่นจะได้รับความสำเร็จด้านนโยบาย
ต่างประเทศ ดังนั้น วัฒนธรรมประชานิยมจึงไม่ใช่ทรัพยากรของ soft power
เสมอไป ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับบริบท เนื่องจากสิ่งที่ประเทศหนึ่งเห็นว่าดี มีคุณค่า อาจ
ไม่ใช่สิ่งที่อีกประเทศหนึ่งต้องการ วัฒนธรรมประชานิยมจึงอาจเป็นเพียง
นวัตกรรม ความทันสมัยงดงามและน่าตื่นตาตื่นใจ แต่ไม่สามารถนำไปสู่ผลลัพธ์ที่
ต้องการในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ นอกจากนี้ Nye ยังกล่าวว่า “รัฐบาล
ไม่สามารถ และไม่ควรที่จะควบคุมวัฒนธรรมในสังคมเสรี” และ “แท้จริงแล้ว
การไม่มีนโยบายควบคุมวัฒนธรรมคือเป็นพลังดึงดูดใจ” (Nye, 2004)

อนึ่ง เว็บไซต์ของ THACCA อธิบายความหมายของ soft power ว่ามาจาก Nye แล้วดัดแปลงมาเป็นของตนโดยขาดหลักการที่สมเหตุสมผลย่อมนำมาสู่ความสับสนและปัญหาของการนำไปสื่อสารและปฏิบัติ ดังที่ข้อความว่า “ซอฟต์พาวเวอร์ (soft power) เป็นทฤษฎีด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ที่นิยามขึ้นมาโดย โจเซฟ ไนย์ (Joseph S. Nye) นักวิชาการด้านการต่างประเทศ โดยให้ความหมายว่า ‘พลังที่โน้มนำให้ผู้อื่นหรือประเทศอื่นทำในสิ่งที่เราต้องการ โดยไม่ใช้กำลังบังคับ แต่ใช้ความนุ่มนวลผ่านค่านิยมและวัฒนธรรม’ เช่น เมื่อเวลาผ่านไป soft power ซึ่งเป็นทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่หวังผลทางการเมือง ได้ถูกนำมาปรับใช้เพื่อหวังผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น เช่น เกาหลีใต้ใช้อุตสาหกรรมบันเทิงในการเผยแพร่ภาพลักษณ์ ‘เกาหลีใต้ใหม่’ เพื่อโน้มนำให้คนจากทั่วโลกให้อยากมี อยากกิน อยากเป็นแบบเกาหลีใต้ ทำให้การส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวเกาหลีใต้เติบโตอย่างก้าวกระโดด” (THACCA, ม.ป.ป.) ต่อมาไม่ปรากฏถ้อยความนี้ในเว็บไซต์ของ THACCA (THACCA, ม.ป.ป.)

เว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐต่างเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับการกิจและนโยบายต่างๆ ของตน ในการสนองยุทธศาสตร์ soft power ของชาติ อันเป็นการสานต่อความหมายของ soft power ที่ไม่ตรงกับของ Nye อาทิ กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับหน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชนดำเนินโครงการปลดปล่อยพลังเยาวชน รวมพลอุตสาหกรรมสร้างสรรค์เพื่อสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ให้เยาวชนในขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และ soft power (กระทรวงพาณิชย์, 2566) และโครงการ Soft Power X ทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อผลักดันการส่งออก soft power ไทย (กระทรวงพาณิชย์, 2566) กระทรวงวัฒนธรรมจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรวบรวมความคิดเห็นที่เกี่ยวกับการขับเคลื่อน soft power ด้วยมิติทางวัฒนธรรมในพื้นที่ภาคเหนือ (กลุ่มขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ยุทธศาสตร์ชาติ และการสร้างความสามัคคีปรองดอง (ป.ย.ป.) ในกระทรวงวัฒนธรรม, 2566) กระทรวงศึกษาธิการดำเนินการขับเคลื่อนการศึกษา 5 สาขา คือ สาขานวัตกรรมการจัดการ สาขาศิลปวัฒนธรรม สาขาแฟชั่น สาขาอาหาร

และสาขาดิจิทัลและสื่อสร้างสรรค์ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2566) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ชาวสตาร์ทอัพไทยไปสู่ตลาดโลก ได้อย่างแข็งแกร่ง (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2566) กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ร่วมกับ กระทรวงวัฒนธรรม (วธ.) ลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) ความร่วมมือว่าด้วยการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศนวัตกรรมทางวัฒนธรรม ด้วยการวิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2565) และเวียนหนังสือมติคณะรัฐมนตรีเรื่องการสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์ หรือ soft power ของประเทศ ไปยังอธิการบดีมหาวิทยาลัยในสังกัด เพื่อแจ้งให้ร่วมกันขับเคลื่อน soft power ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยว ศิลปะ ประเพณี ฯลฯ (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2566) ซึ่งสอดคล้องกับเนื้อหาในเว็บไซต์ของ สถาบันการศึกษาในสังกัด อาทิ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์เสนอบทความ เกี่ยวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น soft power เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2566) และบทความของ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์เรื่อง “Soft Power ของไทย ความงดงามและอ่อนไหวทางวัฒนธรรม” (Tiyaporn Chuchuai, 2022) เช่นเดียวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ของรัฐ อาทิ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (2565) และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) (ม.ป.ป.)

อนึ่ง นโยบายของรัฐเรื่อง 1 ครอบครัว 1 soft power ที่มุ่งพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อสร้างงานและสร้างรายได้ ดังตัวอย่างที่ เสริมศักดิ์ พงษ์พานิช รัฐมนตรีว่าการกระทรวงวัฒนธรรมกล่าวว่า “‘1 ครอบครัว 1 ซอฟต์พาวเวอร์’ เพื่อเติมเงินในกระเป๋าให้แต่ละครอบครัวมีรายได้ถึง 20,000 บาท เป็นนโยบายหลักเน้นในเรื่องเศรษฐกิจเพื่อจะแก้ปัญหาความยากจนให้พี่น้องประชาชน” และ “คำว่าซอฟต์พาวเวอร์ ผมคิดว่าเป็นเรื่องพรสวรรค์ หรือเป็นภูมิปัญญา...” (The Standard, 2566) นั้น ไม่ใช่ soft power ตามนิยามของ Nye เนื่องจากไม่เข้าเกณฑ์ใดๆ ของ Nye เลย สอดคล้องกับที่ไทยพีบีเอสกล่าวว่า นโยบาย OFOS

ของรัฐบาล ไม่ใช่ soft power เพราะไม่ได้เป็นอำนาจที่มาจากทรัพยากรสำคัญ 3 ประการ หากแต่เป็นเพียงการพัฒนาฝีมือแรงงานของไทย เพื่อสร้างรายได้ และสร้างงาน อีกทั้งยังวิจารณ์แนวคิดของรัฐบาลเศรษฐกิจว่าเป็นแนวคิดที่หวังผลประโยชน์สั้น (ไทยพีบีเอส, 14 พฤศจิกายน 2566)

สรุปได้ว่าแหล่ง soft power ในนโยบายของรัฐคือ การส่งเสริมวัฒนธรรมให้มีฐานะเป็นเพียงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไม่พบนโยบายที่มุ่งสู่การต่อยอดเพื่อสร้างอำนาจในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และไม่พบการนำอุดมการณ์ทางการเมืองมาใช้ในการสร้าง soft power ของไทย

Soft Power ในสื่อมวลชนส่วนใหญ่หมายถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามนโยบายของรัฐ

ความหมายของ soft power ที่ปรากฏในเว็บไซต์ของสื่อ แบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มแรกให้ความหมาย soft power บนฐานเดียวกับ Nye กับกลุ่มที่สองให้ความหมาย soft power บนฐานวัฒนธรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามนโยบายของรัฐ โดยความหมายประการหลังอยู่ในเนื้อหาส่วนใหญ่ในพื้นที่สื่อ ดังนี้ สื่อที่เสนอเนื้อหา soft power สอดคล้องกับ Nye อาทิ The 101 รายงานว่า soft power เกี่ยวข้องกับเสน่ห์ดึงดูดใจซึ่งอาจช่วยเสริมสร้างความสามารถอิทธิพลในการชักจูงทักษะ และความคิดตามเป้าประสงค์ (ธีวินท์ สุพุทธิกุล, 2567) และไทยพีบีเอส เห็นว่า soft power คือการทำให้ผู้อื่นต้องการและยอมรับอย่างเต็มใจ และวัฒนธรรมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อน โดยมีการสร้างให้เกิดคุณค่าและความต่อเนื่องเป็นส่วนช่วยให้เกิดผลสำเร็จ แต่กระนั้น ก็ยังเห็นว่า soft power คือเครื่องมือที่ช่วยสร้างความเข้มแข็งในเชิงวัฒนธรรม จนนำไปสู่การสร้างรายได้เชิงเศรษฐกิจ (ไทยพีบีเอส, 2566) ข่าวที่ปรากฏในสื่อส่วนใหญ่เป็นการรายงานข่าวของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ soft power ของหน่วยงานรัฐ เพื่อแจ้งให้ทราบและสื่อถึง soft power ในฐานะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อาทิ ข่าวนายกรัฐมนตรีมีนโยบายสนับสนุน soft power และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก ผ่านกระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงพาณิชย์ (สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัด

มุกดาหาร, 2565) กระทรวงวัฒนธรรมใช้วัฒนธรรมโดยเฉพาะอุตสาหกรรมวัฒนธรรมสร้างสรรค์ เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนของการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ soft power (ไทยรัฐ, 2566) รวมถึงการขับเคลื่อนนโยบายรองรับ THACCA (ไทยรัฐ, 2566) กระทรวงพาณิชย์มีแผนผลักดัน soft power ด้วยการสร้างความรู้ด้านทรัพย์สินทางปัญญาด้านวัฒนธรรม และส่งเสริมผู้ประกอบการไทยไปตลาดต่างประเทศ เพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศอย่างยั่งยืน (ไทยพีบีเอส, 2566) รวมถึงข่าวศิลปินวัฒนธรรมประชานิยมในฐานะผู้สร้างอาทิ ข่าว Lisa Blackpink ตีมนมหนองโพซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ไทย (Spring News, 2023) เป็นต้น เมื่อเป็นเช่นนี้ จึงไม่น่าประหลาดใจที่ข่าวของพีพีทีวีเรื่องสำรวจความคิดเห็นประชาชนทั่วประเทศของสวนดุสิตโพล มหาวิทยาลัยสวนดุสิต หัวข้อคนไทยกับ soft power พบว่าคนไทยเห็นว่า จุดเด่นของ soft power ไทย คือ ความหลากหลาย โดดเด่น มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง (ร้อยละ 68.2) สะท้อนวัฒนธรรมวิถีชีวิตของไทย (ร้อยละ 61.37) ชาวต่างชาติสนใจและชื่นชอบ (ร้อยละ 58.55) รวมถึงเห็นว่า soft power จะช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้ (PPTV Online, 2565)

นักวิชาการนิยาม Soft Power ต่างกัน

ความหมายของ soft power จากนักวิชาการที่ปรากฏในเว็บไซต์ แบ่งเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มแรกให้ความหมาย soft power บนฐานเดียวกับ Nye ดังนั้น soft power จึงเป็นการสร้างอำนาจดึงดูดใจโดยสมัครใจในเวทีโลก โดยเฉพาะทรัพยากรในการสร้าง soft power จาก 3 แหล่งหลัก คือ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศ soft power จึงเป็นมากกว่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วนอีกกลุ่มหนึ่งเห็นว่า soft power กับวัฒนธรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นสิ่งเดียวกัน ดังนี้ นักวิชาการกลุ่มแรกส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการด้านรัฐศาสตร์ อาทิ อธิวัฒน์ สุพุทธิกุล คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เห็นว่า Nye เสนอ soft power แก่รัฐบาลสหรัฐอเมริกาในการปรับวิถีการใช้อำนาจของตนบนเวทีโลก เพื่อรับมือกับสถานการณ์ใหม่ในยุคหลังสงครามเย็น และเห็นว่า soft power ได้รับความนิยมศึกษาในทศวรรษ 2010 มาจากบริบท

ที่ชาติชั้นนำในเอเชียอย่างเกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และจีน หันมามุ่งการทูตวัฒนธรรม และการทูตสาธารณะ เพื่อเป็นเครื่องมือจัดการปัญหาของประเทศ โดยสองชาติแรกมุ่งส่งออกวัฒนธรรมเพื่อคลี่คลายปัญหาเศรษฐกิจและรักษาสถานะบนเวทีโลก ส่วนประเทศหลังใช้เพื่อยับยั้งกระแสเกลียดกลัวภัยจากจีน เนื่องด้วยความแตกต่างทางการเมืองและความเป็นมหาอำนาจ (ธีวรินทร์ สุพทุทธิกุล, 2567) และ ศิวพล ชมภูพันธ์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ย้ำถึงบริบทของ Nye ในวิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเท่านั้น จากแหล่งที่มา 3 อย่าง คือ วัฒนธรรม คุณค่า และนโยบายต่างประเทศ และกล่าวว่า การที่สุรพงษ์ สืบวงศ์ลี กรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์แห่งชาติ ระบุว่า “เราเอาเพียงบริบทซอฟต์แวร์มาใช้” นั้น แสดงให้เห็นถึงบริบทความไม่เข้าใจบริบทของ Nye ที่พัฒนาขึ้นจากฐานคิดแบบอเมริกันในฐานะมหาอำนาจ จึงเห็นว่า soft power ของไทย ผิดไปจากแนวคิดของ Nye แม้มีเงาของแนวคิดอยู่ อีกทั้งไทยเป็นรัฐขนาดเล็กที่ไม่ได้มีพลังอำนาจในการใช้ soft power จึงเห็นเพียงการขายสินค้าทางวัฒนธรรมเท่านั้น (Way Magazine, 2566) ต่างพยายามชี้ให้เห็นนิยามที่ถูกต้องของ Nye ส่วน พีระ เจริญวัฒนกุล คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2561) ศึกษาเปรียบเทียบความหมายของ soft power ของ Nye กับงานเขียนเชิงวิชาการและงานเขียนของนักปฏิบัติการ พบว่า แนวคิด soft power ของ Nye เป็นคนละสิ่งกันกับนโยบายทางวัฒนธรรม การทูตสาธารณะ หรือทรัพยากรทางวัฒนธรรมอื่นๆ ที่คนทั่วไปเข้าใจ (พีระ เจริญวัฒนกุล, 2561) อีกทั้งย้ำอย่างหนักแน่นว่า สำหรับ Nye แล้ว “วัฒนธรรม $\neq$ soft power” เนื่องจาก soft power หมายถึงการใช้กลไกที่ไม่ใช่การบังคับขู่เข็ญเพื่อบรรลุผลลัพธ์ประการใดประการหนึ่งที่ต้องการ (พีระ เจริญวัฒนกุล, 2565) อีกทั้งเห็นว่า รัฐไม่ควรเข้ามาจำกัดการจัดการกับ soft power แต่ควรมีบทบาทเพียงเป็นผู้หนุน ลดข้อจำกัดทางกฎหมาย สร้างกลไกสร้างแรงจูงใจให้เกิดการพัฒนาจัดระบบการให้รางวัล รวมถึงตั้งคำถามเกี่ยวกับมาตรวัดที่ใช้ประเมินผล (วัชชีรานนท์ ทองเทพ, 2566) เช่นเดียวกับ ธัญญลักษณ์ รุ่งแสงจันทร์ และ Roongsangjun (2023) คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ที่เสนอให้รัฐจัดระบบนิเวศเพื่อการสร้างสรรค์แก่คนรุ่นใหม่ ผ่อนคลายกฎระเบียบที่สร้างข้อจำกัดในการสร้างสรรค์ รวมถึงการจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานโดยไม่เข้าไปกำกับ และ ฐณยศ โล่ห์พัฒนานนท์ นักวิจัยประจำสถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เห็นว่า soft power คืออำนาจที่ต้องอาศัยกระบวนการจัดการและตอบสนองต่อภาคการเมืองทั้งองค์ประกอบตลอดกระบวนการ มากกว่าการส่งเสริมเศรษฐกิจผ่านความบันเทิงดังปรากฏแพร่หลายในปัจจุบัน ที่ทั้งภาครัฐ เอกชน โลกาภิวัตนาการ ฯลฯ พยายามผลักดันให้ไทยก้าวเข้าสู่เวที soft power ตามตัวอย่างความสำเร็จของเกาหลี เนื่องจากเห็นว่า soft power คืออำนาจที่เกิดจากการสร้างความนิยมเพื่อเพิ่มปริมาณการค้ากับต่างประเทศ ความเข้าใจที่ว่า soft power คือการสร้างความนิยมเพื่อผลทางการค้านั้นไม่ผิด แต่ไม่ครบถ้วน และ วรรณม แซ่โจ้ว และกษิติศ สุรดิolk สถาบันอนาคตไทยศึกษา (วรรณม แซ่โจ้ว และกษิติศ สุรดิolk, 2567) เสนอแนวทางการใช้ soft power ด้วยการใช้ภาพยนตร์และอุตสาหกรรมบันเทิง กีฬา การเผยแพร่ค่านิยมต่างๆ เช่น แนวคิดเสรีนิยมประชาธิปไตย การค้าเสรี และสิทธิมนุษยชน การใช้การศึกษาระดับสูง เช่น การให้ทุนการศึกษาให้นักเรียนต่างชาติ เพื่อสร้างอิทธิพลต่อประเทศอื่นเพื่อให้ผู้อื่นรู้สึกชอบและปฏิบัติตามโดยสมัครใจในเวทีโลก และเห็นว่า องค์ประกอบสำคัญที่สร้างประสิทธิภาพแก่ soft power ได้แก่ ภาพลักษณ์ทางการเมืองที่ดี เสน่ห์วัฒนธรรม แล้วควรมีนโยบายการต่างประเทศที่มีความชอบธรรมและศีลธรรม (วรรณม แซ่โจ้ว และกษิติศ สุรดิolk, 2567) ตรงกับงานของ สุภาพิชญ์ ธีระวัฒน์ (2565) ที่เสนอให้พัฒนาวัฒนธรรมเพื่อเป็นกลไกของ soft power ของไทย วิมลรักษ์ ศานติธรรม (2565) ที่ศึกษาการใช้ soft power เรื่องนโยบายที่มุ่งส่งเสริมวัฒนธรรม 5F เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ ทั้งในมิติสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม ความมั่นคง และการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศสู่เวทีโลก และเสนอให้รัฐบาลยกระดับ soft power ของประเทศ และขยายฐาน soft power ผ่านการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ส่วน อิงอร เนตรานนท์ (2563) เสนอให้เสริมศักยภาพ soft power ของไทย ผ่านการสร้างดุลอำนาจ การวิจัยและพัฒนา ร่วมกับการใช้เทคโนโลยี

ปัญญาประดิษฐ์ (artificial intelligence: AI) และปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ (information operation: IO) เพื่อให้ความรู้แก่ประชาสังคมทุกระดับ (อิงอร เนตรานนท์, 2563)

ขณะที่นักวิชาการจำนวนหนึ่งให้ความหมาย soft power ไม่ตรงกับ ความหมายของ Nye เนื่องจากส่วนใหญ่เห็นว่า soft power คือวัฒนธรรมที่นำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตรงกับข้อสังเกตของ นิคมมิล หะยีชะ (2566) ที่กล่าวว่า นักวิชาการจำนวนหนึ่งตั้งข้อสังเกตว่า การทำความเข้าใจ soft power ในสังคมไทยมักจำกัดอยู่เพียงความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ หรือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เนื่องจากเข้าใจ soft power คือการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) นำไปสู่กรอบความคิดว่า soft power คือการใช้วัฒนธรรมเพื่อสร้างความภูมิใจให้กับตนเอง สร้างมิตรภาพและทำให้นานาประเทศได้มองเห็นความดีงาม (นิคมมิล หะยีชะ, 2566) อาทิ งานของ วินิจพรรษ กันยะพงศ์ (2566) แม้อ้างแนวคิด soft power ของ Nye เห็นว่า soft power กับการส่งเสริมการผลิตเนื้อหาและแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็น สิ่งเดียวกัน ส่วน โรจน์ คุณเอนก คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ เห็นว่า soft power มีอิทธิพลต่อการสร้างผลตอบแทนเชิงเศรษฐกิจ โดยยกตัวอย่างกระแสวัฒนธรรมของญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ที่สร้างรายได้เข้าประเทศ ได้เป็นจำนวนมาก และเห็นว่า วัฒนธรรมไทยตามแนวคิด 5F มีศักยภาพ ในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ พร้อมเสนอแนวทางเพื่อกระตุ้นให้ นำไปสู่ผลดีในเชิงปฏิบัติ ได้แก่ การให้รางวัล การอนุรักษ์สถาปัตยกรรมอันทรง คุณค่า การรักษามรดกทางวัฒนธรรมอันแท้จริง การสร้างสุนทรียชน และการ วิจัยทางวิชาการ (กรุงเทพธุรกิจ, 2566) ไพบุลย์ ปิตะเสน ประธานศูนย์เกาหลี ศึกษา ที่ปรึกษาสถาบันเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เห็น ว่า soft power ของเกาหลีคือเสน่ห์ที่ช่วยการขายสินค้าต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสินค้า อุตสาหกรรม เช่น อาหาร และเครื่องใช้ไฟฟ้า หรือสินค้าวัฒนธรรม แต่เขา ไม่ได้เชื่อมโยงต่อไปสู่มิติของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (ไทยพีบีเอส, 9 พฤษภาคม 2566) ส่วนงานที่เห็นว่า soft power คือวัฒนธรรมท้องถิ่น อาทิ

งานของ ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาริกุล ชัยรุ่งเรือง (2566) เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร เป็นการขับเคลื่อน soft power แบบบูรณาการภารกิจร่วมกัน เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นความสำคัญ เข้ามามีส่วนร่วมและใช้ประโยชน์จากวัฒนธรรมของท้องถิ่น งานของ มานพ แสงจำนงค์ และอังค์ริสา แสงจำนงค์ (2566) เกี่ยวกับ soft power กับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทยพวนในประเทศไทย ซึ่ง กชภพ กรเพชรรัตน์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี กล่าวว่า การส่งเสริมวัฒนธรรมระดับท้องถิ่นเป็นเพียงทรัพยากร ไม่ถือว่าเป็น soft power อย่างเต็มตัว หากยังไม่มี การนำวัฒนธรรมเหล่านี้มาจัดให้อยู่ในทิศทางเดียวกันให้สอดคล้องกับกระแสโลก เป็นสากล และยั่งยืน (กชภพ กรเพชรรัตน์, 2565) สอดคล้องกับ Nye ที่เห็นว่า เป็นวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นค่านิยมอย่างแคบซึ่งมักไม่ส่งผลด้าน soft power ขณะที่ สมเกียรติ ตั้งกิจวานิชย์ ประธานสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (ทีดีอาร์ไอ) กล่าวว่า หนึ่งในปัญหาสำคัญของประเทศไทยคือการขาดทักษะในการรวบรวม soft power ตามหลักการของ Nye แต่การที่สมเกียรติกล่าวถึงการใช้อาหาร การท่องเที่ยว วัฒนธรรม กีฬา หรือบุคลิกของคนในชาติที่มีด้านที่อ่อนโยนในการสร้างความประทับใจในระดับนานาชาติเพื่อผลักดันเศรษฐกิจ (VOICE online, 2563) จึงเป็นการมอง soft power ในมิติของเศรษฐกิจสร้างสรรค์อยู่

สรุปได้ว่า ความหมายของ soft power ของ Nye กับความเห็นของฝ่ายการเมือง/หน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน และนักวิชาการ มีความแตกต่างกัน โดยความหมายส่วนใหญ่มาจากฝ่ายการเมือง/หน่วยงานรัฐ สื่อมวลชน และนักวิชาการบางส่วนเห็นว่า soft power คือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งยังไม่ตรงกับ ความหมายของ Nye ในขณะที่สื่อมวลชนและนักวิชาการไม่มากนักก็มีความเห็นว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นเพียงทรัพยากรส่วนหนึ่งของ soft power เท่านั้น เช่นเดียวกับกระแสวัฒนธรรมหรือปรากฏการณ์คลื่นเกาหลีไม่เข้าเกณฑ์ soft power ของ Nye หากไม่นำไปสู่ผลลัพธ์อันพึงประสงค์ในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ส่วนนโยบาย 1 ครอบครัว 1 soft power นั้น ไม่เข้าเกณฑ์ของ soft power

สรุป

จากการที่ Nye พิจารณามุมมองเรื่องอำนาจเพื่อเสนอทางออกให้นโยบายต่างประเทศที่มีสหรัฐอเมริกาเป็นศูนย์กลาง โดยให้ใช้ศักยภาพของตนผ่าน soft power เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ผ่านการดึงดูดใจ ไม่ใช่การบังคับในการเมืองโลกด้วยทรัพยากรหลัก คือ วัฒนธรรม อุดมการณ์/ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายของรัฐ ส่งผลให้การนำแนวคิดเรื่อง soft power ของ Nye ไปใช้นอกบริบทของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของประเทศอื่นเป็นเรื่องยาก สอดคล้องกับงานของ Gallarotti (2020) และ Fan (2008) โดย Gallarotti พบว่า soft power เป็นอำนาจโดยอ้อมและมีความเป็นนามธรรมมากกว่า hard power อีกทั้งเป็น meta-power หมายถึงไม่ใช่เพียงควบคุมปัจเจกบุคคล แต่สามารถควบคุมโครงสร้างทางสังคมได้อีกด้วย ส่วน Fan (2008) เห็นว่า soft power ในความหมายของ Nye ประสบปัญหาในการอธิบาย เนื่องจากแต่ละประเทศมีตัวแสดงที่แตกต่างกัน และการกำหนดนโยบายระดับประเทศนั้น มีความซับซ้อนกว่าระดับบุคคล จึงทำให้แนวคิด soft power อ่อนแรงลง เช่นเดียวกับ พีระ เจริญวัฒนกุล (2561) ที่กล่าวว่า soft power มีปัญหาในการอธิบายความหมาย และนำไปประยุกต์ใช้ เนื่องจากแต่ละประเทศมีตัวแสดง เงื่อนไขและบริบทที่ซับซ้อน และวัดสัมฤทธิ์ผลได้ยาก

การที่ Nye อ้างถึง soft power ของประเทศขนาดเล็กอย่างนอร์เวย์ว่ามาจากนโยบายสร้างสันติภาพและได้รับบทบาทคนกลางในการเจรจาสันติภาพในหลายประเทศ จึงสามารถสร้างสัมพันธ์อันดีกับประเทศต่างๆ และได้รับการเคารพจากประเทศมหาอำนาจนั้น สิ่งที่ควรนำมาคำนึงคือ สันติภาพมีความเป็นสากลในระดับนานาชาติ แตกต่างจากวัฒนธรรมโดยเฉพาะวัฒนธรรมดั้งเดิม ที่ประกอบด้วยระบบความเชื่อและวิถีชีวิตซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะ และเป็นมรดกตกทอดที่สั่งสมมา ส่งผลให้การดำเนินการให้วัฒนธรรมชาติเป็นสากลต้องมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและใช้เวลา ดังที่ Nye เห็นว่า วัฒนธรรมที่เป็นค่านิยมอย่างแคบหรือวัฒนธรรมย่อยของท้องถิ่นมักไม่ส่งผลด้าน soft power เนื่องจากความไม่เป็นสากล ขณะที่วัฒนธรรมประชานิยมสามารถสร้างกระแสนิยม

และความเป็นสากลได้ง่ายกว่า แต่กระนั้น Nye ก็เห็นว่า วัฒนธรรมประชานิยมอเมริกันก็ไม่สร้าง soft power ได้ในทุกบริบท อย่างไรก็ตาม การสร้างวัฒนธรรมประชานิยมของเกาหลีได้กระทำผ่านนโยบายสาธารณะคลื่นเกาหลี ทำให้ soft power ที่เกิดจากนโยบายเศรษฐกิจไปสู่การสร้างแบรนด์ของชาติ ส่งผลสำเร็จต่อการอุตสาหกรรมวัฒนธรรมในประเทศและต่างประเทศ นับแต่ทศวรรษ 1990 จากปัจจัยสนับสนุนสามปัจจัย คือ การพัฒนาเศรษฐกิจและความเป็นประชาธิปไตย การพัฒนาเนื้อหาสร้างสรรค์ที่สร้างความสามารถในการแข่งขันระดับโลกจากแรงกดดันด้านประสิทธิภาพและข้อจำกัดของขนาดตลาดในประเทศ และการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางการสื่อสาร

ดงงานของ Kim (2022) เป็นไปในทิศทางเดียวกับที่ Bakytzhanova and Tuleshova (2024) พบว่า ปรากฏการณ์คลื่นเกาหลีที่เผยแพร่ทั่วโลก (รวมถึงเอเชียกลาง) ได้สร้างภาพลักษณ์เชิงบวก และทำให้แบรนด์ของชาติดึงดูดใจในเวทีระหว่างประเทศ นำไปสู่ soft power ที่สร้างประโยชน์แก่ประเทศและการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่โดยปราศจากความขัดแย้ง การเผชิญหน้าหรือการใช้กำลัง สอดคล้องกับงานของ Bajenaru (2022) ที่พบว่า เกาหลีสามารถเสนอแนะนโยบายที่เป็นสากลในเวทีโลกจากความนิยมวัฒนธรรมประชานิยมของตน จากกรณีศึกษากลุ่มศิลปินชายเกาหลี ชื่อ BTS ที่ได้รับความนิยมทั่วโลก และกลายเป็นตัวแทนของประเทศทั้งด้านวัฒนธรรมและการทูต ด้วยการเป็นทูตสันถวไมตรีองค์การทุนเพื่อเด็กแห่งสหประชาชาติ และได้กล่าวสุนทรพจน์บนเวทีการประชุมใหญ่สมัชชาสหประชาชาติ ในปี ค.ศ. 2018 นอกจากนี้ ด้านนโยบายสาธารณะของเกาหลีสามารถส่งเสริมความสัมพันธ์ทางการทูตด้วยการสื่อสารทางตรงกับต่างประเทศ ผ่านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ค่านิยม นโยบาย และวิสัยทัศน์ สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชาติในชุมชนระหว่างประเทศ กลายเป็น soft power ที่ทำให้เกาหลีโดดเด่นท่ามกลางภูมิรัฐศาสตร์ที่ถูกล้อมด้วยประเทศที่มีอำนาจมากกว่า คือ จีน ญี่ปุ่น และรัสเซีย แม้ว่า Kim เห็นต่างจาก Bajenaru ตรงที่เห็นว่า การใช้ soft power ในนโยบายต่างประเทศของเกาหลียังมีข้อจำกัด เนื่องจากภูมิรัฐศาสตร์ที่ขนาบด้วยจีน ญี่ปุ่น และรัสเซีย

เพราะความเป็นพันธมิตรระหว่างสหรัฐอเมริกาและเกาหลีนับตั้งแต่สงครามคาบสมุทรเกาหลี ค.ศ. 1950 ขณะที่สหรัฐอเมริกาเป็นคู่แข่งเชิงยุทธศาสตร์ของจีน และสนับสนุนยูเครนในการทำสงครามกับรัสเซีย อีกทั้งยังต้องเผชิญกับการชูด้วยอาวุธนิวเคลียร์ของเกาหลีเหนือ อีกทั้งเกาหลีเหนือไม่พอใจต่อการแพร่กระจายคลื่นเกาหลีสู่ประเทศของตน จนกำหนดเป็นบทลงโทษประชาชนที่ติดตามเนื้อหาสร้างสรรค์จากเกาหลี (ใต้) เหล่านี้ ส่งผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ซับซ้อนระหว่างเกาหลีกับประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่ง Kim เห็นว่า soft power ของเกาหลีอาจไม่สามารถสร้างประสิทธิผลในกรณีนี้ เช่นเดียวกับ กิตติประเสริฐสุข (2561) กล่าวว่า soft power ของเกาหลีในความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของเกาหลียังขาดความต่อเนื่อง และขาดการส่งเสริมอย่างเป็นระบบ เช่นเดียวกันกับด้านนโยบายต่างประเทศ ที่เกาหลีพยายามยกระดับสถานะของประเทศของตนให้เป็นมหาอำนาจขนาดกลาง และมีบทบาทสูงในองค์การระหว่างประเทศ แต่มักขาดความต่อเนื่องเมื่อเปลี่ยนผู้นำประเทศ อีกทั้งประเทศยังสละวนอยู่กับการจัดการประเด็นเกาหลีเหนือ ทำให้เกาหลียังต้องใช้ hard power เพื่อความมั่นคงเนื่องจากปัญหาความขัดแย้งในภูมิรัฐศาสตร์ ซึ่งแม้กระทั่ง Nye เองยังเสนอให้สหรัฐอเมริกาใช้ smart power จากการบูรณาการ hard power และ soft power เพื่อรักษาความมั่นคง และธำรงรักษาสถานะและบทบาทด้วยวิธีที่ดึงดูดใจมากกว่าการบีบบังคับ (Nye, 2004)

การสร้างวัฒนธรรมของชาติให้เข้มแข็งในเวทีโลกต้องดำเนินการให้วัฒนธรรมนั้นเป็นสากลด้วยการสร้างการยอมรับให้เกิดในวงกว้าง แต่วัฒนธรรมเข้มแข็งได้ย่อมต้องมั่นคงและยั่งยืน ดังนั้นวัฒนธรรมของชาติและเศรษฐกิจเป็นเรื่องที่เกี่ยวคู่กัน เมื่อพิจารณายุทธศาสตร์ soft power ด้านวัฒนธรรมของรัฐบาลทั้งนโยบาย 5F และ THACCA เป็นฐานสำคัญของการทูตวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทูตสาธารณะ เพื่อเป็นกลไกในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ประเทศ โดยเฉพาะการจัดตั้ง THACCA เพื่อบริหารและพัฒนาเศรษฐกิจด้านวัฒนธรรมครบวงจรตามรอยความสำเร็จของ KOCCA (The Korea Creative Content Agency) ของเกาหลีเป็นเรื่องที่น่าสนใจ แต่การ

อ้างว่าเป็นแนวคิดเรื่อง soft power ของ Nye รวมถึงการใช้คำนี้ในการอธิบายปรากฏการณ์ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมโดยไม่ยึดแก่นหลักของแนวคิดของเขาก็เป็นเรื่องที่ไม่ถูกต้อง โดยเฉพาะเมื่อเป็นยุทธศาสตร์ของรัฐบาลที่หน่วยงานภายใต้การกำกับต้องนำไปขยายผลให้เป็นรูปธรรม และส่งผลต่อความน่าเชื่อถือทางการเมืองทุกระดับในวงกว้าง เนื่องจากเมื่อต้นทางซึ่งเป็นแหล่งสารไม่ถูกต้อง ย่อมนำไปสู่การรายงานข่าวของสื่อมวลชนที่น่ายุทธศาสตร์ของรัฐบาลไปสื่อสารต่อตามหน้าที่ของตนคลาดเคลื่อนไปด้วย โดยเลือกใช้ชื่อยุทธศาสตร์เป็นชื่ออื่น เช่น Thai Wave หรือ Thai Power เนื่องจากเกาหลีไม่ได้เรียกการเผยแพร่วัฒนธรรมผ่านอุตสาหกรรมบันเทิงทั่วโลกของตนว่า soft power หากแต่เรียกว่า คลื่นเกาหลี (Korean Wave หรือ Hallyu) (Korean Culture and Information Service, 2011) ไม่ต่างการดำเนินนโยบายในแนวทางเดียวกันกับ Cool Japan ของญี่ปุ่น (Cabinet office, 2015) แต่กระนั้น Nye เห็นว่า รัฐบาลไม่ควรเข้าควบคุมวัฒนธรรมทางตรงในสังคมเสรี นอกจากนี้ รัฐและนักวิชาการอาจร่วมกันนิยาม soft power ขึ้นมาใหม่ตามหลักการทางวิธีวิทยา บริบทและปัจจัยอื่นที่อาจสร้างความดึงดูดใจ รวมถึงการศึกษาเอกสารจดหมายเหตุชั้นความลับ เพื่อชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของทรัพยากร soft power ที่มีต่อผลลัพธ์เชิงนโยบายของรัฐ ตามข้อเสนอของ พีระ เจริญวัฒนกุล (2561)

ส่วนสื่อมวลชนควรติดตามยุทธศาสตร์ soft power ด้านวัฒนธรรมของรัฐบาลอย่างใกล้ชิดว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ รวมถึงทำการเปรียบเทียบข้อมูลก่อนนำไปเผยแพร่ หรือทำการทักท้วงเมื่อพบข้อผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อน เพื่อลดความเข้าใจผิดต่อสาธารณชน และผลกระทบภาพลักษณ์ต่อของชาติ ยิ่งกว่านั้น นักวิชาการควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องของ soft power ผ่านการอธิบายทางวิชาการหรืองานวิจัย เพื่อไปสู่ความเข้าใจ soft power ที่สอดคล้องกับของ Nye เนื่องจากผลงานวิชาการของไทยหลายชิ้นที่เข้าใจที่คลาดเคลื่อนว่า soft power กับวัฒนธรรม การผลิตเนื้อหาและแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นสิ่งเดียวกันกับนโยบายของรัฐบาล (วินิจพรรษ กันยะพงศ์, 2566; ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาริกุล ชัยรุ่งเรือง, 2566; มานพ แสงจำนงค์ และอังค์ริสา

แสงจันทร์, 2566) รวมถึงให้ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้เศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ไปสู่ความเป็น soft power ของชาติ อาทิ นิณามิล หะยีชะ (2566)
และพีระ เจริญวัฒนกุล (2561) เสนอให้ส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออก
เนื่องจากจุดรัฐอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ด้านเนื้อหา รวมถึงแสวงหาข้อเสนอเพื่อ
การพัฒนายุทธศาสตร์ด้านวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยเพื่อนำไป
สู่ soft power อาทิ ผ่อนคลายกฎระเบียบ สร้างดุลอำนาจ การวิจัยและพัฒนา
(รัญญลักษณ์ รุ่งแสงจันทร์ และ Roongsangjun, 2023) ร่วมกับการใช้เทคโนโลยี
ปัญญาประดิษฐ์และปฏิบัติการข้อมูลข่าวสารสารสนเทศ อิงอร เนตรานนท์
(2563) นอกจากวัฒนธรรมและค่านิยมแล้ว ไทยควรพิจารณาพัฒนาความเป็น
ประชาธิปไตยเพื่อเป็นทรัพยากรด้านอุดมการณ์/ค่านิยมทางการเมืองตาม
ความหมายของ Nye ต่อไป

บทความนี้สรุปได้ว่า นิยาม soft power ของ Nye ยังมีปัญหาในการนำ
ปรับใช้กับวัฒนธรรมย่อยของท้องถิ่นในสายตาของ Nye ขาดความไม่เป็นสากล
จึงเป็นอุปสรรคในการนำไปสู่ soft power รัฐบาลควรใช้ยุทธศาสตร์ soft power
ด้านวัฒนธรรมในการดำเนินนโยบายต่างประเทศและสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศ
ส่วนสื่อมวลชนควรติดตามยุทธศาสตร์ soft power ของรัฐ ให้ข้อมูลที่ถูกต้อง
รอบด้าน ทักท้วงและแก้ไขเมื่อพบข้อผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนเพื่อประโยชน์
สาธารณะ ยิ่งกว่านั้น นักวิชาการควรให้ข้อมูลที่ถูกต้องของ soft power ดังนั้น
จึงเสนอให้ภาครัฐพิจารณาแก้ไขการนำคำว่า soft power ตามความหมายของ
Nye อย่างถูกต้อง เพราะการนำคำว่า soft power ในความหมายที่คลาดเคลื่อน
ในนโยบายรัฐสามารถนำไปสู่ความเข้าใจ และทำให้การนำไปปฏิบัติผิดพลาด
อีกทั้งเสนอให้รัฐเขียนแผนแม่บทให้ยุทธศาสตร์ soft power เพื่อให้เศรษฐกิจ
สร้างสรรค์กลายเป็นแหล่ง soft power หากต้องการอ้างอิงต้นฉบับความคิดของ
Nye หรือพิจารณาตั้งชื่อใหม่ให้แก่ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ร่วมกับการ
พัฒนาเศรษฐกิจ ส่วนสื่อมวลชนนั้นควรติดตามการดำเนินนโยบายตาม
ยุทธศาสตร์ soft power ของรัฐ ทำการศึกษาข้อมูลที่ถูกต้องก่อนนำไปเผยแพร่
ตามหน้าที่ของตน ในการสังเกตการณ์และรายงานสภาพแวดล้อมทางสังคมหรือ

แจ้งให้ทราบ ประสานสัมพันธ์ส่วนต่างๆ ในสังคมให้รวมตัวกันอยู่ได้ เสนอแนะ
แก้ไขหรือหาทางออกให้เกิดผลดีต่อสังคม เช่นเดียวกับการถ่ายทอดมรดกทาง
สังคม รวมถึงทักท้วงเมื่อพบข้อผิดพลาดหรือคลาดเคลื่อนในพื้นที่สื่อ ขณะที่
วงการวิชาการต้องระมัดระวังในการนำ soft power ตามความหมายของ Nye
มาใช้ในการศึกษาและเสนอผลงานทางวิชาการ หรือร่วมกันหาทางออกให้เกิด
ความเข้าใจความหมายของ soft power ของ Nye ในวงกว้าง รวมถึงเสนอ
คำจำกัดความใหม่แก่ soft power หากต้องการปรับความหมายของ Nye ด้วย
หลักการทางวิธีวิทยา ถือเป็นการสนับสนุนทางวิชาการในการทำความเข้าใจเรื่อง
soft power ของ Nye ร่วมกับนักวิชาการที่มีจุดยืนตามแนวทางนี้

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- กิตติ ประเสริฐสุข (2561), “Soft Power ของเกาหลีใต้: จุดแข็งและข้อจำกัด”, *International Journal of East Asia Studies*, 22(1): 122-139.
- ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาธิกุล ชัยรุ่งเรือง (2566), “การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร”, *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*, 11(5).
- ธัญญลักษณ์ รุ่งแสงจันทร์ และ Roongsangjun, T. (2023), “Soft Power and the Development of Thai Society”, *Journal of Social Work*, 31(1).
- พีระ เจริญวัฒนกุล (2561), “พินิจแนวคิด Soft Power อย่างจริงจัง: ปัญหาและความเข้าใจผิด ในการประยุกต์ใช้แนวคิดนี้ในงานวิชาการไทย”, *รัฐศาสตร์นิเทศ*, 4(1-2): 237-277.
- มานพ แสงจำนงค์ และอังคณา แสงจำนงค์ (2566), “ซอฟต์แวร์ไทยพวน: การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมไทยพวนในประเทศไทย”, *Thai Media Fund Journal*, 2(1).
- วินิจพรธ กัญยะพงศ์ (2566), “กลยุทธ์ส่งเสริมเนื้อหาทางวัฒนธรรมของสาธารณรัฐเกาหลีใน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์เนื้อหาภายใต้บริบทเศรษฐกิจสร้างสรรค์”, *วารสารนิเทศศาสตร์ และนวัตกรรม นิด้า*, 10(1).
- วิลรักษ์ ศานติธรรม (2565), “Soft Power พลังแห่งการสร้างสรรค์”, *วิจัยปริทัศน์*, 27.
- อิงอร เนตรานนท์ (2563), “พลังอำนาจแห่งชาติซอฟต์แวร์ไทยในศตวรรษที่ 21”, *วารสาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ*, 11(1): 33-47.

ภาษาอังกฤษ

- Bajenaru, I. (2022), “Bangtan Boys (Bts)–Part Of South Korea’s Cultural Diplomacy And Soft Power Strategy”, *Romanian Review of Political Sciences & International Relation*, 19(1): 156-180.
- Bakytzhanova, A. and Tuleshova, L. (2024), “K-Pop as a Main Tool of Korean ‘Soft Power’ towards Central Asia”, *Journal of Central Asian Studies*, 92(4).
- Chitty, N. et al. (2017), *The Routledge Handbook of Soft Power*, New York: Routledge.
- Fan, Y. (2008), “Soft Power: Power of Attraction or Confusion?”, *Place Branding and Public Diplomacy*, 4(2): 147-158.
- Gallarotti, G. (2020), “How to Measure Soft power in International Relations”, *Polis. Political Studies*, 1: 89-103.
- Heywood, A. (2071), *Political Ideologies*, London: Palgrave.
- Kennedy, P. (1987), *The Rise and Fall of the Great Powers: Economic Change and Military Conflict from 1500 to 2000*, New York: Random House.

- Keohane, R. and Nye, J. (2001), *Power and interdependence*, New York: Longman.
- Kim, M. (2022), "The Growth of South Korean Soft Power and Its Geopolitical Implications", *Journal of Indo-Pacific Affairs*, 5(6): 123-138.
- Nye, J. (1990), *Bound to Lead: The Changing Nature of American Power*, New York: Basic Books.
- _____. (2004), *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York: Public Affairs.
- Nye, J. and Kim, Y. (2013), "Soft Power and the Korean Wave", in Kim, Y. (ed.), *The Korean Wave: Korean Media Go Global*, New York: Routledge.

สื่อออนไลน์

- กระทรวงพาณิชย์ (12 ธันวาคม 2566), "นายภูมิธรรม เวชยชัย รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์ เข้าร่วมพิธีเปิดงาน 'Youth Power ขับเคลื่อน Soft Power' เมื่อวันอังคารที่ 12 ธันวาคม 2566 ณ หอศิลป์วัฒนธรรมแห่งกรุงเทพมหานคร (BACC), สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.moc.go.th/th/content/category/detail/id/4/iid/6794>
- _____. (14 ธันวาคม 2566), "'ภูมิธรรม' คง 'อึ้งอึ้ง' ติดปีกผู้ประกอบการไทยด้วย 'Soft Power X ทรัพย์สินทางปัญญา' ดันส่งออกซอฟต์แวร์ไทยสู่เวทีโลก ตั้งเป้า! เพิ่มรายได้ 20 ล้านครัวเรือน ทำเงินเข้าประเทศ 4 ล้านล้านบาท/ปี", สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.moc.go.th/th/gallery/category/detail/id/5/iid/343>
- กระทรวงศึกษาธิการ (19 ธันวาคม 2566), "รมว.ศธ. 'เพิ่มพูน' ผลักดัน 'Soft Power' ด้านการศึกษาเรียนอย่างสร้างสรรค์ พัฒนาขยายผลสู่ชุมชนอย่างยั่งยืน", สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.moe.go.th/moe-soft-power/>
- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม TED Fund. 8 rp. (2566), "Soft Power เรื่องซอฟต์แวร์", สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.mhesi.go.th/index.php/all-media/infographic/9683-661108general.html>
- กชภพ กรเพชรรัตน์ (2 สิงหาคม 2565), "รัฐบาลไทยกับการผลักดัน Soft power ท้องถิ่น เมื่อต้อง 'สร้าง' อย่างเป็นระบบ ไม่ใช่เพราะ 'โชคช่วย'", สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://thestandard.co/thai-gov-and-local-soft-power/>
- กรมประชาสัมพันธ์ (28 เมษายน 2566), โฆษกรัฐบาลเผย นายกฯ ส่งเสริมการขับเคลื่อนโครงการ 5F ผลักดันผลิตภัณฑ์และวัฒนธรรมไทยเป็นสินค้าส่งออกให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก สร้างโอกาสจาก Soft Power, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.prd.go.th/th/content/page/index/id/1>

- กรุงเทพธุรกิจ (17 เมษายน 2565), “สุตร้อนแรง...‘MILLI’ โซว์กิน ‘ข้าวเหนียวมะม่วง’ บนเวที ‘Coachella’”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/999546>
- _____. (28 กรกฎาคม 2566), “Soft Power ไทย อย่าหยุดแค่ 5F | โรจน์ คุณเอนก”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1080609>
- กรุงเทพธุรกิจ (29 สิงหาคม 2564), “รัฐตั้ง ‘บอร์ดซอฟต์แวร์’ ‘สุพัฒนพงษ์’ นั่งประธาน เคลื่อนศก.สร้างสรรค์”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1023485>
- กลุ่มขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ยุทธศาสตร์ชาติ และการสร้างความสามัคคีปรองดอง (ป.ย.ป.) ในกระทรวงวัฒนธรรม (21 กรกฎาคม 2566), “การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรวบรวมความคิดเห็น ที่เกี่ยวกับการขับเคลื่อน Soft Power ด้วยมิติทางวัฒนธรรม ในพื้นที่ภาคเหนือ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก https://stg.m-culture.go.th/th/db_128_stg_27/25101
- คิด (14 มีนาคม 2565), “Soft Power, วัฒนธรรม กับการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=33445
- ทวน ลำปาว (25 พฤศจิกายน 2566), “‘อิงอิง’ แห่ง ‘อานาจละมุน’ ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ ที่ยังสับสน”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/politics/1100625>
- ไทยพีบีเอส (11 กันยายน 66), “คดียกกำลังสอง: วอนรัฐมนตรีตอบ...ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ คืออะไร?”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <http://www.thaipbs.or.th/program/Commentator/episodes/97134>
- _____. (14 พฤศจิกายน 2566). เปิดแผนรุก “ซอฟต์แวร์ พาวเวอร์” กระตุ้น “เศรษฐกิจไทย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/333871>
- _____. (15 กันยายน 2566), “Soft Power ไทย ได้รัฐบาลใหม่ เอาใจต่อ...”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://theactive.net/data/soft-power-policy/>
- _____. (9 พฤศจิกายน 2566), “เคลียร์ให้ชัด ‘Soft power’ จากต้นตำรับเกาหลีคืออะไร”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/333694>
- _____. (14 ธันวาคม 2566), “‘พาณิชย์’ ส่ง ‘เกมส์-แฟชั่น -ภาพยนตร์’ Soft Power ไทย โกอินเตอร์”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thaipbs.or.th/news/content/334894>
- _____. (11 พฤศจิกายน 2566), “Soft Power คืออะไร? รวม ‘ของไทย’ บังจรงในหมู่ชาวต่างชาติ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thaipbs.or.th/now/content/491>
- _____. (2567), ซอฟต์แวร์พาวเวอร์ (Soft Power), สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://policywatch.thaipbs.or.th/policy/economy-4>

- ไทยรัฐ (10 ตุลาคม 2566), “กระทรวงวัฒนธรรมเปิด 10 ยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนซอฟต์แวร์ไทยสู่ ‘วัฒนธรรมนำเศรษฐกิจ’”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/2731585>
- _____. (24 มกราคม 2566), “วธ. ปลุกพลัง Soft Power ไทย โกยรายได้-ภูมิใจในความเป็นชาติ ชูวัฒนธรรมสร้างภาพลักษณ์ประเทศ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/2610368>
- ไทยรัฐออนไลน์ (14 กันยายน 2566), “ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์ไทย เพื่อไทยจับมือเอกชน มุ่งพาไทยสู่ประเทศรายได้สูง”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/2725297>
- _____. (14 มิถุนายน 2566), “รู้จัก 5F ศักยภาพ Soft Power ใหม่ไทย ที่ปลุกความสำคัญของการท่องเที่ยวไทยให้มีเสน่ห์มากยิ่งขึ้น”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/travel/8381072>
- _____. (24 มกราคม 2567), “แพทองธาร ผลักดัน ‘ซอฟต์แวร์ไทย’ สู่อันดับต้นๆ ของโลก ดีใจผลโพล คนเชื่อมั่นรัฐบาลทำได้”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thairath.co.th/news/politic/2757691>
- ธีวรินทร์ สุพทุทธิกุล (5 มกราคม 2567), “Soft Power ที่คุณฝันถึงและข้อคำนึงบางประการ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.the101.world/soft-power-misconceptions/>
- นิธามิล หะยิชนะ (14 เมษายน 2566), “อะไรๆ ก็ ‘ซอฟต์แวร์ไทย’”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก https://sac-research.sac.or.th/uploads/article//2023_20230414003405-1.pdf
- นิติราษฎ์ บุญโย (7 กรกฎาคม 2564), “Soft Power คืออะไร และ Soft Power ของไทย มีอะไรบ้าง”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/1013929#google_vignette
- ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (15 พฤศจิกายน 2566), “แพทองธาร มั่นใจ ยุทธศาสตร์ซอฟต์แวร์ไทยสร้างไทยมีตัวตนบนเวทีโลก”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.prachachat.net/politics/news-1437816>
- _____. (17 พฤศจิกายน 2566), “แพทองธารชูแบรนด์ ‘ไทย-สร้างสรรค์-ไทยบ้าน’ ตัวอย่าง Soft Power ไทย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.prachachat.net/politics/news-1439360>
- พรรคเพื่อไทย (ม.ป.ป.), “Family One Soft power และ Thailand Creative Content Agency”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://ptp.or.th/นโยบายหลักพรรคเพื่อไทย/ofos-thacca-policy>
- พระราชกฤษฎีกา จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.cea.or.th/storage/app/media/ITA2564/Royal-Decree-for-CEA-Establishment.pdf>

- พีระ เจริญวัฒนกุล (2565), “‘ยุทธศาสตร์ Soft Power’ ของไทย และความหนักใจในการสร้าง Moral Authority ด้านการต่างประเทศ”, *วิเทศปริทัศน์*, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://isc.mfa.go.th/en/content/ยุทธศาสตร์-soft-power-ของไทย?cate=5f204a5928600c531517cb75>
- มติชนสุดสัปดาห์ (17 พฤศจิกายน 2566), “แพทองธาร ชินวัตร กับวิสัยทัศน์: เราจะวางยุทธศาสตร์สร้าง Soft Power ให้ประเทศไทยกลับมามีตัวตนอีกครั้ง เพื่อชีวิตที่ดีขึ้นของพี่น้องคนไทย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก https://www.matichonweekly.com/hot-news/article_727772
- _____. (18 เมษายน 2565), “‘ประยุทธ์’ ชี้ตัวเองเป็นคนผลักดัน ‘ซอฟต์แวร์’ เหตุ “ข้าวเหนียวมะม่วง” แต่พุดผิดเป็น ‘ซอฟต์แวร์’”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก https://www.matichonweekly.com/hot-news/article_543949
- รัฐบาลไทย (1 กันยายน 2566), “นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรี แถลงนโยบายของคณะรัฐมนตรีต่อรัฐสภา”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thaigov.go.th/news/contents/details/72077>
- รุกรกรณ์ สุคนธ์ทรัพย์ (2552), “การสร้างเอกภาพและประสิทธิผลให้กับการพัฒนาวัฒนธรรมของประเทศไทย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://image.mfa.go.th/mfa/0/yZ0EO327fd/nbt/nbt1/IS1053.pdf>
- วรรณธรรม แซ่โจ้ว และกษิดิศ สุรดิolk (14 กุมภาพันธ์ 2567), “ซอฟต์แวร์และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไทย”, สืบค้นเมื่อ 15 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/economic/1113122>
- วัชรานนท์ ทองเทพ (3 มกราคม 2566), “ซอฟต์แวร์คืออะไร คุณเข้าใจถูกต้องไหม ทำไมรัฐไม่ควรเป็นเจ้าของ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.bbc.com/thai/articles/c03404z29peo>
- สถานวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จังหวัดมุกดาหาร (22 เมษายน 2565), “ส่งเสริม Soft Power ไทย เพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสร้างสรรค์”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://radiomukdahan.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/90397>
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (18 ธันวาคม 2566), “ขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นซอฟต์แวร์ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://nida.ac.th/economy-into-soft-power-for-sustainable-development/>
- สันทัด โพธิสา (11 พฤศจิกายน 2566), “Soft Power คืออะไร? รวม ‘ของไทย’ บังจรงในหมู่ชาวต่างชาติ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.thaipbs.or.th/now/content/491>
- สุภาพิชญ์ ธีระวัฒน์ (2565), “Soft Power (อำนาจละมุน)”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2565-may7>

- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (30 พฤศจิกายน 2566), “0213/ว23289 เรื่อง การสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์ หรือ Soft Power ของประเทศ”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.ops.go.th/th/all-announcement/circular/item/9396-0213-23289-soft-power>
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา (ม.ป.ป.), “Distinguished Professor ศาสตราจารย์พิเศษ; ศาสตราจารย์กิตติคุณ (Emeritus Professor)”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก legacy.orst.go.th.
- สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (ม.ป.ป.), “Soft Power อำนาจแห่งความสร้างสรรค์ เพื่อสรรค์สร้างเศรษฐกิจไทย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.businesseventsthailand.com/th/press-media/news-press-release/detail/1461-soft-power-the-power-of-creativity-to-build-the-thai-economy>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) (9 ธันวาคม 2565), “บอร์ดซอฟต์แวร์เวอร์ 3 เรื่อง 2 ยุทธศาสตร์ เร่งดัน Soft Power ไทย สู่วู่ทึโลก”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.cea.or.th/th/news-updates/soft-power>
- _____. (ม.ป.ป.), พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://po.opdc.go.th/content/MTI5>
- _____. (ม.ป.ป.), “รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 12 สาขา”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.cea.or.th/th/single-industries/Creative-Industries-Development-Report-12-sectors>
- สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (12 กรกฎาคม 2565), “อว. จับมือ วร. ลงนามพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศนวัตกรรม ด้านสอวช. เผยแนวทางพัฒนาทุนทางวัฒนธรรม และ Soft Power ของไทย ต่อยอดขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมไปสู่ระดับสากล”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.nxpo.or.th/th/12151/>
- อมรินทร์ (14 มิถุนายน 2565), “Soft Power คืออะไร? ต่างกับ Hard Power ยังไง? โอกาสส่งออกวัฒนธรรมไทย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.amarintv.com/spotlight/insight/detail/24136>
- Cabinet Office (2015), “Cool Japan Strategy”, retrieved 1 February 2024 from https://www.cao.go.jp/cool_japan/english/index-e.html
- eukeik.ee (27 กุมภาพันธ์ 2567), อัปเดตโซเชียลแบบไทยในปี 2024 สำหรับนักการตลาด”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://marketeeronline.co/archives/343288>
- Harvard Kennedy School (n.d.), “Joseph Nye”, retrieved 1 February 2024 from <https://www.hks.harvard.edu/faculty/joseph-nye>

- Korean Culture and Information Service (2011), The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon", retrieved 1 February 2024 from <https://www.korea.net/Resources/Publications/About-Korea/view?articleId=2215>
- Nattanam Waiyahong (18 เมษายน 2565), “มิลลิไม่ได้ทำให้คนค้นหาข้าวเหนียวมะม่วงเยอะอย่างที่คาด แต่เรื่องนี้ให้อะไรมากกว่าที่คิด”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.vogue.co.th/lifestyle/entertainment/article/milli-mango-sticky-rice-data>
- PPTV Online (19 มิถุนายน 2565), “‘Soft Power’ ความคาดหวังของคนไทยที่จะมาช่วยผลักดันเศรษฐกิจได้”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.pptvhd36.com/wealth/economic/174553>
- Spring News (13 มิถุนายน 2566), “ลิซ่า BLACKPINK ตีมนมหนองโพ 1 ใน 8 Soft Power ไทยสู่สายตาชาวโลก”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://www.springnews.co.th/program/tried/839976>
- THACCA (2566), “เกี่ยวกับ THACCA”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://thacca.go.th/about/>
- The Matter (28 เมษายน 2566), “Soft Power พลังอำนาจที่ไม่ซอพต์: ส่องนโยบายซอพต์พาวเวอร์ของแต่ละพรรคการเมืองไทย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://thematter.co/social/soft-power-thai/902202>
- The Standard (6 กันยายน 2566), “เสริมศักดิ์เปรียบ 1 ครอบครัว 1 ซอพต์พาวเวอร์ เป็น OTOP ของรายครอบครัว สรรพสุวรรณ์ เต็มเงินและความรู้ สู้ไปรายได้ 2 หมื่นบาทต่อบ้าน”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://thestandard.co/sermsak-phongpanich-1-family-1-soft-power/>
- Tiyaporn Chuchuai (20 กันยายน 2565), “Soft Power ของไทย ความมั่งคั่งและอ่อนไหวทางวัฒนธรรม”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://blog.wu.ac.th/archives/5938>
- VOICE online (4 มิถุนายน 2563), “‘สมเกียรติ’ ชี้นำเศรษฐกิจแค่ภาพลักษณ์ไม่พอ ต้องมีปัญญาสร้างมูลค่าด้วย”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก https://voicetv.co.th/read/Wii3khg3q#google_vignette
- Way Magazine (17 พฤศจิกายน 2566), “สิวพล ชมภูพันธุ์: ร้อยนิยาม พันความหมาย Soft Power คืออะไรครับจารย์? อะไรๆ ก็ Soft Power”, สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2567 จาก <https://waymagazine.org/siwapon-chompupun-what-is-soft-power/>