

Soft Power พลังแห่งอำนาจ

.....

ด้วยปัจจุบันการแข่งขันกันระหว่างประเทศต่าง ๆ เพื่อให้ชาติดำรงอยู่ในสถานะที่มั่นคงนั้น กำลังอำนาจด้านเศรษฐกิจเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทุกชาติต่างพยายามหาหนทางพัฒนาวิธีการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยว การส่งออกสินค้าอุปโภค บริโภค การพัฒนาเทคโนโลยีให้ก้าวหน้าตอบสนองความต้องการของประชากรในโลกในนี้ แต่หากพิจารณาถึงลึกไปให้มากขึ้น จะพบว่าทุกการกระทำที่กล่าวมาก่อนหน้านี้เป็นเรื่องที่ล้วนเกี่ยวกับคน เกี่ยวกับความคิดและทัศนคติของคน ซึ่งการครอบครองจิตใจของคนได้นั้น จะส่งผลต่อการตัดสินใจในด้านต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้น ย้อนกลับไปในอดีตหากต้องการครอบครองจิตใจของคนนั้น อาจสามารถทำได้ด้วยการเข้าไปยึดเมืองนั้น แล้วบีบบังคับให้คนในเมืองนั้นทำอะไรตามที่สั่ง หรือวิธีการทำลายแนวความคิดของชนชาตินั้นด้วยความรุนแรง แต่การกระทำนั้นไม่สามารถทำได้แล้วในยุคปัจจุบัน เพราะไม่สามารถเป็นที่ยอมรับได้ในสังคมโลกาภิวัตน์ แต่เรื่องของครอบครองใจคนนั้นยังเป็นซึ่งซ่อนเร้นที่รัฐบาลของแต่ละประเทศหาวิธีการซึ่งนั้นเองจึงเป็นจุดเริ่มต้นของ Soft power

ในความเป็นจริงแล้วนั้น Soft Power เกิดขึ้นในช่วงสงครามโลกครั้งที่ ๒ เพราะว่าการสื่อสารและการเดินทางไปยังประเทศต่างๆ หรือสถานที่ต่างๆ นั้นสามารถทำได้ง่าย และเสรีมากขึ้น เมื่อคนได้เดินทางจึงได้เห็นแนวคิด ศิลปะ วัฒนธรรมของชาติอื่น ๆ แล้วมีการถ่ายทอดให้คนอื่น ๆ ได้ทราบ ซึ่งเรื่องนี้ได้ถูกอธิบายไว้โดย Joseph Nye ผู้ซึ่งได้ศึกษาแนวคิด Soft power โดยได้อธิบายความหมายไว้ดังนี้ “อำนาจในการชักจูงหรือโน้มน้าวประเทศอื่นให้ปฏิบัติตามที่ตนประสงค์ โดยการสร้างเสน่ห์ ภาพลักษณ์ ความชื่นชม และความสมัครใจ พร้อมทั้งจะร่วมมือกันต่อไป อำนาจในลักษณะนี้จะได้รับการยอมรับมากกว่าการออกคำสั่งโดยใช้อำนาจบังคับขู่เข็ญ” ตามที่ได้กล่าวมาจากเนื้อความก่อนหน้า เรื่อง Soft power เป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อด้านทัศนคติ แนวคิด และจิตใจของคนในสังคม ซึ่งจะสามารถดึงดูดให้คนหันมานิยมชมชอบ หรือเกิดความประทับใจที่ดีต่อสิ่งนั้น ซอฟต์พาวเวอร์ สามารถแฝงอยู่ในกิจกรรมต่าง ๆ และเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทสังคมนั้น ๆ ได้ รวมทั้งสามารถมีอยู่ทั้งในประเทศเสรีนิยม สังคมนิยม หรือแม้แต่อำนาจนิยม ประเทศต่าง ๆ สามารถใช้แนวคิดนี้แฝงเข้าไปในการดำเนินนโยบายสาธารณะ เพื่อให้ผู้ที่อยู่ใต้อำนาจนี้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ความคิด ค่านิยม และวัฒนธรรมไปตามเป้าหมายที่วางไว้ ฉะนั้น Soft Power จึงมีอิทธิพลต่อชีวิตประจำวันของผู้คน สามารถทำให้สังคมเกิดการพัฒนา หรือแม้กระทั่งสร้างความรุ่มรวย ยุ่ง ปลูกปั้น ตามเจตจำนงของผู้ดำเนินการด้าน Soft power

หากจะกล่าวถึงตัวอย่าง Soft power ในปัจจุบันมีค่อนข้างมากมายทั้งที่เป็น Soft power ที่คุ้นเคยมานานอาทิเช่น หากกล่าวถึงกีฬาฟุตบอล ผู้คนส่วนมากจะนึกถึง Premeir leage ของประเทศอังกฤษ หรือหากกล่าวถึงเรื่องของวัฒนธรรมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เช่น เบียร์ ผู้คนส่วนมากจะนึกถึง เยอรมัน แต่ทั้งนี้

ที่ยกตัวอย่างมานั้นอาจจะยังไม่เห็นชัดเท่าประเทศเกาหลี ประเทศเกาหลีหลังจากมีการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจครั้งใหญ่ของประเทศ ได้มีการวางแผนนโยบายฟื้นฟูวัฒนธรรมที่เรียกว่า Hallyu Industry Support Development โดยการใช้วัฒนธรรมเกาหลีความเป็นเกาหลีควบคู่ไปกับการสร้าง ภาพลักษณ์ประเทศ สินค้าและบริการเกาหลี เป็นตัวส่งออก ทำให้เกิดเป็น Soft Power คืออิทธิพลที่จะสามารถจูงใจให้ชาติอื่นยอมรับว่าแบรนด์เกาหลีได้ดีจริง เป็นการสร้างแบรนด์ประเทศของประเทศ เท่ากับว่าในระยะเวลา ๒๐ ปี เกาหลีได้สามารถปั้นความเป็น Soft Power ให้มีอิทธิพลไปแล้วทั่วโลก สอดคล้องกับ อันดับ Global Soft Power Index ๒๐๒๑ เกาหลีได้ก้าวมาอยู่ในอันดับที่ ๑๑ ของโลกจากอันดับที่ ๑๔ ในปีก่อนหน้า ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็วมากในเอเชีย โดยอุตสาหกรรมหลักที่เกาหลีได้ใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเพื่อเป็น Soft Power คืออุตสาหกรรมภาคบริการซึ่งหมายรวมถึงอุตสาหกรรมบันเทิงด้วยทั้งหมด ขึ้นมาอยู่ที่ร้อยละ ๕๙.๗ ต่อจีดีพี ซึ่งในส่วนนี้ต้องอาศัย Soft Power เป็นตัวผลักดันเพื่อให้ภาพลักษณ์เป็นที่น่าจดจำ โดยวิเคราะห์ว่าสิ่งที่ทำได้คือ วัฒนธรรม ซึ่งเครื่องมือในการพัฒนาเพื่อเป็น Soft Power คือ สื่อและความบันเทิง มีการส่งออกละครที่มีชื่อเสียงมากมาย ที่เป็นที่ รู้จักภายใต้ชื่อ K-Drama ยุคแรก ๆ เช่น แดจังกึม จนถึงวงการเพลง หรือ K-pop ที่มีศิลปินชื่อดังมากมายทั่วโลก เช่น Psy (คังนัม สไตล์) , BTS, Blackpink เป็นต้น และปัจจุบันผลงานของประเทศเกาหลี ได้รับการยอมรับอย่างล้นหลามบนแพลตฟอร์มระดับโลกอย่าง Netflix โดยพบว่าการลงทุนของ Netflix ในการผลิตเนื้อหาในเกาหลีได้ช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศนี้แล้วเกือบ ๕.๖ ล้านล้านวอน (ระหว่างปี ๒๕๕๙-๒๕๖๓) ในอุตสาหกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สิ่งพิมพ์ เว็บตูน ดนตรี การท่องเที่ยว อาหาร แฟชั่น และสินค้าอุปโภคบริโภค ตลอดจนช่วยสร้างงานมากกว่า ๑๖,๐๐๐ ตำแหน่ง โดยปีที่ผ่านมาเพียงปีเดียวสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับเกาหลีได้มากถึง ๒.๓ ล้านล้านวอน ซึ่งรวมถึงผลงานล่าสุดอย่าง Squid games ที่ได้โด่งดังไปทั่วโลก ต่อยอดมาที่วงการเครื่องสำอาง K-Beauty และ K-Food ถูกสอดแทรกเข้าไปในทุกสื่อ ทั้งผ่านซีรีส์หรือการพูดถึงของนักแสดง นักร้อง ผู้รับชมสื่อจึงซึมซับวัฒนธรรมอาหารเกาหลีได้มาโดยไม่รู้ตัว และเกิดความอยากรู้ในรสชาติอาหารเกาหลี ปี ๒๕๖๓ การส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารของเกาหลีแต่ละระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ด้วยมูลค่า ๔.๓ พันล้านเหรียญสหรัฐ โดยการส่งออกอาหารที่เพิ่มขึ้นมากที่สุดที่ร้อยละ ๑๔.๖ เนื่องจากศิลปิน K-Pop แนะนำอาหารดังกล่าวบนโซเชียลมีเดีย การท่องเที่ยว อิทธิพลของ Korean Wave จากภาพยนตร์ วงดนตรี ละคร รวมถึงความนิยมของตัวนักแสดง และนักร้องที่ได้รับความนิยมทั่วโลกได้ ทำให้สถานที่ถ่ายทำซีรีส์ชื่อดังกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวและดึงดูดผู้ชมคอนเสิร์ตจากทั่วโลก อีกทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ได้เห็นหลายแง่มุมของประเทศผ่านสื่อบันเทิง เช่น ความปลอดภัย ระบบขนส่งสาธารณะ ความทันสมัยของเทคโนโลยี เป็นต้น ยิ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวของเกาหลีใต้หรือ K-Travel ให้มีชื่อเสียงในทางที่ดีขึ้น ภาษาและวัฒนธรรม ทำให้ประเทศเกาหลีสามารถพัฒนาภาพลักษณ์ของประเทศให้ดีขึ้นในสายตาชาวโลก ด้วยภาพลักษณ์ประเทศที่ดูทันสมัยรวมทั้งภาษาและวัฒนธรรมที่ดูสวยงาม ปัจจุบันผู้คนทั่วโลกให้ความสนใจและเข้าใจในวัฒนธรรมและภาษา

เกาหลีมากขึ้น ภาษาเกาหลีเป็นภาษาที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับที่ ๗ ของโลก สำหรับการศึกษาในแอปพลิเคชัน จากการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งของนโยบายส่งเสริม Soft Power ของเกาหลีได้เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้จีดีพี ของเกาหลีใต้เติบโตอย่างต่อเนื่อง ดังจะเห็นได้จากอัตราการขยายตัวของจีดีพี ของเกาหลีใต้ โดยในปี ๒๕๔๑ ก่อนเริ่มนโยบาย Hallyu Industry Support Development Plan ของรัฐบาล ประธานาธิบดีคิมแดจุง ภาพรวมของ GDP เกาหลีใต้คิดเป็นมูลค่า ๓.๘๓ แสนล้านเหรียญสหรัฐ และในปี ๒๕๖๓ เพิ่มขึ้นเป็น ๑.๖๓ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นถึง ๔ เท่าในเวลา ๒๐ กว่าปี นอกจากนี้สัดส่วนของอุตสาหกรรมบริการก็เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเมื่อเทียบกับปี ๒๕๕๓ สัดส่วนของอุตสาหกรรมบริการต่อจีดีพี เกาหลีใต้ อยู่ที่ร้อยละ ๕๔.๗ และเพิ่มเป็นร้อยละ ๕๗.๒ ในปี ๒๕๖๓

เมื่อมองย้อนกลับมาที่ประเทศไทยนั้น อันแท้จริงเป็นดินแดนที่เต็มไปด้วยสิ่งที่สามารถพัฒนาให้เป็น Soft power ได้มากมายไม่ว่าจะเป็น ศิลปวัฒนธรรม อาหาร ดนตรี ที่เป็นเอกลักษณ์ สถานที่ท่องเที่ยวที่มหัศจรรย์ ซึ่งรัฐบาลไทยได้ขาดผู้ที่มีวิสัยทัศน์ด้านนี้ จึงไม่ได้กำหนดแผนพัฒนาระยะยาวไว้อย่างเป็นรูปธรรมซึ่งจะมีเพียงศิลปิน ดาราบางคนเท่านั้นที่สามารถสร้างกระแส Soft power ให้ประเทศไทยได้ แต่ทั้งนี้หากประเทศไทยได้มีรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับด้าน Soft power จะเป็นอีกหนึ่งหนทางที่สามารถสร้างความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจให้กับประเทศได้ ดังนั้นเรื่อง Soft power ซึ่งเป็นพลังที่แอบแฝงไม่สามารถมองเห็นได้อย่างเป็นรูปธรรม แต่ทว่าสิ่งนี้สามารถส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญได้มากมายสามารถสร้างให้ประชากรในดินแดนอื่นหลงรักในความเป็นตัวตนของชาติเรา สามารถส่งผลกระทบได้หลายมิติต่อประเทศและประชากรในประเทศนั้น หากมีการวางแผนพัฒนาที่ตรงประเด็นและมีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง Soft power จะเป็นสิ่งที่ลดทอนความสำคัญของ Hard power ของชาติอื่นนั่นเอง

บรรณานุกรม

Culture diplomacy in Japan: soft power, nation branding and the question of ‘international cultural exchange’:

How soft power works: <https://apps.dtic.mil/sti/pdfs/AD1032656.pdf>

Nye, J. (2005). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*. Cited in Yavuzaslan, K. & Çetin, M. (2016). *Soft Power Concept and Soft Power Indexes*. In M. H. Bilgin et al. (Ed.), *Business Challenges in the Changing Economic Landscape – Vol. 1: Proceedings of the 14th Eurasia Business and Economics Society Conference* (pp. 395-409). New York: Springer.

Thanayod Lopattananont. (2021). *The Role of the Confucius Institutes in Contemporary Thai Society*. In *The Tenth Chinese-Thai Strategic Research Seminar Proceedings* (pp. 266-279). Xiamen: Huaqio University, China Society for Southeast Asian Studies, National Research Council of Thailand, and Thai-Chinese Culture and Economy Association.