แนวหน้า
Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,250
Section: วาไรตี้/-
วันที่: จันทร์ 13 พฤศจิกายน 2566
ปีที่: 44 ฉบับที่: 15536 หน้า: 17(บนซ้าย)
Col.Inch: 129.39 Ad Value: 161,737.50 PRValue (x3): 485,212.50 คลิป: ขาว-ดำ
หัวข้อข่าว: 'ซอฟท์ เพาเวอร์'กับความเข้าใจ

'ซอฟท์ เพาเวอร์'กับความเข้าใจ 'รัฐ-สังคมไทย'มาถูกทางแล้วหรือยัง?

"ในปี 2023 (2566) ใน 10 อันดับที่มีคะแนนสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษและเยอรมนี แล้วอันดับ 4 กับ 5 คือ ญี่ปุ่นกับจีน ที่น่าสนใจคือในปีนี้อันดับ 10 ที่เพิ่งเขยิบขึ้นมาคือประเทศ UAE (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) ผมให้ข้อสังเกตอย่างนี้ใน 3 ประเทศแรก อเมริกา อังกฤษและเยอรมนี คะแนนที่น่าสนใจคือในด้าน IR (International Relation-ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) เต็ม 10 คือ 7 ขึ้นทั้ง 3 ประเทศ รวมถึง Familiarity (ความคุ้นเคย) ก็จะมีคะแนน 7 ขึ้นทั้ง 3 ประเทศ"

ชุติเดช เมธีชุติกุล อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวในวงสัมมนา (ออนไลน์) หัวข้อ **"Soft Power : อำนาจที่ทรงอิทธิพลในศตวรรษที่ 21"** เมื่อเร็วๆ นี้ถึงการจัดอันดับ **"ดัชนีซอฟท์ เพาเวอร์โลก (Global Soft Power Index)"** โดย Brand Finance บริษัทสัญชาติอังกฤษซึ่งทำธุรกิจด้านให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาแบรนด์ พบว่า ใน 3 ปีล่าสุด (2564-2566) **"อันดับ Soft Power ของไทยในเวทีโลกลดลงอย่างต่อเนื่อง"** จากปี 2564 อยู่ในอันดับ 33 ปี 2565 ลดลงมาอยู่ที่อันดับ 35 และปี 2566 ก็ตกลงไปอยู่อันดับ 41

ที่มาของงานสัมมนาครั้งนี้ซึ่งจัดโดยศูนย์วิจัย ดิเรก ชัยนาม คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อาจารย์ชุติเดช ระบุว่า ในประเทศไทยประเด็น Soft Power ได้รับความสนใจมากขึ้นโดยเฉพาะนโยบายที่ถูกชูขึ้นของรัฐบาล **เศรษฐา ทวีสิน** เช่น การแต่งตั้ง **"คณะกรรมการยุทธศาสตร์ Soft Power แห่งชาติ"** เมื่อวันที่ 13 ก.ย. 2566 โดยมีคณะกรรมการ 23 คน และให้สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ร่วมขับเคลื่อน

รวมถึงนโยบาย **"1 ครอบครัว 1 Soft Power"** และความพยายามตั้ง **"Thailand Creative Content Agency (THACCA)"** ซึ่งน่าจะมีต้นแบบมาจาก **"KOCCA"** ของเกาหลีใต้ ทั้งนี้ การประเมิน Global Soft Power Index ใช้ตัวชี้วัด 9 ด้าน สำหรับ **"ประเทศไทย"** พบ **"การศึกษาและวิทยาศาสตร์ (Education & Science) เป็นด้านที่ได้คะแนนต่ำที่สุด คือ 2.6 จาก 10 คะแนน"** รองลงมาคือ ธรรมาภิบาล (Governance) 3 เต็ม 10 อันดับ 3 สื่อและการสื่อสาร (Media & Communication) 3.3 เต็ม 10 และอันดับ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (IR) 3.4 เต็ม 10

ส่วน **"ด้านที่ไทยได้คะแนนสูงที่สุดคือความคุ้นเคย (Familiarity) 6.5 จาก 10 คะแนน"** รองลงมาคือ ชื่อเสียง (Reputation) 6.1 เต็ม 10 ซึ่งเมื่อย้อนกลับมาดูนโยบายของรัฐบาลไทยชุดปัจจุบัน **"มีข้อสังเกตว่า ในขณะที่นายกรัฐมนตรี เศรษฐา ทวีสิน เน้นไปที่การส่งเสริม Soft Power ด้านเศรษฐกิจ แต่ประเทศที่ได้อันดับสูงๆ ตามการจัดอันดับ Global Soft Power Index ไม่ว่าสหรัฐฯ อังกฤษหรือเยอรมนี ล้วนได้คะแนนความสัมพันธ์ระหว่างประเทศสูงทั้งสิ้น"** จึงเป็นคำถามว่า สิ่งที่รัฐบาลกำลังทำอยู่จะส่งเสริมสถานะของประเทศไทยได้มาก-น้อยเพียงใด

รศ.สีดา สอนศรี อาจารย์วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กล่าวว่า หากดูจากตัวอย่างนโยบาย 1 ครอบครัว 1 Soft Power หมายถึงการให้แต่ละครอบครัวผลิตสิ่งของขึ้นมาแล้วรัฐบาลจะหาตลาดให้หรือไม่? เรื่องนี้คือปัญหา เพราะ **"รัฐบาลยังจับหลักไม่ได้ว่า Soft Power**

งานสื่อสารองค์กร กองแผนงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โทรศัพท์ 02-564-4444 ต่อ 1120-1121 โทรสาร 02-564-4493 Email: pr.tu@hotmail.com

แนวหน้า
Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,250
Section: วาไรตี้/-
วันที่: จันทร์ 13 พฤศจิกายน 2566
ปีที่: 44 ฉบับที่: 15536 หน้า: 17(บนซ้าย)
Col.Inch: 129.39 Ad Value: 161,737.50 PRValue (x3): 485,212.50 คลิป: ขาว-ดำ
หัวข้อข่าว: 'ซอฟท์ เพาเวอร์'กับความเข้าใจ

คืออะไร?" ซึ่งจริงๆ แล้ว Soft Power ต้องมีทั้งวัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง นโยบายระหว่างประเทศ **"สิ่งสำคัญคือต้องสร้างแบรนด์เนมจากในประเทศให้ออกไปสู่ต่างประเทศ"** ดังที่เห็นจากไต้หวัน เกาหลีใต้ จีน แต่ไทยยังดูเป็นการสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศอยู่

คำถามคือ **"สมมุติสินค้าที่ผลิตออกมา เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของดูเหมือนๆ กันหมด จะหาตลาดอย่างไร?"** รัฐบาลต้องเริ่มตั้งหลักให้ถูก เช่น เมื่อตั้งหลักที่เศรษฐกิจก็ต้องคิดว่าจะไปเชื่อมกับโลกได้อย่างไร จะหาตลาดให้ผู้ผลิตอย่างไร หรือจะซ้ำรอย **"1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ (OTOP)"** ที่ส่งเสริมการผลิตแต่สุดท้ายสินค้าที่ออกมาหน้าตาเหมือนกันหมดแล้วก็ขายไม่ได้

"เราโปรโมทให้คนมาท่องเที่ยวประเทศไทย แต่เราไม่ได้สร้างแบรนด์ติดเอาไว้ในต่างประเทศ เพียงแต่เขาดูในสารคดีเท่านั้นเองว่านักท่องเที่ยวพอมาถึงประเทศไทยทำให้เกิดปัญหา อย่างเช่นข่าวต่างๆ ที่ทราบอยู่แล้ว มันเกิดปัญหากับคนที่มาเที่ยว เพราะฉะนั้นถ้าเราจะโปรโมทการท่องเที่ยวจริงๆ เราต้องไม่ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ แก่คนที่มาท่องเที่ยว อันนี้ฝากไว้ เพราะว่ามันมีปัญหามากมายเหลือเกิน

แล้วก็เรื่องความสะอาด เรื่องอะไรต่างๆ เราต้องสร้างค่านิยมของคนไทยให้มันดีเสียก่อน สร้างคนให้ดีเสียก่อน เราถึงจะสร้างการท่องเที่ยวทีหลัง เหมือนกับเกาหลี (ใต้) เหมือนกับจีน เหมือนกับญี่ปุ่น วัฒนธรรมของเขามันดีอยู่แล้ว เขาต้องสร้างคนภายในก่อน พอสร้างคนภายในแล้วเขานำภายในออกสู่ภายนอก" อาจารย์สีดา กล่าว

อาจารย์สีดา กล่าวต่อไปถึงนิยามของ Soft Power ที่นักวิชาการ **โจเซฟ นาย (Joseph Nye)** กล่าวถึง ซึ่งมีเรื่องของ **"ค่านิยม"** ที่ต้องหาให้พบว่าคืออะไร? แต่ก็ต้องยอมรับเช่นกันว่าไม่ใช่ประเทศอื่นๆ จะรับค่านิยมของประเทศเราได้เสมอไป นอกจากนั้น **"วัฒนธรรมที่เผยแพร่ควรเป็นวัฒนธรรมที่สามารถรับได้ง่าย หรือวัฒนธรรมประยุกต์ (Adapt)"** ไม่ใช่วัฒนธรรมเก่าแก่หรือหรูหราที่จับต้องเข้าถึงได้ยาก สุดท้าย **"ต้องเชื่อมโยงกับนโยบายระหว่างประเทศ"** เพราะการเผยแพร่ Soft Power ต้องอาศัยการเปิดความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ศ.ดร.กิตติ ประเสริฐสุข อาจารย์สาขาวิชาการระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าววถึงนโยบาย 1 ครอบครัว 1 Soft Power ว่า มีความคาบเกี่ยวกับ OTOP ซึ่งต้องทำให้ชัดเจนก่อนว่า 2 นโยบายนี้แตกต่างกันอย่างไร แต่เรื่องนี้ก็ทำให้เห็นว่า **"ความเข้าใจคำว่า Soft Power**

งานสื่อสารองค์กร กองแผนงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โทรศัพท์ 02-564-4444 ต่อ 1120-1121 โทรสาร 02-564-4493 Email: pr.tu@hotmail.com

แนวหน้า
Naew Na
Circulation: 900,000
Ad Rate: 1,250
Section: วาไรตี้/-
วันที่: จันทร์ 13 พฤศจิกายน 2566
ปีที่: 44 ฉบับที่: 15536 หน้า: 17(บนซ้าย)
Col.Inch: 129.39 Ad Value: 161,737.50 PRValue (x3): 485,212.50 คลิป: ขาว-ดำ
หัวข้อข่าว: 'ซอฟท์ เพาเวอร์'กับความเข้าใจ

ในสังคมไทยยังมีความคลาดเคลื่อน" โดยสำหรับสังคมไทย **"มุมบวก"** คือการที่คนหันมาสนใจ Soft Power กันมากขึ้นโดยเฉพาะเรื่องของวัฒนธรรมกับการต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้เศรษฐกิจไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่ดี

แต่ **"มุมที่อาจไม่ค่อยบวกเท่าไร"** คือความเข้าใจคำว่า Soft Power ยังอยู่ในมุมที่จำกัดอยู่เพียงด้านวัฒนธรรมเพียงมุมเดียว แต่จริงๆ แล้ว Soft Power มีหลายด้าน เช่น นโยบายต่างประเทศ ค่านิยม ระบบระเบียบเชิงสถาบันในประเทศ อาทิ ประเทศที่การเข้าเมืองทำได้ยาก ภาษียังเป็นอุปสรรค การบังคับใช้กฎหมายยังไม่ค่อยดี ต่อให้โปรโมทมากเพียงใดก็ยังไปได้ค่อนข้างลำบาก

หรือแม้แต่เรื่องวัฒนธรรมสังคมไทยก็ยังมองด้วยกระบวนทัศน์ (Paradigm) แบบเดิมๆ เช่น โปรโมทการท่องเที่ยว อาหาร และวัฒนธรรมดั้งเดิมอย่างโขน รำไทย ฯลฯ แต่จริงๆ แล้ว ทรัพยากรสำคัญทางวัฒนธรรมคือ Pop Culture หรือวิถีชีวิตของคนทั่วไป เช่น การกิน-การอยู่ หรือเทศกาลต่างๆ (อาทิ วันสงกรานต์) นอกจากนั้น **"นโยบาย 1 ครอบครัว 1 Soft Power ดูจะสับสนระหว่างคำว่า Soft Power กับทักษะ"** จริงๆ แล้วนโยบายนี้คือการสนับสนุนทักษะของแต่ละครอบครัวหรือไม่? ซึ่งไม่ใช่ Soft Power

ทั้งนี้ ยังมีอีกคำหนึ่งคือ **"สมาร์ท เพาเวอร์ (Smart Power)"** หรือ อำนาจฉลาด หมายถึง การใช้อำนาจผสมผสานทั้งอำนาจแข็ง (Hard Power) และอำนาจอ่อน (Soft Power) โดยอำนาจแข็ง คืออำนาจทางการทหารหรือทางเศรษฐกิจ เช่น การส่งกำลังทหารหรือสนับสนุนงบประมาณเข้าไปช่วยเหลือพื้นที่ที่เกิดภัยพิบัติ ซึ่งประเทศที่มี Soft Power และยังมี Hard Power หนุนหลัง คนจะยอมรับได้ง่ายขึ้นและมองอย่างเป็นมิตร

ยังมีนักวิชาการชาวจีน **หลี่ หมิงเจียง (Li Mingjiang)** ที่ใช้คำว่า **"ซอฟท์ ยูส ออฟ เพาเวอร์ (Soft use of Power)"** หรือการใช้อำนาจอย่างนุ่มนวล (โดยไม่ต้องระบุว่าแข็งหรืออ่อน) ขณะที่เมื่อย้อนกลับไปที่ โจเซฟ นาย ผู้ริเริ่มกล่าวถึงคำว่า Soft Power ไว้ตั้งแต่ปี 2533 จะพบว่า **"โจเซฟ นาย มองคำว่า Soft Power อยู่ที่ชาติมหาอำนาจ (Great Power) ซึ่งมีนโยบายต่างประเทศที่เป็นมหายุทธศาสตร์ (Great Strategy)"** กล่าวคือ ชาติมหาอำนาจต้องการความชอบธรรมจากการสร้างชื่อเสียงที่ดี

ดังตัวอย่างที่ชัดเจนคือ สหรัฐอเมริกา-จีน ทั้ง 2 ประเทศต้องการใน 2 เรื่อง คือ 1.สร้างความยอมรับในนโยบายระหว่างประเทศ กับ 2.สร้างความยอมรับนิยมชมชอบในตัวแบบของประเทศตนเอง อย่างกรณีของสหรัฐฯ จะเน้นเรื่องค่านิยมประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชนและการค้าเสรี ในขณะที่จีนจะส่งเสริมยุทธศาสตร์ 1 แถบ 1 เส้นทาง (Belt & Road Initiative) มีการตั้งธนาคารเพื่อการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานแห่งเอเชีย (AIIB) และแสดงออกว่าการปกครองแบบสังคมนิยมก็เป็นต้นแบบที่ดีได้

แต่เมื่อมองไปที่ เกาหลีใต้ จะไม่ได้ต้องการในระดับเดียวกับชาติมหาอำนาจข้างต้น แต่ต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยเฉพาะในช่วงปลายทศวรรษ 1990 (ปี 2533-2542) ที่ประเทศได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ของทวีปเอเชีย ดังนั้นไทยที่เป็นประเทศขนาดกลางก็น่าจะดำเนินนโยบายแบบเดียวกับเกาหลีใต้ แต่ก็ย้ำว่าต้องให้ความสำคัญกับนโยบายต่างประเทศด้วย เช่น ไม่ใช่ว่าประเทศตนเองต้องการสร้าง Soft Power แต่ยังเพิกเฉยต่อความทุกข์ยากของประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

"ผมว่าที่ Soft Power เราตกมันก็มีเหตุผลจากพวกนี้ด้วย ในประเทศเรายังมีการจับกุมผู้เห็นต่างทางการเมือง มันดูแล้ว Soft Power มันจะไปลำบาก เราเอาแบบเกาหลีก็จริง แต่เราต้องให้ความสำคัญกับนโยบายต่างประเทศและค่านิยมด้วย" อาจารย์กิตติ กล่าว

หมายเหตุ : ยังมีประเด็นน่าสนใจอีกมากมายจากงานสัมมนาครั้งนี้ ซึ่งผู้สนใจสามารถรับชมคลิปวีดีโอย้อนหลังได้ที่ https://www.facebook.com/DJC.Center/videos/1583598115801892/

งานสื่อสารองค์กร กองแผนงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โทรศัพท์ 02-564-4444 ต่อ 1120-1121 โทรสาร 02-564-4493 Email: pr.tu@hotmail.com

ข่าวสด
Khao Sod
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,550

Section: First Section/เยาวชน / สตรี
วันที่: จันทร์ 13 พฤศจิกายน 2566
ปีที่: 33 ฉบับที่: 12038 หน้า: 4(บน), 6
Col.Inch: 83.87 Ad Value: 129,998.50 PRValue (x3): 389,995.50 คลิป: สี่สี
คอลัมน์: สดจากเยาวชน: เด็กไทยคว้าอันดับ 3 คุมหุ่นยนต์นักบินนาซ่า

สดจากเยาวชน

6

เด็กไทยคว้าอันดับ 3
คุมหุ่นยนต์นักบินนาซ่า

เด็กไทยคว้าอันดับ3 คุมหุ่นยนต์นักบินนาซ่า

สดจากเยาวชน

หลังจากที่กระทรวง อว. โดยสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) ร่วมกับหน่วยงานพันธมิตร จัดแข่งขันโครงการ **The 4th Kibo Robot Programming Challenge** รอบชิงแชมป์ประเทศไทย โดย **ทีมกาแล็กติก 4 (Galactic 4)** เป็นทีมชนะเลิศ และเป็นตัวแทนประเทศไทยเข้าร่วมการแข่งขันในรอบชิงแชมป์นานาชาติ ณ ศูนย์อวกาศสึกุบะ ประเทศญี่ปุ่น ภายใต้การสนับสนุนงบประมาณการเดินทางจากบริษัท 168 ลักกี้ เทรด จำกัด บริษัท สตาร์ ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) บริษัท สเปซ อินเวนเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด และบริษัท แมพพอยท์เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด

งานสื่อสารองค์กร กองแผนงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โทรศัพท์ 02-564-4444 ต่อ 1120-1121 โทรสาร 02-564-4493 Email: pr.tu@hotmail.com

ข่าวสด
Khao Sod
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,550

Section: First Section/เยาวชน / สตรี
วันที่: จันทร์ 13 พฤศจิกายน 2566
ปีที่: 33 **ฉบับที่:** 12038 **หน้า:** 4(บน), 6
Col.Inch: 83.87 **Ad Value:** 129,998.50 **PRValue (x3):** 389,995.50 **คลิป:** สี่สี
คอลัมน์: สดจากเยาวชน: เด็กไทยคว้าอันดับ 3 คุมหุ่นยนต์นักบินนาซ่า

ดร.จุฬารัตน์ ตันประเสริฐ รองผู้อำนวยการ สวทช. เปิดเผยว่า ทีมกาแล็กติก 4 ประกอบด้วยสมาชิก 4 คน ได้แก่ **นายณัฐวินทร์ แย้มประเสริฐ** หัวหน้าทีม **นายเดชาธร ดาศรี นายกษิดิศ ศานต์รักษ์** และ **นายชีวานนท์ ชุลีกร** นักศึกษาปริญญาตรี ชั้นปีที่ 2 สถาบันเทคโนโลยีนานาชาติสิรินธร (SIIT) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ เข้าร่วมการแข่งขัน **The 4th Kibo Robot Programming Challenge** รอบชิงแชมป์นานาชาติ เมื่อวันเสาร์ที่ 21 ต.ค.ที่ผ่านมา จัดโดยองค์การสำรวจอวกาศญี่ปุ่น หรือแจ็กซ่า (JAXA) และถ่ายทอดสดทาง YouTube ช่อง JAXA จากศูนย์อวกาศสึกุบะ ประเทศญี่ปุ่น โดยมีนักบินอวกาศ **ดร.ซาโตชิ ฟุรุกะวะ** ทำหน้าที่ควบคุมการแข่งขันอยู่บนห้องทดลองคิโบะโมดูล สถานีอวกาศนานาชาติ เพื่อค้นหาสุดยอดทีมเยาวชนจากทั่วโลกที่ทำคะแนนสูงสุดในการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ควบคุมหุ่นยนต์ Astrobee ให้ปฏิบัติภารกิจซ่อมแซมสถานีอวกาศ ซึ่งมีตัวแทนเยาวชนจาก 10 ประเทศ เข้าร่วมการแข่งขัน ได้แก่ ออสเตรเลีย บังกลาเทศ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ไต้หวัน สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ สหรัฐอเมริกา และไทย

"ผลการแข่งขันปรากฏว่า ทีมกาแล็กติก 4 จากประเทศไทย คว้ารางวัลอันดับ 3 มาครอง ถือเป็นการแสดงความสามารถในการเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ด้วยภาษา JAVA ควบคุมหุ่นยนต์ Astrobee ผู้ช่วยนักบินอวกาศของ NASA ที่อยู่บนสถานีอวกาศนานาชาติให้เคลื่อนที่ไปอ่านคิวอาร์โค้ดและยิงแสงเลเซอร์เข้าเป้าหมายทำคะแนนสูงเป็นอันดับที่ 3 รองจากไต้หวันและสิงคโปร์ สร้างชื่อเสียงให้ประเทศไทยในเวทีระดับนานาชาติ" ดร.จุฬารัตน์กล่าว

นายณัฐวินทร์ แย้มประเสริฐ หัวหน้าทีมกาแล็กติก 4 กล่าวว่าภาคภูมิใจกับสมาชิกในทีมทุกคนที่ร่วมพัฒนาโปรแกรมนี้ขึ้นมาจนได้รับคัดเลือกเป็นตัวแทนประเทศและนำไปประมวลผลโปรแกรมบนสถานีอวกาศนานาชาติจริง อีกทั้งยังคว้ารางวัลอันดับที่ 3 กลับมา

"นอกจากการแข่งขัน พวกเรายังได้เยี่ยมชมองค์การสำรวจอวกาศญี่ปุ่นที่เมืองสึกุบะ

งานสื่อสารองค์กร กองแผนงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โทรศัพท์ 02-564-4444 ต่อ 1120-1121 โทรสาร 02-564-4493 Email: pr.tu@hotmail.com

ข่าวสด
Khao Sod
Circulation: 950,000
Ad Rate: 1,550

Section: First Section/เยาวชน / สตรี
วันที่: จันทร์ 13 พฤศจิกายน 2566
ปีที่: 33 **ฉบับที่:** 12038 **หน้า:** 4(บน), 6
Col.Inch: 83.87 **Ad Value:** 129,998.50 **PRValue (x3):** 389,995.50 **คลิป:** สี่สี
คอลัมน์: สดจากเยาวชน: เด็กไทยคว้าอันดับ 3 คุมหุ่นยนต์นักบินนาซ่า

ประเทศญี่ปุ่น ตื่นตาตื่นใจที่ได้เห็นการทำงานของแผนกภาคพื้นดินที่คอยติดต่อสื่อสารกับสถานีอวกาศนานาชาติ ได้เห็นกระบวนการคัดเลือกนักบินอวกาศ และได้รับประโยชน์มากมายในด้านองค์ความรู้ที่ใช้ในปฏิบัติการในอวกาศ ตลอดการทำกิจกรรมได้รู้จักเพื่อนใหม่ต่างชาติมากมาย ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับผลงานซึ่งกันและกัน ขอบคุณผู้จัดและผู้สนับสนุนที่ช่วยเปิดโอกาสให้พวกเราสัมผัสใกล้ชิดการเขียนโปรแกรมควบคุมหุ่นยนต์ในอวกาศ และพูดคุยกับนักบินอวกาศ ดร.โคอิจิ วากาตะ"

ทั้งนี้ ทีมกาแล็กติก 4 คว้ารางวัลอันดับ 3 มาครอง ด้วยคะแนน 94.79 คะแนน ส่วนทีมชนะเลิศ ได้แก่ ทีมฟลายอิง ยูนิคอร์นส์ จากไต้หวัน 110.77 คะแนน และทีมอันดับสอง ได้แก่ ทีมเอสเอสทีวัน (SST1) จากสิงคโปร์ 98.54 คะแนน

งานสื่อสารองค์กร กองแผนงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โทรศัพท์ 02-564-4444 ต่อ 1120-1121 โทรสาร 02-564-4493 Email: pr.tu@hotmail.com

ไทยรัฐ กรอบบ่าย
Thai Rath (Mid-Day)
Circulation: 500,000
Ad Rate: 2,000

Section: กีฬา/วิทยาการ-เกษตร
วันที่: อังคาร 14 พฤศจิกายน 2566
ปีที่: 74 **ฉบับที่:** 24038 **หน้า:** 17(ล่างซ้าย)
Col.Inch: 33.06 **Ad Value:** 66,120 **PRValue (x3):** 198,360 **คลิป:** สี่สี
คอลัมน์: หน้ามองฟ้าเท้าหยั่งดิน: ศูนย์กลางวิจัยสู่ครัวโลก

ศูนย์กลางวิจัยสู่ครัวโลก

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ การเพิ่มจำนวนของประชากรโลก รวมถึงการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารของโลก การผลิตอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการให้เพียงพอต่อความต้องการและปลอดภัยต่อผู้บริโภค ล้วนเป็นความท้าทายของนานาประเทศที่ต้องการแก้ปัญหาร่วมกัน

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) จึงร่วมกับมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ Queen's University Belfast (QUB) สหราชอาณาจักร จัดตั้งศูนย์วิจัยนานาชาติด้านความมั่นคงทางอาหาร (IJC-FOODSEC) เพื่อเป็นศูนย์กลางการผลิตงานวิจัยระดับโลก ที่ตอบโจทย์ด้านความปลอดภัย และความมั่นคงทางอาหารตลอดห่วงโซ่อุปทานในภูมิภาคอาเซียน

ล่าสุดยังได้เตรียมจัดงานประชุมวิชาการระดับนานาชาติ ASEAN-ASSET 2023 : Global Summit on the Future of Future Food ระหว่างวันที่ 14-15 พ.ย.นี้ ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ ถือเป็นครั้งแรกที่จัดขึ้นในทวีปเอเชีย เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สร้างความตระหนักในเรื่องความมั่นคงของอาหารเพื่ออนาคต ที่เป็นประเด็นใหญ่ระดับโลกที่ทุกประเทศให้ความสำคัญ ซึ่งความมั่นคงทางอาหารไม่ใช่แค่มีอาหารเพียงพอ แต่ต้องเป็นอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการ

ฉะนั้น การที่ไทยตั้งเป้าจะเป็นครัวของโลกจึงต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่นคงทางอาหารของประเทศ เพื่อให้ผลิตได้เพียงพอด้วยวิธีที่ปลอดภัย และยั่งยืนด้วยการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีเข้ามาช่วย

ทั้งนี้ ที่ผ่านมาไบโอเทค สวทช. มีความร่วมมือกับ Queen's University Belfast ที่มีความเป็นเลิศด้านการเกษตรและอาหารในระดับโลก ในการวิจัยและพัฒนาบุคลากรด้านความปลอดภัยทางอาหารมายาวนานกว่า 10 ปี โดยในปี 2565 ได้ขยายความร่วมมือสู่การจัดตั้งศูนย์วิจัยนานาชาติด้านความมั่นคงทางอาหาร โดยมีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์เป็นอีกหนึ่งในผู้ร่วมก่อตั้ง เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

เพื่อสร้างความเข้มแข็งด้านการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยีที่ตอบโจทย์อุตสาหกรรมอาหารและอาหารสัตว์ตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ รวมถึงพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะ มีความรู้ความสามารถพร้อมสำหรับทำงานในภาคอุตสาหกรรม.

สะ-เล-เต

งานสื่อสารองค์กร กองแผนงาน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
โทรศัพท์ 02-564-4444 ต่อ 1120-1121 โทรสาร 02-564-4493 Email: pr.tu@hotmail.com

วันจันทร์ ที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566

(https://www.naewna.com/ads_redirect.php?pid=54&id=365&url=https%3A%2F%2Fwww.isuzu-tis.com%2Fspecialoffer%2Fpup%2Fv-cross-4-door-financial%3Futm_source%3Dnaewna%26utm_medium%3Dbanner%26utm_campaign%3Ds
cross_product%26utm_content%3Dcid20231002009_start20231101_end20231130_180x8

(https://www.naewna.com/ads_redirect.php?pid=13&id=364&url=https%3A%2F%2Fm.youtube.com%2Fwatch%3Fv%3D5IYCVaQGwTc%26feature%3Dyoutu.be&stat=1)

'ซอฟท์ เพาเวอร์'กับความเข้าใจ 'รัฐ-สังคมไทย'มาถูกทางแล้วหรือยัง?

วันจันทร์ ที่ 13 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566, 07.30 น.

Tag : ซอฟท์ เพาเวอร์ (https://www.naewna.com/tags/ซอฟท์ เพาเวอร์)

share Twitter Share

(https://www.facebook.com/NaewnaOnline) (https://twitter.com/naewna_news)
(https://page.line.me/hfu9282g?openQrModal=true)
(https://www.youtube.com/channel/UC7d3VlqC5LvvIraCNHBFtjw) (https://www.instagram.com/naewnanews)
(https://www.tiktok.com/@naewna?lang=th-TH)

“ในปี 2023 (2566) ใน 10 อันดับที่มีคะแนนสูงสุด 3 อันดับแรกคือ สหรัฐอเมริกา อังกฤษและเยอรมนี แล้วอันดับ 4 กับ 5 คือญี่ปุ่นกับจีน ที่น่าสนใจคือในปีนี้อันดับ 10 ที่เพิ่งเขยิบขึ้นมาคือประเทศ UAE (สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์) ผมให้ข้อสังเกตอย่างนี้ ใน 3 ประเทศแรก อเมริกา อังกฤษและเยอรมนี คะแนนที่น่าสนใจคือในด้าน IR (International Relation-ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ) เต็ม 10 คือ 7 ขึ้นทั้ง 3 ประเทศ รวมถึง Familiarity (ความคุ้นเคย) ก็จะมีคะแนน 7 ขึ้นทั้ง 3 ประเทศ”

ชุติเดช เมธีชุติกุล อาจารย์คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต กล่าวในวงสัมมนา (ออนไลน์) หัวข้อ “Soft Power : อำนาจที่ทรงอิทธิพลในศตวรรษที่ 21” เมื่อเร็วๆ นี้ถึงการจัดอันดับ “ดัชนีซอฟท์ เพาเวอร์โลก (Global Soft Power Index)” โดย Brand Finance บริษัทสัญชาติอังกฤษซึ่งทำธุรกิจด้านให้คำปรึกษาด้านการพัฒนาแบรนด์ พบว่า ใน 3 ปีล่าสุด (2564-2566) “อันดับ Soft Power ของไทยในเวทีโลกลดลงอย่างต่อเนื่อง” จากปี 2564 อยู่ในอันดับ 33ปี 2565 ลดลงมาอยู่ที่อันดับ 35 และปี 2566 ก็ตกลงไปอยู่อันดับ 41

ที่มาของงานสัมมนาครั้งนี้ซึ่งจัดโดยศูนย์วิจัย ดิเรก ชัยนาม คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ อาจารย์ชุติเดช ระบุว่า ในประเทศไทยประเด็น Soft Power ได้รับความสนใจมากขึ้น โดยเฉพาะนโยบายที่ถูกชูขึ้นของรัฐบาล เศรษฐา ทวีสิน เช่น การแต่งตั้ง “คณะกรรมการยุทธศาสตร์ Soft Power แห่งชาติ” เมื่อวันที่13 ก.ย. 2566 โดยมีคณะกรรมการ 23 คน และให้สำนักงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ร่วมขับเคลื่อน

รวมถึงนโยบาย “1 ครอบครัว 1 Soft Power” และความพยายามตั้ง “Thailand Creative Content Agency (THACCA)” ซึ่งน่าจะมีต้นแบบมาจาก “KOCCA” ของเกาหลีใต้ ทั้งนี้ การประเมิน Global Soft Power Index ใช้ตัวชี้วัด 9 ด้าน สำหรับ “ประเทศไทย” พบ “การศึกษาและวิทยาศาสตร์ (Education & Science) เป็นด้านที่ได้คะแนนต่ำที่สุด คือ 2.6 จาก 10 คะแนน” รองลงมาคือ ธรรมาภิบาล (Governance) 3 เต็ม 10 อันดับ 3 สื่อและการสื่อสาร (Media & Communication) 3.3 เต็ม 10และอันดับ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (IR) 3.4 เต็ม 10

ส่วน “ด้านที่ไทยได้คะแนนสูงที่สุดคือ ความคุ้นเคย (Familiarity) 6.5 จาก 10 คะแนน” รองลงมาคือ ชื่อเสียง (Reputation) 6.1 เต็ม 10 ซึ่งเมื่อย้อนกลับมาดูนโยบายของรัฐบาลไทยชุดปัจจุบัน “มีข้อสังเกตว่า ในขณะที่นายกรัฐมนตรี เศรษฐา ทวีสิน เน้นไปที่การส่งเสริม Soft Power ด้านเศรษฐกิจ แต่ประเทศที่ได้อันดับสูงๆ ตามการจัดอันดับ Global Soft Power Index ไม่ว่าสหรัฐฯ อังกฤษหรือเยอรมนี ล้วนได้คะแนนความสัมพันธ์ระหว่างประเทศสูงทั้งสิ้น” จึงเป็นคำถามว่า สิ่งที่รัฐบาลกำลังทำอยู่จะส่งเสริมสถานะของประเทศไทยได้มาก-น้อยเพียงใด

รศ.สีดา สอนศรี อาจารย์วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม กล่าวว่า หากดูจากตัวอย่างนโยบาย 1 ครอบครัว 1 Soft Power หมายถึงการให้แต่ละครอบครัวผลิตสิ่งของขึ้นมาแล้วรัฐบาลจะหาตลาดให้หรือไม่? เรื่องนี้คือปัญหาเพราะ “รัฐบาลยังจับหลักไม่ได้ว่า Soft Power คืออะไร?” ซึ่งจริงๆ แล้ว Soft Power ต้องมีทั้งวัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง นโยบายระหว่างประเทศ “สิ่งสำคัญคือต้องสร้างแบรนด์เนมจากในประเทศให้ออกไปสู่ต่างประเทศ” ดังที่เห็นจากไต้หวัน เกาหลีใต้ จีน แต่ไทยยังดูเป็นการสร้างเศรษฐกิจภายในประเทศอยู่

คำถามคือ “สมมุติสินค้าที่ผลิตออกมา เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของดูเหมือนๆ กันหมด จะหาตลาดอย่างไร?” รัฐบาลต้องเริ่มตั้งหลักให้ถูก เช่น เมื่อตั้งหลักที่เศรษฐกิจก็ต้องคิดว่าจะไปเชื่อมกับโลกได้อย่างไร จะหาตลาดให้ผู้ผลิตอย่างไร หรือจะซ้ำรอย “1 ตำบล 1 ผลิตภัณฑ์ (OTOP)” ที่ส่งเสริมการผลิตแต่สุดท้ายสินค้าที่ออกมาหน้าตาเหมือนกันหมดแล้วก็ขายไม่ได้

“เราโปรโมทให้คนมาท่องเที่ยวประเทศไทย แต่เราไม่ได้สร้างแบรนด์ติดเอาไว้ในต่างประเทศ เพียงแต่เขาดูในสารคดีเท่านั้นเองว่านักท่องเที่ยวพอมาถึงประเทศไทยทำให้เกิดปัญหา อย่างเช่นข่าวต่างๆ ที่ทราบอยู่แล้ว มันเกิดปัญหากับคนที่มาเที่ยว เพราะฉะนั้นถ้าเราจะโปรโมทการท่องเที่ยวจริงๆ เราต้องไม่ทำให้เกิดปัญหาต่างๆ แก่คนที่มาท่องเที่ยว อันนี้ฝากไว้ เพราะว่ามันมีปัญหามากมายเหลือเกิน

แล้วก็เรื่องความสะอาด เรื่องอะไรต่างๆ เราต้องสร้างค่านิยมของคนไทยให้มันดีเสียก่อน สร้างคนให้ดีเสียก่อน เราถึงจะสร้างการท่องเที่ยวทีหลัง เหมือนกับเกาหลี (ใต้) เหมือนกับจีน เหมือนกับญี่ปุ่น วัฒนธรรมของเขามันดีอยู่แล้ว เขาต้องสร้างคนภายในก่อน พอสร้างคนภายในแล้วเขานำภายในออกสู่ภายนอก” อาจารย์สีดา กล่าว

อาจารย์สีดา กล่าวต่อไปถึงนิยามของ Soft Power ที่นักวิชาการ โจเซฟ นาย (Joseph Nye) กล่าวถึง ซึ่งมีเรื่องของ “ค่านิยม” ที่ต้องหาให้พบว่าคืออะไร? แต่ก็ต้องยอมรับเช่นกันว่าไม่ใช่ประเทศอื่นๆ จะรับค่านิยมของประเทศเราได้เสมอไป นอกจากนั้น “วัฒนธรรมที่เผยแพร่ควรเป็นวัฒนธรรมที่สามารถรับได้ง่าย หรือวัฒนธรรมประยุกต์ (Adapt)” ไม่ใช่วัฒนธรรมเก่าแก่หรือหรูหราที่จับต้องเข้าถึงได้ยาก สุดท้าย “ต้องเชื่อมโยงกับนโยบายระหว่างประเทศ” เพราะการเผยแพร่ Soft Power ต้องอาศัยการเปิดความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

ศ.ดร.กิตติ ประเสริฐสุข อาจารย์สาขาวิชาการระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กล่าววถึงนโยบาย 1 ครอบครัว 1 Soft Power ว่า มีความ
คาบเกี่ยวกับ OTOP ซึ่งต้องทำให้ชัดเจนก่อนว่า 2 นโยบายนี้แตกต่างกันอย่างไร แต่เรื่องนี้ก็ทำให้เห็นว่า “ความเข้าใจคำว่า Soft Power ใน

สังคมไทยยังมีความคลาดเคลื่อน” โดยสำหรับสังคมไทย “มุมบวก” คือการที่คนหันมาสนใจ Soft Power กันมากขึ้นโดยเฉพาะเรื่องของวัฒนธรรมกับการต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มให้เศรษฐกิจไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่ดี

แต่ “มุมที่อาจไม่ค่อยบวกเท่าไร” คือความเข้าใจคำว่า Soft Power ยังอยู่ในมุมที่จำกัดอยู่เพียงด้านวัฒนธรรมเพียงมุมเดียว แต่จริงๆ แล้ว Soft Power มีหลายด้าน เช่น นโยบายต่างประเทศ ค่านิยม ระบบระเบียบเชิงสถาบันในประเทศ อาทิ ประเทศที่การเข้าเมืองทำได้ยาก ภาษียังเป็นอุปสรรค การบังคับใช้กฎหมายยังไม่ค่อยดี ต่อให้โปรโมทมากเพียงใดก็ยังไปได้ค่อนข้างลำบาก

หรือแม้แต่เรื่องวัฒนธรรมสังคมไทยก็ยังมองด้วยกระบวนทัศน์ (Paradigm) แบบเดิมๆ เช่น โปรโมทการท่องเที่ยว อาหาร และวัฒนธรรมดั้งเดิมอย่างโขน รำไทย ฯลฯ แต่จริงๆ แล้ว ทรัพยากรสำคัญทางวัฒนธรรมคือ Pop Culture หรือวิถีชีวิตของคนทั่วไป เช่น การกิน-การอยู่ หรือเทศกาลต่างๆ (อาทิ วันสงกรานต์) นอกจากนั้น “นโยบาย 1 ครอบครัว 1 Soft Power ดูจะสับสนระหว่างคำว่า Soft Power กับทักษะ” จริงๆ แล้วนโยบายนี้คือการสนับสนุนทักษะของแต่ละครอบครัวหรือไม่? ซึ่งไม่ใช่ Soft Power

ทั้งนี้ ยังมีอีกคำหนึ่งคือ “สมาร์ทเพาเวอร์ (Smart Power)” หรือ อำนาจฉลาด หมายถึง การใช้อำนาจผสมผสานทั้งอำนาจแข็ง (Hard Power) และอำนาจอ่อน (Soft Power) โดยอำนาจแข็ง คืออำนาจทางการทหารหรือทางเศรษฐกิจ เช่น การส่งกำลังทหารหรือสนับสนุนงบประมาณเข้าไปช่วยเหลือพื้นที่ที่เกิดภัยพิบัติ ซึ่งประเทศที่มี Soft Power และยังมี Hard Power หนุนหลัง คนจะยอมรับได้ง่ายขึ้นและมองอย่างเป็นมิตร

ยังมีนักวิชาการชาวจีน หลี่ หมิงเจียง (Li Mingjiang) ที่ใช้คำว่า “ซอฟท์ ยูส ออฟ เพาเวอร์ (Soft use of Power)” หรือการใช้อำนาจอย่างนุ่มนวล (โดยไม่ต้องระบุว่าแข็งหรืออ่อน) ขณะที่เมื่อย้อนกลับไปที่ โจเซฟ นาย ผู้ริเริ่มกล่าวถึงคำว่า Soft Power ไว้ตั้งแต่ปี 2533 จะพบว่า “โจเซฟ นาย มองคำว่า Soft Power อยู่ที่ชาติมหาอำนาจ (Great Power) ซึ่งมีนโยบายต่างประเทศที่เป็นมหายุทธศาสตร์ (Great Strategy)” กล่าวคือ ชาติมหาอำนาจต้องการความชอบธรรมจากการสร้างชื่อเสียงที่ดี

ดังตัวอย่างที่ชัดเจนคือ สหรัฐอเมริกา-จีน ทั้ง 2 ประเทศต้องการใน 2 เรื่อง คือ 1.สร้างความยอมรับในนโยบายระหว่างประเทศ กับ 2.สร้างความยอมรับนิยมชมชอบในตัวแบบของประเทศตนเอง อย่างกรณีของสหรัฐฯ จะเน้นเรื่องค่านิยมประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชนและการค้าเสรี ในขณะที่จีนจะส่งเสริมยุทธศาสตร์ 1 แถบ 1 เส้นทาง (Belt & Road Initiative) มีการตั้งธนาคารเพื่อการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานแห่งเอเชีย (AIIB) และแสดงออกว่าการปกครองแบบสังคมนิยมก็เป็นต้นแบบที่ดีได้

แต่เมื่อมองไปที่ เกาหลีใต้ จะไม่ได้ต้องการในระดับเดียวกับชาติมหาอำนาจข้างต้น แต่ต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเป็นหลัก โดยเฉพาะในช่วงปลายทศวรรษ 1990 (ปี 2533-2542) ที่ประเทศได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหญ่ของทวีปเอเชีย ดังนั้นไทยที่เป็นประเทศขนาดกลางก็น่าจะดำเนินนโยบายแบบเดียวกับเกาหลีใต้ แต่ก็ย้ำว่าต้องให้ความสำคัญกับนโยบายต่างประเทศด้วย เช่น ไม่ใช่ว่าประเทศตนเองต้องการสร้าง Soft Power แต่ยังเพิกเฉยต่อความทุกข์ยากของประเทศเพื่อนบ้าน เป็นต้น

“ผมว่าที่ Soft Power เราตกมันก็มีเหตุผลจากพวกนี้ด้วย ในประเทศเรายังมีการจับกุมผู้เห็นต่างทางการเมือง มันดูแล้ว Soft Power มันจะไปลำบาก เราเอาแบบเกาหลีก็จริงแต่เราต้องให้ความสำคัญกับนโยบายต่างประเทศและค่านิยมด้วย” อาจารย์กิตติ กล่าว

หมายเหตุ : ยังมีประเด็นน่าสนใจอีกมากมายจากงานสัมมนาครั้งนี้ ซึ่งผู้สนใจสามารถรับชมคลิปวีดีโอย้อนหลังได้ที่ https://www.facebook.com/DJC.Center/videos/1583598115801892/

share Twitter Share

(https://www.facebook.com/NaewnaOnline) (https://twitter.com/naewna_news)

(https://page.line.me/hfu9282g?openQrModal=true)

(https://www.youtube.com/channel/UC7d3VlqC5LvvIraCNHBFtjw) (https://www.instagram.com/naewnanews)

(https://www.tiktok.com/@naewna?lang=th-TH)

Breaking News › (https://www.naewna.com/breakingnews)