

## “Soft power”

### ถอดรหัสโครงสร้าง “อำนาจละมุนละไม” ในมิติวัฒนธรรม

“Soft power” หรือที่ผู้เขียนเรียกในบทความนี้ว่า “อำนาจละมุนละไม” เป็นแนวคิดที่ริเริ่มจากงานสายความสัมพันธ์ระหว่างประเทศมานานกว่า 3 ทศวรรษ ก่อนขยายสู่งานสายอื่นด้วยเหตุผลสำคัญคือเป็นการนำ “แหล่งทรัพยากร” โดยเฉพาะ “วัฒนธรรม” มาบริหารจัดการอย่างเหมาะสม จนอำนาจดังกล่าวเกิดพลังในการโน้มน้าวใจคู่ปฏิสัมพันธ์เกิดความไว้นือเชื่อใจและเคารพซึ่งกันและกัน โดยปราศจากการใช้กำลังบังคับ กระทั่งเมื่อโลกก้าวสู่เทคโนโลยีข่าวสาร “อำนาจละมุนละไม” จึงแพร่อิทธิพลความคิดให้ใครต่อใครได้หยิบมาใช้เพื่อให้อุดมการณ์ที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังบรรลุจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ส่วนสังคมไทยพบว่าแนวคิดดังกล่าวเริ่มมีการกล่าวถึงในรอบสองทศวรรษที่ผ่านมา แต่กลับเป็น “กระแส” แห่งยุคสมัยในปัจจุบัน จนมีคนกล่าวว่า “เดี๋ยวนี้ อะไร ๆ ก็ Soft power”

บทความนี้ ไม่ต้องการตอบคำถามต่อคำพูดดังกล่าวว่า “ถูก” หรือ “ผิด” แต่จะชวนตั้งคำถามและวิเคราะห์ว่า ทำไม “Soft power” หรืออำนาจละมุนละไมในมิติทางวัฒนธรรมถึงมี “พลัง” และ “พลัง” ดังกล่าวก่อตัวขึ้นจากอะไร

-1-

โจเซฟ เอส. เนย์ จูเนียร์ (Joseph S. Nye Jr.) นักรัฐศาสตร์ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้บัญญัติคำ “Soft power” หรือ “อำนาจละมุนละไม” ขึ้นในช่วงต้นคริสต์ทศวรรษที่ 1990 เพื่ออธิบายปรากฏการณ์การใช้อำนาจของรัฐในการโน้มน้าวรัฐคู่ความสัมพันธ์ให้เกิดความไว้นือเชื่อใจและเกิดการเคารพซึ่งกันและกัน โดยใช้วัฒนธรรม อุดมการณ์ทางการเมือง และนโยบายระหว่างรัฐกับรัฐซึ่งเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้มาเป็นแนวทางบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (Nye, 2004; Nye, 2021) ซึ่งตรงข้ามกับ “Hard power” หรืออำนาจแข็งกระด้าง (นิยามโดยผู้เขียน) ที่รัฐจะใช้อำนาจที่มีลักษณะจับต้องได้ เช่น อำนาจทหารข่มขู่หรือใช้กำลังให้รัฐคู่ความสัมพันธ์ปฏิบัติตามนโยบายของตน (Cooper, 2004; Nye, 2008; Lock, E. 2010)

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการหลายคนมองว่า อำนาจละมุนละไมของ โจเซฟ เนย์ หาใช่แนวคิดที่ริเริ่มใหม่ เพราะอำนาจดังกล่าวมีส่วนละม้ายกับแนวคิด “อำนาจ” ของ อี.เอช. คาร์ (E.H. Carr) และแอนโตนิโอ กรัมสกี (Antonio Gramsci) กล่าวโดยสรุป คือ

อี.เอช. คาร์ นักคิดสำนักสังคมนิยมมองว่า อำนาจในมิติความสัมพันธ์ระหว่างประเทศมี 3 ประเภท คือ อำนาจทางทหาร อำนาจทางเศรษฐกิจและอำนาจทางความคิด โดยรัฐจะใช้อำนาจเหล่านี้ต่อรองหรือควบคุมรัฐคู่ความสัมพันธ์ และขณะเดียวกันก็เป็นหลักประกันความมั่นคงและปลอดภัยให้กับรัฐของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแสดงอำนาจทางความคิดผ่าน

วาทศิลป์นั้นถือเป็นการใช้ศิลปะการโน้มน้าวใจคู่ความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญทำให้ผู้นำรัฐและการเมืองได้รับความนิยมชมชอบ วาทศิลป์หรืออำนาจทางความคิดจึงมีอำนาจภาพตั้งอาวุธสมัยใหม่ที่ไม่ต้องใช้กำลัง (ทหาร) บังคับแต่ประการใด (Carr, 1946)

สวานแอนโตนีโอ กรัมสกี นักคิดการเมืองแนวมาร์กซิสต์ให้ความสำคัญศักยภาพของกลุ่มทางสังคม โดยใช้เจตจำนงของกลุ่มครอบงำและรักษาอำนาจเหนือกลุ่มอื่น ๆ กรัมสกียังมองว่าอำนาจไม่ได้ขึ้นอยู่กับการบังคับหรือกำลังทางกายภาพเท่านั้น แต่อำนาจยังรวมถึงศักยภาพในการออกแบบรูปแบบและควบคุมความเชื่อ ค่านิยมและบรรทัดฐานของสังคมผ่านวิธีการและแสดงออกทางวัฒนธรรมและอุดมการณ์ อำนาจของกรัมสกีจึงเป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับบทบาทของปัญญาชน สถาบันวัฒนธรรมและอุดมการณ์ ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนภาคประชาสังคมในการรักษาและผลิตซ้ำอำนาจของกลุ่มที่มีอำนาจเหนือกว่า (Gramsci, 1971: 80; Cox, 1983; Bieler and Morton, 2004)

จึงปฏิเสธไม่ได้ว่า อำนาจละมุนละไมที่เป็น “กระแส” แห่งยุคสมัยมีส่วนละม้ายกับ “อำนาจ” ในฐานคิดของ อี.เอช. คาร์ร นักคิดสำนักสังคมนิยมในเรื่องอำนาจทางความคิดและแอนโตนีโอ กรัมสกี นักคิดการเมืองแนวมาร์กซิสต์ ในมิติของแสดงออกวัฒนธรรมและอุดมการณ์ (Zahran and Ramos, 2010) ทั้งหมดมีจุดร่วมเดียวกันคือ อำนาจดังกล่าวจะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้และหากมีการจัดการที่เหมาะสมจะสามารถถ่ายทอดเป็นพลังได้อย่างมหัศจรรย์

คำถามสำคัญคือ ถ้าเช่นนั้น อำนาจละมุนละไมมีการทำงานเป็นเช่นไร ถึงทำให้เกิดพลังในการโน้มน้าวใจและสร้างความไว้วางใจ โดยปราศจากกำลังบังคับ

-2-

จากนิยามอำนาจละมุนละไมในมุมมองของโจเซฟ เนย์ พบว่า อำนาจดังกล่าวมีโครงสร้างการทำงานประกอบด้วย 4 ส่วน คือ 1) แหล่งทรัพยากร 2) ตัวแทน 3) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และ 4) สื่อและเทคโนโลยี (Bially, 2005; Nye, 2006; Bilgin and Elis, 2008) กล่าวโดยสรุปคือ

โครงสร้างแรก “แหล่งทรัพยากร” ที่มาของอำนาจละมุนละไมมี 3 แหล่ง คือ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมืองและนโยบายต่างประเทศ ซึ่งในมิติวัฒนธรรมนั้นสามารถนำวัฒนธรรมชั้นสูงและวัฒนธรรมมวลชนในทุกระดับมาเป็นต้นทุนในการสร้างอำนาจ เพียงแต่ว่าผู้สร้างจำเป็นต้องหา “คุณค่าร่วม” ซึ่งได้รับการยอมรับของทุกฝ่ายในคู่ปฏิสัมพันธ์ พลังโน้มน้าวใจถึงจะก่อตัวขึ้น (Nye, 2004)

โครงสร้างที่สอง “ตัวแทน” ทำหน้าที่เป็น “สะพาน” เชื่อมโยงและถ่ายทอด “วัฒนธรรม” สู่คู่ความสัมพันธ์ ซึ่งในช่วงต้นของการใช้อำนาจนี้ ตัวแทนส่วนใหญ่มักจำกัดเพียงรัฐ ดารานักแสดงแนวหน้า (superstar) และบุคคลที่มีชื่อเสียงเท่านั้น ในมุมหนึ่ง “ตัวแทน”

ดังกล่าวถือมีส่วนสำคัญต่อการสร้างหรือนำความคิดไปปรับใช้ (trendsetter) แต่อีกมุมมองหนึ่ง หากเลือกตัวแทนผิดพลาดก็จะส่งผลทำให้อำนาจละมุนละไมอ่อนพลัง (Lock, 2010) “ตัวแทน” จึงเป็นดาบสองคม เพราะหากตัวแทน (รวมถึงรัฐผู้เลือกตัวแทน) ขาดความเข้าใจต่อ “วัฒนธรรม” ที่นำมาสร้างอย่างถ่องแท้และไม่เข้าใจท่าทีของ “คู่ความสัมพันธ์” อาจถึงขั้นส่งผลเชิงลบต่อความสัมพันธ์ดังกล่าว (Herman, 2000; Van Ham, 2002)

โครงสร้างต่อมาคือความสัมพันธ์เชิงอำนาจ สืบเนื่องจากการเลือก “ตัวแทน” ผิดพลาด ย่อมส่งผลกระทบต่ออำนาจละมุนละไมอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพิจารณาความสัมพันธ์เชิงอำนาจของคู่ความสัมพันธ์ เนื่องจากความสัมพันธ์ดังกล่าวส่งผลต่อการทำความเข้าใจสภาพแวดล้อมและโลกรอบตัว อีกทั้งโครงสร้างดังกล่าวยังเป็นความสัมพันธ์ขั้นพื้นฐานสุดของการอยู่ร่วมกัน อำนาจจึงมักจะแสดงออกในรูปแบบที่หลากหลายและซับซ้อน (Zahran, 2010) ดังนั้น หากพิจารณาความสัมพันธ์อย่างฉาบฉวย ความเข้าใจผิดก็อาจเกิดขึ้นได้ เหตุนี้ อำนาจละมุนละไมจะมีพลังได้ตามที่ผู้สร้างประสงค์หรือไม่ ผู้สร้างจำเป็นต้องใส่ใจทุกรายละเอียดของคู่ความสัมพันธ์ว่า “เขา” คือใคร มีท่าที มีอำนาจและมีคุณลักษณะอย่างไร เป็นการเรียนรู้แบบ “เข้าใจเขา เข้าใจเรา” สะท้อนถึงความจริงใจซึ่งจะนำไปสู่ความไว้วางใจที่นำพลังละมุนละไมไปปรับใช้ได้อย่างเหมาะสม

โครงสร้างท้ายสุด คือ สื่อและเทคโนโลยี ในยุคต้นสื่อส่วนใหญ่มักเป็นสื่อกระแสหลัก โดยสร้างสรรค์ผ่านหนังสือพิมพ์ โทรทัศน์และภาพยนตร์ ซึ่งถือว่ามีอิทธิพลทางความคิดเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามก็ทำให้เกิดข้อวิจารณ์สำคัญข้อหนึ่งคือ สื่อดังกล่าวนำเสนอไม่รอบด้านหรือไม่เข้าใจวัฒนธรรมที่ต้องการสื่อ เสมือนเป็นการรับใช้อุดมการณ์ของรัฐซึ่งอาจเป็น “จุดบอด” ของการสร้างอำนาจละมุนละไม เนื่องจากถูกมองว่าเป็นเพียงกระบอกเสียงโฆษณาชวนเชื่อของรัฐ กระทั่งมีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารโดยเฉพาะอินเทอร์เน็ต ทำให้การทูตสาธารณะมีความสำคัญมากขึ้น เพราะสะดวกที่ (เกือบ) ทุกคนสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูล กล่าวได้ว่าอินเทอร์เน็ตมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารระดับต่าง ๆ ประการสำคัญยังเป็นศูนย์กลางข้อมูลและส่งผลกระทบต่อประชากรโลก ทำให้ผู้คนมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างกว้างขวาง ไม่ได้จำกัดการนำเสนอเฉพาะสื่อกระแสหลักเช่นยุคต้น (Herr, 2019) ยิ่งกว่านั้น ในรอบ 1-2 ทศวรรษที่ผ่านมา เมื่อสังคมก้าวสู่ยุคโซเชียลมีเดียเกิดแพลตฟอร์มต่าง ๆ มากมาย ยิ่งทำให้การใช้อำนาจละมุนละไมขยายขอบเขตการสื่อสารและโน้มน้าวใจอย่างไร้ขอบเขตตามเช่นกัน

จากโครงสร้าง “อำนาจละมุนละไม” ทำให้เห็นว่า แต่ละโครงสร้างมีการทำงานสัมพันธ์แบบแน่นจนกลายเป็นเนื้อเดียวอย่างไม่อาจแยกออกจากกัน ถึงจะทำให้ “อำนาจ” เกิด “พลัง” ยิ่งกว่านั้น อำนาจดังกล่าวเปรียบเสมือน “การสร้างตราสินค้า” ของประเทศ เพื่อใช้เป็นการทูตสาธารณะอย่างแยบยล เพราะใช้โดยปราศจากอำนาจบังคับ (Herman, 2000; Van Ham, 2002)

“ความหือหาว” ดังกล่าวส่งผลให้อำนาจละมุนละไมขยายตัวจากเดิมจำกัดเฉพาะงานสายความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ สู่การทำงานภาคส่วนอื่น ๆ ของรัฐและเอกชน หรือแม้กระทั่งตัวบุคคลได้นำแนวคิดนี้ขับเคลื่อน (Herr, 2019) นั้นหมายความว่า การให้นิยามและความหมายเดิมของอำนาจละมุนละไมย่อมแปรเปลี่ยนไปตามบริบทขององค์การและ/หรือผู้ที่ต้องสื่อว่าต้องการสร้างอำนาจดังกล่าวในการขับเคลื่อนเรื่องใด

-3-

บทสรุปการทำความเข้าใจ “Soft power” หรืออำนาจละมุนละไมในมิติวัฒนธรรมพบว่า ในด้านความหมายสะท้อนให้เห็นว่า แนวคิดนี้สืบเนื่องมาจากวิธีคิดของ โจเซฟ เนย์ อำนาจดังกล่าวมีเค้าลางใกล้เคียงกับอำนาจของ อี.เอช. คาร์ร นักคิดสำนักสังคมนิยมในเรื่องอำนาจทางความคิดและแอนโทนีโอ กรัมซี นักคิดการเมืองแนวมาร์กซิสต์ในมิติของแสดงออกวัฒนธรรมและอุดมการณ์ เพียงแต่ เนย์ตอกย้ำให้เห็นว่า “วัฒนธรรม” คือแหล่งทรัพยากรสำคัญที่รัฐหรือผู้ที่ต้องการสร้างอำนาจละมุนละไมนำมาจัดการอย่างเหมาะสมและเข้าใจอย่างถ่องแท้ ก็จะทำให้อำนาจนี้ทรงพลัง ส่งผลทำให้แนวคิดนี้ได้รับความนิยมในแวดวงการทำงานความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ก่อนขยายสู่ภาคส่วนต่าง ๆ ของรัฐและเอกชน จนกระทั่งเมื่อบริบทสังคมเปลี่ยนไป ความเจริญด้านสื่อและเทคโนโลยี ตลอดจนเกิดขึ้นแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ยิ่งทำให้ “อำนาจละมุนละไม” กลายเป็นกระแสสังคมและถูกหยิบยกมาใช้จนเกิดการการพูดลอย ๆ ว่า “เดี๋ยวนี้ อะไร ๆ ก็ Soft power”

บทความนี้ไม่มีคำตอบ “ถูก” หรือ “ผิด” ต่อคำพูดดังกล่าว แต่สิ่งที่ควรจุกคิดคือ “Soft power” ที่ว่ามานี้จะเป็นอำนาจละมุนละไมที่มี “พลัง” หรือไม่?

คำตอบคงต้องหันกลับไปทบทวนโครงสร้าง “อำนาจละมุนละไม” ที่ประกอบด้วย 4 โครงสร้างตามที่กล่าวไว้ข้างต้น คือ 1) แหล่งทรัพยากร 2) ตัวแทน 3) ความสัมพันธ์เชิงอำนาจ และ 4) สื่อและเทคโนโลยี ก็จะเผยให้เห็นว่า อำนาจละมุนละไมที่อ้างมานั้นเป็น “ของจริง” อันทรงพลังหรือเป็นเพียง “ของปลอม” เพื่อสร้างภาพในการโฆษณาชวนเชื่อแบบดาช ๆ

## ผู้เขียน

รศ.ดร.เอกรินทร์ ฝั่งประชา

คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

---

## เอกสารอ้างอิง

Bially, M. J. (2005). "Why 'Soft Power' Isn't So Soft: Representational Force and the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics. *Millennium*, 33, 3 (June): 583-612.



- Bieler, A., and Morton, A. D. (2004). 'A critical theory route to hegemony, world order and historical change: neo-Gramscian perspectives in International Relations,' *Capital & Class*, 28, 1: 85-113.
- Bilgin, P. and Elis, B. (2008). 'Hard Power, Soft Power: Toward a More Realistic Power Analysis,' *Insight Turkey*, 10, 2: 5-20.
- Carr, E. H. (1946). *The Twenty Years' Crisis 1919-1939: An Introduction to the Study of International Relations*, London: Macmillan.
- Cox, R.W. (1983). 'Gramsci, Hegemony and International Relations: An Essay in Method,' *Millennium-Journal of International Studies*. 12, 2: 162-175.
- Cooper, R. 2004. Hard power, soft power and the goals of diplomacy. In *American power in the 21st century*, ed. D. Held and M. Koenig-Archibugi. pp. 167-80. Cambridge, UK: Polity.
- Gramsci, A. (1971). *Selections from the Prison Notebooks*. London: Lawrence and Wishart.
- Herr, R. (2019). *Soft Power and Influence: Chinese influence in the Pacific Islands*. Australian Strategic Policy Institute: pp. 10-11.
- Herman, E. S. (2000). 'The propaganda model: A retrospective,' *Journalism Studies*, 1, 1: 101-112.
- Lock, E. (2010). 'Soft Power and Strategy: Developing a 'Strategic' Concept of Power' in Inderjeet Parmar and Michael Cox (eds.), *Soft Power and US Foreign Policy: Theoretical, historical, and contemporary perspectives*. New York: Routledge.
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. Public Affairs.
- Nye, J. S. (2006). *Think again: Soft Power*. *Foreign Policy* 22/2. Available at: [http://www.foreignpolicy.com/articles/2006/02/22/think\\_again\\_soft\\_power](http://www.foreignpolicy.com/articles/2006/02/22/think_again_soft_power) (Accessed 9 December 2023).
- Nye, J. S. (2008). "Public diplomacy and soft power," *The annals of the American academy of political and social science*. 616, 1: 94-109.
- Nye, J. S. (2021). *Soft power: The evolution of a concept*. *Journal of Political Power*, 14, 1: 196-208. doi: 10.1080/2158379X.2021.1879572
- Van Ham, P. (2002), 'Branding Territory: Inside the Wonderful Worlds of PR and IR Theory,' *Millennium-Journal of International Studies*, 31, 2: 249-269.
- Zahran, G., and Ramos, L. (2010). 'From hegemony to soft power: implications of a conceptual change' in Inderjeet Parmar and Michael Cox (Eds.), *Soft power and US foreign policy: Theoretical, historical and contemporary perspectives*. pp. 12-31, New York: Routledge.