



จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก
วิเคราะห์ผ่านทฤษฎี Soft Power

CHINA'S PANDA DIPLOMACY IN ENHANCING ITS GLOBAL ENVIRONMENTAL IMAGE:
A SOFT POWER ANALYSIS

ภาครัฐ เมตมันกุล

จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกวิเคราะห์
ผ่านทฤษฎี Soft Power



การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการทูตและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปีการศึกษา 2567
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

CHINA'S PANDA DIPLOMACY IN ENHANCING ITS GLOBAL ENVIRONMENTAL IMAGE: A
SOFT POWER ANALYSIS



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF POLITICAL SCIENCE
(Diplomacy and International Relations)
Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University
2024
Copyright of Srinakharinwirot University

การค้นคว้าอิสระ
เรื่อง
จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก
วิเคราะห์ผ่านทฤษฎี Soft Power
ของ
ภาควิชา เมตมันกุล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการทูตและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญากุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าการค้นคว้าอิสระ

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(ดร.รุ่งฉาย เย็นสบาย)

..... ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร.พีระ เจริญวัฒนกุล)
..... กรรมการ
(ดร.กุลนันท์ คันธิก)

ชื่อเรื่อง	จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้าน สิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกวิเคราะห์ผ่านทฤษฎี Soft Power
ผู้วิจัย	ภครรัฐ เมตมณกุล
ปริญญา	รัฐศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2567
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.รุ่งฉาย เย็นสบาย

งานวิจัยฉบับนี้ศึกษาว่าประเทศจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนในเวทีโลกอย่างไร และการดำเนินนโยบายดังกล่าวมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิด “อำนาจอ่อน” (Soft Power) ของ Joseph S. Nye, Jr. อย่างไร โดยใช้กรอบระยะเวลาการศึกษาในช่วงปี ค.ศ. 2009–2025 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่จีนมีความเคลื่อนไหวด้านการทูตแพนด้าที่เชื่อมโยงกับด้านสิ่งแวดล้อมใน 4 ประเทศหลัก ได้แก่ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา งานวิจัยชิ้นนี้ใช้กรอบแนวคิด Soft Power ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างอิทธิพลผ่านการดึงดูดใจด้วยวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายต่างประเทศที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล แทนการใช้กำลังหรือการบีบบังคับ โดยแพนด้าซึ่งเป็นสัตว์ประจำชาติของจีนได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่สะท้อนถึงความพยายามของจีนในการสื่อสารภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงการสร้างพันธมิตรทางการเมืองและสิ่งแวดล้อมกับนานาประเทศ ผลการศึกษาพบว่า การทูตแพนด้าถูกใช้ใน 3 มิติหลักเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีน ได้แก่ 1) การส่งเสริมการอนุรักษ์ป่าไม้และระบบนิเวศธรรมชาติ 2) การสร้างความร่วมมือด้านการคุ้มครองสัตว์ป่า โดยเฉพาะหมีแพนด้า และ 3) การใช้แพนด้าเป็นสื่อกลางเพื่อนำย่นายาทของจีนในการร่วมมือแก้ไขปัญหการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกเป็นไปตามกรอบแนวคิดทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. ใน 3 มิติ ได้แก่ 1) รัฐบาลกับการผลักดัน Soft Power 2) ทริพยาการหรือแหล่งที่มาของ Soft Power และ 3) บทบาทของภาคเอกชนหรือตัวแสดงที่มีใช้รัฐ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ไม่ได้มุ่งเน้นการประเมินผลลัพธ์ของนโยบาย Soft Power แต่ให้ความสำคัญกับการศึกษากระบวนการ (process) ที่จีนใช้ในการดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าในมิติสิ่งแวดล้อม

คำสำคัญ: หมีแพนด้า, การทูตแพนด้า, อำนาจอ่อน, การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

Title	CHINA'S PANDA DIPLOMACY IN ENHANCING ITS GLOBAL ENVIRONMENTAL IMAGE: A SOFT POWER ANALYSIS
Author	BHAKHARATH METMANKUL
Degree	MASTER OF POLITICAL SCIENCE
Academic Year	2024
Advisor	Rungchai Yensabai, Ph.D.

This research aims to explore how China utilizes panda diplomacy to support and enhance its environmental image on the global stage, and how such practices align with the theoretical framework of “Soft Power” as proposed by Joseph S. Nye, Jr. The study focuses on the period from 2009 to 2025, during which China actively pursued panda diplomacy with environmental implications in four key countries: Australia, Japan, the United Kingdom, and the United States. The research adopts the Soft Power framework, which emphasizes the use of attraction culture, values, and internationally accepted foreign policy rather than coercion or force. In this context, the panda, as China’s national animal, has become a vital diplomatic tool that reflects China’s efforts to communicate an environmentally friendly image and to build political and environmental partnerships with other countries. The findings reveal that panda diplomacy has been utilized in three main dimensions to enhance China’s environmental image: (1) promoting forest conservation and natural ecosystem restoration, (2) fostering international cooperation in wildlife protection, particularly panda conservation, and (3) using pandas as symbolic ambassadors to highlight China’s role in addressing global climate change. Furthermore, the study finds that China’s use of panda diplomacy to support its environmental image aligns with Nye’s Soft Power framework in three key aspects: (1) the government's role in advancing Soft Power, (2) the development and use of Soft Power resources, and (3) the involvement of non-state actors such as private sectors and civil society. However, this research does not aim to assess the outcomes or effectiveness of China's Soft Power strategy. Instead, it focuses on analyzing the process by which panda diplomacy is implemented within the environmental dimension

Keywords: Panda, Panda Diplomacy, Soft Power, Environmental Conservation

กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำการค้นคว้าอิสระฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีนั้น เกิดจากความช่วยเหลือหลายฝ่าย ความเมตตา และคำแนะนำจากหลายท่านที่ข้าพเจ้ารู้สึกขอบพระคุณเป็นอย่างยิ่ง ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.รุ่งฉาย เย็นสบาย (อาจารย์ที่ปรึกษา) ซึ่งได้ให้คำแนะนำอย่างใกล้ชิดด้วยความเอาใจใส่และอดทนตลอดระยะเวลาการจัดทำค้นคว้าอิสระ ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งใจอย่างยิ่งต่อความเมตตา ความทุ่มเทในการชี้แนะ และการให้โอกาสในการเรียนรู้ที่มีคุณค่ามากมาย ซึ่งเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้งานชิ้นนี้สามารถดำเนินไปได้ อย่างราบรื่น และมีความถูกต้องครบถ้วนตามหลักวิชาการ

นอกจากนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ รศ.ดร.พีระ เจริญวัฒนกุล (ประธานกรรมการการสอบ) และ อาจารย์ ดร.กุลนันท์ คันธิก (กรรมการบริหารหลักสูตร) ที่ได้ให้เกียรติเป็นกรรมการในการสอบค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ รวมถึงขอเสนอแนะอันทรงคุณค่าที่ท่านได้กรุณามอบให้ ซึ่งได้ช่วยเติมเต็มให้งานวิชาการฉบับนี้มีความรอบด้าน มีความสมบูรณ์ และมีคุณภาพยิ่งขึ้น ขอคิดเห็นและคำชี้แนะจากท่านทั้งสองไม่เพียงแต่ช่วยให้งานชิ้นนี้มีความสมบูรณ์เท่านั้น แต่ยังเป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะทางวิชาการของข้าพเจ้าในอนาคตอีกด้วย

ข้าพเจ้าขอถือโอกาสนี้แสดงความขอบคุณจากใจจริงต่อทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ไม่เฉพาะโดยตรงหรือทางอ้อม ที่ให้การสนับสนุนและกำลังใจตลอดระยะเวลาของการศึกษา และการจัดทำค้นคว้าอิสระฉบับนี้

ภาครัฐ เมตมณกุล

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญ	1
1.2 คำถามวิจัย	3
1.3 สมมติฐาน	3
1.4 วัตถุประสงค์การวิจัย	3
1.5 ขอบเขตการศึกษา	4
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
บทที่ 2 ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิด	5
1. แนวคิดทฤษฎี Soft Power โดย Joseph S. Nye Jr.	5
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
3. กรอบแนวคิดในการวิจัย	18
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	21
1. การกำหนดกรอบการศึกษา	21
2. การเก็บรวบรวมข้อมูล	21
บทที่ 4 ผลการศึกษา	23
1. จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก	23
2. ความสอดคล้องทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr.	31
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ	39
1. สรุปผลการศึกษา	39

2. อภิปรายผลการศึกษา	41
3. ข้อเสนอแนะ.....	43
บรรณานุกรม.....	44



สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพประกอบ 1เปรียบเทียบ Hard Power และ Soft Power	5
ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	20



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญ

ปัญหาสิ่งแวดล้อมได้กลายเป็นประเด็นระดับโลกที่ได้รับความสนใจมากขึ้นในช่วงหลายทศวรรษ ภาวะโลกร้อน การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) และการลดลงของความหลากหลายทางชีวภาพล้วนเป็นผลกระทบโดยตรงจากกิจกรรมของมนุษย์ อุตสาหกรรมการคมนาคม และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่ยั่งยืนทำให้ระบบนิเวศของโลกเสื่อมโทรมลงอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ ภาวะโลกร้อน ซึ่งเกิดจากการสะสมของก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์และมีเทนในชั้นบรรยากาศ สาเหตุหลักมาจากการเผาไหม้เชื้อเพลิงฟอสซิลในภาคอุตสาหกรรมและการขนส่ง ส่งผลให้อุณหภูมิโดยเฉลี่ยของโลกสูงขึ้น นำไปสู่การละลายของธารน้ำแข็งในขั้วโลกและระดับน้ำทะเลที่เพิ่มขึ้น (The University of Edinburgh, 2024) การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นอีกปัญหาที่ส่งผลกระทบร้ายแรงต่อโลกโดยก่อให้เกิดสภาพอากาศที่รุนแรงขึ้น หลายประเทศได้ตระหนักถึงความจำเป็นในการดำเนินนโยบายที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาสมดุลของระบบนิเวศและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของตนในเวทีโลก ประเทศจีนซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่และเป็นศูนย์กลางการผลิตของโลก ได้รับแรงกดดันอย่างมากในการรับผิดชอบต่อผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจากอุตสาหกรรมและการขยายตัวของเมือง (Guo, 2022)

จีนในฐานะประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่อันดับสองของโลกและเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดเป็นอันดับสองของโลก มีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะผู้ก่อมลพิษและผู้ที่มีความพยายามในการมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา จีนต้องเผชิญกับปัญหามลพิษทางอากาศ น้ำ และป่าไม้ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบต่อทั้งภายในประเทศและทั่วโลก แม้ว่าจีนจะเป็นหนึ่งในประเทศที่ลงทุนอย่างมากในด้านพลังงานสะอาดและเทคโนโลยีสีเขียว แต่ก็ยังคงเป็นหนึ่งในประเทศที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุดในโลก (TGO, 2564) อีกทั้งจีนยังถูกวิพากษ์วิจารณ์ในฐานะตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดภาวะโลกร้อน หลายประเทศมองว่าจีนเป็นหนึ่งในอุปสรรคสำคัญต่อความพยายามระดับโลกในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (BBC NEWS THAI, 2025) แม้ว่าจีนจะให้คำมั่นว่าจะลดการใช้ถ่านหินและเพิ่มสัดส่วนพลังงานหมุนเวียนในระบบพลังงานของตนเอง แต่ก็ยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับความคืบหน้าและความจริงจังของจีนในการดำเนินการตามเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อม (Centre for Research on Energy and Clean Air, 2025) ในขณะเดียวกันจีนเองก็พยายามเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของตนเองในเวทีโลกด้วยการเป็นผู้สนับสนุนข้อตกลงปารีสว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการลงทุนในโครงการพลังงานสะอาดทั้งในและนอกประเทศ อย่างไรก็ตามความเป็นจริงที่ว่าจีนยังคงเป็นประเทศที่มีอัตราการปล่อยมลพิษสูงทำให้หลายฝ่ายยังไม่เชื่อมั่นในเจตนารมณ์ของจีนที่จะเป็นผู้นำในการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมในเวทีโลก (Steinwehr, 2021)

เพื่อรับมือกับแรงกดดันจากนานาชาติและการวิพากษ์วิจารณ์ด้านสิ่งแวดล้อม จีนมีความเคลื่อนไหวบางอย่างที่สะท้อนถึงความพยายามในการปรับภาพลักษณ์ของตนในเวทีโลก หนึ่งในปรากฏการณ์ที่น่าสังเกตคือการที่ "แพนด้า" ซึ่งเดิมมีสถานะเป็นสัตว์เฉพาะถิ่นและสัญลักษณ์ของชาติ ได้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในเวทีการทูตระหว่างประเทศ

ในอดีตการทูตแพนด้าเป็นที่เข้าใจกันว่าเป็นกลยุทธ์ทางการทูตของจีนที่ใช้แพนด้าเป็นเครื่องมือสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศผ่านการให้ยืมหรือมอบแพนด้าให้แก่ประเทศพันธมิตร อย่างไรก็ตาม ในหลายช่วงทศวรรษที่ผ่านมาบริบทของการทูตแพนด้าได้ขยายตัวจากเครื่องมือเชิงการทูตไปสู่การเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Environmental Investigation agency, 2023) จีนยังเริ่มนำแนวคิดการทูตแพนด้ามาใช้ในบริบทที่กว้างขึ้นเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และได้มีการปรับนโยบายและกลยุทธ์ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างจริงจังมากขึ้น ตัวอย่างเช่น โครงการเพาะพันธุ์แพนด้าและการปล่อยคืนสู่ธรรมชาติในมณฑลเสฉวน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของความพยายามในการฟื้นฟูระบบนิเวศและส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ (The Atlantic, 2017) นอกจากนี้ จีนยังร่วมมือกับองค์กรด้านสิ่งแวดล้อมระดับโลกเพื่อสร้างพื้นที่อนุรักษ์สัตว์ป่าและขยายโครงการอนุรักษ์สัตว์อื่น ๆ นอกเหนือจากแพนด้า เช่น เสือดาวหิมะ และช้างเอเชีย อีกทั้งจีนยังใช้การทูตแพนด้าเป็นสื่อในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมให้กับประชาชนทั้งในและต่างประเทศ สวนสัตว์และศูนย์อนุรักษ์แพนด้าในจีนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกซึ่งช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างรายได้ที่สามารถนำมาใช้ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (China Radio International (CRI), 2024) ดังนั้นในปัจจุบันบริบทของการทูตแพนด้าไม่ได้จำกัดอยู่แค่ในบริบทของการทูตอีกต่อไป แต่ขยายบทบาทไปถึงมิติของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงอนุรักษ์ และการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในระดับสากล

นับตั้งแต่ทศวรรษ 1950 เป็นต้นมา จีนได้ใช้แพนด้าเป็นเครื่องมือทางการทูตเพื่อแสดงไมตรีจิตและเสริมสร้างความสัมพันธ์กับนานาประเทศ แต่กลยุทธ์นี้ไม่ได้มีเพียงจุดมุ่งหมายในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในเวทีนานาชาติเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงความตั้งใจของจีนในการส่งเสริมความร่วมมือข้ามพรมแดนในด้านการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง โดยเฉพาะในช่วงปี ค.ศ. 2009-2025 การส่งแพนด้าไปยัง 4 ประเทศสำคัญ ได้แก่ ออสเตรเลีย (Australia) ญี่ปุ่น (Japan) สหราชอาณาจักร (United Kingdom) และสหรัฐอเมริกา (United States) ที่แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มใหม่ของการทูตแพนด้าที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ (IUCN, n.d.)

โดยในช่วงเวลาข้างต้นจีนดำเนินการทูตแพนด้ากับ 4 ประเทศหลักที่มีความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน โดยส่งแพนด้าพร้อมข้อตกลงความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ เช่น การวิจัยพันธุกรรม การพัฒนาถิ่นที่อยู่อาศัย และการจัดการสวนสัตว์เชิงนิเวศ ความร่วมมือเหล่านี้สะท้อนความพยายามของจีนในการส่งเสริมบทบาทด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการให้แพนด้าเป็นเครื่องมือทางการทูต

อย่างไรก็ตาม งานที่ศึกษาเกี่ยวกับการทูตแพนด้าในต่างประเทศส่วนใหญ่มุ่งวิเคราะห์ในมิติด้านต่าง ๆ เช่น การทูตแพนด้าในมิติเศรษฐกิจ การทูตแพนด้าในฐานะที่เป็น Soft Power ของจีน เป็นต้น งานที่ศึกษาเกี่ยวกับจีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้าน

สิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก นั้นมีอยู่บ้างแต่ในส่วน้อย และงานที่ศึกษาเกี่ยวกับการทูตแพนด้ากับสิ่งแวดล้อมยังกล่าวอย่างไม่ตรงไปตรงมาและยังขาดความชัดเจนอยู่มาก ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งศึกษาการที่จีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกอย่างไร เพื่อให้เกิดความเข้าใจว่าจีนนั้นมีวิธีอย่างไรในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนเองอย่างไรผ่านการทูตแพนด้า ได้อย่างครบถ้วน ลึกซึ้งและรอบด้าน

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิด Soft Power ที่เสนอโดย Joseph S. Nye, Jr. ซึ่งชี้ให้เห็นถึงพลังของการโน้มน้าวผ่านวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายที่ดึงดูดใจในระดับสากล แทนที่จะใช้กำลังหรือการบีบบังคับโดยตรง ในกรณีนี้ “แพนด้า” จึงไม่ใช่เพียงสัตว์ป่า แต่กลายเป็นสื่อกลางทางอ้อมที่จีน “อาจ” ใช้เพื่อถ่ายทอดภาพลักษณ์ของประเทศที่เป็นมิตรและตระหนักถึงประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม แม้จะไม่สามารถชี้ชัดได้ว่าจีนมีเจตนาในการวางยุทธศาสตร์ Soft Power ผ่านการทูตแพนด้าอย่างเป็นระบบตั้งแต่ต้น

ทั้งนี้งานวิจัยชิ้นนี้ไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การวัดผลหรือประสิทธิภาพของแนวคิด Soft Power ตามกรอบของ Joseph S. Nye, Jr. แต่ให้ความสำคัญกับการศึกษากระบวนการ (Process of Implementation) ที่รัฐบาลจีนใช้ในการผลักดันภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนเองผ่านนโยบายการทูตแพนด้า โดยมุ่งวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง กลไก และบทบาทของตัวแสดงต่าง ๆ ทั้งในระดับรัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนกลยุทธ์นี้อย่างเป็นระบบ

1.2 คำถามวิจัย

จีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนเองในระดับโลกเป็นไปตามกรอบแนวคิดทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. อย่างไร

1.3 สมมติฐาน

จีนสามารถใช้การทูตแพนด้าเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกผ่านกระบวนการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. ผ่าน 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) การผลักดันของรัฐบาลในการใช้นโยบายที่ส่งเสริมอิทธิพลทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม 2) การสร้างแหล่งที่มาของ Soft Power และ 3) การใช้ตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐในการสื่อสารและขยายผลลัพธ์ของการทูตแพนด้าไปสู่ระดับสังคมและนานาชาติ

1.4 วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญดังนี้

1. เพื่อศึกษาว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก

2. เพื่อศึกษาว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกเป็นไปตามกรอบแนวคิดทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr.

1.5 ขอบเขตการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบการศึกษา โดยมีแนวทางการดำเนินงานในการศึกษาผ่านการที่จีนส่งมอบแพนด้าเพื่อบรรลุเป้าหมายในด้านสิ่งแวดล้อมผ่าน 4 ประเทศหลักที่สำคัญคือ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา การเลือกศึกษาผ่าน 4 ประเทศสำคัญสามารถอธิบายได้อย่างมีเหตุผลในมุมมอง ความเหมาะสมเชิงยุทธศาสตร์ และบทบาทด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีเหตุผลคือทั้ง 4 ประเทศล้วนเป็นประเทศพัฒนาแล้วที่มีบทบาทสำคัญในเวทีสิ่งแวดล้อมโลก มีความสัมพันธ์ทางการเมืองที่น่าสนใจกับจีน และมีโครงสร้างรองรับการดำเนินการทูตแพนด้าในเชิงนโยบายและสื่อสารสาธารณะอย่างชัดเจน จึงเหมาะสำหรับวิเคราะห์เชิงลึกในกรอบ Soft Power และเป้าหมายด้านภาพลักษณ์สิ่งแวดล้อมของจีน ทั้งนี้ได้ศึกษาผ่านหลักการแนวคิดทฤษฎีอำนาจอ่อน (Soft Power) ของ Joseph S. Nye, Jr. มาใช้เป็นกรอบประกอบการวิเคราะห์

โดยงานวิจัยนี้ได้มุ่งเน้นศึกษาในช่วงระยะเวลาช่วงปี ค.ศ. 2009-2025 โดยวิเคราะห์ผ่านเหตุการณ์ส่งมอบแพนด้าให้กับประเทศต่าง ๆ เช่น ในช่วงเวลาปี ค.ศ. 2009-2025 จีนได้ดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าโดยการส่งแพนด้าไปยังประเทศออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนเอง และอีกประการหนึ่งเป็นช่วงเวลาที่จีนใช้การทูตแพนด้าในหลากหลายบริบท เช่น เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญสำหรับการแสดง Soft Power ของจีน และการทูตแพนด้าในช่วงเวลานี้สะท้อนถึงการผสมผสานระหว่างการอนุรักษ์และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศอย่างชาญฉลาดของจีน และเน้นย้ำถึงบทบาทของจีนในฐานะผู้มีส่วนร่วมเชิงบวกในโลก

ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจน งานวิจัยชิ้นนี้จะไม่นำไปเน้นไปที่การประเมินระดับความสำเร็จหรือประสิทธิภาพของกลยุทธ์ Soft Power ของจีน แต่จะมุ่งศึกษากระบวนการ (process) ที่รัฐบาลจีนใช้ในการดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าในด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการกำหนดนโยบาย การดำเนินนโยบายอย่างจริงจัง และการประสานความร่วมมือระหว่างรัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศจีนและในต่างประเทศที่เป็นพันธมิตร

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับมีดังนี้

1. ทำให้เข้าใจถึงบทบาทของจีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก และทำให้เกิดความเข้าใจในหลากหลายมิติทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมและในบริบทที่จีนสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนเอง

2. ทำให้เข้าใจบริบทของการทูตแพนด้าในฐานะกลยุทธ์ที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อม และการต่างประเทศ ช่วยให้เห็นมิติซ้อนทับระหว่างการอนุรักษ์ธรรมชาติ การสื่อสารเชิงวัฒนธรรม และยุทธศาสตร์ระดับรัฐที่มีเป้าหมายในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ

บทที่ 2

ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบแนวคิด

ในการศึกษาประเด็นจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกเป็นไปตามกรอบแนวคิดทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. อย่างไร โดยแนวคิดที่จะนำมาใช้ในการศึกษาในวิจัยฉบับนี้ คือ ทฤษฎี Soft Power โดย Joseph S. Nye Jr. ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎี Soft Power โดย Joseph S. Nye Jr.

Joseph S. Nye, Jr. ได้ให้ความหมายของ Soft power ไว้ว่าเป็นการทำให้ผู้อื่นพอใจในผลลัพธ์ที่เราต้องการโดยใช้สิ่งดึงดูดใจเพื่อนำไปสู่การยอมรับมากกว่าที่จะขู่หรือใช้กำลัง ซึ่งอำนาจนี้แตกต่างโดยสิ้นเชิงกับ Hard Power ในรูปแบบของกำลังทหารหรือการใช้กำลังบังคับ อย่างไรก็ตามอำนาจทั้งสองแบบมีความเชื่อมโยงกัน โดยต่างก็เป็นความสามารถในการทำให้บรรลุเป้าประสงค์เพื่อให้เกิดผลต่อพฤติกรรมของผู้อื่น แต่ก็มี ความแตกต่างกันที่ความเข้มข้นของพฤติกรรมและทรัพยากรที่ใช้ซึ่งมีรูปแบบการดำเนินการและทรัพยากรที่มักใช้สำหรับสร้าง Hard power และ soft Power ดังรูปต่อไปนี้

	Hard power	Soft power
ความเข้มข้นของการกระทำ	การขู่ การชักจูง	การกำหนดวาระ การดึงดูดใจ
	การสั่ง ← ◆ ◆ →	◆ ◆ → การโน้มน้าว
ทรัพยากรที่มักใช้	การบังคับ การจ่ายเงิน การลงโทษ การติดสินบน	สถาบัน/องค์กร ค่านิยม วัฒนธรรม นโยบาย

ภาพประกอบ 1 เปรียบเทียบ Hard Power และ Soft Power

ที่มา: Joseph S. Nye, Soft Power: The Means to Success in World Politics (2004: 8)

จากตารางทรัพยากรหรือแหล่งที่มาอย่างเดียวกันสามารถนำมาใช้ได้ในรูปแบบที่มีความเข้มข้นตั้งแต่การสั่งหรือบังคับ ไปจนถึงการดึงดูดโน้มน้าว เช่น ความแข็งแกร่งของเศรษฐกิจสามารถเป็น Hard power ได้หากใช้ในรูปแบบการลงโทษทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันก็สามารถเป็น Soft Power ได้หากใช้ในรูปแบบของความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ (รัชนี เอื้อไพโรจน์กิจ, 2565) ทุกคนนั้นคุ้นเคยกับ Hard Power ซึ่งสามารถทำให้เกิดแรงจูงใจ (inducements) หรือเป็นภัยคุกคาม (threats) ได้ แต่เพื่อให้ได้มาซึ่งสิ่งที่ต้องการในบางครั้งก็ไม่จำเป็นต้องมีการคุกคามเสมอไป โดยสามารถใช้วิธีทางอ้อมเพื่อให้ได้มาซึ่งผลลัพธ์ที่มุ่งหวังได้เช่นเดียวกัน วิธีนี้เรียกว่า

“Soft Power” โดย Soft Power ที่มีลักษณะเป็นอำนาจอ่อนนี้จะชักจูงให้ผู้อื่นเป็นไปตามผลลัพธ์ที่เราต้องการมากกว่าการใช้กำลังบีบบังคับ อย่างไรก็ตามการใช้พลังอำนาจของ Soft Power ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้ใช้เองด้วยว่าสามารถดึงดูด โนมน้าว ล่อลวง เพื่อให้มาซึ่งผลลัพธ์ที่ต้องการได้หรือไม่

นอกจากนี้ Nye อธิบายว่า หากอยากได้ในสิ่งที่ต้องการไม่จำเป็นต้องใช้กำลังบังคับ การคุกคามทางทหาร หรือการคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังสามารถผสมผสานแรงจูงใจและการดึงดูดใจได้ ซึ่งความสามารถในการกำหนดแรงจูงใจหรือสิ่งดึงดูดใจนั้นอาจเกี่ยวข้องกับสิ่งที่จับต้องไม่ได้ เช่น วัฒนธรรม ค่านิยม ภาพลักษณ์ที่น่าดึงดูด เมื่อใช้วิธีการเหล่านี้ ประเทศต่าง ๆ อาจได้รับผลลัพธ์ที่ต้องการในการเมืองโลก เนื่องจากประเทศอื่น ๆ ชื่นชมคุณค่าและมองเห็นถึงความน่าสนใจจึงมีลักษณะที่จะค่อยๆ ตามไปเอง Soft Power จึงมีอิทธิพลในตัวของมันเองคือความสามารถในการดึงดูดใจมักนำไปสู่การยอมจำนน (Nye, 2004)

1.1 ทรัพยากรหรือแหล่งที่มาของ Soft power

การใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือทางการทูตได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความจำเป็นที่รัฐบาลหรือผู้กำหนดนโยบายด้านการต่างประเทศต้องมีความรู้ความเข้าใจและสามารถระบุแหล่งทรัพยากรที่เป็น Soft Power ของประเทศตนได้อย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถกำหนดนโยบายด้านการต่างประเทศได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีอยู่ ซึ่งต้องทำควบคู่ไปกับการทูตสาธารณะซึ่งหมายถึง การสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศหนึ่งไปสู่ประชาชนของชาติอื่นจนเกิดเป็นความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นระหว่างประชาชนกับประชาชน (สุภาพิษฐ์ ธีระวัฒน์, 2565)

Joseph S. Nye, Jr. ได้กล่าวถึงแหล่งที่มาของ Soft Power ว่าประกอบด้วย 3 แหล่ง ได้แก่ (Nye, 2004)

1. **วัฒนธรรม** คือ ค่านิยมและแนวปฏิบัติที่ยึดถือในสังคม ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 แบบ คือ วัฒนธรรมชั้นสูง (high culture) มุ่งเน้นความบันเทิงสำหรับมวลชน และ วัฒนธรรมร่วมสมัย (popular culture) โดยการส่งผ่านวัฒนธรรมอาจเกิดขึ้นผ่านการค้าขาย การเยี่ยมเยือนและการแลกเปลี่ยน หากประเทศใดมีวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับผลประโยชน์และค่านิยมของประเทศอื่น ๆ ก็สามารถใช้เป็นทรัพยากรส่งเสริม Soft Power ของประเทศนั้นได้ (Nye, 2004)

2. **ค่านิยมและนโยบายทางการเมือง** โดยเฉพาะที่เป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศ เช่น ระบบการปกครอง ซึ่งหากประเทศใดยึดถืออย่างเคร่งครัดทั้งในและต่างประเทศแล้ว ก็สามารถเป็นแหล่งที่มาของ Soft Power ของประเทศนั้นได้ (Nye, 2004)

3. **นโยบายต่างประเทศ** โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องชอบธรรม มีวิสัยทัศน์ เช่น เคารพในหลักสิทธิมนุษยชน เสรีภาพในด้านต่าง ๆ การไม่แทรกแซงกิจการภายในประเทศที่มีนโยบายต่างประเทศสนับสนุนค่านิยมที่เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางและคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าส่วนตนก็จะสามารถใช้นโยบายดังกล่าวในการสร้าง Soft Power ได้เช่นกัน (Nye, 2004)

1.2 รัฐบาลกับการผลักดัน Soft Power

Joseph S. Nye, Jr. ได้อธิบายว่า การผลักดัน Soft Power ของรัฐบาลให้มีประสิทธิภาพนั้นจำเป็นต้องใช้ทักษะและเงินทุนในการดึงดูดผู้คนให้มองเห็นศักยภาพของ Soft Power ดังนั้นการนำ Soft Power ไปพัฒนาประเทศและพัฒนาสังคมรัฐบาลมีความจำเป็นต้องให้ความสนใจโดยการส่งเสริมอย่างแข็งขันและต่อเนื่องรวมถึงมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อเพิ่มโอกาสความสำเร็จในการผลักดัน Soft Power (Nye, 2004) การสร้างและใช้ Soft Power อย่างมีประสิทธิภาพจึงต้องอาศัยการวางแผนอย่างรอบด้าน การดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และการสื่อสารที่ชัดเจนและสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรัฐบาลซึ่งมีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะผู้กำหนดยุทธศาสตร์ ผู้ปฏิบัติการ และผู้จัดสรรทรัพยากร (Harris, 2005)

รัฐบาลจึงเป็นผู้กำหนดทิศทางในการใช้ Soft Power ผ่านการกำหนดนโยบายวางแผนยุทธศาสตร์ และประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งในระดับชาติและระหว่างประเทศ เพื่อสร้างความสอดคล้องในการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศสู่ประชาคมโลก กลไกสำคัญ เช่น การจัดตั้งกระทรวงหรือองค์กรด้านวัฒนธรรม การส่งเสริมความร่วมมือทางการศึกษา และการแลกเปลี่ยนทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ถือเป็นเครื่องมือหลักที่รัฐบาลสามารถใช้เพื่อขับเคลื่อน Soft Power อย่างเป็นระบบ (Harris, 2005) รัฐบาลสามารถดำเนินบทบาทได้ในหลายมิติที่สำคัญ ได้แก่

1.2.1 รัฐบาลในฐานะผู้กำหนดทรัพยากร Soft Power

รัฐบาลถือเป็นผู้กำหนดและจัดสรรทรัพยากรที่เป็นรากฐานสำคัญของ Soft Power ของประเทศ โดยไม่ปล่อยให้การสร้าง Soft Power เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ แต่ดำเนินการผ่านการวางแผนเชิงกลยุทธ์และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบเพื่อสามารถสร้างภาพลักษณ์และแรงดึงดูดที่เข้มแข็งและยั่งยืนในระดับนานาชาติ (Nisbett, 2016)

ทรัพยากร Soft Power ประกอบด้วยหลายองค์ประกอบ ทั้งทางวัฒนธรรม สังคม ค่านิยม และนโยบาย ซึ่งรัฐบาลมีบทบาทในการคัดเลือกและส่งเสริมองค์ประกอบเหล่านี้ให้กลายเป็นจุดแข็งที่สามารถนำมาใช้เพื่อสร้างความน่าสนใจและแรงจูงใจในระดับโลก เช่น การสนับสนุนศิลปวัฒนธรรม การอนุรักษ์และเผยแพร่มรดกทางวัฒนธรรม การส่งเสริมภาษาประจำชาติ หรือการสร้างสรรค์นวัตกรรมทางเทคโนโลยีและการศึกษา ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นทรัพยากรที่รัฐบาลต้องบริหารจัดการอย่างเป็นระบบและมีเป้าหมาย (Nye, 2008)

นอกจากทรัพยากรวัฒนธรรมและสังคมแล้ว รัฐบาลยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนานโยบายและแนวทางที่สอดคล้องกับค่านิยมที่ต้องการสื่อสาร เช่น การส่งเสริมประชาธิปไตย สิทธิมนุษยชน ความเป็นธรรม และความร่วมมือระหว่างประเทศ ซึ่งค่านิยมเหล่านี้สามารถสร้างแรงดึงดูดและความน่าเชื่อถือในเวทีโลกได้มากขึ้น หากรัฐสามารถนำเสนอและปฏิบัติได้อย่างจริงจังและต่อเนื่อง การบริหารจัดการสื่อสารมวลชนถือเป็นอีกหนึ่งทรัพยากรสำคัญที่รัฐบาลต้องควบคุมและขับเคลื่อนผ่านกลยุทธ์การสื่อสารเชิงรุก (strategic communication) โดยการสร้างและควบคุมเนื้อหาทางสื่อ ทั้งสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อออนไลน์ เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์และข้อมูลที่เอื้อต่อการสร้าง Soft Power นอกจากนี้ การสนับสนุนการผลิตเนื้อหาทางวัฒนธรรม

เช่น ภาพยนตร์ เพลง และการแสดงศิลปะ ที่มีคุณภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายทั่วโลกก็ถือเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารทรัพยากร Soft Power อย่างมีประสิทธิภาพ (Nisbett, 2016)

ในทางปฏิบัติ รัฐบาลมักใช้เครื่องมือหลากหลายเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรเหล่านี้ เช่น การจัดตั้งองค์กรหรือหน่วยงานเฉพาะด้านที่รับผิดชอบการส่งเสริมวัฒนธรรมและ Soft Power การจัดตั้งกองทุนสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการทูต การสร้างพันธมิตรระหว่างรัฐกับภาคเอกชน และการจัดกิจกรรมหรือโครงการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมในระดับนานาชาติ ซึ่งล้วนเป็นกลไกที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของ Soft Power อีกทั้งความสามารถในการจัดสรรและบริหารทรัพยากร Soft Power อย่างมีประสิทธิภาพนั้นยังขึ้นอยู่กับความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคส่วนต่าง ๆ ของสังคม ทั้งภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา และองค์กรไม่แสวงหากำไร ซึ่งรัฐบาลต้องทำหน้าที่เป็นผู้ประสานงานและส่งเสริมให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันเพื่อขยายขอบเขตและเพิ่มพลังของ Soft Power ในระดับนานาชาติอย่างเป็นเอกภาพ (Harris, 2005)

สุดท้ายการพัฒนาทรัพยากร Soft Power อย่างยั่งยืนยังต้องอาศัยการประเมินผลและปรับปรุงยุทธศาสตร์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในบริบทระหว่างประเทศ และรักษาความน่าสนใจในสายตาของประชาคมโลกได้ในระยะยาว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการบริหารทรัพยากร Soft Power ไม่ใช่เรื่องของการจัดการชั่วคราวแต่เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยความมุ่งมั่นและความต่อเนื่องจากรัฐบาลอย่างจริงจัง (Nisbett, 2016)

1.2.2 รัฐบาลในฐานะผู้ปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์

รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ที่นำแนวคิดและนโยบาย Soft Power ไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม โดยการวางแผนและดำเนินกลยุทธ์ที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อสร้างความได้เปรียบในเวทีระหว่างประเทศและเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างประเทศผ่านวิธีการที่ไม่ใช่การใช้กำลังหรืออำนาจทางเศรษฐกิจโดยตรง ในฐานะผู้ปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์รัฐบาลต้องออกแบบและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนับสนุนการเผยแพร่ค่านิยม วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ของประเทศอย่างเป็นระบบ ตัวอย่างของกิจกรรมเหล่านี้ ได้แก่ การจัดงานเทศกาลวัฒนธรรม การจัดนิทรรศการ การแลกเปลี่ยนทางการศึกษาและวิชาการ รวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นกลไกที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกและความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศต่าง ๆ (Saaida, 2023)

อีกทั้งการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ก็เป็นหนึ่งในเครื่องมือหลักที่รัฐบาลใช้ในฐานะผู้ปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ โดยเน้นการสื่อสารกับประชาชนในต่างประเทศโดยตรงผ่านสื่อสาธารณะและกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้เกิดการมีส่วนร่วม เช่น การจัดสัมมนา การสร้างเครือข่าย นักศึกษาและผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลและสร้างการรับรู้ในวงกว้าง นอกจากนี้รัฐบาลยังมีหน้าที่ประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้การดำเนินกลยุทธ์ Soft Power มีความสอดคล้องและประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ การทำงานร่วมกันระหว่าง กระทรวงวัฒนธรรม กระทรวงการต่างประเทศ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องช่วยให้การสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศเกิดขึ้นอย่างครบถ้วนและหลากหลาย การวางแผนเชิงกลยุทธ์ยังต้องอาศัยการวิเคราะห์บริบทระหว่างประเทศและแนวโน้มสังคมโลก เพื่อปรับปรุงยุทธศาสตร์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน และตอบโจทย์

ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงต้องติดตามผลและประเมินผลของกิจกรรมที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถปรับเปลี่ยนแนวทางได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงในระดับโลก (Saaida, 2023)

1.2.3 รัฐบาลในฐานะผู้สื่อสารและควบคุมภาพลักษณ์

ภาพลักษณ์ของประเทศเป็นองค์ประกอบสำคัญของ Soft Power เนื่องจากเป็นสิ่งที่สร้างการรับรู้ ความรู้สึก และความเชื่อมั่นของประชาคมโลกต่อรัฐหนึ่ง ๆ รัฐบาลในฐานะผู้สื่อสารและควบคุมภาพลักษณ์จึงมีบทบาทเชิงรุกในการกำหนดทิศทางและเนื้อหาของการนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศ เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีและเสริมสร้างแรงดึงดูดในระดับสากล (Parinchat Traipanyasart, 2022)

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication) เป็นเครื่องมือหลักที่รัฐบาลใช้ในการจัดการภาพลักษณ์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วยการออกแบบข้อความ เนื้อหา และสื่อที่ส่งเสริมคุณค่าหลัก ค่านิยม และนโยบายของประเทศให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางการทูตหรือการเมืองระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุน (promote) แนวคิดเรื่องความสงบ ความร่วมมือ การพัฒนา หรือการเป็นผู้นำด้านนวัตกรรมและความยั่งยืน รัฐบาลสามารถใช้ทั้งสื่อดั้งเดิม (เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ วิทยุ) และสื่อใหม่ (เช่น เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มออนไลน์) เพื่อสื่อสารกับทั้งประชาชนในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่ข้อมูลกระจายตัวอย่างรวดเร็วและไร้พรมแดน การควบคุมเนื้อหาและช่องทางสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งจำเป็นต่อการสร้างภาพลักษณ์ที่มั่นคงและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก (Parinchat Traipanyasart, 2022)

นอกจากนี้ รัฐบาลยังมีบทบาทในการตอบโต้และจัดการกับภาพลักษณ์เชิงลบหรือการบิดเบือนข้อมูล (disinformation) ที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนานาชาติ ด้วยการใช้กลไกด้านการสื่อสาร เช่น การแถลงการณ์อย่างเป็นทางการ การประชาสัมพันธ์ผ่านนักการทูต หรือการใช้เครือข่ายสื่อระหว่างประเทศเพื่อสร้างสมดุลและฟื้นฟูภาพลักษณ์ การจัดกิจกรรมเชิงสัญลักษณ์ เช่น การเป็นเจ้าภาพจัดมหกรรมระดับโลก การลงนามความร่วมมือระหว่างประเทศ หรือการประกาศนโยบายระหว่างประเทศที่เน้นคุณค่าร่วมกับประชาคมโลก ก็เป็นส่วนหนึ่งของการควบคุมภาพลักษณ์ของประเทศในมิติต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้รัฐบาลสามารถกำหนด “เรื่องเล่า” (narrative) เกี่ยวกับประเทศของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ (The SAIS Review of International Affairs, 2025)

1.3 การแพร่กระจาย Soft Power สู่ภาคเอกชน

แม้ว่ารัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์หลักในการผลักดัน Soft Power แต่การสร้างและขยายอิทธิพลในระดับสากลอย่างยั่งยืนไม่สามารถเกิดขึ้นได้โดยภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว ความร่วมมือกับภาคเอกชนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ Soft Power มีพลังมากขึ้น ขยายขอบเขตได้กว้างขึ้น และเข้าถึงประชาชนในระดับปฏิบัติการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (apolitical, 2021)

ภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญในฐานะ “ผู้ถ่ายทอด” Soft Power ผ่านการดำเนินธุรกิจ การสร้างสรรค์วัฒนธรรม และการสื่อสารกับประชาชนในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นบริษัทด้านบันเทิง แฟชั่น อาหาร เทคโนโลยี หรือการท่องเที่ยว ล้วนเป็นกลไกสำคัญที่สามารถถ่ายทอด

ภาพลักษณ์ของประเทศ ค่านิยม และวัฒนธรรมในรูปแบบที่จับต้องได้ และเข้าถึงประชาชนในระดับนานาชาติได้อย่างกว้างขวาง ตัวอย่างเช่น บริษัทสื่อบันเทิงสามารถผลิตภาพยนตร์ ซีรีส์ ดนตรี และเกมที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบร่วมสมัย และเข้าถึงผู้ชมทั่วโลกผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ขณะเดียวกัน แปรนด์สินค้าแฟชั่น อาหาร หรือเทคโนโลยีก็สามารถกลายเป็น “ตัวแทน” ของ Soft Power ได้โดยอัตโนมัติ หากสินค้าเหล่านั้นสามารถเชื่อมโยงกับภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ตลอดจนคุณภาพและนวัตกรรม (Awad, 2020)

รัฐบาลจึงมีบทบาทสำคัญในการเผยแพร่ Soft Power ให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการผลักดัน Soft Power อย่างเป็นระบบ โดยการสนับสนุนด้านนโยบาย เช่น การให้ทุน การยกเว้นภาษี การจัดแสดงงานในต่างประเทศ หรือการสนับสนุนโครงการความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน (Public-Private Partnerships: PPP) เพื่อให้ภาคธุรกิจสามารถดำเนินบทบาทของตนได้อย่างเต็มที่ อีกทั้งรัฐยังสามารถจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือเพื่อประสานความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจ และผู้ประกอบการกับหน่วยงานด้านที่เกี่ยวข้องกับการทูตและวัฒนธรรม เพื่อให้การสื่อสาร Soft Power มีเอกภาพและส่งผลลัพธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศในสายตาชาวโลก (Awad, 2020)

นอกจากนี้ ความนิยมในสินค้าหรือวัฒนธรรมจากภาคเอกชนยังสามารถย้อนกลับไปเสริมพลังให้กับรัฐได้เช่นกัน โดยส่งผลให้ประเทศมีอิทธิพลเชิงวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น สร้างความอยากรู้จักและอยากมีความสัมพันธ์ในระดับรัฐต่อรัฐมากยิ่งขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์แบบพึ่งพาและเกื้อกูลกันระหว่างรัฐและเอกชนในกระบวนการสร้าง Soft Power

1.4 บทบาทของภาคเอกชน

Joseph S. Nye, Jr. กล่าวว่า ทรัพยากรจากภาคเอกชน เช่น บริษัท มูลนิธิ และสถาบันที่ไม่ใช่รัฐ (NGO) มีความสำคัญในยุคข่าวสารปัจจุบัน เนื่องจากมีบทบาทในการพัฒนา Soft Power บริษัทข้ามชาติและตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐเหล่านี้มีบทบาทในการเผยแพร่ Soft Power เนื่องจากองค์กรเหล่านี้ต้องการขยายพันธมิตร รัฐบาลควรร่วมมือกับภาคเอกชนและอยู่เบื้องหลังการประชาสัมพันธ์เพื่อความน่าเชื่อถือของโฆษณาชวนเชื่อ (Propaganda) (Nye, 2004) รัฐต้องพยายามให้ภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการทูตสาธารณะมากขึ้นเพราะภาคเอกชนมีทรัพยากรและความเชี่ยวชาญที่มีคุณค่าและสำคัญต่อกระบวนการการทูตสาธารณะ องค์กรภาคเอกชนจำนวนมากเหล่านี้จะมีอำนาจ Soft Power ในตัวเอง การเมืองจะกลายเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันเพื่อความดึงดูดความชอบธรรมและความน่าเชื่อถือ ความสามารถในการแบ่งปันข้อมูลจะกลายเป็นแหล่งดึงดูดและพลังสำคัญ (Nye, 2004) ภาครัฐควรเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบายและกลยุทธ์ในระดับใหญ่และรัฐจำเป็นต้องเลือกใช้ทรัพยากร Soft Power ให้ถูกต้อง ซึ่งภาพรวมที่ออกมาที่เป็น Public Goods ภาคเอกชนสามารถสร้างเครื่องมือเพื่อนำไปต่อยอดและสนับสนุนในด้านการเมืองและธุรกิจได้

1.5 เครื่องมือที่สำคัญในการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power (Nye, 2004)

เครื่องมือที่ใช้ในการขับเคลื่อนนโยบาย Soft Power สามารถแบ่งได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่

1. **ตัวแสดงที่ไม่มีใช้รัฐ (Nonstate Actors) หรือองค์กรที่ไม่มีใช้รัฐ (Nongovernmental Organizations: NGOs)** เช่น องค์กรการระหว่างประเทศ (International Organizations) ยังเป็นตัวแสดงที่สำคัญในการใช้ Soft Power ทั่วโลกผ่านการกดดันรัฐบาลเปลี่ยนนโยบาย (Nye, 2004)

2. **การทูตสาธารณะ (Public Diplomacy)** การทูตสาธารณะเป็นเครื่องมือในการดำเนินนโยบายต่างประเทศที่มุ่งเน้นการส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ประเทศ ด้วยการให้ข้อมูลหรือโน้มน้าวทัศนคติโดยมุ่งเป้าโดยตรงไปที่องค์กรที่ไม่ใช่รัฐและปัจเจกบุคคล การทูตสาธารณะจึงเป็นหนึ่งในเครื่องมือเชิงนโยบายที่จะสามารถใช้ในการผลักดัน Soft Power ได้ การมีปฏิสัมพันธ์ที่ไม่ได้มุ่งเป้าที่รัฐบาลของต่างประเทศ แต่มุ่งที่องค์กรที่ไม่ใช่รัฐและปัจเจกบุคคล โดยการทูตสาธารณะไม่ใช่แค่เพียงการประชาสัมพันธ์หรือการโฆษณาชวนเชื่อ แต่จะต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวที่สร้างสภาพสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อนโยบายรัฐบาลควบคู่ไปกับการให้ข้อมูลและการนำเสนอภาพลักษณ์เชิงบวก (Nye, 2004)

การใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือทางการทูตได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความจำเป็นที่รัฐบาลหรือผู้กำหนดนโยบายด้านการต่างประเทศต้องมีความรู้ความเข้าใจและสามารถระบุแหล่งทรัพยากรที่เป็น Soft Power ของประเทศได้อย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถกำหนดนโยบายต่างประเทศได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรที่มีซึ่งต้องทำควบคู่ไปกับการทูตสาธารณะ ซึ่งหมายถึง การสื่อสารภาพลักษณ์ของประเทศไปสู่ชาติอื่นจนเกิดเป็นความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้น (สุภาพพิชญ์ ธีระวัฒน์, 2565)

1.6 พัฒนาการของกรอบแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr.

แนวคิด Soft Power ถูกเสนอครั้งแรกโดย Joseph S. Nye, Jr. ในช่วงปลายทศวรรษ 1980 และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในงานเขียนต่าง ๆ เช่น Soft Power: The Means to Success in World Politics (2004) และ The Future of Power (2011) โดยในระยะหลัง Nye ได้ขยายแนวคิด Soft Power ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะการเพิ่มบทบาทของสื่อ เทคโนโลยี และตัวแสดงที่ไม่มีใช้รัฐ (non state actors) Nye เน้นว่าในยุค “information age” พลังของอิทธิพลไม่ได้อยู่ที่การบังคับอีกต่อไป แต่ขึ้นอยู่กับ “ความสามารถในการโน้มน้าว” ซึ่งอาจเกิดจากวัฒนธรรม ภาพลักษณ์ ค่านิยม หรือแม้แต่สิ่งที่ไม่ใช่รัฐ เช่น สื่อ สถาบันการศึกษา หรือภาคเอกชน (Nye, 2011)

อีกทั้ง Nye ได้กล่าวถึง “Smart Power” ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างอำนาจแข็ง (Hard Power) และ Soft Power โดยขึ้นอยู่กับสถานการณ์และเป้าหมายทางการทูต ตัวอย่างเช่น Nye กล่าวว่า “ในโลกที่ซับซ้อน ความสามารถในการสื่อสารความหมายอย่างนุ่มนวลอาจมีผลมากกว่าการสั่งการที่แข็งแกร่ง (The ability to communicate meaning gently, as opposed to using hardline commands, can be more effective in complex situations, according to Joseph Nye's concept of soft power.)” (Nye, 2021)

1.7. การวิพากษ์วิจารณ์แนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr.

แม้แนวคิด Soft Power จะเป็นกรอบทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในวงการวิชาการและการเมืองระหว่างประเทศ แต่ก็มีข้อวิพากษ์ที่สำคัญหลายประการ ดังนี้

1.7.1 ข้อถกเถียงด้านความไม่ชัดเจนของแนวคิด

นักวิชาการจำนวนมากได้ตั้งข้อสงสัยเกี่ยวกับ Soft Power เป็นแนวคิดที่มีความคลุมเครือในเชิงแนวคิดและเชิงปฏิบัติ โดยเฉพาะการแยกแยะระหว่างอำนาจที่ “ดึงดูด” กับอำนาจที่ “โน้มน้าว” หรือ “จูงใจ” ซึ่งในบางกรณีอาจมีความทับซ้อนกับ Hard Power อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น การใช้อำนาจทางเศรษฐกิจเพื่อแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ ซึ่งอาจถูกอ้างว่าเป็น Soft Power ทั้งที่แท้จริงอาจอยู่ในกรอบของ Hard Power ที่มีลักษณะบีบบังคับในทางอ้อม (Schaffroth, 2019)

นักวิชาการอย่าง Janice Bially Mattern ได้ตั้งคำถามว่า Soft Power ไม่ได้เป็นอำนาจที่ “นุ่มนวล” อย่างแท้จริง แต่เป็นการใช้ “การโน้มน้าวด้วยวาจากรรม” (representational force) ที่มีพลังแฝงของการควบคุมและชี้นำอยู่เบื้องหลัง ทำให้ Soft Power กลายเป็นเครื่องมือทางการเมืองที่แฝงความไม่เป็นกลางและสามารถสร้างอำนาจในรูปแบบที่ซับซ้อนกว่าเดิม (Mattern, 2005)

นอกจากนี้ ความกำกวมในตัวแปรหลักของ Soft Power อย่าง “ค่านิยม” และ “วัฒนธรรม” ก็เป็นประเด็นที่ถูกวิพากษ์ เนื่องจากคำเหล่านี้มีความหมายหลากหลาย ขึ้นอยู่กับบริบททางสังคม ประวัติศาสตร์ และการตีความของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ทำให้การประเมินว่าประเทศหนึ่งมี Soft Power มากหรือน้อยเป็นเรื่องยาก เพราะขึ้นอยู่กับมุมมองของผู้รับ ไม่ใช่เพียงเจตนารมณ์ของผู้ส่งเท่านั้น (Yukaruc, 2017)

1.7.2 ความยากในการวัดผล

หนึ่งในข้อวิพากษ์หลักของแนวคิด Soft Power คือ ความยากในการวัดผลอย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจากอิทธิพลของ Soft Power มักเกิดขึ้นในระยะยาว ผ่านการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและค่านิยมของผู้คนในประเทศอื่น ซึ่งไม่สามารถประเมินผลได้โดยใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์หรือการเมืองแบบดั้งเดิม เช่น การเพิ่มขึ้นของ GDP หรือจำนวนพันธมิตรทางการเมือง Nye เองก็ยอมรับว่าการวัดผลของ Soft Power จำเป็นต้องใช้ “เครื่องชี้วัดเชิงคุณภาพ” (qualitative indicators) เช่น ความนิยมในวัฒนธรรม ค่านิยม หรือภาพลักษณ์ประเทศ ซึ่งล้วนเป็นสิ่งที่ประเมินได้ยาก (Schaffroth, 2019)

อีกทั้ง Nye ก็ยอมรับถึงข้อจำกัดนี้ โดยเขาระบุว่า Soft Power ไม่สามารถวัดได้โดยตรง แต่ควรประเมินผ่าน “ผลลัพธ์ทางพฤติกรรม” (behavioral outcomes) เช่น การเปลี่ยนแปลงจุดยืน การเห็นด้วยกับนโยบาย หรือความเต็มใจที่จะมีความสัมพันธ์กับประเทศที่ใช้อำนาจดึงดูดนั้น แต่การระบุว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเกิดจาก Soft Power โดยตรงก็ยังเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและยากที่จะแยกแยะจากปัจจัยอื่น (Nye, 2008)

1.7.3 ความไม่เป็นกลางและการใช้ Soft Power อย่างแอบแฝง

แม้ Soft Power จะถูกเสนอโดย Joseph S. Nye, Jr. ในฐานะรูปแบบของอำนาจที่เน้น “การดึงดูด” มากกว่าการ “บีบบังคับ” และมักถูกนำเสนอในเชิงบวกว่าเป็นพลังอ่อนโยนที่สามารถสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศได้อย่างยั่งยืน แต่ในทางวิพากษ์ นักวิชาการจำนวนมากกลับมองว่า Soft Power ไม่ได้เป็นกลางหรือปลอดอคติอย่างที่ถูกต้อง และในบางกรณีอาจถูกใช้เป็นเครื่องมือทางการเมืองที่แฝงไว้ด้วยเจตนาควบคุมอำนาจอย่างแนบเนียน (Schaffroth, 2019) นักคิดแนววิพากษ์ เช่น Edward Said ผู้เสนอแนวคิด Orientalism มองว่า Soft Power ของชาติมหาอำนาจ โดยเฉพาะในโลกตะวันตก มักเป็นการสร้างภาพของความ “เหนือกว่า” ทางวัฒนธรรม เพื่อ “กำหนดความหมาย” และ “นิยามผู้อื่น” โดยแฝงอำนาจของผู้พูดหรือผู้สื่อสารไว้เบื้องหลัง แม้จะไม่ใช้การใช้อาวุธหรือเศรษฐกิจโดยตรง แต่ก็เป็อำนาจเชิงสัญลักษณ์ (symbolic power) ที่มีผลในระดับลึกของจิตสำนึกและอัตลักษณ์ของผู้ถูกครอบงำ (Said, 1976)

ในมุมมองนี้ Soft Power จึงอาจถูกใช้เป็นเครื่องมือของวาทกรรมครอบงำ (hegemonic discourse) เช่น การเผยแพร่คุณค่าของเสรีภาพ ประชาธิปไตย หรือสิทธิมนุษยชนโดยไม่เปิดพื้นที่ให้กับความหลากหลายของค่านิยมในสังคมอื่น ส่งผลให้ Soft Power กลายเป็นกลไกของ “การครอบงำทางวัฒนธรรม” (cultural imperialism) มากกว่าจะเป็นพลังสร้างสรรค์ที่เท่าเทียมและหลากหลาย (Hamdi, 2024)

1.7.4 ความสัมพันธ์กับบริบทและโครงสร้างอำนาจโลก

แม้แนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. จะถูกเสนอในฐานะทางเลือกที่ “อ่อนโยน” และเป็นมิตรต่อระบบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ แต่ในมุมมองวิพากษ์ แนวคิดนี้กลับผูกโยงอย่างแนบแน่นกับโครงสร้างอำนาจของโลกยุคใหม่ โดยเฉพาะในบริบทของโลกาภิวัตน์และอำนาจนำของมหาอำนาจตะวันตก (Hussain, 2024)

ในมุมมองนี้ นักทฤษฎีเชิงโครงสร้าง เช่น Antonio Gramsci ได้เสนอแนวคิดเรื่อง Hegemony หรืออำนาจนำที่ไม่ได้เกิดจากการบีบบังคับโดยตรง แต่เกิดจากการที่กลุ่มอำนาจสามารถควบคุม “มโนทัศน์ร่วม” ของสังคมไว้ได้ Soft Power จึงอาจเป็นกลไกของอำนาจนำเชิงวัฒนธรรม (Cultural Hegemony) ที่แสดงออกในรูปแบบของ “การทำให้วัฒนธรรมของผู้มีอำนาจกลายเป็นวัฒนธรรมทั่วไปของโลก” ซึ่งเป็นกระบวนการที่ทั้งแนบเนียนและทรงพลัง (Hamdi, 2024) นอกจากนี้ บริบททางภูมิรัฐศาสตร์ เช่น ความขัดแย้งเชิงอุดมการณ์ สงครามเย็น หรือการแข่งขันระหว่างกลุ่มอำนาจใหม่ ก็ล้วนมีผลต่อประสิทธิภาพของ Soft Power เช่นกัน (Gramsci, 2023)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการทูตแพนด้า จะสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 การทูตแพนด้า (Panda diplomacy) ใน 3 มิติ และกลุ่มที่ 2 ยุทธศาสตร์ Soft Power ของจีน (China's Soft Power Strategy) ดังนี้

1. การทูตแพนด้า (Panda Diplomacy)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการทูตแพนด้า มักครอบคลุมหลากหลายประเด็น ซึ่งเกี่ยวข้องกับมิติทางการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1.1 การใช้การทูตแพนด้าเป็นเครื่องมือทางการทูต

การศึกษานโยบายการทูตแพนด้า งานในกลุ่มนี้จะเกี่ยวกับการใช้การทูตแพนด้าเป็นเครื่องมือทางการทูต มุ่งเน้นในเรื่องการใช้การทูตแพนด้าเป็นเครื่องมือทางการทูตเพื่อตอบสนองเป้าหมายด้านการต่างประเทศ ให้ความสำคัญกับการดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าโดยการส่งแพนด้าไปยังประเทศต่าง ๆ เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศ โดยจะเห็นได้จากงานของ Emma Hyland เรื่อง Panda Diplomacy: China's Softest Power? ที่ชี้ให้เห็นถึงการใช้การทูตแพนด้าเพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางการทูตและส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกให้กับจีนในระดับโลก โดยสะท้อนถึงวิธีที่จีนใช้กลยุทธ์ที่ไม่ใช่การใช้กำลัง (non coercive strategies) เพื่อขยายอิทธิพลทางการทูตและเสริมสร้างบทบาทของจีนในเวทีโลกผ่านการทูตแพนด้า เป็นเครื่องมือทางการทูตสร้างมิตรภาพ (Hyland, 2020) หรืองานของ Mohamad Zreik เรื่อง Chinese Soft Power: A Case Study of Panda Diplomacy ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการทูตแพนด้าที่เป็นเครื่องมือทางการทูตและในการส่งเสริมอำนาจอ่อนของจีนในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมโดยการส่งหมีแพนด้าไปเป็นทูตสันถวไมตรีนั่นถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในกลยุทธ์การทูตสาธารณะของจีน (Zreik, 2022)

1.2 การเชื่อมโยงการทูตแพนด้ากับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์

มีการศึกษาจำนวนไม่มากที่ให้ความสนใจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการทูตแพนด้ากับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ เมื่อเทียบเท่าอย่างกลุ่มก่อนหน้านี้และอย่างกลุ่มการสร้างภาพลักษณ์และการเป็น Soft Power ของจีน โดยการศึกษาในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่แล้วจะเน้นในเรื่องกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสวัสดิภาพสัตว์ ซึ่งการกล่าวถึงการทูตแพนด้ากับมิติด้านสิ่งแวดล้อมในวรรณกรรมต่าง ๆ นั้นมีการพูดถึงเพียงแค่การทูตแพนด้ากับสิ่งแวดล้อมและกระแสการอนุรักษ์และสวัสดิภาพสัตว์ในบางช่วง แต่ไม่ได้อธิบายว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกอย่างตรงไปตรงมา ดังเช่นที่ปรากฏในงานของ Kathleen Carmel Buckingham เรื่อง Environmental Reviews And Case Studies: Diplomats and Refugees: Panda Diplomacy, Soft "Cuddly" Power, and the New Trajectory in Panda Conservation ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการทูตแพนด้าซึ่งจีนใช้แพนด้าเป็นเครื่องมือเชิงสัญลักษณ์เพื่อเสริมสร้างการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งในขณะเดียวกันก็สะท้อนถึงความพยายามของจีนในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยงานวิจัยชิ้นนี้ช่วยให้เข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สัตว์เชิงสัญลักษณ์

ในทางการเมืองและความพยายามในการรักษาสัตว์แควดลุ่มในบริบทของจีนในเวทีโลก (Buckingham, 2013) หรือในงานของ Dongdong Yang เรื่อง Are Pandas Effective Ambassadors for Promoting Wildlife Conservation and International Diplomacy? ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการทูตแพนด้าในฐานะตัวแทนของการทูตและการอนุรักษ์สัตว์ป่า อีกทั้งยังชี้ให้เห็นถึงข้อถกเถียงในเรื่องของการทูตสัตว์ ซึ่งปัจจุบันมีการตระหนักถึงสวัสดิภาพสัตว์ว่าต้องได้รับความคุ้มครอง ซึ่งเกิดหลายเหตุการณ์ที่หลายประเทศดูแลทูตสันถวไมตรีไม่ถูกต้องเท่าที่ควร จึงสร้างข้อถกเถียงมากมายให้กับประชาชนทั่วโลกถึงข้อเสนองว่าควรเลิกการทูตสัตว์เสียที่ (Yang, 2022)

1.3 การทูตแพนด้ากับมิติทางเศรษฐกิจ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทูตแพนด้ากับมิติทางเศรษฐกิจ ซึ่งกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างการทูตทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในกรณีของการใช้การทูตแพนด้าในฐานะสัญลักษณ์ในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยการศึกษาในกลุ่มนี้เกี่ยวข้องกับการใช้แพนด้าเป็นเครื่องมือทางด้านเศรษฐกิจ โดยในการให้ยืมแพนด้าให้กับสวนสัตว์ประเทศต่าง ๆ ซึ่งเป็นสัญญาณของมิตรภาพและการเปิดโอกาสทางเศรษฐกิจ รวมถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการทำธุรกิจในประเทศจีน อีกทั้งการทูตแพนด้ายังเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ นำมาซึ่งความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่ดีกว่า จีนขยายการค้าระหว่างจีนและประเทศที่ได้รับแพนด้า ถือเป็นโอกาสในการลงนามข้อตกลงทางเศรษฐกิจที่มีมูลค่ามหาศาล ยกตัวอย่างวรรณกรรมของ Kexin Cao เรื่อง Research on the Influence of Panda's Diplomacy Between Economic Benefits and Rapport Around Countries by Using Economics Concepts ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการทูตแพนด้าในฐานะเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ โดยวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการส่งแพนด้าไปยังประเทศต่าง ๆ เช่น การส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ การท่องเที่ยว และการระดมทุนเพื่อการอนุรักษ์ โดยจีนมุ่งเน้นถึงการผสมผสานเป้าหมายทางเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการอนุรักษ์ให้เกิดผลลัพธ์เชิงบวกต่อทั้งจีนและประเทศที่ได้รับแพนด้า (Cao, 2021) หรือในงานของ Wei Jin เรื่อง China's Panda Diplomacy: The Panda Effect on International Trade ที่ชี้ให้เห็นถึงผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าในเชิงเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในแง่ของการค้าระหว่างประเทศ โดยในแต่ละครั้งที่ให้ประเทศต่าง ๆ ยืมแพนด้า มักจะมาพร้อมกับการทำข้อตกลงทางเศรษฐกิจหรือการค้าขายที่เป็นประโยชน์ต่อจีน เช่น การเปิดโอกาสในการลงทุน หรือการลงนามข้อตกลงการค้ากับประเทศเหล่านั้น (Jin, 2022)

2. ยุทธศาสตร์ Soft Power ของจีน (China's Soft Power Strategy)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์ Soft Power ของจีน (China's Soft Power Strategy) พบว่ามีนักวิชาการให้ความเห็นที่หลากหลาย โดยสามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่เห็นว่า Soft Power ของจีนประสบความสำเร็จในหลายมิติ และกลุ่มนักวิชาการสายวิพากษ์ (Critical and Skeptical Scholars) ที่ตั้งคำถามถึงข้อจำกัดและความยั่งยืนของแนวทางที่จีนใช้ ดังนี้

2.1 กลุ่มที่เห็นว่า Soft Power ของจีนประสบความสำเร็จในหลายมิติ

นักวิชาการกลุ่มแรกให้การยอมรับว่ายุทธศาสตร์ Soft Power ของจีนได้ส่งผลกระทบในเชิงบวกอย่างเป็นรูปธรรมในหลายมิติ ทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในภูมิภาคที่จีนมีอิทธิพลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แอฟริกา และลาตินอเมริกา

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการทูตแพนด้าที่เป็น Soft Power ส่วนใหญ่แล้วเน้นในเรื่องของการศึกษาอิทธิพลของ Soft Power ต่อทัศนคติของต่างประเทศที่มีต่อจีนหรือในฐานะที่เป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวก ซึ่งการกล่าวถึง Soft Power ในวรรณกรรมต่าง ๆ นั้นมีการอ้างแนวคิดของ Nye ในบางช่วงแต่ไม่ได้อธิบาย Soft Power ในลักษณะที่สอดคล้องกับทฤษฎีของ Nye อย่างตรงไปตรงมา ดังเช่นที่ปรากฏในงานของ E. Elena Songster เรื่อง Panda Nation: The construction and conservation of China's modern icon และ Linda Zhang เรื่อง Pandas: China's most popular diplomats ที่ได้กล่าวว่า จีนเลือกใช้นโยบายการทูตแพนด้าในรูปแบบที่แตกต่างออกไปในแต่ละยุค จนกระทั่งเข้าสู่ยุคปัจจุบันที่จีนใช้กระบวนการเผยแพร่ Soft Power โดยแพนด้าถูกใช้เป็นสัญลักษณ์ทางการทูตและถูกยกให้เป็นหนึ่งใน Soft Power ของจีน โดยกล่าวว่าแพนด้ามีความน่ารักจึงเป็นอาวุธที่ทรงพลังที่สุดของจีนในการสร้างความรู้สึกเป็นมิตร

หนึ่งในงานที่มีอิทธิพลมากคือของ Joshua Kurlantzick (2007) ที่อธิบายว่าจีนได้พัฒนากลยุทธ์ “Charm Offensive” ผ่านการให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการให้ทุนการศึกษา ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกในเชิงบวกต่อจีนในหมู่ประเทศกำลังพัฒนา เขาชี้ว่า Soft Power ของจีนแตกต่างจากของสหรัฐฯ ตรงที่ไม่ได้มุ่งเผยแพร่ค่านิยมแบบเสรีนิยมประชาธิปไตย แต่เป็นแบบ “ไม่แทรกแซง” และเสนอรูปแบบ “ทางเลือกของจีน” (China Model) ที่อิงกับเสถียรภาพและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Kurlantzick, 2007) และงานของ Daya Kishan Thussu (2013) ที่ชี้ให้เห็นว่า จีนได้ใช้วัฒนธรรมเป็นช่องทางสำคัญของการทูตเชิงวัฒนธรรม (cultural diplomacy) ผ่านการจัดตั้งสถาบันขงจื๊อ (Confucius Institutes) ซึ่งแพร่หลายไปในกว่า 150 ประเทศ การเผยแพร่ภาพยนตร์จีน ซีรีส์จีน รวมถึงการขยายเครือข่ายสื่อระดับโลกอย่าง CGTN และ Xinhua ล้วนช่วยสร้างภาพลักษณ์ของจีนว่าเป็นประเทศแห่งสันติภาพ วินัย และอารยธรรมที่ยิ่งใหญ่ (Thussu, 2013)

นอกจากนี้ ยังมีวรรณกรรมที่ได้วิเคราะห์ว่า Soft Power ของจีนไม่ได้เป็นเพียงแค่นโยบายระดับสื่อเท่านั้น แต่ผนวกเข้ากับยุทธศาสตร์ระดับชาติ เช่น Ingrid d'Hooghe (2015) ที่ชี้ให้เห็นถึงนโยบาย “Go Global” และ “One Belt One Road” ซึ่งมุ่งสนับสนุนความร่วมมือด้าน

การค้า การพัฒนา และสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะการทูตแพนด้าซึ่งแสดงถึง “อำนาจอ่อนเชิงสัญลักษณ์” ที่สื่อสารว่าจีนเป็นมิตรกับสัตว์ป่า เป็นประเทศที่ใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม และสามารถสร้างความร่วมมือด้านการวิจัยระหว่างประเทศในเชิงลึก (d’Hooghe, 2015) ในมิติเศรษฐกิจ นักวิจัย Wei Jin (2022) แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงระหว่างการใช้แพนด้าและการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โดยในหลายกรณีการให้แพนด้าเกิดขึ้นควบคู่กับการลงนามในข้อตกลงเศรษฐกิจหรือการลงทุนขนาดใหญ่ ซึ่งส่งผลต่อการเปิดตลาดหรือส่งเสริมภาพลักษณ์ในกลุ่มประเทศคู่ค้า (Jin, 2022)

กล่าวโดยสรุป นักวิชาการในกลุ่มนี้มองว่า Soft Power ของจีนคือการลงทุนระยะยาวที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม การทูตสิ่งแวดล้อม และความร่วมมือเชิงเศรษฐกิจ เพื่อสร้าง “ภาพจำใหม่” ของจีนในเวทีโลกว่าเป็นประเทศที่สันติ ฉลาดทางการทูต และให้ความสำคัญกับการพัฒนาร่วมกัน

2.2 กลุ่มนักวิชาการสายวิพากษ์

กลุ่มนักวิชาการสายวิพากษ์กลับตั้งคำถามถึงความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพในระยะยาวของยุทธศาสตร์ Soft Power ของจีน โดยเฉพาะในบริบทของประเทศประชาธิปไตยที่ให้ความสำคัญกับสิทธิเสรีภาพและความโปร่งใส

นักวิชาการสายวิพากษ์ได้ตั้งคำถามถึงความพยายามของจีนในการสร้าง Soft Power มักถูกจำกัดโดยโครงสร้างอำนาจของรัฐที่เข้มงวด เช่น Susan Shirk (2007) ชี้ให้เห็นว่าการควบคุมเสรีภาพสื่อ การปิดกั้นการรับรู้อินเทอร์เน็ต และการจำกัดเสรีภาพทางวิชาการ ทำให้ภาพลักษณ์ของจีนในเวทีนานาชาติยังคงถูกตั้งคำถามในสายตาของประเทศตะวันตก การส่งออกวัฒนธรรมจีนยังคงแฝงด้วยความสงสัยเกี่ยวกับเจตนาแอบแฝงทางการเมือง (Shirk, 2007) อีกทั้งนักวิชาการอย่าง David Shambaugh (2015) ใช้คำว่า “Hard-edged Soft Power” เพื่ออธิบายว่าแม้จีนจะพยายามใช้วัฒนธรรมและเศรษฐกิจในการสร้างอิทธิพล แต่ยังคงเน้นการควบคุมจากรัฐเป็นหลัก ทำให้ Soft Power ที่ควรจะมาจากความสมัครใจและความน่าเชื่อถือในเชิงคุณค่า (value-based appeal) ถูกจำกัดให้อยู่ในกรอบของ “การโฆษณาโดยรัฐ” มากกว่าการยอมรับจากภาคประชาสังคมต่างประเทศ (Shambaugh, 2015)

อีกประเด็นที่สำคัญคือแนวคิด “Sharp Power” ซึ่งเสนอโดย Christopher Walker และ Jessica Ludwig (2017) ที่ชี้ว่ารัฐเผด็จการ เช่น จีน ใช้เครื่องมือทางวัฒนธรรมในลักษณะบิดเบือน ไม่ใช่เพื่อสร้างความเข้าใจ แต่เพื่อควบคุมการเล่าเรื่องและบิดเบือนข้อมูลในต่างประเทศ ซึ่งต่างจาก Soft Power อย่างแท้จริง (Ludwig, 2017) (Walker, 2018) และ Joshua Kurlantzick (2022) ยังเสริมว่า Soft Power ของจีนกำลังเผชิญกับภาวะ “ย้อนกลับ” (Backlash) โดยเฉพาะหลังเหตุการณ์ความรุนแรงในฮ่องกง นโยบายต่อต้านชาวมุสลิมในซินเจียง และพฤติกรรมเชิงรุกในทะเลจีนใต้ ทำให้แม้จีนจะลงทุนใน Soft Power มากเพียงใด ก็ไม่สามารถกลบภาพลักษณ์ด้านลบที่ถูกตีแผ่ในโลกได้ (Kurlantzick, 2022)

สุดท้ายนักวิชาการอย่าง Anne-Marie Brady (2008) เตือนว่าการดำเนิน Soft Power แบบที่รัฐควบคุมทั้งหมดอาจก่อให้เกิดผลย้อนกลับในระยะยาว เพราะในยุคข้อมูลข่าวสารเสรีภาพในการตีความและการแสดงออกของประชาชนในประเทศต่าง ๆ มีบทบาทสำคัญต่อการยอมรับ Soft Power ซึ่งจีนยังไม่สามารถเปิดพื้นที่เหล่านี้ได้อย่างเต็มที่ (Brady, 2008)

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แม้จะมีงานศึกษาจำนวนมากเกี่ยวกับการทูตแพนด้าและยุทธศาสตร์ Soft Power ของจีน แต่ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ยังเป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจค่อนข้างน้อย งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นการวิเคราะห์การทูตแพนด้าในฐานะเครื่องมือสร้างมิตรภาพทางการทูต และการส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจที่เป็นประโยชน์ต่อจีน ในขณะที่ประเด็นการใช้แพนด้าเพื่อเสริมภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกยังมีงานวิจัยไม่มากนัก แม้งานบางชิ้นจะกล่าวถึงความเชื่อมโยงระหว่างแพนด้ากับการอนุรักษ์สัตว์ป่า หรือการสะท้อนสัญลักษณ์ของประเทศที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม แต่ก็ยังไม่มีการศึกษาอย่างเป็นระบบว่าแนวทางดังกล่าวส่งผลต่อทัศนคติหรือภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในสายตาประชาคมโลกอย่างไร

นอกจากนี้ งานที่กล่าวถึง Soft Power ของจีนโดยรวมยังเน้นไปที่ความสำเร็จด้านการทูต วัฒนธรรม และเศรษฐกิจมากกว่าด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังมีแนววิพากษ์ที่ตั้งคำถามต่อความจริงใจและประสิทธิภาพของ Soft Power จีน โดยมองว่าการควบคุมจากรัฐอาจขัดกับหลักการของ Soft Power ที่ควรตั้งอยู่บนความเชื่อถือและความสมัครใจจากต่างประเทศ ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว ด้วยการศึกษว่าจีนใช้การทูตแพนด้าอย่างไรในการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกเป็นไปตามกรอบแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. อย่างไร

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิเคราะห์บทบาทของจีนในการใช้การทูตแพนด้าเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนเองในระดับโลกสามารถนำกรอบแนวคิด Soft Power มาวิเคราะห์ได้อย่างครอบคลุม

ผู้วิจัยเลือกใช้แนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. ในการวิเคราะห์บทบาทของจีนกับการใช้การทูตแพนด้าเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกมีความสำคัญและเหมาะสม เนื่องจากแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. เป็นกรอบแนวคิดที่สามารถนำมาใช้อธิบายบทบาทของจีนในการใช้การทูตแพนด้าเพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนเองในระดับโลกได้อย่างครอบคลุม โดย Soft Power หมายถึงความสามารถของประเทศในการโน้มน้าวและดึงดูดผู้อื่นโดยไม่ใช้กำลังทางทหารหรือการบังคับทางเศรษฐกิจ แต่ใช้ผ่าน วัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบาย ที่สามารถสร้างความชื่นชมและความไว้วางใจจากประชาคมโลก แนวคิดนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อประเทศมหาอำนาจอย่างจีน ที่ต้องการเสริมสร้างอิทธิพลของตนเองในเวทีโลก

อีกทั้งแนวคิด Soft Power ของ Nye ยังเห็นว่าอำนาจที่แท้จริงของประเทศไม่ได้ขึ้นอยู่กับแค่กำลังทางทหารหรือเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความสามารถในการทำให้ประเทศอื่นมองว่าตนเองมี

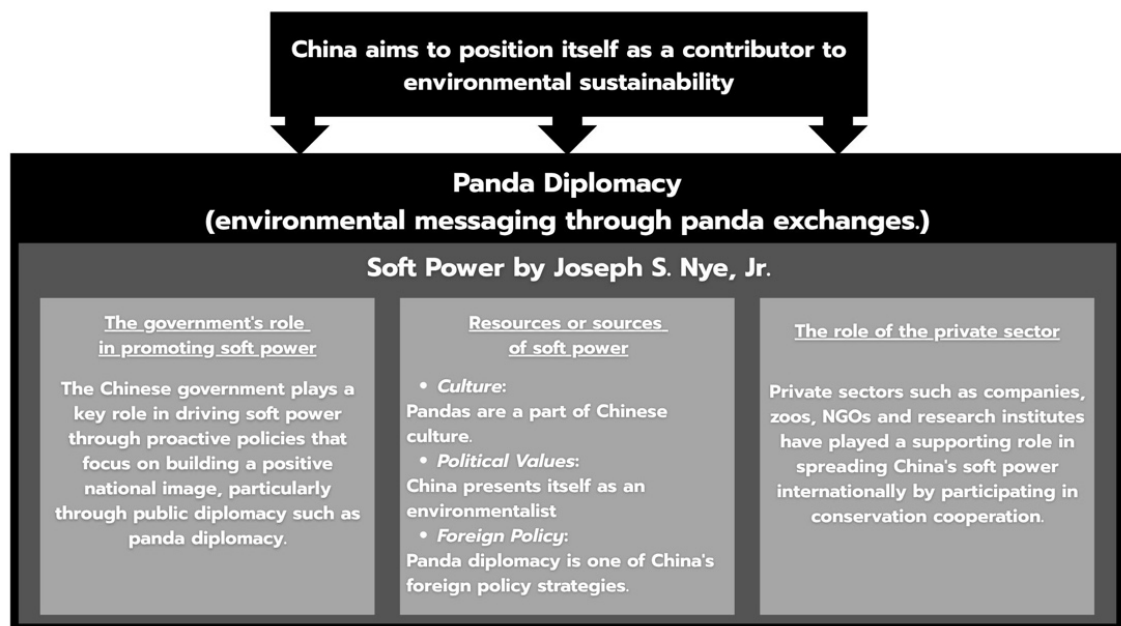
คุณค่าและเป้าหมายที่น่าดึงดูดใจ สำหรับกรณีของจีนการใช้การทูตแพนด้าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยให้จีนสามารถกำหนด วาระด้านสิ่งแวดล้อมในระดับโลกได้อย่างแนบเนียน เพราะแพนด้าจะเน้นการประกาศนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว จีนกลับใช้ “สัญลักษณ์ทางธรรมชาติ” อย่างแพนด้าทำให้ผู้คนรับรู้และสนใจเกี่ยวกับประเด็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้น ซึ่งเป็นแนวทางที่ตรงกับหลักการของ Soft Power อย่างชัดเจน

การใช้การทูตแพนด้าของจีนเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการใช้ Soft Power เพื่อสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศ โดยอาศัยความน่ารักและเสน่ห์ของแพนด้าเป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและส่งเสริมความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมในระดับสากล แนวทางนี้ไม่เพียงช่วยลดกระแสวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวกับบทบาทของจีนในวิกฤตสิ่งแวดล้อมโลก แต่ยังช่วยให้จีนสามารถวางตัวเป็นผู้มีส่วนร่วมด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและพัฒนาอย่างยั่งยืนในเวทีระหว่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. แม้จะเป็นรากฐานสำคัญในการทำ ความเข้าใจการใช้ Soft Power ในระดับระหว่างประเทศ แต่ทฤษฎีดังกล่าวเน้นไปที่ 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ วัฒนธรรม ค่านิยมทางการเมือง และนโยบายต่างประเทศ โดยยังไม่ได้กล่าวถึงการใช้สัตว์หรือสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ ในฐานะเครื่องมือของ Soft Power อย่างชัดเจน รวมทั้งประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมก็ยังไม่ใช่วิธีหลักของทฤษฎีนี้ ภายใต้บริบทดังกล่าว งานวิจัยชิ้นนี้จึงถือเป็นการต่อยอดและประยุกต์ใช้ทฤษฎีของ Joseph S. Nye, Jr. เข้ากับปรากฏการณ์ร่วมสมัยที่เฉพาะตัว กล่าวคือ การที่จีนใช้การทูตแพนด้าในฐานะเครื่องมือทางการทูตที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมระดับโลก จึงถือเป็นการขยายขอบเขตของแนวคิด Soft Power ให้ครอบคลุม

งานวิจัยนี้เลือกใช้กรอบแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. ผ่าน 3 องค์ประกอบหลักสำคัญ ได้แก่ 1. รัฐบาลกับการผลักดัน Soft Power 2. ทรัพยากรหรือแหล่งที่มาของ Soft Power และ 3. บทบาทของเอกชน เนื่องจากทั้งสามองค์ประกอบนี้สะท้อนกลไกการขับเคลื่อนเชิงโครงสร้างที่จีนใช้ในการผลักดันภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมในเวทีโลกอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ รัฐบาลจีนเป็นผู้กำหนดทิศทาง ขณะที่ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เช่น แพนด้าที่ทำหน้าที่เป็นเครื่องมือ ส่วนบทบาทของภาคเอกชนมีหน้าที่ขยายผลและเพิ่มความน่าเชื่อถือในระดับสากล ด้วยการใช้แนวคิดทฤษฎีนี้ งานวิจัยชิ้นนี้จะสามารถวิเคราะห์กระบวนการกระทำ หรือข้อจำกัดของจีนในการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ของจีนในระดับโลกได้อย่างเป็นระบบ

อย่างไรก็ตาม แม้กรอบแนวคิดของ Joseph S. Nye, Jr. จะมีประโยชน์ในการอธิบาย Soft Power ในระดับมหภาค แต่งานวิจัยชิ้นนี้จะได้ศึกษาด้าน “ประสิทธิภาพหรือผลลัพธ์ของ Soft Power” ตามที่ Nye ให้ความสำคัญ เช่น ความสามารถในการโน้มน้าวหรือทำให้ผู้อื่นคล้อยตาม หากแต่มุ่งศึกษาว่า “จีนใช้ Soft Power ผ่านการทูตแพนด้าอย่างไร” กล่าวคือเน้นการวิเคราะห์เชิงกระบวนการ (process analysis) ว่ารัฐบาลจีนได้วางยุทธศาสตร์ จัดการนโยบาย และใช้กลไกใดในการขับเคลื่อนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมในระดับโลก



ภาพประกอบ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาตามกรอบแนวคิด ทฤษฎี มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. การกำหนดกรอบการศึกษา

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบการศึกษา โดยศึกษารัฐบาลจีนใช้การทูตแพนด้าอย่างไรในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนในระดับโลก และกระบวนการดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. อย่างไร โดยใช้กรอบแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. มาใช้เป็นกรอบในการอธิบาย

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้เอกสาร (Documentary Data) ซึ่งมีข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. การทูตแพนด้า (Panda Diplomacy) ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม นับตั้งแต่ปี ค.ศ. 2009-2025 โดยใช้เอกสารในต่างประเทศ ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary) เช่น เอกสารขององค์การระหว่างประเทศ เว็บไซต์กระทรวงการต่างประเทศจีน ประกาศ หรือแถลงการณ์ และข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary) เช่น เว็บไซต์ข่าวสาร เช่น CNN, BBC NEWS, Xinhua News และ Global Times เป็นต้น

2. การทูตแพนด้า (Panda Diplomacy) ในมิติต่าง ๆ รวมถึงมิติสิ่งแวดล้อม โดยศึกษาผ่านงานวิจัยในต่างประเทศที่เผยแพร่ในช่วง ปี ค.ศ. 2009-2025

การวิเคราะห์บทบาทของจีนในการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกสามารถวิเคราะห์ได้จากข้อมูลที่เปิดเผยแก่สาธารณะชนในลักษณะของเนื้อหาที่ปรากฏในบริบทของการประชุม การแถลงการณ์ หรือในงานรณรงค์ระดับโลกที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสามารถวิเคราะห์ได้จากบทความวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการทูตแพนด้าที่เกี่ยวข้องกับด้านสิ่งแวดล้อมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ และเอกสารราชการที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้เห็นถึงการที่จีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกได้อย่างไร

3. ขั้นตอนการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการสำรวจข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Resources) โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทูตแพนด้าในมิติด้านสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2009-2025 เพื่อกำหนดแนวทางในการเขียนโครงร่างงานวิจัยและสร้างเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล

2. สำรวจข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการที่จีนใช้การทูตแพนด้าดำเนินนโยบายในด้านสิ่งแวดล้อม โดยสืบค้นจากเอกสารและงานวิจัยทางวิชาการ เว็บไซต์กระทรวงการต่างประเทศจีน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แลกเปลี่ยนงานต่าง ๆ และรายงานข่าวที่น่าเชื่อถือที่เกี่ยวกับการทูตแพนด้ากับด้านสิ่งแวดล้อม โดยสืบค้นจากข้อมูลเชิงเอกสาร งานวิจัยทางวิชาการ และจากเว็บไซต์กระทรวงการต่างประเทศจีนเป็นหลัก

3. นำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการที่จีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนมารวบรวม และนำกรอบแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. มาวิเคราะห์ว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนอย่างไร

4. สรุปผลการศึกษา และอภิปรายผลการศึกษา

ทั้งนี้การวิเคราะห์จะมุ่งเน้นไปที่การถอดรหัสเชิงกระบวนการของนโยบาย โดยวิเคราะห์ว่ารัฐบาลจีนดำเนินการใช้การทูตแพนด้าอย่างไรในเชิงโครงสร้าง องค์ประกอบ และกลไกการปฏิบัติ มากกว่าการประเมินผลสำเร็จหรือวัดอิทธิพลของ Soft Power ตามนิยามดั้งเดิมของ Nye

บทที่ 4

ผลการศึกษา

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นศึกษาประเด็น “จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก” โดยอาศัยกรอบแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. เป็นกรอบแนวคิดหลักในการวิเคราะห์ ทั้งนี้งานวิจัยไม่ได้มุ่งเน้นการประเมินผลลัพธ์หรือประสิทธิภาพของอำนาจอ่อน แต่ให้ความสำคัญกับ “กระบวนการ” ที่รัฐบาลจีนใช้ในการวางแผน ออกแบบ และดำเนินการการทูตแพนด้าอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ต้องการในเวทีระหว่างประเทศ บทนี้จึงเป็นการ สรุปประเด็นวิเคราะห์หลักที่แสดงให้เห็นถึง “วิธีคิด” และ “วิธีดำเนินการ” ของจีนในการสร้าง Soft Power ผ่านการทูตแพนด้าในมิติของสิ่งแวดล้อม โดยแบ่งเป็น 2 หัวข้อสำคัญ ได้แก่ จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก และการดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าของจีนมีความสอดคล้องกับแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. ดังต่อไปนี้

1. จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก

จากการศึกษาเอกสารในต่างประเทศเกี่ยวกับประเด็นการทูตแพนด้ากับด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พบว่าจีนเลือกใช้ การทูตแพนด้า (Panda diplomacy) ซึ่งมีบทบาทในการสนับสนุนและเสริมสร้างภาพลักษณ์ของจีนในฐานะผู้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ธรรมชาติในระดับโลกผ่าน 3 มิติประเด็นสำคัญ คือ 1. จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนผ่านการอนุรักษ์ป่า (Forest Conservation) 2. จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนผ่านการอนุรักษ์แพนด้าและสัตว์ป่า (Panda and Wildlife Protection) และ 3. จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในการต้อยอดสู่ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Advocacy)

ทั้งนี้การศึกษาก่อนการทูตแพนด้าของจีนในช่วงปี 2009–2025 โดยเฉพาะในประเทศเป้าหมายสำคัญ ได้แก่ ญี่ปุ่น (Japan) สหรัฐอเมริกา (United States) ออสเตรเลีย (Australia) และสหราชอาณาจักร (United Kingdom) จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำความเข้าใจกลยุทธ์การสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีน ดังนี้

1.1 จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนผ่านการอนุรักษ์ป่า (Forest Conservation)

การทูตแพนด้าเป็นหนึ่งในรูปแบบของการใช้ Soft Power ที่โดดเด่นที่สุดของจีน โดยเฉพาะในช่วงศตวรรษที่ 21 ที่จีนพยายามใช้แพนด้าสัตว์ประจำชาติและสัตว์ใกล้สูญพันธุ์เป็นตัวแทนทางวัฒนธรรมในการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตามการทูตแพนด้าในช่วงหลังปี ค.ศ. 2009 ไม่ได้จำกัดอยู่กับการแสดงไมตรีจิตหรือการสร้างสัมพันธภาพเชิงสัญลักษณ์เท่านั้น แต่ยังคงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารบทบาทด้านสิ่งแวดล้อมของจีน โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ (Yang, 2022) จากการศึกษาพบว่า การทูตแพนด้าถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของจีนในด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะในเรื่องของการอนุรักษ์ป่าไม้และระบบนิเวศ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการอยู่รอดของแพนด้าในธรรมชาติ

จีนได้นำเสนอการอนุรักษ์แพนด้าในฐานะตัวอย่างความสำเร็จในการอนุรักษ์ระบบนิเวศธรรมชาติที่เชื่อมโยงกับป่าไม้ หนึ่งในแกนหลักสำคัญของการใช้การทูตแพนด้าในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีน คือการนำเสนอ "การอนุรักษ์ป่าไม้และระบบนิเวศ" ในฐานะรากฐานสำคัญของการปกป้องแพนด้า เนื่องจากแพนด้าพึ่งพิงระบบนิเวศธรรมชาติ รัฐบาลจีนลงทุนในการก่อตั้งเขตอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า เช่น ศูนย์อนุรักษ์แพนด้าในมณฑลเสฉวน และผลักดันการประกาศพื้นที่คุ้มครองแพนด้าให้เป็นมรดกโลกทางธรรมชาติ (World Natural Heritage)

การอนุรักษ์แพนด้าไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะการดูแลสัตว์แต่ยังรวมถึงการอนุรักษ์ป่าไม้และป่าไผ่ในเขตภูเขาของจีน เช่น มณฑลเสฉวน (Sichuan) กานซู (Gansu) และส่านซี (Shaanxi) จีนจึงต้องดำเนินการอนุรักษ์และฟื้นฟูพื้นที่ป่าเหล่านี้ควบคู่ไปด้วย ผลลัพธ์คือโครงการอนุรักษ์แพนด้าได้กลายเป็นกลไกที่ขยายไปสู่การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในวงกว้าง รวมถึงการฟื้นฟูระบบนิเวศที่เสื่อมโทรม ระบบนิเวศภูเขา และความหลากหลายทางชีวภาพที่เกี่ยวข้อง ซึ่งทั้งหมดสะท้อนความพยายามของจีนในการแสดงบทบาทเชิงรุกด้านการฟื้นฟูและสิ่งแวดล้อม (Harris, 2005) โดยมีตัวอย่างที่สำคัญ เช่น

1) **การประกาศเขตอนุรักษ์ในปี ค.ศ. 2021** จีนได้จัดตั้ง “อุทยานแห่งชาติแพนด้า (Giant Panda National Park)” ซึ่งครอบคลุมพื้นที่กว่า 27,000 ตารางกิโลเมตร เชื่อมโยงเขตอนุรักษ์หลายแห่งในมณฑลเสฉวน กานซู และส่านซี เข้าด้วยกันเพื่อฟื้นฟูแหล่งอาศัยที่กระจายและลดความเสี่ยงทางพันธุกรรมในประชากรแพนด้า ถือเป็นโครงการอนุรักษ์ระบบนิเวศที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของจีน และเป็นตัวอย่างที่จีนชูต่อเวทีโลกในการประชุมต่าง ๆ เช่น UN Biodiversity Conference (COP15) ที่จีนแสดงความสามารถในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพและเสริมสร้างระบบอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างแข็งแกร่ง จัดตั้งอุทยานแห่งชาติหลายแห่งอย่างเป็นทางการเพื่อปกป้องสภาพแวดล้อมทางนิเวศวิทยา (China Daily, 2022a) และในพิธีเปิดนิทรรศการแพนด้าที่สวนสัตว์แห่งชาติสมิธโซเนียน กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. สหรัฐอเมริกา เมื่อเดือนมกราคม ค.ศ. 2025 เอกอัครราชทูตจีนประจำสหรัฐอเมริกา Xie Feng กล่าวว่าแพนด้าไม่เพียงเป็นสมบัติของชาติ แต่ยังเป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของความสำเร็จในการอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อมของจีน เขาเห็นว่าจีนได้จัดตั้งเขตอนุรักษ์แพนด้า 67 แห่ง และอุทยานแห่งชาติแพนด้าที่ครอบคลุมพื้นที่กว่า 2.2 ล้านเฮกตาร์ ส่งผลให้ประชากรแพนด้าป่าเพิ่มขึ้นเกือบ 1,900 ตัว และสถานะของแพนด้าถูกปรับลดจาก "ใกล้สูญพันธุ์" เป็น "เสี่ยงต่อการสูญพันธุ์" ทั้งนี้ไม่ได้พูดถึงแพนด้าแต่เพียงอย่างเดียวยังรวมถึงความหลากหลายทางชีวภาพและสัตว์สายพันธุ์อื่น ๆ ด้วย (Embassy of the People's Republic of China in the United States of America, 2025a)

2) ความเชื่อมโยงกับเป้าหมายสากล การอนุรักษ์ป่าในโครงการแพนด้าเชื่อมโยงโดยตรงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะ SDG 15 (Life on Land) ที่เน้นการปกป้องระบบนิเวศ บรรเทาความเสื่อมโทรมของป่าไม้ และฟื้นฟูความหลากหลายทางชีวภาพ (Office of the National Economic and Social Development Council, n.d.) จีนส่งแพนด้าไปยังประเทศพันธมิตรอย่าง ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร ทั้งนี้มีเป้าหมายเชิงลึกเพื่อส่งเสริมความร่วมมือด้านการอนุรักษ์ป่า การส่งแพนด้าเหล่านี้ช่วยส่งเสริมความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างประเทศในการอนุรักษ์ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพ โดยสนับสนุนจาก SDG 15 เช่น จีนและญี่ปุ่นที่มีความร่วมมือร่วมกันด้านการวิจัยด้านการอนุรักษ์ป่า การเพาะปลูก การอนุรักษ์ป่าไฟ เพื่อต่อยอดในการวิจัยที่อยู่ของแพนด้า โดยต่อยอดจาก SDGs เป็นจุดอ้างอิงในการวิจัยร่วมกันและการทำความเข้าใจ SDGs ผ่านแพนด้าและเสนอมุมมองว่าเป้าหมายด้านการอนุรักษ์ป่าและการอนุรักษ์แพนด้าเชื่อมโยงกันอย่างไร (Adventure World, n.d.)

3) การนำเสนอทางการทูต ในการส่งแพนด้าไปยังประเทศพันธมิตร เช่น สหราชอาณาจักร (สวนสัตว์เอดินบะระ) สหรัฐอเมริกา (สวนสัตว์สมิธโซเนียน) หรือ ญี่ปุ่น (สวนสัตว์อุเอโนะ) จีนมักเน้นนำเสนอว่า “ความสำเร็จในการอนุรักษ์แพนด้า เกิดขึ้นได้จากการฟื้นฟูป่าและการจัดการระบบนิเวศอย่างจริงจัง” เช่น ในพิธีเปิดนิทรรศกาลแพนด้าที่สวนสัตว์แห่งชาติสมิธโซเนียน กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. สหรัฐอเมริกา เมื่อเดือนมกราคม ค.ศ. 2025 เอกอัครราชทูตจีนประจำสหรัฐอเมริกา Xie Feng กล่าวว่า “This could not have been possible without the dedicated efforts of generations of Chinese panda conservationists deep in the mountains. It is also inseparable from international cooperation on panda conservation.” (Embassy of the People's Republic of China in the United States of America, 2025b) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคำพูดที่จีนนำเสนอได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้การทูตแพนด้าไม่ใช่เพียงการส่งแพนด้าไปยังต่างประเทศ แต่ยังประกอบด้วย การนำเสนอทางการทูตหลายรูปแบบ เช่น การจัดพิธีต้อนรับอย่างเป็นทางการ และการออกแถลงการณ์หรือสุนทรพจน์ ดังนี้

3.1) การจัดพิธีต้อนรับอย่างเป็นทางการ โดยมีเจ้าหน้าที่ระดับสูงของทั้งสองประเทศเข้าร่วม เช่น ในกรณีของแพนด้าที่ส่งไปยังญี่ปุ่น เมื่อวันที่ 21 กุมภาพันธ์ ค.ศ. 2011 แพนด้าคู่ “ลี่ลี่” และ “ซินซิน” จากศูนย์อนุรักษ์แพนด้าเฉิงตูถูกส่งมายังสวนสัตว์อุเอโนะ กรุงโตเกียว ภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือระหว่างรัฐบาลจีนกับรัฐบาลญี่ปุ่น พิธีต้อนรับจัดขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยมีตัวแทนจากสถานเอกอัครราชทูตจีนประจำญี่ปุ่น และเจ้าหน้าที่ระดับรัฐจากกระทรวงการต่างประเทศญี่ปุ่นเข้าร่วม พร้อมคำแถลงร่วมเกี่ยวกับ “การสนับสนุนความเข้าใจ

ร่วมทางวัฒนธรรมและการอนุรักษ์ธรรมชาติ” ระหว่างสองชาติ พิธีดังกล่าวได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางจากสื่อญี่ปุ่น เช่น NHK และ Asahi Shimbun ซึ่งเผยแพร่ภาพข่าวเชิงบวกต่อความสัมพันธ์ระหว่างจีนกับญี่ปุ่นหลังเหตุการณ์ความตึงเครียดจากปัญหาทางทะเลในปีก่อนหน้านี้ (NHK World Japan, 2011)

ในกรณีสหราชอาณาจักร ในเดือนธันวาคม 2011 แพนด้าคู่ “เทียนเทียน” และ “หยางกง” ถูกส่งมายังสวนสัตว์เอดินบะระ ประเทศสกอตแลนด์ โดยมีพิธีต้อนรับอย่างเป็นทางการที่จัดขึ้นโดย Royal Zoological Society of Scotland (RZSS) ซึ่งมีผู้แทนระดับสูงจากสถานเอกอัครราชทูตจีนในสหราชอาณาจักร และรองนายกรัฐมนตรีสกอตแลนด์เข้าร่วม พิธีดังกล่าวได้รับการออกแบบให้เป็น “สัญลักษณ์แห่งมิตรภาพระหว่างสองประเทศ” และสื่อสารออกไปอย่างชัดเจนว่าการแลกเปลี่ยนแพนด้าในครั้งนี้คือส่วนหนึ่งของการ “ฟื้นฟูความร่วมมือระดับนโยบาย” ที่ครอบคลุมทั้งด้านการอนุรักษ์ การศึกษา และวัฒนธรรม โดยมีสื่ออังกฤษรายงานเชิงบวก เช่น BBC และ The Guardian ที่สื่อว่าแพนด้าคู่นี้จะ “ช่วยความสัมพันธ์ในเชิงมนุษย์” ระหว่างสหราชอาณาจักรกับจีนในยุคหลัง Brexit (BBC NEWS, 2011) (BBC, 2011)

ในกรณีของออสเตรเลีย พิธีต้อนรับแพนด้าที่สวนสัตว์เอดิเลด เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2009 แพนด้าคู่ “หวังหวัง” และ “ฟู่หนี่” เดินทางจากจีนถึงเมืองเอดิเลด รัฐเซาท์ออสเตรเลีย โดยมีพิธีต้อนรับที่จัดขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยมี นายกรัฐมนตรีรัฐเซาท์ออสเตรเลีย ผู้บริหารสวนสัตว์เอดิเลด และเอกอัครราชทูตจีนประจำออสเตรเลีย และเจ้าหน้าที่จากกระทรวงสิ่งแวดล้อมของจีน เข้าร่วมงาน ในพิธีมีการลงนามข้อตกลงความร่วมมือด้านการวิจัยสัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อม และแถลงข่าวที่ระบุว่า “แพนด้าจะเป็นสัญลักษณ์ของมิตรภาพยั่งยืนระหว่างจีนและออสเตรเลีย” พร้อมทั้งมีสื่อออสเตรเลีย เช่น ABC News, The Australian และ Sydney Morning Herald เผยแพร่ข่าวในเชิงบวกต่อบทบาทของจีนด้านการอนุรักษ์ (Adelaide Zoo & China Wildlife Conservation Association, 2009)

3.2) การออกแถลงการณ์หรือสุนทรพจน์ ที่กล่าวถึงความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกัน ซึ่งเป็น “message coupling” ระหว่างมิตรภาพและการอนุรักษ์ เช่น ในกรณีของสหราชอาณาจักร เมื่อปี 2011 โดยรองนายกรัฐมนตรีจีน Li Keqiang และรองนายกรัฐมนตรีสหราชอาณาจักร Nick Clegg ได้กล่าวสุนทรพจน์ในงานเลี้ยงที่สภาธุรกิจจีน-สหราชอาณาจักร โดย Li Keqiang กล่าวว่า "this historical agreement is a gift to the people of the UK from China". และนาย Nick Clegg กล่าวว่า "It represents the beginning of a program of research, education and partnership and the project has huge benefit for the UK and Scotland, both in supporting giant panda conservation and in enhancing our programs in education, science and conservation," (Embassy of the People's Republic of China in the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, 2011) คำแถลงดังกล่าวแสดงถึงการใช้กลยุทธ์ทางการทูตที่เชื่อมโยงเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีโลก ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมความร่วมมือที่หลากหลายทั้งด้านเศรษฐกิจ วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรม

ในกรณีของสหรัฐอเมริกา เมื่อวันที่ 24 มกราคม 2025 เอกอัครราชทูต Xie Feng ได้กล่าวสุนทรพจน์ว่า “the bond between our two peoples and pandas started over half a century ago, even earlier than the establishment of China-U.S. diplomatic relations. Achieved positive results in panda conservation and breeding, disease prevention and treatment, and technical exchanges. These are important contributions to protecting global biodiversity and have also brought joy to numerous American families.” (Embassy of the People's Republic of China in the United States of America, 2025) คำกล่าวนี้เป็นตัวอย่างของการใช้ “message coupling” อย่างมีชั้นเชิง โดยใช้แพนด้าเป็นตัวเชื่อมมิตรภาพระหว่างประเทศ ความร่วมมือทางวิทยาศาสตร์ และคุณค่าทางจริยธรรมของการรักษาสิ่งแวดล้อมในระดับโลก พร้อมสื่อถึงความใกล้ชิดของประชาชนทั้งสองฝ่ายในระดับความรู้สึกและวัฒนธรรม

และในกรณีของออสเตรเลีย แพนด้าคู่ “หวังหวัง” และ “ฟูหนี่” เดินทางถึงสวนสัตว์แอดิเลด ในปี 2009 มีแถลงการณ์ร่วมระหว่าง China Wildlife Conservation Association และรัฐบาลรัฐเซาท์ออสเตรเลีย โดยระบุว่า “Pandas are both a symbol of friendship and an opportunity to drive science and conservation cooperation in the Asia-Pacific region.” ในแถลงการณ์ยังมีถ้อยคำระบุชัดว่า “Caring for pandas is humanity's shared responsibility for the environment.” (RZSS Press Release, 2011)

นอกจากนี้ แพนด้าในฐานะสัตว์ที่มีสัญลักษณ์ของความร่วมมือและความน่ารักสามารถลดความตึงเครียดทางการทูตและส่งเสริมการรับรู้ในเชิงบวกได้ โดยเฉพาะในประเทศที่อาจมีความสัมพันธ์ทางการเมืองที่ตึงเครียด เช่น สหราชอาณาจักร การส่ง “เทียนเทียน” และ “หยางกง” ไปยังสวนสัตว์เอดินบะระในปี 2011 ได้ช่วยเปิดพื้นที่ให้เกิดมิตรภาพระหว่างประชาชนและสร้างพื้นที่เชิงบวกในการรับรู้ภาพลักษณ์ของจีน (Guardian, 2011) และสหรัฐอเมริกาแม้ในช่วงปี 2018–2023 ความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศจะเผชิญความขัดแย้งทางการค้า ความมั่นคง และเทคโนโลยี แต่การที่แพนด้าในสวนสัตว์สมิธโซเนียนยังคงได้รับความนิยมสูงและสร้างกระแสทางสังคมในเชิงบวก เช่น แคมเปญ “Save the Pandas” และกิจกรรมเยี่ยมชมสวนสัตว์ของครอบครัวชาวอเมริกัน ได้สะท้อนว่า Soft Power ของจีนสามารถดำเนินควบคู่ไปกับความตึงเครียดทางการเมือง ได้ในระดับมวลชน โดยอาศัย “ความน่ารัก” และ “ธรรมชาติร่วม” เป็นจุดเชื่อม (Smithsonian's National Zoo, 2023)

1.2 จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนผ่านการอนุรักษ์แพนด้าและสัตว์ป่า (Panda and Wildlife Protection)

จากการศึกษาพบว่า นอกเหนือจากบทบาทเชิงสัญลักษณ์ทางการทูตแล้ว จีนยังได้พัฒนาการทูตแพนด้าให้มีมิติลึกซึ้งยิ่งขึ้นผ่านยุทธศาสตร์ให้แพนด้าเป็นตัวแทนของความสำเร็จด้านการอนุรักษ์สัตว์ป่าและความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนี้

ก่อนที่จีนจะใช้การทูตแพนด้าเป็นเครื่องมือในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์สัตว์ป่า ประเทศจีนมีประวัติการอนุรักษ์แพนด้าและสัตว์ป่าหายากอื่น ๆ ที่ค่อนข้างท้าทาย เนื่องจากในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 จีนเผชิญกับปัญหาการทำลายถิ่นที่อยู่อาศัยของแพนด้าอย่างหนักจากการขยายตัวของประชากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ในช่วงเวลาดังกล่าวแพนด้าถูกมองเป็นเพียงสัตว์ป่าธรรมดาและยังไม่มี การจัดตั้งโครงการอนุรักษ์อย่างจริงจัง รวมถึงขาดความร่วมมือระหว่างประเทศในการดูแลแพนด้าและสัตว์ป่าอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม จีนเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของแพนด้าในฐานะสัตว์ประจำชาติและสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม จีนเริ่มนำแพนด้าออกสู่สายตาชาวโลก โดยเฉพาะหลังจากที่จีนเปิดประเทศและเริ่มมีความสัมพันธ์ทางการทูตกับต่างประเทศ (Seethawaka & Schaffner, 2023)

จีนใช้การทูตแพนด้าสร้างบทสนทนาเกี่ยวกับประเทศเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งมีชีวิตที่ใกล้สูญพันธุ์ โดยการส่งแพนด้าให้ประเทศพันธมิตร เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร ไม่ได้มีเพียงเป้าหมายทางการทูตเท่านั้น แต่ยังแฝงด้วยพันธกิจการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิทยาศาสตร์เพื่อการดูแลสัตว์ป่า แพนด้าที่ถูกยืมไปจัดแสดงในสวนสัตว์ต่างประเทศได้รับการนำเสนอควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์ และการลงทุนทางวิจัยร่วม ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของจีนในฐานะ “ผู้อารักขาสัตว์ใกล้สูญพันธุ์ (guardian of endangered species)” (Seethawaka & Schaffner, 2023)

ในกรณีทั้ง 4 ประเทศที่กล่าวไปข้างต้น จีนได้มีความร่วมมือโดยเฉพาะในด้านการอนุรักษ์แพนด้าและสัตว์ป่า ตัวอย่างเช่น กรณีของสหรัฐอเมริกา ในปี 2011 และ 2024 ที่จีนส่งแพนด้าไปยังสวนสัตว์สมิธโซเนียน กรุงวอชิงตัน ดี.ซี. การส่งแพนด้าไปทั้งสองครั้งในช่วงเวลาดังกล่าว จีนเน้นย้ำถึงความร่วมมือด้านการอนุรักษ์แพนด้าและการวิจัยระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกา โดยมีข้อตกลงระหว่างสวนสัตว์สมิธโซเนียนและสมาคมอนุรักษ์สัตว์ป่าของจีน (CWCA) โดยสหรัฐอเมริกา จะชำระค่าธรรมเนียมรายปีจำนวน 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพื่อสนับสนุนโครงการอนุรักษ์แพนด้าในประเทศจีน และยังมี การวิจัยร่วมกันเกี่ยวกับการรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเพื่อสนับสนุนแพนด้าและสัตว์สายพันธุ์ใกล้เคียง โดยมีเหตุการณ์ตัวอย่าง เช่น ในเหตุการณ์ในพิธีเปิดนิทรรศกาลแพนด้ายักษ์ที่สวนสัตว์สมิธโซเนียนเมื่อวันที่ 24 มกราคม ค.ศ. 2025 โดย นาย Lonnie G. Bunch เลขาธิการของสถาบันสมิธโซเนียนและนาย Muriel Browser นายกเทศมนตรีพร้อมด้วยนาย Brandie Smith ผู้อำนวยการสวนสัตว์สมิธโซเนียน กล่าวว่า “thanks to the Chinese side for bringing the new pair of giant pandas to Washington D.C. They said that the U.S.-China cooperation in giant panda protection is a success story which has achieved fruitful results and helped the number of giant pandas grow steadily.” (Ministry of Foreign Affairs The People’s Republic of China, 2025)

ในกรณีของความร่วมมือระหว่างจีนและออสเตรเลีย ในปี 2009 และ 2024 จีนส่งแพนด้าไปยังสวนสัตว์เอดิเลด โดยการส่งแพนด้าในสองครั้งของช่วงเวลานี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การอนุรักษ์ และการเพาะพันธุ์แพนด้าระดับนานาชาติ และมีกิจกรรมอนุรักษ์แพนด้า สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อมด้วย จะเห็นได้จากเหตุการณ์ที่สมาคมอนุรักษ์สัตว์ป่าของจีนได้ลงนามข้อตกลงความร่วมมือระหว่างประเทศรอบใหม่กับสวนสัตว์เอดิเลดในปี ค.ศ. 2024 ในการอนุรักษ์แพนด้า โดยในความร่วมมือรอบใหม่นี้จีนให้ความสำคัญเรื่องการป้องกันและควบคุมโรคที่อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพของแพนด้า การปกป้องที่อยู่ของแพนด้า การอนุรักษ์ประชากรแพนด้าในป่า การเพิ่มขีดความสามารถในการสำรวจและติดตามแพนด้า เป็นต้น (Lan Chang-Mekong River Cooperation Secretariat, 2024) (Aranceta-Reboredo, 2022)

ในกรณีของความร่วมมือระหว่างจีนกับสหราชอาณาจักรในปี 2011 ที่จีนส่งแพนด้าไปยังสวนสัตว์เอดินบะระ (สกอตแลนด์) โดยทำข้อตกลงร่วมกับ CWCA เพื่อดูแลแพนด้าในสวนสัตว์โดยในความร่วมมือครั้งนี้จีนและสหราชอาณาจักรมีการเน้นย้ำถึงความร่วมมือด้านการอนุรักษ์สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อมไว้อย่างชัดเจน โดยระบุว่า 1) แพนด้าทั้งสองตัวถูกส่งมาในฐานะส่วนหนึ่งของโครงการอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ใกล้สูญพันธุ์ 2) มีการลงทุนเพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกพิเศษในการดูแลแพนด้าโดยเฉพาะ และ 3) รายได้จากผู้เข้าชมแพนด้าในสวนสัตว์เอดินบะระส่วนหนึ่งจะถูกนำไปสนับสนุนโครงการอนุรักษ์แพนด้าในจีน (Embassy of the People's Republic of China in the United Kingdom and Great Britain and Northern Ireland, 2011) อีกทั้งยังมีความร่วมมือหลัก ๆ ประกอบด้วย การวิจัยและการอนุรักษ์ การร่วมมือกับ CWCA ยังครอบคลุมไปถึงการทำวิจัยและโครงการอนุรักษ์แพนด้าในจีน เช่น การศึกษาพฤติกรรม การอนุรักษ์ที่อยู่อาศัยของแพนด้า และการจัดการพันธุกรรมของแพนด้า การร่วมมือดังกล่าวมีทั้งในด้านการสนับสนุนทางการเงินการแลกเปลี่ยนทางวิชาการ และการอนุรักษ์สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อม (BBC NEWS, 2012)

อีกตัวอย่างจะเห็นได้จากแถลงการณ์จากเอกอัครราชทูตจีนในสหราชอาณาจักรบริเตนใหญ่และไอร์แลนด์เหนือ โดยแถลงการณ์ ณ วันที่ 10 มกราคม ค.ศ. 2011 ระบุว่า จีนส่งแพนด้าสองตัวไปยังเอดินบะระ ซึ่งเป็นครั้งแรกที่อยู่อาศัยในสหราชอาณาจักรเป็นเวลา 17 ปี ข้อตกลงได้ลงนามที่ Lancaster House ในลอนดอน โดย Royal Zoological Society of Scotland (RZSS) และ CWCA โดยมีสักขีพยานคือรองนายกรัฐมนตรีจีน Li Keqiang และรองนายกรัฐมนตรีสหราชอาณาจักร Nick Clegg เป็นสักขีพยาน โดยนาย David Windmill ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ RZSS กล่าวว่า “นี่เป็นวันสำคัญของ RZSS และจีน มันแสดงถึงจุดเริ่มต้นของโครงการวิจัย การศึกษา และการเป็นหุ้นส่วน และโครงการนี้มีประโยชน์อย่างมากต่อสหราชอาณาจักรและสกอตแลนด์ ทั้งในการสนับสนุนการอนุรักษ์แพนด้ายักษ์และในการปรับปรุงโครงการของเราด้านการศึกษา วิทยาศาสตร์ และการอนุรักษ์” (Embassy of the People's Republic of China in the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, 2011)

1.3 จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในการต่อ ยอดสู่ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Advocacy)

แม้ว่าการทูตแพนด้าจะถูกจดจำในฐานะสัญลักษณ์แห่งมิตรภาพทางการทูตระหว่างจีนกับประเทศพันธมิตร แต่ในช่วงหลังรัฐบาลจีนได้ค่อย ๆ พัฒนาและขยายบทบาทของกลไกนี้ให้สอดคล้องกับเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมระดับโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเด็น “การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change)”

การอนุรักษ์ป่าและสัตว์ป่าได้กลายมาเป็นฐานสำคัญในการต่อยอดประเด็นที่กว้างขวางขึ้นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ถึงแม้ว่าจีนจะไม่ได้กล่าวถึงการทูตแพนด้าในแง่ของการต่อยอดในประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศอย่างชัดเจน แต่จีนเชื่อมโยงการทูตแพนด้าเข้ากับความพยายามผลักดันเป้าหมายด้านสิ่งแวดล้อมโลกในหลายโอกาสที่จีนมีการส่งแพนด้าไปยังประเทศต่าง ๆ เช่น การประชุมที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและการปกป้องสัตว์ใกล้สูญพันธุ์ จีนมักจะใช้แพนด้าเป็นสัญลักษณ์ของความมุ่งมั่นในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับการส่งเสริมการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ตัวอย่างเช่น ในการประชุม COP15 (การประชุมภาคีอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยความหลากหลายทางชีวภาพครั้งที่ 15) (UN Environment Programme, 2022) หรือการประชุมด้านการอนุรักษ์อื่น ๆ ที่จีนเข้าร่วม จีนมักจะใช้การอนุรักษ์แพนด้าและการฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแพนด้าเป็นตัวอย่างในการส่งเสริมการปกป้องสิ่งแวดล้อมและต่อยอดประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Ricardo et al., 2022)

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจีนยังไม่ได้มีการใช้การทูตแพนด้าในการทูตหรือสนับสนุนการแก้ไขปัญหาการแลกเปลี่ยนสภาพภูมิอากาศโดยตรง แต่การอนุรักษ์แพนด้าและฟื้นฟูระบบนิเวศที่เกี่ยวข้องกับแพนด้าได้ช่วยเสริมสร้างการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับการต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศในแง่ของการอนุรักษ์และฟื้นฟูระบบนิเวศที่มีบทบาทในการรักษาสมดุลทางธรรมชาติ (Guardian, 2012)

จีนเน้นย้ำว่า “ความสำเร็จในการอนุรักษ์แพนด้า” เกิดจากการฟื้นฟูระบบนิเวศป่าไม้ซึ่งไม่เพียงส่งผลดีต่อถิ่นที่อยู่อาศัยของสัตว์ป่า แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการกักเก็บคาร์บอนและลดการพังทลายของดิน ซึ่งล้วนเป็นกลไกตามธรรมชาติในการบรรเทา Climate Change (BBC NEWS, 2016) อีกทั้งยังมีตัวอย่างสำคัญ เช่น ในคำกล่าวของเอกอัครราชทูตจีนในพิธีส่งแพนด้าไปยังสวนสัตว์สมิธโซเนียนในสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ. 2024-2025 ได้มีการระบุความร่วมมือการอนุรักษ์แพนด้าเป็น “รูปแบบหนึ่งของการปกป้องโลกสีเขียวร่วมกัน (protecting our shared green planet)” ซึ่งเป็นภาษาที่สะท้อนกรอบคิด Climate Diplomacy ในเชิงภาพลักษณ์การอนุรักษ์แพนด้าและสัตว์ป่ากลายเป็นจุดตั้งต้นที่รัฐบาลจีนใช้ต่อยอดสู่ประเด็นสภาพภูมิอากาศ โดยเสนอภาพว่าจีนคือประเทศที่ไม่เพียงห่วงใยสัตว์ป่า แต่ยังมีบทบาทเชิงรุกในการสร้างโลกที่ยั่งยืนร่วมกับนานาชาติ (Embassy of the People's Republic of China in the United States of America, 2025b)

สรุป การทูตแพนด้าถูกจีนใช้เป็นกลไกในการ “สร้างภาพลักษณ์ใหม่” ที่แสดงถึงความร่วมมือ ความรับผิดชอบ และความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในเวทีโลก โดยจีนใช้แพนด้าเป็นเครื่องมือทางการทูตเชิงสัญลักษณ์ที่ถูกใช้เพื่อสื่อกลางในการแสดงภาพลักษณ์ว่าจีนเป็นประเทศที่ใส่ใจแลพยายามมีบทบาทด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และตัวอย่างใน 4 ประเทศหลัก ความร่วมมือดังกล่าวส่งเสริมภาพลักษณ์ของจีนในฐานะประเทศที่มีความรับผิดชอบร่วมกับประชาคมโลก รวมถึงการสื่อสารต่อประชาชนโลกผ่านการทูตที่ส่งเสริมให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทเชิงบวกของจีนในเรื่องสิ่งแวดล้อม

2. ความสอดคล้องทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr.

จากการศึกษาพบว่า จีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกมีความสอดคล้องทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. ใน 3 มิติ ดังนี้

1. รัฐบาลกับการผลักดัน Soft Power โดย Joseph S. Nye, Jr.

แนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. อธิบายว่า Soft Power คือความสามารถในการชักจูงให้ผู้อื่นปฏิบัติตามผลลัพธ์ที่รัฐต้องการโดยไม่ใช้การบังคับ แต่เป็นการทำให้ผู้อื่น “คล้อยตาม” ผ่านแรงดึงดูดของวัฒนธรรม ค่านิยม และนโยบายต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม Nye ยังเน้นว่ารัฐมีบทบาทในฐานะ “ผู้ออกแบบและสนับสนุนทรัพยากร Soft Power” ซึ่งสามารถวางแผนและสร้างกลยุทธ์อย่างเป็นระบบเพื่อขยายอิทธิพลในระดับสากลได้ (Nye, 2004) ในบริบทของจีน การทูตแพนด้าเป็นนโยบายที่รัฐบาลจีนออกแบบอย่างมีกลยุทธ์ โดยเชื่อมโยงเข้ากับยุทธศาสตร์การทูต วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมอย่างแยกย่อย รัฐบาลจีนจึงไม่ได้ทำหน้าที่เป็นผู้ “ถือครอง” แพนด้าเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้ออกแบบภาพลักษณ์ของจีนในเวทีโลกผ่าน “แพนด้า” ทั้งนิตยภัตของรัฐบาลจีนในการขับเคลื่อน Soft Power ผ่านการทูตแพนด้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 มิติสำคัญ ดังนี้

1.1 รัฐบาลจีนในฐานะ “ผู้กำหนดทรัพยากร Soft Power”

รัฐบาลจีนปรับสถานะ “แพนด้า” ให้เป็นทรัพย์สินแห่งชาติตั้งแต่ช่วงปลายทศวรรษที่ 20 และเริ่มลงทุนอย่างต่อเนื่องในงานวิจัย การเพาะพันธุ์ และการอนุรักษ์ ผ่านศูนย์ต่าง ๆ เช่น China Conservation and Research Center for the Giant Panda (CCRCGP) และ Chengdu Research Base of Giant Panda Breeding โดยรัฐได้ผนวกการอนุรักษ์สัตว์ป่าเข้ากับวาระการต่างประเทศและความร่วมมือสิ่งแวดล้อม (Reed, 2022)

การดำเนินงานเหล่านี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะภายในประเทศ แต่รัฐบาลจีนได้บูรณาการการอนุรักษ์แพนด้าเข้ากับวาระด้านการทูต และการสร้างความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมกับนานาชาติ โดยถือว่า “แพนด้า” เป็นเครื่องมือในการสร้างอิทธิพลเชิงบวก และส่งเสริมภาพลักษณ์ของจีนในฐานะผู้มีส่วนร่วมในการการอนุรักษ์สัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อม (Ministry of Foreign Affairs The People's Republic of China, 2008) โดยตัวอย่างสำคัญ เช่น

ในปี ค.ศ. 2009 จีนได้ส่งแพนด้ายักษ์หนึ่งคู่ คือ “หวังหวัง” และ “ฟู่หนี่” ไปยังสวนสัตว์แอดิเลด (Adelaide Zoo) ประเทศออสเตรเลีย ภายใต้ข้อตกลงความร่วมมือด้านวิจัยและการอนุรักษ์แพนด้า ซึ่งรวมถึงการร่วมลงทุนด้านเทคโนโลยีการผสมเทียม การส่งผู้เชี่ยวชาญจากจีน และการจัดตั้งโครงการศึกษาระยะยาวในท้องถิ่น แสดงให้เห็นถึงการใช้ทรัพยากรเชิงนิเวศและ

วิทยาศาสตร์ควบคู่กับนโยบายต่างประเทศของรัฐ (Ministry of Foreign Affairs The People's Republic of China, 2011)

ในปี ค.ศ. 2011 จีนได้ส่งแพนด้าคู่หนึ่ง คือ “เทียนเทียน” และ “หยางกง” ไปยังสวนสัตว์เอดินบะระ (Edinburgh Zoo) สหราชอาณาจักร ภายใต้กรอบของความร่วมมือด้านการศึกษาสิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมความเข้าใจเรื่องการอนุรักษ์สัตว์ป่า ซึ่งช่วยกระชับความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างจีนและสหราชอาณาจักร ในมิติที่ไม่ใช่ความมั่นคงหรือเศรษฐกิจ แต่เป็นความร่วมมือเชิงสิ่งแวดล้อมอย่างสันติและมีภาพลักษณ์ที่น่าชื่นชม (Telegraph, 2011)

นอกจากนี้ การอนุรักษ์แพนด้าที่ประสบผลสำเร็จ ยังสะท้อนถึงประสิทธิภาพของรัฐบาลจีนในฐานะ “ผู้จัดการและผู้ดูแลทรัพยากร” (Soft Resource Manager) ซึ่งเห็นได้จากการณีที่ IUCN ได้ประกาศปรับสถานะแพนด้ายักษ์จาก “ใกล้สูญพันธุ์” (Endangered) เป็น “เสี่ยง” (Vulnerable) ในปี ค.ศ. 2015 (IUCN, n.d.) ซึ่งกลายเป็นหลักฐานที่รัฐบาลจีนใช้เชิดชูในระดับนานาชาติว่าการลงทุนในด้านการอนุรักษ์ได้ส่งผลจริงและมีคุณค่าต่อระบบนิเวศโลก

1.2 รัฐบาลในฐานะ “ผู้ปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์”

ภายใต้แนวคิด Soft Power รัฐบาลไม่ได้เป็นเพียงผู้กำหนดนโยบายเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้ปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทรัพยากรทางวัฒนธรรม ค่านิยม และภาพลักษณ์ของประเทศไปสู่เวทีโลกผ่านกลยุทธ์ที่วางไว้อย่างเป็นระบบ

จากการศึกษาพบว่า รัฐบาลจีนมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ปฏิบัติการในการใช้การทูตแพนด้าเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศในระดับโลก โดยในบริบทนี้รัฐบาลไม่ได้มีหน้าที่แค่กำหนดทรัพยากรและยุทธศาสตร์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงนำแนวคิด Soft Power ไปสู่การปฏิบัติจริง ผ่านนโยบายและกิจกรรมที่มีเป้าหมายเฉพาะเจาะจงในด้านการสื่อสารคุณค่า ค่านิยม และภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีน (Harris, 2005)

รัฐบาลจีนได้ดำเนินนโยบายอย่างเป็นระบบ โดยมีการออกแบบและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่ใช้แพนด้าเป็นสัญลักษณ์ของความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การลงนามในข้อตกลงร่วมวิจัยและอนุรักษ์สัตว์ป่ากับประเทศพันธมิตร การจัดนิทรรศการเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์แพนด้า รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อและช่องทางการทูตสาธารณะ เพื่อให้ประชาคมโลกรับรู้ถึงบทบาทของจีนในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ (Harris, 2005)

ในมิติของการปฏิบัติเชิงกลยุทธ์ รัฐบาลยังมีบทบาทในการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ กระทรวงนิเวศวิทยาและสิ่งแวดล้อม ศูนย์อนุรักษ์แพนด้าแห่งชาติจีน (China Conservation and Research Center for the Giant Panda) และสวนสัตว์ในประเทศปลายทาง โดยมีการกำหนดนโยบายร่วม เช่น การวิจัยร่วมและดำเนินโครงการอนุรักษ์ที่สะท้อนความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ รัฐบาลยังได้ใช้กลไกของสื่อมวลชนและสื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทูตแพนด้าเพื่อสื่อสารภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมไปยังประชาคมโลก ซึ่งถือเป็นการดำเนินงานเชิงยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับแนวคิด Soft Power อย่างชัดเจน

โดยเน้นการสร้างการรับรู้และความเข้าใจที่ดีจากต่างประเทศมากกว่าการใช้อำนาจแบบ Hard Power (Harris, 2005)

ตัวอย่างเช่น ในปี 2011 รัฐบาลจีนได้ลงนามในข้อตกลงกับสวนสัตว์เอดินบะระในสหราชอาณาจักร เพื่อส่งแพนด้า “เทียน เทียน” และ “หยาง กวง” พร้อมกับกรอบความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมระยะยาว ซึ่งรวมถึงการวิจัยด้านการสืบพันธุ์ การจัดการที่อยู่อาศัย และการอนุรักษ์ระบบนิเวศ โดยรัฐบาลจีนมีบทบาทในการกำหนดกรอบนโยบายส่งผู้เชี่ยวชาญ และประชาสัมพันธ์ความสำเร็จของโครงการผ่านสื่อของรัฐ ทำให้เกิดภาพลักษณ์เชิงบวกต่อความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมในสายตาของประชาคมโลก (Embassy of the People's Republic of China in the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland, 2011)

อย่างไรก็ตาม บทบาทของรัฐบาลจีนในฐานะผู้ปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์มีความสำคัญต่อการผลักดันการทูตแพนด้าให้สอดคล้องกับเป้าหมายทางสิ่งแวดล้อมในระดับโลก และเป็นตัวอย่างของการประยุกต์ใช้แนวคิด Soft Power อย่างเป็นรูปธรรมและเป็นระบบผ่านกลไกของรัฐ

1.3 รัฐบาลในฐานะ “ผู้สื่อสารและควบคุมภาพลักษณ์”

ตามแนวคิดของ Joseph S. Nye, Jr. การมีทรัพยากร Soft Power เพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอหากไม่มีการสื่อสารและส่งออกสาร (messaging) ที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ รัฐจึงต้องมีบทบาทในการ ควบคุมเรื่องเล่า (narrative) และภาพลักษณ์ ที่สะท้อนผ่านทรัพยากรนั้น ๆ อย่างรอบคอบ ซึ่งรัฐบาลจีนเองได้ให้ความสำคัญกับมิตินี้อย่างชัดเจน (Nye, 2004)

รัฐบาลจีนตระหนักว่าการใช้แพนด้าเป็นเครื่องมือทางการทูตจะประสบผลสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อสามารถ “ออกแบบเรื่องเล่า” หรือ สร้างภาพแทนทางวัฒนธรรม (cultural representation) ที่แพนด้าจะกลายเป็นตัวแทนของจีนที่อ่อนโยน สงบ รักธรรมชาติ และไม่คุกคาม (Diplo, 2023) ซึ่งต่างจากภาพลักษณ์เชิงก้าวร้าวทางเศรษฐกิจหรือความมั่นคงที่จีนมักถูกวิพากษ์ในเวทีโลก โดยรัฐบาลจีนใช้เครื่องมือทางวัฒนธรรมและสื่อสารมวลชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น

การผลิตสารคดี เกี่ยวกับชีวิตแพนด้าและโครงการอนุรักษ์ในจีน เช่น สารคดี Born in China ที่ร่วมมือกับ Disney หรือการออกอากาศรายการแพนด้าผ่านแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Bilibili, WeChat, และ YouTube เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้ชมในระดับนานาชาติ (Kang, 2022)

นิทรรศการและงานแสดง ที่ใช้แพนด้าเป็นสื่อกลาง เช่น นิทรรศการ “Giant Panda Diplomacy” ในสหราชอาณาจักร (Wei, 2019) ซึ่งรัฐบาลจีนร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น จัดแสดงพัฒนาการของการทูตแพนด้า พร้อมเน้นถึงความสำเร็จในการอนุรักษ์และงานวิจัยร่วมระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในประเด็นสิ่งแวดล้อมและวิทยาศาสตร์ (GOV.UK, 2011)

การควบคุมและขยายเรื่องเล่า ผ่านสื่อรัฐ เช่น CGTN, Xinhua, China Daily ซึ่งรายงานเชิงบวกเกี่ยวกับแพนด้าอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงที่แพนด้าให้กำเนิดลูกนอกประเทศจีน เช่น ในญี่ปุ่นหรือสหรัฐอเมริกา รัฐบาลจีนมักใช้โอกาสนี้สื่อสารวาทกรรมเกี่ยวกับ “ชีวิตใหม่ที่เป็นผลจากความร่วมมือ” เพื่อสร้างความรู้สึกผูกพันและบรรยากาศแห่งมิตรภาพในระดับประชาชน (NBC NEWS, 2023) (China Daily, 2022b)

ในภาพรวม รัฐบาลจีนทำหน้าที่เสมือน “ผู้กำกับภาพลักษณ์” ที่ใช้แพนด้าเป็นเวทีในการสร้างภาพแทนของชาติตนเองในเชิงสันติภาพ ความหวังใต้อระบอบนิเวศ และความสามารถทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งช่วยลดความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ และส่งเสริมความชอบธรรมเชิงอารมณ์ (emotional legitimacy) (Díez-Martín, 2017) ในระดับนานาชาติอย่างมีนัยสำคัญ

1.4 การแพร่กระจาย Soft Power สู่ภาคเอกชน (Diffusion of Soft Power to Private sector)

แม้ว่ารัฐบาลจีนจะมีบทบาทหลักในฐานะ “ผู้กำหนด ปฏิบัติ และเผยแพร่” ทรัพยากร Soft Power อย่างแพนด้า แต่การเปลี่ยนทรัพยากรนั้นให้กลายเป็นอิทธิพลที่ยั่งยืนต่อสายตานานาชาติ จำเป็นต้องอาศัย “กลไกการแปลงสาร” จากตัวแสดงอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมโดยตรงของรัฐ เช่น สโมสรโอลิมปิก องค์กรอนุรักษ์ สื่อท้องถิ่น นักวิทยาศาสตร์ และภาคประชาชนของประเทศเจ้าบ้าน

การที่การทูตแพนด้าจะประสบความสำเร็จในฐานะ “สัญลักษณ์ของจีนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม” จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงการออกแบบเชิงนโยบายของรัฐบาลจีนเท่านั้น แต่ยังขึ้นอยู่กับความร่วมมือและการตีความใหม่ จากผู้มีบทบาทในแต่ละสังคม ซึ่งในเชิง Soft Power ถือเป็นการ “กระจายอำนาจทางวัฒนธรรม” (diffusion of cultural power) (Nye, 2004) สู่ระดับที่รัฐไม่สามารถควบคุมได้โดยสิ้นเชิง โดยมีตัวอย่างสำคัญ เช่น

กรณีของสหรัฐอเมริกา (2023–2024) แม้รัฐบาลจีนตัดสินใจเรียกคืนแพนด้าทั้งหมดจากสหรัฐฯ ในบริบทของความตึงเครียดทางการทูต แต่ “กระแสความรักแพนด้า” ในหมู่ประชาชนอเมริกัน โดยเฉพาะในกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. ยังคงปรากฏอย่างชัดเจน ทั้งในรูปแบบของแคมเปญ “Bring Back the Pandas” ผ่าน Change.org (Change.org, n.d.) การรายงานข่าวจากสื่อหลักอย่าง CNN, CBS และ The Washington Post ที่เน้นความผูกพันทางอารมณ์ของประชาชนต่อแพนด้าในสวนสัตว์สมิธโซเนียน (CBS NEWS, 2024) สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า แม้รัฐจะควบคุมต้นทางของ Soft Power ได้ แต่ไม่สามารถกำหนดผลลัพธ์ปลายทางได้เสมอไป

กรณีของออสเตรเลีย ความร่วมมือระหว่างรัฐบาลจีนกับสวนสัตว์เอดิเลดไม่เพียงเป็นโครงการระหว่างรัฐเท่านั้น แต่ยังขยายผลไปสู่การมีส่วนร่วมขององค์กรท้องถิ่น โรงเรียน นักวิจัย และผู้ชมทั่วไปที่เข้าร่วมกิจกรรมสิ่งแวดล้อม เช่น “Panda Day” หรือ “Panda Watch” ซึ่งสะท้อนถึงการตีความ “แพนด้า” ให้กลายเป็นสัญลักษณ์ท้องถิ่น (local symbol) ที่ส่งต่อคุณค่าด้านอนุรักษ์ธรรมชาติในแบบของชุมชนออสเตรเลีย (Protection, n.d.)

กรณีของญี่ปุ่น การที่แพนด้ากลายเป็น “ขวัญใจประชาชน” ที่สวนสัตว์อุเอโนะ ส่งผลให้ภาคธุรกิจท้องถิ่น เช่น ร้านอาหาร และโรงเรียน พัฒนาสินค้าและกิจกรรมในธีมแพนด้าอย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยเสริม narrative เชิงบวกเกี่ยวกับจีน แม้ในบางช่วงเวลาความสัมพันธ์ระหว่างรัฐจะไม่ราบรื่น นอกจากนี้ นักการทูตญี่ปุ่นยังยอมรับว่าความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนจากการทูตแพนด้ามีบทบาทช่วยลดความตึงเครียดทางการเมืองระหว่างรัฐในบางประเด็นได้ (Tubilewicz, 2024)

ความสำเร็จของ Soft Power ผ่านการทูตแพนด้าจึงเป็นผลจากการประสานกันระหว่างรัฐและภาคีความร่วมมือ ซึ่งรัฐบาลอาจเป็นผู้เริ่มต้น (initiator) แต่ภาคประชาสังคมคือตัวขยายผล (amplifier) และผู้สร้างความหมายในบริบทของตนเอง หากภาคีเหล่านี้ตอบรับหรือปรับใช้การทูตแพนด้าใน narrative ที่สอดคล้องกับคุณค่าท้องถิ่น Soft Power ของจีนก็จะได้รับความนิยมและฝังรากลึกในสังคมเหล่านั้นได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ยังแสดงให้เห็นว่าพลังของ Soft Power ไม่ได้อยู่ที่การควบคุม แต่คือการสร้างแรงจูงใจที่ผู้อื่น “เต็มใจร่วมมือและตีความอย่างสร้างสรรค์” ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของแนวคิด Soft Power ตามที่ Joseph S. Nye, Jr. ได้นิยามไว้

2. ทฤษฎีหรือแหล่งที่มาของ Soft power โดย Joseph S. Nye, Jr.

Joseph S. Nye, Jr. ได้กล่าวว่าถึงทฤษฎีหรือแหล่งที่มาของ Soft Power ว่าประกอบด้วย (Nye, 2004)

- 1) วัฒนธรรม คือ ค่านิยมและแนวปฏิบัติที่ยึดถือในสังคม
- 2) ค่านิยมและนโยบายทางการเมือง โดยเฉพาะที่เป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศ
- 3) นโยบายต่างประเทศ โดยเฉพาะที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานความถูกต้องชอบธรรม

การใช้ Soft Power เป็นเครื่องมือทางการทูตได้อย่างมีประสิทธิภาพมีความจำเป็นที่ผู้กำหนดนโยบายหรือรัฐบาลต้องมีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถระบุแหล่งทรัพยากรที่เป็นแหล่งที่มาของ Soft Power ของประเทศตัวเองได้อย่างชัดเจน เพื่อให้สามารถกำหนดนโยบายด้านการต่างประเทศได้อย่างเหมาะสม และสามารถดึงดูดได้โดยไม่ต้องใช้การบีบบังคับ (Hard Power) (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2565) (Nye, 2004)

ในกรณีของจีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกมีความสอดคล้องกับทั้ง 3 แหล่งนี้อย่างชัดเจน ดังนี้

วัฒนธรรม (Culture) Nye กล่าวว่า วัฒนธรรมที่ได้รับการชื่นชมในระดับนานาชาติ โดยเฉพาะวัฒนธรรมร่วมสมัย (popular culture) สามารถใช้สร้าง Soft Power ได้ (Nye, 2004) โดยในบริบทนี้ จีนใช้นโยบายการทูตแพนด้าผ่านการใช้ “แพนด้า” เป็นเครื่องมือ ซึ่งแพนด้าเป็นสัตว์ประจำชาติ และเป็นที่รักของผู้คนทั่วโลก เป็นสัญลักษณ์ของ “สัญลักษณ์วัฒนธรรมร่วมสมัย” ที่สร้างแรงดึงดูดทางอารมณ์และเชิงสัญลักษณ์ การส่งแพนด้าไปยังประเทศ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ไม่ใช่แค่เชิงการทูตเท่านั้น แต่ทำให้จีนเป็นที่จดจำในแง่ของ “ประเทศแห่งความน่ารัก” “ความสงบ” และ “ความห่วงใยสิ่งแวดล้อม” (Jin, 2022)

อีกทั้งการทูตแพนด้าเป็นเครื่องมือที่แสดงถึงวัฒนธรรมที่เป็นมิตร อ่อนโยน และเป็นที่ยอมรับของประชาคมโลก ทำให้จีนถูกจดจำในแง่บวกและไม่มีความขัดแย้ง โดยจะเห็นได้ว่า จีนตั้งใจให้แพนด้าไม่ใช่เพียงแค่ “สัตว์ป่า” แต่เป็น “ทรัพย์สินทางวัฒนธรรม (cultural asset)” ที่จีนส่งออกไปเพื่อสร้างภาพจำในทางบวก (European Wilderness Society, 2025) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเกาหลีใต้ที่ใช้ “K-pop” หรือ ประเทศญี่ปุ่นที่ใช้ “การ์ตูนอนิเมะ (Anime)” แต่จีนใช้ “แพนด้า” เป็นวัฒนธรรมร่วมสมัยที่เข้าถึงได้ เป็นต้น

ค่านิยมและนโยบายทางการเมือง (Political Values) Nye กล่าวว่า หากประเทศใดส่งเสริมค่านิยมที่สากลยอมรับ เช่น ความยั่งยืน สิทธิมนุษยชน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ประเทศนั้นจะมี Soft Power ที่น่าเชื่อถือ (Nye, 2004) ในบริบทนี้ จีนใช้การทูตแพนด้าเพื่อสื่อสารว่าตนใส่ใจเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ การอนุรักษ์สัตว์ใกล้สูญพันธุ์ และความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมาย SDGs (โดยเฉพาะ SDG 15 Life on Land) (China Daily, 2022a) ซึ่งเป็นค่านิยมร่วมในระดับสากลยุคใหม่ การดำเนินนโยบายอย่างจริงจังของจีน เช่น การจัดตั้งอุทยานแพนด้าแห่งชาติ Giant Panda National Park การประกาศเขตอนุรักษ์ 67 แห่ง การที่จีนกล่าวใน COP15 ว่า “ความสำเร็จของการอนุรักษ์แพนด้าเป็นผลจากการฟื้นฟูระบบนิเวศของจีน และความร่วมมือจากประเทศพันธมิตร” (Fuwen, 2020) คำกล่าวข้างต้นถือเป็นเครื่องพิสูจน์ถึงค่านิยมด้านสิ่งแวดล้อมของจีนที่มีความร่วมมือและมีเป้าหมายเดียวกันกับประชาคมโลกอย่างชัดเจน (China Daily, 2022a)

นโยบายต่างประเทศ (Foreign Policy) Nye เชื่อว่า นโยบายต่างประเทศที่เป็นมิตร มีจริยธรรม และให้ความร่วมมือระหว่างประเทศจะเสริมสร้าง Soft Power ได้ (Nye, 2004) โดยในบริบทนี้ จีนใช้การทูตแพนด้าโดยกำหนดเงื่อนไขของนโยบายในรูปแบบ “การวิจัยและการอนุรักษ์ร่วมกัน” กับประเทศต่าง ๆ โดยไม่เน้นผลประโยชน์ทางการเมืองโดยตรง แต่สร้างความร่วมมือในมิติที่จับต้องได้ เช่น การวิจัยโรคในแพนด้า การจัดการป่าไม้ การจัดการนิทรรศกาลสิ่งแวดล้อมร่วมกัน การเน้นมิตรภาพและสิ่งแวดล้อมร่วมกันในระยะยาวช่วยให้จีนมีภาพลักษณ์ที่ “ร่วมมือ” มากกว่าการบีบบังคับ และมีจริยธรรม และเน้นความยั่งยืน (Yuhui, 2020)

ตัวอย่างของนโยบายต่างประเทศที่เห็นได้อย่างชัดเจน คือกรณีของสหรัฐฯ ในการกลับมาของแพนด้าในสหรัฐฯ ในปี ค.ศ. 2024-2025 ที่ก่อนหน้านี้มีจีนกับสหรัฐฯ มีความขัดแย้งทางด้านการเมือง และมีการเรียกแพนด้าคืนกลับจีน แต่ในปี ค.ศ. 2024-2025 มีการสื่อสารว่า “จีนยังคงเชื่อมั่นในความร่วมมือด้านสิ่งแวดล้อมกับสหรัฐฯ ถึงแม้ความสัมพันธ์ทางการเมืองจะซับซ้อน” (NBC NEWS, 2023) กรณีดังกล่าวสะท้อนถึงการที่รัฐบาลจีนใช้แพนด้าเป็นสื่อทางการทูต และเป็นส่วนหนึ่งของการวางกลยุทธ์ด้าน Soft Power โดยเน้นการรักษาความร่วมมือในมิติสิ่งแวดล้อม แม้ในภาวะที่มิติทางการเมืองมีความเปราะบาง ทั้งยังชี้ให้เห็นถึงบทบาทของรัฐบาลจีนในฐานะผู้ปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ที่สามารถแยกแยะผลประโยชน์ในหลายมิติ และใช้เครื่องมือทางวัฒนธรรมอย่างแพนด้าเพื่อเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับประเทศมหาอำนาจอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม แนวทางการใช้การทูตแพนด้าของจีนสอดคล้องกับทรัพยากรหรือแหล่งที่มาของ Soft Power ทั้ง 3 มิติของ Nye อย่างชัดเจน ครอบคลุมและเป็นระบบ โดยจีนใช้แพนด้าเป็นสะพานเชื่อมระหว่างวัฒนธรรม ค่านิยมด้านสิ่งแวดล้อม และนโยบายต่างประเทศ จีนจึงสามารถสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกในเวทีโลกได้โดยไม่ต้องใช้อำนาจแข็ง (Hard Power)

3. บทบาทของภาคเอกชน หรือ ตัวแสดงที่ไม่มีรัฐ (Non state Actors)

Joseph S. Nye, Jr. กล่าวว่า ทรัพยากรจากภาคเอกชน เช่น บริษัท มหาวิทยาลัย มูลนิธิ และสถาบันที่มีรัฐ (NGO) มีความสำคัญในยุคปัจจุบัน บริษัทข้ามชาติและตัวแสดงที่ไม่มีรัฐเหล่านี้มีบทบาทในการเผยแพร่ Soft Power เนื่องจากองค์กรภาคเอกชนมีทรัพยากรและความเชี่ยวชาญที่มีคุณค่าและสำคัญต่อกระบวนการการทูตสาธารณะ ซึ่งจะสนับสนุน Soft Power ของภาครัฐซึ่งเป็นผู้กำหนดทิศทางนโยบายและกลยุทธ์ในระดับใหญ่ และให้ภาคเอกชนสามารถสร้างเครื่องมือเพื่อนำไปต่อยอด

แม้ว่าการทูตแพนด้าจะถูกผลักดันโดยรัฐบาลจีนเป็นหลัก ทั้งในด้านยุทธศาสตร์ ความมั่นคง และการต่างประเทศ แต่ความสำเร็จของกลไกนี้ในระยะยาวไม่อาจเกิดขึ้นได้หากปราศจาก “บทบาทของภาคเอกชน” ที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ และสื่อสารภาพลักษณ์ของจีนด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการทูตแพนด้าสู่สายตาประชาคมโลก รัฐบาลจีนจึงวางกลยุทธ์ให้การทูตแพนด้าเป็น การขับเคลื่อนแบบพหุภาคี (Multilateralism) (Yuhui, 2020) โดยเปิดพื้นที่ให้ภาคเอกชนของจีนและประเทศพันธมิตรมีบทบาทในหลายด้าน เช่น การอนุรักษ์ การระดมทุน ไปจนถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรัฐบาลจีนมีบทบาทในการกำหนดทิศทางและควบคุมยุทธศาสตร์ ทำหน้าที่ควบคุมสิทธิความเป็นเจ้าของแพนด้าทั้งหมด ทำข้อตกลงรัฐบาลต่อรัฐบาล (G2G) และ “วางกรอบให้ภาคเอกชนเข้ามาร่วมในบทบาทสนับสนุน ไม่แทนที่ภาครัฐ” จากนั้น รัฐบาลจีนจะเปิดพื้นที่ให้ภาคเอกชนจีนและภาคเอกชนประเทศพันธมิตรขับเคลื่อน Soft Power (Wu, 2018) (Harris, 2005)

ในส่วนบทบาทของภาคเอกชนในจีน ภาคเอกชนของจีนมีบทบาทสนับสนุนทั้ง “เบื้องหน้า” และ “เบื้องหลัง” ดังนี้

สนับสนุนด้านสื่อและภาพลักษณ์ บริษัทสื่อชั้นนำในจีน เช่น CCTV, iPanda, Bilibili (Bilibili, 2021) ถ่ายทอดสดชีวิตแพนด้า 24 ชั่วโมง จากศูนย์วิจัยในเสฉวน ซึ่งดึงดูดผู้ชมทั้งในและต่างประเทศอย่างมาก (Explore, n.d.)

ธุรกิจร่วมประชาสัมพันธ์ (Panda Branding) บริษัทเอกชนในจีนอย่างบริษัท Yili Group (Yili Group, n.d.) และ Alibaba (Alibaba.com, n.d.) ออกสินค้าลายแพนด้า สนับสนุนกิจกรรมอนุรักษ์ และทำให้แพนด้า กลายเป็น “สัญลักษณ์ร่วม” ของแบรนด์จีนที่เป็นมิตร

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ บริษัทเอกชนของจีนสร้างแพลตฟอร์มท่องเที่ยว Ctrip Meituan, Fliggy (Fliggy, n.d.) สร้างแคมเปญ “Panda Tours” เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวทั่วโลกกับศูนย์วิจัยแพนด้า เช่น สุวาน Dujiangyan และ Wolong และอีกหนึ่งตัวอย่างที่ชัดเจน เช่น บริษัทเอกชนในจีนอย่าง Tencent Video สร้างสารคดีเรื่อง “Born in China (2017)” นำเสนอชีวิตแพนด้า ได้รับรางวัลระดับนานาชาติ และเป็นหนึ่งในสื่อที่จีนสื่อสารเรื่อง “ธรรมชาติแบบจีน” ได้ดีที่สุด (Disneynature, 2017)

ในส่วนของการพัฒนาของภาคเอกชนในประเทศปลายทาง ภาคเอกชนในประเทศปลายทางที่ได้รับแพนด้า มีบทบาทหลักดังนี้

1) **การดูแลแพนด้าและการวิจัย** เช่น สวนสัตว์ในหลายประเทศเป็นองค์กรกึ่งเอกชนหรือเอกชน เช่น สวนสัตว์สมิธโซเนียน (สหรัฐฯ) (Smithsonian's National Zoo & Conservation Biology Institute, n.d.), Royal Zoological Society of Scotland (RZSS) (RZSS, n.d.) (สหราชอาณาจักร) และ Zoos Sa (ออสเตรเลีย) (Zoos South Australia Adelaide Zoo, 2024) ทำหน้าที่ดูแลแพนด้าและวิจัยแพนด้าร่วมกันกับจีน

2) **การระดมทุนเพื่อจ่าย** “ค่าธรรมเนียมอนุรักษ” องค์กรภาคเอกชนระดมทุนเพื่อจ่ายให้ CWCA ปีละ 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยเงินนี้ถูกส่งให้จีนเพื่อใช้ในการอนุรักษป่าและการวิจัยแพนด้าในจีน (Nikkei Asia, 2023)

3) **ภาคเอกชนร่วมออกแบบกิจกรรมสาธารณะ** (สร้างงานวันเกิดแพนด้า ตั้งชื่อลูกแพนด้า นิทรรศกาลแพนด้า และสื่อสารเรื่องสิ่งแวดล้อมแก่เยาวชน เช่น บอร์ดเรียนรู้ในสวนสัตว์ (Zoo Lex Gallery, 2007) ไร่ ระบบนิเวศ (Tokyo Cheapo, n.d.)

จีนใช้การทูตแพนด้าเป็นกลไกแบบ “รัฐและเอกชนร่วมขับเคลื่อน (State-Private Sector Synergy)” ที่ช่วยให้จีนผลักดัน Soft Power ออกสู่ระดับโลก ผ่านการทูตแพนด้าได้อย่างแนบเนียนและมีพลัง อีกทั้งภาคเอกชนมีความได้เปรียบด้าน “ความยืดหยุ่น ความสร้างสรรค์ และการเข้าถึงประชาชน” มากกว่ารัฐบาล เช่น การเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายวงกว้าง (ผ่านสื่อออนไลน์ สินค้า การท่องเที่ยว การศึกษา) และการลดแรงต้านทางการเมือง (ภาพแพนด้าในฐานะสัตว์สัญลักษณ์ทำให้จีนถูกมองในเชิงบวก แม้ในช่วงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ตึงเครียด)

สรุป จีนใช้การทูตแพนด้าได้สอดคล้องกับทฤษฎี Soft Power ของ Nye ใน 3 มิติหลัก โดยมิติที่ 1 รัฐบาลกับการผลักดัน Soft Power รัฐบาลจีนมีบทบาทสำคัญในการวางแผนและดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านสิ่งแวดล้อม เช่น การลงนามข้อตกลงความร่วมมือด้านการอนุรักษสัตว์ป่าและสิ่งแวดล้อมร่วมกับต่างประเทศ ในมิติที่ 2 การใช้ทรัพยากรหรือแหล่งที่มาของ Soft Power แพนด้าซึ่งเป็นสัตว์ประจำชาติของจีนถูกใช้เป็น “สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรม” ที่แสดงถึงความเป็นมิตร ความห่วงใยสิ่งแวดล้อม และการอนุรักษธรรมชาติ ซึ่งเป็นแหล่งทรัพยากร Soft Power ที่ทรงพลังในสายตาประชาคมโลก และในมิติที่ 3 บทบาทของภาคเอกชนและตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐ ภาคเอกชน เช่น สวนสัตว์และศูนย์วิจัยพันธมิตรในต่างประเทศ มีบทบาทสำคัญในการสื่อสาร Soft Power ของจีนผ่านกิจกรรมด้านการศึกษา วิจัย และการมีส่วนร่วมของสังคม ในการดูแลและอนุรักษแพนด้า

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยที่มุ่งเน้นศึกษาว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกตามกรอบแนวคิดทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. สามารถสรุปผล อภิปรายผลการศึกษา และมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์ว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของตนในเวทีโลกอย่างไร โดยใช้กรอบแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของงานวิจัย จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ 1. เพื่อศึกษาว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกอย่างไร และ 2. เพื่อศึกษาว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกเป็นไปตามกรอบแนวคิดทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. อย่างไร โดยผลการศึกษาพบว่า 1. จีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกผ่าน 3 มิติประเด็นสำคัญ คือ

1) จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการอนุรักษ์ป่าไม้ (Forest Conservation) จีนใช้แพนด้าในฐานะสัตว์ประจำชาติ ซึ่งมีถิ่นอาศัยอยู่ในป่าธรรมชาติตอนกลางของประเทศ เช่น เสฉวน ส่านซี และกานซู เป็นสื่อกลางในการนำเสนอความพยายามในการอนุรักษ์ป่าไม้ รัฐบาลจีนได้ผลักดันโครงการสำคัญ เช่น การจัดตั้งอุทยานแห่งชาติแพนด้ายักษ์ ซึ่งเป็นนโยบายที่สะท้อนความตั้งใจในการเชื่อมโยงพื้นที่ป่าที่กระจัดกระจายให้กลายเป็นระบบนิเวศที่ต่อเนื่องและยั่งยืน อีกทั้งจีนสามารถใช้แพนด้าเป็นเครื่องมือในการสื่อสารวาระด้านสิ่งแวดล้อมที่มีน้ำหนักในระดับสากล และเชื่อมโยงกับ SDGs เป้าหมายที่ 15 (Life on Land) ซึ่งช่วยลดกระแสวิจารณ์เรื่องการทำลายสิ่งแวดล้อมภายในประเทศ

2) จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมผ่านการอนุรักษ์แพนด้าและสัตว์ป่า (Panda and Wildlife Protection) จีนใช้แพนด้าเป็นแกนกลางของความร่วมมือด้านการวิจัย การเพาะพันธุ์ และการอนุรักษ์สัตว์ป่า ร่วมกับประเทศพันธมิตรทั่วโลก เช่น การใช้แพนด้าเป็นตัวแทนการแลกเปลี่ยนในสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร พร้อมทั้งมีสัญญาการให้ยืมแพนด้ามักผูกโยงกับข้อตกลงด้านการวิจัยวิทยาศาสตร์ การแลกเปลี่ยนนักวิชาการ และการพัฒนาเทคโนโลยีชีวภาพเกี่ยวกับสัตว์ใกล้สูญพันธุ์

3) จีนกับการใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมในการต่อ ยอดสู่ประเด็นการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Advocacy) รัฐบาลจีนได้นำการทูตแพนด้าไปเชื่อมโยงกับประเด็นที่กว้างขึ้น เช่น การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก การพัฒนาพลังงานสะอาด และบทบาทของจีนในการประชุมด้านสภาพภูมิอากาศ เช่น COP และ UNFCCC ซึ่งจีนสามารถใช้แพนด้าเป็นเครื่องมือทางการทูตที่ช่วยลดแรงต้านและเสียงวิจารณ์จากประชาคม

โลกในประเด็นการเป็นผู้ปล่อยก๊าซรายใหญ่ โดยนำเสนอภาพลักษณ์ของประเทศที่มีความตั้งใจร่วมในการแก้ปัญหาโลกร้อน และมีบทบาทเชิงบวกในความร่วมมือระหว่างประเทศได้

2. จากการศึกษาพบว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลกเป็นไปตามกรอบแนวคิดทฤษฎี Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. ใน 3 มิติ ได้แก่

1) รัฐบาลกับการผลักดัน Soft Power รัฐบาลจีนมีบทบาทในการออกแบบและสนับสนุนทรัพยากร Soft Power ซึ่งสามารถวางแผนและสร้างกลยุทธ์อย่างเป็นระบบผ่าน 4 มิติสำคัญ ได้แก่ รัฐบาลในฐานะ “ผู้กำหนดทรัพยากร Soft Power”, “ผู้ออกแบบเชิงกลยุทธ์”, “ผู้สื่อสารและควบคุมภาพลักษณ์” และ “การแพร่กระจาย Soft Power สู่ภาคเอกชน”

2) ทรัพยากรหรือแหล่งที่มาของ Soft Power การทูตแพนด้าของจีนครอบคลุมทั้ง 3 แหล่งที่มาหลัก ได้แก่

วัฒนธรรม แพนด้าเป็นสัตว์ประจำชาติของจีน มีลักษณะเป็นมิตร อ่อนโยนและเป็นที่ชื่นชอบของผู้คนทั่วโลก

ค่านิยมทางการเมือง จีนสื่อสารค่านิยมด้านสิ่งแวดล้อม เช่น ความรับผิดชอบต่อธรรมชาติ ความร่วมมือเพื่อการอนุรักษ์

นโยบายต่างประเทศ การให้ยืมแพนด้าผ่านข้อตกลงทางการทูตถูกเชื่อมโยงกับความร่วมมือทางวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม ซึ่งช่วยส่งเสริมบทบาทของจีนในเวทีโลกโดยไม่ต้องใช้อำนาจแข็ง อย่างชัดเจน

3) บทบาทของภาคเอกชนหรือตัวแสดงที่มีอิทธิพล รัฐบาลจีนเปิดพื้นที่ให้ภาคเอกชน เช่น สโมสรธุรกิจ สถาบันวิจัย บริษัทข้ามชาติ องค์กรอนุรักษ์ และสื่อมวลชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามามีบทบาทร่วมในการสื่อสารและดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การจัดนิทรรศการแพนด้า การศึกษา การวิจัย และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยการทูตแพนด้าของจีนจึงไม่ใช่เพียงแค่เครื่องมือของรัฐ แต่ยังเป็นการขับเคลื่อนแบบพหุภาคี (Multilateralism) ซึ่งช่วยเพิ่มพลังให้กับอิทธิพลของ Soft Power ได้อย่างลึกซึ้งและยั่งยืน

2. อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาพบว่าจีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก จีนสามารถใช้อำนาจอ่อน (Soft Power) ได้อย่างเป็นระบบผ่านกลยุทธ์ทางการทูตที่อาศัย “แพนด้า” เป็นเครื่องมือเชิงสัญลักษณ์ในการสร้างความสัมพันธ์และภาพลักษณ์ในระดับนานาชาติ การทูตแพนด้าในช่วงปี ค.ศ. 2009-2025 ไม่ได้เป็นเพียงการให้แพนด้าแก่ประเทศพันธมิตรเพื่อจุดประสงค์ทางการเมืองเท่านั้น แต่ได้พัฒนาเป็นกลไกในการสร้างบทบาทใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางชีวภาพ และความร่วมมือทางวิทยาศาสตร์ระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในสี่ประเทศสำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และออสเตรเลีย ในมิติตามกรอบแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. ที่ประกอบด้วย วัฒนธรรม ค่านิยมและนโยบายต่างประเทศ (Nye, 2004) ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นผ่านการดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าของจีนอย่างชัดเจน แพนด้าในฐานะสัตว์ประจำชาติไม่เพียงเป็นสัญลักษณ์ของ จีนแต่เป็นความพยายามในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของจีนด้วย (Hyland, 2020) ภาพลักษณ์เชิงบวกที่เกิดขึ้นช่วยลดกระแสวิพากษ์วิจารณ์ที่จีนเคยเผชิญในฐานะประเทศที่ระดับการปล่อยมลพิษสูงและยังสร้างความเข้าใจและความร่วมมือใหม่ ๆ ระหว่างจีนกับประเทศพันธมิตรได้อย่างมีนัยสำคัญ (Harris, 2005)

อีกทั้งการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การทูตแพนด้าสามารถเชื่อมโยงกับแนวคิดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) โดยเฉพาะในเรื่องการอนุรักษ์ป่าไม้ การฟื้นฟูระบบนิเวศ และการปกป้องสัตว์ป่าที่ใกล้สูญพันธุ์ ซึ่งล้วนเป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจในระดับนานาชาติ ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือ การจัดตั้งอุทยานแห่งชาติแพนด้ายักษ์ในประเทศจีน การร่วมมือทางวิชาการกับสวนสัตว์ในประเทศต่าง ๆ การแลกเปลี่ยนข้อมูลพันธุกรรมและการวิจัยพฤติกรรมของแพนด้า ไปจนถึงการร่วมมือในเชิงนโยบายเพื่อผลักดันภาพลักษณ์ของจีนในเวทีสิ่งแวดล้อมโลก (UN Environment Programme, 2022) สิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าจีนได้ใช้นโยบายต่างประเทศอย่างชาญฉลาด โดยบูรณาการวัตถุประสงค์ทางการอนุรักษ์ธรรมชาติเข้ากับการสร้าง Soft Power อย่างมีระบบและยั่งยืน

อีกประการหนึ่งที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน คือ บทบาทของตัวแสดงที่มีรัฐ (Nonstate Actors) และการทูตสาธารณะ (Public Diplomacy) ในการขับเคลื่อน Soft Power ของจีน สวนสัตว์ สถาบันวิจัย องค์การอนุรักษ์ และสื่อมวลชนในต่างประเทศมีบทบาทสำคัญในการทำให้ภาพลักษณ์ของแพนด้าในฐานะ “ทูตแห่งสิ่งแวดล้อม” เข้าถึงประชาชนได้อย่างแพร่หลาย ซึ่งในที่สุดก็ก่อให้เกิดความเข้าใจ ความนิยม และการยอมรับในระดับประชาชนทั่วไป ทั้งนี้ การทูตแพนด้าจึงมิใช่การทูตแบบรัฐต่อรัฐเท่านั้น แต่ยังเป็นการทูตที่สื่อสารโดยตรงกับสาธารณชน เป็นตัวอย่างที่ดีของการสร้างความสัมพันธ์ในเชิงลึกที่ไม่ขึ้นอยู่กับการใช้กำลังหรืออิทธิพลทางเศรษฐกิจแบบเดิม ๆ (Awad, 2020)

แม้การทูตแพนด้าของจีนสามารถส่งผลเชิงบวกต่อภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศได้จริง แต่การดำเนินนโยบายดังกล่าวก็ยังคงเผชิญกับข้อจำกัดบางประการ เช่น ความต่อเนื่องของโครงการ ความยั่งยืนของความร่วมมือ และข้อถกเถียงเกี่ยวกับจริยธรรมของการใช้สัตว์เพื่อผลประโยชน์ทางการเมือง นอกจากนี้ จีนใช้การทูตแพนด้าในการสนับสนุนภาพลักษณ์

ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนในระดับโลก นั้นยังไม่ได้ดำเนินการตามข้อเสนอ Joseph S. Nye, Jr. ในด้าน “การทำให้ค่อยตามหรือการสร้างควมดึงดูดใจ” เนื่องจากความดึงดูดยัง “จำกัดอยู่ที่แพนด้า” ไม่ได้ขยายไปสู่จีนทั้งประเทศในเชิงคุณค่าหรืออุดมการณ์ แม้แพนด้าจะสร้างความรักใคร่ได้จริง แต่ความรู้สึกนั้นมักอยู่กับตัวสัตว์ ไม่ได้เปลี่ยนมุมมองของประชาชนทั่วโลกที่มีต่อ “นโยบายของจีน” หรือ “คุณค่าของจีน” อย่างลึกซึ้ง ซึ่งขัดกับสิ่งที่ Nye เสนอว่า Soft Power ที่แท้จริงจะต้องเปลี่ยนมุมมองและพฤติกรรมในระดับโครงสร้างหรืออุดมการณ์ (Nye, 2004) กล่าวโดยสรุปแม้ว่าการทูตแพนด้าของจีนจะประสบความสำเร็จในเชิงสัญลักษณ์และภาพลักษณ์ แต่ยังไม่สามารถสร้างผลกระทบเชิงอุดมการณ์หรือเปลี่ยนแปลงเจตคติของสาธารณชนโลกต่อค่านิยมของจีนได้ในระดับลึกตามนิยามของ Soft Power แท้จริงในความหมายของ Nye

จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่าการใช้สัตว์เป็นเครื่องมือทางการทูตไม่ใช่สิ่งที่มีเฉพาะในจีนเท่านั้นแต่มีให้เห็นในหลายประเทศ ซึ่งแต่ละกรณีสะท้อนรูปแบบของ Animal diplomacy ที่แตกต่างกันไปตามบริบททางการเมือง วัฒนธรรม และอัตลักษณ์ของรัฐ เช่น

อียิปต์ ที่ใช้จระเข้เป็นของขวัญทางการทูตแก่ฝรั่งเศสในศตวรรษที่ 19 เพื่อสร้างความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรม (Stephens, 2005)

ออสเตรเลีย มอบจิงโจ้ และโคอาลาให้แก่ประเทศพันธมิตรในฐานะสัญลักษณ์ของความ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Diplomat, 2023)

ไทย มอบช้างที่เป็นสัตว์ประจำชาติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงนัยทางสังคม วัฒนธรรม และศาสนาอย่างลึกซึ้ง (Nation, 2023)

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ทำให้การทูตแพนด้าของจีนแตกต่างกับกรณีอื่นอย่างมีนัยสำคัญ คือ ความเป็นระบบ จีนไม่เพียงให้แพนด้าในฐานะของขวัญ แต่ควบคุมผ่านสัญญาเช่ายืม การควบคุมทางพันธุกรรม การกำกับงานวิจัย และการผูกพันกับประเด็นเชิงนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม อีกทั้งการที่จีนสามารถออกแบบระบบการทูตแพนด้าให้ครอบคลุมตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับปฏิบัติการ รวมถึงการควบคุมสัญญา การสื่อสาร และการวิจัย ทำให้แพนด้าไม่ใช่เพียงของขวัญเชิงวัฒนธรรมแบบประเทศอื่น ๆ แต่เป็นเครื่องมือ Soft Power เชิงนโยบายที่ผูกโยงกับภาพลักษณ์ความร่วมมือ และการจัดการรับรู้ในระดับรัฐ

3. ข้อเสนอแนะ

แม้ว่างานวิจัยฉบับนี้จะให้ความสำคัญกับการทูตแพนด้าในฐานะเครื่องมือสร้างภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อมของจีนอย่างครอบคลุม แต่อย่างไรก็ตาม ประเด็นเรื่อง “สวัสดิภาพของสัตว์” (Animal Welfare) ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญและมีความอ่อนไหวในระดับสากล กลับยังไม่ได้รับการกล่าวถึงอย่างลึกซึ้งหรือเป็นระบบเท่าที่ควร ทั้งที่ประเด็นนี้มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้งานสัตว์ในทางการทูตและภาพลักษณ์ด้านจริยธรรมของประเทศผู้ส่งสัตว์ไปต่างแดน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีเสียงวิพากษ์จากนักสิทธิสัตว์และประชาคมโลกว่า การยืมหรือส่งแพนด้าไปจัดแสดงในสวนสัตว์ต่างประเทศอาจละเมิดหลักสวัสดิภาพสัตว์ในบางด้าน เช่น การถูกกักขังในสภาพแวดล้อมที่จำกัด การเดินทางข้ามทวีป การแยกจากถิ่นอาศัยตามธรรมชาติ และการนำไปใช้ในกิจกรรมสื่อสารหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะที่อาจเป็นภาระต่อสุขภาพจิตและร่างกายของสัตว์ ดังนั้น หากสามารถมุ่งเน้นการศึกษาไปที่ประเด็นสวัสดิภาพสัตว์ก็จะช่วยทำให้งานวิจัยมีความลุ่มลึก ครบถ้วน และเท่าทันประเด็นร่วมสมัยในเวทีระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้การวิเคราะห์เชิง Soft Power ของจีนมีมิติทางจริยธรรมที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งจะเสริมสร้างความเข้าใจในเชิงรอบด้านเกี่ยวกับยุทธศาสตร์ของจีนในการใช้การทูตแพนด้าอย่างยั่งยืนและจะเป็นประโยชน์ในการศึกษาต่อไปในอนาคต

ถึงแม้งานวิจัยชิ้นนี้จะมุ่งวิเคราะห์กระบวนการ (process) ที่รัฐบาลจีนใช้ในการดำเนินนโยบายการทูตแพนด้าเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม มากกว่าการประเมิน “ผลสัมฤทธิ์” หรือ “ประสิทธิภาพของการโน้มน้าวใจ” ตามแนวคิด Soft Power ของ Joseph S. Nye, Jr. แต่ผู้วิจัยตระหนักดีว่า “ประสิทธิภาพ (effectiveness)” เป็นประเด็นสำคัญอย่างยิ่งเพราะถือเป็นหัวใจสำคัญของทฤษฎีของ Nye เพราะแก่นแท้ของ Soft Power ไม่ได้จำกัดอยู่ที่ทรัพยากรที่นำดึงดูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ความสามารถในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้อื่นโดยไม่ใช้การบังคับ ดังนั้น หากไม่สามารถประเมินได้ว่า การดำเนินกลยุทธ์ เช่น การทูตแพนด้ามีผลต่อการรับรู้ทัศนคติ หรือพฤติกรรมของต่างประเทศหรือไม่ ก็จะไม่สามารถชี้ชัดได้ว่า Soft Power นั้น “ทำงาน” อย่างไร หรือ มีผลจริงเพียงใดในบริบทที่ซับซ้อนของโลกยุคปัจจุบัน

นอกจากนี้ การประเมินผลสัมฤทธิ์จะช่วยแยกแยะว่า ความเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์จีนในสายตาสากลนั้นมาจากอิทธิพลของการทูตแพนด้าจริงหรือไม่ หรือเป็นผลจากปัจจัยอื่น เช่น นโยบายเศรษฐกิจ ความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์ หรือแม้แต่การโฆษณาชวนเชื่อของรัฐ หากไม่มีงานวิจัยในมิติผลลัพธ์หรือผลกระทบ ก็จะขาดข้อมูลสำคัญในการประเมินคุณค่าของการทูตเชิงสัญลักษณ์ในเชิงยุทธศาสตร์ เพราะฉะนั้น งานวิจัยในอนาคตควรให้ความสำคัญกับการประเมินผลของกลยุทธ์ Soft Power ไม่ว่าจะเป็นการสำรวจ ทัศนคติ การวิเคราะห์สื่อ หรือการศึกษาผลกระทบต่อการกำหนดนโยบายของประเทศเจ้าบ้าน เพื่อเติมเต็มองค์ความรู้ที่ยังขาด และมีประสิทธิภาพในระยะยาว

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- รัชนี เอื้อไพบูลย์กิจ. (2565). การใช้ *Soft Power* ในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ: กรณีศึกษา *Indian Council for Culture Relations (ICCR)*. Retrieved 5 พฤศจิกายน 2567 from <https://image.mfa.go.th/mfa/0/yZ0EO327fd/เอกสาร/nbt/nbt14/IS/14023.pdf>
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2565). *Soft Power* (อำนาจละมุน). Retrieved 17 พฤษภาคม 2567 from <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2565-may7>
- สุภาพิชญ์ ธีระวัฒน์. (2565). *Soft Power* (อำนาจละมุน). Retrieved 7 พฤศจิกายน 2567 from <https://drive.google.com/drive/folders/15OH88cOFsT1abbMDQyPtduEJ5cQ-ji-Y>

ภาษาอังกฤษ

- Adelaide Zoo & China Wildlife Conservation Association. (2009). *Joint announcement on panda research collaboration*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.adelaidezoo.com.au/panda-to-stay-for-five-more-years/>
- Adventure World. (n.d.). *Japan-China Joint Research on Giant Panda Breeding, Giant Panda and SDGs*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.aws-s.com/panda_breeding_and_research/en/educational/sdgs.html
- Alibaba.com. (n.d.). *Panda Product*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.alibaba.com/trade/search?spm=a2700.7735675.the-new-header_fy23_pc_search_bar.keydown__Enter&tab=all&SearchText=panda
- apolitical. (2021). *How soft power can be exerted through the private sector*. Retrieved 9 June 2025 from <https://apolitical.co/solution-articles/en/how-soft-power-can-be-exerted-through-the-private-sector>
- Aranceta-Reboredo, O. (2022). *And What About the Animals? A Case Study Comparison Between China's Panda Diplomacy and Australia's Koala Diplomacy*. Retrieved 1 June 2025 from <https://raco.cat/index.php/AER/article/view/399443>
- Awad, M. A. (2020). *Soft-Power: The Role of The Private Sector in the Humanitarian Context*. Retrieved 9 June 2025 from https://www.researchgate.net/publication/352211501_Soft-Power_The_Role_of_The_Private_Sector_in_the_Humanitarian_Context
- BBC. (2011). *Edinburgh Zoo welcomes Tian Tian and Yang Guang*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-16016017>

- BBC NEWS. (2011). *Panda deal clinched by Edinburgh Zoo*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-edinburgh-east-fife-12151605?>
- BBC NEWS. (2012). *Scottish government's Edinburgh Zoo panda advert banned*. Retrieved 15 April 2025 from <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-edinburgh-east-fife-17674252?>
- BBC NEWS. (2016). *How did China save the giant panda?* Retrieved 15 April 2025 from <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-37273337>
- BBC NEWS THAI. (2025). *Has China's greenhouse gas emissions reached its peak? What is the current trend?* Retrieved 3 July 2025 from <https://www.bbc.com/thai/articles/cjwq8gypwvzo#:~:text=>
- Bilibili. (2021). *[Breeder cleans up Panda Chengfeng] Chengda, take care of your baby!* Retrieved 28 April 2025 from <https://www.bilibili.tv/en/video/2001775445>
- Brady, A.-M. (2008). *China's Thought Management*. Retrieved 30 May 2025 from https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://ijoc.org/index.php/ijoc/article/download/2359/950&ved=2ahUKEwuw_WOvcuNAxWBR2wGHUW6Oz4QFn0ECBIQAQ&usg=AOvVaw3RU_aiTIHCjVtLeAgPcVQi
- Buckingham, K. C. (2013). *ENVIRONMENTAL REVIEWS AND CASE STUDIES: Diplomats and Refugees: Panda Diplomacy, Soft "Cuddly" Power, and the New Trajectory in Panda Conservation*. Retrieved 17 November 2024 from <https://www.cambridge.org/core/journals/environmental-practice/article/abs/environmental-reviews-and-case-studies-diplomats-and-refugees-panda-diplomacy-soft-cuddly-power-and-the-new-trajectory-in-panda-conservation/A23238335C47C1717417060B7AAB05AF>
- Cao, K. (2021). *Research on the Influence of Panda's Diplomacy Between Economic Benefits and Rapport Around Countries by Using Economics Concepts*. Retrieved 18 November 2024 from <https://www.clausiuspress.com/conferences/LNEMSS/EDMS%202021/Y0502.pdf>
- Centre for Research on Energy and Clean Air. (2025). *When coal won't step aside: The Challenge of scaling clean energy in China*. Retrieved 1 March 2025 from <https://energyandcleanair.org/publication/when-coal-wont-step-aside-the-challenge-of-scaling-clean-energy-in-china/>
- Change.org. (n.d.). *Pandas "Bring Back the Pandas"* Retrieved 30 May 2025 from <https://www.change.org/topic/pandas-en-us>

- China Daily. (2022a). *COP15 China Corner Meeting Activities Show China's Experience in Biodiversity Conservation*. Retrieved 28 April 2025 from <https://cn.chinadaily.com.cn/a/202212/08/WS639134ada3102ada8b225a42.html?>
- China Daily. (2022b). *Panda, torchbearer of diplomacy, celebrated*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.chinadaily.com.cn/a/202202/21/WS6212f0e0a310cdd39bc87d62.html>
- China Radio International (CRI). (2024). *Analysis: The number of pandas in the forest is close to 1,900*. Retrieved 1 March 2025 from <https://thai.cri.cn/2024/03/20/ARTIJp6p3b7VwG6RpKugl9GE240320.shtml>
- d'Hooghe, I. (2015). *China's Public Diplomacy*. Retrieved 30 May 2025 from https://brill.com/display/title/24897?srltid=AfmBOopp-AJbTrrshl5yEuoMh0oGtxGwBaM0ERP-EZxm0PAZJ8Soim2_
- Díez-Martín, F. (2017). *Emotional Legitimacy*. Retrieved 30 May 2025 from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-00677-8_16
- Diplo. (2023). *Panda Diplomacy*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.diplomacy.edu/topics/panda-diplomacy/#:~:text=Symbolism%20and%20soft%20power%20The%20symbolic%20value,leading%20to%20increased%20tourism%20and%20cultural%20exchanges.>
- Diplomat, T. (2023). *The Case for 'Kangaroo Diplomacy' in Australia's Relations With Vietnam*. Retrieved 9 June 2025 from <https://thediplomat.com/2023/05/the-case-for-kangaroo-diplomacy-in-australias-relations-with-vietnam/>
- Disneynature. (2017). *Born in China*. Retrieved 28 April 2025 from <https://nature.disney.com/born-in-china>
- Embassy of the People's Republic of China in the United Kingdom and Great Britain and Northern Ireland. (2011). *Chinese sending two pandas to Edinburgh*. Retrieved 28 April 2025 from http://gb.china-embassy.gov.cn/eng/ChinaUKRelations/culture/201101/t20110122_3384382.htm
- Embassy of the People's Republic of China in the United Kingdom of Great Britain and Northern Ireland. (2011). *China sending two pandas to Edinburgh*. Retrieved 30 May 2025 from http://gb.chinaembassy.gov.cn/eng/ChinaUKRelations/culture/201101/t20110122_3384382.htm

- Embassy of the People's Republic of China in the United States of America. (2025a). *Ambassador Xie Feng attended the Smithsonian's National Zoo media event on a new round of cooperation on panda conservation*. Retrieved 28 April 2025 from https://us.china-embassy.gov.cn/eng/dshd/202405/t20240531_11366517.htm?
- Embassy of the People's Republic of China in the United States of America. (2025b). *Ambassador Xie Feng: China-U.S. panda conservation cooperation will write a new chapter in promoting harmony between man and nature*. Retrieved 15 November 2024 from [ttp://us.china-embassy.gov.cn/eng/dshd/202501/t20250128_11547360.htm](http://us.china-embassy.gov.cn/eng/dshd/202501/t20250128_11547360.htm)
- Environmental Investigation agency. (2023). *China's Wildlife Protection Law*. Retrieved 15 November 2024 from https://eia-international-org./blog/chinas-aim-to-be-a-wildlife-conservation-leader-undermined-by-it-exploitation-of-endangered-species/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc
- European Wilderness Society. (2025). *The endearing giant panda: a symbol of conservation*. Retrieved 15 April 2025 from <https://wilderness-society.org/the-endearing-giant-panda-a-symbol-of-conservation/>
- Explore. (n.d.). *Wolong Grove Panda Yard, Gengda, Sichuan, China*. Retrieved 28 April 2025 from <https://explore.org/livcams/panda-bears/china-panda-cam-1>
- Fliggy. (n.d.). *Panda Tours*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.fliggy.com/?_er_static=true
- Fuwen, W. (2020). *The giant panda: a successful conservation story the world needs to hear*. Retrieved 1 May 2025 from <https://www.globaltimes.cn/content/1207140.shtml>
- GOV.UK. (2011). *Deputy Prime Minister welcomes deals of over £2.6bn with China*. Retrieved 28 April 2025 from <https://www.gov.uk/government/news/deputy-prime-minister-welcomes-deals-of-over-2-6bn-with-china>
- Gramsci, A. (2023). *Hegemony*. Retrieved 3 July 2025 from <https://plato.stanford.edu/entries/gramsci/#Hege>
- Guardian, T. (2011). *Pandas in Scotland: Cute, cuddly and politically significant*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.theguardian.com/uk/2011/dec/05/pandas-scotland-cute-politically-significant>
- Guardian, T. (2012). *Giant Pandas threatened by climate change*. Retrieved 28 April 2025 from <https://www.theguardian.com/environment/2012/nov/12/giant-pandas-threatened-climate-change>

- Guo, K. (2022). *Urban and industrial environmental pollution control in China: An analysis of capital input, efficiency and influencing factors*. Retrieved 1 March 2025 from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S030147972200771X>
- Hamdi, R. F. a. I. (2024). *Soft Power & Hegemony: Gramsci, Nye, and Cox's Perspectives*. Retrieved 8 June 2025 from https://www.researchgate.net/publication/378619594_Soft_Power_Hegemony_Gramsci_Nye_and_Cox's_Perspectives
- Harris, P. G. (2005). *Confronting Environmental Change In East & Southeast Asia: Part 1 Environment, Foreign Policy and Diplomacy in East Asia Actors, Institutions and Forces* (Vol. 2005). United Nations University Press and Earthscan.
- Hussain, S. S. (2024). *Soft Power in International Relations: Shaping Perceptions and Relationships*. Retrieved 8 June 2025 from <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.sciencedirect.com/topics/social-sciences/power-structure&ved=2ahUKEwj-u6yGseGNAXUFTmwGHUapO-4QFnoECB4QAQ&usq=AOvVaw1cm-158bKNe7UyPg1t0rAX>
- Hyland, E. (2020). *Panda Diplomacy: China's Softest Power?* Retrieved 15 November 2024 from https://projekter.aau.dk/projekter/files/333641825/Thesis_Panda_Diplomacy_Final.pdf
- IUCN. (n.d.). *Amazing Species: Giant Panda*. Retrieved 15 April 2025 from <https://nc.iucnredlist.org/redlist/amazing-species/ailuropoda-melanoleuca/pdfs/original/ailuropoda-melanoleuca.pdf>
- Jin, W. (2022). *China's Panda Diplomacy: The Panda Effect on International Trade*. Retrieved 18 November 2024 from <http://www.furusawa.e.u-tokyo.ac.jp/APTS/APTS2022/papers/Jin,%20Wei.pdf>
- Kang, D. (2022). *A review of the habitat restoration of giant pandas from 2012 to 2021: Research topics and advances*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.researchgate.net/publication/362893278_A_review_of_the_habitat_restoration_of_giant_pandas_from_2012_to_2021_Research_topics_and_advances

- Kurlantzick, J. (2007). *Charm Offensive*. Retrieved 30 May 2025 from [https://books.google.co.th/books?hl=th&lr=&id=fu8FZegPSXcC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Joshua+Kurlantzick+\(2007\)+Soft+Power&ots=1LtHjUDusD&sig=GAXcjAKXb4mESvIcDiejlb1jQiE&redir_esc=y#v=onepage&q=Joshua%20Kurlantzick%20\(2007\)%20Soft%20Power&f=false](https://books.google.co.th/books?hl=th&lr=&id=fu8FZegPSXcC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Joshua+Kurlantzick+(2007)+Soft+Power&ots=1LtHjUDusD&sig=GAXcjAKXb4mESvIcDiejlb1jQiE&redir_esc=y#v=onepage&q=Joshua%20Kurlantzick%20(2007)%20Soft%20Power&f=false)
- Kurlantzick, J. (2022). *Beijing's Global Media Offensive*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.cfr.org/expert/joshua-kurlantzick>
- Lan Chang-Mekong River Cooperation Secretariat, C. (2024). *China continues to expand cooperation in the conservation of giant pandas with many countries*. Retrieved 28 April 2025 from http://www.lmcchina.org/tha/2024-07/17/content_42864266.html?
- Ludwig, J. (2017). *SHARP POWER*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.ned.org/wp-content/uploads/2017/12/Introduction-Sharp-Power-Rising-Authoritarian-Influence.pdf>
- Mattern, J. B. (2005). *Why "Soft Power" Isn't So Soft: Representational Force And the Sociolinguistic Construction of Attraction in World Politics*. Retrieved 27 May 2025 from <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/03058298050330031601>
- Ministry of Foreign Affairs The People's Republic of China. (2008). *The Warm Spring Visit Promotes Long-Lasting China-Japan Friendship*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.fmprc.gov.cn/eng/gjhdq_665435/2675_665437/2721_663446/2724_663452/202406/t20240607_11409186.html
- Ministry of Foreign Affairs The People's Republic of China. (2011). *The Chinese Embassy held the Reception hailing the 35th Anniversary of Diplomatic Relations between China and Australia*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.fmprc.gov.cn/eng/xw/zwbdt/202405/t20240530_11350499.html
- Ministry of Foreign Affairs The People's Republic of China. (2025). *Chinese Ambassador to the United States Xie Feng Attends the Giant Panda Exhibit Public Opening Ceremony at the Smithsonian's National Zoo*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.fmprc.gov.cn/eng/xw/zwbdt/202502/t20250207_11550656.html
- Nation, T. (2023). *A brief history of Thailand's 'elephant diplomacy'*. Retrieved 9 June 2025 from <https://www.nationthailand.com/thailand/general/40029194>

- NBC NEWS. (2023). *Are the pandas coming back? China's Xi Jinping surprised the White House*. Retrieved 28 April 2025 from <https://www.nbcnews.com/politics/white-house/chinas-xi-jinping-surprised-white-house-panda-diplomacy-rcna125566>
- NHK World Japan. (2011). *Pandas arrive in Tokyo from China as symbol of friendship*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.japanpolicyforum.jp/diplomacy/pt201810091835248134.html>
- Nikkei Asia. (2023). *China's panda business: How zoos from U.S. to Japan fund Beijing soft power*. Retrieved 28 April 2025 from <https://asia.nikkei.com/Spotlight/The-Big-Story/China-s-panda-business-How-zoos-from-U.S.-to-Japan-fund-Beijing-soft-power>
- Nisbett, M. (2016). *Who Holds the Power in Soft Power?* Retrieved 9 June 2025 from https://kclpure.kcl.ac.uk/portal/files/48846298/Who_Holds_the_Power_in_Soft_Power_MS.docx
- Nye, J. (2004). *Soft Power: The Means to success in World Politics*. Public Affairs.
- Nye, J. S. (2008). *Public Diplomacy and Soft Power*. Retrieved 8 June 2025 from <https://kamudiplomasisi.org/pdf/PDandsoftpower.pdf?utm>
- Nye, J. S. (2011). *The Future of Power*. Retrieved 1 June 2025 from <https://www.jstor.org/stable/41149419?seq=1>
- Nye, J. S. (2021). *Soft power: the evolution of a concept*. Retrieved 27 May 2025 from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/2158379X.2021.1879572>
- Office of the National Economic and Social Development Council. (n.d.). *Sustainable Development Goals*. Retrieved 28 April 2025 from <https://sdgs.nesdc.go.th/goal-15/>
- Parinchat Traipanyasart. (2022). *Strengthening China's Soft Power: The Chinese Government and Pop Culture*. Retrieved 9 June 2025 from <https://app.gs.kku.ac.th/gs/th/publicationfile/item/23rd-grc-2022/HMO8/HMO8.pdf>
- Protection, W. A. (n.d.). *National Panda Day*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.worldanimalprotection.org/our-campaigns/sentience/animal-awareness-days/world-panda-day/#:~:text=National%20Panda%20Day%20is%20held%20on%20the,the%20threats%20they%20face%20in%20the%20wild.>

- Reed, A. (2022). *Panda Diplomacy: China's Use of Soft Power to Influence the World*. Retrieved 15 April 2025 from https://egrove.olemiss.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=3684&context=hon_thesis
- Ricardo, B., Sheikh, A. P., Ward, & H. E. (2022). *The People's Republic of China's Panda Diplomacy*. Retrieved 3 May 2025 from <https://www.congress.gov/crs-product/IF12122>
- RZSS. (n.d.). *Beyond The Panda*. Retrieved 28 April 2025 from <https://learning.rzss.org.uk/course/view.php?id=21>
- RZSS Press Release. (2011). *Statement on panda arrival and collaborative environmental research*. Retrieved 30 May 2025 from <https://pdfs.semanticscholar.org/e85d/6c4621c0fb4bcc7f2bfab9cad8a07b061e1a.pdf>
- Saaida, M. (2023). *The Role of Soft Power in Contemporary Diplomacy*. Retrieved 9 June 2025 from https://www.researchgate.net/publication/370106169_The_Role_of_Soft_Power_in_Contemporary_Diplomacy
- Said, E. (1976). *Orientalism*. Retrieved 3 July 2025 from https://monoskop.org/images/4/4e/Said_Edward_Orientalism_1979.pdf
- Schaffroth, L. (2019). *A critique of the concept Soft Power*. Retrieved 27 May 2025 from https://www.academia.edu/44547072/A_critique_of_the_concept_Soft_Power
- Seethawaka, D., & Schaffner, J. (2023). *Panda Saves the Day: Implementing Panda Diplomacy to Safeguard Diplomatic Animals*. Retrieved 1 June 2025 from <https://journal.fi/gjal/article/view/148770>
- Shambaugh, D. (2015). *China's Soft-Power Push*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.foreignaffairs.com/articles/china/2015-06-16/chinas-soft-power-push>
- Shirk, S. (2007). *Changing Media, Changing Foreign Policy in China*. Retrieved 30 May 2025 from <https://philpapers.org/rec/SHICMC>
- Smithsonian's National Zoo. (2023). *Pandas to return to Washington, D.C. under new agreement with China*. Retrieved 30 May 2025 from <https://nationalzoo.si.edu/news/pandas-return-dc>
- Smithsonian's National Zoo & Conservation Biology Institute. (n.d.). *Meet the Pandas National Zoo*. Retrieved 28 April 2025 from <https://nationalzoo.si.edu/dcpandas>
- Steinwehr, U. (2021). *Fact check: What's China's role in climate change?* Retrieved 1 March 2025 from <https://www.dw.com/en/fact-check-is-china-the-main-climate-change-culprit/a-57777113>

- Stephens, S. (2005). *LESSONS OF THE CROCODILE*. Retrieved 9 June 2025 from https://www.researchgate.net/publication/31203505_LESSONS_OF_THE_CROCODILE
- Telegraph, T. (2011). *First pandas in UK for 17 years a 'symbol of friendship' with China*. <https://www.telegraph.co.uk/news/earth/earthnews/8250826/First-pandas-in-UK-for-17-years-a-symbol-of-friendship-with-China.html?>
- TGO. (2564). *Global warming: Why does the world rely on China's success in solving climate problems?* Retrieved 28 April 2025 from <https://www.tgo.or.th/2023/index.php/th/post/>
- The Atlantic. (2017). *The Sichuan Giant Panda Bases and Sanctuaries*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.theatlantic/photo/2017/11/the-sichuan-giant-panda-bases-and-sanctuaries/546509/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc
- The SAIS Review of International Affairs. (2025). *The Role of Soft Power in the Digital Age*. Retrieved 9 June 2025 from <https://saisreview.sais.jhu.edu/the-role-of-soft-power-in-the-digital-age/>
- The University of Edinburgh. (2024). *Ice is melting and the sea level is rising*. Retrieved 1 March 2025 from https://geosciences-ed.ac.uk./research/impact/ipcc/ar6-report/oceans?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=th&_x_tr_hl=th&_x_tr_pto=tc
- Thussu, D. K. (2013). *The Scramble for Asian Soft Power in Africa*. Retrieved 30 May 2025 from https://link.springer.com/chapter/10.1057/9781137539670_3
- Tokyo Cheapo. (n.d.). *3D Ueno Panda Billboard*. Retrieved 28 April 2025 from <https://tokyocheapo.com/place/3d-ueno-panda-billboard/>
- Tubilewicz, C. (2024). *China's panda diplomacy is cute politics but with fuzzy results*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.lowyinstitute.org/the-interpreter/china-s-panda-diplomacy-cute-politics-fuzzy-results>
- UN Environment Programme. (2022). *COP 15 ends with landmark biodiversity agreement*. Retrieved 28 April 2025 from <https://www.unep.org/news-and-stories/story/cop15-ends-landmark-biodiversity-agreement>
- Walker, C. (2018). *What Is "Sharp Power"?* Retrieved 30 May 2025 from <https://www.journalofdemocracy.org/articles/what-is-sharp-power/>
- Wei, S. (2019). *Cambridge exhibition remembers first panda to UK*. Retrieved 30 May 2025 from <https://www.globaltimes.cn/content/1154134.shtml#:~:text=A%20panda%2Dthe%20med%20exhibition%20is%20being%20held%20at,and%20creative%20cultural%20products%20are%20on%20display.>

- Wu, Y. (2018). *The Rise of China with Cultural Soft Power in the Age of Globalization*. Retrieved 28 April 2025 from https://www.researchgate.net/publication/325021118_The_Rise_of_China_with_Cultural_Soft_Power_in_the_Age_of_Globalization
- Yang, D. (2022). *Are Pandas Effective Ambassadors for Promoting Wildlife Conservation and International Diplomacy?* Retrieved 17 November 2024 from <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/18/11383>
- Yili Group. (n.d.). *Product Design Category Ambrosial Panda Bamboo Yogurt*. Retrieved 28 April 2025 from <https://www.foodtalks.cn/fbifwowfoodawards/en/gallery/wowpackaging/detail/4484>
- Yuhui, Q. (2020). *PANDA DIPLOMACY: CHINA'S SOFTEST POWER? HOW DOES CHINA UTILIZE THE GIANT PANDA IN ITS PUBLIC DIPLOMACY?* Retrieved 28 April 2025 from https://projekter.aau.dk/projekter/files/333641825/Thesis_Panda_Diplomacy_Final.pdf
- Yukaruc, U. (2017). *A Critical Approach to Soft Power*. Retrieved 27 May 2025 from https://www.researchgate.net/publication/332843308_A_Critical_Approach_to_Soft_Power
- Zoo Lex Gallery. (2007). *National Zoological Park Asia Trail Giant Panda Exhibit*. Retrieved 28 April 2025 from <https://zoolex.org/gallery/show/964/>
- Zoos South Australia Adelaide Zoo. (2024). *Giant Panda and Friends*. Retrieved 28 April 2025 from <https://www.adelaidezoo.com.au/animal-experiences/panda-friends/>
- Zreik, M. (2022). *Chinese Soft Power: A Case Study of Panda Diplomacy*. Retrieved 17 November 2024 from <http://journal.centruldedic.ro/wp-content/uploads/2022/08/Mohamad-ZREIK-2022.pdf>