

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยนี้มีพื้นฐานมาจากปรากฏการณ์ที่สื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นกลไกหลักในการสื่อสารระหว่างรัฐกับประชาชนในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ขนาดใหญ่ของตนเอง อาทิ WeChat ซึ่งมีผู้ใช้งานเกือบ 1.39 พันล้านคนต่อเดือน Douyin (TikTok จีน) ราว 770 ล้านคนต่อเดือน และ Weibo ประมาณ 590 ล้านคนต่อเดือน สื่อเหล่านี้ถูกภาครัฐนำมาใช้เผยแพร่นโยบาย แจ้งเตือนบริการสาธารณะ และรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนอย่างแพร่หลาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความรวดเร็ว และความโปร่งใสในการดำเนินงานของรัฐ แนวโน้มดังกล่าวเห็นชัดทั้งในระดับชาติและท้องถิ่น ทำให้การบริหารจัดการ การสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อออนไลน์ กลายเป็นภารกิจสำคัญของรัฐยุคใหม่ ที่ต้องอาศัยกลยุทธ์การสื่อสารที่เหมาะสม แตกต่างจากสื่อดั้งเดิมในแง่รูปแบบเนื้อหา ความเร็วในการส่งต่อ และปฏิสัมพันธ์สองทางกับผู้รับสาร นักวิชาการด้านการสื่อสารร่วมสมัยชี้ว่าการสื่อสารนโยบายที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องส่งสารให้ถูกคน ถูกช่องทาง และถูกวิธี โดยมีกระบวนการวางแผนคัดเลือกผู้ส่งสารที่น่าเชื่อถือ ออกแบบเนื้อหาชัดเจน เหมาะสม เลือกช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด ตลอดจนปรับวิธีการให้สอดคล้องกับลักษณะผู้รับสาร เพื่อให้ประชาชนเกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและลดความเข้าใจผิดในนโยบาย มณฑลเหอหนาน เป็นกรณีศึกษาที่โดดเด่นในบริบทนี้ เนื่องจากเป็นมณฑลใหญ่ที่มีประชากรมหาศาลและหลากหลายทางเศรษฐกิจสังคม รัฐบาลท้องถิ่นต้องเผชิญความท้าทายในการสื่อสารนโยบายให้ครอบคลุมประชาชนทุกกลุ่มทั้งเมืองและชนบท ที่ผ่านมามณฑลเหอหนานริเริ่มใช้ช่องทางออนไลน์หลายรูปแบบ ในการเผยแพร่ข่าวสารภาครัฐและตอบข้อซักถามประชาชนอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังขาดงานวิจัยเชิงวิชาการที่ศึกษาการจัดการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของรัฐบาลท้องถิ่นจีนกรณีนี้เป็นระบบ งานวิจัยฉบับนี้จึงมีเป้าหมายเพื่อเติมเต็มช่องว่างองค์ความรู้ดังกล่าว โดยนำกรอบแนวคิดด้าน นโยบายสาธารณะ การสื่อสารนโยบาย และ สื่อสังคมออนไลน์ มาผสมกัน รวมถึงทฤษฎีการจัดการการสื่อสารและการรับรู้ของผู้รับสาร เพื่อวิเคราะห์ปรากฏการณ์อย่างรอบด้าน (เช่น การประยุกต์โมเดลการสื่อสารของ Lasswell แนวคิดการสื่อสารสองทาง ทฤษฎีความไว้วางใจของสาธารณชนต่อรัฐ เป็นต้น กรอบแนวคิดเหล่านี้ถูกใช้ในการวางแผนวิจัยและตีความผลลัพธ์ เพื่อให้การศึกษามีความเชื่อมโยงกับองค์ความรู้เดิมอย่างชัดเจน งานวิจัยมีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ (1) ศึกษาและอธิบาย รูปแบบ กระบวนการบริหารจัดการ และกลยุทธ์การสื่อสารนโยบายสาธารณะของมณฑลเหอหนานผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ (2) ศึกษา การรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของประชาชนชาวเหอหนานที่มีต่อการสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ของมณฑลเหอหนาน เพื่อตอบโจทย์ทั้งฝั่งผู้ส่งสาร (ภาครัฐ) และผู้รับสาร (ประชาชน) อย่างครอบคลุม การวิจัยนี้ตั้งข้อสันนิษฐานเบื้องต้นไว้ว่า รัฐบาลเหอหนานมีรูปแบบและกลยุทธ์เฉพาะที่วางแผนควบคุมและประเมินผลการสื่อสารออนไลน์อย่างเป็นระบบ และ กระบวนการสื่อสารมีลักษณะจากบนลงล่าง (Top – down) แต่ก็เปิดช่องให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นผ่านฟังก์ชันดิจิทัลบางส่วน ในฝั่งประชาชนก็ตั้งสมมติฐานว่า ประชาชนเหอหนานใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่าง

แพร่หลายเป็นแหล่งรับรู้นโยบายหลัก และ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์หรือพฤติกรรมการใช้สื่ออาจส่งผลต่อระดับการรับรู้และพึงพอใจต่อการสื่อสารนโยบายของรัฐ (เช่น อายุ อาชีพ ความถี่การใช้สื่อ ฯลฯ) ซึ่งสมมติฐานเหล่านี้จะได้รับการตรวจสอบผ่านข้อมูลเชิงปริมาณในงานวิจัยนี้

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีแบบ ผสมผสาน (Mixed Methods) โดยดำเนินการทั้ง เชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ อย่างเป็นระบบ เพื่อให้เข้าใจประเด็นการวิจัยอย่างลึกซึ้งและรอบด้าน รูปแบบการวิจัยถูกออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ มีเป้าหมายเพื่อวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับขั้นตอน กลยุทธ์ และมุมมองของผู้เกี่ยวข้องต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในบริบทเหอหนาน วิธีการที่ใช้ประกอบด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เช่น เจ้าหน้าที่รัฐผู้ดูแลการสื่อสารออนไลน์ นักวิชาการด้านสื่อและนโยบาย ผู้แทนประชาชนผู้ใช้สื่อ เป็นต้น จำนวน 10 คน การสังเกตการณ์ บัญชีทางการบนแพลตฟอร์มต่าง ๆ ประกอบด้วย WeChat Weibo และ Douyin เพื่อดูรูปแบบการโพสต์และปฏิสัมพันธ์ และการวิเคราะห์เอกสาร เช่น เนื้อหาข่าวสารนโยบาย สถิติการเข้าชม/แสดงความคิดเห็นบนโพสต์ และสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลคุณภาพรวมถึงกรอบการวิเคราะห์อย่าง SWOT การประยุกต์ใช้ โมเดล 5W ของ Lasswell เพื่อจัดระบบข้อมูล และการพิจารณากระบวนการสื่อสารตามวงจรชีวิตความคิดเห็นสาธารณะ เช่น การก่อตัว แพร่กระจาย และจางหายของประเด็นในสังคมออนไลน์ ทั้งนี้ข้อมูลคุณภาพถูกวิเคราะห์แบบอธิบายปรากฏการณ์และเชื่อมโยงเชิงเหตุผล เพื่อสร้างภาพรวมของการจัดการสื่อสารนโยบายฝั่งภาครัฐอย่างมีระบบ

การวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งสำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมของประชาชนเหอหนานที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ต่อการรับรู้และประเมินการสื่อสารนโยบายของรัฐ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ทั้งออนไลน์ผ่าน WeChat Weibo Douyin และออฟไลน์ โดยแบ่งเนื้อหาเป็น 6 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานประชากร พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม ระดับการรับรู้นโยบายผ่านสื่อออนไลน์ ระดับความพึงพอใจต่อการสื่อสารนโยบายออนไลน์ ความคาดหวังต่อการสื่อสารนโยบายออนไลน์ และความคิดเห็นเพิ่มเติม กลุ่มตัวอย่างถูกกำหนดขนาด 500 คน (จากการคำนวณตามสูตร Cochran สำหรับประชากรขนาดใหญ่ราว 42 ล้านคน ด้วยความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$) โดยสุ่มแบบหลายขั้นตอน (multi – stage sampling) เพื่อให้ได้ตัวแทนประชาชนที่หลากหลายทั้งภูมิภาคและอาชีพในเหอหนาน รวมทั้งใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นตามภูมิภาคเมือง / ชนบท และกลุ่มอาชีพ และการสุ่มอย่างง่ายในแต่ละชั้นย่อย นอกจากนี้มีการเก็บตัวอย่างแบบสะดวกเพิ่มเติมในกลุ่มที่เข้าถึงยาก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมประชากรทุกส่วนมากที่สุด แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบคุณภาพทั้ง ความตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ การทดลองใช้เบื้องต้น (pilot test) และการทดสอบความเชื่อมั่นของมาตรวัด (Cronbach's alpha) เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่ได้มีความน่าเชื่อถือและแม่นยำเพียงพอต่อการวิเคราะห์ จากนั้นข้อมูลถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติทั้งพรรณนา (ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย) และอนุมาน เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ เครื่องมือสถิติสำคัญได้แก่ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (เช่น สหสัมพันธ์ของ Spearman) การวิเคราะห์ความแตกต่าง (เช่น t – test, ANOVA) การใช้วิธีการทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณเช่นนี้เอื้อให้สามารถตรวจสอบข้อมูลแบบไขว้กัน (triangulation) เพื่อเพิ่มความแม่นยำของข้อสรุป อีกทั้งเปิดโอกาสให้ บูรณาการผลการวิจัย (Mixed

Methods Integration) โดยเชื่อมโยงสิ่งที่พบจากการวิเคราะห์ฝั่งภาครัฐกับมุมมองฝั่งประชาชนเข้าด้วยกันในการอภิปรายผล

ผลการวิจัยด้านกลยุทธ์และการจัดการสื่อสารนโยบายของภาครัฐ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเผยให้เห็นว่า รัฐบาลมณฑลเหอหนานมีระบบการจัดการการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ที่มีการวางแผนและโครงสร้างชัดเจน สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่แรกว่ามีรูปแบบและกลยุทธ์เฉพาะในการสื่อสารออนไลน์อย่างเป็นระบบ ผลการศึกษาได้จำแนกสาระสำคัญออกเป็นสองส่วนใหญ่ คือ (1) รูปแบบ / ช่องทางและกลยุทธ์การสื่อสารที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน และ (2) การวิเคราะห์จุดเด่นกับความท้าทายของรูปแบบดังกล่าว รวมถึงโครงสร้างกระบวนการบริหารที่รองรับการสื่อสารนโยบายในมณฑลเหอหนาน ดังนี้

1. กลยุทธ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์หลายแพลตฟอร์ม

รัฐบาลเหอหนานมีการใช้ แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลัก อย่างกว้างขวางเพื่อเข้าถึงประชาชนวงกว้าง Weibo (微博) ถูกใช้โดยหน่วยงานระดับมณฑลและเมือง (เช่น @河南政府网, @郑州发布) ในการประกาศนโยบายสำคัญ ข่าวด่วน และแชร์ความคืบหน้าเชิงเศรษฐกิจสังคม ตลอดจนส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้แฮชแท็กสร้างการมีส่วนร่วมและติดตามกระแสสังคม WeChat (微信) ถูกใช้ในรูปแบบบัญชีบริการสาธารณะของหน่วยงานรัฐ (เช่น 河南政府网) เพื่อเผยแพร่บทความเชิงลึก รายงานคุณภาพสูง และข้อมูลบริการประชาชน เช่น การนัดหมายบริการ การร้องเรียน ผ่านเมนูในบัญชี รวมถึงจัดกิจกรรมออนไลน์เช่นตอบคำถามชิงรางวัลเพื่อดึงดูดผู้ติดตาม ส่วน Douyin (抖音) ถูกใช้โดยหน่วยงานด้านวัฒนธรรมและท่องเที่ยวในการผลิต วิดีโอสั้น โปรโมทมณฑลให้ไวรัล ดึงดูดความสนใจคนรุ่นใหม่ด้วยเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ เช่น คลิปแสดงมรดกวัฒนธรรม เช่น Tang Palace Night Banquet ของพิพิธภัณฑ์เหอหนาน และไลฟ์สตรีมมิงนำชมสถานที่จริง เพื่อสร้างประสบการณ์เสมือนและกระตุ้นการท่องเที่ยว นอกจากนี้ รัฐบาลยังพัฒนาแพลตฟอร์มบริการดิจิทัลแบบเบ็ดเสร็จ เช่น แอป Yu Shi Ban ที่รวมบริการภาครัฐต่าง ๆ ไว้ในที่เดียว ให้ประชาชนทำธุรกรรมออนไลน์ได้สะดวก ต่อการจ่ายค่าสาธารณูปโภค จองคิวโรงพยาบาล ตรวจสอบประกันสังคม เป็นต้น พร้อมทั้งมีเว็บไซต์ทางการของมณฑลและหน่วยงานย่อยเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้สำหรับข่าวสารและประกาศนโยบายอย่างเป็นทางการควบคู่กันไป รัฐบาลเหอหนานยังจัดแคมเปญการตลาดดิจิทัล ขนาดใหญ่ข้ามแพลตฟอร์ม เช่น แคมเปญ 行走河南·读懂中国 (เดินเที่ยวเหอหนาน อ่านเข้าใจประเทศจีน) เพื่อโปรโมทจุดขายด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรมของมณฑลร่วมมือกับบล็อกเกอร์และแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์เพื่อขยายการเข้าถึง กลยุทธ์การสื่อสารแบบหลายช่องทางและหลากหลายรูปแบบเช่นนี้สะท้อนการใช้สื่อใหม่ อย่างเต็มประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้ข้อมูลนโยบายของรัฐเหอหนานกระจายสู่ประชาชนได้รวดเร็ว ทั่วถึง และตรงกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น

2. กระบวนการวางแผนเนื้อหาและบริหารจัดการ

รัฐบาลมณฑลเหอหนานมีกระบวนการภายในที่รัดกุมในการควบคุมคุณภาพและความสอดคล้องของสารที่เผยแพร่ ผลการวิจัยพบว่ามีการจัดตั้ง คณะกรรมการนำด้านการประชาสัมพันธ์ดิจิทัล ระดับมณฑล ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานสำคัญ 7 แห่ง เช่น กรมโฆษณาพรรคฯ สำนักงานรัฐบาลมณฑล กรมวัฒนธรรมและท่องเที่ยว กรมการศึกษา กรมสาธารณสุข กรมทรัพยากรมนุษย์และสังคม และสำนักงาน Big Data เพื่อกำกับทิศทางการสื่อสารนโยบายให้เป็นเอกภาพ

นอกจากนี้ยังมี ศูนย์บัญชาการสื่อใหม่ ที่เปิดทำการ 24 ชั่วโมงทุกวัน มีเจ้าหน้าที่ประจำ 120 คน แบ่งหน้าที่เป็น 4 ทีม ได้แก่ (1) ทีมตรวจสอบเนื้อหา ทำหน้าที่กลั่นกรองโพสต์ ความคิดเห็น และป้องกันข่าวลือ (2) ทีมผลิตเนื้อหา ที่สร้างและปรับแต่งข้อมูลนโยบายที่น่าสนใจ (3) ทีมวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ AI และเครื่องมือขั้นสูงติดตามกระแสและประเมินผลตอบรับแบบเรียลไทม์ และ (4) ทีมประสานงาน ที่เชื่อมต่อกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อรวบรวมข้อมูลและตอบสนองประเด็นต่าง ๆ ศูนย์บัญชาการสื่อใหม่ นี้ยังพัฒนาเทคโนโลยีเฉพาะ เช่น ระบบ Henan Cloud สำหรับรวมศูนย์ข้อมูลนโยบายและวิเคราะห์ข้อมูลข้ามหน่วยงาน ระบบ Eagle Eye สำหรับตรวจจับเนื้อหาออนไลน์กว่า 500,000 รายการต่อ นาทีด้วย AI ที่ครอบคลุม 58 แพลตฟอร์ม เพื่อมอนิเตอร์ความคิดเห็นสาธารณะอย่างแม่นยำ และ ระบบ Public Opinion Butler สำหรับวิเคราะห์ความรู้สึกของประชาชนจากข้อความออนไลน์ เป็นต้น การวางโครงสร้างและกระบวนการเชิงรุกเช่นนี้ทำให้รัฐบาลเหอหนานสามารถ ควบคุมกรอบเนื้อหาของสาร ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาที่เผยแพร่ถูกตีความผ่านกรอบวาทกรรมทางการเมืองของรัฐ เพื่อสร้างความสอดคล้อง ทั้งในแนวตั้งจากระดับมณฑลสู่ระดับท้องถิ่น และแนวนอนในลักษณะข้ามแพลตฟอร์ม ทุกโพสต์และข้อความจึงมีน้ำเสียงและทิศทางเดียวกัน ลดความเสี่ยงของข้อมูลคลาดเคลื่อนที่อาจบั่นทอนความเข้าใจของประชาชน นอกจากนี้รัฐบาลยังให้ความสำคัญกับ การฝึกอบรมบุคลากร ด้านการสื่อสารดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง จัดอบรมเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ในหน่วยงานต่าง ๆ เกี่ยวกับทักษะการผลิตคอนเทนต์ออนไลน์ การจัดการโซเชียลมีเดีย และการอธิบายนโยบาย ให้มีประสิทธิภาพ ตลอดจนสนับสนุนให้ข้าราชการผู้บริหารมีตัวตนบนโลกออนไลน์บ้างอย่างเหมาะสม เพื่อสร้างภาพลักษณ์เปิดกว้างและเข้าถึงง่ายของภาครัฐ อีกด้านหนึ่ง เมื่อเกิดสถานการณ์วิกฤตที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย เช่น เหตุการณ์ฉุกเฉิน สาธารณภัย หรือดราม่านโยบาย มณฑลเหอหนานมีแผนการสื่อสารภาวะวิกฤต ที่ใช้ช่องทางออนไลน์หลักประกาศข้อมูลอย่างเป็นทางการอย่างรวดเร็ว ปฏิเสธข่าวลือ และสื่อสารแนวทางแก้ไขโดยยึดตามคำสั่งและกรอบคำอธิบายจากส่วนกลาง เพื่อควบคุมสถานการณ์ความเห็นสาธารณะไม่ให้ตื่นตระหนกหรือบิดเบือน ความพร้อมด้านบุคลากร เทคโนโลยี และแนวปฏิบัติทั้งปวงนี้ ทำให้การสื่อสารนโยบายของเหอหนานผ่านสื่อใหม่มีลักษณะเป็นระบบที่จัดโครงสร้างสูง โดยมีเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นแกนกลางในการขับเคลื่อน ดังที่ผลการวิจัยสรุปว่า ระบบดังกล่าวเป็น โมเดลชั้นนำของจีน ที่ผสมผสานการควบคุมจากศูนย์กลางอย่างเข้มงวดเข้ากับการใช้สื่อดิจิทัลสมัยใหม่เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมในวงกว้าง

3. จุดเด่นของรูปแบบการสื่อสารนโยบายของเหอหนาน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลของระบบการสื่อสารนโยบายดิจิทัลของมณฑลเหอหนาน สามารถสรุปลักษณะเด่นได้ 4 ประการ ได้แก่ (1) การบูรณาการดิจิทัลสูง โดยมีการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์และบริการดิจิทัลอย่างเต็มที่เพื่อความเร็วและครอบคลุมในการเข้าถึงประชาชนทุกระดับ (2) การควบคุมสารอย่างมีประสิทธิภาพ โดยรัฐบาลได้กำหนดข้อความและกรอบการสื่อสารที่สอดคล้องกันในทุกช่องทาง สร้างความเป็นเอกภาพของข้อมูลนโยบาย ลดความสับสนในหมู่ประชาชน (3) การลงทุนในบุคลากรและช่องทาง รัฐบาลเหอหนานมีการพัฒนาบุคลากรและจัดสรรทรัพยากรให้ทุกหน่วยงานใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์ได้อย่างมืออาชีพ รวมถึงการมีโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีรองรับ และ (4) ความรวดเร็วในการจัดการวิกฤต พัฒนาระบบออนไลน์ที่ช่วยให้รัฐตอบสนองต่อเหตุการณ์เฉพาะหน้าได้ทันท่วงที ลดข่าวลือและชี้แจงข้อมูลได้อย่างฉับไว จุดแข็งเหล่านี้สะท้อนถึงความสอดคล้องกับ

แนวคิดการสื่อสารภาครัฐยุคใหม่ที่เน้น Smart Governance คือใช้เทคโนโลยีและการจัดการที่ดี เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และประชาชนได้รับข้อมูลที่ถูกต้องรวดเร็ว ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้ยืนยันว่ารัฐบาลเหอหนานมีความก้าวหน้ามากในด้านดังกล่าว

4. ความท้าทายและข้อจำกัด

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยครั้งนี้แม้จะมีจุดเด่นหลายประการ แต่งานวิจัยได้ชี้ 4 ประเด็นท้าทายหลัก ที่ระบบการสื่อสารของเหอหนานยังต้องพัฒนา (1) ความมีส่วนร่วมที่แท้จริงของประชาชน ช่องทางรับฟังความคิดเห็นที่มีอยู่ เช่น คอมเมนต์ออนไลน์ การสำรวจความเห็น เป็นต้น ยังอาจไม่สะท้อนเสียงประชาชนที่หลากหลายหรือวิจารณ์เชิงลบได้เต็มที่ กระบวนการสื่อสารโดยรวมยังคงเป็นแบบบนลงล่างเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับข้อสังเกตของ Zhang & Chen (2022) ว่าแม้จีนจะเปิดพื้นที่ออนไลน์ให้ประชาชนบ้าง แต่ก็ยังจำกัดการแสดงออกที่นอกกรอบ กล่าวคือรัฐยังคงควบคุมวาทกรรมอย่างเข้มงวด ทำให้การมีส่วนร่วมของประชาชนอยู่ในระดับที่จำกัดได้ มากกว่าจะเป็นการมีส่วนร่วมแบบเสรีจริง ๆ นี่เป็นช่องว่างสำคัญเมื่อเทียบกับแนวคิดการสื่อสารสองทางในเชิงทฤษฎี (two – way symmetrical communication) ที่เน้นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างเท่าเทียมระหว่างรัฐกับประชาชน (2) ช่องว่างทางดิจิทัล (Digital Divide) การพึ่งพาช่องทางสื่อออนไลน์อาจทำให้บางกลุ่มตกหล่น โดยเฉพาะผู้สูงอายุหรือประชาชนชนบทที่ทักษะดิจิทัลต่ำ หรือพื้นที่ที่โครงสร้างพื้นฐานอินเทอร์เน็ตยังไม่ทั่วถึง ผลวิจัยยืนยันว่าภาครัฐกังวลว่ากลุ่มเหล่านี้อาจไม่ได้รับข้อมูลนโยบายเพียงพอ จึงยังต้องมีวิธีสื่อสารเสริมอื่น ๆ เช่น ป้ายประกาศในหมู่บ้าน การสื่อสารแบบเผชิญหน้าโดยเจ้าหน้าที่ท้องถิ่น เพื่อไม่ให้เกิดความเหลื่อมล้ำ ช่องว่างดิจิทัลนี้เป็นความท้าทายที่งานวิจัยหลายชิ้นทั่วโลกชี้ให้เห็นตรงกันว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้ในภาครัฐต้องควบคู่กับมาตรการเพิ่มการเข้าถึงสำหรับกลุ่มเปราะบาง (3) ข้อจำกัดในการตอบสนองต่อเสียงสะท้อน แม้รัฐจะเปิดช่องให้แสดงความคิดเห็น แต่ความสามารถในการปรับเปลี่ยนหรือทบทวนนโยบายตามข้อเสนอแนะประชาชนยังจำกัด ผลการสัมภาษณ์ชี้ว่าหลายครั้งความคิดเห็นออนไลน์ถูกเก็บรวบรวมแต่ไม่ได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่จับต้องได้เท่าที่ควร ประเด็นนี้สะท้อนถึงธรรมชาติของระบบบริหารที่ยังค่อนข้างรวมศูนย์ ซึ่งการตอบสนองต่อเสียงประชาชนต้องผ่านลำดับขั้นและอาจชะลอหรือกลบเสียงบางส่วน (4) ความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ: แม้ประชาชนเหอหนานโดยรวมจะรับรู้นโยบายและข้อมูลข่าวสารรัฐผ่านสื่อออนไลน์อย่างดี แต่การที่รัฐควบคุมข้อมูลเข้มงวดก็อาจกระทบความเชื่อมั่นในบางสถานการณ์ ผลการวิเคราะห์ระบุว่าในเหตุการณ์วิกฤตหรือกรณีอ่อนไหว หากรัฐสื่อสารไม่โปร่งใสทั้งหมด ประชาชนบางส่วนอาจคลางแคลงใจในความถูกต้องของข้อมูลหรือเจตนาของรัฐ (Zhao Hanlin, 2024) ถูกอ้างถึงในรายงานว่าการควบคุมข่าวสารมากเกินไปอาจบั่นทอนความน่าเชื่อถือ ดังนั้นโจทย์สำคัญคือการสร้างดุลยภาพระหว่างการควบคุมข้อมูลกับความโปร่งใส เพื่อรักษาความไว้วางใจของสาธารณชนในระยะยาว

เมื่อพิจารณาภาพรวม รูปแบบการจัดการสื่อสารนโยบายของเหอหนาน มีลักษณะเป็นระบบสื่อสารภาครัฐแบบดิจิทัลที่ผสมผสานการสั่งการจากบนลงล่างกับการใช้นวัตกรรมเทคโนโลยี ผลการวิจัยสรุปได้ว่าระบบนี้มีโครงสร้างสูง นำโดยพรรคคอมมิวนิสต์และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกระดูกสันหลัง เน้นเผยแพร่ข้อความที่สอดคล้อง ควบคุมได้ รวดเร็วและครอบคลุมผ่านช่องทางหลากหลาย กล่าวคือ หัวใจยังคงเป็นการสื่อสารแบบ Top – down เพื่อสร้างความเข้าใจและความชอบ

ธรรมแก่โยบาย แม้จะมีความพยายามเสริมช่องทางฟังเสียงประชาชนอยู่บ้างก็ตาม ในแง่นี้ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพของบทที่ 4 ได้ตอบวัตถุประสงค์ข้อแรกอย่างชัดเจน โดยอธิบายรูปแบบและกลยุทธ์ของการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในเหอหนาน ทั้งส่วนที่ประสบความสำเร็จและจุดที่เป็นความท้าทาย ซึ่งจะถูกนำไปเชื่อมโยงกับข้อมูลฝั่งประชาชนต่อไป

ผลการวิจัยด้าน การรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวังของประชาชน

การสำรวจประชาชนชาวเหอหนานจำนวน 500 คน ที่ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ได้ให้ข้อมูลเชิงปริมาณเกี่ยวกับระดับ การรับรู้ ความพึงพอใจ และความคาดหวัง ต่อการสื่อสารนโยบายภาครัฐผ่านช่องทางดิจิทัล ผลสรุปที่ได้มีดังนี้

1. การรับรู้ข้อมูลนโยบาย

ประชาชนโดยรวมมีระดับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนโยบายที่รัฐเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในเกณฑ์ สูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.58) แสดงว่าคนส่วนใหญ่ ทราบและติดตาม ข้อมูลนโยบายของมณฑลเหอหนานที่เผยแพร่ในโลกออนไลน์เป็นอย่างดี ในบรรดามิติที่วัด พบว่า ความเข้าใจเนื้อหาของข้อมูลนโยบาย เป็นมิติที่ประชาชนทำคะแนนสูงสุด (เฉลี่ย 4.66) สะท้อนว่าประชาชนเข้าใจสาระสำคัญของนโยบายที่สื่อออนไลน์ถ่ายทอดได้อย่างชัดเจน รองลงมาคือ การตระหนักว่าหน่วยงานรัฐเผยแพร่ข้อมูลนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ (เฉลี่ย 4.61) กล่าวคือประชาชนส่วนใหญ่รู้ว่ารัฐบาลเหอหนานมีช่องทางโซเชียลในการสื่อสารและคอยติดตามช่องทางเหล่านั้นอยู่ นอกจากนี้ ประชาชนยังให้คะแนน ความเชื่อมั่นในความถูกต้องน่าเชื่อถือของข้อมูลนโยบายที่ได้รับ สูงถึง 4.60 (สูงมาก) หมายความว่าข้อมูลที่รัฐเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ได้รับความไว้วางใจในระดับสูง ช่วยให้ประชาชนเชื่อว่าข้อมูลดังกล่าวถูกต้องและน่าเชื่อถือ อีกทั้งยังมองว่าการที่รัฐบาลใช้สื่อสังคมออนไลน์ เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารนโยบาย (เฉลี่ย 4.57) รวมถึงเห็นว่า ช่องทางออนไลน์มีความสะดวกและเข้าถึงง่าย สำหรับรับข้อมูลข่าวสาร (เฉลี่ย 4.56) และโดยภาพรวม ข้อมูลนโยบายที่เผยแพร่ออนไลน์ มีประโยชน์และตรงความสนใจของตน (เฉลี่ย 4.52) ตัวเลขเหล่านี้ยืนยันว่าการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ของภาครัฐเหอหนานประสบความสำเร็จในการสร้างการรับรู้ ประชาชนส่วนใหญ่รับรู้ เข้าใจ และเชื่อถือข้อมูลนโยบายเป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายหลักของการประชาสัมพันธ์นโยบาย

2. ความพึงพอใจต่อการสื่อสารนโยบาย

ประชาชนรายงานระดับ ความพึงพอใจ ในการที่รัฐสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในเกณฑ์ สูงมาก เช่นกัน ซึ่งบ่งชี้ว่าประชาชนส่วนใหญ่พึงพอใจกับวิธีและผลลัพธ์การสื่อสารนโยบายผ่านช่องทางดิจิทัลของรัฐบาล สำหรับรายละเอียดเชิงมิติ พบว่าประชาชน พึงพอใจกับความชัดเจน และเข้าใจง่ายของเนื้อหาข้อมูลนโยบาย มากที่สุด (เฉลี่ย 4.59) แสดงว่าการที่รัฐนำเสนอเนื้อหา นโยบายผ่านสื่อออนไลน์ด้วยภาษาหรือรูปแบบที่เข้าใจง่าย ได้รับการตอบรับเชิงบวกอย่างยิ่ง ถัดมา คือ ความพึงพอใจที่รัฐใช้หลายแพลตฟอร์มในการเผยแพร่ข้อมูล (เฉลี่ย 4.56) ประชาชนมองว่าการกระจายข้อมูลผ่านทั้ง WeChat Weibo และ Douyin เป็นต้น เป็นเรื่องดีที่ช่วยให้ตนได้รับข้อมูลผ่านช่องทางที่ตนใช้อยู่ สอดคล้องกับหลักการหลายช่องทางควบคู่ ในการสื่อสารที่บทที่ 2 กล่าวถึง นอกจากนี้ ประชาชนยัง พึงพอใจกับความถี่ในการเผยแพร่ข้อมูล (เฉลี่ย 4.55) แสดงว่ารัฐโพสต์หรืออัปเดตข้อมูลบ่อยเพียงพอ ไม่ปล่อยให้ข้อมูลนโยบายล่าช้ากว่าความคาดหวังของผู้รับสาร อีกด้านหนึ่ง ความครอบคลุมของเนื้อหาและหัวข้อของข้อมูลนโยบาย ที่เผยแพร่ก็ได้คะแนนพึงพอใจสูง

(เฉลี่ย 4.53) บ่งชี้ว่าประชาชนเห็นว่ารัฐครอบคลุมประเด็นนโยบายที่สำคัญต่อชีวิตความเป็นอยู่ของพวกเขาอย่างเหมาะสม ประชาชนยังพึงพอใจกับ ประสบการณ์การได้รับข้อมูลนโยบายผ่านช่องทางออนไลน์ โดยรวม (เฉลี่ย 4.52) แสดงว่าพวกเขาชอบที่ได้รับข่าวสารผ่านโซเชียลมีเดียมากกว่าวิธีอื่น และสุดท้าย ประชาชน พึงพอใจกับโอกาสในการโต้ตอบหรือแสดงความคิดเห็น ที่รัฐเปิดให้บนสื่อสังคมออนไลน์ (เฉลี่ย 4.49) ตรงนี้ชี้ว่าถึงแม้จะยังเป็นการสื่อสารแบบ Top – down เป็นหลัก แต่ประชาชนก็รับรู้ได้ว่ามีช่องทางให้พวกเขาส่งเสียงหรือปฏิสัมพันธ์กับรัฐบาล และรู้สึกดีในระดับหนึ่งกับโอกาสนั้น โดยรวมแล้ว ความพึงพอใจในระดับสูงสะท้อนว่า แนวทางการสื่อสารของรัฐเหอหนาน สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน พวกเขาเห็นว่ารัฐทำได้ดีในเรื่องเนื้อหาชัดเจน ใช้สื่อหลายรูปแบบ ความถี่สม่ำเสมอ และตอบโต้เรื่องข้อมูลที่อยากรู้ ซึ่งเป็นตัวชี้ว่ากลยุทธ์การสื่อสารหลายอย่างที่รัฐดำเนินการ เช่น mult i- platform content strategy ได้สร้างความพึงพอใจตามเป้าหมาย

3. ความคาดหวังต่อการพัฒนาการสื่อสารนโยบาย

แม้ประชาชนจะรับรู้และพึงพอใจในระดับสูง แต่พวกเขาก็ยังมีความคาดหวังให้การสื่อสารนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ของรัฐ พัฒนาให้ดียิ่งขึ้นต่อไป ซึ่งระดับความคาดหวังโดยรวมอยู่ที่สูงมาก (ค่าเฉลี่ยรวมประมาณ 4.59) นับว่าประชาชนเหอหนานอยากเห็นการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องในมิติสำคัญ ๆ ของการสื่อสารภาครัฐ สำหรับประเด็นที่คาดหวังสูงสุด อันดับแรกคือ ประชาชนคาดหวังให้ช่องทางดิจิทัลของภาครัฐมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต (ค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.76) ซึ่งสะท้อนทัศนคติว่าถึงแม้ปัจจุบันจะดีมากแล้ว แต่ก็อยากให้รัฐไม่หยุดนิ่งและนำเทคโนโลยีหรือแนวทางใหม่ ๆ มาปรับใช้เพิ่มประสิทธิภาพต่อเนื่อง ประชาชนยังคาดหวังให้เนื้อหาข้อมูลนโยบายมีความชัดเจนและเข้าใจง่ายยิ่งขึ้น รวมถึงใช้รูปแบบเนื้อหาที่ทันสมัยหลากหลายมากขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.59) ซึ่งสอดคล้องกับเทรนด์สื่อใหม่ที่เนื้อหาควรดึงดูดและเข้าใจง่าย เช่น ใช้อินโฟกราฟิก วิดีโอ มากขึ้น นอกจากนี้ ประชาชนอยากให้เนื้อหา นโยบายสอดคล้องกับความต้องการและบริบทของประชาชนยิ่งขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.58) หมายถึงอยากให้ข้อมูลที่สื่อสารออกมา ตรงกับปัญหาหรือความสนใจเฉพาะของท้องถิ่น ไม่ใช่แค่ภาพรวมกว้าง ๆ ตามส่วนกลาง อีกทั้งประชาชนคาดหวังเรื่อง ความถูกต้อง น่าเชื่อถือและความโปร่งใสของข้อมูลนโยบายเพิ่มขึ้น (ค่าเฉลี่ย 4.53) แม้ปัจจุบันจะเชื่อถือมากอยู่แล้ว แต่ก็อยากให้รัฐเปิดเผยข้อมูลและหลักฐานต่าง ๆ อย่างโปร่งใสยิ่งขึ้น เพื่อตอกย้ำความน่าเชื่อถือ และสุดท้าย ประชาชน ต้องการช่องทางให้สามารถโต้ตอบ สอบถาม หรือแสดงความคิดเห็นต่อข้อมูลนโยบายได้มากขึ้น กว่าเดิม (ค่าเฉลี่ย 4.50) ซึ่งเป็นเรื่องการมีส่วนร่วมโดยตรงที่ยังมีคะแนนเป็นรองด้านอื่น ๆ ในปัจจุบัน ความคาดหวังตรงนี้สอดคล้องกับที่งานวิจัยเชิงคุณภาพชี้ถึงข้อจำกัดเรื่องการมีส่วนร่วม ดังนั้นประชาชนส่วนหนึ่งจึงอยากเห็นการปรับปรุงในเรื่องเปิดเวทีรับฟังความคิดเห็นมากขึ้น สรุปแล้ว ความคาดหวังทั้งหลายชี้ทิศทางว่า ประชาชนพอใจกับสิ่งที่รัฐทำแต่ก็เรียกร้องการยกระดับต่อไป ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี เนื้อหา การเข้าถึงเฉพาะกลุ่ม ความโปร่งใส หรือการมีส่วนร่วม แสดงว่าพวกเขาให้ความสำคัญกับการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อออนไลน์มากและพร้อมจะมีส่วนร่วมมากขึ้นหากรัฐปรับปรุงตามที่คาดหวัง

3. การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ข้อมูลเชิงปริมาณถูกนำไปตรวจสอบสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ซึ่งผลลัพธ์มีทั้งที่สอดคล้องและขัดแย้งกับคาดการณ์เดิม ดังนี้

3.1 ปัจจัยประชากรศาสตร์กับระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบาย

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์และการทดสอบความแตกต่างพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ของประชาชน ไม่มีความสัมพันธ์หรือความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ กับระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบาย ที่ได้รับผ่านสื่อสังคมออนไลน์ กล่าวคือ ไม่ว่าจะเป็นชายหรือหญิง อายุมากหรือน้อย การศึกษาสูงหรือต่ำ หรือฐานะรายได้ต่างกัน ทุกกลุ่มต่างมีระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบายออนไลน์ใกล้เคียงกัน ไม่มีปัจจัยใดที่ทำให้การรับรู้ข้อมูลนโยบายต่างอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ที่เคยคาดว่าองค์ประกอบประชากรเหล่านี้จะส่งผลต่อระดับการรับรู้ ดังที่สรุปไว้ว่า เพศของประชาชนไม่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ อายุของประชาชนไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพล ระดับการศึกษาของประชาชนไม่มีผลต่อการรับรู้ข้อมูล รายได้ของประชาชนไม่ส่งผลต่อการรับรู้ข้อมูล มีเพียงตัวแปร อาชีพ ที่พบความสัมพันธ์เล็กน้อยกับระดับการรับรู้ข้อมูลนโยบาย โดยค่าสถิติชี้ว่า อาชีพของประชาชนมีผลต่อระดับการรับรู้ในระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Spearman's rho, $p \approx 0.049$) ซึ่งอาจหมายความว่าบางกลุ่มอาชีพ เช่น ข้าราชการหรือนักวิชาการ ที่ใกล้ชิดข้อมูลรัฐอาจรับรู้ข้อมูลสูงกว่ากลุ่มอื่นเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม โดยภาพรวมแล้ว ประชาชนทุกกลุ่มพื้นฐานมีการรับรู้ข้อมูลสูงใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลเชิงพรรณนาที่ระบุว่าคะแนนรับรู้เฉลี่ยอยู่ในระดับสูงมากทั่วทั้งกลุ่มตัวอย่าง ปัจจัยพื้นฐานจึงไม่ใช่เงื่อนไขตัดสินว่ากลุ่มใดจะรับรู้มากหรือน้อยในกรณีนี้

3.2 ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์กับระดับความพึงพอใจ สมมติฐานตั้งไว้ว่า ผู้ที่ใช้สื่อออนไลน์บ่อยจะพึงพอใจกับข้อมูลนโยบายที่เผยแพร่มากกว่า แต่ผลการวิเคราะห์ไม่สนับสนุนสมมติฐานนี้ พบว่า ความถี่การใช้สื่อออนไลน์ของประชาชนไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับระดับความพึงพอใจต่อข้อมูลนโยบายของรัฐ (Spearman's rho $r \approx 0.055$, $p = 0.384 > 0.05$) กล่าวคือคนที่ใช้อินเทอร์เน็ตหรือโซเชียลบ่อยกับไม่บ่อย ต่างก็พึงพอใจกับการสื่อสารนโยบายของรัฐในระดับสูงไม่ต่างกัน อาจเป็นเพราะถึงแม้จะใช้บ่อยหรือไม่บ่อย แต่เมื่อได้รับข้อมูลที่ดีและชัดเจน ทุกคนก็พึงพอใจคล้าย ๆ กัน ผลนี้อาจขัดกับสามัญสำนึกที่คิดว่าคนออนไลน์จัดจะวิจารณ์มากกว่า แต่ข้อมูลชี้ว่าทุกคนล้วนพึงพอใจสูงใกล้เคียงกัน

3.3 ความไว้วางใจต่อภาครัฐกับระดับการมีส่วนร่วมบนสื่อออนไลน์ ข้อนี้พบผลสอดคล้องกับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ประชาชนที่มีระดับความไว้วางใจต่อหน่วยงานภาครัฐสูง มีแนวโน้มจะแสดงพฤติกรรมมีส่วนร่วม (แสดงความคิดเห็น / แชร์ข้อมูลนโยบาย) ผ่านสื่อสังคมออนไลน์สูงกว่า คนที่ไว้วางใจต่ำ อย่างชัดเจน ความสัมพันธ์ระหว่าง ความไว้วางใจ กับ การมีส่วนร่วม เป็นไปในทางบวกและอยู่ในระดับมีนัยสำคัญทางสถิติ (ค่าสหสัมพันธ์ Spearman's rho ~ 0.235 , $p < 0.001$) สรุปคือ ผู้ที่ไว้วางใจรัฐมากจะแสดงพฤติกรรมมีส่วนร่วมทางออนไลน์สูงกว่า เช่น พวกเขามักจะคอมเมนต์แสดงความคิดเห็นหรือแชร์โพสต์ข้อมูลนโยบายของภาครัฐมากกว่า สะท้อนบทบาทของทุนทางสังคม ในรูปของความเชื่อมั่นที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางพลเมือง ผลนี้สอดคล้องกับทฤษฎีความน่าเชื่อถือและการมีส่วนร่วมที่ระบุว่าประชาชนจะร่วมมือหรือ engage กับกิจกรรมภาครัฐมากขึ้นหากเชื่อมั่นในหน่วยงานนั้น การค้นพบนี้ยังให้ข้อคิดเชิงนโยบายว่าหากรัฐต้องการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมากขึ้น รัฐจำเป็นต้องสร้างและรักษาความไว้วางใจของประชาชนให้ได้ก่อน ซึ่งเชื่อมโยงกลับไปยังประเด็นความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือที่กล่าวถึงในผลเชิงคุณภาพ

3.4 ช่องทางสื่อสารสังคมที่ใช้รับข้อมูลกับระดับความคาดหวัง สมมติฐานตั้งไว้ว่าผู้ใช้ช่องทางต่างกัน จะมีระดับความคาดหวังต่อการสื่อสารนโยบายที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทว่าผลการทดสอบด้วยสถิติ ANOVA กลับไม่พบความแตกต่างดังกล่าว ($F = 1.463, p = 0.2335 > 0.05$) นั่นคือ กลุ่มประชาชนที่ติดตามข้อมูลนโยบายผ่าน WeChat Weibo หรือ Douyin ไม่ได้มีระดับความคาดหวังต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทุกกลุ่มช่องทางล้วนมีความคาดหวังสูงมากพอๆกันในการอยากเห็นการพัฒนาการสื่อสารของรัฐ เหตุผลอาจเป็นเพราะประชาชนจำนวนมากใช้หลายแพลตฟอร์มควบคู่กัน หรือความคาดหวังเป็นเรื่องภาพรวมต่อรัฐบาลไม่ได้ขึ้นกับสื่อใดสื่อหนึ่งเป็นพิเศษ ผลนี้ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ที่คาดไว้ว่าช่องทางต่างกันจะมีความคาดหวังต่างกัน ซึ่งช่วยยืนยันว่าการคาดหวังให้รัฐปรับปรุงนั้นเป็นมุมมองร่วมของประชาชนทุกกลุ่ม ไม่แบ่งแยกตามช่องทางการรับข้อมูล

โดยสรุปข้อมูลเชิงปริมาณ ตอบคำถามวิจัยข้อที่สองได้อย่างครอบคลุมว่า ประชาชนชาวมณฑลเหอหนานมีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารนโยบายของรัฐผ่านสื่อออนไลน์ในระดับสูงมาก มีความพึงพอใจต่อรูปแบบและผลลัพธ์การสื่อสารดังกล่าวอย่างยิ่ง และมีความคาดหวังให้รัฐพัฒนาปรับปรุงต่อเนื่องในบางด้าน เช่น เพิ่มความชัดเจน ทันสมัย โปร่งใส และเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากขึ้น นอกจากนี้ ยังค้นพบปัจจัยเชิงสาเหตุบางประการคือ ความไว้วางใจในรัฐมีผลต่อการมีส่วนร่วมทางออนไลน์ ขณะที่ปัจจัยพื้นฐานอย่างประชากรศาสตร์หรือความถี่ใช้งานสื่อกลับไม่ได้ส่งผลมากนัก ความรู้ที่ได้จากส่วนนี้จึงช่วยให้เข้าใจมุมมองและความต้องการของประชาชนที่มีต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อใหม่ได้เป็นอย่างดี

การบูรณาการผลการวิจัยแบบผสมผสาน

เมื่อ บูรณาการผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เข้าด้วยกัน จะได้ภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับการสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของมณฑลเหอหนาน ทั้งจากมุมมองผู้ดำเนินการ (รัฐ) และผู้รับสาร (ประชาชน) ซึ่งมีความสอดคล้องเชื่อมโยงกันหลายประการ รวมถึงชี้ให้เห็นจุดเน้นที่ควรพัฒนาในอนาคต ดังนี้

1. ประสิทธิภาพในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจ

ข้อมูลเชิงคุณภาพแสดงว่ารัฐบาลเหอหนานทุ่มเทพัฒนา ระบบการสื่อสารดิจิทัลที่ครอบคลุมและรัดกุม เป้าหมายสำคัญคือ การกระจายข้อมูลนโยบายให้ทั่วถึงและถูกต้อง ซึ่งผลเชิงปริมาณยืนยันว่าเป้าหมายนั้นสัมฤทธิ์ผล – ประชาชนรับรู้ข่าวสารนโยบายอย่างกว้างขวางและเข้าใจเนื้อหาเป็นอย่างดี การผสมผสานนี้บ่งชี้ว่า กลยุทธ์แบบ Top – down ที่รัฐใช้แม้เน้นการสั่งการจากศูนย์กลาง แต่ก็สามารถเข้าถึงประชาชนหมู่มาได้อย่างมีประสิทธิภาพ อาศัยความกว้างของโครงข่ายโซเชียลและความถี่ในการสื่อสาร ทำให้ ใครพูด – พูดว่าอะไร – ช่องทางใด – กับใคร – เกิดผลอะไร (5W ของ Lasswell) ถูกกำหนดและควบคุมโดยรัฐอย่างเต็มที่ ส่งผลให้เกิด ผลลัพธ์ (Effect) ตามที่รัฐต้องการคือประชาชนมีความรู้และเข้าใจในสารของนโยบาย การที่คะแนนความเข้าใจและความเชื่อมั่นข้อมูลของประชาชนสูงมาก สะท้อนว่า แนวทางการควบคุมเนื้อหาและเผยแพร่ข้อมูลที่สอดคล้องกัน นั้นช่วยลดความสับสนหรือข้อมูลผิดพลาด ประชาชนจึงรับสารได้อย่างถูกต้องและเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎี การกำหนดวาระ (agenda – setting) และ การจัดกรอบ (framing) ที่ชี้ว่าหากผู้ส่งสารกำหนดประเด็นและกรอบการนำเสนอได้ดี จะส่งผลต่อความเข้าใจและทัศนคติของผู้รับสารในทิศทางที่ต้องการ ในกรณีนี้ รัฐเหอหนานประสบความสำเร็จในการกำหนดกรอบการเล่า

เรื่องของนโยบาย (policy narrative) ให้ประชาชนเข้าใจตามที่รัฐมุ่งหวัง ดังจะเห็นได้จากความรู้สึกนโยบายมีประโยชน์ ตรงความสนใจ ที่ประชาชนสะท้อนออกมา

2. ความพึงพอใจและการตอบสนองความต้องการประชาชน

การที่ประชาชนรายงานความพึงพอใจสูงต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ เป็นผลสะท้อนของความพยายามฝ่ายรัฐที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารในหลายมิติ ข้อมูลเชิงคุณภาพระบุว่ารัฐได้ใช้กลยุทธ์เนื้อหา เช่น ทำเนื้อหาให้เข้าใจง่าย มีหลายระดับความลึก กลยุทธ์ช่องทาง โดยใช้ทุกแพลตฟอร์มยอดนิยมของประชาชน และกลยุทธ์การรักษาความถี่และความต่อเนื่องในการสื่อสาร ผลเชิงปริมาณชี้ว่าประชาชนรับรู้สิ่งเหล่านี้และพึงพอใจอย่างมากกับความชัดเจนของเนื้อหา การใช้สื่อหลายช่องทาง และความถี่การให้ข้อมูล ทุกประเด็นที่รัฐลงทุนทำ ล้วนตอบโจทย์ผู้รับสารได้จริง สอดคล้องกับหลักการสื่อสารแบบมุ่งผู้รับ (audience – oriented communication) ที่ทฤษฎีการประชาสัมพันธ์สมัยใหม่เน้นย้ำ กล่าวคือ การออกแบบสารและช่องทางโดยยึดผู้รับสารเป็นศูนย์กลาง ย่อมนำมาซึ่งความสำเร็จในการสื่อสาร ผลงานวิจัยนี้พิสูจน์ให้เห็นในบริบทจริงว่า เมื่อภาครัฐให้ความสำคัญกับการผลิตสารที่เข้าใจง่าย ใช้สื่อที่ประชาชนถนัด และสื่อสารสม่ำเสมอ ประชาชนก็จะพึงพอใจและยอมรับข้อมูลของรัฐ ทั้งนี้ ความพึงพอใจดังกล่าวยังสะท้อนระดับ ประสิทธิภาพเชิงการสื่อสาร ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้รัฐ เพราะโดยหลักจิตวิทยาการสื่อสาร หากประชาชนรู้สึกดีต่อช่องทางและวิธีการที่รัฐสื่อสาร พวกเขาก็มีแนวโน้มเปิดใจยอมรับสาระของนโยบายง่ายขึ้นและพร้อมสนับสนุนนโยบายมากขึ้น ซึ่งเป็นเป้าหมายปลายทางของการสื่อสารนโยบายสาธารณะ

3. ความคาดหวังและช่องว่างที่ยังมีอยู่

แม้ผลลัพธ์ด้านการรับรู้และความพึงพอใจจะเป็นบวก แต่เสียงของประชาชนผ่านความคาดหวังก็บ่งชี้ ช่องว่าง หรือ จุดที่ต้องพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับบางประเด็นความท้าทายที่พบในข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังนี้

3.1 ความต้องการการมีส่วนร่วมที่มากขึ้น โดยประชาชนคาดหวังช่องทางโต้ตอบ และแสดงความคิดเห็นที่เปิดกว้างกว่าปัจจุบัน ข้อนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบเชิงคุณภาพที่ว่า การมีส่วนร่วมที่แท้จริงยังจำกัด เพราะกระบวนการยัง Top – down เป็นหลัก ดังนั้นทั้งสองข้อมูลเห็นพ้องว่า จำเป็นต้องเสริมกลไกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสนทนาทางนโยบายอย่างแท้จริงมากขึ้น ในเชิงทฤษฎี นี่คือการเคลื่อนจากรูปแบบการสื่อสารแบบสองทางไม่สมดุล คือ รัฐเปิดให้แสดงความคิดเห็น แต่ยังคงควบคุมผลลัพธ์ ไปสู่สองทางสมดุล คือ รัฐรับฟังเพื่อนำไปปรับปรุงนโยบายจริง ๆ ตามหลัก Excellence Theory ในงานประชาสัมพันธ์ ซึ่งถือเป็นแนวทางที่รัฐสมัยใหม่ควรมุ่งไปหากต้องการสร้างความยั่งยืนในการสนับสนุนนโยบาย ประการต่อมาคือ ความโปร่งใสและความน่าเชื่อถือ ซึ่งแม้ประชาชนจะเชื่อถือข้อมูลสูง แต่พวกเขาก็เรียกร้องให้รัฐ เปิดเผยข้อมูลอย่างโปร่งใสและพิสูจน์ได้มากขึ้น และนี่ก็สอดคล้องกับความท้าทายที่รัฐเองยอมรับ การผสมผสานข้อมูลสองด้านนี้ชี้ชัดว่ารัฐควรเดินทางปรับปรุงคุณภาพข้อมูลที่นำเสนอ ให้ประชาชนตรวจสอบที่มาได้ และไม่ปิดบังข้อเท็จจริงที่สำคัญ เพื่อรักษาและยกระดับทุนความเชื่อใจ (Trust capital) ของรัฐในสายตาประชาชน

3.2 ความสำคัญของความเชื่อใจยังได้รับการยืนยันจากผลเชิงปริมาณที่ว่าความไว้วางใจสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม โดยหากรัฐโปร่งใสจนคนเชื่อใจมากขึ้น ก็มีแนวโน้มว่าพวกเขาจะ

เข้ามามีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นมากขึ้น ส่งผลดีต่อทั้งสองฝ่าย นอกจากนี้ ประชาชนยังต้องการให้รัฐ ปรับเนื้อหาและรูปแบบการสื่อสารให้ทันสมัย ดึงดูด และตรงกับบริบทท้องถิ่นยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นการบ้านของรัฐที่จะต้องไม่หยุดนิ่งในการสร้างสรรค์สื่อใหม่ๆ อยู่เสมอ ข้อนี้อาจเกี่ยวข้องกับการที่เทคโนโลยีและรสนิยมของผู้บริโภคสื่อเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทำให้สิ่งที่เคยดีวันนี้พรุ่งนี้อาจไม่พอ ต้องมีนวัตกรรมตลอดเวลา ดังนั้นรัฐเหอหนานควรติดตามเทรนด์สื่อสังคมอย่างใกล้ชิด และกล้าลองวิธีสื่อสารใหม่ ๆ เช่น ใช้ KOL หรืออินฟลูเอนเซอร์ ทำคอนเทนต์สร้างสรรค์แบบไวรัลเพิ่มขึ้น เพื่อคงความสนใจของประชาชนเอาไว้ อีกด้านหนึ่งคือเรื่อง

3.3 การขจัดช่องว่างดิจิทัล แม้เชิงปริมาณจะไม่พบความแตกต่างตามอายุ/พื้นที่ อย่างชัดเจน แต่ข้อมูลเชิงคุณภาพก็เตือนเรื่องนี้ไว้อยู่ การบูรณาการชี้ว่ารัฐไม่ควรมองข้ามกลุ่มคนที่อาจยังไม่เข้าถึงอินเทอร์เน็ต โดยควรหาทางเสริมช่องทางสื่อสารแบบดั้งเดิมควบคู่หรือจัดกิจกรรมเชิงรุกรายพื้นที่ เพื่อให้มั่นใจว่าทุกภาคส่วนของประชาชนได้รับข้อมูลและมีโอกาสสื่อสารกับรัฐ ไม่ถูกทิ้งไว้เบื้องหลัง

4. การตอบโจทย์วัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด

เมื่อย้อนกลับไปยัง วัตถุประสงค์ของการวิจัยจะเห็นว่าผลการวิจัยผสมผสานนี้ตอบโจทย์ได้ครบถ้วน ประการแรก ผลการวิจัยทำให้ได้ภาพ รูปแบบและกระบวนการจัดการการสื่อสารนโยบายของมณฑลเหอหนาน ที่ชัดเจน ครอบคลุมทั้งโครงสร้างองค์กร แนวทางปฏิบัติ และกลยุทธ์สื่อสารต่างๆ รวมถึงเข้าใจจุดแข็งและจุดอ่อนของรูปแบบดังกล่าว ประการที่สอง ผลการวิจัยทำให้เข้าใจ การรับรู้และทัศนคติของประชาชนเหอหนานต่อการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ อย่างลึกซึ้ง ทั้งในแง่พวกเขารับรู้พึงพอใจอะไรบ้าง และมีความต้องการเพิ่มเติมในด้านใด นอกจากนี้ การวิจัยนี้ยังบรรลุเป้าหมายเชิงผสมผสานในการ เชื่อมโยงมุมมองของสองฝั่งเข้าด้วยกัน ทำให้เห็นภาพองค์รวมว่ารัฐทำอะไรและประชาชนรู้สึกอย่างไร ผลลัพธ์หลายอย่างยืนยันกรอบแนวคิดหรือทฤษฎีที่ใช้ เช่น การสื่อสารที่มีกลยุทธ์ดีส่งผลให้ประชาชนรับรู้อย่างมีประสิทธิภาพ ความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญต่อการมีส่วนร่วม รวมถึงย้ำเตือนประเด็นจากวรรณกรรมที่ว่า การสื่อสารนโยบายผ่านสื่อใหม่ต้องเผชิญความท้าทายเรื่องการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมเชิงนโยบาย ที่แท้จริงในบริบทการเมืองการปกครองแบบรวมศูนย์ ซึ่งแนวคิด การมีส่วนร่วมแบบประพັນนิยมของปัจจุบัน ก็ชี้ไว้ว่ารัฐจีนเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมภายใต้การควบคุม ดังที่เราเห็นในกรณีเหอหนานนี้

ผลการวิเคราะห์แบบผสมผสานเปิดเผย บทเรียน / ตัวแบบ (model) ที่น่าสนใจสำหรับการสื่อสารนโยบายสาธารณะ คือ เหอหนานโมเดล ที่ผสมผสานเทคนิคการสื่อสารสมัยใหม่เข้ากับการบริหารจัดการแบบรวมศูนย์ โดยสามารถสร้างการรับรู้และสนับสนุนจากประชาชนได้ดีในระดับหนึ่ง องค์ประกอบเช่นการมี ศูนย์บัญชาการสื่อใหม่ 24/7 การใช้ Big Data และ AI มอนิเตอร์ความคิดเห็น และการจัดโครงสร้าง บัญชีสื่อใหม่แบบเมทริกซ์ (matrix) ทุกระดับตั้งแต่จังหวัดถึงหมู่บ้าน ล้วนเป็นนวัตกรรมการจัดการที่นำศึกษาต่อยอด ทั้งในเชิงนโยบายปฏิบัติและเชิงทฤษฎีสื่อสารมวลชน อย่างไรก็ตาม ก็ดี เหล่านี้ดำเนินควบคู่กับข้อสังเกตว่า มันยังคงเป็น รัฐนวัตกรรมที่อยู่ในกรอบอำนาจนิยม คือใช้เทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงการปกครอง แต่ยังมีได้เปลี่ยนแปลงสมดุลอำนาจในการตัดสินใจนโยบายหรือเปิดเสรีภาพในการวิพากษ์วิจารณ์อย่างเต็มที่

สรุป งานวิจัยครั้งนี้ทำให้เห็นภาพรวมที่ครอบคลุมและลุ่มลึกเกี่ยวกับทั้งกลไกการสื่อสารฝั่งรัฐและการรับรู้ตอบสนองฝั่งประชาชนในบริบทจีนยุคดิจิทัล ผลการศึกษาชี้ว่า มณฑลเหอหนานประสบความสำเร็จอย่างมากในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสื่อสารนโยบาย กล่าวคือ รัฐมีระบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบระเบียบ ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มต่าง ๆ อย่างเต็มที่ ทำให้ข้อมูลนโยบายกระจายถึงประชาชนวงกว้างได้อย่างรวดเร็วและมีเอกภาพ ส่งผลให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในนโยบายสูงและเกิดความพึงพอใจในช่องทางการสื่อสารดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ความท้าทายที่ยังคงอยู่ ได้แก่ การเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนที่จริงจังยิ่งขึ้น การครอบคลุมประชาชนกลุ่มนอกระบบดิจิทัล และการสร้างความสมดุลระหว่างการควบคุมสารกับความโปร่งใสเพื่อรักษาความไว้วางใจของประชาชน ซึ่งประชาชนเองก็สะท้อนความต้องการในจุดเหล่านี้ผ่านความคาดหวังให้รัฐพัฒนาในอนาคต ผลการวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณจึงสอดคล้องประสานกันเป็นข้อสรุปสำคัญว่า ในขณะที่การสื่อสารนโยบายแบบ Top – down ผ่านสื่อออนไลน์ช่วยให้รัฐส่งข้อมูลได้ถึงประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ ก็จำเป็นที่รัฐจะต้องปรับตัวเพิ่มเติมเพื่อให้ประชาชนได้ส่งเสียงกลับ และมีบทบาทในกระบวนการนโยบายมากขึ้น แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในงาน เช่น การสื่อสารสองทาง การมีส่วนร่วมสาธารณะ และความไว้วางใจในสถาบัน ล้วนชี้ไปในทิศทางเดียวกันว่าการสื่อสารนโยบายที่ยั่งยืนควรเอื้อให้เกิดความร่วมมือระหว่างรัฐกับประชาชน โดยสรุป กรณีศึกษามณฑลเหอหนานสะท้อนภาพการปรับตัวของรัฐบาลท้องถิ่นจีนต่อภูมิทัศน์สื่อใหม่ ที่สามารถประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงเผยแพร่ข้อมูลและสร้างการรับรู้ที่ถูกต้องในหมู่ประชาชน ผลลัพธ์เชิงบวกคือประชาชนรับทราบและเข้าใจนโยบายอย่างแพร่หลาย ตอบสนองเชิงบวกต่อการประชาสัมพันธ์ของรัฐ ในขณะเดียวกัน กรณีนี้ก็เผยให้เห็นขอบเขตของการมีส่วนร่วมสาธารณะภายใต้กรอบการปกครองที่รัฐยังคงกุมอำนาจนำ ซึ่งเป็นทั้งข้อวิพากษ์และโอกาสในการพัฒนา หากรัฐสามารถนำข้อมูลป้อนกลับจากประชาชนมาปรับปรุงนโยบายและการสื่อสารได้จริงในอนาคต ก็จะช่วยเสริมสร้างความชอบธรรมและประสิทธิผลของการปกครองให้ดียิ่งขึ้นไปอีก งานวิจัยนี้จึงมีคุณูปการทั้งเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ โดยให้โมเดลและบทเรียนแก่สังคมไทยและวงวิชาการ การสื่อสารนโยบายว่า การสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ดี ควรมีลักษณะเชิงรุก ครอบคลุม โปร่งใส และเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วม ไม่ใช่เพียงการกระจายข้อมูลจากภาครัฐเท่านั้น ซึ่งแนวคิดนี้สอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลในยุคใหม่ที่ภาครัฐต้องทำงานโดยประสานกับประชาชนผู้เป็นเจ้าของข้อมูลข่าวสารและผู้รับผลของนโยบายอย่างแท้จริง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง “การจัดการการสื่อสารนโยบายสาธารณะผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในมณฑลเหอหนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน” ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผลการวิจัยได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

รัฐบาลมณฑลเหอหนานเลือกที่จะกระทำ ด้วยการสื่อสารนโยบายผ่านสื่อสังคมออนไลน์อย่างเป็นระบบ แทนที่จะใช้เฉพาะช่องทางทางการดั้งเดิม เช่น โทรทัศน์ หรือหนังสือราชการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า รัฐ รับรู้ความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของประชาชนในยุคดิจิทัล และเลือกช่องทางที่มี ประสิทธิภาพสูงสุดในการเข้าถึง เช่น ใช้ Douyin (TikTok เวอร์ชันจีน) สำหรับประชาชนวัยรุ่นและวัยทำงาน โดยออกแบบวิดีโอสั้นเกี่ยวกับนโยบายใหม่ เช่น วิดีโอการใช้สิทธิ

ประกันสุขภาพ การคมนาคมในพื้นที่ห่างไกล ใช้ WeChat Official Account สำหรับกลุ่มที่ต้องการข้อมูลเชิงลึก โดยมีทั้งบทความยาว ภาพ Infographic และบริการตอบคำถามแบบ AI ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Thomas Dye (2013) เสนอไว้อย่างชัดเจนว่า นโยบายสาธารณะ (Public Policy) หมายถึง สิ่งใดก็ตามที่รัฐบาลเลือกจะกระทำหรือไม่กระทำ (what governments choose to do or not to do) ซึ่งเน้นให้เห็นว่า การไม่กระทำก็เป็นนโยบาย และการกระทำใด ๆ ของรัฐย่อมสะท้อนเป้าหมาย คุณค่า และอุดมการณ์ทางการเมืองของผู้กำหนดนโยบาย ทั้งหมดนี้คือสิ่งที่ Dye หมายถึงการเลือกกระทำ เพราะเป็นการตัดสินใจเชิงนโยบายที่สะท้อน เจตจำนงของรัฐ และการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีเป้าหมาย

การเลือกใช้ สื่อดิจิทัล ของรัฐบาลเหอหนาน ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของเทคโนโลยี แต่ยังสะท้อนถึง การจัดการกับคุณค่าร่วมของสังคม ผ่านการสื่อสาร เช่น การสร้างวิดีโอสั้นที่ส่งเสริม ค่านิยมความรักชาติ ความมั่นคงของชาติ (เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับผืนดิน หรือเส้นทางสายไหมใหม่) การจัดทำคอนเทนต์เกี่ยวกับสิทธิของประชาชนในการเข้าถึงบริการสาธารณะ เช่น ช่องทางร้องเรียน การลงทะเบียนวัคซีน ซึ่งเป็นการยืนยันว่ารัฐ ใส่ใจคุณค่าเรื่องความเสมอภาคในการเข้าถึงบริการ การตอบโต้ข่าวลวง (misinformation) อย่างรวดเร็วใน Weibo เพื่อปกป้องคุณค่าด้านความเชื่อมั่น และความมั่นคงของสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Harold Lasswell (1970) ที่เสนอว่า นโยบายคือกระบวนการตัดสินใจและการกระทำที่เกี่ยวข้องกับคุณค่า (Values) เช่น ความเป็นธรรม ความปลอดภัย ความเท่าเทียม หรือคุณภาพชีวิต โดยรัฐจะทำหน้าที่เป็นผู้จัดการ / ผู้จัดสรรคุณค่าเหล่านี้ให้กับประชาชน โดยทั้งหมดนี้คือสิ่งที่ Lasswell เรียกว่านโยบายคือการต่อรอง จัดสรร และควบคุมคุณค่าร่วมในสังคม” และรัฐบาลเหอหนานเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อดำเนินการนี้ให้ตรงเป้าและเข้าถึงได้มากที่สุด

รัฐบาลมณฑลเหอหนาน ได้กำหนดให้มีหน่วยงาน (Who) ที่ทำหน้าที่รับผิดชอบในการสื่อสารไว้อย่างชัดเจน เช่น สำนักข่าวมณฑลเหอหนาน กรมวัฒนธรรม หน่วยงานสุขภาพ ฯลฯ ทำหน้าที่เป็นผู้ส่งสารอย่างชัดเจน ซึ่งหน่วยงานเหล่านี้ทำหน้าที่สื่อสาร (Says What) สารสำคัญของนโยบาย เช่น โครงการฉีดวัคซีน การช่วยเหลือผู้ประสบอุทกภัย แผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ฯลฯ โดยใช้แพลตฟอร์ม (In Which Channel) เช่น WeChat Douyin และ Weibo ซึ่งตรงกับพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อรุ่นใหม่ โดยจะนำเสนอในลักษณะเจาะจงกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่าง (To Whom) เช่น วัยรุ่น (Douyin) ข้าราชการ / คนทำงาน (WeChat) ผู้สูงอายุ (กลุ่ม WeChat / สื่อท้องถิ่น) ผู้รับสารมีปฏิกริยาทางบวก (With What Effect) เช่น แชร์ เข้าร่วมกิจกรรม ลงทะเบียนตามนโยบาย หรือ เข้าใจความจำเป็นของมาตรการรัฐมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lasswell (1948) เสนอว่า การสื่อสารจะมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ 5 ประการ คือ Who – ใครเป็นผู้ส่งสาร Says What – สารที่สื่อมีเนื้อหาอะไร In Which Channel – สื่อหรือช่องทางที่ใช้คืออะไร To Whom – ส่งถึงใคร With What Effect – เกิดผลกระทบอะไรต่อผู้รับสาร แสดงให้เห็นว่า การสื่อสารนโยบายของเหอหนานมีความสมบูรณ์ตามกรอบของ Lasswell ซึ่งสะท้อนถึงการออกแบบกระบวนการอย่างมีระบบ

มณฑลเหอหนาน มีการตอบกลับข้อความใน Weibo และมีมีการจัดกิจกรรม Q&A สดใน WeChat เพื่อเป็นการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนโพสต์วิดีโอแสดงความคิดเห็นผ่าน Douyin และใช้บางคลิปในการวิเคราะห์ทัศนคติสาธารณะ นอกจากนี้ยังมีระบบการติดตามคำร้องเรียนออนไลน์ ซึ่ง

นำไปสู่การปรับนโยบายในเชิงปฏิบัติ ทั้งหมดนี้สะท้อนว่า เหอหนาน ไม่ได้ใช้เพียงการสื่อสารเชิงเดียว (one – way) แต่พัฒนาไปสู่การสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจระหว่างรัฐกับประชาชน ผ่านการสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์และความร่วมมือ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Grunig & Hunt (1984) ที่ได้เสนอ โมเดลการประชาสัมพันธ์ 4 แบบ ซึ่งแบบที่ถือว่าดีที่สุดคือ Two – Way Symmetrical Communication หรือการสื่อสารแบบสองทางอย่างสมดุล คือรัฐไม่เพียงส่งสารออกไป แต่ยังรับฟังความคิดเห็นจากประชาชนและปรับเปลี่ยนแนวทางตามเสียงตอบรับนั้น

รัฐบาลมณฑลเหอหนาน มีการใช้คำว่า “ความกลมกลืน” “ความก้าวหน้าอย่างเท่าเทียม” และ “ประชาชนเป็นศูนย์กลาง” ในการประกาศนโยบาย โดยในการผลิตสื่อที่นำเสนอภาพความร่วมมือของประชาชนกับรัฐ เช่น ภาพเจ้าหน้าที่ช่วยผู้สูงอายุเข้ารับวัคซีน หรือวิดีโอพนักงานรัฐลงพื้นที่ ซึ่งเนื้อหาใน Douyin ถูกตัดต่อให้มีภาพลักษณ์อบอุ่น เป็นกันเอง ซึ่งลดช่องว่างเชิงอำนาจ ลักษณะการกระทำเหล่านี้ล้วนเป็นตัวอย่างของการ จัดกรอบสารอย่างมีเป้าหมาย ซึ่งทำให้ประชาชนรู้สึกใกล้ชิด และมองนโยบายในแง่บวก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดหลักการของทฤษฎีการจัดกรอบ (Framing) ของ Entman (1993) ที่ได้อธิบายกระบวนการที่ผู้ส่งสารเลือกและเน้นองค์ประกอบบางอย่างในเนื้อหาเพื่อชี้นำการรับรู้ของผู้รับสาร เช่น การตั้งชื่อข่าว การเลือกภาพ การใช้ถ้อยคำ เฉพาะ การจัดลำดับข้อมูล เป็นต้น

รัฐบาลมณฑลเหอหนานเข้าไปมีบทบาทใน Douyin WeChat และ Weibo ไม่ใช่เพียงการส่งข่าวสาร แต่เป็นการ “แทรกตัวเข้าไปอยู่ในโครงข่ายของสังคม” เพื่อมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างความหมายในระดับประชาชน แต่รัฐไม่สามารถบังคับทิศทางสื่อได้ทั้งหมดอีกต่อไป แต่ต้องร่วมเล่นตามตรรกะของเครือข่าย เช่น ผลิตคอนเทนต์ที่แชร์ได้ ดูง่าย มีไวรัล มี emotional appeal แทนการใช้ประกาศทางการแบบเดิม การที่ Douyin กลายเป็นเครื่องมือส่งเสริม soft power แสดงให้เห็นว่า รัฐเลือกเข้าไปอยู่ในแพลตฟอร์มที่ประชาชนอยู่ ซึ่งตรงกับคำกล่าวของ Castells ที่ว่ารัฐสมัยใหม่ไม่สามารถควบคุมจากภายนอก ต้องเข้าไปอยู่ในเครือข่ายนั้นแทน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Manuel Castells (2000) เสนอว่าโลกยุคใหม่กำลังเข้าสู่สังคมเครือข่าย (Network Society) ซึ่งโครงสร้างอำนาจทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองไม่อิงกับศูนย์กลาง (centralized) แบบรัฐเดิมอีกต่อไป แต่แทรกอยู่ในเครือข่ายของการสื่อสาร ที่มีลักษณะไร้พรมแดน เชื่อมโยงแบบเรียลไทม์ และถูกกำหนดโดยข้อมูล กระแส และวาทกรรม

หน่วยงานรัฐบาลเหอหนานผลิตคอนเทนต์ (Programmability) ที่เข้ากับอัลกอริธึม เช่น คลิปวิดีโอสั้น 15 – 30 วินาที รูปแบบ story – telling และดนตรีประกอบที่นิยม เพื่อให้ระบบ Douyin กระจายเนื้อหาได้กว้างขึ้น นอกจากนี้รัฐบาลใช้กลยุทธ์การสร้างกระแส (Popularity) เช่น การปล่อยวิดีโอ 唐宮夜宴 (Tang Palace Night Banquet) ที่มีดาราท้องถิ่นแสดงเพื่อดึงยอดแชร์ และสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ รัฐสร้างระบบ บัญชีสาธารณะ (Connectivity) เชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่าง เช่น เกษตรกร ครู นักเรียน ผู้สูงอายุ ผ่าน WeChat Mini Program รัฐสามารถติดตามพฤติกรรมและคำตอบของประชาชนต่อแต่ละนโยบาย (Datafication) เช่น ยอดคลิก ยอดไลก์ ความคิดเห็น แล้วนำไปวิเคราะห์เพื่อปรับกลยุทธ์สื่อสาร สอดคล้องกับแนวคิดของ Van Dijk and Poell (2013) ที่เสนอว่า Social Media มีตรรกะของตนเอง (platform logic) ที่ส่งผลต่อรูปแบบการสื่อสาร ซึ่งแตกต่างจากตรรกะของสื่อกระแสหลัก เช่น หนังสือพิมพ์หรือโทรทัศน์ โดย

ตรรกะของ Social Media มีลักษณะดังนี้ Programmability (แพลตฟอร์มควบคุมเนื้อหาผ่านอัลกอริธึม) Popularity (เนื้อหาที่ถูกกดไลก์ แชร์ หรือคอมเมนต์มากจะถูกเผยแพร่มากขึ้น) Connectivity (ความสามารถในการเชื่อมโยงบุคคล วาทกรรม และกลุ่มเป้าหมาย) และ Datafication (ทุกพฤติกรรมของผู้ใช้ถูกแปลงเป็นข้อมูล)

นอกจากนี้การวิจัยในครั้งนี้แม้งานวิจัยชิ้นนี้จะมีจุดแข็งในด้านการออกแบบวิธีวิจัยที่ครอบคลุม และสามารถเสนอภาพรวมของการสื่อสารนโยบายในบริบทของจีนยุคดิจิทัลได้อย่างชัดเจน ทว่าเมื่อพิจารณาอย่างวิพากษ์แล้ว ยังมีหลายประเด็นที่ควรตั้งข้อสังเกต ทั้งในแง่ของแนวคิด ทฤษฎี การเก็บข้อมูล การตีความผลลัพธ์ ตลอดจนข้อจำกัดเชิงบริบทและโครงสร้างของรัฐจีน ซึ่งอาจมีอิทธิพลต่อความน่าเชื่อถือหรือการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในบริบทอื่น

งานวิจัยใช้รูปแบบ Mixed Methods Research โดยเก็บข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ถือเป็นจุดแข็งที่สร้างความหลากหลายของข้อมูล อย่างไรก็ตาม จุดอ่อนคือการที่การวิจัยเชิงคุณภาพยังขาดความลึกด้านการวิเคราะห์เชิงประจักษ์ (empirical depth) โดยเฉพาะการวิเคราะห์แบบจุดตัดของผู้ใช้งานจริงบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น ไม่มีการวิเคราะห์โพสต์หรือพฤติกรรมจริงของบัญชี WeChat / Douyin อย่างเป็นระบบ เช่น Content Analysis หรือ Discourse Analysis

นอกจากนี้ แม้จะกล่าวถึงการใช้โมเดล Lasswell หรือ SWOT ในเชิงทฤษฎี แต่กลับไม่มีการนำมาวิเคราะห์ในเชิงลึกจริงในผลการวิจัย ทำให้การประยุกต์ใช้แนวคิดทางทฤษฎียังอยู่ในระดับพื้นฐาน (descriptive) มากกว่าการวิเคราะห์เชิงเหตุผล (analytical explanation)

การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่าน Key Informants มีข้อดีตรงที่รวมกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากหลายฝ่าย อย่างไรก็ตาม มีจุดอ่อนในด้าน ความลำเอียงของแหล่งข้อมูล (bias) และการขาดเสียงของประชาชนทั่วไป โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยกับแนวทางการสื่อสารของรัฐหรือกลุ่มที่ถูกมองว่าต่อต้านวาทกรรมหลัก (counter-discourse) ซึ่งเป็นเสียงที่จำเป็นในงานวิจัยเชิงนโยบายที่ดี (Habermas, 1989)

การที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐและผู้ร่วมในกลไกของรัฐ อาจส่งผลให้มุมมองที่ได้มีลักษณะด้านเดียว หรือสอดคล้องกับนโยบายเป็นหลัก มากกว่าจะสะท้อนปฏิสัมพันธ์ที่แท้จริงระหว่างรัฐกับประชาชนที่มีความหลากหลายทางความคิดเห็น เช่น การวิพากษ์นโยบาย COVID-19 หรือการแสดง出不พอใจต่อนโยบายที่ล้มเหลวทางเศรษฐกิจผ่าน Weibo หรือ Douyin

ผลการวิจัยชี้ว่าประชาชนมีระดับการรับรู้และความพึงพอใจสูงต่อการสื่อสารของภาครัฐ ซึ่งอาจตีความได้ว่าการสื่อสารประสบความสำเร็จ อย่างไรก็ตาม การวิพากษ์ผลนี้ในบริบทของประเทศจีน ต้องพิจารณาโครงสร้างการเมืองแบบ Authoritarian Regime ที่ยังคงมีบทบาทของรัฐควบคุมสื่อ (state – controlled communication) และการเซ็นเซอร์ความคิดเห็นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ แม้ประชาชนจะเข้าถึงข้อมูลนโยบาย แต่ไม่สามารถอภิปรายหรือตั้งคำถาม กับนโยบายเหล่านั้นอย่างเปิดเผยได้ การรับรู้นโยบายจึงไม่เท่ากับการมีส่วนร่วมในเชิงนโยบาย (Deliberative Participation) และไม่สะท้อนถึงระดับความเข้าใจหรือความยินยอมในเชิงนโยบายทางการเมือง

ความเฉพาะตัวของบริบทมณฑลเหอหนานและโครงสร้างรัฐจีน ทำให้ผลการวิจัยนี้อาจไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้โดยตรงในประเทศประชาธิปไตยอื่น เช่น ประเทศไทยหรือยุโรป ที่การควบคุมสื่อและการเข้าถึงข้อมูลรัฐมีลักษณะแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น การใช้ Weibo หรือ Douyin ในจีน

เป็นไปภายใต้การควบคุมอย่างเข้มงวดโดยภาครัฐ ทำให้การสื่อสารมีความสม่ำเสมอและไม่ถูกวิพากษ์วิจารณ์มากนัก ซึ่งอาจทำให้ผลการวิจัยได้ผลดีเกินความเป็นจริง และทำให้ไม่สามารถเปรียบเทียบหรือเสนอเป็นต้นแบบในเชิงสากลได้อย่างตรงไปตรงมา

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้

1. ผลการศึกษานี้มีคุณค่าต่อหน่วยงานรัฐระดับท้องถิ่นและระดับชาติ ควรจัดเวทีนำเสนอผลวิจัยต่อ เพื่อให้ผลการวิจัยไม่สิ้นสุดในแวดวงวิชาการเท่านั้น แต่สามารถผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงระบบได้จริง

2. ความน่าสนใจของกรณีศึกษาจีนและการใช้เครื่องมือวิจัยที่มีความเป็นระบบ งานนี้สามารถต่อยอดไปสู่บทความตีพิมพ์ในวารสารด้าน 1. Public Policy and Administration 2. Communication Studies และ 3. Chinese Studies or Comparative Governance ที่จะช่วยเผยแพร่ความรู้และเปิดรับข้อเสนอจากชุมชนนักวิจัยต่างประเทศ

3. ควรสังเคราะห์ผลวิจัยออกมาเป็นแผนแม่บทการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication Blueprint) ที่ประกอบด้วย 1. แผนการใช้แพลตฟอร์ม (Platform Strategy) 2. กลุ่มเป้าหมาย (Audience Segmentation) 3. แนวทางการสื่อสารนโยบายแต่ละประเภท 4. กรอบการประเมินผลการสื่อสาร เพื่อให้งานวิจัยมีผลในเชิงปฏิบัตินำไปใช้ได้จริง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยต่อไปควรเปรียบเทียบรูปแบบการสื่อสารนโยบายในพื้นที่อื่น ๆ เปรียบเทียบกับมณฑลเหอหนาน เพื่อสังเคราะห์แนวทางที่เหมาะสมตามลักษณะการปกครองและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่

2. งานวิจัยนี้มุ่งเน้นที่ภาครัฐเป็นหลัก งานวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมของประชาชนเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์ความเข้าใจผิดหรือการบิดเบือนข้อมูลจากภาคประชาชนที่เป็นการศึกษาในลักษณะกลุ่มเฉพาะ เช่น เยาวชน ผู้สูงอายุ หรือคนชายขอบ ว่าตอบสนองต่อการสื่อสารนโยบายอย่างไร เพื่อให้เข้าใจภาคผู้รับสารอย่างรอบด้านยิ่งขึ้น

3. ในปัจจุบันเทคโนโลยีอย่าง Chatbot, AI Personalization, Recommendation Algorithm กำลังเข้ามามีบทบาทสำคัญในระบบราชการ ฉะนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษา ผลของการใช้ AI ในการตอบคำถามนโยบายของรัฐ ผลกระทบของอัลกอริทึมที่กำหนดสิ่งที่ประชาชนเห็น (Echo Chamber / Filter Bubble) เพื่อวางหลักเกณฑ์ด้านธรรมาภิบาลดิจิทัลในอนาคต

4. ควรมีการวิจัยการสื่อสารนโยบายในสถานการณ์วิกฤติ เช่น ภัยพิบัติ การระบาดใหญ่ หรือความขัดแย้งทางสังคม เพราะลักษณะการสื่อสารของรัฐมักเปลี่ยนไป ซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อวัดความรวดเร็วและความน่าเชื่อถือ และวิเคราะห์ปฏิกิริยาตอบกลับแบบเรียลไทม์จากโซเชียลมีเดีย รวมทั้งศึกษาความเชื่อมั่นต่อรัฐในภาวะไม่ปกติ