

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล และการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ เป็นงานวิจัยที่มุ่งตอบคำถามใน 3 ประเด็นหลักด้วยกัน ประกอบด้วย การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์ การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ รวมถึงการคัดเลือกและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ

งานวิจัยชิ้นนี้มีจุดเริ่มต้นของการศึกษาจากการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ ซึ่งมักมุ่งประเด็นข่าวในด้านความขัดแย้ง ปัญหาสังคม ปัญหาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นจุดขายให้กับลูกค้าและผู้บริโภคข่าวสารเป็นสำคัญ รีฟ (Reeves, 1993 :102) ให้ความเห็นว่าข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโลกที่สามที่ปรากฏสู่สายตาชาวโลกมักจะถูกเน้นไปในเรื่องความเปราะบางทางสังคม ปัญหาคอร์รัปชัน รวมทั้งปัญหาความผิดพลาดทางเศรษฐกิจของประเทศโลกที่สาม จากปัญหาดังกล่าวหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ เช่น กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีบทบาทที่สำคัญในการเผยแพร่ข้อเท็จจริงและการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นที่ประจักษ์ในสายตาของประชาชนในต่างประเทศนั้น ได้ดำเนินการอย่างไรในช่วงที่ประเทศประสบภาวะวิกฤติ การปิดสำนักงานที่ปรึกษาการประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ 4 แห่งเท่ากับเป็นการทำให้กลไกการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศบางส่วนต้องหยุดชะงัก จึงจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันการสร้างความสัมพันธ์กับสื่อมวลชนต่างประเทศที่มีสาขาประจำประเทศไทยถือเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะทำการประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษไปยังสื่อมวลชนต่างประเทศเหล่านี้จึงนับเป็นการประชาสัมพันธ์อีกแบบหนึ่งที่มุ่งเน้นการกำหนดกลยุทธ์การให้ข้อมูลข่าวสารเป็นสำคัญ กวี จงกิจถาวร (2540 : 17) ระบุว่าภาพลักษณ์ไทยได้เปลี่ยนไปจากเดิม จากปัญหาสังคม เช่นปัญหายาเสพติด ปัญหาโสเภณี แรงงานเด็ก มาสู่ปัญหาที่ซับซ้อนและมีผลต่อความมั่งคั่งของสังคมไทย โดยยกตัวอย่างรายงานของ Moody's ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัญหาเศรษฐกิจของไทยควรได้รับความสนใจมากกว่าปัญหาอื่น ๆ ดังนั้นไทยไม่ควรต่อต้านรายงานดังกล่าวของ Moody's เพราะเป็นความจริง เมื่อมีปัญหาไทยมักมีปฏิกิริยาเฉพาะหน้า แต่ไม่เคยมีการใช้ information strategy ในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ แต่จะมุ่งเน้นไปในลักษณะ issue-oriented มากเกินไป

ผู้วิจัยใช้หลักการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และหลักการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการศึกษา โดยผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการศึกษาการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์ โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ที่ถูกเผยแพร่ในช่วงปี 2542 ได้จำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาทั้งสิ้น 93 ชิ้น

2. ผู้วิจัยสำรวจการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทศนคติ และการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ซึ่งได้ศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ที่เป็นผู้สื่อข่าวชาวต่างชาติได้รับบัตรประจำตัวผู้สื่อข่าวต่างประเทศจากกรมประชาสัมพันธ์

3. ผู้วิจัยใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indepth Interview) ในการศึกษาการคัดเลือกและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศโดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์หัวหน้าสำนักข่าวจากซีกโลกตะวันตก 2 แห่ง คือ สำนักข่าวเอพี และสำนักข่าวเอเอฟพี และสัมภาษณ์หัวหน้าสำนักข่าวซีกโลกตะวันออก 2 แห่ง คือ หัวหน้าสำนักข่าวเกียวโด และสำนักข่าวซินหัว

## สรุปผลการวิจัย

### ส่วนการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ของรัฐบาล

การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศของประเทศไทยเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ สื่อมวลชนต่างประเทศที่มีสาขาในประเทศไทยกว่า 70 แห่ง ถ้าข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ที่กรมประชาสัมพันธ์ได้รับการคัดเลือกและนำเสนอจะมีผลต่อการรับรู้ของประชากรโลก เนื่องจากสื่อมวลชนต่างประเทศเหล่านี้สามารถแพร่กระจายข่าวสารจากที่หนึ่งไปยังทั่วโลกได้ในเวลาอันรวดเร็ว และมีสมาชิกผู้รับสารนำไปเผยแพร่กระจายต่ออีกจำนวนมาก ดังนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่งที่จะศึกษาการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์

การวิจัยในส่วนนี้ตั้งประเด็นในการศึกษาไว้ 3 ประเด็น ซึ่งจะได้สรุปผล ดังนี้

#### ประเด็นการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ของรัฐบาล

ผลการวิจัยสรุปว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยด้านเศรษฐกิจมากเป็นลำดับ 1 คิดเป็นร้อยละ 18.2 รองลงมาคือ ข่าวศิลปวัฒนธรรม บันเทิง การศึกษา การท่องเที่ยว ร้อยละ 15.0 และข่าวประเภทอื่น ๆ ร้อยละ 14.0 โดยเสนอข่าวสาธารณสุข และสวัสดิการประชาชนมาเป็นลำดับที่ 4 ร้อยละ 11.8 และข่าวปัญหาสังคม ลำดับที่ 5 ร้อยละ 10.8

#### ประเด็นการเผยแพร่ข่าวเพื่อการพัฒนาของกรมประชาสัมพันธ์

ผลการวิจัยสรุปว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในสัดส่วนที่น้อยกว่าข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา โดยเผยแพร่ข่าวเพื่อการพัฒนา ประมาณ 1 ใน 3 ของข่าวที่เผยแพร่ทั้งหมด และเผยแพร่ข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาประมาณ 2 ใน 3 ของข่าวที่เผยแพร่ทั้งหมด

#### ประเด็นการใช้แหล่งข่าวในเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๕

ผลการวิจัยสรุปว่า ในจำนวนข่าวประชาสัมพันธ์ทั้งหมดที่กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่มีการใช้แหล่งข่าวที่เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด รองลงมาคือ แหล่งข่าวนักการเมือง และพบว่าแหล่งข่าวที่ไม่ถูกใช้เลย คือ แหล่งข่าวจากนักกีฬา นักแสดง และประชาชนทั่วไป

#### สรุปผลการวิจัยเชิงสำรวจ

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย ความรู้ ทักษะ และ การใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศเนื่องจากผู้สื่อข่าวต่างประเทศเหล่านี้มาจากทั่วโลกและเข้ามาทำงานในประเทศไทยเพื่อรายงานข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสาร

ความรู้ ทักษะ และการใช้ประโยชน์ ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศเหล่านี้จึงเป็นสิ่งที่น่าทำการศึกษา อย่างยิ่ง

การวิจัยในส่วนนี้ตั้งประเด็นในการศึกษาไว้ 7 ประเด็น ซึ่งจะแบ่งการสรุปผล ออกเป็น 2 ตอน คือ

1. การสรุปผลทั่วไป ในเรื่องลักษณะทางประชากร การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ
2. ผลการทดสอบสมมติฐาน ตามสมมติฐานที่ 4 ถึง 10

## 1. การสรุปผลทั่วไป

### 1.1 ลักษณะทางประชากร

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1.1 ประเภทสำนักข่าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่มาจากสำนักข่าวทวีปเอเชียมากที่สุด รองลงมา คือ สำนักข่าวทวีปยุโรป ลำดับที่ 3 มาจากสำนักข่าวทวีปอเมริกา และลำดับที่ 4 มาจากทวีปออสเตรเลีย

1.2 ตำแหน่งงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สื่อข่าวมีมากกว่าครึ่งหนึ่ง รองลงมา คือ ตากล้อง และช่างภาพ ส่วนบรรณาธิการมีจำนวนน้อยที่สุด ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

1.3 ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีเพียงเล็กน้อย

1.4 ประสบการณ์การทำงานในสายสื่อสารมวลชน พบว่า กลุ่มที่มีประสบการณ์ในสายสื่อสารมวลชน 6 - 10 ปี มีจำนวนมากที่สุด รองลงมา คือ กลุ่มที่มีประสบการณ์ในสายสื่อสารมวลชน 11 - 20 ปี และกลุ่มที่มีประสบการณ์การทำงานในสายสื่อสารมวลชน 1 - 5 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด

## 1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย

งานวิจัยส่วนนี้แบ่งการเปิดรับข่าวสารจากสื่อหลัก 2 ประเภท คือ สื่อบุคคล และสื่อมวลชน ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

2.1 สื่อบุคคล พบว่า พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมีจำนวนน้อยที่สุดนอกจากนี้พบว่าไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อบุคคลในระดับต่ำและปานกลาง

2.2 สื่อมวลชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาได้แก่ สื่อโทรทัศน์ โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ยในระดับสูงเช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศเปิดรับข่าวสารจากสื่อป้ายประกาศหรือแผ่นพับน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ยอยู่ในระดับสูง รองลงมาได้แก่ สื่อโทรทัศน์ โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ยในระดับสูงเช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศเปิดรับข่าวสารจากสื่อป้ายประกาศหรือแผ่นพับน้อยที่สุด

## 1.3 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย

พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศในระดับปานกลางมีจำนวนมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับความรู้สูง และระดับความรู้ต่ำมีจำนวนน้อยที่สุด ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากจึงมีความรู้ในระดับปานกลาง

## 1.4 ทักษะติดต่อประเทศไทย

พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงลบในประเด็นเรื่องคอร์รัปชัน วิกฤตเศรษฐกิจของเอเชีย และความเหลื่อมล้ำในสังคม และมีทัศนคติเชิงบวกต่อคำถาม 5 ข้อ คือข้อที่ 1 - 5 ในประเด็นประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ สิทธิเสรีภาพของประชาชน ความเป็นไทย แหล่งท่องเที่ยว และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ โดยภาพรวมแล้วกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อประเทศไทยอยู่ในระดับเป็น

กลางมากที่สุด คือ ร้อยละ 59.0 รองลงมามีทัศนคติอยู่ในระดับเชิงบวก กล่าวได้ว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีทัศนคติเป็นกลางต่อประเทศไทย

### 1.5 การใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ

พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษในการเป็นข้อมูลอ้างอิงทางสถิติมากที่สุด รองลงมาคือ การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และการเปรียบเทียบความคิดเห็นของตนเองกับผู้อื่นตามลำดับนอกจากนั้นยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากเอกสารเพื่อฆ่าเวลาน้อยที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษในระดับต่ำและพบว่าไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าว ฯ อยู่ในระดับสูงมาก

## 2. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในตอนนี้ได้ตั้งสมมติฐานไว้ 7 ข้อ ซึ่งจะได้สรุปผลพร้อมทั้งอภิปรายผล ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย

ผลการวิจัยสรุปว่า การเปิดรับข่าวสารจากสื่อทุกชนิดไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย

ผลการวิจัยสรุปว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 5

สมมติฐานข้อที่ 6 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ



ผลการวิจัยสรุปว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ แต่เป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 6

สมมติฐานข้อที่ 7 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย

ผลการวิจัยสรุปว่า ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ 7

สมมติฐานข้อที่ 8 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔

ผลการวิจัยสรุปว่า ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 8

สมมติฐานข้อที่ 9 ทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔

ผลการวิจัยสรุปว่า ทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ 9

สมมติฐานข้อ 10 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และ ทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ได้

ผลการวิจัยสรุปว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อทุกชนิดเท่านั้นที่สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ได้ หรืออาจกล่าวได้ว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อทุกชนิดมีอิทธิพลต่อการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔

อย่างไรก็ดีพบว่า ตัวแปรการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยสามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ได้เพียงร้อยละ 10.1 เท่านั้น ซึ่งเป็นค่าที่ต่ำ

### สรุปผลการวิจัยในด้านการคัดเลือกและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ

จากการศึกษาโดยการสัมภาษณ์เจาะลึกหัวหน้าสำนักข่าวของสำนักข่าวต่างประเทศทั้ง 4 แห่ง พบว่า มีกระบวนการคัดเลือกที่คล้ายคลึงกัน คือเริ่มจากการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยที่ส่งมาจากผู้สื่อข่าวประจำ และผู้สื่อข่าวพิเศษ Stringer โดยจะมีผู้ทำหน้าที่ตัดสินใจหรือกองบรรณาธิการคัดเลือกข่าวและข่าวที่ได้รับการคัดเลือกจะถูกกระจายต่อไป

นอกจากนี้ยังพบว่า การกระจายข่าวของสำนักข่าวต่างประเทศทั้ง 4 แห่งมีลักษณะการกระจายข่าวที่คล้ายกัน กล่าวคือ สำนักข่าวทั้ง 4 แห่งจะทำหน้าที่ส่งข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยที่ได้รับการคัดเลือกไว้ชั้นหนึ่งให้กับสำนักงานใหญ่ของตนเอง และทางสำนักงานใหญ่จะเป็นผู้ส่งกรองข่าวสารชั้นสุดท้ายก่อนที่ข่าวจะได้รับการกระจายไปสู่กลุ่มเป้าหมาย

#### สำนักข่าวเอพี (Associated Press : AP)

จากการศึกษาแนวทางในการคัดเลือกข่าวและการกระจายข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสำนักข่าวเอพี พบว่า ในแต่ละวันจะมีการประชุมพิจารณาข่าวโดยกองบรรณาธิการจะร่วมกันพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ที่ผู้สื่อข่าวเสนอเข้ามา และข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยที่ได้รับการคัดเลือกนอกจากจะต้องมีผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ทั่วโลกแล้ว จะต้องเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมเป็นสำคัญ สำหรับการกระจายข่าวของสำนักข่าวเอพี จะต้องส่งข่าวทั้งหมดให้กับทางสำนักงานใหญ่ตรวจสอบก่อนที่ข่าวจะถูกกระจายต่อไป

#### สำนักข่าวเอเอฟพี (Agence France Presse : AFP)

สำนักข่าวเอเอฟพีจะทำการคัดเลือกเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในแต่ละวันโดยจะมีการประชุมพิจารณาข่าวเช่นเดียวกัน โดยประเมินคุณค่าของข่าวว่ามีความสนใจและตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายของสำนักข่าวหรือไม่ นอกจากนี้ยังพิจารณาเนื้อหาที่อยู่ในกระแสความสนใจของกลุ่มเป้าหมายด้วยเช่นกัน สำหรับการกระจายข่าวของสำนักข่าวเอเอฟพี



จะมีการส่งข่าวไปให้กลุ่มลูกค้าในแถบอินโดจีน และมีการส่งไปให้สำนักงานใหญ่ที่กรุงปารีสเพื่อกระจายข่าวไปทั่วโลกเช่นเดียวกัน

### สำนักข่าวซินหัว (Xinhua news Agency)

กระบวนการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสำนักข่าวซินหัวจะไม่มีการประชุมกองบรรณาธิการเหมือนกับสำนักข่าวอื่น โดยผู้สื่อข่าวสามารถที่จะประเมินคุณค่าข่าวว่าข่าวใดมีความน่าสนใจ และอยู่ในกระแสความสนใจของประชาชนผู้รับสาร โดยจะพิจารณาถึงความสำคัญของข่าวเพื่อการพัฒนา และข่าวที่มีความเกี่ยวข้องกับประชาชนชาวจีนไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อมด้วย ทั้งนี้ การกระจายข่าวของสำนักข่าวจะต้องได้รับการตรวจสอบจากสำนักงานใหญ่อีกครั้งหนึ่งก่อน

### สำนักข่าวเกียวโด (Kyodo News)

สำนักข่าวเกียวโดจะทำการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยโดยการประชุมกองบรรณาธิการเพื่อร่วมกันพิจารณาประเด็นต่าง ๆ ที่ถูกนำเสนอเข้ามา โดยอาจจะมีการกำหนดประเด็นจากหัวหน้าสำนักข่าวคร่าว ๆ ว่าในช่วงนี้ควรจะนำเสนอประเด็นอะไรที่เป็นที่น่าสนใจของผู้รับสารสำหรับการกระจายข่าวของสำนักข่าวเกียวโดจะต้องได้รับการตรวจสอบจากสำนักงานใหญ่ก่อนที่ข่าวจะถูกกระจายเช่นเดียวกัน

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสำนักข่าวทั้ง 4 แห่ง พบว่า มีปัจจัยหลายหลายประการที่ส่งผลต่อกระบวนการคัดเลือก ซึ่งสรุปปัจจัยทั้งหมดได้ดังนี้

#### 1. นโยบายขององค์กร

การคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยยึดหลักตามนโยบายของสำนักข่าวแต่ละแห่ง ดังนี้ สำนักข่าวเอพีมีการกำหนดนโยบายการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยโดยเน้นการนำเสนอประเด็นที่เป็นที่สนใจของคนทั่วโลก และมีผลกระทบต่อประชาชนจำนวนมาก โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม สำนักข่าวเอเอฟพีเน้นการนำเสนอข่าวที่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้รับสารเช่นเดียวกันแต่จะมีลักษณะพิเศษคือมีการนำเสนอด้านลึกเพื่อให้อ่านกลุ่มผู้รับสารทราบถึง Background story ในเรื่องนั้น ๆ สำนักข่าวซินหัวเน้นการนำเสนอข่าวที่มีผลกระทบต่อประชา

ชนจีนเป็นสำคัญ รวมถึงการเสนอข่าวในด้านการพัฒนา และข่าวความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลไทยเป็นสำคัญ ส่วนสำนักข่าวเกียวโดเน้นการนำเสนอข่าวที่เป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้า ผู้บริโภคหลัก และคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและญี่ปุ่นด้วยเช่นกัน

## 2. คุณค่าข่าว

คุณค่าข่าวที่เป็นหลักในการพิจารณาคัดเลือกนำเสนอของสำนักข่าวทั้ง 4 แห่ง จะต้องมีความผลกระทบต่อคนส่วนใหญ่ มีความสดใหม่ และอยู่ในความสนใจของประชาชน นอกจากนี้ยังพบว่า สำนักข่าวซินหัว และเกียวโดให้ความสำคัญกับคุณค่าข่าวในด้านการพัฒนาด้วย

## 3. เกณฑ์ในการเผยแพร่ของกองบรรณาธิการ

การพิจารณาว่าข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยเรื่องใดจะได้รับการกระจายไปสู่กลุ่มผู้รับสารจะขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของบรรณาธิการเป็นสำคัญ จากการศึกษาพบว่า สำนักข่าว 3 แห่งคือ เอพี ซินหัว และเกียวโด ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจว่าข่าวใดสมควรจะถูกระบายไปสู่กลุ่มผู้รับสาร เนื่องจากทั้ง 3 สำนักข่าวจะถูกสำนักงานใหญ่ของตนเองตรวจสอบข่าวที่ส่งมา และทางสำนักงานใหญ่จะเป็นผู้ลั่นกรองข่าวสารและกระจายข่าวไปสู่กลุ่มผู้รับสาร ส่วนสำนักข่าวเอพีที่สามารถที่จะกระจายข่าวไปให้กับกลุ่มผู้รับสารในแถบอินโดจีนได้ แต่การกระจายข่าวไปทั่วโลกจะต้องได้รับการตรวจสอบจากสำนักงานใหญ่ที่กรุงปารีสเช่นเดียวกัน

จากการศึกษาทิศทางของการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสำนักข่าวทั้ง 4 แห่ง พบว่ามีความแตกต่างกันในการนำเสนอระหว่างสำนักข่าวซีกโลกตะวันออกและสำนักข่าวซีกโลกตะวันตก

สำนักข่าวเอพีและเอเอฟพี ซึ่งเป็นสำนักข่าวซีกโลกตะวันตกจะมีทิศทางการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงโดยไม่ได้คำนึงว่าเหตุการณ์ดังกล่าวจะส่งผลในเชิงบวก เชิงลบ หรือเป็นกลาง แต่สำนักข่าวเอพี และเอเอฟพี คำนึงถึงคุณค่าข่าวในการเสนอข่าวมากกว่า ในทางกลับกันสำนักข่าวเกียวโด และซินหัว ซึ่งเป็นสำนักข่าวซีกโลกตะวันออก มีทิศทางการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงแต่คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นสำคัญ

## อภิปรายผลการวิจัย

### ประเด็นการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ ของรัฐบาล

ผลการวิจัยที่ได้ดูจะสอดคล้องกับการศึกษาของ เวย (Wei, 1996 : 31-42) พบว่าแนวคิดด้านการสื่อสารและการพัฒนาในประเทศกำลังพัฒนายังคงใช้แนวคิดแบบ Dominant Paradigms โดยมีลักษณะการสื่อสารแบบ บนลงล่าง (Top -Down) หรือ One Way Communication โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลัก

อาจกล่าวได้โดยสรุปว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยด้านเศรษฐกิจมากกว่าข่าวประเภทอื่นนั้น เพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจของไทยให้ประจักษ์แก่ชาวโลกและหวังให้เกิดการลงทุนในประเทศตามมาอันจะก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ประเทศไทยซึ่งถูกจัดอยู่ในประเทศกำลังพัฒนา ได้วางแผนและกำหนดยุทธศาสตร์ของการพัฒนาประเทศตั้งแต่อดีต จนปัจจุบันมาโดยลำดับ โดยใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นกลยุทธ์ในการนำพาประเทศไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ การพัฒนาประเทศในทุกยุค ทุกสมัย ได้พยายามเน้นเรื่องการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ และสังคมเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นการเจริญเติบโต ความก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ การสร้างถนนใหม่ อาคารใหม่ รวมไปถึงการสร้างประเทศใหม่

ข่าวเศรษฐกิจเป็นข่าวที่สามารถก่อให้เกิดผลกระทบกับผู้คนในวงกว้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่ประเทศในเอเชียประสบวิกฤตเศรษฐกิจครั้งรุนแรงส่งผลกระทบไปทั่วโลก จึงทำให้ข่าวด้านเศรษฐกิจเป็นที่สนใจแก่ผู้บริหารโคะชาวประเภนี้ทั่วโลก กรมประชาสัมพันธ์ซึ่งทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลและสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศจึงเล็งเห็นความจำเป็นในการสร้างภาพลักษณ์และความมั่นใจให้กับนักลงทุนชาวต่างชาติกลับคืนเพื่อให้เกิดการลงทุนในประเทศ การสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจโดยทำการเผยแพร่ข่าวด้านเศรษฐกิจผ่านทางสื่อมวลชนต่างประเทศเป็นหลัก และดูเหมือนว่าจะสอดคล้องกับความต้องการของสื่อมวลชนต่างประเทศด้วย มนทิวา วิโรจน์อนันต์ (2541) ศึกษาพบว่า ในประเด็นการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสำนักข่าวข้ามชาติ สำนักข่าวเหล่านี้จะเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยด้านเศรษฐกิจมากเป็นลำดับที่ 1 นอกจากนี้ อลัน สมิธ และ เจมส์ ดิลลาร์ด ( Smith and

Dillard, 2540 :18) ได้กล่าวว่ประเทศไทยมี Dual Image ในสหรัฐอเมริกาในแง่หนึ่ง คือ ภาพลักษณ์ด้านเศรษฐกิจ ซึ่งได้รับความสนใจมากที่สุด ไม่ว่าจะออกมาในเชิงบวกหรือลบก็ตาม ฉะนั้นการให้ข้อมูลด้านเศรษฐกิจที่ถูกต้องแก่สื่อมวลชนต่างประเทศเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญในการประชาสัมพันธ์ประเทศอีกช่องทางหนึ่งของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะองค์กรสื่อสารมวลชนของรัฐบาล

### ประเด็นการเผยแพร่ข่าวเพื่อการพัฒนาของกรมประชาสัมพันธ์

กล่าวได้ว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาค่อนข้างน้อยเนื่องจากข้อจำกัดเรื่องคุณสมบัติของข่าวพัฒนาตามเกณฑ์ของแอกกา วารา (Aggarwala, 1979 อ้างถึงใน Shah, 1998, vol 65) ที่ว่าข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาจะต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

- เนื้อหาในข่าวเน้นไปที่กระบวนการพัฒนามากกว่าเหตุการณ์
- เนื้อหาของในข่าวประกอบด้วยข้อความวิพากษ์วิจารณ์โครงการพัฒนา แผนงาน นโยบาย ปัญหาหรือไม่
- เนื้อหาในข่าวได้วิเคราะห์ถึงความตรงประเด็นสอดคล้องระหว่างโครงการพัฒนา แผนงาน นโยบาย ปัญหา กับความต้องการในระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค และระดับชาติหรือไม่
- เนื้อหาข่าวได้ให้มุมมองเกี่ยวกับโครงการพัฒนา แผนงาน นโยบาย และปัญหาในการพัฒนาหรือไม่
- เนื้อหาข่าวได้คาดการณ์ถึงความสอดคล้องกับความต้องการการพัฒนาในอนาคตหรือไม่
- เนื้อหาข่าวได้อภิปรายถึงกระบวนการพัฒนาในประเทศอื่นหรือไม่
- เนื้อหาข่าวได้เปรียบเทียบสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่รัฐบาลอ้างผลสำเร็จหรือไม่

จากปริมาณการเผยแพร่ข่าวเพื่อการพัฒนาของกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งมีสัดส่วนการเผยแพร่ 1 ใน 3 ของข่าวที่เผยแพร่ทั้งหมด นับว่ามีการเผยแพร่อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย ในฐานะที่กรมประชาสัมพันธ์เป็นองค์กรสื่อสารมวลชนภายใต้การกำกับดูแลของ รัฐบาล บทบาทในกระบวนการพัฒนาการทำหน้าที่เพื่อกระตุ้นการพัฒนาประเทศ หรือเผยแพร่ข่าวเพื่อพัฒนานั้นมีมากพอหรือยัง

มีนักวิชาการที่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับข่าวเพื่อการพัฒนาไว้หลายท่าน อาทิ แอกกา วารา (Aggarwala, 1979, vol 29) กล่าวว่าการให้คำนิยามแก่ข่าวเพื่อการพัฒนา (Development

News) ไม่ใช่เรื่องง่าย ชาวเพื่อการพัฒนาไม่ใช่ชาวเฉพาะเชิงบวกเท่านั้น ในการเสาะหาชาวเพื่อการพัฒนา ก็เหมือนการทำข่าวอื่นทั่ว ๆ ไปหรือการทำข่าวเชิงสืบสวน อย่างไรก็ตามชาวพัฒนาจะเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านการพัฒนาทั้งในระดับเล็กและระดับใหญ่ เป็นไปได้ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ในการนำเสนอชาวเพื่อการพัฒนาจริง ๆ นั้น ผู้เขียนหรือนักข่าวจะต้องใช้การตรวจสอบอย่างมีวิจารณญาณประเมินค่าและรายงานความสัมพันธ์ของโครงการพัฒนานั้นกับความต้องการจริง ๆ ของประชาชน ต้องรายงานความแตกต่างระหว่างแผนการดำเนินโครงการพัฒนากับผลสำเร็จที่เกิดขึ้นจริง และรายงานความแตกต่างระหว่างผลกระทบที่ประชาชนได้รับจากโครงการกับสิ่งที่รัฐบาลกล่าวอ้าง

ซึ่งดูเหมือนว่าการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ที่มีเนื้อหาเพื่อพัฒนานั้นไม่ใช่เรื่องง่ายในการเขียนข่าว และหาข้อมูลให้ได้ตามเกณฑ์เนื่องจากข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้านไม่ว่าจะเป็นการหาแหล่งข้อมูล การหาประเด็นในการเขียนข่าว ความน่าสนใจของข่าว เหล่านี้เป็นต้น ซึ่งข้อจำกัดดังกล่าวดูเหมือนจะเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา

พรสวรรค์ อุทาร์วุฒิพงส์ (2535) ศึกษาพบว่า มีปัจจัยภายนอกและภายในที่มีผลกระทบต่อบทบาทหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ กล่าวคือ ปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่อบทบาทหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ คือ อิทธิพลทางการเมือง อำนาจของกฎหมาย ผลกระทบทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว ความสนใจและความต้องการของผู้รับสาร ส่วนปัจจัยภายในที่มีผลกระทบต่อบทบาทหน้าที่ของกรมประชาสัมพันธ์ คือ บุคลากรมีน้อย ไม่มีความชำนาญในวิชาชีพ ขาดโอกาสในการฝึกฝนปรับปรุงตน ระบบราชการทำให้ไม่ได้บุคลากรที่มีคุณภาพ ขาดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพ ขาดความรู้ด้านเทคนิค ขาดการบริหารงานที่เอื้อต่อการแข่งขันในสังคมข่าวสารเชิงธุรกิจ โครงสร้างและการบริหารงานแบบราชการไม่เหมาะสมกับการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพในสังคมปัจจุบัน

จากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อบทบาทหน้าที่ อาจจะสามารถกล่าวได้ว่าปัจจัยภายนอก อาทิ ความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว ซึ่งทางเจ้าหน้าที่ที่รับผิดชอบเรื่องการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ อาจจะไม่มีความสัมพันธ์กับแหล่งข่าว ดังนั้นในการติดต่อนัดสัมภาษณ์อาจไม่ได้รับความร่วมมือในการให้ข้อมูลอย่างเต็มที่ นอกจากนั้น ปัจจัยภายนอกอีกเรื่องที่น่าสนใจ ความสนใจและความต้องการของกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งกลุ่มเป้าหมายหลักของเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ คือสื่อมวลชนต่างประเทศกว่า 70 แห่งนั้น มีมากมาย หลากหลาย การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้า



หมายอย่างแท้จริงจึงน่าจะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งของการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ที่มีปริมาณค่อนข้างน้อย

ทางด้านปัจจัยภายใน คือ เรื่องการขาดแคลนบุคลากร ในการจัดทำเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ซึ่งปัจจุบัน มีเจ้าหน้าที่ปฏิบัติที่รับผิดชอบในการจัดทำอยู่เพียง 5 ท่าน เท่านั้น ซึ่งนับว่ามีจำนวนน้อยเมื่อเทียบกับกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีมากกว่า 70 แห่ง ฉะนั้นการคิดประเด็น การกำหนดเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ จึงไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แต่อย่างไรก็ตามการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาจะมีปริมาณค่อนข้างน้อยไปสักนิด แต่ก็ยากที่จะสรุปว่ากรมประชาสัมพันธ์ไม่ได้สนใจเผยแพร่ข่าวประเภทนี้ เนื่องจากมีปัจจัยทั้งภายในและภายนอกต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง และงานวิจัยชิ้นนี้จะอธิบายเฉพาะกรณีการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษเท่านั้น

#### ประเด็นการใช้แหล่งข่าวในเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔

ผลการวิจัยจะสอดคล้องกับแนวคิดของนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์หลายท่าน อาทิ เบเกอร์ (Baker, 1993) ที่ว่าปัจจัยในเรื่องความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญในการทำงานด้านประชาสัมพันธ์ การเขียนข่าวประชาสัมพันธ์ จะต้องคำนึงถึงความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วย เพราะถ้าข่าวขาดความน่าเชื่อถือ ก็จะไม่มีคนสนใจที่จะอ่านหรือใช้ประโยชน์จากข่าว นั้น ซึ่งแหล่งข่าวที่น่าเชื่อถือจะต้องมาจากผู้มีอำนาจในเรื่อง ๆ นั้น ๆ โดยตรง

การที่กรมประชาสัมพันธ์เลือกใช้แหล่งข่าวที่เป็นข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในสัดส่วนที่สูงนั้นเป็นเรื่องปกติ เพราะเป็นการสร้างความเชื่อถือในแหล่งข่าว (Source Credibility) เนื่องจากข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ที่ส่งไปยังสื่อมวลชนต่างประเทศ เน้นที่ความถูกต้อง และความน่าเชื่อถือของข้อมูล ดังนั้นแหล่งข่าวซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ในตำแหน่งมีอำนาจสั่งการ หรือมีความรับผิดชอบโดยตรงต่อเรื่องนั้น ๆ จะน่าเชื่อถือกว่าการอ้างถึงบุคคลธรรมดา ประชาชนทั่วไปซึ่งไม่เป็นที่รู้จักอาจจะทำให้ข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ขาดความน่าเชื่อถือได้

การเลือกใช้แหล่งข่าวของกรมประชาสัมพันธ์ดูเหมือนจะสอดคล้องกับการศึกษาเรื่องแหล่งข่าวของ ฟิชแมน (Fishman, 1980) ที่พบว่าส่วนใหญ่แล้วผู้เขียนข่าวจะใช้แหล่งข่าวของทางราชการมากที่สุด ซึ่งฟิชแมนได้ตีความว่าในหัวของผู้เขียนข่าวหรือนักข่าวจะถูกจัดระบบเอา



ไว้แบบราชการ กล่าวคือ มีล้นชักของลำดับชั้นที่บรรจุรายชื่อผู้รับผิดชอบเอาไว้ เช่น ด้านน้ำท่วม กรุงเทพฯจะต้องเปิดล้นชักชื่อผู้รับผิดชอบคนใด พิษแมนกล่าวอีกว่าเป็นเรื่องจำเป็นที่ผู้เขียนข่าว และนักข่าวจะต้องมีระบบล้นชักดังกล่าวอยู่ในสมอง จึงจะสามารถรายงานข่าวได้ ทั้งนี้เพราะแหล่งข่าวราชการนั้นมีชื่อได้เปรียบหลายประการคือ เป็นแหล่งข่าวที่สาธารณชนรู้จักและให้ความเชื่อถือ เป็นแหล่งข่าวที่ไว้ใจได้ว่าถ้าไปหาแล้วพบ ถ้าไปสัมภาษณ์ก็จะมีข้อมูลอยู่ในมือที่ให้รายละเอียดข้อเท็จจริงได้ ดังนั้นความเป็นราชการของกรมประชาสัมพันธ์จึงมีส่วนสำคัญในการเลือกใช้แหล่งข่าวของทางราชการมากที่สุด

นอกจากนี้ ความต้องการข่าวสารของสื่อมวลชนต่างประเทศ มนทிரาวีโรจน์นันต์ (2541) พบว่า สำนักข่าวข้ามชาติจะใช้แหล่งข่าวรัฐบาลในการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในสัดส่วนที่สูงกว่าแหล่งข่าวอื่น

อย่างไรก็ดีแหล่งข่าวจากนักการเมืองก็ถูกเลือกใช้ในอันดับรองลงมา เนื่องจากเป็นแหล่งข่าวที่มีความน่าเชื่อถือสูง และเป็นกลุ่มคนที่เป็นที่สนใจ และรู้จักของผู้รับสารด้วยเช่นกัน

#### สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย

การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ สาเหตุที่ทำให้การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ เนื่องมาจากการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจาก สื่อ 2 ชนิด คือ สื่อบุคคลที่มีการเปิดรับในระดับต่ำ (ตารางที่ 17) และสื่อมวลชนที่มีการเปิดรับในระดับสูง (ตารางที่ 19) ในสื่อบุคคลถึงแม้จะมีการเปิดรับในระดับต่ำแต่ก็เป็นไปได้ว่าผู้ให้ข้อมูลไม่มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยอย่างถ่องแท้ เนื่องจากการวิจัยพบว่า สื่อบุคคลที่ผู้สื่อข่าวต่างประเทศเปิดรับข่าวสารมากที่สุดคือ เพื่อน (ตารางที่ 16) ในสื่อมวลชนนั้น ถึงแม้จะมีการเปิดรับข่าวสารในปริมาณสูงแต่ข้อจำกัดบางประการเช่น เนื้อหาที่อาจจะไม่ให้ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย หรือการยากที่จะทำความเข้าใจในเนื้อหาเพื่อให้เกิดความรู้ของผู้สื่อข่าวก็ดี เนื่องจากการวิจัยพบว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุดและ โทรทัศน์มากเป็นอันดับที่ 2 ซึ่งข่าวสารที่เผยแพร่ในสื่อ 2 ชนิดนั้นแม้จะเกี่ยวกับประเทศไทยแต่เนื้อหาในสื่ออาจไม่ให้ข้อมูลที่เป็นความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย จึงทำให้ผลการวิจัยออกมาว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้นั่นเอง

สมมติฐานข้อที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมี  
ความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย

ที่เป็นเช่นนี้เพราะผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อบุคคลในระดับต่ำเป็นส่วนมาก ซึ่งทำให้การเปลี่ยนแปลงทัศนคติเป็นไปได้ค่อนข้างยาก ดังที่ เสก็เยร์ เฮยประทัป (2539 : 18) ได้กล่าวว่าคุณลักษณะเฉพาะของสื่อบุคคลเองที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของผู้รับสาร การสื่อสารระหว่างบุคคลนับเป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two way communication) ในขณะที่สื่อสารสามารถแก้ไขและสร้างความเข้าใจให้ตรงกันได้รวมทั้งสามารถชักจูงใจบุคคลให้เปลี่ยนทัศนคติเดิมที่เป็นอยู่ได้ นอกจากนี้ แคทซ์ และลาซาร์สเฟลด์ (Katz and Lazarsfeld, 1955 : 27) ยังมีความเห็นว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลนั้นมีผลต่อการทำให้ผู้รับสารนั้นยอมรับที่จะเปลี่ยนแปลง ทัศนคติ และจงใจได้มากกว่าแนวคิดนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers, 1971) ซึ่งมีแนวความคิดว่าการสื่อสารระหว่างบุคคลมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ส่วนการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน ถึงแม้จะมีการเปิดรับอยู่ในระดับสูงแต่เป็นเพราะลักษณะของสื่อมวลชนซึ่งเป็นการสื่อสารทางเดียว (One way communication) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสื่อมวลชนของ ปรมะ สตะเวทิน (2533 อ้างถึงใน ดานินทร์ กิจนินซี, 2540) ระบุว่าสื่อมวลชนไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อประชาชน แต่เป็นเพียงผู้สนับสนุนความคิดเห็น ทัศนคติ หรือทำที่ตั้งเดิมเท่านั้น การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากสื่อมวลชนเกิดขึ้นต่อเมื่อบุคคลมีความโน้มเอียงที่จะเปลี่ยนแปลงอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้น การเปลี่ยนแปลงระดับความรู้จึงไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารแต่จะเกิดเพราะผู้รับข่าวสารมีความสนใจที่จะแสวงหาความรู้อยู่แล้ว

สมมติฐานข้อที่ 6 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมี  
ความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ

ผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยในระดับต่ำ จึงทำให้การใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ อยู่ในระดับต่ำเช่นกัน ซึ่งผลการวิจัยดูจะสอดคล้องกับแนวความคิดเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจของผู้รับสาร ของ โรเซนเกรน (Rosengren, 1972 : 269 - 284) ที่ศึกษาว่าคนแต่ละคนใช้สื่อเพื่อทำหน้าที่อะไรบ้าง แนวคิดหลักของการศึกษา

เรื่องนี้ คือ ในการเปิดรับสารผู้รับสารมีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่ออาชีพการงาน เป็นต้น เมื่อมีความตั้งใจที่แน่นอนแล้ว การเข้าไปใช้สื่อจึงเป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายที่แน่ชัด ซึ่งแน่นอนว่าในท่ามกลางการแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศนี้ เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ มิได้เป็นเพียงตัวเลือกเพียงตัวเดียว ยังคงมีแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยแหล่งอื่น ๆ ที่เป็นตัวเลือกของผู้สื่อข่าวต่างประเทศเช่นกัน

หากลองสมมติสถานการณ์การใช้สื่อ 2 สถานการณ์ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ในเงื่อนไขแรก จากอาชีพการงานที่ต้องติดตามข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย (1) ทำให้ผู้สื่อข่าวต้องการข่าวสารที่รวดเร็วและทันเวลา (2) ผู้สื่อข่าวหวังว่า (3) จากการเข้าไปรับเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ ในอินเทอร์เน็ต (4) เป็นประจำจะทำให้ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย (5) หลังจากที่ได้เลือกใช้เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์แล้วผู้สื่อข่าวก็ได้รับความพึงพอใจจากสื่อดังกล่าว (6) นอกจากนั้นผลจากการอ่านเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ยังทำให้ผู้สื่อข่าวทราบแนวโน้มของรัฐบาลทำให้สามารถกำหนดประเด็นการเขียนข่าวได้อีกด้วย

#### สมมติฐานข้อที่ 7 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย

ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย อาจอภิปรายผลได้ว่า การที่บุคคลจะเกิดทัศนคติต่อสิ่งใด ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ ความรู้ที่จะก่อให้เกิดทัศนคติทั้งในด้านบวก และด้านลบได้ ซึ่งนักวิชาการด้านนิเทศศาสตร์หลายท่าน อาทิ โรเจอร์ส (Roger, 1975) กูดส์ (Good, 1973) นิวคอมบ์ (Newcomb, 1954) อธิบายเกี่ยวกับเรื่องนี้ว่า การรับรู้เบื้องต้นของบุคคลส่วนมากจะรับรู้ผ่านประสบการณ์ การเรียนรู้จากการตอบสนองต่อสิ่งเร้าแล้วจัดระบบเป็นโครงสร้างของความรู้ที่ผสมผสานระหว่างความจำกับสภาพทางจิตวิทยา ดังนั้นความโน้มเอียงของจิตใจที่มีต่อประสบการณ์ที่ได้รับอาจเป็นความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย จึงก่อให้เกิดทัศนคติ ซึ่งเป็นแนวโน้มในการที่จะแสดงหรือมีปฏิกริยาในทางบวกหรือทางลบต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งการวิจัยพบว่าระดับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศอยู่ในระดับปานกลางและสูง (ตารางที่ 21) ส่งผลให้มีทัศนคติที่เป็นกลางและบวกต่อประเทศไทย (ตารางที่ 23) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของนักนิเทศศาสตร์ข้างต้น จึงเห็นได้ว่าความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติอย่างแนบแน่น

สมมติฐานข้อที่ 8 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙

จากการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ซึ่งอภิปรายได้ว่าการที่ผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยในระดับปานกลาง (ตารางที่ 21) ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ เนื่องจากแนวคิดเรื่องการใช้ประโยชน์ (Use and Gratification Approach) อธิบายว่าผู้รับสารนั้นมีได้ใช้สื่อตามที่ผู้ส่งสารกำหนดมาให้หากแต่จะมีการใช้สื่อ (Media use) ตามความต้องการของตนเอง ซึ่งกล่าวได้ว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศจะแสวงหาข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยเพื่อนำเสนอ ดังนั้น ขั้นตอนการเลือกใช้สารจะมีการคัดเลือกในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการเข้าถึง เลือกรับรู้ ดังนั้นการแสวงหาข่าวสารเพื่อใช้ประโยชน์ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศจึงมีการเลือกใช้ตามขั้นตอนข้างต้น กล่าวคือ จะเลือกรับรู้เฉพาะในส่วนที่คิดว่าเป็นประโยชน์กับตนเอง จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวในด้านการเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงทางบุคคล ตัวเลข สถิติ มากที่สุด (ตารางที่ 24) ซึ่งจากประสบการณ์การทำงานของผู้วิจัยพบว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศจะคัดข้อความที่มีการอ้างอิงตัวเลขไปใช้เพื่อประโยชน์ในการเสนอข่าวของตนเอง แต่มีการบิดเบือนข้อเท็จจริงหรือปกปิด หรือให้ข้อมูลไม่ครบจากเนื้อหาในข่าวนั้น ๆ ยกตัวอย่าง ข่าวการสัมมนาเรื่องภาพลักษณ์ของหญิงไทยในญี่ปุ่น เพื่อป้องกันการถูกล่อลวงขายบริการทางเพศ เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ได้สัมภาษณ์เอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศญี่ปุ่น (ภาคผนวก ข) ถึงที่มาของการสัมมนาและประโยชน์จากการสัมมนาคั้งนี้ ซึ่งได้มีการรายงานตัวเลขการเดินทางเข้าประเทศญี่ปุ่นของหญิงไทย เมื่อเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ถูกเผยแพร่ออกไป พบว่าสื่อมวลชนต่างประเทศขนาดใหญ่แห่งหนึ่งได้คัดตัวเลขอ้างอิงและเสนอข่าวอย่างไม่ครบถ้วน จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่าการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวของผู้สื่อข่าวต่างประเทศเพื่อให้ได้มาซึ่งเป้าหมายที่ตนเองต้องการเท่านั้นแม้ผู้สื่อข่าวต่างประเทศจะมีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยอยู่ในระดับปานกลางและสูงก็ตาม ดังเช่นนี้แล้วจึงส่งผลให้ความรู้ไม่มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙

สมมติฐานข้อที่ 9 ทักษะติดต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙



แม้การสื่อสารจะก่อให้เกิดผล 3 ประการคือ ก่อให้เกิดความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมของผู้รับสารในลักษณะต่อเนื่องและลำดับขั้นก็ตาม แต่ผลจากการวิจัยในครั้งนี้จะสังเกตเห็นได้ว่าผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีทัศนคติต่อประเทศไทยอยู่ในระดับเป็นกลางและในระดับเชิงบวก แต่การใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์กลับการใช้ประโยชน์ในระดับต่ำ ทั้งนี้เพราะอาจมีปัจจัยบางอย่างเป็นตัวแทรกของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ไม่มีเวลาในการอ่าน การจัดส่งเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ

ซึ่งจะเห็นได้ว่าแม้การสื่อสารจะก่อให้เกิดความรู้ และทัศนคติในทางบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น แต่ในขั้นการปฏิบัติ บุคคลอาจจะไม่ปฏิบัติตามทัศนคติของตนเองเสมอไปในทุกกรณีก็ได้ ถึงแม้ว่าโดยส่วนใหญ่เมื่อบุคคลมีทัศนคติอย่างไรแล้ว มักจะมีความโน้มเอียงที่จะปฏิบัติตามทัศนคติของตนก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส (Rogers, 1971) ที่กล่าวว่าทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลนั้นไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่องเสมอไป คือ เมื่อการสื่อสารก่อให้เกิดความรู้และทัศนคติต่อสิ่งที่เผยแพร่แล้ว ในขั้นปฏิบัติอาจมีผลในทางตรงข้ามได้

สมมติฐานข้อ 10 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และ ทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ได้

จากผลการวิจัยตัวแปรการเปิดรับข่าวสารเท่านั้นที่สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า สังคมในปัจจุบันได้เปลี่ยนแปลงจากสภาวะที่ข่าวสารหายากและขาดแคลนมาสู่ยุคสมัยของข่าวสารที่ท่วมท้น และเนื่องจากการผลิตข่าวสารในปัจจุบันมีลักษณะเป็นการลงทุน การหวังผลกำไร และลักษณะที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ คือ การแข่งขัน ดังนั้นปัจจัยที่ชี้ขาดในการกำหนดการแข่งขันของสื่อคือเนื้อหาด้านปริมาณ และคุณภาพ ดังจะเห็นได้จากปรากฏการณ์ในยุคข่าวสารท่วมท้น และการแข่งขันกันจึงทำให้สื่อแต่ละประเภทต้องการมีการรักษากลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่มเอาไว้ เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๙ ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งข่าวของทางรัฐบาล มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความเคลื่อนไหวของประเทศไทย ในประเด็นต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และกำลังจะเกิดในอนาคต และเอกสารข่าวดังกล่าวเป็นการให้บริการของรัฐ ผู้รับสารจึงไม่ต้องเสียค่าสมาชิกแต่อย่างใด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นข้อได้เปรียบของเอกสารข่าว ๙ เมื่อเทียบกับแหล่งข้อมูลจากสื่อประเภทเดียวกันของที่อื่น ๆ ในด้านการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าว ๙ นั้น จากการนำแนวทางการศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อ (Uses and Gratification Approach) มาพิจารณาจะเห็นได้ว่าผู้สื่อข่าวต่างประเทศซึ่งเป็นกลุ่มผู้รับสารที่มีลักษณะเอาการเอางาน (Active) ในการเลือกใช้สื่อทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นขั้นเลือกเปิดรับ

เลือกตีความ เลือกจดจำ และหลังจากรับสื่อแล้ว ยังมีการนำเอาสื่อไปใช้ประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ด้วย ซึ่งการศึกษาพบว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าว ๔ ในด้านเป็นแหล่งอ้างอิงทางบุคคล และตัวเลขมากที่สุด จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จึงสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมการเปิดรับสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ดังเราจะเห็นได้ว่า สถานะของผู้ส่งสารและผู้รับสารในเรื่องนี้ค่อนข้างถูกกำหนดไว้แน่นอน คือ ผู้ส่งสารจะเป็นรัฐบาลไทย ผู้สื่อข่าวต่างประเทศอาจเป็นทั้งสื่อหรือเป็นผู้ส่งสาร (ในกรณีการเลือกตีความ เลือกจดจำ เลือกนำเสนอ) ส่วนประชาชนทั่วโลกจะเป็นผู้รับสาร

### การคัดเลือกและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ

จากผลการวิจัยพบว่า แต่ละสำนักข่าวจะมีกระบวนการคัดเลือกข่าวที่คล้ายคลึงกัน คือ เริ่มต้นด้วยการตรวจสอบข่าวจากแหล่งข่าวประจำของแต่ละสำนักข่าว และข่าวที่ผู้สื่อข่าวประจำและผู้สื่อข่าวพิเศษนำเสนอเข้ามา ซึ่งเป็นขั้นตอนการรวบรวมข่าว หลังจากนั้นจะมีการคัดเลือกข่าวซึ่งในขั้นนี้แต่ละสำนักข่าวจะมีปัจจัยการคัดเลือกข่าวเฉพาะของตนเองกล่าวคือ ตามนโยบายองค์กร ตามคุณค่าข่าว และตามเกณฑ์ในการเผยแพร่ของกองบรรณาธิการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสำนักข่าวของ บอยบารีต (Boyd-barrett, 1980) ที่กล่าวว่า สำนักข่าวทั่วโลกไม่ว่าจะเป็นสำนักข่าวระหว่างประเทศ สำนักข่าวแห่งชาติ สำนักข่าวภูมิภาค ต่างมีรูปแบบโครงสร้างการบริหาร และการจัดการที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มีความเป็นเอกลักษณ์ของความเป็นสำนักข่าว แต่สิ่งที่จะต่างกันก็ตรงการคัดเลือกเนื้อหาข่าวว่าจะเน้นหนักไปในด้านใด

นอกจากนี้ในประเด็นการกระจายข่าวของสำนักข่าวทั้ง 4 แห่งพบว่าเกือบทุกแห่งจะต้องส่งข่าวไปให้สำนักงานใหญ่ตรวจสอบก่อนที่ข่าวจะกระจายไปยังกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของบอยบารีต (Boyd-barrett, 1980) ที่ระบุว่าสำนักข่าวทั่วโลกจะมีระบบ Bureau System ซึ่งเป็นระบบที่สำคัญของสำนักข่าวทุกแห่งที่มีสาขา และสำนักข่าวส่วนใหญ่ยังคงรักษารูปแบบระบบดังกล่าวไว้ คือ การมีตัวแทนผู้สื่อข่าวในแต่ละท้องถิ่นทั่วทุกมุมโลกเพื่อหาข่าวในประเทศนั้น ๆ จะไม่มีการจ้างผู้สื่อข่าวเต็มเวลา แต่จะเป็นการทำงานอิสระหรือพวก stringer เท่านั้นที่รายงานข่าวเมื่อเกิดเหตุการณ์ขึ้น ส่วนผู้สื่อข่าวเต็มเวลาส่วนใหญ่จะถูกส่งไปตามประเทศโลกที่สาม อย่างไรก็ตามจำนวนผู้สื่อข่าวแบบเต็มเวลาของแต่ละสาขาจะมีไม่มาก อาจจะมีเพียง 1-2 คนเท่านั้น เพื่อติดตามรายงานข่าวแต่ถ้ามีเหตุการณ์ใดที่สำคัญ และต้องติดตามเป็นพิเศษ ผู้สื่อข่าวจากสำนักงานใหญ่หรือสำนักงานในทวีปนั้นจะถูกส่งตัวไปช่วยในแต่ละกรณีไป จำนวนสาขาทั้งในและต่างประเทศของสำนักข่าวแต่ละแห่งจะกระจายไม่เท่ากันซึ่งขึ้นอยู่กับความสำคัญ



ของแต่ละภูมิภาค เช่น เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อาจมีสำนักงานสาขาอยู่ตามเมืองหลัก ๆ เช่น กรุงเทพฯ สิงคโปร์ ฮองกง กัวลาลัมเปอร์ เป็นต้นซึ่งสำนักงานสาขาเหล่านี้จะถูกควบคุมด้วยระบบสาขา (Bureau system) ที่ค่อนข้างเข้ม โดยการรวบรวมข่าวสารของแต่ละสาขาจะถูกตรวจสอบจากสำนักงานใหญ่ก่อนที่ข่าวนั้นจะกระจายไปสู่ผู้รับสารหรือผู้บริหารต่อไป

จากการสัมภาษณ์หัวหน้าสำนักข่าวทั้ง 4 แห่งพบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยได้แก่ ปัจจัยภายในองค์กร ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีองค์การ (Organization Theory) ที่กล่าวว่ากระบวนการตัดสินใจคัดเลือกข่าวของสื่อมวลชนจะได้รับอิทธิพลจากสถานภาพและบทบาทของผู้ที่อยู่ในองค์กร ได้แก่นโยบายขององค์กร เจ้าของ บรรณาธิการ หัวหน้าสำนักข่าวและรวมถึงตัวผู้สื่อข่าวเองด้วย ซึ่งกระบวนการพิจารณาคัดเลือกเนื้อหาที่จะนำเสนอต้องผ่านการประชุมระหว่างบรรณาธิการ ทั้งนี้การพิจารณาจะยึดนโยบายของสำนักข่าวเป็นหลัก ทำให้การพิจารณาคัดเลือกข่าวแตกต่างกัน ทั้งผู้เป็นเจ้าขององค์กร หรือกรรมการบริหารองค์กรจะมีอิทธิพลในการเป็นผู้เสนอประเด็นต่าง ๆ ด้วย

นอกจากนี้คุณค่าข่าวที่สำนักข่าวทั้ง 4 แห่งให้ความสำคัญก็ดูจะมีส่วนคล้ายคลึงกัน โดยสำนักข่าวเกือบทุกแห่งมีคุณค่าข่าวที่ถือเป็นหลัก อาทิ ความรวดเร็ว ความใกล้ชิด ความเด่นของบุคคลที่เป็นข่าว ความสนใจของมนุษย์ และยังพบว่าสำนักข่าวซีกโลกตะวันออก คือจีนหัว และเกียวโตให้ความสำคัญกับการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของลู (Lule, 1987) ที่ระบุว่า การพัฒนา (Development) เป็นคุณค่าข่าวแรกในโลกที่สาม หรือประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งถือว่าข่าวคือความเจริญ ความก้าวหน้าและการก่อสร้างสาธารณูปโภคต่าง ๆ นอกจากนี้ ชู (Chu, 1998 : 206-207) ยังระบุว่าทุกประเทศในเอเชียต้องการพัฒนา พวกเขาต้องการปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น การสื่อสารด้วยตัวมันเองไม่สามารถจะนำมาซึ่งการพัฒนาได้ต้องมีปัจจัยอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องอีก แต่ถ้าเราสามารถใช้องค์กรสื่อสารและข่าวสารอย่างเหมาะสมแล้วก็จะช่วยสนับสนุนความพยายามในการพัฒนาได้ กล่าวคือการใช้การสื่อสารช่วยให้ข้อมูลข่าวสาร ให้ความรู้ สร้างแรงจูงใจ และช่วยขับเคลื่อนความพยายามในการพัฒนาให้แก่ประชาชนชาวเอเชีย

เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยทางด้านเกณฑ์ในการเผยแพร่ข่าวสารของกองบรรณาธิการต่อกระบวนการคัดเลือกข่าวของสำนักข่าวทั้ง 4 แห่งจะเห็นได้ว่าแม้สำนักข่าวทั้ง 4 แห่งจะไม่มีอำนาจตัดสินใจขั้นเด็ดขาดในการกระจายข่าวโดยตรงแต่กองบรรณาธิการแต่ละสำนักข่าวสามารถคัดเลือกข่าวขั้นต้นก่อนส่งไปให้สำนักงานใหญ่คัดเลือกอีกชั้นหนึ่ง ถ้ากองบรรณาธิการไม่ต้องการเสนอข่าวในด้านใดก็สามารถทำได้โดยไม่ต้องคัดเลือกข่าวหรือส่งข่าวนั้นไปให้กับสำนักงาน

ใหญ่ตรวจสอบ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ในการเผยแพร่ของกองบรรณาธิการด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ไวท์ (White, 1950 อ้างถึงใน Shoemaker, 1991 : 25) กล่าวว่ามันขึ้นอยู่กับลักษณะข่าวและอิทธิพลขององค์กรที่มีผลต่อการคัดเลือกข่าวของผู้เฝ้าประตูแล้ว ปัจจัยภายในตัวผู้เฝ้าประตูเองก็มีส่วนสำคัญ ซึ่งปัจจัยภายในอาจได้แก่ เกณฑ์ในการเผยแพร่ และค่านิยมของผู้เฝ้าประตูซึ่งมีผลต่อการคัดเลือกข่าวเป็นอย่างมาก

ในส่วนทิศทางการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสำนักข่าวทั้ง 4 แห่งพบว่า มีความแตกต่างกันในการนำเสนอข่าว กล่าวคือ สำนักข่าวเอพี และเอเอฟพี ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นสำนักข่าวขนาดใหญ่ของโลกมีทิศทางการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง โดยไม่ได้คำนึงว่าเหตุการณ์ดังกล่าวจะส่งผลในเชิงบวก เชิงลบ หรือเป็นกลาง แต่สำนักข่าวเอพี และ เอเอฟพี คำนึงถึงคุณค่าข่าวในการเสนอข่าวมากกว่า ซึ่งโดยธรรมชาติของความเป็นข่าวในแนวคิดของนักสื่อสารมวลชนตะวันตก ข่าวที่ได้รับการคัดเลือกส่วนใหญ่จะมีคุณค่าข่าวในด้านความเป็นลบ (Negative) เป็นเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าว ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของ กาลตุง และรูจ (Gultung & Ruge, 1973) ที่กล่าวถึงข่าวลบว่ามีคุณสมบัติเหนือกว่าข่าวบวกหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นที่พอใจของผู้อ่าน เป็นสิ่งที่คนเห็นคล้อยตามกัน ไม่ต้องตีความ ดังนั้นน่าจะสรุปได้ว่าสำนักข่าวซีกโลกตะวันตกคำนึงถึงคุณค่าข่าวในด้านเชิงลบเป็นเกณฑ์การคัดเลือกข่าวเป็นหลัก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาการเสนอข่าวโลกตะวันตกและโลกตะวันออกของสำนักข่าวต่างประเทศของ ปราณีย์ จันทรกุล(2540) พบว่าสำนักข่าวตะวันตกเสนอข่าวแง่ลบมากกว่าสำนักข่าวตะวันออก

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาทิศทางการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสำนักข่าวซินหัว และเกียวโดพบว่าทั้ง 2 แห่งได้ให้ความสำคัญกับคุณค่าข่าวด้านการพัฒนา เป็นสำคัญ ดังคำกล่าวของนายฮวง ยง หัวหน้าสำนักข่าวซินหัว ที่ว่า "ทิศทางการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของซินหัวเราเน้นการเสนอข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาด้วย เช่น การประชุมองค์ักัด 10 ซึ่งจัดขึ้นที่กรุงเทพฯ ฯ ที่ผ่านมา สำนักข่าวซินหัวได้เสนอประเด็นการเรียกร้องในด้านการพัฒนาของประเทศกำลังพัฒนามากกว่าจะเสนอในประเด็นเหตุการณ์ที่ไม่สงบ หรือปัญหาความขัดแย้งระหว่างการประชุม" ซึ่งดูจะสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่องการเสนอข่าวเพื่อการพัฒนาของสื่อมวลชนในประเทศพัฒนาแล้วเปรียบเทียบกับประเทศกำลังพัฒนาในการประชุมเรื่องประชากรโลก ที่เม็กซิโก เมื่อปี 1984 ของ ออแกน (Organ, 1987 vol 64 : 80 – 87) ซึ่งงานวิจัยของเขาได้ข้อสรุปว่า การเสนอข่าวระหว่างสื่อมวลชนจากโลกที่หนึ่งและสื่อมวลชนจากโลกที่สามมีความแตกต่างกัน โดยสื่อจากโลกที่

หนึ่งจะเน้นประเด็นข่าวการเมืองสูงถึงร้อยละ 49.6 ของปริมาณข่าวทั้งหมดที่เสนอเกี่ยวกับการประชุม ขณะที่สื่อจากโลกที่สามเสนอประเด็นประชากรสูงถึงร้อยละ 56.6

นอกจากนี้สำนักข่าวเกียวโดซึ่งเป็นสำนักข่าวซีกโลกตะวันออกยังระบุว่าในการก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 นั้นสำนักข่าวเกียวโดมีความตั้งใจที่จะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันมากขึ้นระหว่างประเทศในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เพื่อให้เกิดการร่วมมือในการพัฒนาระหว่างภูมิภาคต่างๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการพัฒนาของ สตีเฟนสัน (Stevenson, 1988) ที่กล่าวว่าแนวคิดเรื่องการพัฒนาที่มีความหลากหลายและที่โดดเด่นคือเรื่องการทำให้ปราศจากการพึ่งพาตะวันตก ซึ่งจำกัดความของการพัฒนาล่าสุด สตีเฟนสัน ได้รวมเอาแนวคิดเรื่องข่าวเพื่อการพัฒนา (Development news) เข้าไปด้วย โดยเขาให้คำนิยามเกี่ยวกับข่าวเพื่อการพัฒนาว่า เป็นข่าวที่ช่วยส่งเสริมการพัฒนาเรื่องราวเกี่ยวกับการส่งเสริมการอ่านออกเขียนได้ การเพาะปลูกที่ให้ผลดีขึ้น และการวางแผนครอบครัวรวมไปถึงข่าวที่สะท้อนถึงการพัฒนา

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ ทำให้ผู้วิจัยได้รับรู้ข้อมูลใน 3 ด้าน ประกอบด้วย (1) การเผยแพร่เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ (2) พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ (3) การคัดเลือกและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ และภายหลังจากที่ได้สรุปผลรวมทั้งอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์แห่งการวิจัยครั้งนี้แล้ว ผู้วิจัยขอเสนอแนะในส่วนอื่น ๆ ที่ได้จากการวิจัยในประเด็นต่อไปนี้

#### 1. การสร้างภาพลักษณ์ของเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์

เนื่องจากการตัดสินใจใช้สื่อแต่ละประเภทของกลุ่มผู้รับสารนั้นจะเกี่ยวข้องกับการเปิดตัวสื่อ นั้น ต่อสาธารณะ ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดภาพลักษณ์ของสื่อประเภทนั้น ๆ จากผลการวิจัยพบว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศจะใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าว ฯ ในด้านการเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงทางสถิติมากที่สุด แต่เมื่อถึงการใช้ประโยชน์กลับพบว่ามีการใช้ประโยชน์โดยรวมในระดับที่ต่ำ ดังนั้นการกำหนดภาพลักษณ์ของเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ ให้เป็น "สิ่งที่มีความถูกต้อง เชื่อถือได้" โดยเน้นให้เป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงทางบุคคล และตัวเลข จะสามารถทำให้ผู้สื่อข่าวต่างประเทศเลือกใช้เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ เพิ่มขึ้น เนื่องจากลักษณะนิสัยของผู้สื่อข่าวที่สำคัญ คือ ต้องการแสวงหาความเป็น

จริงจากแหล่งข่าวที่ถูกต้อง และเชื่อถือได้ นอกจากความเป็นแหล่งข่าวที่ถูกต้องและเชื่อถือได้แล้ว การวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้รับสารก็เป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ ในเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ต้องสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้รับสารได้เท่าเทียมและทั่วถึง เพื่อดึงดูดให้กลุ่มผู้รับสารมาใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าว ๔ มากขึ้น

## 2. การใช้กลยุทธ์ด้านข้อมูลข่าวสารในการทำการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ

นอกจากการป้อนข้อมูลในรูปเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ของหน่วยงานต่าง ๆ ให้กับสื่อมวลชนต่างประเทศแล้วการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศสามารถเผยแพร่ผ่านทางสื่อมวลชนต่างประเทศในรูปแบบอื่นได้อีก เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าสำนักข่าวต่างประเทศเหล่านี้มีการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ในระดับที่ต่ำ การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์โดยกระจายข่าวที่มีเนื้อหาเหมือนกันให้กับสำนักข่าวแต่ละแห่งที่มีการกำหนดเกณฑ์ในเรื่องคุณค่าข่าวที่ต่างกันดูจะเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มกับสิ่งที่ได้กลับคืนมา ดังนั้นการปรับกลยุทธ์ด้านข้อมูลข่าวสารโดยการลงในรายละเอียดว่าสื่อมวลชนซีกโลกตะวันออกมีความต้องการข้อมูลในด้านพัฒนาแค่ไหน และควรจะเน้นเรื่องใดกับสำนักข่าวใด ส่วนสื่อมวลชนซีกโลกตะวันตกที่มีเกณฑ์ในเรื่องคุณค่าข่าวที่ต้องเป็นเชิงลบ ทางรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับบทบาทให้เป็นหน่วยงานที่ให้ข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริง เท่าที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้จะเป็นในลักษณะการตอบโต้ข่าวเป็นกรณีไป ซึ่งดูเหมือนจะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์สักเท่าไร เนื่องจากถ้าสื่อได้เสนอข่าวไปแล้ว การออกมาแก้ต่างก็ดูจะไม่เรียกศรัทธาให้กลับคืนมาได้ การเป็นแหล่งข้อมูลข่าวสารที่สามารถให้ตรวจสอบข้อเท็จจริงได้ดูจะเป็นประโยชน์มากกว่า และทำให้สื่อมวลชนไม่สามารถบิดเบือนข้อเท็จจริงได้ ดังนั้นการปรับกลยุทธ์ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ให้สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์ที่แท้จริงของสำนักข่าวแต่ละแห่ง และการปรับบทบาทการให้ข้อมูลแก่สื่อมวลชนต่างประเทศใหม่จากลักษณะ Issue - oriented มาเป็นการใช้ Information Strategy ให้สอดคล้องกับนโยบายด้านต่างประเทศ น่าจะเป็นประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ

## 3. การสร้างความสัมพันธ์กับผู้สื่อข่าวต่างประเทศ

จากผลการวิจัยพบว่าผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ของรัฐในระดับที่ค่อนข้างต่ำเมื่อมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่ำจึงส่งผลให้การใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์น้อยด้วย แต่อย่างไรก็ตามจุดประสงค์หลักของการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้สื่อข่าวต่างประเทศไม่ใช่การหวังว่าจะให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าว ๔ มากขึ้น แต่การสร้างสัมพันธ์ดังกล่าวจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ได้รับรู้ถึงความคิดความอ่านของผู้สื่อข่าวต่างประเทศในประเด็นต่าง ๆ ซึ่งผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสงสัยในเรื่องใด หรือไม่เข้าใจ



ใจในเรื่องใดเกี่ยวกับประเทศไทยหรือแม้กระทั่งต้องการได้รับข้อมูลในเรื่องใด จากหน่วยงานใด ทางเจ้าหน้าที่ของรัฐก็สามารถที่จะให้คำตอบได้ หรือแม้กระทั่งได้รับทราบ แนวโน้มจากผู้สื่อข่าวว่าในช่วงนี้กำลังจะเล่นประเด็นอะไรเกี่ยวกับประเทศไทยก็สามารถนำข้อมูลมากำหนดกลยุทธ์ข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ได้เช่นกัน นอกจากนี้การพบปะพูดคุยกันเป็นประจำจะทำให้เกิดความสนิทสนมกันขึ้น ซึ่งอาจจะส่งผลให้ผู้สื่อข่าวต่างประเทศได้รับข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทยอย่างลึกซึ้ง และมีทัศนคติที่ดี ซึ่งมีผลต่อการนำเสนอข่าวของผู้สื่อข่าวคนนี้ต่อไปในอนาคต เนื่องจากผู้สื่อข่าวเองก็เป็นมนุษย์คนหนึ่งเช่นเดียวกับมนุษย์คนอื่น ที่มีเลือดเนื้อ มีจิตวิญญาณ มีความโลกความหลงอยู่ในตัวเอง ดังนั้นแม้จะมีหลักเกณฑ์และกรอบทางวิชาชีพเป็นตัวกำหนดอยู่แต่การคัดเลือกข่าวก็ต้องมีองค์ประกอบด้านทัศนคติของตัวเองเป็นผู้สื่อข่าวเองเป็นส่วนผสมอยู่ด้วยเช่นกัน

#### 4. การเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ

การที่เจ้าหน้าที่ของรัฐจะกระทำการใด ๆ ตามข้อที่กล่าวมาข้างต้นให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยเสริมให้เกิดความสำเร็จคือ การเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ ซึ่งการเป็นนักประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพในที่นี้ หมายถึง ความสามารถในการจับประเด็นความต้องการข้อมูลของสำนักข่าวต่างประเทศและมากำหนดกลยุทธ์ด้านข้อมูลข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ รวมถึงความสามารถในการติดต่อสื่อสารกับผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ความมีธรรมาภิบาล ความสามารถในการเข้าถึงคน สิ่งเหล่านี้ล้วนแต่จะต้องได้รับการฝึกฝน การพัฒนาบุคลากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งบุคลากรในหน่วยงานภาคการประชาสัมพันธ์ ดังนั้นรัฐบาลควรจะสนับสนุนในเรื่องดังกล่าวอย่างจริงจัง และมีการประเมินผลด้วย เพราะเท่าที่ผ่านมามีการอบรมบุคลากรของภาครัฐไม่เคยมีการประเมินผลว่าความรู้ ทักษะที่ได้จากการอบรมนั้น นำไปใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์หรือไม่ ซึ่งนับว่าเป็นเรื่องที่น่าเสียดายอย่างยิ่งที่บุคคลเหล่านั้นไม่ได้แสดงความสามารถตามที่ได้รับ การฝึกฝน อบรมกันมา

#### 5. การคานอำนาจสื่อมวลชนต่างประเทศ

กล่าวคือการตรวจสอบอำนาจของสื่อมวลชนต่างประเทศว่ามาจากแหล่งอะไรบ้าง ซึ่งถ้าวิเคราะห์กันแล้วจะเห็นได้ว่าอำนาจสื่อมวลชนต่างประเทศมาจากการเป็นสถาบันที่สามารถเข้าถึงกลุ่มคนได้ในปริมาณครั้งละมาก ๆ อย่างที่ไม่มีมีสถาบันใด ๆ จะสามารถทำได้ ประการต่อมาคือมีอำนาจในฐานะการเป็นเจ้าของช่องทางสื่อสาร และการที่สื่อมวลชนต่างประเทศสามารถให้สถานภาพแก่ประเทศหนึ่ง ๆ ได้ นับว่าเป็นเรื่องสำคัญทีเดียว เมื่อพบว่าอำนาจสื่อมวลชนต่างประเทศมีอะไรบ้าง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องมีการวางแผนที่จะตั้งรับในกรณีที่สื่อมวลชนต่างประเทศใช้อำนาจไปในทางที่ผิดและก่อให้เกิดผลกระทบต่อประเทศไทย ซึ่งเท่าที่ผ่านมาก็คง

จะเป็นเรื่องการให้สถานภาพประเทศไทยในด้านลบจากสื่อมวลชนต่างประเทศขนาดใหญ่บางแห่ง แต่การแก้ปัญหาที่ถูกต้องไม่ใช่การออกมาแก้ต่าง ปฏิเสธข้อกล่าวหาพลวัน แต่รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการทำประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศ ซึ่งหมายรวมถึงกระทรวงการต่างประเทศ ด้วยจะต้องมีการประสานอย่างใกล้ชิดระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์ด้านต่างประเทศให้มีลักษณะเป็นเครือข่าย (Network) เนื่องจากปัจจุบันการทำงานของแต่ละหน่วยงานมีลักษณะต่างคนต่างทำ ไม่มีการกำหนดกรอบการทำงานร่วมกันที่แน่ชัด บางครั้งจึงทำให้เกิดการทำงานซ้ำซ้อนกัน ซึ่งถ้าทุกหน่วยงานสร้างระบบเครือข่ายนี้ขึ้นมา และมีนโยบายที่ชัดเจนในเรื่องการคานอำนาจของสื่อมวลชนต่างประเทศ แต่ไม่ใช่การจำกัดสิทธิเสรีภาพสื่อมวลชน อาจจะเป็นการใช้สื่อตรวจสอบสื่อด้วยกันเอง หรือ การตรวจสอบจากสาธารณชนหรือทำประชาพิจารณ์ในเรื่องที่สื่อต่างประเทศนำเสนอ เพื่อให้เกิดปฏิกิริยาสะท้อนกลับไปยังสื่อมวลชนต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการคานอำนาจสื่อมวลชนต่างประเทศได้ในระดับหนึ่ง

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในอนาคต

1. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์เป็นหลัก การศึกษาครั้งต่อไปน่าจะมีการศึกษาถึงเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีลักษณะเดียวกันของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนที่เผยแพร่ข่าวไปยังสื่อมวลชนต่างประเทศว่ามีรูปแบบการเผยแพร่ รวมถึงเนื้อหาที่แตกต่างกันหรือไม่ โดยเฉพาะในประเด็นข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา

2. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ ในฐานะผู้ส่งสารเป็นสำคัญ ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไป น่าจะมีการศึกษาและวิเคราะห์ความสนใจและความต้องการของกลุ่มผู้รับสารด้วย

3. การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย ความรู้และทัศนคติของผู้สื่อข่าวต่างประเทศกับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ซึ่งผลการวิจัยระบุว่าผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าว ฯ ในระดับต่ำ เนื่องจากมีการเปิดรับข่าวสารที่ต่ำ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปน่าจะมีการศึกษาว่ามีปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ ซึ่งจะทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดกลยุทธ์ด้านข้อมูลข่าวสารให้แก่ผู้สื่อข่าวต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล



4. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยตัวอื่นที่เกี่ยวข้องและสามารถส่งผลถึงการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ นอกเหนือจากการเปิดรับสาร ความรู้ ทักษะคติ โดยให้ศึกษาถึงตัวแปรความพึงพอใจในเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ และปัจจัยทางการสื่อสารอื่น ๆ ว่ามีผลต่อการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ๔ ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมากน้อยแค่ไหน

5. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลของสื่อที่เข้าถึงผู้สื่อข่าวต่างประเทศโดยเน้นวิจัยสื่อที่ทำให้เกิดความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติที่ดีต่อประเทศไทย

6. การวิจัยในส่วนของคัดเลือกและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะจากหัวหน้าสำนักข่าวต่างประเทศทั้ง 4 แห่งที่มีสาขาในประเทศไทย การศึกษาครั้งต่อไปถ้าเป็นไปได้ น่าจะมีการศึกษาการคัดเลือกและการกระจายข่าวของสำนักงานใหญ่ของสำนักข่าวทั้ง 4 แห่งโดยเลือกศึกษาเฉพาะกรณี เช่น สำนักข่าวซินหัว สาขากรุงปักกิ่ง เพื่อจะทำให้ทราบถึงการกระจายข่าวเพื่อการพัฒนาในภูมิภาคเอเชีย

7. ในการวิจัยครั้งนี้ ผลการวิจัยระบุว่ามีความแตกต่างในการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศขนาดใหญ่ของทั้งซีกโลกตะวันออก และซีกโลกตะวันตก แต่มีข้อสังเกตว่า สื่อมวลชนต่างประเทศในประเทศไทยมีทั้งขนาดเล็ก และใหญ่ มากกว่า 70 แห่ง ดังนั้น หากเป็นไปได้ ในการศึกษาเรื่องทิศทางการนำเสนอข่าวของสื่อมวลชนต่างประเทศในครั้ง ต่อ ๆ ไป น่าจะมีการศึกษาสำนักข่าวขนาดเล็ก ๆ บ้าง เพื่อจะได้ทราบทิศทางการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

สถาบันวิทยบริการ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย