

บทบาทหนังสือพิมพ์รายวันต่อการนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมความร่วมมือ
ระหว่างประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน

THE ROLE OF DAILY NEWSPAPERS IN ENHANCING THE COOPERATION
AMONG ASEAN MEMBER COUNTRIES

ภัทรเวช ฟุ้งเฟื่อง^{1*} และดวงกมล ชาติประเสริฐ²

นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย¹
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย²

Bhathravej Fungfueng & Duang-Kamol Chartprasert

Department, Faculty of Communication Arts, Chulalongkorn University

Email: 6085105028@student.chula.ac.th

Received: 10-04-67 Revised: 01-07-67 Accepted: 18-07-67

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทหนังสือพิมพ์รายวันต่อการนำเสนอเนื้อหาที่ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน และทิศทางของเนื้อหาที่มีส่วนในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนอย่างไร ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงปริมาณ (content analysis) ผ่านแนวคิดการเลือกข่าวต่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์รายวันนำเสนอเนื้อหาอาเซียนมากที่สุด รองลงมาการนำเสนอในรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และนำเสนอในฐานะอาเซียน น้อยที่สุด โดยการนำเสนอเนื้อหาอาเซียนมีการกล่าวถึงประเทศเมียนมามากที่สุด รองลงมาเป็นมาเลเซีย และอินโดนีเซียตามลำดับ ขณะที่เนื้อหาในฐานะประชาคมอาเซียนมีการนำเสนอด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องด้านประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน และประชาคมการเมืองความมั่นคงอาเซียนตามลำดับ

สำหรับประเด็นการนำเสนอความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน พบว่า มีการนำเสนอเนื้อหาที่สร้างการตระหนักรู้ในบทบาทของประเทศสมาชิกมากที่สุด รองลงมาเป็นเรื่องด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสวัสดิการและการคุ้มครองทางสังคม และการสร้างความเข้าใจในการรวมตัวและผลที่จะได้รับจากการเป็นประชาคมอาเซียน

คำสำคัญ บทบาทหนังสือพิมพ์, การนำเสนอเนื้อหา, ความร่วมมือระหว่างประเทศ, ประชาคมอาเซียน

¹ นิสิตระดับปริญญาเอก หลักสูตรนิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

² คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Abstract

This study endeavors to investigate the role of daily newspapers in disseminating content aimed at fostering cooperation among ASEAN member countries and the direction of content contributing to knowledge and understanding about ASEAN. Employing content analysis methodology, the findings reveal that newspapers predominantly feature content focusing on individual member countries, with content depicting inter-country relations following suit, while ASEAN-related content receives the least attention. Concerning content pertaining to individual member countries, Myanmar garners the highest frequency of mention, followed by Malaysia and Indonesia, respectively. Furthermore, content related to the ASEAN community primarily emphasizes the economic aspect, succeeded by content addressing social and cultural dimensions, and lastly, the political security aspect of ASEAN.

In terms of presenting knowledge and understanding about ASEAN, the study observes that content aimed at raising awareness about the roles of member countries is most prevalent, followed by content concerning knowledge and understanding about welfare and social protection. Lastly, content aimed at fostering an understanding of the benefits of the ASEAN community concludes the discourse.

Keywords: Newspapers, Content Presentation, International Cooperation, ASEAN Community

บทนำ

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ หรืออาเซียน (ASEAN) เป็นองค์การความร่วมมือระหว่างประเทศที่มีวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างสันติภาพและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีกลไกในการดำเนินงานและตั้งเป้าหมายในการจัดตั้ง "ประชาคมอาเซียน" (ASEAN Community) และดำเนินการผ่านเสาหลักทั้ง 3 เสาประชาคม ได้แก่ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

อาเซียนเป็นองค์การที่พัฒนามาจากการสร้างร่วมมือในด้านการเมืองและความมั่นคง โดยมีประเทศสมาชิก 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และไทย ต่างร่วมมือเพื่อสร้างสันติภาพและความมั่นคงในภูมิภาค ภายหลังจากได้มีการรับบรูไน เวียดนาม ลาว เมียนมา และกัมพูชาเป็นสมาชิกจนครบ 10 ประเทศ ในเวลาต่อมาอาเซียนได้มีการสร้างความร่วมมือในฐานะพันธมิตรด้านเศรษฐกิจเพื่อเชื่อมโยงสมาชิกให้เกิดความมั่งคั่งของภูมิภาคผ่านกลไกความร่วมมือทางเศรษฐกิจ เช่น เขตเศรษฐกิจเสรี กรอบความตกลงและความตกลงเขตการลงทุน เป็นต้น (Department of ASEAN Affairs, Ministry of Foreign Affairs, 2012)

เช่นเดียวกับประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ที่มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประชาชนในภูมิภาค มุ่งเน้นให้เป็นประชาคมที่มีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ส่งเสริมให้เกิดความเอื้ออาทรและแบ่งปันผ่านแนวทางการพัฒนาเอาไว้นหลายด้านทั้งการพัฒนามนุษย์ การคุ้มครองและสวัสดิการสังคม ความยุติธรรมและสิทธิ ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน รวมถึงการลดช่องว่างระหว่างการพัฒนา (Department of ASEAN Affairs, Ministry of Foreign Affairs, 2012) โดยเป้าหมายสำคัญอย่างหนึ่งของประชาคมอาเซียน คือ ความต้องการให้เกิดความตระหนักรู้และสำนึกร่วมของการเป็นเจ้าของประชาคมอาเซียนร่วมกัน ไม่เพียงเฉพาะการทำงานผ่านภาครัฐและภาคเอกชนเท่านั้น อาเซียนยังมีความต้องการให้เกิดความร่วมมือในทุกระดับ

โดยอาเซียนเล็งเห็นว่ามิติด้านการสื่อสารเป็นกลไกที่สำคัญอย่างหนึ่งที่สามารถเอื้อให้บรรลุตามเป้าประสงค์ได้ อาเซียนจึงได้กำหนดมาตรการด้านการสื่อสารที่เป็นรูปธรรมผ่าน “แผนแม่บทการสื่อสารอาเซียน” (ASEAN Communication Master Plan) เพื่อเป็นแนวทางการสื่อสารในภาพรวมของอาเซียน และเป็นแนวทางให้แต่ละประเทศได้เอาไปปรับใช้โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางในการเสริมสร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียนให้กับประชาชนของแต่ละประเทศ

ขณะที่การสื่อสารที่นับว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อการสร้างการรับรู้ของประชาชนแต่จากบทเรียนที่ผ่านมาพบว่า สื่อมวลชนในประเทศกลับนำเสนอภาพประเทศเพื่อนบ้านอาเซียนอย่างคับแคบ สะท้อนมุมมองที่ขัดแย้งไปจากความเป็นจริง สร้างภาพเหมารวมของคนกลุ่มหนึ่งเพียงบางส่วน นำเสนอเพียงแง่ลบ โดยเฉพาะสื่อหนังสือพิมพ์ที่มักสร้างภาพเพื่อนบ้านในฐานะคู่แข่งและศัตรู และไทยมีความเหนือกว่าประเทศเพื่อนบ้าน Chutintaranond, S. (2006) สร้างให้เมียนมามีฐานะเป็นศัตรู ลาวเป็นแหล่งยาเสพติดรวมถึงเป็นบริวารของไทย ขณะที่กัมพูชามักถูกนำเสนอในฐานะผู้ที่ไม่เคยหวังดี ปลิ้นปล้อน ต่ำต้อยด้อยวัฒนธรรม และอ่อนแอทางเศรษฐกิจต้องพึ่งพิงไทย มีการนำเสนอข่าวการปล้นฆ่า ปัญหาแรงงานต่างด้าว และรุกล้ำชายแดนเขตอธิปไตยไทย (Louiyapong, K., 2004) มีสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาในเชิงลบมากกว่าการนำเสนอเนื้อหาข่าวที่เป็นผลบวกและภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศอื่น (Na Ranong, N. (2005)

ขณะที่เมื่อเข้าสู่ช่วงระยะเวลาหัวเลี้ยวหัวต่อของการเปิดประชาคมอาเซียน สื่อโทรทัศน์ก็ขานรับการทำหน้าที่การเป็นตัวกลางในการเผยแพร่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน แต่ให้น้ำหนักกับเนื้อหาประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มากกว่าจะนำเสนอเนื้อหาประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียนเพราะเกรงว่าจะกระทบความไว้วางใจซึ่งกันและกัน (Cheangchaya, P. (2013)

สภาพการณ์ของสื่อมวลชนไทยต่อประเด็นการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนที่ได้กล่าวมาข้างต้น มีสภาพไม่แตกต่างจากการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนและประเทศสมาชิกเท่าใดนัก กล่าวคือ การนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับอาเซียนในหนังสือพิมพ์เดอะนิวยอร์กไทมส์ ในปี 2002 และปี 2007 มีสัดส่วนการนำเสนออาเซียนน้อยกว่าเมื่อเทียบกับสหภาพยุโรป (European Union) เนื้อหาที่พบจะเน้นการนำเสนอแบบรายประเทศมากกว่าสะท้อนภาพอาเซียนในฐานะความร่วมมือระหว่างประเทศ และยังนำเสนอภาพความขัดแย้งสะท้อนเนื้อหาเชิงลบของสมาชิกอาเซียนบางประเทศ แต่เลือกเสนอเนื้อหาเชิงบวกกับประเทศที่มีความสัมพันธ์อันดีกับสหรัฐอเมริกา ได้แก่ สิงคโปร์ ไทย ฟิลิปปินส์ (Freeman, 2010)

หากพิจารณาการศึกษาที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะพบว่าสื่อมวลชนนอกจากจะมีบทบาทสำคัญในฐานะผู้ถ่ายทอดเนื้อหาหรือเรื่องราวจากต่างประเทศแล้ว สื่อมวลชนยังมีสถานะเป็นสื่อกลางในการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศและมีบทบาทสำคัญในการกำหนดการรับรู้ของสังคมมวลชนต่อชาติอื่น ๆ (Brewer et al., 2003) เมื่อสื่อมวลชนนำเสนออะไรก็มีแนวโน้มว่าผู้รับสารจะเชื่อในสิ่งที่สื่อนำเสนอ (Lippmann, 1992) เช่นเดียวกันเนื้อหาข่าวที่ถูกนำเสนออยู่บ่อยครั้งก็อาจส่งผลกระทบต่อความคิดเห็นกลายเป็นพื้นฐานในการตัดสินใจต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งของผู้รับสาร (Price and Tewksbury, 1997; Sakurai, 2017) และย้อนกลับมาพิจารณาบริบทการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนในสายตาสื่อมวลชนไทย ที่แม้ว่าในปัจจุบันพบการนำเสนอเนื้อหาในเชิงบวกเพิ่มขึ้น แต่ก็ยังมีอยู่ในปริมาณที่น้อยและยึดโยงกับความสำเร็จของชาติตนเองแบบเป็นศูนย์กลาง (ethnocentric) และอธิบายประเทศอื่น ๆ ว่าต่างจากเราอย่างไร เช่นเดียวกับการศึกษาเหล่านั้นล้วนเป็นการศึกษาที่อยู่บริบทก่อนการเปิดประชาคมอาเซียน

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการจะศึกษาว่าเมื่อบริบทของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนอย่างเป็นทางการในวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 จนถึงช่วงเวลาก่อนที่ประเทศไทยจะเป็นประธานอาเซียนในวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นช่วงหลังการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน การทำงานของหนังสือพิมพ์ในฐานะสื่อมวลชนจะนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนและประเทศสมาชิกอาเซียนอย่างไร โดยวิเคราะห์จากเนื้อหาที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์เพื่อพิจารณาถึงความสอดคล้องกับเจตนารมณ์และวัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้งประชาคมอาเซียน ในการส่งเสริมความเข้าใจอันดีต่อกันระหว่างประเทศในภูมิภาคได้หรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยคิดว่าน่าจะเป็นการให้มุมมองที่เป็นประโยชน์ในการแสวงหาแนวทางหรือนโยบายให้การทำงานของสื่อมวลชนให้สอดคล้องกับบริบทของการเป็นประชาคมอาเซียน รวมไปถึงเกิดประโยชน์ทั้งต่อวงการวิชาการด้านการสื่อสารรวมถึงการศึกษาความร่วมมือระหว่างประเทศหรือภูมิภาคนิยมศึกษา (Regionalism Studies) เช่นเดียวกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อวิเคราะห์บทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนว่ามีกาส่วนในการส่งเสริมการเป็นประชาคมอาเซียนมากน้อยหรือไม่นั้น ผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ย่อยเพื่อตอบวัตถุประสงค์หลักดังนี้

1. เพื่อศึกษาสัดส่วนและปริมาณเนื้อหาที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวันว่ามีการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกนำเสนอใน (1) ลักษณะรายประเทศสมาชิก (2) ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ และ (3) ลักษณะที่นำเสนอในฐานะอาเซียน ทั้งในด้านปริมาณและประเภทของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอ
2. เพื่อศึกษาทิศทางของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอบนหน้าหนังสือพิมพ์ว่ามีส่วนในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนในด้านใดบ้าง

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับต่างประเทศ

นอกจากหน้าที่ 4 ประการของหนังสือพิมพ์ที่ Harold Lasswell (อ้างถึงใน Baran and Davis, 2003) ระบุเอาไว้ว่า หน้าที่ในการการเฝ้าระวังสังเกตการณ์สังคม (social surveillance) การเชื่อมโยงส่วนต่าง ๆ ของสังคม (social correlation) ส่งต่อมรดกทางสังคม (transmission of the social heritage) และการทำหน้าที่เพื่อความบันเทิง (entertainment) แล้วนั้น หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทในการนำเสนอข่าวสารให้กับผู้อ่านที่ไม่สามารถเข้าถึงเหตุการณ์ในพื้นที่จริงได้ รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาหรือข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศให้กับผู้อ่านในประเทศรับรู้และเข้าใจด้วย

ข่าวต่างประเทศ (foreign news) คือข่าวสาร ข้อเท็จจริง ข้อมูลเหตุการณ์หรือเรื่องอื่นใดที่เกี่ยวกับต่างประเทศ ที่ถูกนำเสนอออกเหนือจากข่าวที่มีการรายงานถึงเหตุการณ์หรือสถานการณ์ในประเทศของตน ข่าวต่างประเทศส่วนใหญ่จะส่งผลให้ผู้อ่านมีภาพจำเกี่ยวกับต่างประเทศผ่านการรายงานของสื่อภายในประเทศ (Ball – Rokeach and DeFleur, 1976) โดยผลกระทบของข่าวต่างประเทศนับว่าเป็นสิ่งที่สามารถกำหนดมุมมองของผู้อ่านที่เกี่ยวข้องกับต่างประเทศได้ รวมถึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดนโยบายต่างประเทศและความสัมพันธ์ทางการทูตได้อีกด้วย (Gilboa, 2000, 2002)

แนวคิดแบบแผนการนำเสนอข่าวต่างประเทศ

Stevenson (2003) ได้ลงมือศึกษาแบบแผนของข่าวต่างประเทศผ่านการรายงานข่าวต่างประเทศบนหน้าหนังสือพิมพ์ชั้นนำ และสถานีโทรทัศน์ระดับชาติ 46 ประเทศ ในช่วงระยะเวลา 2 สัปดาห์ ผลการศึกษาพบว่าลักษณะสำคัญของการรายงานข่าวหรือเนื้อหาที่เกี่ยวกับต่างประเทศมักมุ่งเน้นประเด็นไปที่เรื่องเศรษฐกิจและการเมืองทั่วโลก การนำเสนอเนื้อหาเน้นไปที่ประเทศที่มีความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์และมีความเกี่ยวโยงในเรื่องเศรษฐกิจ โดยสหรัฐอเมริกามักเป็นประเทศที่ถูกกล่าวถึงมากที่สุดแทบและมักจะได้รับความสนใจมากกว่าข่าวประเทศเพื่อนบ้านอื่น ๆ

ขณะเดียวกันปัจจัยความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ Kamps (1999) ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการรายงานข่าวต่างประเทศ โดย Kamps อธิบายผ่านแนวคิดแบบจำลองภูมิศาสตร์ข่าว (news geography) ที่พิจารณาจากความถี่

ในการรายงานข่าว (frequency of coverage) และความผันแปรของเหตุการณ์ (topical variability) ในการรายงานข่าว เขาระบุรูปแบบข่าวต่างประเทศที่ถูกนำเสนอบนหน้าหนังสือพิมพ์เอาไว้ทั้งหมด 4 ประเภท ได้แก่ (1) ข่าวศูนย์กลาง (news centres) ประเทศที่ถูกนำเสนอบ่อยครั้ง มีความหลากหลายของหัวข้อข่าวและประเภทของเนื้อหา (2) ข่าวเพื่อนบ้าน (news neighbours) ประเทศที่ถูกนำเสนอเนื้อหาบ่อยครั้ง มีความสำคัญและความถี่น้อยกว่าข่าวประเทศศูนย์กลาง แต่ยังคงมีเนื้อหาที่หลากหลาย (3) ข่าวเพื่อนบ้านเฉพาะเหตุการณ์ (topical news neighbours) เป็นประเทศที่ถูกรายงานด้วยความผันแปรของเหตุการณ์น้อย แต่ยังมีความถี่และต่อเนื่องในการนำเสนอ ส่วนประเภทสุดท้ายคือ (4) ข่าวชายขอบ (news periphery) ประเทศที่ไม่ค่อยถูกพบในการรายงานข่าวต่างประเทศ มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องน้อยมากหรือแทบจะไม่ปรากฏ โดยผู้วิจัยจะนำแนวคิดดังกล่าวมาพิจารณาการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนของหนังสือพิมพ์ไทยว่ามีลักษณะใดบ้าง

นอกจากนี้งานเขียนของ Stevenson และ Shaw (1984) เรื่อง Foreign News and the New World Information Order ได้จัดหมวดหมู่ข่าวต่างประเทศออกเป็นหลายประเภท แม้ว่าอาจไม่ได้ระบุไว้อย่างครอบคลุม แต่การวิจัยหลายเรื่องก็นิยมแบ่งตามเนื้อหาจุดเน้นทางภูมิศาสตร์ และการรายงานข่าวเฉพาะเรื่องดังต่อไปนี้ ข่าวการเมืองระหว่างประเทศ ข่าวการเมืองในประเทศ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการพัฒนาและความช่วยเหลือ ข่าวสังคมและวัฒนธรรม ข่าวที่ปลุกชนสนใจน่าสนใจ ข่าวสิ่งแวดล้อมและภัยธรรมชาติ และข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวประยุกต์แนวคิดดังกล่าวเพื่อมาจำแนกเนื้อหาของข่าวที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน

แนวคิดปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อการนำเสนอข่าวต่างประเทศ

แนวคิดดังกล่าวถูกอธิบายว่าเป็นรูปแบบที่ส่งอิทธิพลต่อการเลือกข่าวต่างประเทศของบรรณาธิการ โดย Chang and Lee (1992) ได้จำแนกอิทธิพลที่ส่งผลออกเป็น 2 กลุ่ม สำหรับกลุ่มแรกเป็นกลุ่มที่มุ่งเน้นที่บริบท (context-oriented) จะพิจารณาตัวแปรด้านบริบทที่เกิดขึ้น ได้แก่ ความสัมพันธ์ทางการค้า ความเกี่ยวข้องทางวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมทางการเมือง และความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ เช่น ประเทศที่มีความเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์เดียวกันจะรายงานข่าวเรื่องเดียวกัน (Nam, 1970) เช่นเดียวกับปัจจัยด้านความพอใจทางวัฒนธรรมและความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ก็เป็นปัจจัยที่กำหนดการนำเสนอข่าวได้ด้วยอย่างเช่น ประเทศที่มีความสัมพันธ์ทางการเมืองและการค้ากับสหรัฐอเมริกา ก็มักจะถูกนำเสนอในหน้าหนังสือพิมพ์ของสหรัฐอเมริกาเป็นต้น (Hester, 1973; Chang, Shoemaker and Brendlinger, 1987)

ส่วนกลุ่มที่เน้นด้านเนื้อหา (content-oriented) จะให้ความสำคัญกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในต่างประเทศ โดยไม่ได้คำนึงถึงปัจจัยภายนอก โดยจะพิจารณาจากความน่าสนใจและสมควรเป็นข่าว (newsworthy) ได้แก่ ความรวดเร็วสดใหม่ (timeliness) การมีผลกระทบหรือผลสืบเนื่อง (consequence) เป็นเรื่องที่ปลุกชนสนใจ (human interest) และมีความขัดแย้ง (conflict) หากเหตุการณ์ในต่างประเทศที่มีคุณลักษณะตรงตามเกณฑ์ที่ได้กล่าวมาก็มีแนวโน้มว่าบรรณาธิการจะเลือกนำเสนอเหตุการณ์ดังกล่าวในฐานะข่าวต่างประเทศ (Chang and Lee, 1992)

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกหนังสือพิมพ์รายวันของประเทศไทยที่ดำเนินการโดยบริษัทที่มีผลประกอบการสูงสุด 4 อันดับของประเทศในปี พ.ศ. 2561 จำแนกออกเป็นหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวเบาและหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวหนัก โดยหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวเบา ได้แก่ ไทยรัฐ (2,135 ล้านบาท) เดลินิวส์ (743 ล้านบาท) ส่วนหนังสือพิมพ์ที่เน้นข่าวหนัก ได้แก่ มติชน (642 ล้านบาท) และกรุงเทพธุรกิจ (316 ล้านบาท)

การเลือกช่วงเวลาและวันในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยกำหนดระยะเวลาในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหมุนเวียน (rotate sampling) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2559 วันแรกจากการเปิดประชาคมอาเซียน ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2561 ก่อนการรับตำแหน่งประธานอาเซียนของไทย โดยเลือก 1 วันต่อสัปดาห์และสลับวันไปเรื่อย ๆ ปรากฏวันในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง 157 วัน ปี 2559 = 53 วัน ปี 2560 = 52 วัน ปี 2561 = 52 วันหนังสือพิมพ์ 4 ฉบับ x 157 วัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่าง 628 ฉบับมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการสืบค้นในฐานข้อมูลกฤตภาคข่าว (news clipping) ที่จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเป็นสมาชิก จากนั้นจึงนำกลุ่มตัวอย่างเนื้อหาหรือข่าวมาวิเคราะห์ลักษณะการนำเสนอ ทั้งด้านเนื้อหาและปริมาณ ในการนำเสนอแต่ละประเด็นด้วยตารางลงรหัสที่ผ่านการพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ออกแบบตารางลงรหัสข้อมูล (coding sheet) เพื่อเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งสามารถจำแนกประเภทของข้อมูลออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ดังปรากฏในตารางที่ 1

ประเด็นหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์		ประเด็นย่อยที่ใช้ในการวิเคราะห์	
(1)	ลักษณะภาพรวมของเนื้อหา	(1) ลักษณะรายประเทศสมาชิก (3) ลักษณะที่นำเสนอในฐานะอาเซียน	(2) ลักษณะความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ
(2)	ประเด็นที่นำเสนอ	นำเสนอในฐานะรายประเทศ/ ภูมิภาค และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (1) การเมืองภายในประเทศ (2) เศรษฐกิจภายในประเทศ (3) ความมั่นคงภายในประเทศ (4) ความร่วมมือระหว่างประเทศ (5) ความช่วยเหลือระหว่างประเทศ (6) ความขัดแย้งระหว่างประเทศ (7) วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การแพทย์และสาธารณสุข (8) ภัยธรรมชาติ (9) สังคมและวัฒนธรรม (10) การกีฬา (11) ผู้นำรัฐ/ ผู้นำประเทศ นำเสนอในฐานะอาเซียน (1) ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (3) ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน	
(3)	ความรู้ความเข้าใจต่อประชาคมอาเซียนและประเทศสมาชิกที่ปรากฏ	(1) ผลกระทบเข้าประชาคมอาเซียน (2) เชื่อมโยงประชาคม และผลกระทบเชิงบวก (3) ผลดีและประโยชน์ของประชาคมอาเซียน (4) บรรเทาภัยพิบัติร่วมกัน (5) สวัสดิการ คู่ครองสังคม (6) สิทธิมนุษยชน สตรี มารดา (7) ให้ความสำคัญต่อเยาวชน (8) โอกาสของคนรุ่นใหม่ (9) เห็นประโยชน์ของประชาคมอาเซียน (10) วัฒนธรรม อัตลักษณ์ท้องถิ่น	(11) ข้อดีของนโยบายอาเซียน (12) ผลดีของนโยบายของอาเซียน (13) ผลดีทางธุรกิจ (14) เข้าใจการรวมตัว ผลที่จะได้ (15) ข้อได้เปรียบทางธุรกิจ (16) ความสำเร็จทางธุรกิจ (17) ความเท่าเทียมเสมอภาค (18) ตระหนักในบทบาทของสมาชิก (19) ให้ประชาชนเป็นศูนย์กลาง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงรายละเอียดในการจำแนกประเด็นในตารางลงรหัสข้อมูล

	(6.40)	(14.33)	(9.54)	(30.28)
มติชน	73 (3.02)	209 (8.63)	182 (7.52)	464 (19.17)
รวม	500 (20.65)	958 (39.57)	963 (39.78)	2,421 (100.00)

ตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาที่ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสมาชิกประชาคมอาเซียนจำแนกตามปีและชื่อฉบับ

เมื่อพิจารณาจำนวนชิ้นข่าวที่ถูกนำเสนอ พบว่า หนังสือพิมพ์เดลินิวส์มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศสมาชิกและประชาคมอาเซียนในช่วงระยะเวลา 3 ปี ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 มากที่สุดจำนวน 733 ชิ้น (ร้อยละ 30.28) ของเนื้อหาทั้งหมด รองลงมาเป็นหนังสือพิมพ์ไทยรัฐที่นำเสนอจำนวน 641 ชิ้น (ร้อยละ 26.48) โดยหนังสือพิมพ์ทั้ง 2 เป็นหนังสือพิมพ์ที่เพิ่งปริมาณ หรือเน้นนำเสนอเนื้อหาสาระแบบข่าวเบาเป็นหลัก ในส่วนของหนังสือพิมพ์เพิ่งคุณภาพอย่างหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจมีการนำเสนอจำนวน 583 ชิ้น (ร้อยละ 24.08) ขณะที่หนังสือพิมพ์ที่พบว่ามีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนและประเทศสมาชิกลดน้อยที่สุดคือหนังสือพิมพ์มติชน โดยมีการนำเสนอจำนวน 464 ชิ้น (ร้อยละ 19.17) ของเนื้อหาทั้งหมด

เมื่อพิจารณาลักษณะภาพรวมของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา พบว่า หนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างมีการนำเสนอแบบรายประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ซึ่งเป็นรัฐสมาชิกประชาคมอาเซียนนั้นการนำเสนอเนื้อหามากที่สุดจำนวน 1,855 (ร้อยละ 76.62) รองลงมาเป็นการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะภาพรวมของเนื้อหาที่สะท้อนรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนและบรรดาประเทศอื่น ๆ นอกภูมิภาคทั้งในระดับทวิภาคี (bilateral) และระดับพหุภาคี (multilateral) พบว่ามีจำนวน 292 ชิ้น (ร้อยละ 12.06) ขณะที่จำนวนเนื้อหาที่มีการนำเสนอน้อยที่สุดเป็นการนำเสนอในลักษณะของการเป็นประชาคมอาเซียนซึ่งมีเพียง 274 ชิ้น (ร้อยละ 11.32)

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสัดส่วนเนื้อหาประเภทต่าง ๆ จะพบว่า เนื้อหาแบบรายประเทศสมาชิกแต่ละประเทศแม้จะมีสัดส่วนการนำเสนอมากที่สุดตลอดระยะเวลา 3 ปีก็ตาม แต่เมื่อเทียบสัดส่วนของเนื้อหาของทั้ง 3 ประเภทรายปี สัดส่วนของการนำเสนอเนื้อหาแบบรายประเทศในปี 2560 มีจำนวนที่น้อยลงเมื่อเทียบกับสัดส่วนในปี 2561 เช่นเดียวกับเนื้อหาที่ถูกนำเสนอในฐานะประชาคมอาเซียนที่ในปี 2559 จะมีสัดส่วนที่นำเสนอเยอะกว่าปี 2560 แต่เมื่อถึงปี 2561 กลับมีจำนวนเพิ่มขึ้นมาเช่นกัน ซึ่งเป็นไปได้ว่าบริบทของการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในช่วงปีแรกอาจส่งผลต่อการนำเสนอเนื้อหาและลดจำนวนลงในปีต่อมาขณะที่การก้าวเข้าสู่ตำแหน่งประธานหมุนเวียนของอาเซียนที่ประเทศไทยจะเป็นเจ้าภาพและเป็นประธานอาเซียนนั้น กลับส่งผลให้เนื้อหาข่าวต่างประเทศกลับมีปริมาณที่เพิ่มขึ้นแม้จะเพียงเล็กน้อยก็ตาม รายละเอียดดังปรากฏในตารางที่ 3

ลักษณะภาพรวมของเนื้อหาที่นำเสนอ	2559	2560	2561	รวม
รายประเทศ	337 (15.57)	751 (31.02)	727 (30.03)	1,855 (76.62)
ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	47 (1.94)	114 (4.71)	131 (5.41)	292 (12.06)
อาเซียน	76 (3.14)	93 (3.84)	105 (4.34)	274 (11.32)
รวม	500 (20.65)	958 (39.57)	963 (39.78)	2,421 (100.00)

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนลักษณะภาพรวมของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอจำแนกตามปี

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการนำเสนอเนื้อหาโดยภาพรวมแล้ว จากตารางที่ 3 จะพบว่าการนำเสนอเนื้อหาของหนังสือพิมพ์รายวันในช่วงเวลาดังกล่าวมีการนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบรายประเทศมากที่สุดถึง 1,855 ชิ้น (ร้อยละ 76.62) จากจำนวนชิ้นข่าวทั้งหมด 2,421 ชิ้น โดยการกล่าวถึงนั้นผู้วิจัยใช้วิธีการแจกแจงนับจากจำนวนการกล่าวถึงจากทุกประเภทของข่าวทำให้พบว่า จำนวนที่มีการระบุถึงชื่อประเทศสมาชิกอาเซียนแบบรายประเทศนั้นมีจำนวนถึง 5,283 ครั้ง

ในส่วนของประเทศที่มีการกล่าวถึงมากที่สุด จากทุกประเภทเนื้อหาในช่วงเวลาที่ศึกษา ได้แก่ เมียนมาซึ่งมีการกล่าวถึง 801 ครั้ง (ร้อยละ 15.16) รองลงมาได้แก่ มาเลเซีย 707 ครั้ง (ร้อยละ 13.38) อินโดนีเซีย 700 ครั้ง (ร้อยละ 13.25) ตามมาด้วยฟิลิปปินส์ 645 (ร้อยละ 12.21) เวียดนาม 559 ครั้ง (ร้อยละ 10.58) กัมพูชา 547 (ร้อยละ 10.35) สปป.ลาว 522 ครั้ง (ร้อยละ 9.88) สิงคโปร์ 517 ครั้ง (ร้อยละ 9.79) และบรูไนที่มีการกล่าวถึงน้อยที่สุดเพียง 285 ครั้ง (ร้อยละ 5.39)

เมื่อพิจารณาด้านเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศที่ถูกนำเสนอสูงสุดอย่าง “*เมียนมา*” ในช่วงระยะเวลาปีแรกของการเปิดประชาคมอาเซียนมีการกล่าวถึงการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจที่ก้าวหน้า เมียนมามีการค้าและการค้าและเปิดโอกาสให้มีการลงทุนในประเทศอย่างคึกคัก เมียนมามีสถานะเป็นประเทศผู้ส่งออกแรงงานและเป็น “โอกาสทางเศรษฐกิจของประเทศไทย” ในรูปแบบผู้ส่งออกแรงงานเข้าไทยและมีประเทศไทยเป็นฐานการลงทุนสำคัญ สหรัฐอเมริกาได้ยกเลิกมาตรการคว่ำบาตรเมียนมาอันเป็นผลมาจากการพัฒนาระบบประชาธิปไตยในเมียนมา ต่อมาในช่วงปลายปี พ.ศ. 2560 ถึงปี พ.ศ. 2561 เมียนมากลับถูกนำเสนอในฐานะประเทศที่มีปัญหาด้านการละเมิดสิทธิมนุษยชนจากการบุกโจมตีกลุ่มชาติพันธุ์โรฮิงจา ทั้งยังปฏิเสธไม่ให้ผู้แทนจากองค์การสหประชาชาติเข้าสังเกตการณ์ ส่งผลให้เกิดการประณามจากประชาคมโลกต่อเหตุการณ์ความรุนแรงดังกล่าวซึ่งถูกมองว่ารัฐบาลประชาธิปไตยเพิกเฉยและเป็นผู้สนับสนุนความรุนแรงดังกล่าว

กล่าวโดยสรุป สำหรับภาพด้านบวกของเมียนมาที่สื่อหนังสือพิมพ์ได้นำเสนอนั้นเมียนมา มีสถานะเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ส่วนด้านลบที่สื่อมวลชนมักหยิบยกมานำเสนอว่า เมียนมาเป็นผู้สร้างปัญหาให้สังคมไทย เป็นประเทศที่ต้องรอรับการช่วยเหลือ และยังมีการกระทำความรุนแรงต่อกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศของตนอีกด้วย

ส่วนประเทศ “*มาเลเซีย*” มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนในศึกการเลือกตั้งระหว่างรัฐบาลนายนาจิบ ราซัค และอดีตนายกรัฐมนตรีมหาเธร์ โมฮัมหมัดที่ลงสนามการเลือกตั้งอีกครั้งพร้อมกับการหันมาผูกมิตรกับนายอันวาร์ อิบราฮิม จนนำไปสู่การชนะการเลือกตั้งในที่สุด เช่นเดียวกันยังมีการนำเสนอเนื้อหาการเปิดโปงคดีอื้อฉาวของนายนาจิบ ราซัคในการทุจริตทางการเมืองโครงการ 1MDB (1 Malaysia Development Berhad)

หนังสือพิมพ์รายวันมีการนำเสนอภาพด้านบวกให้กับมาเลเซียในฐานะโอกาสทางเศรษฐกิจของไทย เป็นประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจในภูมิภาค และยังมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาความไม่สงบชายแดนกับไทยอีกด้วย ส่วนเนื้อหาในด้านลบต่อมาเลเซียนั้นมีการนำเสนออย่างเด่นชัดว่า มาเลเซียมีผู้นำที่กระทำการผิดการทุจริต และยังคงแข่งขันด้านการกีฬาของประเทศไทย

สำหรับ “อินโดนีเซีย” ที่มีสัดส่วนน้อยกว่ามาเลเซียเพียงเล็กน้อย สะท้อนให้เห็นว่าในช่วงเวลาหลังการเปิดประชาคมอาเซียน อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงในภูมิภาคอาเซียน ตลาดการค้ามีความเติบโตอย่างต่อเนื่องและเป็นฐานการผลิตของบริษัทเอกชนของไทย นอกจากนี้มีการถูกกล่าวถึงในฐานะประเทศที่มีกายการก่อการร้าย การทำการประมงผิดกฎหมาย เช่นเดียวกับเนื้อหาการมีความร่วมมือกับประเทศไทยในการแก้ปัญหา ระหว่างประเทศ ความร่วมมือกับเกาหลีใต้เพื่อพัฒนาแบตเตอรี่สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า การร่วมมือกับประเทศญี่ปุ่นสานต่อโครงการพัฒนาระบบสาธารณสุขไปรษณีย์ขั้นพื้นฐานและชี้ให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่แน่นแฟ้นมาด้วยดีตลอด 60 ปี

สำหรับอินโดนีเซีย สื่อมวลชนนำเสนอภาพของการเป็นประเทศมุสลิมสายกลางที่ไม่นิยมความรุนแรง แต่เป็นแหล่งที่ช่องกลุ่มผู้ก่อการร้าย เป็นประเทศที่มีเทคโนโลยีอันล้ำสมัยเหมาะแก่การลงทุน ส่วนด้านลบถูกนำเสนอว่าอินโดนีเซียเป็นประเทศที่ต้องเผชิญกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ และเป็นรองประเทศไทยด้านกีฬา

“ฟิลิปปินส์” เป็นอีกหนึ่งประเทศที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างมากในฐานะที่เป็นประเทศที่มีรัฐบาลใหม่จากการชนะการเลือกตั้งของนายโรดริโก ดูแตร์เต (Rodrigo Duterte) ซึ่งเป็นประธานาธิบดีที่มีกระแสการตอบรับที่ดีจากประชาชนและสื่อมวลชน ทั้งในฐานะผู้มีบุคลิกที่เข้าถึงง่าย มีความเด็ดเดี่ยวในการมุ่งแก้ปัญหาเสพติดในประเทศ ขณะเดียวกันในช่วงปีต่อมานโยบายการปราบปรามยาเสพติดดังกล่าวของประธานาธิบดีดูแตร์เตกลับถูกมองว่าละเมิดสิทธิมนุษยชน เป็นการแก้ปัญหาด้วยความรุนแรงด้วยการสั่งให้จัดการกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับยาเสพติดอย่างเด็ดขาดโดยไม่สนว่าจะมีส่วนเกี่ยวข้องมากหรือน้อยเพียงใด ประธานาธิบดีให้อำนาจกับเจ้าหน้าที่ในการจัดการกับผู้ที่มีส่วนในคดียาเสพติดอย่างเต็มที่ การบริหารจัดการดังกล่าวส่งผลต่อประเด็นด้านสิทธิมนุษยชนและการถูกมองว่าใช้ความรุนแรงในการแก้ปัญหา ประชาชนที่ไม่เกี่ยวข้องกับเสียชีวิตโดยไม่สามารถเอาผิดเจ้าหน้าที่รัฐได้ ทำให้เกิดกระแสการกดดันจากประชาคมโลกต่อการแก้ปัญหาด้วยความรุนแรง

ทั้งนี้ในช่วงระยะเวลาที่ศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยนำเสนอว่า ฟิลิปปินส์เป็นประเทศที่เป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญของประเทศไทย ขณะที่เนื้อหาในด้านลบถูกนำเสนอว่าเป็นประเทศที่ต้องเผชิญกับภัยพิบัติทางธรรมชาติ เป็นประเทศที่มีปัญหาด้านการสาธารณสุข มีภัยจากการก่อการร้าย ผู้นำประเทศที่ก้าวร้าวและยังเป็นคู่แข่งด้านการศึกษาของประเทศไทยอีกด้วย

“เวียดนาม” เป็นประเทศที่ถูกกล่าวถึงในด้านของการมีความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศทั้งในระดับรัฐบาลและภาคเอกชน เวียดนามถูกนำเสนอว่าเป็นประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีความเจริญทางด้านเศรษฐกิจและถูกยกมาเปรียบเทียบกับประเทศไทยในแง่ของโอกาสของภาคเศรษฐกิจภาคเอกชนให้ความสนใจไปลงทุนในประเทศ เพราะเวียดนามมีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพื่อจับกลุ่มพัฒนาการค้าในพื้นที่ทางไกลมีการปฏิรูประบบการเงินการธนาคารครั้งใหญ่เพิ่มวิสัยทัศน์ด้านดิจิทัลให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ทางเศรษฐกิจของโลก

ทั้งนี้การนำเสนอของสื่อมวลชนในช่วงระยะเวลาที่ศึกษามีการนำเสนอว่า เวียดนามเป็นประเทศที่มีความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจที่สูงที่สุดในภูมิภาค ทั้งยังเป็นประเทศคู่แข่งทางเศรษฐกิจที่สำคัญของไทยและต้องเผชิญกับปัญหาภัยพิบัติทางธรรมชาติเช่นเดียวกัน

“กัมพูชา” เป็นประเทศเพื่อนบ้านของไทยที่มีการนำเสนอในฐานะประเทศที่ให้ความร่วมมือกับประเทศไทย และประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคอย่างการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก (EEC) ให้ความร่วมมือกับประเทศ

ไทยในการจัดการปัญหาแรงงาน เช่น การร่วมกันจัดตั้งศูนย์ช่วยแรงงานต่างด้าวเพื่อเข้าสู่ระบบตามกฎหมายแรงงาน เป็นประเทศที่มีคาสีโนที่มี ทว่าความเติบโตทางเศรษฐกิจในช่วงเวลาที่ถูกนำเสนอกลับถูกปัญหาทางการเมืองหรือการถือครองอำนาจมาอย่างยาวนานของรัฐบาลนายกรัฐมนตรีสุนเซน และการปฏิบัติต่อฝ่ายค้านที่ถูกทำให้เป็นปรปักษ์ทางการเมืองทำให้เสถียรภาพทางการเมืองดังกล่าวส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักลงทุนชาวต่างชาติที่เข้ามาลงทุนในประเทศอย่างมาก

นอกจากนี้ กัมพูชายังถูกนำเสนอว่ากัมพูชาเป็นประเทศที่มีความร่วมมือระดับอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงร่วมกับ ไทย สปป.ลาว กัมพูชา และเวียดนาม โดยมีความสัมพันธ์อันดีกับจีนที่มีความร่วมมือในด้านการประสานประโยชน์ จากความแข็งแกร่งด้านต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาที่เสมอภาคร่วมกัน ขณะที่ภาพลักษณ์เชิงลบที่ถูกนำเสนอมีมาจากผลกระทบทางการเมืองกัมพูชาที่ถูกสหภาพยุโรปกดดันทางการค้า โดยทางสหภาพยุโรปพิจารณาว่า ปัญหาสิทธิมนุษยชนที่ยุติธรรมเสี่ยงต่อแผนพัฒนาประเทศกัมพูชา

กล่าวโดยสรุปกัมพูชาถูกนำเสนอว่าเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจของไทย เป็นสนามการลงทุนของภาคธุรกิจไทย และยังเป็นประเทศผู้ให้ความร่วมมือกับไทยในหลายมิติ ทั้งนี้เนื้อหาที่ถูกนำเสนอในด้านลบบ่อยครั้งมากที่สุดเป็นเรื่องของผู้นำทางการเมืองของประเทศในช่วงเวลานั้นคือ นายกรัฐมนตรีสุนเซนเป็นผู้มีอิทธิพลและมักใช้อำนาจในการกวาดล้างคู่แข่งทางการเมือง

“**สปป.ลาว**” เป็นหนึ่งในประเทศที่มีภูมิศาสตร์ใกล้ชิดกับประเทศไทยและเป็นเพียงไม่กี่ประเทศในภูมิภาคที่มีรูปแบบการเมืองการปกครองแบบสังคมนิยม ในช่วงแรกลาวถูกนำเสนอในฐานะมิตรที่ดีของสหรัฐอเมริกา ความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ระหว่างไทยและลาวส่งผลให้ประเทศไทยมีความสัมพันธ์อันดีทางการค้า การให้ความร่วมมือระหว่างรัฐไทยในการปิดสถานีวิทยุใต้ดิน ตลอดจนความนิยมของประชาชนลาวในการบริโภคสินค้าไทย ขณะเดียวกันลาวยังมีความสัมพันธ์อันดีกับประเทศจีนในด้านการค้าและการลงทุนสร้างระบบโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทางคมนาคมกับลาว และถูกนำเสนอในฐานะประเทศที่มีศักยภาพในการเจริญเติบโตของตลาดสูงเหมาะแก่การไปลงทุนของภาคเอกชน ขณะเดียวกันการนำเสนอเนื้อหาด้านลบของลาวคือ การจับกุมนายไซชนะ และเครือข่ายยาเสพติด

สำหรับประเทศลาวที่ถูกนำเสนอผ่านสื่อมวลชนไทยนั้น ในมิติด้านบวกมีการนำเสนอว่าลาวเป็นประเทศที่มีความใกล้ชิดทางวัฒนธรรมกับประเทศไทย เห็นได้จากวิถีชีวิตและความเป็นอยู่และวัฒนธรรมที่มีความคล้ายคลึงกัน ส่วนเนื้อหาด้านลบถูกนำเสนอว่า ลาวเป็นประเทศแหล่งผลิตและแพร่กระจายยาเสพติด เป็นประเทศที่ต้องพึ่งพิงมหาอำนาจทางเศรษฐกิจอย่างจีน และมีความเข้มงวดในการใช้กฎหมายกับสื่อมวลชน

ขณะที่ประเทศ “**สิงคโปร์**” เป็นหนึ่งในประเทศที่มีการนำเสนอเนื้อหาในช่วงเวลา 3 ปี ภายหลังจากเข้าสู่ประชาคมอาเซียนน้อยที่สุดรองจากบรูไน แต่การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสิงคโปร์ค่อนข้างมีแนวโน้มเชิงบวกมากประเทศหนึ่ง กล่าวคือ สิงคโปร์มีภาพลักษณ์เชิงบวกในด้านของการเจริญเติบโตทางธุรกิจของภูมิภาค เป็นแหล่งเงินทุนและแหล่งลงทุนที่สำคัญของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาค สิงคโปร์เป็นสมาร์ทเนชัน (smart nation) มีความสำคัญกับประเทศสมาชิกอาเซียนในด้านการร่วมมือด้านอุตสาหกรรม เป็นประตูของอาเซียนจากประเทศชั้นนำทางเศรษฐกิจที่ต้องการหลบหนีอิทธิพลและการพึ่งพาประเทศจีน

นอกจากนี้สิงคโปร์ยังถูกเลือกให้เป็นประเทศที่จัดการประชุมสุดยอดสหรัฐฯ - เกาหลีเหนือ ด้วยเหตุผลด้านความปลอดภัยสูง และมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างรัฐบาลวอชิงตันและเปียงยาง สิงคโปร์ยังเป็นศูนย์กลางทางการเงินและเป็นประตูทางออกสู่ทะเลของประเทศลาว ไม่เพียงเท่านั้นสิงคโปร์ยังถูกจัดอันดับว่าเป็นประเทศที่มีผู้นำมีศักยภาพและเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้ประเทศอยู่แถวหน้าของภูมิภาคได้

สื่อมวลชนไทยได้นำเสนอว่า ภาพลักษณ์เชิงบวกของสิงคโปร์คือการเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีสำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิต มีความโดดเด่นด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ แต่การเมืองการปกครองมีลักษณะเป็นประชาธิปไตยแบบอำนาจนิยมซึ่งเป็นภาพลักษณ์ด้านที่ไม่ค่อยดีนักของประเทศ

ด้านประเทศ “**บรูไน**” ซึ่งเป็นประเทศที่ได้รับการกล่าวถึงน้อยที่สุดกว่าประเทศสมาชิกอาเซียนประเทศอื่น ๆ โดยส่วนมากบรูไนจะถูกกล่าวถึงประเด็นการให้ความร่วมมือระหว่างสมาชิกอาเซียนด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าร่วมลงนามข้อตกลงแลกเปลี่ยนข่าวกรองระหว่างชาติภาคีเพื่อรับมือภัยคุกคามจากการก่อการร้าย การเป็นสมาชิกข้อตกลงทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศในข้อตกลงความครอบคลุมและความก้าวหน้าเพื่อหุ้นส่วนทางการค้าภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (CPTPP) เช่นเดียวกับการที่บรูไนร่วมกับประเทศสมาชิกอาเซียนในการผลักดันให้เกิด ASEAN Transboundary Haze Free Roadmap เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นภูมิภาคปลอดควันและการดำเนินงานด้านไฟและหมอกควันในภูมิภาคอาเซียน เช่นเดียวกับการถูกจัดอันดับให้เป็นหนึ่งในประเทศประเทศที่มีสุขภาพดีในระดับโลก รองจากประเทศสิงคโปร์อีกด้วย

สำหรับบรูไนมักถูกสื่อมวลชนนำเสนอในลักษณะภาพเชิงบวกต่อองค์สุลต่านและพระราชวงศ์ บรูไนเป็นประเทศมุสลิมที่ให้ความสำคัญกับสิทธิสตรี ส่วนภาพเชิงลบของบรูไนถูกกล่าวถึงในฐานะที่อาจจะเป็ฐานที่มั่นหรือแหล่งกบดานของกลุ่มก่อการร้าย

โดยสัดส่วนและปริมาณของเนื้อหาจำแนกตามรายประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน หรือประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างตามช่วงเวลาที่มีวิทยานิพนธ์ที่ ปรากฏโดยสรุปในตารางที่ 4

ประเทศที่ถูกกล่าวถึง	2559	2560	2561	รวม
เมียนมา	134 (5.53)	303 (12.52)	364 (15.04)	801 (15.16)
มาเลเซีย	123 (5.08)	200 (8.26)	384 (15.86)	707 (13.38)
อินโดนีเซีย	118 (4.87)	218 (9.00)	364 (15.04)	700 (13.25)
ฟิลิปปินส์	144 (5.95)	241 (9.95)	260 (10.74)	645 (12.21)
เวียดนาม	104 (4.30)	174 (7.19)	281 (11.61)	559 (10.58)
กัมพูชา	90 (3.72)	185 (7.64)	272 (11.24)	547 (10.35)
สปป.ลาว	91 (3.76)	179 (7.39)	252 (10.41)	522 (9.88)

ลิงคโพร	101 (4.17)	162 (6.69)	254 (10.49)	517 (9.79)
บรูไน	50 (2.07)	90 (3.72)	145 (5.99)	285 (5.39)
รวม	955 (39.45)	1,725 (72.37)	2,576 (106.40)	5,283 (100.00)

ตารางที่ 4 ตารางแสดงจำนวนเนื้อหาที่กล่าวถึงรายประเทศจำแนกตามปี

ขณะที่เนื้อหาที่ถูกนำเสนอในฐานะประชาคมอาเซียนนั้น จากการเก็บรวบรวมข้อมูลหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน 4 ชื่อฉบับ ระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2561 พบว่า หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน โดยเฉพาะมีเพียง 274 ชิ้น จาก 2,421 ชิ้น หรือร้อยละ 11.32 เท่านั้น โดยในปี 2559 มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนจำนวน 76 ชิ้น (ร้อยละ 3.14) ในขณะที่ปี 2560 มีการนำเสนอจำนวน 93 ชิ้น (ร้อยละ 3.84) ส่วนปี 2561 ก่อนการรับหน้าที่เป็นประธานอาเซียนของประเทศไทยมีการนำเสนอจำนวน 105 ชิ้น (ร้อยละ 4.34)

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน พบว่า หนังสือพิมพ์รายวัน มีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) มากที่สุดเป็นอันดับแรก โดยมีการกล่าวถึงลักษณะของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นประชาคมที่มีขีดความสามารถสูง มีพัฒนาการทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อาเซียนเป็นประชาคมเศรษฐกิจที่มีตลาดและฐานการผลิตเดียว และยังมีความสามารถในการบูรณาการกับระบบเศรษฐกิจโลกอีกด้วย

ขณะที่ประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรม การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community) เป็นประเด็นที่หนังสือพิมพ์มีการนำเสนอในสัดส่วนที่รองลงมาจากประชาคมเศรษฐกิจ โดยมีการกล่าวถึงประเด็นด้านการพัฒนามนุษย์มากที่สุด รองลงมาเป็นการกล่าวถึงอัตลักษณ์อาเซียน ความยุติธรรมและสิทธิมนุษยชนรวมถึงการคุ้มครองและสวัสดิการสังคม ขณะเดียวกันยังมีการกล่าวถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพยายามลดช่องว่างการพัฒนาในประชาคมอาเซียนและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม เป็นประเด็นที่กล่าวถึงน้อยที่สุด

สำหรับการนำเสนอเนื้อหาด้านประชาคมการเมืองและความมั่นคง (ASEAN Political Security Community) นั้นมีสัดส่วนการนำเสนอที่น้อยที่สุดกว่าทุกประชาคม โดยมักมีการกล่าวถึงมิติที่เป็นประชาคมที่มีพลวัต และมีการรวมตัวและลักษณะที่พึ่งพาซึ่งกันและกันมากยิ่งขึ้น รองลงมาเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเป็นประชาคมที่มีความเป็นเอกภาพและความสงบ ความแข็งแกร่งของภูมิภาค ความร่วมมือและรับผิดชอบ การเป็นประชาคมที่มีกติกาและมีการพัฒนาค่านิยมและมีบรรทัดฐานร่วมกัน ดังมีรายละเอียดและจำนวนแสดงในตารางที่ 5

การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน	2559	2560	2561	รวม
ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน (APSC)	47 (6.80)	71 (10.27)	64 (9.26)	182 (26.34)
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC)	103 (14.91)	104 (15.05)	116 (16.79)	323 (46.74)

ประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASCC)	30 (4.34)	86 (12.45)	70 (10.13)	186 (26.92)
รวม	180 (26.05)	261 (37.77)	250 (36.18)	691 (100.00)

ตารางที่ 5 ตารางแสดงจำนวนการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนจำแนกตามปี

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน “ภาพสะท้อนจากหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน”

การวิจัยในครั้งนี้ นอกจากต้องการศึกษาบทบาทของหนังสือพิมพ์รายวันต่อการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนผ่านการศึกษาสัดส่วนและปริมาณเนื้อหาที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวันว่า มีการนำเสนอเนื้อหาที่ถูกนำเสนอแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาเพื่อศึกษาว่าหนังสือพิมพ์รายวันมีส่วนในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนในด้านใดบ้าง

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเวลา 3 ปี นับตั้งแต่การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนจนกระทั่งปีก่อนการรับหน้าที่เป็นประธานอาเซียนของประเทศไทย พบว่า หนังสือพิมพ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชากรในการศึกษาครั้งนี้มีการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศสมาชิกอาเซียนและเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนจำนวน 2,421 ชิ้น จำแนกเป็นการนำเสนอเนื้อหาแบบรายประเทศและเนื้อหาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศจำนวน 2,147 ชิ้น (ร้อยละ 88.68) ส่วนการนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนโดยตรงนั้นมีเพียง 274 ชิ้น (ร้อยละ 11.32) เท่านั้น ซึ่งนับว่ามีการนำเสนอที่มีสัดส่วนน้อยมาก อย่างไรก็ตามหากพิจารณาตัวเลขจำนวนเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนในแต่ละปีจะพบว่าปริมาณที่ค่อย ๆ เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

โดยการพิจารณาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนนี้ ผู้วิจัยพิจารณาจากเนื้อหาที่ถูกนำเสนอในหนังสือพิมพ์ จากนั้นประเมินว่าเนื้อหาดังกล่าวสอดคล้องกับประเด็นใดบ้างตามแนวทางการสื่อสารตามแผนแม่บทอาเซียน โดยผลการศึกษาพบว่า 5 อันดับแรก หนังสือพิมพ์แสดงบทบาทในการขยายความตระหนักรู้ในบทบาทของประเทศสมาชิกในประชาคมอาเซียนมากที่สุด โดยมีการกล่าวถึงกว่า 2,181 ครั้ง (ร้อยละ 27.34) รองลงมาเป็น การนำเสนอความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสวัสดิการและการคุ้มครองทางสังคมของประชาคมอาเซียน 293 ครั้ง (ร้อยละ 8.90) สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมตัว ความเชื่อมโยงอาเซียนและผลที่จะได้รับจำนวน 630 ครั้ง (ร้อยละ 7.90) การสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเจตนารมณ์ของอาเซียนที่ให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางกล่าวถึงจำนวน 471 ครั้ง (ร้อยละ 5.90) และการพูดถึงผลดีทางธุรกิจจำนวน 442 ครั้ง (ร้อยละ 5.54) ตามลำดับ

ส่วนประเด็นความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนที่มีการนำเสนอที่น้อยที่สุด 5 อันดับสุดท้าย ได้แก่ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน มีการกล่าวถึงน้อยที่สุดจำนวน 89 ครั้ง (ร้อยละ 1.12) รองลงมาเป็นความตระหนักรู้ถึงความมุ่งมั่นของอาเซียนที่ให้ความสำคัญต่อเยาวชนในฐานะอนาคตของอาเซียน 114 ครั้ง (ร้อยละ 1.43) โอกาสของคนรุ่นใหม่จำนวน 121 ครั้ง (ร้อยละ 1.52) การบรรเทาภัยพิบัติร่วมกัน 130 ครั้ง (ร้อยละ 1.63) และการกล่าวถึงข้อดีของนโยบายอาเซียนมีการกล่าวถึงจำนวน 165 ครั้ง (ร้อยละ 2.07) ตามลำดับ โดยมีรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 6

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนที่ปรากฏ	2559	2560	2561	รวม
ขยายความตระหนักรู้ในบทบาทของประเทศสมาชิก ในประชาคมอาเซียน	322 (4.04)	930 (11.66)	929 (11.65)	2,181 (27.34)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสวัสดิการและการคุ้มครองทางสังคม	81 (1.02)	339 (4.25)	290 (3.64)	710 (8.90)
สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมตัว ความเชื่อมโยงอาเซียน และผลที่จะได้รับ	86 (1.08)	223 (2.80)	321 (4.02)	630 (7.90)
สร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเจตนารมณ์ของอาเซียน ที่จะให้ประชาชนเป็นศูนย์กลาง	37 (0.46)	166 (2.08)	268 (3.36)	471 (5.90)
สร้างความเข้าใจถึงผลดีทางธุรกิจ	96 (1.20)	153 (1.92)	193 (2.42)	442 (5.54)
ความเข้าใจและเห็นประโยชน์ในภาพรวมของการเป็นประชาคม	37 (0.46)	112 (1.40)	291 (3.65)	440 (5.52)
เร่งสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนและปรัชญา ความเท่าเทียม เสมอภาค	22 (0.31)	163 (2.30)	254 (3.59)	439 (6.20)
สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับข้อได้เปรียบทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้น จากความร่วมมือ	97 (1.22)	111 (1.39)	176 (2.21)	384 (4.81)
ตระหนักรู้ในปฏิญญาอาเซียนว่าด้วยสิทธิมนุษยชน โดยเฉพาะการคุ้มครองสตรีผู้เป็นมารดา	49 (0.61)	149 (1.87)	132 (1.65)	330 (4.14)
นำเสนอผลดีทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่นอาเซียน	48 (0.60)	147 (1.84)	130 (1.63)	325 (4.07)
ผลดีและประโยชน์ของประชาคมอาเซียน	46 (0.58)	71 (0.89)	176 (2.21)	293 (3.67)
นำเสนอเรื่องราวความสำเร็จทางธุรกิจทั่วอาเซียน และภายในประเทศสมาชิก	49 (0.61)	99 (1.24)	136 (1.70)	284 (3.56)
ความตระหนักรู้เกี่ยวกับความเชื่อมโยงของอาเซียน และผลกระทบเชิงบวก	33 (0.41)	77 (0.97)	152 (1.91)	262 (3.28)
สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลดีและผลที่ได้รับ ของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	25 (0.31)	62 (0.78)	80 (1.00)	167 (2.09)
นำเสนอข้อดีของประชาคมที่เป็นผลมาจากนโยบายของอาเซียน	18 (0.23)	65 (0.81)	82 (1.03)	165 (2.07)
ความร่วมมือและรับผิดชอบในการบรรเทาความเดือดร้อน จากภัยพิบัติพร้อมกัน	19 (0.24)	43 (0.54)	68 (0.85)	130 (1.63)

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับโอกาสของคนรุ่นใหม่ในประชาคมอาเซียน	20 (0.25)	43 (0.54)	58 (0.73)	121 (1.52)
ความตระหนักรู้ถึงความมุ่งมั่นของอาเซียนที่ให้ความสำคัญต่อเยาวชนในฐานะอนาคตของอาเซียน	17 (0.21)	42 (0.53)	55 (0.69)	114 (1.43)
ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลกระทบการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	17 (0.21)	37 (0.46)	35 (0.44)	89 (1.12)
รวม	1,119 (14.03)	3,032 (38.01)	3,826 (47.96)	7977 (100.00)

ตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวนความรู้ความเข้าใจที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์จำแนกตามปี

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรายวันมีแนวโน้มที่นำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประเทศสมาชิกอาเซียนและเนื้อหาเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนอย่างมีทิศทางที่เพิ่มมากขึ้นในช่วงระยะเวลา 3 ปี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นปีก่อนที่ประเทศไทยจะเข้ารับตำแหน่งประธานอาเซียนเป็นปีที่มีการนำเสนอเนื้อหามากที่สุด หากเมื่อพิจารณาสัดส่วนการนำเสนอเนื้อหาเปรียบเทียบกับประเภทของเนื้อหาที่นำเสนอจะพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรายวันที่เลือกศึกษานั้นมีการนำเสนอเนื้อหาว่า “ประเทศสมาชิก” ในปริมาณที่มากกว่าการนำเสนอในลักษณะของ “ประชาคมอาเซียน” ในทุกปี แม้ว่าการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนจะเริ่มต้นอย่างเป็นทางการในวันที่ 31 ธันวาคม 2559 เป็นต้นมานั้น หากพิจารณาจากตัวเลขจำนวนชิ้นข่าวจะพบว่าการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะของการเป็นประชาคมอาเซียนมีสัดส่วนที่น้อยมากกว่า 3 เท่าตัว

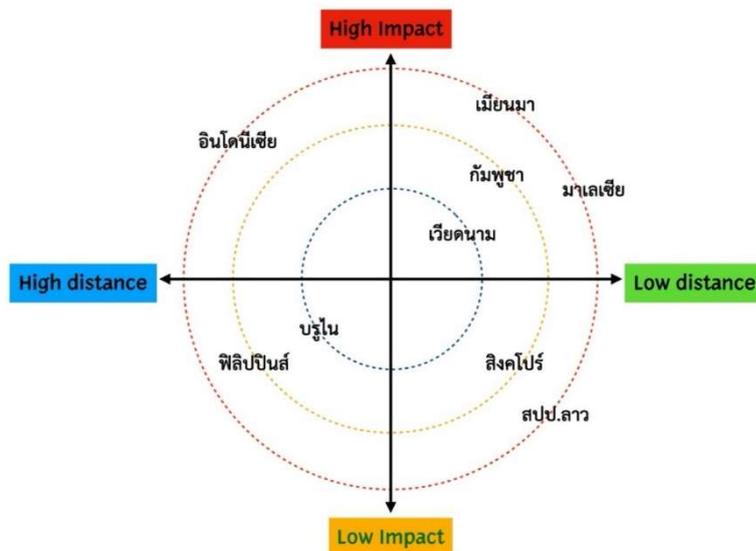
เมื่อพิจารณาสัดส่วนของประเทศสมาชิกอาเซียนที่ถูกนำเสนอจะพบว่าอันดับแรกเป็นประเทศสมาชิกอาเซียนที่มีภูมิศาสตร์ติดกันได้แก่ เมียนมา และมาเลเซีย ที่เป็นเช่นนี้ผู้วิจัยตีความว่าอาจจะเป็นเพราะเป็นเพราะความสำคัญทางภูมิรัฐศาสตร์ (geopolitics) (Stevenson, 2003) ในกรณีของเมียนมา มาเลเซีย และอินโดนีเซียจัดว่าเป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดและมีอิทธิพลมากในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในแต่ละประเทศในช่วงระยะเวลาที่ศึกษาต่างมีบทบาทสำคัญในประเด็นการเมืองภายในประเทศ และเหตุการณ์ความขัดแย้งโดยเฉพาะเมียนมาและมาเลเซีย (Arif and Hayat, 2018)

ขณะที่ประเทศอินโดนีเซียนับว่าเป็นประเทศที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอาเซียน เป็นประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ เนื้อหาข่าวที่นำเสนอมักเป็นประเด็นด้านเศรษฐกิจ การค้าและการลงทุนจากต่างประเทศ การนำเสนอเนื้อหาในฐานะผู้มีบทบาทในด้านการค้าระหว่างประเทศดังกล่าวนี้ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จทางเศรษฐกิจของอินโดนีเซียที่นับว่าเป็นคู่แข่งทางการค้าการลงทุนจากต่างประเทศกับประเทศไทยรายสำคัญ ในแง่นี้จึงอาจอธิบายได้ว่าผลกระทบทางเศรษฐกิจ (economic impact) ผลพวงทางเศรษฐกิจจึงเป็นสิ่งที่มีความโน้มเอียงจะถูกหยิบยกมานำเสนอ (Neuman et al., 1992; Graber, 1993; Shoemaker and Cohen, 2006) อีกทั้งความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมและสังคมของเมียนมา มาเลเซีย และอินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรม ศาสนา และชาติพันธุ์ที่หลากหลายคล้ายคลึงกับประเทศไทย ตลอดจนปัจจัยด้านความสัมพันธ์ทางการทูตระหว่างประเทศเหล่านี้ที่ประเทศไทยล้วนแล้วแต่มีบทบาทในการคลี่คลายปัญหาให้จึงอาจทำให้มีการหยิบยกประเทศเหล่านี้มานำเสนอได้ (Gilboa, 2002)

โดยผลการศึกษาด้านการนำเสนอเนื้อหาข่าวประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียนนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแบบจำลองการทำแผนที่ข่าวในภูมิภาค (mapping intraregional news model) (ภาพที่ 2) เพื่ออธิบายลักษณะการนำเสนอเนื้อหาหรือข่าวที่เกี่ยวข้องโดยใช้เกณฑ์เรื่องของระยะห่างทางภูมิศาสตร์ (distance) ที่ประเทศต่าง ๆ ห่างจากประเทศไทย ประกอบกับเกณฑ์เรื่องผลกระทบ (impact) และความถี่ (frequency) ของประเด็นที่ถูกนำเสนอ โดยประเทศที่มีระยะห่างจากไทยไม่มากนัก (low distance) มีจำนวนความถี่และประเด็นที่อาจส่งผลกระทบต่อประเทศไทยมากจะจัดอยู่ในกลุ่มที่เป็นประเทศระยะทางใกล้ - ผลกระทบสูง (low distance – high impact) ซึ่งได้แก่ เมียนมาและมาเลเซียที่มีประเด็นนำเสนอที่เกี่ยวกับความมั่นคงทางการเมืองภายใน ปัญหาการสู้รบบริเวณชายแดน การร่วมมือกันแก้ปัญหาความไม่สงบของพรมแดนที่นับว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อประเทศไทยสูงมาก

ขณะที่ประเทศระยะทางไกล - ผลกระทบสูง (high distance – high impact) ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ประเทศอินโดนีเซีย โดยลักษณะภูมิประเทศของอินโดนีเซียเป็นประเทศหมู่เกาะที่ห่างไกลจากประเทศไทยออกไป มีความถี่และประเด็นที่นำเสนอหลากหลายและมีผลกระทบต่อประเทศไทยสูง เป็นต้นว่าการพัฒนาเศรษฐกิจและความก้าวหน้าของอินโดนีเซียส่งผลให้เกิดการค้าการลงทุนและการร่วมมือพัฒนาระบบสาธารณูปโภคกับประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

สำหรับประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นประเทศที่อยู่ไกลจากประเทศไทย และมีความถี่ของประเด็นในระดับกลางไม่มากและไม่บ่อย รวมไปถึงประเด็นที่มีการนำเสนอไม่ได้มีผลกระทบต่อประเทศไทยเท่าไรนัก โดยมากจะเป็นเนื้อหาภายในประเทศ เช่น เนื้อหาเกี่ยวกับผู้นำประเทศกับนโยบายกวาดล้างยาเสพติด ปัญหาภัยการก่อการร้าย และภัยพิบัติทางธรรมชาติต่าง ๆ ซึ่งล้วนแล้วแต่ไม่ส่งผลกระทบต่อตรงกับประเทศไทย ดังนั้นฟิลิปปินส์จึงจัดว่าเป็นประเทศที่ (high distance – low impact) เป็นต้น



ภาพที่ 2 แบบจำลองการทำแผนที่ข่าวในภูมิภาค (ผู้วิจัย)

ขณะที่เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนที่ถูกนำเสนอในสัดส่วนที่น้อยนั้น เมื่อพิจารณาประเด็นของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุดเป็นอันดับแรก

เนื้อหาให้ความสำคัญกับการเป็นภูมิภาคที่มีขีดความสามารถสูงในด้านเศรษฐกิจ มีการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง อาเซียนมีฐานะเป็นตลาดหรือฐานการผลิตเดียวและสามารถบูรณาการกับระบบเศรษฐกิจของโลกได้ ในแง่ที่ผู้วิจัยตีความว่าเป็นเพราะปัจจัยความสำคัญทางสังคม (Shoemaker and Cohen, 2006) ที่เน้นเรื่องความสำคัญในมิติเศรษฐกิจ (economic significance) มากกว่าความสำคัญด้านวัฒนธรรม (cultural significant) ที่มีการนำเสนอเนื้อหาน้อยกว่า การศึกษาครั้งนี้ยังยืนยันข้อค้นพบเดิมของการศึกษาก่อนหน้านี้ ว่าการนำเสนอเนื้อหาหรือการให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนมักเน้นหนักไปที่ด้านใดด้านหนึ่งอยู่เสมอ (Na Ranong, N. (2005); Freeman, 2010; Cheangchaya, P. (2013)

ในส่วนของผลการศึกษาด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนชี้ให้เห็นว่าลักษณะภาพรวมของเนื้อหาที่นำเสนอเป็นรายประเทศนั้นสอดคล้องกับผลประเด็นการรับรู้ในมิติการขยายความตระหนักรู้ในบทบาทของประเทศสมาชิกประชาคมอาเซียน ซึ่งในแง่ที่แสดงให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ไทยแสดงบทบาทในการเป็นกลไกในการสร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับประเทศสมาชิกมากที่สุด นอกจากนี้ศึกษายภาพในการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการรวมตัวตลอดจนความเชื่อมโยงอาเซียนและผลที่จะได้รับกลับเป็นสิ่งที่ถูกนำเสนอในลำดับรองลงมา ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวมีความคล้ายคลึงกับการทำงานของสื่อมวลชนสหภาพยุโรป (De Vresse et al., 2001; Meyer, 2005; Risse and Van de Steeg, 2003) ที่พบว่า การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสหภาพยุโรปในสื่อมวลชนนั้นควรจะเน้นหนักไปในด้านการเสนอภาพขององค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศ (Europeanization) หากแต่ในความเป็นจริงการนำเสนอเนื้อหายังมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาในลักษณะของรายประเทศเช่นเดียวกันกับการทำงานของสื่อมวลชนไทย

ข้อเสนอแนะ

1. เนื่องจากโดยภาพรวมของผลการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า สื่อมวลชนทำหน้าที่ในการส่งเสริมการตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียนและประชาคมอาเซียนได้เป็นอย่างดี หากแต่ถ้ามีการเน้นหนักไปที่ประเด็นหรือเนื้อหาบางประเภทเท่านั้น ดังนั้นควรมีการนำเสนอเนื้อหาในประเด็นอื่น ๆ หรือประเทศเพื่อนบ้านอื่น ๆ ให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น
2. การนำเสนอเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนมีปริมาณการนำเสนอเน้นหนักไปที่ประเด็นด้านเศรษฐกิจเป็นส่วนมาก ทว่าประชาคมอาเซียนมีการดำเนินงานทั้งในส่วนของประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนหรือประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียนเช่นเดียวกัน ดังนั้นการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจของผู้รับสารเป็นสิ่งที่สื่อมวลชนสามารถขยายขอบเขตความเข้าใจ โดยเฉพาะประเด็นด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม การเป็นเจ้าของประชาคมร่วมกัน รวมถึงการสร้างความร่วมมือในระดับภาคประชาชน
3. สำหรับการศึกษาในอนาคตควรมีการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนเพื่อพิจารณาอิทธิพลของสื่อมวลชนที่สามารถสร้างการตระหนักรู้เกี่ยวกับประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างประเทศได้มากน้อยเพียงใด เช่นเดียวกับการศึกษาในมิติของแหล่งข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับประเด็นความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนว่ามีที่มาจากแหล่งใดเพื่อการทำความเข้าใจที่ครอบคลุมทุกกระบวนการสื่อสาร

References

- Arif, H., & Hayat, N. (2018). International media framing of China's domestic politics: An analysis of Aljazeera English and BBC News. *Media Watch*, 9(1), 89–105.
<https://doi.org/10.15655/mw/2018/v9i1/49285>
- Ball-Rokeach, S. J., & DeFleur, M. L. (1976). *A dependency model of mass-media effects*. *Communication Research*, 3(1), 3–21. <https://doi.org/10.1177/009365027600300101>
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2003). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future* (3rd ed.). Wadsworth.
- Brewer, P. J., & Wilnat, L. (2003). Priming or framing: Media influence on attitudes toward foreign countries. *International Journal for Communication Studies*, 65(6), 493–508.
- Chang, T. K., & Lee, J. W. (1992). Factors affecting gatekeepers' selection of foreign news: A national survey of newspaper editors. *Journalism Quarterly*, 69(3), 554–561.
<https://doi.org/10.1177/107769909206900306>
- Chang, T. K., Shoemaker, P. J., & Brendlinger, N. (1987). Determinants of international news coverage in the U.S. media. *Communication Research*, 14(4), 396–414.
<https://doi.org/10.1177/009365087014004003>
- Cheangchaya, P. (2013). *The agenda setting of television media regarding ASEAN issues* [Unpublished master's thesis]. Thammasat University.
- Chutintaranond, S. (2006). *Southeast Asia in the perception and understanding of contemporary Thai society*. Thailand Research Fund (TRF).
- De Vreese, C. H., Peter, J., & Semetko, H. A. (2001). Framing politics at the launch of the Euro: A cross-national comparative study of frames in the news. *Political Communication*, 18(2), 107–122. <https://doi.org/10.1080/105846001750322916>
- Department of ASEAN Affairs, Ministry of Foreign Affairs. (2012). *Plan for the establishment of the ASEAN Community (3 Pillars)*. Charisma Media.
- Freeman, B. C. (2010). Through a Western lens: Portrayals of a 'rising' ASEAN and its member countries in The New York Times. *The International Communication Gazette*, 72(3), 269–285. <https://doi.org/10.1177/1748048510363306>
- Gilboa, E. (2000). Mass communication and diplomacy: A theoretical framework. *Communication*, 10(3), 275–309. <https://doi.org/10.1177/146144480001000306>
- Gilboa, E. (2002). Global communication and foreign policy. *Journal of Communication*, 52(4), 731–748. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2002.tb02582.x>
- Graber, D. A. (1993). *Mass media and American politics*. CQ Press.

- Hester, A. (1973). Theoretical considerations in predicting volume and direction of international information flow. *Gazette (Leiden, Netherlands)*, 19(4), 239–247.
<https://doi.org/10.1177/001654927301900403>
- Kamps, K. (1999). *Politik in Fernsehrichten* [Politics in TV News]. Nomos.
- Louiyapong, K. (2004). *Southeast Asian films: A film studies with cultural studies approaches*. Thammasat University Press.
- Na Ranong, N. (2005). *The news about neighboring countries in ASEAN published in the Thai daily newspapers* [Unpublished master's thesis]. Thammasat University.
- Neuman, W. R., Just, M. R., & Crigler, A. N. (1992). *Common knowledge*. University of Chicago Press.
- Price, V., Tewksbury, D., & Powers, E. (1997). Switching trains of thought: The impact of news frames on readers' cognitive responses. *Communication Research*, 24(5), 481–506.
<https://doi.org/10.1177/009365097024005002>
- Risse, T., & Van de Steeg, M. (2003). *An emerging European public sphere? Empirical evidence and theoretical clarification*. Paper presented at the International Conference on Europeanisation of Public Sphere? Political Mobilisation, Public Communication, and the European Union, 20–22 June 2003, Berlin.
- Sakurai, T. (2017). Foreign news as cultural expression: Media, perspective, and consciousness. *SHS Web of Conferences*, 33, 00014.
<https://doi.org/10.1051/shsconf/20173300014>
- Shoemaker, P. J., & Cohen, A. A. (2006). *News around the world: Content, practitioners, and the public*. Routledge.
- Stevenson, R. (2003). Mapping the news of the world. In B. Dervin, S. H. Chaffee, & L. Foreman-Wernet (Eds.), *Communication: A different kind of horserace* (pp. 149–165). Hampton Press.
- Stevenson, R. L., & Shaw, D. L. (1984). *Foreign news and the new world information order*. Iowa State University Press.