

บทที่ 4 ผลการวิจัย

การเสนอรายงานผลการวิจัยเรื่อง "การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล และการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ" สามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษ

ส่วนที่ 2 การเสนอรายงานผลในส่วน "การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย กับความรู้ทัศนคติและการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ"

ส่วนที่ 3 การสัมภาษณ์เชิงลึกหัวหน้าสำนักข่าวต่างประเทศ

ในส่วนที่ 1 งานวิจัยมุ่งตอบคำถามเรื่องการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล ผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิเคราะห์ข่าวประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษที่เผยแพร่จากกรมประชาสัมพันธ์

การเก็บรวบรวมข่าวในการศึกษาคั้งนี้ได้รวบรวมเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษฉบับสัปดาห์แรกของเดือนมกราคม 2542 ถึง สัปดาห์สุดท้ายของเดือนธันวาคม 2542 จำนวนทั้งสิ้น 93 ชิ้น

ภายหลังจากที่รวบรวมแล้วผู้วิจัยได้วิเคราะห์เนื้อหาของข่าวประชาสัมพันธ์และทำการจำแนกเนื้อหาข่าวเหล่านั้นโดยให้เกณฑ์จำแนกเนื้อหา 3 เกณฑ์ ประกอบด้วย เกณฑ์การจำแนกประเภท ประเภทเนื้อหาข่าวประชาสัมพันธ์ 14 ประเภท เกณฑ์การจำแนกข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา 7 ประเภท และเกณฑ์จำแนกแหล่งข่าว 5 ประเภท

ในการนำเสนอผลการวิจัยผู้วิจัยจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกจะเป็นผลการวิจัยที่ได้โดยทั่วไป เรียงตามลำดับปัญหานำการวิจัยที่ตั้งขึ้น โดยจะเสนอในรูปของตารางจำแนกตามหัวข้อต่าง ๆ พร้อมด้วยคำอธิบายตาราง ในส่วนที่สองจะเป็นการเสนอผลการทดสอบสมมุติฐานของการวิจัยที่ตั้งขึ้น ซึ่งผู้วิจัยจะเสนอผลการวิจัยที่ได้ในรูปของตารางประกอบคำบรรยายเช่นกัน

ตารางที่ 2 แสดงประเภทของข่าวในเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล

ลำดับ	ประเภทของข่าว	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล	
		จำนวน	ร้อยละ
1	พระราชพิธี	4	4.3
2	การเมือง	4	4.3
3	ทหารและการป้องกันประเทศ	4	4.3
4	เศรษฐกิจ	17	18.2
5	ความช่วยเหลือระหว่างประเทศ	2	2.2
6	กิจกรรมทางการทูต	5	5.4
7	สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศน์	5	5.4
8	ปัญหาสังคม	10	10.8
9	ศิลปวัฒนธรรม บันเทิง การศึกษา ท้องเที่ยว	14	15.0
10	ศาสนา	0	0.0
11	กีฬา	1	1.1
12	วิทยาศาสตร์ และการแพทย์	3	3.2
13	สาธารณสุข และสวัสดิการประชาชน	11	11.8
14	อื่น ๆ	13	14.0
		93	100

จากตารางที่ 2 ผู้วิจัยพบว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวครอบคลุมทุกประเภทข่าวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการจำแนก โดยเผยแพร่ข่าวเศรษฐกิจมากเป็นอันดับหนึ่ง กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวประเภทนี้คิดเป็นร้อยละ 18.2 ของข่าวทั้งหมดที่เผยแพร่ ข่าวที่เผยแพร่น้อยที่สุดคือ ข่าวกีฬา และผลการวิจัยพบว่าในช่วงที่เก็บรวบรวมข้อมูลกรมประชาสัมพันธ์ไม่ได้เผยแพร่ข่าวศาสนาเลย

ตารางที่ 3 แสดงประเภทข่าวที่ถูกเผยแพร่มากที่สุด 5 อันดับแรก

ลำดับ	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล	
	ประเภทของข่าว	ร้อยละ
1	เศรษฐกิจ	18.2
2	ศิลปวัฒนธรรม บันเทิง การศึกษา การท่องเที่ยว	15.0
3	อื่น ๆ	14.0
4	สาธารณสุข และสวัสดิการประชาชน	11.8
5	ปัญหาสังคม	10.8

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่าประเภทข่าวที่กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่มากที่สุด 5 อันดับแรก คือ เผยแพร่ข่าวเศรษฐกิจมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 18.2 ข่าวศิลปวัฒนธรรม บันเทิง การศึกษา การท่องเที่ยว อยู่ในลำดับที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 15 ข่าวอื่น ๆ อาทิ ข่าวการเปลี่ยนแปลงระบบของตำรวจหญิงให้ดูเหมาะสม ข่าวการเปิดโถงตั้งที่พุทธมณฑล มาเป็นลำดับที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 14 ข่าวสาธารณสุขและสวัสดิการประชาชนลำดับที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 11.87 และข่าวปัญหาสังคมลำดับที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 10.8

ตารางที่ 4 แสดงปริมาณการเผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล

ลักษณะข่าว	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล	
	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา	33	35.5
ข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา	60	64.5
รวม	93	100

จากตารางที่ 4 พบว่ากรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในอัตราส่วนที่ต่ำกว่าข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา ทั้งนี้กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาร้อยละ 35.5 ของข่าวทั้งหมดที่เผยแพร่ และเผยแพร่ข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา ร้อยละ 64.5

และในตารางแสดงผลการวิจัยต่อไป ผู้วิจัยได้แจกแจงประเภทข่าวเพื่อการพัฒนาที่ถูกเผยแพร่ เพื่อให้เห็นข้อมูลที่ลึกยิ่งขึ้นว่าข่าวพัฒนาประเภทใดที่กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่และประเภทใดที่ไม่ได้เผยแพร่

ตารางที่ 5 แสดงประเภทของข่าวเพื่อการพัฒนาที่ถูกเผยแพร่

ลำดับ	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล		
	ประเภทข่าวเพื่อการพัฒนา	จำนวน	ร้อยละ
1	พระราชพิธี	0	0.0
2	การเมือง	0	0.0
3	ทหารและการป้องกันประเทศ	1	3.0
4	เศรษฐกิจ	11	33.3
5	ความช่วยเหลือระหว่างประเทศ	1	3.0
6	กิจกรรมทางการทูต	4	12.1
7	สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศน์	3	9.0
8	ปัญหาสังคม	6	18.2
9	ศิลปวัฒนธรรม บ้านเทิง การศึกษา ท้องเที่ยว	2	6.1
10	ศาสนา	0	0.0
11	กีฬา	1	3.0
12	วิทยาศาสตร์ และการแพทย์	1	3.0
13	สาธารณสุข และสวัสดิการประชาชน	2	6.1
14	อื่น ๆ	1	3.0
	รวม	33	100

จากตารางที่ 5 เมื่อนำข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาที่กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ แจกแจงประเภทข่าวโดยใช้เกณฑ์การจำแนกข่าว 14 ประเภท พบว่า ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่มากที่สุดร้อยละ 33.3 เป็นข่าวด้านเศรษฐกิจ รองลงมาคือ ข่าวปัญหาสังคม ซึ่งมีการเผยแพร่ในปริมาณร้อยละ 18.2

สำหรับประเด็นข่าวเพื่อการพัฒนาที่ถูกเผยแพร่บ่อยที่สุด คือ ข่าวทหารและการป้องกันประเทศ ข่าวความช่วยเหลือระหว่างประเทศ ข่าวกีฬา ข่าววิทยาศาสตร์การแพทย์ และข่าวอื่น ๆ ซึ่งมีการเผยแพร่ในปริมาณร้อยละ 3.0 เท่ากัน ส่วนประเด็นข่าวเพื่อการพัฒนาที่ไม่ได้ถูกเผยแพร่เลยประกอบด้วย ข่าวพระราชพิธี ข่าวการเมือง และข่าวศาสนา

ตารางที่ 6 แสดงประเภทของแหล่งข่าวที่ถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าว

ลำดับ	ประเภทของแหล่งข่าว	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล	
		จำนวน	ร้อยละ
1	นักการเมือง	20	21.5
2	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	53.8
3	นักการธนาคาร นักธุรกิจ	5	5.4
4	นักกีฬา นักแสดง ประชาชน	0	0.0
5	อื่น ๆ	18	19.3
	รวม	93	100

จากตารางที่ 6 ผู้วิจัยพบว่า ในจำนวนข่าว 93 ชิ้นที่เผยแพร่จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาษาอังกฤษโดยกรมประชาสัมพันธ์มีการใช้แหล่งข่าวจำนวน 93 แหล่ง โดยมีการใช้แหล่งข่าวจากข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุดถึงร้อยละ 53.8 รองลงไปคือแหล่งข่าวจากนักการเมือง ร้อยละ 21.5 และแหล่งข่าวอื่น ๆ ร้อยละ 19.3 ส่วนแหล่งข่าวที่ใช้บ่อยที่สุด คือ แหล่งข่าวนักการธนาคาร นักธุรกิจ ซึ่งใช้ร้อยละ 5.4 ของแหล่งข่าวทั้งหมด ส่วนแหล่งข่าวที่ไม่ถูกใช้เลยคือ แหล่งข่าวจากนักกีฬา นักแสดง และประชาชนทั่วไป

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประเภทข่าว	ประเภทแหล่งข่าว				
	แหล่งข่าวจากนักการเมือง	แหล่งข่าวจากราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	แหล่งข่าวจากนักธนาคาร นักธุรกิจ	แหล่งข่าวจากนักกีฬา นักแสดง ประชาชน	แหล่งข่าวประเภทอื่น ๆ
1. พระราชพิธี	0	3	0	0	1
2. การเมือง	0	1	0	0	3
3. ทหารและการป้องกันประเทศ	0	4	0	0	0
4. เศรษฐกิจ	6	8	0	0	3
5. ความช่วยเหลือระหว่างประเทศ	0	1	0	0	1
6. กิจกรรมทางการทูต	3	2	0	0	0
7. สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศน์	1	4	0	0	0
8. ปัญหาสังคม	4	4	0	0	2
9. ศิลปวัฒนธรรม บันเทิง การศึกษา	1	8	1	0	4
10. ศาสนา	0	0	0	0	0
11. กีฬา	1	0	0	0	0
12. วิทยาศาสตร์และการแพทย์	0	0	0	0	3
13. สาธารณสุข สวัสดิการประชาชน	2	7	2	0	0
14. อื่น ๆ	2	8	2	0	1
รวม	20	50	5	0	18
ร้อยละ	21.5	53.8	5.4	0	19.3

จากตารางที่ 7 พบว่า ในประเภทข่าวเศรษฐกิจ กรมประชาสัมพันธ์ใช้แหล่งข่าวที่เป็นข้าราชการ มากที่สุด ตามด้วยแหล่งข่าวนักการเมือง ส่วนในประเภทข่าวศิลปวัฒนธรรม ใช้แหล่งข่าวข้าราชการ มากที่สุดตามด้วยแหล่งข่าวประเภทอื่น ๆ ในข่าวกิจกรรมทางการทูต พบว่ากรมประชาสัมพันธ์ใช้แหล่งข่าวนักการเมือง มากที่สุดตามด้วยแหล่งข่าวข้าราชการ

ตารางที่ 8 แสดงประเภทของแหล่งข่าวที่ถูกใช้ในการเผยแพร่ข่าวเพื่อการพัฒนา

ลำดับ	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล		
	ประเภทของแหล่งข่าว	จำนวน	ร้อยละ
1	นักการเมือง	14	42.4
2	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	16	48.5
3	นักการธนาคาร นักธุรกิจ	1	3.0
4	นักกีฬา นักแสดง ประชาชน	0	0.0
5	อื่น ๆ	2	6.0
	รวม	33	100

จากตารางที่ 8 พบว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา ร้อยละ 33 ของข่าวทั้งหมดที่เผยแพร่ เมื่อนำข่าวเหล่านั้นมาศึกษาการใช้แหล่งข่าวพบว่า มีการใช้แหล่งข่าวทั้งหมด 33 แหล่ง โดยแหล่งข่าวที่ถูกใช้มากที่สุด คือ แหล่งข่าวข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 48.5 หรือประมาณ 1 ใน 2 ของแหล่งข่าวที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวเพื่อการพัฒนา รองลงมาคือ แหล่งข่าวนักการเมือง ส่วนแหล่งข่าวที่ไม่ถูกใช้เลย คือ แหล่งข่าวนักกีฬา นักแสดง ประชาชนทั่วไป

เมื่อแจกแจงผลการวิจัย โดยภาพรวมตามปัญหาคำถามวิจัยที่ตั้งขึ้นตามข้อที่ 1 แล้วใน ส่วนต่อไป ผู้วิจัยได้ทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ตั้งไว้ 3 ข้อ คือ
สมมติฐานข้อที่ 1 กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยด้านเศรษฐกิจในสัดส่วนที่สูงกว่าข่าวประเภทอื่น

สมมติฐานข้อที่ 2 กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในสัดส่วนที่สูงกว่าข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา

สมมติฐานข้อที่ 3 กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยโดยสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่เป็นนักการเมืองในสัดส่วนที่สูงกว่าแหล่งข่าวประเภทอื่น

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย
ด้านเศรษฐกิจในสัดส่วนที่สูงกว่าข่าวประเภทอื่น

ตารางที่ 9 แสดงประเภทข่าวที่กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่

ลำดับ	ประเภทของข่าว	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล	
		จำนวน	ร้อยละ
1	พระราชพิธี	4	4.3
2	การเมือง	4	4.3
3	ทหารและการป้องกันประเทศ	4	4.3
4	เศรษฐกิจ	17	18.2
5	ความช่วยเหลือระหว่างประเทศ	2	2.2
6	กิจกรรมทางการทูต	5	5.4
7	สิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศน์	5	5.4
8	ปัญหาสังคม	10	10.8
9	ศิลปวัฒนธรรม	14	15.0
10	ศาสนา	0	0.0
11	กีฬา	1	1.1
12	วิทยาศาสตร์ และการแพทย์	3	3.2
13	สาธารณสุข /สวัสดิการประชาชน	11	11.8
14	อื่น ๆ	13	14.0
	รวม	93	100
ผลการทดสอบ CHI-SQUARE		$X^2 = 55.6^{**}$	

$\rightarrow P < 0.01$

จากตารางที่ 9 เมื่อทดสอบความแตกต่างในการเผยแพร่ข่าวด้วยสถิติ chi - square พบว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษแต่ละประเภทแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อเปรียบเทียบปริมาณการเผยแพร่ข่าวทั้ง 14 ประเภทโดยคำนวณจากอัตราส่วนร้อยละ พบว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเศรษฐกิจมากเป็นลำดับที่ 1 ลำดับที่ 2 คือ ข่าวศิลปวัฒนธรรม บันเทิง การศึกษา การท่องเที่ยว ลำดับที่ 3 คือ ข่าวประเภทอื่น ๆ ซึ่งได้แก่ข่าวการเปิดโถงเก็บของที่

พุทธมณฑล ชาวการเปลี่ยนเครื่องแบบตำรวจหญิง เป็นต้น ลำดับที่ 4 คือ ชาวสาธารณสุข และสวัสดิการประชาชน ลำดับที่ 5 คือ ชาวปัญหาสังคม

ส่วนชาวประชาสัมพันธ์ที่มีปริมาณการเผยแพร่ได้น้อยได้แก่ ชาวความช่วยเหลือระหว่างประเทศ และข่าวกีฬา สำหรับชาวประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีการเผยแพร่เลยในช่วงที่เก็บข้อมูล คือ ชาวศาสนา

ผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยด้านเศรษฐกิจในสัดส่วนที่สูงกว่าชาวประเภทอื่น

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 2 กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่เกี่ยวกับประเทศไทยที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในสัดส่วนที่สูงกว่าชาวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา

ตารางที่ 10 แสดงปริมาณการเผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาของกรมประชาสัมพันธ์

ลักษณะข่าว	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล	
	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา	33	35.5
ข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา	60	64.5
รวม	93	100
ผลทดสอบ CHI-SQUARE		$X^2 = 9.82^{**}$

**P < 0.01

จากตารางที่ 10 เมื่อทำการทดสอบความแตกต่างในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาของกรมประชาสัมพันธ์ ด้วยสถิติ chi - square พบว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา และไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในปริมาณที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

เมื่อเปรียบเทียบปริมาณการเผยแพร่โดยคำนวณจากอัตราส่วนร้อยละ พบว่ากรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาเพื่อพัฒนาน้อยกว่าชาวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา โดยกรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อพัฒนาจำนวน 33 ชิ้น จากชาวประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่ทั้งหมด 93 ชิ้น ในช่วงที่เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคม 2542 หรือคิดเป็น

ร้อยละ 35.5 ของข่าวที่เผยแพร่ทั้งหมด ทั้งนี้กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาจำนวน 60 ชิ้น จากข่าวที่เผยแพร่ทั้งสิ้น 93 ชิ้น หรือคิดเป็นร้อยละ 64.5 ของข่าวที่เผยแพร่ทั้งหมด

ผลการวิจัยที่ได้ในครั้งนี้เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในสัดส่วนที่สูงกว่าข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา เนื่องจากผลการวิจัยชี้ว่ากรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวที่ไม่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนาในสัดส่วนที่สูงกว่าข่าวที่มีเนื้อหาเพื่อการพัฒนา

ทดสอบสมมติฐานข้อที่ 3 กรมประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย โดยสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่เป็นนักการเมืองในสัดส่วนที่สูงกว่าแหล่งข่าวประเภทอื่น

ตารางที่ 11 แสดงประเภทของแหล่งข่าวที่ใช้ในการเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์

ลำดับ	ประเภทของแหล่งข่าว	เอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล	
		จำนวน	ร้อยละ
1	นักการเมือง	20	42.4
2	ข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	48.5
3	นักการธนาคาร นักธุรกิจ	5	3.0
4	นักกีฬา นักแสดง ประชาชน	0	0.0
5	อื่น ๆ	18	6.0
	รวม	93	100
ผลทดสอบ CHI-SQUARE		$X^2 = 81.66^{**}$	

**P < 0.01

จากตารางที่ 11 เมื่อทดสอบด้วยสถิติ chi - square พบว่ามีความแตกต่างในการใช้แหล่งข่าวประเภทต่าง ๆ ของกรมประชาสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.01 หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่ากรมประชาสัมพันธ์ใช้แหล่งข่าวประเภทต่าง ๆ ในปริมาณที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เมื่อคำนวณผลโดยใช้อัตราส่วนร้อยละ พบว่ากรมประชาสัมพันธ์ใช้แหล่งข่าวที่เป็นข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจมากเป็นลำดับที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 53.8 ของจำนวนแหล่งข่าวทั้งหมด ลำดับที่ 2 คือ แหล่งข่าวที่เป็นนักการเมือง คิดเป็นร้อยละ 21.5 ลำดับที่ 3 คือแหล่งข่าวประเภทอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 19.3 ลำดับที่ 4 คือแหล่งข่าวที่เป็นนักการธนาคาร นักธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 5.4 ส่วนแหล่งข่าวที่ไม่ถูกเลือกใช้คือ แหล่งข่าวที่เป็นนักกีฬา นักแสดง และประชาชนทั่วไป

ผลการวิจัยที่ได้ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากผลการวิจัยระบุว่า กรมประชาสัมพันธ์ ใช้แหล่งข่าวที่เป็นข้าราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจมากที่สุด โดยใช้แหล่งข่าวที่เป็นนักการเมืองเป็นลำดับรองลงมา



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ในส่วนที่ 2 งานวิจัยมุ่งตอบคำถามเรื่อง "การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะ และการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ" สามารถแบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และนำเสนอข้อมูลในรูปตารางเพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มตัวอย่างคือ

- 1.1 ข้อมูลด้านลักษณะทางประชากร ได้แก่ ประเภทสำนักข่าว ตำแหน่ง การศึกษา ประสบการณ์การทำงานในสายสื่อสารมวลชน
- 1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย
- 1.3 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย
- 1.4 ทักษะต่อประเทศไทย
- 1.5 การใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษ

ตอนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing) โดยใช้สถิติวิเคราะห์เชิงอนุมาน ดังนี้

2.1 ใช้ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรคู่ต่าง ๆ ตามสมมติฐานข้อที่ 4-9

2.2 ใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบว่าตัวแปรใดมีประสิทธิภาพในการอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของกรมประชาสัมพันธ์ ตามสมมติฐานข้อที่ 10

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น.

1.1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประเภทสำนักข่าว

ประเภทสำนักข่าว	จำนวน	ร้อยละ
สำนักข่าวทวีปอเมริกา	19	19
สำนักข่าวทวีปยุโรป	33	33
สำนักข่าวทวีปเอเชีย	41	41
สำนักข่าวทวีปออสเตรเลีย	7	7
รวม	100	100

จากตารางที่ 12 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้อาจมาจาก สำนักข่าวทวีปเอเชียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมา คือ สำนักข่าวทวีปยุโรป คิดเป็นร้อยละ 33 ลำดับที่ 3 คือ สำนักข่าวทวีปอเมริกา คิดเป็นร้อยละ 19 และลำดับที่ 4 คือ สำนักข่าวทวีปออสเตรเลีย คิดเป็นร้อยละ 7 ของทั้งหมด

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตำแหน่ง

ตำแหน่ง	จำนวนร้อยละ
หัวหน้าสำนักข่าว	6(6.0)
โปรดิวเซอร์	5(5.0)
บรรณาธิการ	1(1.0)
ผู้สื่อข่าว	77(77.0)
ตากล้อง/ช่างภาพ	11(11.0)
รวม	100(100.0)

จากตารางที่ 13 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้สื่อข่าวมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 77 ของทั้งหมด รองลงมา คือ ตากล้อง และช่างภาพ ร้อยละ 11 ส่วนบรรณาธิการมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 1 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน และร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน/ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	5(5.0)
ปริญญาตรี	83(83.0)
สูงกว่าปริญญาตรี	12(12.0)
รวม	100(100.0)

จากตารางที่ 14 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมีจำนวนมากที่สุด คือ ร้อยละ 83 รองลงมาคือ ระดับสูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 12 และระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 5

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามประสบการณ์การทำงานในสายสื่อสารมวลชน

ประสบการณ์การทำงานในสายสื่อสารมวลชน	จำนวน/ร้อยละ
1 – 5 ปี	8(8.0)
6 – 10 ปี	46(46.0)
11 – 20 ปี	36(36.0)
20 ปีขึ้นไป	10(10.0)
รวม	100(100.0)

จากตารางที่ 15 พบว่า กลุ่มที่มีประสบการณ์ในสายสื่อสารมวลชน 6 – 10 ปี มีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีประสบการณ์ในสายสื่อสารมวลชน 11 – 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 36 และกลุ่มที่มีประสบการณ์การทำงานในสายสื่อสารมวลชน 1 – 5 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 8

1.2 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย
สื่อบุคคล

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย จากสื่อบุคคลประเภทต่าง ๆ

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อบุคคล					
	สมาชิก ในครอบครัว	ญาติ	เพื่อน	บุคคลรู้จัก	เจ้าหน้าที่ ของรัฐ	อื่น ๆ
ไม่เคยเลย	32 (32.0)	40 (40.0)	1 (1.0)	2 (2.0)	1 (1.0)	2 (2.0)
นานกว่าเดือนละครั้ง	20 (20.0)	17 (17.0)	2 (2.0)	3 (3.0)	28 (28.0)	0 (0.0)
เดือนละ 1 - 2 ครั้ง	6 (6.0)	18 (18.0)	12 (12.0)	19 (19.0)	36 (36.0)	1 (1.0)
สัปดาห์ละ 1 - 2 วัน	19 (19.0)	6 (6.0)	23 (23.0)	44 (44.0)	21 (21.0)	1 (1.0)
สัปดาห์ละ 3 - 5 วัน	12 (12.0)	3 (3.0)	53 (53.0)	24 (24.0)	4 (4.0)	5 (5.0)
สัปดาห์ละ 6 - 7 วัน	6 (6.0)	0 (0.0)	6 (6.0)	3 (3.0)	4 (4.0)	2 (2.0)
รวม	95	84	97	95	94	11
ปริมาณการเปิดรับ เฉลี่ย (\bar{X})	1.76	0.99	3.47	2.99	2.12	3.18
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	1.67	1.15	0.94	0.95	1.06	1.78

จากตารางที่ 16 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากเพื่อนมากที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 3.47 รองลงมาคือ บุคคลที่รู้จัก ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 2.99 และการเปิดรับข่าวสารจากญาติน้อยที่สุด ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 0.99 นอกจากนี้เป็นที่น่าสังเกตว่ามีการเปิดรับข่าวสารที่สูงจากแหล่งอื่น ๆ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับเพียง 11 คน ปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 3.18

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อบุคคลทั้งหมด

ระดับการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล	จำนวน/ร้อยละ
ต่ำมาก	14(14.0)
ต่ำ	45(45.0)
ปานกลาง	16(16.0)
สูง	4(4.0)
สูงมาก	0(0.0)
รวม	79(79.0)

จากตารางที่ 17 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยอยู่ในระดับต่ำมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 45.0 รองลงมาคือ ในระดับปานกลางร้อยละ 16 และกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมีจำนวนน้อยที่สุด นอกจากนี้พบว่าไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่มีการเปิดรับข่าวสารในระดับสูงมาก ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อบุคคลในระดับต่ำและปานกลาง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สื่อมวลชน

ตารางที่ 18 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามความบ่อยครั้งในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย จากสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ

ความบ่อยครั้ง	ประเภทของสื่อมวลชน					
	ป้าย ประกาศ/ แผ่นพับ	หนังสือพิมพ์	วารสาร/ นิตยสาร	วิทยุ	โทรทัศน์	อินเทอร์เน็ต
ไม่เคยเลย	1 (1.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	3 (3.0)	3 (3.0)	2 (2.0)
นานกว่าเดือนละ ครั้ง	14 (14.0)	0 (0.0)	2 (2.0)	4 (4.0)	1 (1.0)	2 (2.0)
เดือนละ 1 – 2 ครั้ง	29 (29.0)	3 (3.0)	7 (7.0)	2 (2.0)	2 (2.0)	3 (3.0)
สัปดาห์ละ 1 – 2 วัน	39 (39.0)	14 (14.0)	33 (33.0)	7 (7.0)	9 (9.0)	20 (20.0)
สัปดาห์ละ 3 – 5 วัน	12 (12.0)	43 (43.0)	41 (41.0)	52 (52.0)	43 (43.0)	32 (32.0)
สัปดาห์ละ 6 – 7 วัน	0 (0.0)	40 (40.0)	15 (15.0)	30 (30.0)	41 (41.0)	39 (39.0)
รวม	95	100	98	98	99	98
ปริมาณการเปิดรับ เฉลี่ย (\bar{X})	2.49	4.20	3.61	3.95	4.13	3.99
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	0.93	0.79	0.90	1.15	1.08	1.12

จากตารางที่ 18 พบว่า กลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 4.20 ซึ่งอยู่ในระดับสูง รองลงมาได้แก่ สื่อโทรทัศน์ โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 4.13 ในระดับสูงเช่นกัน นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศเปิดรับข่าวสารจากสื่อป้ายประกาศหรือแผ่นพับน้อยที่สุด โดยมีปริมาณการเปิดรับเฉลี่ย 2.49

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อมวลชนทั้งหมด

ระดับการเปิดรับข่าวสารจากมวลชน	จำนวน/ร้อยละ
ต่ำมาก	1(1.0)
ต่ำ	1(1.0)
ปานกลาง	25(25.0)
สูง	57(57.0)
สูงมาก	8(8.0)
รวม	92(92.0)

จากตารางที่ 19 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากสื่อมวลชน อยู่ในระดับสูงมากที่สุด ร้อยละ 57.0 รองลงมาคือ ระดับปานกลาง ร้อยละ 25.0 และกลุ่มที่มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับต่ำมาก และระดับต่ำ มีน้อยที่สุด เพียงร้อยละ 1.0 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนในระดับสูง และปานกลาง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.3 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความสามารถในการตอบคำถามวัดความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย

ข้อ	คำถาม	ตอบผิด (0คะแนน)	ตอบถูก (1 คะแนน)	รวม
1	คำถามเกี่ยวกับข้อเท็จจริงของประเทศไทย	15 (15.0)	85 (85.0)	100 (100.0)
2	คำถามเกี่ยวกับการส่งสินค้าออกของไทย	9 (9.0)	91 (91.0)	100 (100.0)
3	คำถามเกี่ยวกับสถานที่สำคัญในประเทศไทย	34 (34.0)	66 (66.0)	100 (100.0)
4	คำถามเกี่ยวกับความเข้าใจในวิถีชีวิตของคนไทย	75 (75.0)	25 (25.0)	100 (100.0)
5	คำถามเกี่ยวกับความเข้าใจในวิถีชีวิตของคนไทย	47 (47.0)	53 (53.0)	100 (100.0)
6	คำถามเกี่ยวกับความเข้าใจในวิถีชีวิตของคนไทย	31 (31.0)	69 (69.0)	100 (100.0)
7	คำถามเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีของไทย	19 (19.0)	81 (81.0)	100 (100.0)
8	คำถามเกี่ยวกับการเมืองของไทย	35 (35.0)	65 (65.0)	100 (100.0)
9	คำถามเกี่ยวกับเศรษฐกิจของไทย	4 (4.0)	96 (96.0)	100 (100.0)
10	คำถามเกี่ยวกับโครงการพระราชดำริของในหลวง	16 (16.0)	84 (84.0)	100 (100.0)
คะแนนรวมเฉลี่ย (\bar{X}) = 7.15				
ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 1.81				

จากตารางที่ 20 คำถามวัดความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย จำนวน 10 ข้อ กลุ่มตัวอย่างตอบถูกในแต่ละข้อตั้งแต่ร้อยละ 85.0 (ข้อที่ 1 ในเรื่องข้อเท็จจริงเกี่ยวกับประเทศไทย) จนถึงร้อยละ 84.0 (ข้อที่ 10 ในเรื่องโครงการพระราชดำริของในหลวง) และพบว่าข้อที่กลุ่มตัวอย่างตอบถูกน้อยที่สุดคือ ข้อ 4 และข้อ 5 ซึ่งตอบถูกร้อยละ 25 และ ร้อยละ 53 ตามลำดับ ซึ่งทั้ง 2 ข้อเป็นคำถามเกี่ยวกับวิถีชีวิตในสังคมไทย

เมื่อรวมคะแนนความรู้ทั้ง 10 ข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้คะแนนรวมเฉลี่ย 7.15 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 71.5 ของคะแนนเต็ม ซึ่งนับว่าผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยในระดับปานกลาง

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย

ระดับความรู้	จำนวน/ร้อยละ
ต่ำ	18(18.0)
ปานกลาง	58(58.0)
สูง	24(24.0)
รวม	100(100.0)

จากตารางที่ 21 พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศในระดับปานกลางมีจำนวนมากที่สุด ร้อยละ 58.0 รองลงมาคือ ระดับความรู้สูง ร้อยละ 24.0 และระดับความรู้ต่ำมีจำนวนน้อยที่สุด ร้อยละ 18.0 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนมากจึงมีความรู้ในระดับปานกลาง

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.4 ทักษะคิดต่อประเทศไทย

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามทักษะคิดต่อต่อคำถามที่ใช้วัด ทักษะคิดเกี่ยวกับประเทศไทย

ข้อ	คำถาม	ทักษะคิด					รวม
		เห็นด้วย อย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่มี ความ เห็น	ไม่เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	
1	เชิงบวก ประเทศไทยมีวัฒนธรรม ชนบ รรรมนิยมประเพณีที่เก่าแก่	30 (30.0)	66 (66.0)	3 (3.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	99 (99.0)
2	ชาวไทยมีอิสระในการแสดง ออกทางความคิด โดยที่ไม่ไป ก้าวก่ายสิทธิของผู้อื่น	19 (19.0)	68 (68.0)	10 (10.0)	3 (3.0)	0 (0.0)	100 (100.0)
3	ชาวไทยมีอัธยาศัยไมตรีที่ดีต่อ บุคคลที่พบทั่วไป	29 (29.0)	59 (59.0)	10 (10.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	99 (99.0)
4	ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติที่งดงามและดึง ดูดใจ	19 (19.0)	67 (67.0)	13 (13.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	100 (100.0)
5	ประเทศไทยยังมีเสถียรภาพ ทางเศรษฐกิจและการลงทุน	1 (1.0)	44 (44.0)	38 (38.0)	16 (16.0)	1 (1.0)	100 (100.0)
6	เชิงลบ ปัญหาคอร์ปชั่นของไทยเป็นที่รู้ จักของชาวต่างชาติ	7 (7.0)	49 (49.0)	33 (33.0)	11 (11.0)	0 (0.0)	100 (100.0)
7	วิกฤตเศรษฐกิจของเอเชียเริ่ม ต้นจากประเทศไทย	22 (22.0)	63 (63.0)	12 (12.0)	1 (1.0)	2 (2.0)	100 (100.0)
8	ปัญหาโสเภณีเป็นปัญหาที่ สำคัญที่สุดของไทย	5 (5.0)	32 (32.0)	39 (39.0)	20 (20.0)	3 (3.0)	99 (99.0)
9	ช่องว่างระหว่างคนจนและคน รวยยังคงเพิ่มขึ้นในสังคมไทย	7 (7.0)	48 (48.0)	37 (37.0)	8 (8.0)	0 (0.0)	100 (100.0)

10	ประเทศไทยยังคงจำกัดสิทธิเสรีภาพของสื่อมวลชน	0 (0.0)	7 (7.0)	24 (24.0)	54 (54.0)	15 (15.0)	100 (100.0)
ค่าเฉลี่ยทัศนคติ (\bar{X}) = 3.33			ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.34				

จากตารางที่ 22 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงลบต่อคำถาม 3 ข้อ คือ ข้อที่ 6 ข้อที่ 7 และข้อที่ 9 คือในประเด็นเรื่องคอร์รัปชัน วิกฤตเศรษฐกิจของเอเชีย และความเหลื่อมล้ำในสังคม และมีทัศนคติเชิงบวกต่อคำถาม 5 ข้อ คือข้อที่ 1 - 5 ในประเด็นประวัติศาสตร์อันเก่าแก่ สิทธิเสรีภาพของประชาชน ความเป็นไทย แหล่งท่องเที่ยว และเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ

เมื่อรวมคะแนนทัศนคติทั้ง 10 ข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้คะแนนรวมเฉลี่ย 3.33 ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 33.3 ของคะแนนเต็ม ซึ่งนับว่าผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีทัศนคติที่เป็นกลางต่อประเทศไทย

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับของทัศนคติต่อประเทศไทย

ระดับทัศนคติ	จำนวน/ร้อยละ
เชิงลบอย่างมาก	0(0.0)
เชิงลบ	0(0.0)
เป็นกลาง	59(59.0)
เชิงบวก	38(38.0)
เชิงบวกอย่างมาก	0(0.0)
รวม	97(97.0)

จากตารางที่ 23 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อประเทศไทยอยู่ในระดับเป็นกลางมากที่สุด คือ ร้อยละ 59.0 รองลงมามีทัศนคติอยู่ในระดับเชิงบวก ร้อยละ 38.0 ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จึงมีทัศนคติเป็นกลางต่อประเทศไทย

1.5 การใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของรัฐบาล

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของรัฐบาล

ประเภทของการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล	ความเป็นประโยชน์						รวม	\bar{X}	S.D.
	มีประโยชน์สูงสุด	มีประโยชน์มาก	มีประโยชน์	มีประโยชน์น้อย	มีประโยชน์น้อยที่สุด	ไม่มีประโยชน์เลย			
1. เพื่อค้นหา	3 (3.0)	4 (4.0)	45 (45.0)	29 (29.0)	14 (14.0)	4 (4.0)	99 (99.0)	2.40	1.02
2. เพื่อพัฒนาความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย	3 (3.0)	16 (16.0)	70 (70.0)	10 (10.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	100 (100.0)	3.09	0.68
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นกับบุคคลอื่น	2 (2.0)	2 (2.0)	58 (58.0)	31 (31.0)	2 (2.0)	5 (5.0)	100 (100.0)	2.56	0.87
4. เพื่อช่วยในการตัดสินใจคัดเลือกข่าว	4 (4.0)	6 (6.0)	28 (28.0)	54 (54.0)	4 (4.0)	4 (4.0)	100 (100.0)	2.40	0.96
5. ใช้เป็นแหล่งอ้างอิงทางตัวเลขสถิติ	11 (11.0)	34 (34.0)	50 (50.0)	3 (3.0)	1 (1.0)	0 (0.0)	99 (99.0)	3.52	0.77
6. เพื่อเป็นแนวทางในการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย	1 (1.0)	4 (4.0)	24 (24.0)	53 (53.0)	11 (11.0)	6 (6.0)	99 (99.0)	2.12	0.92
7. เพื่อการกำหนดวาระข่าว	3 (3.0)	0 (0.0)	20 (20.0)	48 (48.0)	22 (22.0)	7 (7.0)	100 (100.0)	1.93	0.99
8. เพื่อความจำเป็นส่วนตัว	2 (2.0)	1 (1.0)	16 (16.0)	41 (41.0)	33 (33.0)	7 (7.0)	100 (100.0)	1.77	0.97
9. ชำนาญเวลาว่าง	0 (0.0)	0 (0.0)	10 (10.0)	35 (35.0)	30 (30.0)	21 (21.0)	96 (96.0)	1.35	0.94

10. อื่น ๆ	0 (0.0)	2 (2.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	1 (1.0)	3 (3.0)	2.67	2.31
.....									

จากตารางที่ 24 พบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษในการเป็นข้อมูลอ้างอิงทางสถิติมากที่สุด โดยมีการใช้ประโยชน์เฉลี่ย 3.52 รองลงมาคือ การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และการเปรียบเทียบความคิดเห็นของตนเองกับผู้อื่น โดยมีการใช้ประโยชน์เฉลี่ย 3.09 และ 2.56 ตามลำดับ

นอกจากนั้นยังพบว่ากลุ่มตัวอย่างใช้ประโยชน์จากเอกสารเพื่อฆ่าเวลาน้อยที่สุด โดยมีการใช้ประโยชน์เฉลี่ย 1.35 รองลงมาใช้สนองความต้องการเฉพาะตนเอง และเป็นแนวทางในการกำหนดวาระข่าว โดยมีการใช้ประโยชน์เฉลี่ย 1.77 และ 1.93 ตามลำดับ

ตารางที่ 25 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ของรัฐบาล

ระดับการใช้ประโยชน์	จำนวน/ร้อยละ
ต่ำมาก	7(7.0)
ต่ำ	52(52.0)
ปานกลาง	33(33.0)
สูง	3(3.0)
สูงมาก	0(0.0)
รวม	95(95.0)

จากตารางที่ 25 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ เป็นจำนวนมากที่สุดคือ ร้อยละ 52.0 รองลงมาคือระดับปานกลาง ร้อยละ 33.0 และพบว่าไม่มีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าว ๔ อยู่ในระดับสูงมาก

ส่วนที่ 2 การทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

สมมติฐานข้อที่ 4 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย

ตารางที่ 26 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยกับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ

ตัวแปรอิสระ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับความรู้	P
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย	75	.038	.748

จากตารางที่ 26 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศกับความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 4

สมมติฐานข้อที่ 5 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย

ตารางที่ 27 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยกับทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ

ตัวแปรอิสระ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับทัศนคติ	P
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย	74	.103	.384

จากตารางที่ 27 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศกับทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 5

สมมติฐานข้อที่ 6 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ

ตารางที่ 28 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยกับการใช้ประโยชน์ จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ

ตัวแปรอิสระ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ การใช้ประโยชน์	P
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย	71	.311	.008

จากตารางที่ 28 พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก กล่าวคือ ผู้สื่อข่าวต่างประเทศที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยสูงจะให้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์มาก จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 6 อย่างไรก็ดีค่าสหสัมพันธ์ที่พบมีค่าต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 7 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย

ตารางที่ 29 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยกับทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ

ตัวแปรอิสระ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ ทัศนคติ	P
ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย	97	.238	.019

จากตารางที่ 29 พบว่า ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ผู้สื่อข่าวต่างประเทศที่มีความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยมาก

จะมีทัศนคติต่อประเทศไทยที่ดี หรือในเชิงบวก จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 7 อย่างไรก็ดี ค่าสหสัมพันธ์ ที่ได้มีค่าต่ำ ดังนั้นความสัมพันธ์ดังกล่าวจึงเป็นความสัมพันธ์ในระดับต่ำ

สมมติฐานข้อที่ 8 ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ

ตารางที่ 30 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยกับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ

ตัวแปรอิสระ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ การใช้ประโยชน์ ฯ	P
ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย	95	.105	.313

จากตารางที่ 30 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างความรู้เกี่ยวกับประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศกับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 8

สมมติฐานข้อที่ 9 ทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ

ตารางที่ 31 แสดงค่าสหสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อประเทศไทยกับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์

ตัวแปรอิสระ	จำนวน	ค่าสหสัมพันธ์กับ การใช้ประโยชน์ ฯ	P
ทัศนคติต่อประเทศไทย	93	.007	.950

จากตารางที่ 31 พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศกับการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ ของผู้สื่อข่าวต่างประเทศอย่าง มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานข้อที่ 9

สมมติฐานข้อ 10 การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และทัศนคติต่อประเทศไทยของผู้สื่อข่าวต่างประเทศ สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ ได้

ตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เมื่อให้การใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ เป็นตัวแปรตาม และเลือกใช้ตัวอธิบายเฉพาะที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตัวอธิบายหรือพยากรณ์	R	R ²	R ² ที่เพิ่ม	สัมประสิทธิ์ถดถอย		t	P
				B	Beta		
การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย	.318	.101	.088	.364	.318	2.764	.007
ค่าคงที่				1.228		3.065	.003

จากตารางที่ 32 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า มีตัวแปรที่สามารถอธิบายการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเพียง 1 ตัว คือ การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยซึ่งการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยมีอิทธิพลต่อการใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ หรืออาจกล่าวได้ว่า ผู้สื่อข่าวต่างประเทศที่มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยสูงจะใช้ประโยชน์จากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ ฯ สูงด้วย

อย่างไรก็ดี พบว่าตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายการใช้ประโยชน์ได้เพียงร้อยละ 10.1 เท่านั้น ซึ่งเป็นค่าที่ต่ำ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ส่วนที่ 3 การสัมภาษณ์เจาะลึก (Indepth Interview)

ในการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกโดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 4 ราย โดยแบ่งกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์เป็น 2 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 สำนักข่าวต่างประเทศของประเทศตะวันตก

กลุ่มที่ 2 สำนักข่าวต่างประเทศของประเทศตะวันออก

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสัมภาษณ์เจาะลึก ประกอบด้วยประเด็นคำถามหลัก ดังนี้

1. กระบวนการคัดเลือก (News Selection Process) และส่งข่าว (Dissemination Process) เกี่ยวกับประเทศไทย
2. ทิศทางการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย (News Direction Report)

ทั้งนี้ในแบบสัมภาษณ์เป็นคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์ บันทึกเทป แล้วบันทึกและสรุปเป็นประเด็นคำตอบลงในแบบสัมภาษณ์ และนำเสนอโดยใช้วิธีการพรรณนา และตีความหมายของข้อมูล โดยใช้วิธีอุปนัยเป็นสำคัญ รวมทั้งอาศัยความรู้ในเชิงทฤษฎีของผู้วิจัยในการวิเคราะห์การคัดเลือกและการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสื่อมวลชนต่างประเทศ

รายนามกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่

1. นายเดนนิส ดี เกรย์ (Denis D. Gray) หัวหน้าสำนักข่าวเอพี แห่งประเทศสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย (AP : Associated Press Bangkok Bureau)
2. นายฟิลลิป อักเก็ต (Philippe Agret) หัวหน้าสำนักข่าวเอ เอฟ พี แห่งประเทศฝรั่งเศสประจำประเทศไทย (AFP : Agence France Presse Bangkok Bureau)
3. นายฮวง ยง (Huang Young) หัวหน้าสำนักข่าวซินหัว แห่งประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนประจำประเทศไทย (Xinhua News Agency Bangkok Bureau)
4. นายโยชิโตะ นิโตเบะ (Yoshito Nitobe) หัวหน้าสำนักข่าวเกียวโด แห่งประเทศญี่ปุ่นประจำประเทศไทย (Kyodo News Bangkok Bureau)

ข้อมูลทั่วไปของสำนักข่าวทั้ง 4 แห่ง

1. Associated Press (AP) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1848 มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่นิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร มีหนังสือพิมพ์และบริษัทกระจายข่าวใน สหรัฐและแคนาดา เป็นเจ้าของ

ปัจจุบัน เอพี มีสำนักงานสาขาทั่วโลก 240 สาขา แบ่งออกเป็น 145 สาขาในสหรัฐอเมริกา และ 95 สาขา ใน 78 ประเทศทั่วโลก มีพนักงานทั้งสิ้น 3,500 คน ประกอบด้วยบรรณาธิการ ผู้สื่อข่าว ช่างภาพ และเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงาน เอพีมีสมาชิกมากกว่า 15,500 ราย ซึ่งแบ่งเป็นสื่อสิ่งพิมพ์เฉพาะในสหรัฐอเมริกา 1,700 ราย สื่อวิทยุและโทรทัศน์อีกกว่า 5,000 รายในสหรัฐ และลูกค้าจากทั่วโลกอีกกว่า 8,500 ราย ให้บริการสมาชิกใน 112 ประเทศทั่วโลก ให้บริการข้อมูล 5 ภาษาประกอบด้วย ภาษาอังกฤษ (English) ภาษาฝรั่งเศส (French) ภาษาเยอรมัน (German) ภาษาดัตช์ (Dutch) และภาษาสเปน (Spanish) ซึ่งทั้ง 5 ภาษาจะถูกสมาชิกรับไปเผยแพร่เป็นภาษาต่าง ๆ อีกจำนวนมาก ข่าวที่เสนอในแต่ละวันประมาณ 20 ล้านคำ โดยเสนอข่าวตลอด 24 ชั่วโมง

2. Agence France Presse (AFP) ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1835 มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงปารีส ประเทศฝรั่งเศส เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร ได้รับรายได้บางส่วนจากรัฐบาลฝรั่งเศส

ปัจจุบัน เอเอฟพี มีสำนักงานสาขาใน 165 ประเทศทั่วโลก มีพนักงานกว่า 3,000 คน ประกอบด้วยนักข่าว ช่างภาพ บรรณาธิการ และเจ้าหน้าที่ต่าง ๆ มีสมาชิกกว่า 13,000 ราย ประกอบด้วยสำนักงานหนังสือพิมพ์ต่าง ๆ อาทิ The Australian, The Times of India, The South China Morning Post, The Straits Time, Bangkok Post, etc. สำนักข่าวต่าง ๆ อาทิ Antara, The Press Trust of India, The Australian Associated Press, Vietnam News Agency, Jiji Press, etc. สถานีวิทยุและโทรทัศน์ต่าง ๆ อาทิ ESPN, The Australian Broadcasting Corporation, Radio-Television Hong Kong, Radio Thailand, etc.

นอกจากนี้ เอเอฟพี มีการเสนอข่าวประมาณ 2 ล้านคำต่อวัน โดยให้บริการ 6 ภาษาด้วยกัน คือ ภาษาอังกฤษ (English) ภาษาสเปน (Spanish) ภาษาฝรั่งเศส (French) ภาษาอาหรับ (Arabic) ภาษาโปรตุเกส (Portuguese) และภาษาเยอรมัน (German)

3. Kyodo News ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1945 เป็นองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร โดยได้รายได้จากสมาชิก มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ให้บริการข่าวทั้งภาษาญี่ปุ่น และภาษาอังกฤษ เน้นการรายงานข่าวในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก

ปัจจุบันมีสำนักงานสาขา 53 แห่งในประเทศญี่ปุ่น และอีก 39 แห่งทั่วโลก มีพนักงานกว่า 2,000 คน มีสมาชิกมากกว่า 4,000 ราย ทั้งในประเทศและนอกประเทศญี่ปุ่น และมีข่าวภาษาอังกฤษที่เสนอในแต่ละวันเฉลี่ย 60,000 คำ

4. Xinhua News Agency แบ่งระบบในองค์กรเป็น 3 ส่วน คือ สำนักงานใหญ่ที่กรุงปักกิ่ง สำนักงานภายในประเทศอีก 30 มณฑล และสำนักงานในต่างประเทศอีกกว่า 60 แห่งทั่วโลก และมีสมาชิกทั่วโลกมากกว่า 5,000 ราย มีพนักงานมากกว่า 7,000 คน

กระบวนการคัดเลือกและการกระจายข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย

สื่อมวลชนต่างประเทศแต่ละแห่งจะมีกระบวนการในการคัดเลือกและกระจายข่าว เนื่องจากในแต่ละวันจะมีข่าวต่าง ๆ เข้ามายังสำนักข่าวจำนวนมาก จึงต้องทำการพิจารณาคัดเลือกเพื่อจะได้กระจายข่าวต่อไปยังกลุ่มลูกค้า และกลุ่มผู้บริโภคของสำนักข่าวนั้น ๆ ต่อไป

จากการสัมภาษณ์ พบว่า สำนักข่าวแต่ละแห่งมีการกระบวนการในการพิจารณาคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย ดังนี้

สำนักข่าวเอพี (Associated Press : AP)

สำนักข่าวเอพีแห่งประเทศไทยเนื่องจากเป็นสำนักข่าวของสหรัฐอเมริกา โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงนิวยอร์ก และมีสาขาอยู่ทั่วโลกตามเมืองใหญ่ ๆ กว่า 240 สาขา การกระจายข่าวของสำนักข่าวเอพีแห่งประเทศไทยจะส่งไปที่สำนักงานสาขาโตเกียวเพื่อพิจารณาข่าวนั้นว่าเหมาะสมที่จะเผยแพร่ในขอบเขตใดถ้าทางโตเกียวเห็นว่าควรเผยแพร่เฉพาะในภูมิภาคเอเชียจะไม่ส่งไปที่นิวยอร์ก ในทางกลับกันถ้ามีความเห็นว่าข่าวเป็นที่น่าสนใจของคนทั่วโลกก็จะส่งข่าวต่อไปยังนิวยอร์ก

สำหรับการผลิตข่าวประจำวันของสำนักข่าวเอพีจะมีผู้สื่อข่าวที่รับผิดชอบในแต่ละสาย โดยทางสำนักข่าวเอพีจะผลิตข่าวที่เกิดขึ้นในประเทศไทย โดยเน้นข่าวเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เป็นหลัก ผู้สื่อข่าวประจำสำนักข่าวจะมีทั้งผู้สื่อข่าวชาวไทยและชาวต่างชาติ ซึ่งทุกคนจะรับผิดชอบการหาข่าวตามแหล่งข่าวต่าง ๆ เช่น สายทำเนียบรัฐบาล สายรัฐสภา สายกระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ สถาบันธุรกิจต่าง ๆ นอกจากนี้สำนักข่าวเอพียังมีการจ้างผู้สื่อข่าวพิเศษ หรือStringer เพื่อส่งข่าวให้กับทางสำนักข่าวตามแหล่งข่าวต่าง ๆ อีกด้วย อาทิ ตามชายแดนไทย เป็นต้น นอกจากนี้ถ้ามีข่าวใดที่ทางเอพีต้องการให้ติดตามเป็นพิเศษก็จะว่าจ้าง Stringer เหล่านี้คอยส่งข่าวเข้ามา สำหรับแหล่งข่าวอื่น ๆ นอกจากผู้สื่อข่าวแล้ว สำนักข่าวเอพี ยังได้รับ ข่าวแจก (Press Release) จากหน่วยงานต่าง ๆ อาทิ ทำเนียบรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม ต่าง ๆ คำแถลงการณ์ จากการแถลงข่าวในแต่ละเหตุการณ์

การผลิตข่าวจะเริ่มต้นด้วยการเช็คหมายข่าวในแต่ละวันซึ่งกองบรรณาธิการจะแจกหมายข่าวในวันนั้น ๆ ให้ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวออกไปติดตามและรายงานมาที่สำนักข่าวเป็นระยะ ข่าวทุกชิ้นทางกองบรรณาธิการจะรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องทั้งในด้านเนื้อหา และภาษา ก่อนที่ข่าวจะถูกคัดเลือกในชั้นต้นและจะถูกส่งต่อไปยังสำนักงานสาขาโตเกียว ซึ่งเป็นสำนักงานใหญ่สาขาภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ซึ่งทางโตเกียวจะตรวจสอบข่าวที่ส่งมาจากทางกรุงเทพฯ ฯ โดยจะมีกองบรรณาธิการทั่วไป หรือ Several Editorial เป็นผู้ทำหน้าที่กลั่นกรองข่าวสารไว้ชั้นหนึ่งก่อนว่าข่าวที่ถูกส่งมาจากกรุงเทพฯ ฯ ควรที่จะเสนอทั่วโลกหรือไม่ ถ้ากองบรรณาธิการเห็นควรก็จะส่งข่าวต่อไปยังนิวยอร์ก แต่ถ้าไม่เห็นควรก็จะเสนอข่าวเฉพาะในทวีปเอเชียเท่านั้น

สำนักข่าวเอเอฟพี (Agence France Presse : AFP)

กระบวนการคัดเลือกข่าวของสำนักข่าวเอเอฟพีในแต่ละวันจะเริ่มต้นจากการตรวจสอบแหล่งข่าวทั้งจากหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทย ฉบับภาษาอังกฤษ และดูหมายข่าวที่ทางกองบรรณาธิการได้รับว่าในวันนั้น ๆ มีประเด็นอะไรที่น่าสนใจบ้าง การตรวจสอบข่าวจะมีทีมตรวจสอบข่าวซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ชาวไทย และชาวต่างชาติ โดยสำนักข่าวเอเอฟพี สาขากรุงเทพฯ ฯ จะรับผิดชอบการหาข่าวในแถบประเทศอินโดจีนเป็นหลัก และข่าวที่ได้จะถูกส่งไปให้กับลูกค้าในแถบอินโดจีนเช่นกัน

การผลิตข่าวของสำนักข่าวเอเอฟพีจะเริ่มต้นด้วยการที่หัวหน้าสำนักข่าวจะให้ผู้รับผิดชอบในแต่ละสายงานเสนอประเด็นว่าในวันนี้มีประเด็นอะไรบ้างทั้งนี้ดูจากความสำคัญของ

ประเด็นว่ามีมากน้อยเพียงใด และข้อมูลที่มีอยู่ครอบคลุมในประเด็นรอบด้านหรือไม่ หากมีข้อมูลที่ไม่เพียงพอก็จะมีการสอบถามจากแหล่งข้อมูลหรือส่งผู้สื่อข่าวไปติดตามความคืบหน้าในเรื่องนั้น ๆ

หลังจากที่ได้ข่าวมายังกองบรรณาธิการแล้ว ทางกองบรรณาธิการจะรวบรวมหัวข้อข่าวและคัดเลือกข่าวที่น่าสนใจ ซึ่งข่าวที่ถูกคัดเลือกจะมีการพิมพ์ หรือเขียนต้นฉบับใหม่จนเสร็จเรียบร้อย และจะมีการตรวจแก้ไขภาษา รวมทั้งเนื้อหาที่ถูกต้องอีกครั้ง ก่อนที่จะส่งข่าวให้ลูกค้าในภูมิภาคอินโดจีน และสำนักงานใหญ่ที่ปารีส ต่อไป

สำนักข่าวซินหัว (Xinhua News Agency)

สำนักข่าวซินหัวสาขากรุงเทพ ฯ เป็นสำนักข่าวแห่งประเทศไทยสาธาณรัฐประชาชนจีน ซึ่งมีสาขากว่า 100 แห่งทั่วโลก ครอบคลุมทุกทวีป โดยสำนักข่าวซินหัวจะเสนอข่าวครอบคลุมทุกประเภทข่าวไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง รวมทั้งข่าวเพื่อการพัฒนา

กระบวนการคัดเลือกข่าวของสำนักข่าวซินหัวในแต่ละวัน ทางหัวหน้าสำนักข่าวจะตรวจสอบแหล่งข่าวทั้งจากหนังสือพิมพ์ฉบับภาษาไทย ภาษาอังกฤษ และภาษาจีน ที่ทางสำนักข่าวรับเป็นประจำ และจากเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงเอกสารข่าวประชาสัมพันธ์ภาคภาษาอังกฤษของกรมประชาสัมพันธ์ด้วย นอกจากนี้ยังมีหมายข่าวในแต่ละวัน ซึ่งทางหัวหน้าสำนักข่าวจะพิจารณาว่าในวันนี้มีประเด็นข่าวอะไรบ้าง และจะเสนอในรูปแบบใด และดูถึงความสำคัญของประเด็นนั้น ๆ ด้วย

การผลิตข่าวของทางสำนักข่าวซินหัวจะมีกลไกการปฏิบัติงานแบบอัตโนมัติ โดยไม่ต้องรอการมอบหมายจากหัวหน้าสำนักข่าว กล่าวคือ ผู้สื่อข่าวประจำของสำนักข่าวซินหัวซึ่งมีเพียง 3 คน จะทำการรวบรวมหัวข้อข่าวจากแหล่งข่าวทั้งหมดข้างต้น โดยเฉพาะจากแหล่งข่าวประจำ และสามารถที่จะตัดสินใจคัดเลือกหัวข้อข่าวที่น่าสนใจได้ด้วยตนเอง ซึ่งทางสำนักข่าวซินหัวสาขากรุงเทพ ฯ จะไม่มีกองบรรณาธิการในการพิจารณาข่าว ดังนั้นผู้สื่อข่าวจึงไม่ต้องรอการมอบหมายงานจากกองบรรณาธิการ หรือแม้แต่การสั่งการอย่างเป็นทางการจากหัวหน้าสำนักข่าว ทั้งนี้เพราะข้อจำกัดด้านบุคลากร และการแข่งขันกับเวลา รูปแบบการมอบหมายงานจึงมีลักษณะไม่เป็นทางการ ด้วยการพูดคุยกับกันทางโทรศัพท์ว่าควรจะสื่อข่าวใดในช่วงนี้ และหลังจากนั้นผู้สื่อข่าวก็จะดำเนินการผลิตข่าวด้วยตนเองจนเสร็จสมบูรณ์ทั้งกระบวนการถึงขั้นที่จะส่งข่าวได้ โดยผู้

สื่อข่าวจีนหัวสามารถส่งข่าวไปให้กับทางสำนักงานใหญ่ได้เลยโดยไม่ต้องรอการตัดสินใจจากทางหัวหน้าสำนักข่าว โดยการกระจายข่าวของสำนักข่าวจีนหัวจะส่งข่าวที่พิมพ์ต้นฉบับเป็นภาษาอังกฤษไปยังสำนักงานใหญ่ฮ่องกง และส่งข่าวที่พิมพ์ต้นฉบับภาษาจีนไปยังสำนักงานใหญ่ที่กรุงปักกิ่ง ซึ่งสำนักงานใหญ่ทั้ง 2 แห่งก็จะทำการคัดเลือกและกระจายข่าวอีกทอดหนึ่ง

สำนักข่าวเกียวโด (Kyodo News)

สำนักข่าวเกียวโดเป็นสำนักข่าวญี่ปุ่น โดยมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่โตเกียว สำนักงานเกียวโดสาขากรุงเทพ ฯ จะคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยและส่งข่าวต่อไปยังสำนักงานใหญ่กรุงโตเกียว ซึ่งทางโตเกียวจะพิจารณาว่าข่าวที่ส่งมาควรจะได้รับเผยแพร่แก่กลุ่มเป้าหมาย และลูกค้ากลุ่มใดบ้าง ซึ่งการผลิตข่าวประจำวันของสำนักข่าวเกียวโดจะมีการตรวจสอบแหล่งข่าวซึ่งสามารถแบ่งแหล่งข่าวออกได้เป็น 3 แหล่งข่าว ประกอบด้วย

1. แหล่งข่าวประจำ คือ แหล่งข่าวตามหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวเกียวโดประจำอยู่ อาทิ ทำเนียบรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ สถานธุรกิจและเอกชน ซึ่งบางที่จะมีผู้สื่อข่าวอิสระที่สำนักข่าวเกียวโดว่าจ้าง Stringer ประจำอยู่ รวมถึงหนังสือพิมพ์ท้องถิ่นด้วย

2. แหล่งข่าวสื่อสิ่งพิมพ์ คือ เอกสารข่าวแจก (Press Release) ข่าวประชาสัมพันธ์ที่ได้รับจากหน่วยงานต่าง ๆ

3. แหล่งข่าวที่เป็นสื่อมวลชน คือ สำนักข่าวแห่งชาติ สำนักข่าวไทย สำนักข่าวญี่ปุ่นด้วยกันบางแห่ง และรวมถึงสำนักข่าวเอพี และรอยเตอร์ ด้วย ทั้งนี้เฉพาะสำนักข่าวเอพี และรอยเตอร์ทางสำนักข่าวเกียวโด สาขาโตเกียว จะเป็นผู้คอยเช็คข่าวและรายงานมาทางกรุงเทพ ฯ

กระบวนการคัดเลือกข่าวของสำนักข่าวเกียวโดแต่ละวันจะเริ่มจากการประชุมข่าว โดยที่หัวหน้าข่าวในแต่ละสายงานจะนำเสนอประเด็นว่าในวันนั้นมีประเด็นอะไร และหากประเด็นไหนน่าสนใจและตรงกับนโยบายของสำนักข่าว ก็จะคัดเลือกหัวข้อข่าวนั้นไว้ และเมื่อต้องการขยายผลในประเด็นใด หัวหน้าสำนักข่าวจะแจกกงานให้กับผู้สื่อข่าวติดตามประเด็นนั้นเป็นพิเศษ

นอกจากนี้จากการศึกษาพบว่า ในกระบวนการคัดเลือกและกระจายข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยของสำนักข่าวเอพี เอเอฟพี ซินหัว และเกียวโด แต่ละแห่งได้กำหนดหลักเกณฑ์พื้นฐานในการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย ตามปัจจัยต่าง ๆ คือ

1. ตามนโยบายขององค์กร
2. ตามหลักเกณฑ์พื้นฐานที่ว่าด้วยคุณค่าข่าว
3. เกณฑ์ในการเผยแพร่ของกองบรรณาธิการ

1. ตามนโยบายขององค์กร

สำนักข่าวเอพี มีนโยบายในการเสนอข่าวตามความเป็นจริงในทุกแง่มุมของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในทุกส่วนของโลก เพื่อประโยชน์ของผู้ใช้ข่าวทั่วโลก และเน้นความถูกต้องเป็นหลัก ครอบคลุมทุกประเภทข่าว ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม การศึกษา การท่องเที่ยว กีฬา เป็นต้น "เราเสนอข่าวที่ใหญ่และเป็นที่สนใจของคนทั่วโลก ยกตัวอย่างเช่น ข่าวการลาออกของพล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย"

สำนักข่าวเอเอฟพีคัดเลือกข่าวตามนโยบายการนำเสนอข่าวของสำนักข่าวโดยเน้นที่ความถูกต้อง และเน้นสิ่งที่เป็นที่สนใจของกลุ่มผู้รับข่าวที่มีอยู่ทั่วโลก "เอ เอฟ พี ไม่เคยลงข่าวโดยปราศจากการตรวจสอบแหล่งข่าว และความหมายของข่าว เราตรวจสอบทุกอย่างก่อนลงข่าว และนโยบายของเราจะมองว่าข่าวใดที่น่าจะเป็นที่สนใจของลูกค้า เราจะเลือกและนำเสนอข่าวนั้น ๆ "

สำนักข่าวซินหัวคัดเลือกข่าวตามนโยบายการนำเสนอข่าวของซินหัวที่ว่า เสนอข่าวครอบคลุมทุกประเภทข่าวทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง โดยเสนอตามความเป็นจริง ไม่มีการบิดเบือนข้อเท็จจริง โดยเน้นข่าวด้านการเมือง ข่าวสังคม และข่าวเศรษฐกิจของประเทศกำลังพัฒนา การคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยสำนักข่าวซินหัวคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นหลัก นอกจากนี้การคัดเลือกข่าว ผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวซินหัวมีอิสระในการคัดเลือกข่าวเองด้วย โดยตัวผู้สื่อข่าวจะใช้วิจารณญาณในการคัดเลือกข่าว แต่ต้องอยู่ในกรอบนโยบายของสำนักข่าวซินหัว

"สำนักข่าวซินหัวของเรามีนโยบายการเสนอข่าวตามความเป็นจริงหมายความว่า มีเรื่องอะไรก็จะเสนอนั้น และเน้นผลที่เกิดขึ้นตามมาจากข่าวนั้นมากกว่าเหตุการณ์ที่กำลังเกิดขึ้นหรือเกิดขึ้นแล้วจากข่าว ยกตัวอย่างเช่น ข่าวการประชุมอังก์ถัด ครั้งที่ 10 เราเสนอข่าวในแง่ที่ว่า

ประเทศกำลังพัฒนาเรียกกรอง และต้องการได้อะไรจากการประชุมนี้มากกว่าที่จะเสนอเหตุการณ์ที่ไม่สงบของการประชุม ในด้านการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยทางจีนหัวจะคำนึงถึงสัมพันธภาพระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนเป็นสำคัญ ถ้าเรื่องใดผลกระทบต่อประเทศไทยในด้านที่ไม่ดี เราก็จะไม่คัดเลือกข่าวนั้นเสนอ หรือถ้าข่าวใดที่เป็นที่สนใจของคนทั่วโลกแต่มีผลกระทบต่อประเทศไทย เราก็จะเสนอแต่พอควร ไม่มีการใส่สี ใส่ไพลินในข่าว"

สำนักข่าวเกียวโดมีนโยบายในการคัดเลือกข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยโดยคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างไทยและญี่ปุ่นเป็นสำคัญ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยที่เป็นที่สนใจของกลุ่มลูกค้าด้วยเช่นกัน

2. ตามหลักเกณฑ์พื้นฐานว่าด้วยคุณค่าข่าว (News Value)

สำนักข่าวเอพี เอเอฟพี ซินหัว และเกียวโด ต่างยึดเกณฑ์พื้นฐานว่าด้วยคุณค่าข่าวว่าข่าวที่ได้รับการพิจารณาคัดเลือกว่ามีคุณค่าแก่การนำเสนอจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น ความทันต่อเวลา (Timeliness) ความใกล้ชิด (Proximity) ความเด่นของบุคคล (Personality) เหตุการณ์อันไม่ปกติ (Unusual events) ความขัดแย้ง (Conflict) เป็นต้น

"สำนักข่าวเอพีจะคัดเลือกข่าวตามพื้นฐานว่าด้วยคุณค่าข่าว ยกตัวอย่าง ข่าวการลาออกของ พล.ต.สนั่น ขจรประศาสน์ ทางสำนักงานสาขาประเทศไทยจะส่งข่าวดังกล่าวไปที่สำนักงานใหญ่กรุงนิวยอร์กโดยตรง เพราะถือว่าข่าวดังกล่าวเป็นที่สนใจของคนทั่วโลก ซึ่งโดยปกติข่าวทั่วไปของประเทศในภูมิภาคเอเชีย สำนักข่าวเอพีสาขาต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียจะต้องส่งข่าวนั้น ๆ ไปยังสำนักงานเอพีสาขาโตเกียวเป็นผู้คัดเลือกก่อนว่าควรจะเผยแพร่ทั่วโลกหรือเผยแพร่เฉพาะในภูมิภาคเอเชีย ถ้าพิจารณาแล้วว่าเป็นข่าวที่เป็นที่สนใจของทั่วโลกจะส่งข่าวต่อไปยังกรุงนิวยอร์ก"

"สำนักข่าวเอเอฟพีจะคำนึงว่าข่าวคือสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว ผู้อ่านต้องการจะอ่านเรื่องราวของภูมิภาคของตนเอง ซึ่งลูกค้าของเอเอฟพี สาขาประเทศไทย ได้แก่กลุ่มประเทศเพื่อนบ้านของไทย อาทิ พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และประเทศเหล่านี้ก็ต้องการทราบข่าวคราวเกี่ยวกับประเทศไทยด้วย"

นอกจากนี้คุณค่าของข่าวในด้านการพัฒนา (Development) ซึ่งเป็นเรื่องราวของความก้าวหน้า การเจริญเติบโต ของประเทศกำลังพัฒนา ก็ได้รับการพิจารณาจากสำนักข่าวซินหัว และเกี่ยวโยงด้วยเช่นกัน

สำนักข่าวเกียวโดให้ความสำคัญกับข่าวการพัฒนา ความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เพราะเราถือว่าในศตวรรษที่ 21 นี้ประเทศในภูมิภาคเอเชียจะต้องร่วมมือกันในการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ไปพร้อม ๆ กัน และสื่อมวลชนถือว่ามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาดังกล่าว

สำนักข่าวซินหัวให้ความสำคัญกับข่าวความร่วมมือระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีน รวมทั้งข่าวการพัฒนาของทั้ง 2 ประเทศ ซึ่งเรามีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกับทางประเทศไทยกันเป็นประจำ

3. เกณฑ์ในการเผยแพร่ของกองบรรณาธิการ

ปัจจัยดังกล่าวนับเป็นสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งที่กำหนดแนวทางการคัดเลือกข่าวของบรรณาธิการ หัวหน้าฝ่ายข่าว ในขั้นสุดท้ายก่อนที่ข่าวนั้นจะได้รับการตีพิมพ์หรือนำเสนอสู่สาธารณชน

สำนักข่าวเอพี สาขาประเทศไทยจะมีหน้าที่ในการคัดเลือกข่าวที่เป็นไปตามปัจจัยใน ข้อที่ 1 และ 2 ส่งไปยังสำนักงานใหญ่แห่งภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งจะมีกองบรรณาธิการทำหน้าที่ตัดสินใจว่าข่าวที่ส่งมานั้นจะได้รับการเผยแพร่หรือไม่ ถ้าข่าวที่ส่งมาไม่ได้รับการเผยแพร่ก็จะถูกตีกลับ แต่ถ้าได้รับการพิจารณาว่าสมควรเผยแพร่ก็จะมีพิจารณาต่อไปว่าสมควรจะเผยแพร่เฉพาะในทวีปเอเชีย หรือทั่วโลก ถ้าเห็นว่าควรเผยแพร่ทั่วโลกทางโตเกียวก็จะส่งข่าวต่อไปยังกรุงนิวยอร์ก และทางกองบรรณาธิการที่นิวยอร์กก็จะพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง

ทางสำนักข่าวเอพี กรุงเทพ ฯ ไม่มีหน้าที่ในการตัดสินใจว่าข่าวใดจะได้รับการเผยแพร่ และไม่มีอำนาจในการชักจูงให้กองบรรณาธิการที่โตเกียวและนิวยอร์กเผยแพร่ข่าวตามความต้องการของทางสำนักงานเอพี กรุงเทพ ฯ บางครั้งข่าวที่เกี่ยวกับประเทศไทยที่เราคิดว่าต้องได้รับการเผยแพร่ไปทั่วโลกก็ไม่ได้เป็นไปตามนั้น อย่างไรก็ตามข่าวที่ทางสำนักงานเอพีสาขากรุงเทพ ฯ คัดเลือกส่งไปยังโตเกียว จะได้รับการเผยแพร่ประมาณร้อยละ 95

ทางด้านสำนักข่าวซินหัวประจำประเทศไทยจะทำการคัดเลือกข่าวโดยหัวหน้าสำนักข่าวจะเป็นผู้คัดเลือก แต่อย่างไรก็ตามผู้สื่อข่าวของสำนักข่าวซึ่งมีทั้งหมด 3 คน สามารถมีบทบาทในการคัดเลือกข่าวที่จะนำเสนอได้อย่างเต็มที่ และเป็นผู้คิดหัวข้อที่จะสื่อข่าวเองเป็นส่วนใหญ่ เมื่อข่าวถูกคัดเลือกแล้วจะมีการส่งไปยังสำนักงานใหญ่กรุงปักกิ่ง ซึ่งเป็นชาวภาษาจีน และส่งข่าวไปยังสำนักงานใหญ่ภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก ที่ฮ่องกง ซึ่งทั้ง 2 สำนักงานจะมีกองบรรณาธิการตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าข่าวใดควรจะปกปิดหรือเผยแพร่สู่สาธารณชน ต่อไป

ทิศทางการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า สำนักข่าวเอพีและเอเอฟพี ซึ่งเป็นสำนักข่าวซีกโลกตะวันตกจะมีทิศทางการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริงโดยไม่ได้คำนึงว่าเหตุการณ์ดังกล่าวจะส่งผลในเชิงบวก เชิงลบ หรือเป็นกลาง แต่สำนักข่าวเอพี และเอเอฟพี คำนึงถึงคุณค่าข่าวในการเสนอข่าวมากกว่า ในทางกลับกันสำนักข่าวเกียวโด และซินหัว ซึ่งเป็นสำนักข่าวซีกโลกตะวันออก มีทิศทางการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยตามเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นจริง แต่คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เป็นสำคัญ

"นับว่าเป็นเรื่องโชคไม่ดีเลยที่สาธารณชนสนใจข่าวที่มีทิศทางเป็นลบมากกว่าข่าวที่มีทิศทางเป็นบวกแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทางเอพี จะไม่เสนอข่าวในเชิงบวกเลย เพียงแต่ปริมาณการนำเสนอข่าวเชิงลบเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มากกว่า"

"ทุกประเทศมีข่าวทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ถ้ามีเรื่องในเชิงลบเกี่ยวกับประเทศไทยสำนักข่าวเอเอฟพีก็ต้องเสนอไปตามความเป็นจริง และให้ข้อมูลที่มาที่ไปถูกต้องเพื่อให้เกิดความกระจ่างแก่ผู้อ่าน"

"สำนักข่าวซินหัวเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยตามความเป็นจริง ไม่มีใส่สี หรือบิดเบือนข้อเท็จจริง เหมือนสำนักข่าวซีกโลกตะวันตกบางแห่ง ส่วนข่าวด้านการพัฒนาของประเทศไทยทางซินหัวมีความสนใจและให้ความสำคัญ เช่นโครงการพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9"

“ในการก้าวเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 สำนักข่าวเกียวโดมีความตั้งใจที่จะให้เกิดการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันมากขึ้นระหว่างประเทศในแถบภูมิภาคเอเชียด้วยกัน เพื่อให้เกิดความร่วมมือความเข้าใจระหว่างประชาชนชาวเอเชีย นอกจากนี้ทิศทางการเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยเราเสนอข่าวด้วยความจริง ตรงไปตรงมา เราไม่เคยชี้นำประชาชนหรือ กลุ่มผู้รับสารของเรา อะไรถูกก็ว่าถูก อะไรผิดก็ว่าผิด ไม่มีการชี้นำสิ่งนั้นดำ หรือสิ่งนั้นขาว เราพยายามที่จะสนับสนุนสิทธิเสรีภาพของประชาชนด้วย”



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย