



การกำหนดวาระสารการจั้ดตั้งประชาคมอาเซียน  
ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร้ตซ์

โดย

นางสาวธัน้ชพร จัน้ทรา

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

การกำหนดวาระสารการจัตั้งประชาคมอาเซียน  
ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิรต์ซ์

โดย

นางสาวธนัชพร จันทรา



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการบริหารสื่อสารมวลชน  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
ปีการศึกษา 2559  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



THE STUDY OF AGENDA SETTING OF ASEAN COMMUNITY  
OF RADIO THAILAND (95.5 MHZ)

BY

MISS THANATCHAPORN CHANTRA



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ARTS  
PROGRAM IN MASS COMMUNICATION ADMINISTRATIONS  
FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION  
THAMMASAT UNIVERSITY  
ACADEMIC YEAR 2016  
COPYRIGHT OF THAMMASAT UNIVERSITY

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน

วิทยานิพนธ์

ของ

นางสาวณัฏพร จันทรา

เรื่อง

การกำหนดวาระสารการเลือกตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์

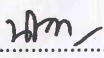
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารสื่อสารมวลชน)

เมื่อ วันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2559

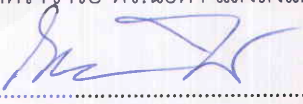
ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมสุข หินวิมาน)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิติดา แสงสิงแก้ว)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....  
(รองศาสตราจารย์กิติมา สุรสანი)

กรรมการสอบวิทยานิพนธ์

  
.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร.กำจร หลุยยะพงศ์)

คณบดี

  
.....  
(รองศาสตราจารย์พรทิพย์ สัมปัดตะวนิช)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การกำหนดวาระสารการจัตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์
ชื่อผู้เขียน	นางสาวธนัชพร จันทรา
ชื่อปริญญา	วารสารศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	การบริหารสื่อสารมวลชน วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิธิตา แสงสิงแก้ว
ปีการศึกษา	2559

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจัตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 95.5 มช. ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรกภายใต้การกำหนดกรอบนโยบายการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐ เพื่อศึกษารูปแบบการจัตั้งวาระสารรวมถึงการทำงานภายในองค์กรซึ่งเป็นการบริหารแบบบูรณาการระหว่างรัฐและบริษัทเอกชนซึ่งเป็นผู้ร่วมผลิตรายการวิทยุ โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาเชิงคุณภาพ (Quality Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ระหว่าง 1) ระดับผู้บริหารองค์กร /ผู้บริหารสถานี 2) ระดับปฏิบัติการ และการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาพบว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มช. มีการจัดโครงสร้างองค์กรโดยแบ่งการทำงานเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนนโยบายโดยผู้บริหารของกรมประชาสัมพันธ์ และผู้บริหารของบริษัทยูแอนดีไอ คอร์โปเรชั่น จำกัด ในฐานะบริษัทร่วมผลิต โดยมีการกำหนดการจัตั้งวาระสารผ่านนโยบายจากภาครัฐเป็นผู้ควบคุมการผลิตของบริษัทเอกชน การบริหารงานภายในองค์กรของทั้งรัฐและบริษัทร่วมผลิตจะมีการประชุมและวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็งและแนวทางการพัฒนาสถานีให้ได้รับความนิยมในส่วนของเนื้อหาที่ผลิตขึ้นเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ผู้ฟัง นอกจากนี้ ระบบการทำงานภายในองค์กรมีความเปลี่ยนแปลงหลังจากการกำหนดนโยบายให้องค์กรเป็น “คลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย” ดังนี้ 1) ในส่วนการผลิตรายการของภาครัฐ หน่วยงานมีการปรับเปลี่ยนนโยบาย เตรียมความพร้อมบุคลากรสำหรับการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน มีการเผยแพร่ข้อมูล ให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประเทศต่าง ๆ ในอาเซียนผ่านการผลิตสารคดีต้นชั่วโมง รวมถึงการเพิ่มสัดส่วนความรู้และสาระใน

รายการเพลง 2) ในส่วนการดำเนินการผลิตโดยบริษัทยูแอนด์ไอ คอร์ปอเรชั่นทำงานร่วมกันโดยมีสถาบันวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กำกับดูแลผังรายการใหม่ ให้มีสัดส่วนเนื้อหารายการเป็นไปตามข้อตกลงร่วมของกรมฯ จึงปรับผังรายการหลักเน้นการให้เกร็ดความรู้เกี่ยวกับ ASEAN และสาระประโยชน์เป็นหลักตลอดทั้งสัปดาห์

ทางด้านการปฏิบัติงานระดับผู้ปฏิบัติการ พบว่า ในส่วนของหน่วยงานภาครัฐนั้น ผู้รับผิดชอบเข้าถึงแหล่งข้อมูลผ่านการใช้เนื้อหาบนเว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบเรื่องอาเซียน สำนักเลขาธิการอาเซียน ซึ่งเป็นผู้ผลิตข้อมูลเบื้องต้น และการสัมภาษณ์แหล่งข่าวในประเด็นต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับแนวคิดเรื่องอาเซียน และเนื้อหาข่าวที่ส่งเสริมภาพลักษณ์ของรัฐบาลในการประชาสัมพันธ์ด้านอาเซียน ขณะที่ บริษัทยูแอนด์ไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด มีวิธีการเข้าถึงข้อมูลเพื่อนำมาสรุปเป็นเนื้อหาที่จะใช้ในการผลิตรายการด้วยการค้นหาจากหนังสือ วารสาร ฐานข้อมูล อินเทอร์เน็ต ฯลฯ การจัดทำ “คลื่นความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย 95.5 มส.” นับเป็นข้อบ่งชี้ให้เห็นถึงการสื่อสารระหว่างผู้กำหนดวาระสารและผู้รับสารให้ทราบถึง ความสำคัญและทิศทางในอนาคตของการรวมกลุ่มประเทศที่มีได้มีเพียงมิติทางเศรษฐกิจการค้า แต่เกิดขึ้นในทุกมิติ นำแนวคิดทางด้านสื่อสารมวลชนมาเป็นกรอบในการศึกษาผ่านรายการทางวิทยุทั้ง 3 รายการ ได้แก่ รายการสารคดีอาเซียน รายการเพลง และรายการอาเซียนโฟกัส ทางด้านประเด็นที่ถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลผลิตรายการนั้น พบว่ามี 2 ระดับ คือ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับอาเซียน และ ข้อมูลการสร้างภาพลักษณ์ให้กับรัฐบาลในการดำเนินงานด้านอาเซียน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า จากความคาดหวังของคณะดำเนินงานด้านอาเซียนของประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ประสานงานการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเข้าถึงความรู้และความเข้าใจด้านอาเซียน ไม่สามารถส่งผ่านข้อมูลที่ควรจะสร้างความตระหนักรู้อาเซียนใน 3 ประเด็นหลักได้ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยกระบวนการดังกล่าวอาจเป็นเพียงจุดเริ่มต้นของการสร้างการประชาสัมพันธ์และรณรงค์ให้เยาวชนไทยรับรู้เรื่องความสำคัญของประชาคมอาเซียนต่อประเทศไทยในระดับเริ่มต้น

ผู้วิจัยมีความคิดเห็นเพิ่มเติมว่างานวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียนของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์” ซึ่งจัดทำขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2556-2559 นั้น มีบริบทด้านเนื้อหารวมถึงนโยบายที่แตกต่างออกไปในแต่ละรัฐบาล ซึ่งนโยบายดังกล่าวสะท้อนผ่านผลงานของรัฐบาลด้วยการนำเสนอของสื่อมวลชน กรมประชาสัมพันธ์ และ สวท. ในฐานะผู้จัดทำนโยบายในการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของสื่อภาครัฐ ควรดำเนินการวางแผนและประเมินผลการปฏิบัติงาน ของบริษัทยูแอนด์ไอฯ ในฐานะผู้ผลิตเพื่อพัฒนาศักยภาพของผลงานและผู้ดำเนินรายการให้เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตอบเจตภัยการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาล อย่างไรก็ตาม การศึกษาวิจัยดังกล่าวน่าจะเป็นประเด็นที่ทำหายของสถาบันวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในการพัฒนาองค์กรให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการกระจายข่าวสารด้านอาเซียนตาม

(3)

เป้าหมายของรัฐ และสามารถสร้างความรู้ความเข้าใจต่อประชาชนไทยต่อแนวคิดด้านอาเซียน  
ตลอดจนพัฒนาไปถึงการลอคคิตที่แอบแฝงอันจะนำมาซึ่งความขัดแย้งในระดับภูมิภาค

**คำสำคัญ:** บทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่ 95.5 มฮ.,  
แนวคิดการจัดตั้งวาระสาร, แนวคิดเอ็ดดูเทนเมนท์, แนวคิดเรื่องประชาคมอาเซียน



Thesis Title	THE STUDY OF AGENDA SETTING OF ASEAN COMMUNITY OF RADIO THAILAND (95.5 MHZ)
Author	Miss Thanatchaporn Chantra
Degree	Master of Arts
Department/Faculty/University	Mass Communication Administration Journalism and Mass Communication Thammasat University
Thesis Advisor	Assistant Professor Nitida Sangsingkeo, Ph.D.
Academic Year	2016

### ABSTRACT

The presentation of understanding on ASEAN to Thailand is discussed in the agenda of mass communication players in various dimensions i.e. politics, economics, social and cultural spheres as well as time to time interesting topics. This phenomenon has been published in various papers. Samples are drawn from the perspective of international media towards Thailand through agenda making in presenting views and image of Thailand to international audiences. It reflects the thinking of other ASEAN member countries towards Thailand which appears in both positive and negative manners as well as trends in international relations fostered ASEAN Community.

For this reason, the researcher is questioning how the first Thai Radio station raise awareness about ASEAN to Thai Society, how Thai media set the agenda of how to convey and communicate matters and contents on the establishment of ASEAN Community in 2015. How the said agenda contributes to society and awareness of audiences? How do government sector concerned such as Thailand Radio Network, Department of Public Relation and U & I Corporation Co., Ltd. as co-producer effectively publicize and communicate with audiences regarding the establishment of ASEAN Community? The study involves the usage of research papers (documentary research), including data from the primary document and interview. This is an indicator of the communication between the agenda maker and



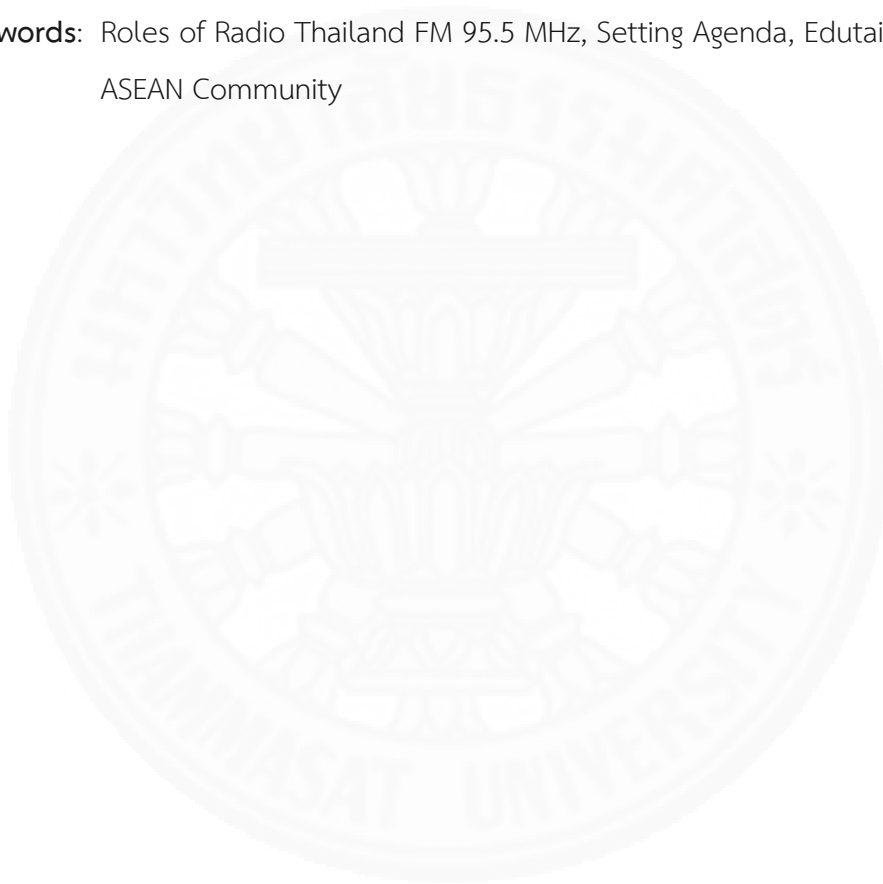
the audiences to be aware of the importance and future trend of the integration of ASEAN Community, not only in the economic and trade dimension, but also other dimensions, including, cultural and political spheres, especially the latter which incorporates ways of life and livelihood of people of different beliefs, ideas and phenomenon at different time.

However there are 3 Scopes of study 1) Scope of content: to study FM 95.5 MHz's operation in terms of policy, practice and content, broadcast During 5.05 am to 5.00 am of the following day 2) Demographic scope: to study a sample group of people involved in policy-making and operating staff of FM 95.5 MHz 3) Duration scope: the study was conducted during April-May 2013. In term of Terminology 1) FM 95.5 MHz refers to radio frequency of Radio Thailand, rented by U&I Corporation Limited. 2) ASEAN Community refers to the integration of the 10 ASEAN countries in Southeast Asia in terms of politics, security, economy, society and culture, science, agriculture, industry, transport as well as increase in revenue for the well-being of its people and foundation of prosperity for the region. 3) Agenda-setting refers to the operation of Radio Thailand in determining, selecting, picking particular significant issues, news and events related to ASEAN and presenting/reporting to the public in a reiterated manner, expanding space and extending time for particular issues to be discussed in the society. This paper aims to research how Radio Thailand (95.5 MHz), which is the mass media in Thailand, could reach or set potential itself to expand ASEAN Community knowledge to Thai society and finally set Thais to become powerful and strongly prosper in this region.

The researcher is of further opinion that the research entitled "The Study of Agenda Setting of ASEAN Community of Radio Thailand (95.5 MHz)", prepared during 2013-2016 portrays different contexts of content and policy in each government. The said policy was reflected through government operation by the presentation of mass media. The Government Public Relations Department and Radio Thailand, being the policy makers of ASEAN affair public relation through government media, shall carry out plans and assessments of the performance of U&I Corporation Co., Ltd., being a media producer in developing its potentials of operation and a moderator in providing useful information and meeting the

requirements of ASEAN affair public relation of the government. However, the research may be a challenging task of Radio Thailand in carrying out the organizational development to achieve the goal of promulgation of ASEAN information as targeted by the government and to build understandings of ASEAN perspective among people as well as to reduce underlying misconception which may bring about regional conflicts.

**Keywords:** Roles of Radio Thailand FM 95.5 MHz, Setting Agenda, Edutainment, ASEAN Community



## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียนของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์” สำเร็จได้โดยสมบูรณ์ตามความคาดหวังของผู้วิจัยได้ เกิดจากความกรุณาของบุคคลหลายฝ่าย ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงสำหรับคำแนะนำและคำสั่งสอนของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นิธิดา แสงสิงแก้ว ที่ให้คำชี้แนะ ช่วยเหลือ ตลอดเวลาของการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ตลอดจน หลักการใช้ชีวิตให้มีความสุขและมีคุณภาพตามครรลองของสังคม

งานวิจัยเล่มนี้ ได้รับคำแนะนำจากคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์จากคณาจารย์ด้านสื่อสารมวลชน อาทิ รองศาสตราจารย์ ดร. สมสุข หินวิมาน รองศาสตราจารย์ กิติมา สุรสนธิ และรองศาสตราจารย์ ดร. กำจร หลุยยะพงศ์ ผู้วิจัยซาบซึ้งในความเมตตาของคณาจารย์ทุกท่านที่ให้คำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขวิทยานิพนธ์เล่มนี้ให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

และสุดท้ายขอขอบคุณครอบครัว คุณพ่อไพศาล จันทรา และ คุณแม่มยุรา จันทรา สำหรับกำลังใจและการสนับสนุนในทุกด้านมาตลอดชีวิต ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจประเด็นอาเซียนในมิติงานสื่อสารมวลชนทางด้านวิทยุกระจายเสียงในอนาคต

นางสาวธันชพร จันทรา

## สารบัญ

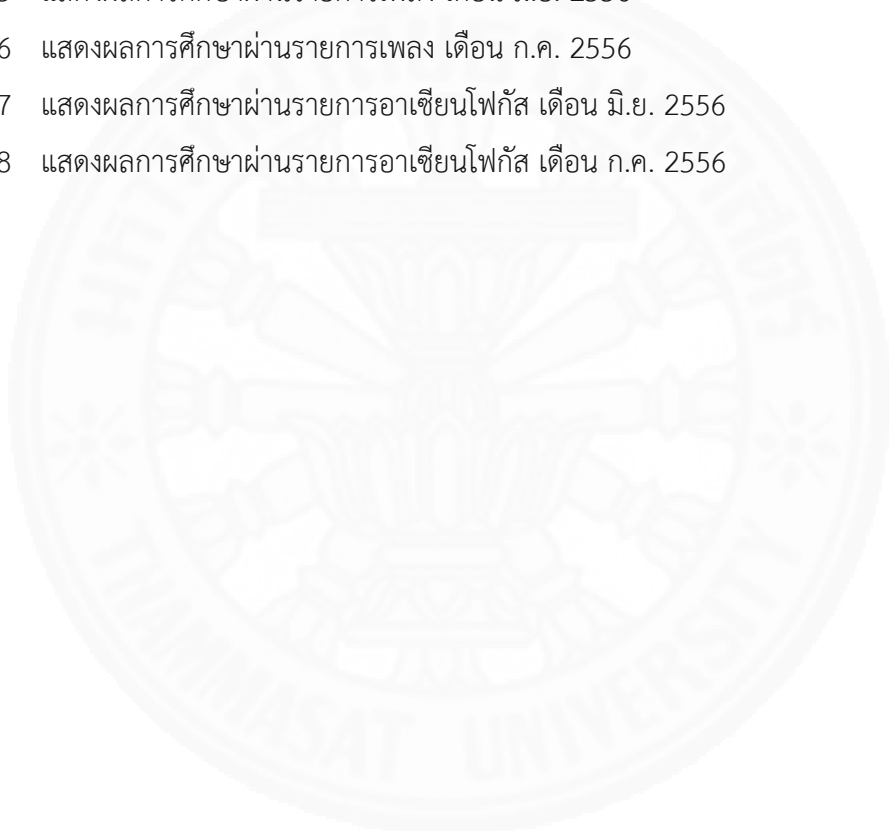
	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญตาราง	(11)
สารบัญภาพ	(12)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.1.1 การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน	1
1.1.2 การกำหนดวาระสารกับประเด็นอาเซียน	3
1.1.3 สถานีวิทย์กระจายเสียงแห่งประเทศไทย-คลื่นสาระและความรู้อาเซียน เพื่อเยาวชนไทย	4
1.2 คำถามในการวิจัย	6
1.3 วัตถุประสงค์ในการศึกษา	6
1.4 ขอบเขตการศึกษา	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	7
1.6 วิธีการศึกษา	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
บทที่ 2 แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1. แนวคิดการกำหนดวาระข่าวสาร	10
2.1.1 คำนิยามของการกำหนดระเบียบวาระ	10

2.1.2 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของแนวคิดการกำหนดวาระสาร	11
2.1.3 แนวคิดว่าด้วยการกำหนดวาระสาร	12
2.2 แนวคิดเรื่องวิทยุกระจายเสียงและการจัดรายการวิทยุ	21
2.2.1 คำนิยามและพัฒนาการของรายการวิทยุ	22
2.2.2 ประเภทของรายการวิทยุ	25
2.2.3 การบริหารงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน	32
2.3 แนวคิดเอดูเทนเมนต์ (Edutainment)	40
2.3.1 นิยามของแนวคิดเอดูเทนเมนต์ (Edutainment)	40
2.3.2 พัฒนาการของเอดูเทนเมนต์	41
2.3.3 รายการสารบันเทิง	43
2.4 แนวคิดเรื่องอาเซียน	51
2.4.1 ความเป็นมาของอาเซียน	55
2.4.2 กฎบัตรอาเซียน	57
2.4.3 สถานะการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558	58
2.5 แนวคิดเรื่องการบริหารองค์กรสื่อสารมวลชน	59
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	65
<b>บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย</b>	<b>82</b>
3.1 วิธีการวิจัย	82
3.2 ประชากร	83
3.3 ระยะเวลาในการวิจัย	84
3.4 เครื่องมือการวิจัย	84
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	85
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	85
<b>บทที่ 4 ผลการศึกษา</b>	<b>86</b>
4.1 ผลการศึกษาบทบาทสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรกภายใต้การกำหนดกรอบนโยบาย การประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐ	91

	(10)
4.2 ผลการศึกษาข้อมูลข่าวสารผ่านเนื้อหาที่ถูกกำหนดผ่านแนวคิดการจัดตั้ง วาระสาร (Agenda Setting)	99
4.3 ผลการศึกษาข้อมูลข่าวสารผ่านแนวคิดเอดดูเทนเมนท์ (Edutainment)	124
บทที่ 5 สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา	127
5.1 สรุปผลการวิจัย	127
5.1.1 บทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่ 95.5 มฮ. ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรก	127
5.1.2 รูปแบบการนำเสนอประเด็นอาเซียน	129
5.2 อภิปรายผล	132
5.3 ข้อเสนอแนะ	142
รายการอ้างอิง	143
ประวัติผู้เขียน	145

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงความสัมพันธ์ของ 3 รายการ	88
4.2 ประเภทและแหล่งข้อมูลข่าวอาเซียนที่ถูกลำมาใช้ในการผลิตรายการ	100
4.3 แสดงผลการศึกษารายการสารคดีต้นชั่วโมง เดือน มิ.ย. 2556	105
4.4 แสดงผลการศึกษารายการสารคดีต้นชั่วโมง เดือน ก.ค. 2556	108
4.5 แสดงผลการศึกษารายการเพลง เดือน มิ.ย. 2556	111
4.6 แสดงผลการศึกษารายการเพลง เดือน ก.ค. 2556	114
4.7 แสดงผลการศึกษารายการอาเซียนโฟกัส เดือน มิ.ย. 2556	117
4.8 แสดงผลการศึกษารายการอาเซียนโฟกัส เดือน ก.ค. 2556	121



## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	ภาพแสดงแนวคิดการศึกษางานเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจั้ดตั้งประชาคมอาเซียนของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์”	9
2.1	ภาพการจัดวาระความสำคัญในโลกแห่งความเป็นจริง	14
2.2	แบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของโรเจอร์และเคริ่งค์	18
2.3	แบบจำลองด้านผลของเอ็ดดูเทนเมนต์	46
2.4	ภาพแสดงการดำเนินงานของสถาบันสื่อมวลชนของ Denis McQuail	61





## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

##### 1.1.1 การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน

การรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้นั้นเกิดขึ้นจากการที่ประเทศสมาชิกในอาเซียนเล็งเห็นว่าสถานการณ์โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วจึงจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถคบหาทบทวนในการดำเนินความสัมพันธ์ในภูมิภาค และตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง

ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนประชาคมอาเซียนมาตลอดระยะเวลา 49 ปี (2510-2559) ในฐานะ 5 ประเทศผู้ก่อตั้ง และร่วมกับประเทศสมาชิกอื่นในการกำหนดนโยบายเพื่อเสริมสร้างความไว้วางใจระหว่างกัน พัฒนาความสัมพันธ์ผ่านยุทธศาสตร์ด้านการเมือง เศรษฐกิจและสังคม โดยปราศจากการตระหนักรู้ของประชาชนไทยในเรื่องความสำคัญและผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นจากความร่วมมือของประชาคมอาเซียน กลไกในการทำงานของภาครัฐที่ยังขาดประสิทธิภาพในการเสริมความรู้ความเข้าใจในจุดประสงค์หลักของอาเซียนกับสังคม ซึ่งข้อสังเกตที่ผู้วิจัยพบนี้ นำมาสู่ที่มาและความสำคัญต่อการตั้งคำถามที่ว่า สังคมไทยมีความเข้าใจการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในทุกมิติแล้วหรือไม่ หรือเพียงแค่เข้าใจว่าการรวมกลุ่มประเทศสมาชิกครั้งนี้มีเป้าประสงค์เดียวเพื่อส่งเสริมด้านเศรษฐกิจต่อกันในภูมิภาค “รัฐ” และ “กรมประชาสัมพันธ์” ในฐานะฐานข้อมูลและองค์กรสื่อสารมวลชนหลักของประเทศ มีวิธีการดำเนินการและให้ความรู้เรื่องดังกล่าวอย่างไร ความหลากหลายของระบบการเมือง เศรษฐกิจ สังคม ของประเทศสมาชิกซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นพัฒนาการของประชาคมอาเซียนจะสามารถถูกปรับเปลี่ยนให้เกิดเป็นความเข้าใจอันดีได้อย่างไร ตลอดจน การลดความไม่ไว้วางใจต่อกันระหว่างประเทศเพื่อนบ้าน และสร้างความรู้พื้นฐานในประเทศสมาชิกให้ประชาชน ซึ่งเป็นแนวทางที่ควรจะต้องผลักดันให้เกิดขึ้นในสังคม

การนำเสนอความเข้าใจในประเทศสมาชิกอาเซียนต่อประเทศไทย ถูกกล่าวถึงในการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนหลากหลายมิติทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม รวมถึงสถานการณ์ที่กำลังเป็นที่สนใจอยู่ในขณะนั้น ซึ่งปรากฏการณ์ดังกล่าวได้รับการเผยแพร่ในบทความทางวิชาการต่าง ๆ อาทิ ไกล์รุ่ง อามระดิษ (2556) วิเคราะห์มุมมองของประเทศกัมพูชาต่อไทยในบทความเรื่อง “ไทยในการรับรู้และความเข้าใจของกัมพูชา กรณีศึกษาสื่อหนังสือพิมพ์” พบว่าไทยและกัมพูชามีการติดต่อเกี่ยวข้องกันมาอย่างยาวนานทั้งในมิติทางประวัติศาสตร์ การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ในปัจจุบัน ความสัมพันธ์ระหว่างไทยและกัมพูชามีความสลับซับซ้อนมาก

และไม่ได้จำกัดอยู่เฉพาะความสัมพันธ์ระดับรัฐกับรัฐ แต่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในความสัมพันธ์นี้มากขึ้น งานวิจัยเรื่องนี้พบว่า หนังสือพิมพ์กัมพูชาสนใจลงข่าวเกี่ยวกับไทยเป็นจำนวนมาก เฉลี่ยฉบับละประมาณ 900-1,000 ข่าวตลอดทั้งปี เนื้อหาของข่าวที่นำเสนอเกี่ยวกับประเทศไทยมีทั้งข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยโดยตรง เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวความมั่นคง ข่าวเหตุการณ์สำคัญต่าง ๆ และข่าวเกี่ยวกับความสัมพันธ์ไทย-กัมพูชา เช่น ข่าวกรณีพิพาทเรื่องปราสาทพระวิหารและพรมแดน ข่าวความสัมพันธ์ในระดับประชาชน ข่าวความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ เป็นต้น ภาพของไทยในหนังสือพิมพ์กัมพูชาจึงถูกนำเสนอในด้านลบมากกว่าด้านบวก ประเทศไทยถูกนำเสนอว่าเป็นดินแดนที่เต็มไปด้วยความขัดแย้ง เป็นศูนย์กลางของสิ่งผิดกฎหมายและผิดศีลธรรมต่าง ๆ แต่ขณะเดียวกัน ยังคงมีเศรษฐกิจที่แข็งแกร่ง และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง สาเหตุดังกล่าวจึงดึงดูดให้แรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านต้องการเข้ามาทำงานในประเทศไทย

นอกจากนั้น บทความของ มนธิรา ราโท (2556) ได้ศึกษาการรับรู้และความเข้าใจของเวียดนามต่อไทย: การศึกษาจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ของเวียดนาม พบว่า บทความนี้วิเคราะห์การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ภาษาเวียดนาม จำนวน 3 ฉบับ ได้แก่ ต่วยแจ้ แทงเนียง และเตียนฟอง ทั้งนี้เพื่อศึกษาพื้นที่ของไทยในสื่อเวียดนาม และสำรวจทัศนคติของเวียดนามต่อประเทศไทยในแง่มุมต่าง ๆ เช่น การพัฒนาของไทย ความสัมพันธ์ไทย-เวียดนาม และความสัมพันธ์ของภาคประชาชน ทั้งนี้สื่อออนไลน์ของเวียดนามมีกลุ่มผู้อ่านส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ มีการศึกษา และเข้าถึงอินเทอร์เน็ต แม้สื่อมวลชนทุกประเภทในเวียดนามอยู่ภายใต้การกำกับของรัฐ แต่สื่อออนไลน์มีเสรีภาพในการนำเสนอข่าวสารพอสมควร เนื่องจากเป็นสื่อที่ต้องนำเสนอข่าวอย่างทันเหตุการณ์ จากการศึกษาในเบื้องต้นพบว่าข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยปรากฏอยู่ในหมวดข่าวต่างประเทศ เศรษฐกิจ สังคม การศึกษา กีฬา การท่องเที่ยว วัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าสื่อออนไลน์ของเวียดนามให้ความสำคัญและพื้นที่เกี่ยวกับประเทศไทยพอสมควร มีการนำเสนอข่าวอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เช่น ความคืบหน้าเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองไทย ส่วนทิศทางในการนำเสนอข่าวสารต่าง ๆ นั้นมักสอดคล้องกับแนวทางในการพัฒนาประเทศและมุ่งให้ความรู้แก่ประชาชน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าทัศนคติต่อไทยที่ปรากฏในสื่อออนไลน์นั้นไม่เพียงสะท้อนการรับรู้และความเข้าใจของสื่อมวลชนและประชาชนเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงมุมมองของรัฐบาลเวียดนามต่อไทยด้วย อาจกล่าวได้ว่าบทความนี้แสดงให้เห็นถึง “พื้นที่” ของประเทศไทยที่อยู่ในความสนใจของสื่อเวียดนามอย่างสม่ำเสมอและอาจกล่าวได้ว่าประเทศไทยนั้นได้รับพื้นที่ข่าวมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การนำเสนอข่าวของประเทศไทยในสื่อเวียดนามนั้นไม่เพียงแต่เป็นการรายงานสถานการณ์ทั่วไปเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงความสนใจเรื่องราวเกี่ยวกับผู้คนและวัฒนธรรมของไทยด้วย อีกทั้งยังสะท้อนสำนึกของการเป็นประเทศเพื่อนบ้านและความเป็นภูมิภาค โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรอบของอาเซียนและประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ผลการศึกษาจากงานวิจัยที่กล่าวมาสอดคล้องกับการศึกษาของ ฌัฐพล ตันตระกูลทรัพย์ (2555) ในการนำเสนอข่าวสารของประเทศไทยในการรับรู้ของชาวพม่า ซึ่งพบว่าสื่อนั้นมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในสังคมพม่าและเมื่อพิจารณาถึงการรับรู้ของชาวพม่าเกี่ยวกับประเทศไทย จะพบว่าช่องทางที่สำคัญอีกประการหนึ่งได้แก่ การสัมผัสจากประสบการณ์ตรงโดยเฉพาะกลุ่มที่มีวิถีชีวิตที่คลุกคลีอยู่กับสังคมไทย ทั้งกลุ่มแรงงานที่ต้องเข้ามาอยู่ในสังคมไทยเป็นระยะเวลาช้านาน คนตามแนวชายแดนที่ตั้งรกรากและติดต่อกับชาย ทำธุรกิจ หรือกลุ่มนักศึกษาที่เข้ามาอยู่ในสังคมไทยเป็นเวลาหลายปี ตลอดจนนักธุรกิจซึ่งมีการติดต่ออย่างใกล้ชิดกับนักธุรกิจไทย เป็นต้น นอกจากนี้ กลุ่มเหล่านี้ยังมีโอกาสในการรับสื่อหลากหลาย ทั้งสื่อโทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์จากหลายแห่ง ทั้งสื่อไทยและสื่อพม่า ด้วยช่องทางการสื่อสารที่หลากหลายดังกล่าว ทำให้คนกลุ่มที่มีชุดความรู้และความเข้าใจที่หลากหลาย ต่างกันออกไปตามภูมิหลัง ความต้องการพื้นฐานของแต่ละกลุ่ม และประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ได้รับ ทำให้เกิดภาพลักษณ์เกี่ยวกับสังคมไทยในกลุ่มคนเหล่านี้ อันได้แก่ ภาพการเป็นแหล่งเศรษฐกิจและการหางานทำ ภาพการเป็นแหล่งวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ภาพการเป็นแหล่งบริการด้านสุขภาพและการศึกษา และภาพการเป็นเพื่อนบ้านที่ใกล้ชิดและมีส่วนร่วมในการพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นต้น การมีภาพลักษณ์ด้านลบของการเป็นแหล่งที่มีอันตรายต่อชีวิต ทรัพย์สิน และการกดขี่ ซึ่งเป็นภาพที่ได้รับจากประสบการณ์ตรงและอาจสะท้อนสภาพของสังคมไทยในเรื่องประสิทธิภาพของการดูแลจัดการด้านอาชญากรรม การจัดระบบแรงงานต่างด้าว หรือภาพลักษณ์ของการแย่งชิงทรัพยากรในพม่าผ่านโครงการลงทุนขนาดใหญ่ต่าง ๆ ภาพดังกล่าวแม้จะเกิดขึ้นไม่มากแต่มีความหมายสำคัญยิ่งยวดต่อการทบทวนและสำรวจตัวเองของสังคมไทย

### 1.1.2 การกำหนดวาระสารกับประเด็นอาเซียน

การกำหนดระเบียบ หรือ วาระ ในลักษณะงานทางด้านสื่อสารมวลชนทุกแขนง นับเป็นการคัดสรรและหยิบยกประเด็นและข่าวสารตลอดจนเหตุการณ์ที่ได้รับความนิยมในสังคม หรือสิ่งที่สื่อมวลชนเห็นว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมาเรียบเรียงและนำเสนอต่อสาธารณะทำให้ผู้รับสารเกิดการจดจำและนำไปสื่อสารต่อในสังคม

สำหรับการกำหนดวาระสารกับประเด็นอาเซียนผู้วิจัยเห็นว่าประเทศไทย โดยเฉพาะการดำเนินงานของภาครัฐในการกำหนดองค์ความรู้ ข้อคิดเห็นและข้อพิจารณาในประเด็นดังกล่าวถูกกำหนดให้เป็นนโยบายหรือยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนตามมติคณะทำงานที่ได้รับมอบหมายข้างต้น ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์นั้นการกำหนดวาระสารกับประเด็นอาเซียน ซึ่งหมายความถึงการกำหนดวาระสารทางนโยบาย หรือ Policy Agenda ด้านอาเซียนตามทฤษฎีการกำหนดวาระสาร ตามแผนยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียน การปฏิบัติงานของส่วนงานวิทยุเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของรายการ สกู๊ปข่าว และสเปอตทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รวมทั้งบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว

ตามลำดับ นอกจากนี้ ในส่วนของ Media Agenda ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ถูกกำหนดโดยสื่อที่พบว่าเป็นเนื้อหาที่ถูกนำมาเสนอต่อผู้ฟังเป็นเนื้อหาที่ถูกกำหนดมาจากกรมประชาสัมพันธ์ที่มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลที่ภาครัฐต้องการให้ส่งไปถึงประชาชน ตามหลักการของอาเซียนทั้ง 3 มิติ โดยข่าวสารข้อมูลทั้ง 3 ด้าน ของการจัดตั้งประชาคมอาเซียนนั้นจะถูกส่งไปยังผู้นำความคิด (Opinion Leader) และส่งต่อไปยังประชาชนที่รับฟังรายการจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 95.5 มส. โดยกระบวนการในการส่งต่อข้อมูลดังกล่าวถูกจัดลำดับความสำคัญจากการจัดวาระของสื่อมวลชน (Media Agenda) จากที่กล่าวไปนั้นความเป็นจริงเรื่องอาเซียนมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากทั้งที่เป็นประเด็นสำคัญมากสำคัญปานกลาง หรือสำคัญน้อย ตามลำดับ ด้วยข้อมูลที่มีอยู่จำนวนมากนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้ส่งสารหรือสื่อมวลชนในกระบวนการคัดเลือก หรือหยิบยกกำหนดวาระข้อมูลข่าวสารว่าจะเลือกหรือไม่เลือกนำเสนอในไทม์ไลน์เสนอต่อผู้รับสาร การได้มาซึ่งข้อมูลที่ผ่านมาจากการคัดเลือกจะมีระบบการทำงานผ่านหลายส่วนงาน อาทิ ทีมผลิตข่าวรวมถึงการคัดเลือกจากบรรณาธิการบริหาร เมื่อได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนแล้ว ต่อมาผู้ดำเนินรายการที่จะดำเนินการตามขั้นตอนของการวางแผนและเตรียมข้อมูลของฝ่ายผลิตที่จัดเตรียมไว้ จากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการ ซึ่งกล่าวว่า รูปแบบการทำงานของคลื่นต่างจากเดิม มีเนื้อหาข้อมูลความเคลื่อนไหวของการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่องอาเซียนให้กับกลุ่มผู้ฟังตลอดทั้งวัน ทั้งสารคดีต้นชั่วโมง รวมถึงการแทรกเนื้อหาในช่วงการดำเนินรายการเพลงด้วย ถือว่าเป็นจุดขายและมีความท้าทาย รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่เพิ่มเติมเนื้อหาข้อมูลด้านอาเซียนไว้ในการจัดรายการนั่นเอง

### 1.1.3 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย-คลื่นสาระและความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย

จากการศึกษาการดำเนินงานของสถานีวิทยุอาเซียนในประเทศไทย เพื่อรองรับและเตรียมความพร้อมการรวมตัวประชาคมอาเซียนในเบื้องต้น ผู้วิจัยพบว่า หน่วยงานมีการปรับเปลี่ยนนโยบาย เตรียมความพร้อมบุคลากรสำหรับการเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมอาเซียน มีการเผยแพร่ข้อมูล ให้ความรู้แก่ประชาชนเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน เป็นต้น ซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในฐานะหน่วยงานของรัฐถือเป็นอีกหนึ่งองค์กรที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานดังกล่าว โดยเฉพาะคลื่น เอฟเอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิรตซ์ ซึ่งดำเนินการเช่าเวลาโดยบริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด และกำหนดให้เกิดการบูรณาการร่วมกันในการทำงาน โดยมีสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กำกับดูแลผังรายการใหม่ ให้มีสัดส่วนเนื้อหารายการเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 (การบริหารคลื่นความถี่สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย, 2555, น. 7) จากการกำหนดนโยบายดังกล่าวพบว่าการปรับผังรายการหลักเน้นการให้เกร็ดความรู้เกี่ยวกับ ASEAN และสาระประโยชน์เป็นหลักตลอดทั้งสัปดาห์ การนำเสนอการกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มส. นับเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึง

การดำเนินการสื่อสารระหว่างผู้กำหนดวาระสารและผู้รับสารให้ทราบถึง ความสำคัญและทิศทางในอนาคตของการรวมกลุ่มประเทศที่มีได้มีเพียงมิติทางเศรษฐกิจแต่ยังมีมิติอื่น ๆ อันได้แก่ มิติการเมือง ตลอดจนสังคมวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งมิติสุดท้าย ที่รวมเอาวิถีชีวิตและการดำรงอยู่ของผู้คน ความเชื่อ ความคิด และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ในสังคม ทั้งที่เกิดขึ้นในอดีตและที่ดำเนินอยู่ในปัจจุบัน มาสื่อสารให้กับกลุ่มผู้รับฟัง

ฉะนั้น กระบวนการทำงานของการจัดตั้งคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. (คลื่นสารความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย) จึงมีประเด็นที่น่าสนใจว่ากระบวนการทำงานของการจัดตั้งสถานีวิทยุอาเซียน มีทิศทางการดำเนินการอย่างไรให้เป็นคลื่นสารความรู้อาเซียน และรูปแบบการผลิตรายการดังกล่าวเพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนเป็นอย่างไร โดยมีวิธีการศึกษาผ่าน 3 รายการ คือ รายการอาเซียนโฟกัส รายการสารคดีอาเซียน และรายการเพลง โดยแต่ละรายการ จะมีการนำรูปแบบรายการสารคดี รูปแบบรายการสาระบันเทิง ตลอดจนรูปแบบรายการเพลง มาใช้ ศึกษาการกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. ผ่านรูปแบบรายการต่าง ๆ จึงน่าเป็นประเด็นที่น่าสนใจเพื่อที่จะได้คำตอบว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยมีการกำหนดวาระสารในประเด็นประชาคมอาเซียนผ่านรายการต่าง ๆ อย่างไร ข้อมูลจากการศึกษาครั้งนี้จะทำให้เห็นบทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. ต่อการประชาสัมพันธ์งานของรัฐบาลในช่วงเวลาดังกล่าว เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินงานต่อไปในอนาคต เมื่อประชาชนในประเทศมีความตระหนักรู้ถึงความสำคัญและทิศทางการพัฒนาประเทศในภูมิภาคของอาเซียนแล้วนั้น หมายถึงการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจรวมถึงอำนาจการต่อรองในมิติการเมืองและเศรษฐกิจในอนาคตมีความเป็นไปได้ว่าจะต้องประสบความสำเร็จ การนำรูปแบบจัดวางการเป็นคลื่นวิทยุเพื่อเยาวชนและคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอที่ไม่เป็นทางการ ด้วยการใช้แนวทางการดำเนินรายการด้วยหลักสาระและบันเทิง ให้สามารถสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลความรู้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวิธีการดังกล่าวนี้ ถือเป็นภาระการดำเนินงานของรัฐและเอกชนที่มีปัจจัยด้านธุรกิจควบคุมในกระบวนการบริหารจัดการในองค์กร ซึ่งหากย้อนกลับไปที่แนวนโยบายที่ได้รับมาจาก สวท. และกรมประชาสัมพันธ์ นั้น จะพบว่าแนวทางการให้นโยบายดังกล่าวไม่สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการทำงานที่ถูกต้องตามหลักการบริหารจัดการได้ ซึ่งควรต้องมีกลไกในการกำกับและประเมินการทำงานตามกระบวนการบริหารงาน เพื่อผลิตและผลักดันให้รูปแบบรายการของคลื่น 95.5 มฮ. เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้รับสารจากการยกตัวอย่างมุมมองของสื่อต่างชาติที่มีต่อไทย ผ่านการกำหนดวาระสาร ในการนำเสนอมุมมองและภาพลักษณ์ของประเทศไทยสู่ผู้รับสารของแต่ละประเทศ นั้นสะท้อนให้เห็นถึงวิถีคิดของประเทศสมาชิกอาเซียนอื่น ๆ มีต่อประเทศไทย ซึ่งปรากฏอยู่ทั้งในด้านบวกและด้านลบ ตลอดจนแนวโน้มความสัมพันธ์ระหว่างประเทศอันจะเกิดขึ้นเมื่อมีการรวมกลุ่มประชาคมอาเซียนในเวลาอันใกล้ ด้วยเหตุนี้

เอง จึงก่อให้เกิดการตั้งคำถามของผู้วิจัยที่ว่าสื่อมวลชนในประเทศไทยมีการกำหนดวาระสารอย่างไร ในการถ่ายทอดและสื่อสารเรื่องราวและเนื้อหาของการรวมกลุ่มจัดตั้งประชาคมอาเซียน ซึ่งการกำหนดวาระสารดังกล่าวจะมีประโยชน์อย่างไรต่อสังคมและการตระหนักรู้ของผู้รับสาร และกระบวนการสื่อสารที่เกิดขึ้นจากภาครัฐในที่นี่คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ และบริษัท ยู แอนด์ ไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในฐานะผู้ร่วมผลิตรายการจะมีรูปแบบและวิธีการดำเนินการอย่างไร ในการประชาสัมพันธ์และถ่ายทอดสู่ผู้ฟังในประเด็นการจัดตั้งประชาคมอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## 1.2 คำถามในการวิจัย

1. บทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาล
2. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. มีการกำหนดวาระสารจากรูปแบบรายการและทิศทางการดำเนินงานอย่างไร
3. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. ใช้รูปแบบหรือวิธีการใดในการขอมูลข่าวสารด้านอาเซียนให้กับกลุ่มผู้ฟัง

## 1.3 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงบทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 95.5 มฮ. ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรกของประเทศ
2. เพื่อศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอประเด็นอาเซียนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยโดยคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ.

## 1.4 ขอบเขตการศึกษา

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ศึกษาการดำเนินงานทั้งเชิงนโยบายและในทางปฏิบัติของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ และเนื้อหารายการของระบบ เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ซึ่งออกอากาศ ตั้งแต่ช่วงเวลา 5.05 น.-5.00 น. ของวันถัดไป
2. **ขอบเขตด้านประชากร** ศึกษากลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนดนโยบายและเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานของคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์

### 3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ศึกษาช่วงเวลามีถุนายน-กรกฎาคม 2556

#### 1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. คลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ หมายถึง คลื่นความถี่ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ระบบ เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 ซึ่งมีบริษัท ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้เช่าเวลา
2. ประชาคมอาเซียน หมายถึง การรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในด้านการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ การเกษตร อุตสาหกรรม การคมนาคม รวมทั้งการยกระดับรายได้ความเป็นอยู่ของประชาชนเพื่อวางรากฐานความรุ่งเรืองให้แก่อาเซียน
3. การกำหนดวาระสาร หมายถึง การทำงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในการกำหนด เลือกรายการ หยิบยก เอาประเด็น ข่าวสาร และเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องอาเซียนบางประเด็น บางข่าวสาร หรือบางเหตุการณ์ ที่เห็นว่ามีมีความสำคัญ เพื่อนำเสนอหรือรายงานออกไปสู่สาธารณชน และอาศัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารนั้นซ้ำ ๆ ในลักษณะการให้เวลาหรือพื้นที่ การนำเสนอข่าวสารนั้นมากเป็นพิเศษ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการจดจำ รับรู้ ในข่าวสาร โดยผู้รับสารจะได้หยิบยกเอาประเด็นที่สำคัญมาพูดเป็นประเด็นอภิปรายและให้ความสนใจต่อประเด็นที่เลือกนำมาเสนอ
4. บทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟ เอ็ม 95.5 มส. ในฐานะคลื่นสารความรู้อาเซียนแห่งแรกในประเทศไทย ซึ่งมีหน้าที่บริหารจัดการวางแผนและประเมินรูปแบบรายการ ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงานในคลื่นให้สื่อสารข้อมูลอาเซียนสู่สาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. เอ็ดดูเทนเมนท์ รูปแบบในการดำเนินรายการเพลงของ คลื่น เอฟ เอ็ม 95.5 มส.
6. เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอประเด็นอาเซียนของคลื่น เอฟ เอ็ม 95.5 มส.

#### 1.6 วิธีการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการวิจัยโดยเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึก (Dept-Interview) และการวิเคราะห์ข้อความ (textual analysis) โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. การรวบรวมเอกสาร หนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับประวัติ โครงสร้างการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการกำหนดนโยบายคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. เวลา 5.05 น.-5.00 น. ของวันถัดไป รวมทั้งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในคลื่นดังกล่าว

2. การรวบรวมเอกสาร หนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ยูแอนไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้เช่าเวลาคลื่นดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ที่รับนโยบายของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยไปปฏิบัติ รวมทั้งโครงสร้างการทำงานของบริษัทดังกล่าวในฐานะตัวแทนภาคเอกชน

3. ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการจัดตั้งประชาคมอาเซียนเพื่อพิจารณากรอบการทำงานของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับนโยบายของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยผ่านคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. ช่วงเวลา 5.05 น.-5.00 น. ของวันถัดไป

4. กำหนดกรอบคำถาม ซึ่งมีลักษณะปลายเปิดเกี่ยวกับการวางแผนนโยบายของคลื่นเอฟเอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. โดยเฉพาะการดำเนินการบูรณาการการผลิตรายการร่วมกันระหว่างบริษัท ยูแอนไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้เช่าเวลากับกรมประชาสัมพันธ์ รูปแบบการนำเสนอข้อมูลเนื้อหาในการดำเนินการ การจัดสรรช่วงเวลา รวมถึงการสร้างตารางลงรหัส (coding sheet) ที่จะช่วยวิเคราะห์รายการ โดยการใช้หลักการจัดรายการวิทยุ รูปแบบรายการ ตัวอย่างเช่น รายการข่าว รายการสารคดี การสนทนาทั่วไป การโฟนอิน ฯลฯ ซึ่งวิเคราะห์ถึงตัวเนื้อหาที่ถูกกล่าวถึงว่ามีลักษณะเป็นอย่างไร ใครเป็นผู้พูด พูดถึงประเทศอะไร และถูกพูดถึงอย่างไร เป็นต้น

5. ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มตัวอย่างและอภิปรายผลพร้อมสรุปและนำเสนอแนวทางการดำเนินงานที่เห็นควรว่าเป็นประโยชน์ต่อการทำงานของภาครัฐโดยเฉพาะคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. ต่อไป

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงบทบาทของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะคลื่นวิทยุอาเซียนแห่งแรกของประเทศไทย
2. ได้ทราบถึงการกำหนดวาระสารการการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ.
3. เพื่อศึกษารูปแบบหรือวิธีการในการข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนของสถานี



## (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1.1: แสดงแนวคิดการศึกษางานเรื่อง “การกำหนดวาระสารการการจัดตั้งประชาคมอาเซียนของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์”

## บทที่ 2

### แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระสารการเลือกตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์” ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนแนวคิดที่นำมาใช้ในการอธิบายการวิจัยดังกล่าว ไว้ ดังนี้

1. แนวคิดเรื่องการกำหนดวาระของข่าวสาร
2. แนวคิดเรื่องวิทยุกระจายเสียงและการจัดรายการวิทยุ
3. แนวคิดเรื่องเอ็ดดูเทนเมนท์
4. แนวคิดเรื่องการจัดตั้งประชาคมอาเซียน
5. แนวคิดเรื่องการบริหารจัดการสถานีวิทยุกระจายเสียง หรือการบริหารงานสื่อ

#### 2.1. แนวคิดการกำหนดวาระข่าวสาร

##### 2.1.1 คำนิยามของการกำหนดระเบียบวาระ

Agenda Setting หรือ ทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน เป็นแนวคิดเกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อมวลชนที่ต่อผู้รับสาร กล่าวคือ หากสื่อมวลชนให้ความสำคัญกับประเด็นหรือหัวข้อข่าวเรื่องใด ๆ ก็จะมีส่วนทำให้ประชาชนได้รับทราบและตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าวตามที่สื่อมวลชนนำเสนอไปด้วย โดยหน้าที่ของสื่อมวลชนในการกำหนดหัวข้อข่าวหรือการกำหนดวาระสาร (The Agenda Setting Function) นั้น หมายถึงความสามารถของสื่อมวลชนในการเป็นผู้กำหนดประเด็นหรือหัวข้อปัญหาต่าง ๆ ในสังคมให้ประชาชน มีผลทำให้สาธารณชนมีความเห็นคล้อยตามว่า เรื่องนั้นเป็นหัวข้อหรือประเด็นที่มีความสำคัญหรือไม่มีความสำคัญที่จะนำมาคิดพิจารณาหรืออภิปรายพูดคุยกัน

เบอร์นาร์ด โคเฮน (Bernard Cohen) เป็นอีกผู้หนึ่งที่มีอิทธิพลต่อแนวความคิดเรื่องนี้โดยโคเฮนได้กล่าวถึงอิทธิพลของหนังสือพิมพ์ในฐานะสื่อกระแสหลักในการเป็นผู้บอกกับผู้อ่านว่า ควรจะคิดเกี่ยวกับเรื่องอะไร (what to think about) ซึ่งตรงกับแนวคิดในเรื่องนี้ด้วยเช่นกัน (จิตารัตน์ แสงเดช, 2542, น. 16)

จากนิยามดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า “การกำหนดระเบียบวาระ” (Agenda) ในทางสื่อสารมวลชน หมายถึง การทำงานของสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ อันได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อภาพยนตร์ รวมทั้งสื่อสมัยใหม่ ในการกำหนด เลือกสรร หยิบยก เอาประเด็น ข่าวสาร และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมมาเพียงบางประเด็น บางข่าวสาร หรือบางเหตุการณ์ ที่

สื่อมวลชนเห็นว่ามีมีความสำคัญ เพื่อนำเสนอหรือรายงานออกไปสู่สาธารณชน และอาศัยรูปแบบการนำเสนอข่าวสารนั้นซ้ำ ๆ ในลักษณะการให้เวลาหรือพื้นที่การนำเสนอข่าวสารนั้นมากเป็นพิเศษ เพื่อให้ผู้รับสารเกิดการจดจำ รับรู้ ในข่าวสาร โดยผู้รับสารจะได้หยิบยกเอาประเด็นที่สำคัญมาพูดเป็นประเด็นอภิปรายและให้ความสนใจต่อประเด็นที่สื่อมวลชนเลือกนำมาเสนอ

### 2.1.2 ประวัติความเป็นมาและพัฒนาการของแนวคิดการกำหนดวาระสาร

พัฒนาการของแนวคิดเรื่องอิทธิพลของสื่อในการกำหนดวาระของสังคมนั้น อาจแบ่งได้เป็น 3 ยุค (กาญจนา แก้วเทพ, 2552, น. 210)

- ยุคแรก ในปี ค.ศ. 1922 Walter Lippmann ผู้มีอาชีพเป็นนักหนังสือพิมพ์ ในยุคที่หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่แพร่หลายและมีราคาถูก (ที่เรียกว่า penny press) ประสบการณ์จากวิชาชีพทำให้ Lippmann ตั้งข้อสังเกตในเรื่อง “มติสาธารณะ” (Public Opinion) ว่า “ส่วนใหญ่แล้วประชาชนมักไม่ได้พบและสัมผัสกับเหตุการณ์จริง ๆ แต่พวกเขาจะมีปฏิกิริยาต่อ “ภาพของความเป็นจริงทุกอย่างล้วนซับซ้อนเกินไป ใหญ่โตเกินไป ดังนั้น ถ้าเราจำเป็นต้องเผชิญหน้าหรือต้องตอบโต้กับความ เป็นจริงเหล่านั้น เราก็ต้องลดทอนหรือตกแต่มันเสียใหม่ให้ดูเรียบง่ายขึ้น เพื่อที่เราจะจัดการกับมันได้ ด้วยเหตุผลดังกล่าว Lippmann จึงได้ให้ข้อเสนอแนะที่เราได้กล่าวถึงไปแล้วก็คือ หากประชาชนกระทำการลดทอนความจริงให้เหลือแต่เรื่องที่เรียบง่ายแล้ว เราก็ไม่อาจจะปล่อยให้ประชาชนแสดงมติดต่อเรื่องสาธารณะตามลำพัง นอกจากจะต้องมีองค์ประกอบด้วยผู้รู้มาช่วยชี้แนะประชาชน และจากข้อคิดเห็นของ Lippmann ตัวกลางที่ช่วยสร้างภาพในหัวสมอง (ให้ประชาชนเอาไว้อัดการแทนของจริง) ก็คือ สื่อมวลชนนั่นเอง

- ยุคที่สอง เป็นช่วงสมัย ค.ศ. 1940 ที่แนวคิดเรื่องอิทธิพลอันมหาศาลของสื่อ กำลังพุ่งขึ้นสู่ความนิยม แล้วก็มาตกต่ำลงในช่วงทศวรรษ 1960 เพื่อเปิดทางให้แก่กระบวนการทัศน์ใหม่ เรื่องผลกระทบอันจำกัดของสื่อ แนวคิดเรื่องการสร้างภาพในหัวสมองของ Lippmann จึงเป็นเพียงทัศนะส่วนตัวที่ยังไม่มีงานวิจัยมารองรับ

- ยุคที่สาม ในระหว่างทศวรรษ 1960 เริ่มมีงานศึกษาวิจัยบางชิ้นที่ย้อนกลับไปสู่อิทธิพลของสื่อในรูปแบบอื่น ๆ ที่มีใช้ลักษณะของกระสุนปืนและเข็มฉีดยา อันเป็นจุดเริ่มต้นของกระบวนการรื้อฟื้นขึ้นใหม่ของแนวคิดเรื่องพลังของสื่อ แนวคิดเรื่องการกำหนดวาระของสื่อก็เป็นแนวคิดหนึ่งที่เชื่อในพลังของสื่อ แต่มีจุดต่างที่ไม่เหมือนทฤษฎี Magic Bullet ดังนี้

1. สื่ออาจจะไม่สามารถทำให้คนคิดตามเหมือนสื่อได้ (Think what) แต่สามารถทำให้ครุ่นคิดเกี่ยวกับเรื่องที่สื่อชี้แนะวาระมาให้ได้ (Think about)

2. สื่ออาจจะไม่มีอิทธิพลที่จะปรับเปลี่ยนการกระทำของคนได้ (Performance) แต่สื่อสามารถจะดัดแปลงความเข้าใจ (Cognition) ของคนได้

### 2.1.3 แนวคิดว่าด้วยการกำหนดวาระสาร

#### 2.1.3.1 การกำหนดวาระของ Bernard Cohen

ในปี ค.ศ. 1963 โคเฮนเริ่มเขียนถึงทฤษฎี Agenda Setting โดยมีเนื้อหาหลัก ๆ ในเรื่องของผลกระทบ (Effect) ของสิ่งนั้น ต้องมีการแยกแยะออกมาให้ชัดเจนว่าเป็นมิติด้านใด เราจึงจะสามารถให้คำตอบเรื่องมีผล / ไม่มีผลได้อย่างแน่นอน เช่น ต้องแยกมิติระหว่างความเข้าใจ (cognition) กับทัศนคติ (attitude) ออกจากกัน (ปาจรีย์ ธนะสมบุรณ์กิจ, 2535, น. 12)

ในขณะที่มีแนวคิดเรื่องลำดับชั้นของผลกระทบของสื่อ (Hierarchy of Media Effect) เช่น สื่อจะสามารถสร้างผลกระทบให้เกิดต่อต้านความรู้ / ความเข้าใจ (Knowledge/ Cognition) ต่อทัศนคติ (Attitude) หรือต่อการกระทำ (Behavior / Performance) Cohen สรุปว่าสื่อมวลชนจะสามารถสร้างผลกระทบต่อต้านความรู้-ความเข้าใจได้ง่ายกว่าในด้านทัศนคติ

การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของสื่อให้ข้อสรุปว่า สื่อไม่สู้จะประสบความสำเร็จนักในการทำให้คนคิดตามเหมือนสื่อ หากแต่ว่ามักจะประสบความสำเร็จในการทำให้คิดถึงเรื่องที่สื่อยกมาพูดถึง

ดังนั้น Cohen จึงสรุปว่า การที่คนเราจะเลือกรับรู้โลกอย่างไรนั้นมีได้ขึ้นอยู่กับความสนใจของคนแต่ละคนเท่านั้น หากแต่ยังขึ้นอยู่กับว่า บรรดาบรรณาธิการ นักเขียน ผู้พิมพ์ผู้โฆษณาหนังสือพิมพ์จะวาดแผนที่ประเด็นต่าง ๆ มานำเสนอภาพของโลกในแต่ละช่วงเวลาทำให้ผู้อ่านเลือกอย่างไรบ้าง ข้อสรุปนี้ดูเหมือนจะเป็นการพบกันครึ่งทางระหว่าง Mass Society Theory และ Limited Effect Paradigm

ต่อมาได้มีผู้นำแนวคิดนี้ไปใช้ในงานวิจัยทางการสื่อสารทางการเมือง ทำให้แนวคิดเรื่องการกำหนดวาระสารเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้น นั่นคือ ผลงานการวิจัยของ แมกซ์เวลล์ อี แม็กคอมส์ (Maxwell E. McCombs) และ โด널ด์ แอล ชอว์ (Donald L. Shaw) ชื่อเรื่อง The Agenda Setting Function of Mass Media ปี ค.ศ. 1972 งานวิจัยนี้ต้องการตรวจสอบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนในการนำเสนอข่าวสารการเลือกตั้งประธานาธิบดีในปี ค.ศ. 1968 โดยตั้งสมมติฐานในงานวิจัยว่า “ถึงแม้ว่าการสื่อสารมวลชนจะมีอิทธิพลเพียงเล็กน้อยต่อทัศนคติหรือท่าทีก็ตาม สื่อมวลชนมีส่วนร่วมในการกำหนดวาระทางการเมือง ซึ่งมีอิทธิพลต่อทัศนคติที่มีต่อประเด็นทางการเมืองนั้น ๆ”

#### 2.1.3.2 การกำหนดวาระของ Maxwell E. McCombs and Donald D. Shaw

แมกซ์เวลล์ อี แม็กคอมส์ (Maxwell E. McCombs) และ โด널ด์ แอล ชอว์ (Donald L. Shaw) ศึกษาบทบาทของผู้รายงานข่าวและแหล่งข่าวสารในการเสนอข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองระดับท้องถิ่นของชุมชนแถบชานเมืองแคลิฟอร์เนีย และสร้างแบบจำลองขึ้นโดยอาศัยองค์ประกอบพื้นฐาน คือ แหล่งข่าวหรือผู้มีบทบาทในการให้ข่าวสารเรื่องใดเรื่องหนึ่งและ

ช่องทางของข่าวสารที่มีบทบาทเป็น “ผู้เฝ้าประตูข่าว” หรือเป็นผู้รายงานข่าว แสดงให้เห็นถึงความ เป็นอิสระต่อกันของแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว ซึ่งต้องเสนอข่าวสารอย่างเป็นกลางไม่เป็นเครื่องมือ ของแหล่งข่าวหรือแสวงหาผลประโยชน์จากแหล่งข่าว (Lowery & DeFleur, 1999, p. 27) ดังนั้น แหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าวหรือผู้ให้ข่าวกับนักข่าวต่างเป็นสมาชิกอยู่ในระบบสังคมของตนเอง ที่มีความแตกต่างกัน ไม่มีความสัมพันธ์กัน กรอบของการอ้างอิง (Frame of Reference) ก็ต่างกัน เพราะบทบาทภาระหน้าที่และค่านิยมภายในองค์กรแตกต่างกัน ทำให้การรับรู้ข่าวสารต่าง ๆ ได้ถูก ถ่ายทอดจากแหล่งข่าวไปสู่ผู้รายงานข่าวในลักษณะเป็นทางการเสมอ สัมพันธภาพระหว่างแหล่งข่าว และนักข่าวนี้อาจแสดงให้เห็นถึงความ เป็นอิสระที่มีต่อกันของแหล่งข่าวกับผู้รายงานข่าว ซึ่งตามหลักการ ทำหนังสือพิมพ์นั้น ผู้รายงานข่าวจะต้องเสนอข่าวอย่างเป็นกลาง ไม่เป็นเครื่องมือของแหล่งข่าวหรือ แสวงหาประโยชน์จากแหล่งข่าว ขณะเดียวกันแหล่งข่าวเองก็มีบทบาทเพื่อองค์กรหรือสถาบันของ ตัวเอง โดยไม่คำนึงถึงหน้าที่หรือบทบาทของสื่อมวลชน ในการเสนอข่าวสารแต่ละครั้ง แหล่งข่าวจะ ให้ข่าวสารเฉพาะที่เห็นว่าสมควรจะถ่ายทอดเท่านั้น จะเห็นได้ว่าทั้งสองฝ่ายต่างรับรู้ในบทบาทของ ตัวเองซึ่งเป็นอิสระต่อกันหรือไม่เกี่ยวข้องกัน (พีระ จิระโสภณ, 2547, น. 77)

เมื่อข่าวเป็นผลผลิตจากสื่อมวลชนที่เป็นผู้กำหนดว่าอะไรควรจะเป็นข่าว จากกระบวนการทำงานของกองบรรณาธิการแล้ว ผลจากงานวิจัยนี้ทำให้แม็กซ์เวลล์ อี แม็กคอมบส์ Maxwell E. McCombs โด널ด์ แอล ชอว์ (Donald L. Shaw) ได้ข้อสรุปเกี่ยวกับบทบาทหน้าที่ ของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระทางการเมืองให้กับผู้อ่านไว้ดังนี้ (จิตราตน์ แดงเดช, 2542, น. 16)

ในการคัดเลือก หรือเสนอข่าวสารนั้น บรรณาธิการข่าว เจ้าหน้าที่ห้อง ข่าว และผู้ประกาศข่าวมีบทบาทสำคัญในการกำหนดความเป็นจริงทางการเมือง ผู้อ่านไม่เพียงแต่จะ เรียนรู้จากประเด็นข่าวที่เลือกสรรได้ แต่ยังสามารถรับรู้ถึงความสำคัญของประเด็นข่าวจากความถี่และการ วางตำแหน่งในการนำเสนอ (Maxwell & Shaw, 1972, p. 176)

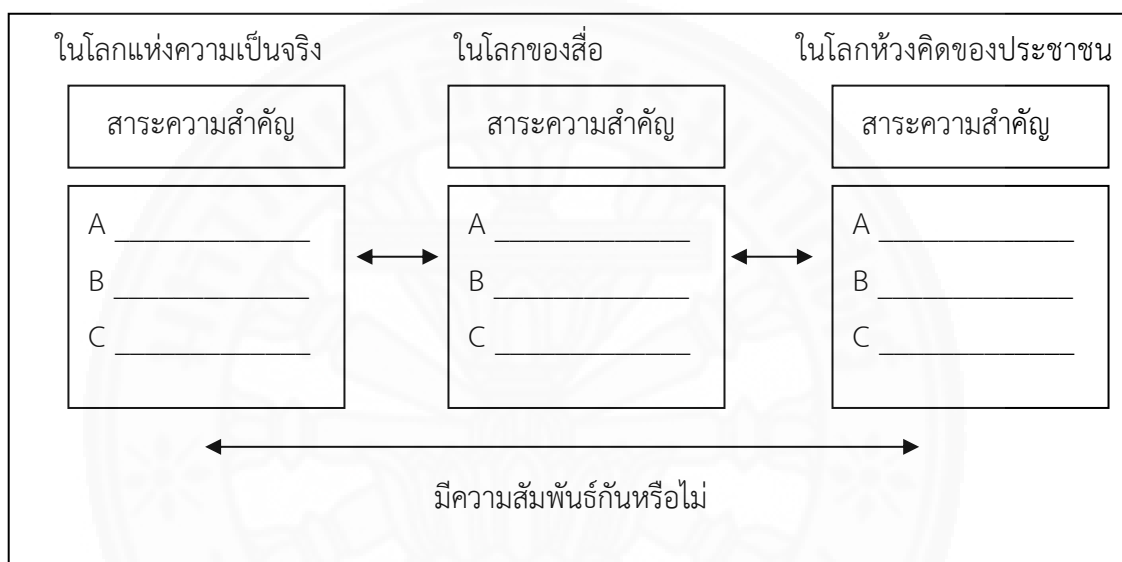
หากปรากฏว่าเรื่องใดที่ได้รับการเอาใจใส่จากสื่อมวลชนมาก จะสร้างความคุ้นเคยต่อเรื่องนั้น ๆ ให้กับประชาชนยิ่งขึ้น และเป็นที่ยอมรับว่าเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างที่สุด

ในปี ค.ศ. 1968 McCombs & Shaw ได้ลงมือพิสูจน์แนวคิดเรื่อง การกำหนดวาระของสื่อด้วยการวางแผนการวิจัยและตั้งสมมติฐานเอาไว้ 2 ด้านที่เกี่ยวข้องกับด้านผู้ส่ง สารและผู้รับสารว่าในด้านผู้ส่งนั้น จากการเลือกข่าว เลือกการนำเสนอ การบรรณาธิการ การทำงาน ของ Staff ในห้องข่าว การประกาศข่าว ทั้งหมดนี้ล้วนแล้วแต่มีส่วนสำคัญในการตกแต่งตามความเป็น จริงทางการเมืองทั้งสิ้น

ในด้านผู้รับสาร ผู้รับสารไม่เพียงแต่จะเรียนรู้ข่าวสารเท่านั้น หากแต่ยัง เรียนรู้ “น้ำหนักความสำคัญของข่าวนั้น” จากปริมาณข่าวหรือสถานที่ตั้งของข่าว (อยู่หน้าไหน / มาก่อนหรือหลัง)

ในการวิจัยเรื่องการกำหนดวาระ ของ McCombs & Shaw นั้น มีปริมณฑล 3 ปริมณฑลที่เกี่ยวข้องโยงใยกัน คือ

การจัดวาระความสำคัญในโลกแห่งความเป็นจริง วาระความสำคัญในโลกของสื่อที่จะทราบได้จากการวิเคราะห์เนื้อหา และวาระความสำคัญในโลกแห่งความคิดของผู้รับสารซึ่งจะทราบได้จากการสัมภาษณ์ คำถามในการวิจัยก็คือ มีความสัมพันธ์หรือไม่ระหว่างโลกทั้ง 3 นี้ และโลกไหนเป็นตัวกำหนดโลกอื่น ๆ



ภาพที่ 2.1 ภาพการจัดวาระความสำคัญในโลกแห่งความเป็นจริง

จากงานของกาญจนา แก้วเทพ (2552, น. 214) ซึ่งกล่าวถึง การวิจัยเรื่องการกำหนดวาระของ McCombs and Shaw อธิบายไว้ว่า การวิจัยในช่วงเวลาที่มีการเลือกตั้งประธานาธิบดี ค.ศ. 1968 ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ที่มีสิทธิเลือกตั้งจำนวน 100 คน ที่ยังไม่ได้ตัดสินใจว่าจะเลือกใคร ผู้วิจัยได้ขอให้กลุ่มตัวอย่างระบุประเด็นปัญหาสังคมที่เขาคิดว่ามีความสำคัญเร่งด่วนสำหรับการรณรงค์หาเสียง หลังจากนั้นก็วิเคราะห์เนื้อหาของข่าวโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทบรรณาธิการเพื่อดูการให้ลำดับความสำคัญ จากนั้นก็นำลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ จากข้อมูลทั้ง 2 แหล่งมาหาค่าสหสัมพันธ์กัน ผลการวิจัยพบค่าความสัมพันธ์ในระดับที่สูงมาก ซึ่งหมายความว่า ลำดับความสำคัญของประเด็นต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อมวลชนจะใกล้เคียงหรือคล้ายคลึงกับประเด็นที่ประชาชนเห็นว่าสำคัญเช่นกัน

ผลจากการวิจัยชิ้นนี้แสดงทั้งจุดอ่อนจุดแข็งของแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระ สำหรับจุดแข็งของงานวิจัย คือ มีความสัมพันธ์กันอย่างแน่นอระหว่างการรายงานข่าวของสื่อกับ

การจัดลำดับประเด็นสาธารณะของประชาชน จุดอ่อนที่สำคัญ 2 จุด ประการแรกคือ การศึกษาครั้งนี้สนใจเนื้อหาประเด็นข่าว และการจัดลำดับเรื่องการเลือกตั้งเท่านั้น แต่หากเป็นเนื้อหาและประเด็นอื่น ยังมีข้อสงสัยว่า ผลการวิจัยครั้งนี้จะนำไปสรุปรวมได้หรือไม่

ส่วนจุดอ่อนประการที่สองก็คือ แม้ว่า McCombs & Shaw ตั้งใจตั้งประเด็นการวิจัยไว้ว่า สื่อนั้นมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชน ซึ่งเท่ากับเป็นการหาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล (Causality) แต่ทว่าสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าสหสัมพันธ์นั้นไม่อาจระบุได้อย่างแน่ชัดว่า อะไรเป็นเหตุ อะไรเป็นผลกันแน่ สื่อเป็นสาเหตุและความสนใจของประชาชนเป็นผลลัพธ์ หรือว่าเป็นกรณีที่ตรงกันข้าม ดังที่นักหนังสือพิมพ์มักจะออกตัวอยู่เสมอว่า “เราลงข่าวเรื่องนี้ก็เพราะประชาชนให้ความสนใจ” นอกจากนั้นการวิจัยยังพบว่า มีตัวแปรอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องเป็นตัวแปรแทรกอีกมากมาย

อย่างไรก็ตาม เดนนิส แม็คเคลล และ สเวน วินดาahl ได้สรุปแนวทางการกำหนดวาระข่าวสารในลักษณะของแบบจำลองดังนี้

นอกจากนี้ การกำหนดวาระหรือประเด็นทางการเมืองและสังคมของสื่อ ยังอาจแบ่งย่อยออกเป็นการกำหนดวาระระดับจุลภาค (micro-agenda-setting) และการกำหนดวาระระดับมหภาค (macro-agenda-setting) การกำหนดวาระระดับจุลภาค หมายความว่า สื่อสารมวลชนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ ความเข้าใจ และวิธีการมองโลกในเรื่องใดเรื่องหนึ่งผ่านตัวเนื้อหาและด้วยวิธีการนำเสนอข้อมูลข่าวสารนั้น ๆ อย่างเฉพาะเจาะจง ส่วนการกำหนดวาระระดับมหภาคนั้น สื่อโดยเฉพาะอย่างยิ่ง สื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์มีศักยภาพในการเป็นผู้สร้างภาพ ทัศนคติ และอคติต่อเรื่องราวต่าง ๆ อย่างเป็นระบบต่อเนื่องเพื่อประโยชน์ขององค์กรหรือสถาบันสื่อสารมวลชนเอง เช่น เพื่อผลประโยชน์ในด้านธุรกิจของสื่อในระบบพาณิชย์นิยมและทุนนิยม

1. ประเด็นที่สื่อมวลชนนำเสนอเป็นตัวที่ทำให้เกิดเป็นประเด็นสาธารณะได้ โดยเชื่อว่าสื่อมวลชนมีความสามารถในการนำเสนอประเด็นหรือเหตุการณ์ที่เด่นมาไว้เป็นระเบียบวาระของสื่อและกลายเป็นประเด็นสาธารณะในที่สุด โดย Maxwell E. McCombs และ Donald L. Shaw ได้ทำการพิสูจน์แนวคิดเรื่องการกำหนดวาระสารของสื่ออย่างจริงจังด้วยการทำการวิจัย โดยงานวิจัยชิ้นนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อที่จะตรวจสอบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนในการเสนอข้อมูลข่าวสาร นั่นคือ การเลือกตั้งประธานาธิบดีในปี ค.ศ. 1968 ซึ่งผลการศึกษาพบว่า สื่อสามารถนำข่าวบางชิ้นที่เคยได้รับ ความสนใจน้อยกลับขึ้นมาเป็นประเด็นสาธารณะได้ และจากการกำหนดประเด็นข่าวสารของสื่อเช่นนั้น ได้มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประธานาธิบดีของประชาชนอเมริกาด้วย เนื่องจากช่วงการรณรงค์หาเสียงระหว่าง Jimmy Carter กับ Ronald Wilson Reagan ก่อนหน้าการเลือกตั้งเพียง 2 วัน สื่อมวลชนได้หยิบยกประเด็นตัวประกันชาวอเมริกันที่ถูกจับกลุ่มตัวในอิหร่านขึ้นมาเสนอ ซึ่งประเด็นข่าวดังกล่าวนับเป็นจุดอ่อนของประธานาธิบดี Jimmy Carter ส่งผลให้การเลือกตั้งครั้งนั้น Ronald Reagan ได้รับชัยชนะอย่างท่วมท้น ทั้ง ๆ ที่ก่อนหน้านี้ ประเด็น การจับกุม

ตัวชาวอเมริกันเป็นประเด็นที่ไม่ค่อยได้รับความสนใจนัก และหลังจากนั้นแนวคิดการกำหนดวาระสารจึงเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากยิ่งขึ้น ซึ่งอิทธิพลของการจัดวาระของข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ความสำคัญของเหตุการณ์หรือคุณค่าข่าวหรือตัวสาร

2. จำนวนผู้รับสารได้ติดตามข่าวสารจากการจัดวาระข่าวสาร ซึ่งเป็นประสิทธิผลของการจัดวาระข่าวสาร

3. อายุของข่าวในการจัดวาระสาร นับตั้งแต่เกิดเหตุการณ์นั้น

โดยทั่วไปเมื่อมีเหตุการณ์ใด ๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นในสังคม สื่อมวลชนจะทำหน้าที่รวบรวมข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ และนำมาประเมินคุณค่าของข่าว ทั้งนี้เพื่อจัดอันดับความสำคัญของข่าวและนำเสนอสู่สาธารณชนต่อไป สื่อมวลชนจะใช้วิจารณ์ญาณประกอบกับความเป็นมืออาชีพในการคาดการณ์ข่าวตามมาตรฐานที่จัดอันดับไว้ ว่าควรจะนำเสนอข่าวสารดังกล่าวนี้ด้วยวิธีใดจึงจะทำให้ข่าวได้รับความสนใจและได้รับความนิยมนอกจากประชาชนผู้รับสารมากขึ้น ซึ่งวิธีการนำเสนอจะเริ่มต้นด้วยการพิจารณาเลือกใช้สื่อว่ามีความเหมาะสมต่อข่าวสารนั้นเพียงใด เช่น ข่าวที่นำเสนอผ่านสื่อโทรทัศน์มักจะได้รับ ความสนใจจากผู้รับสารอย่างรวดเร็ว แต่ก็มักจะสลายไปอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกัน ในขณะที่ความนิยมในข่าวจากสื่อสิ่งพิมพ์นั้นจะดำเนินไปอย่างเชื่องช้า แต่กลับอยู่ได้ทนนานกว่าสื่อโทรทัศน์ สำหรับในกรณีของสื่อสิ่งพิมพ์นั้น วิธีการนำเสนอข่าว รวมทั้งวิธีการจัดวางข่าวมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจจากผู้อ่าน ไม่ว่าจะเป็นวิธีการพาดหัวข่าว ขนาดเนื้อหา ภาพข่าวที่สอดคล้องกับเนื้อหา สีสันทลอดจนตำแหน่งหน้าที่จะนำข่าวลงตีพิมพ์ ฯลฯ

หน้าที่ของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระสาร อาจกล่าวได้ว่าเป็นผลผลิตของการกรองข่าวโดยใช้สื่อที่ประสงค์จะสร้างอิทธิพลของข่าวนั้นให้กับผู้รับสาร ความสำเร็จของสื่อมวลชนจึงเป็นเพียงแค่การปรับมือข้างเดียว หากผู้รับสารไม่ยอมรับการกำหนดวาระสารดังกล่าว ดังนั้น การกำหนดวาระสารจึงต้องพิจารณาถึง “ความพร้อมของผู้รับสาร” ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องภูมิหลังของผู้รับสารในด้านความสนใจต่อข่าวประเภทนั้นว่าเป็นอย่างไร หากข่าวสารนั้นสอดคล้องกับความรู้และความสนใจของผู้รับสารอยู่ก่อนแล้ว ผู้รับสารก็จะแสวงหาข่าวสารนั้นต่อไปด้วยการติดตามหรือพยายามจับชีพจรของข่าว เพื่อต้องการทราบถึงทิศทางของข่าว

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า อิทธิพลของการจัดวาระข่าวสารนั้นขึ้นอยู่กับความสำคัญของเหตุการณ์หรือคุณค่าของข่าว จำนวนผู้รับสารซึ่งได้ติดตามข่าวสารจากการจัดวาระข่าวสารและอายุของข่าวในการจัดวาระข่าวสารนั้น นับตั้งแต่ที่มีข่าวสารนั้นเกิดขึ้น ทั้งนี้ข่าวใดข่าวหนึ่งจะมีอิทธิพลมากหรือน้อยตามการจัดวาระข่าวสาร ก็เนื่องมาจากการที่ประชาชนผู้รับสารจำนวนมากให้ความสนใจและติดตามข่าวสารนั้นอยู่เป็นเวลานานทำให้สื่อมวลชนสามารถป้อนข่าวนั้น ๆ อยู่ได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอต่อไป ในการศึกษาเรื่องการกำหนดวาระข่าวสารนั้น มิได้จับลงเพียงแค่การกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชนที่มีอิทธิพลต่อวาระข่าวสารของคนในสังคมเท่านั้น เพราะในสภาพ



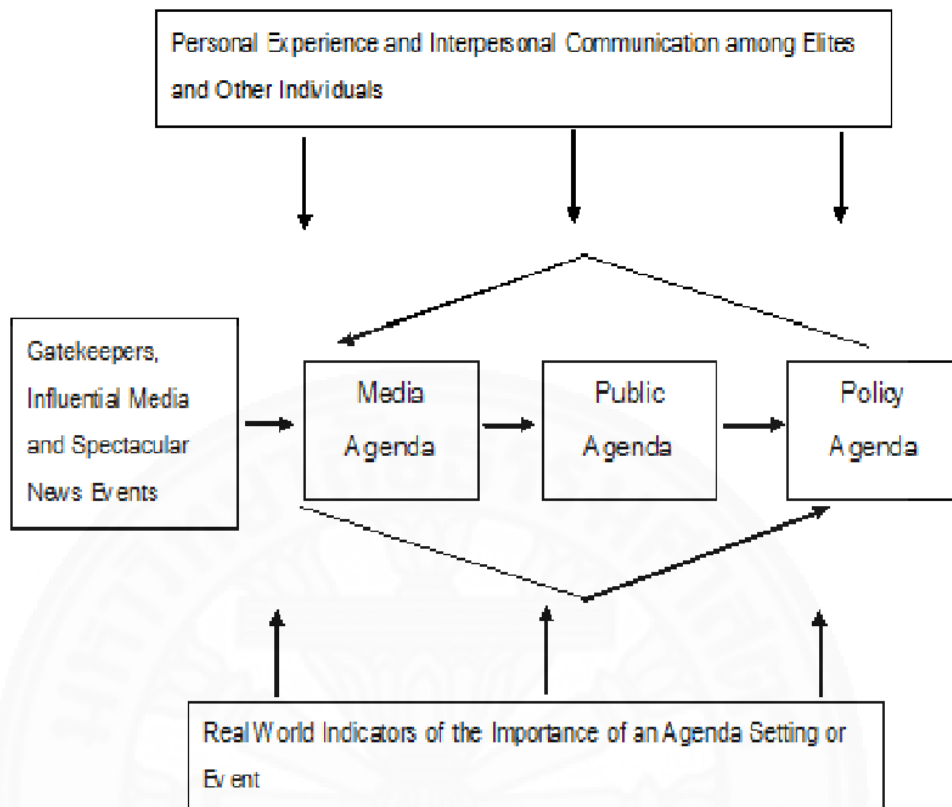
ความเป็นจริงยังมีตัวแปรอื่น ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการกำหนดวาระข่าวสารอีกด้วย (Dearing & Rogers, 1993, p. 17)

สำหรับประเด็นเรื่องการนำเสนอเรื่องอาเซียนในสื่อวิทยุของคลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 95.5 (คลื่นสาระและความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย) เลือกใช้แนวคิดการกำหนดวาระของข่าวสารมาเป็นกรอบอธิบายว่า สื่อวิทยุภาครัฐ หยิบยกเอาประเด็นเรื่องอาเซียนในมิติใดขึ้นมานำเสนอหรือขึ้นมาเป็นวาระและประเด็นดังกล่าวได้ถูกนำเสนออย่างไรในสื่อวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่น 95.5 มส. การศึกษาครั้งนี้สามารถทำให้เห็นรูปแบบการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนในประเด็นหนัก (hard news) รวมทั้งการนำเสนอผ่านการผลิตรายการเพลงและให้ข้อมูลสาระเบา ๆ (soft news) เพื่อตรงใจกลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่ในช่วงอายุของวัยรุ่น เยาวชนและคนทำงาน ดังนั้น แนวคิดการกำหนดวาระของข่าวสารจึงเป็นแนวคิดที่ช่วยอธิบายให้เข้าใจได้ว่าประเด็นประชาคมอาเซียนจะถูกกำหนด (set) ผ่านคลื่นวิทยุนี้อย่างไร นอกจากนี้ยังช่วยสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจของคลื่นที่มีต่อประเด็นอาเซียนในมิติต่าง ๆ

การศึกษาการจัดระเบียบวาระ จึงเป็นทั้งการศึกษาการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและการศึกษามีเสถียรภาพทางสังคม แม้หลักฐานเชิงประจักษ์ของ McCombs และ Shaw แสดงถึงสหสัมพันธ์ระหว่างระเบียบวาระของสื่อ (media agenda) กับระเบียบวาระของสาธารณะ (public agenda) อย่างมีนัยสำคัญ และแม้ว่าการวิจัยเรื่องการจัดระเบียบวาระมักจะศึกษาสหสัมพันธ์ระหว่างระเบียบวาระของสื่อกับระเบียบวาระของสาธารณะเป็นหลัก แต่ก็มีข้อมูลเชิงประจักษ์อื่น ๆ เช่น ข้อมูลของ Dearing and Rogers ที่ศึกษากระบวนการจัดระเบียบวาระเรื่อง ปัญหาโรคเอดส์ใน San Francisco และในประเทศสหรัฐอเมริกาโดยรวม ทำให้สามารถอธิบายได้ว่ากระบวนการจัดระเบียบวาระน่าจะมี ส่วนประกอบสำคัญ 3 ส่วนที่เชื่อมโยงหรือสัมพันธ์กันภายใต้สถานการณ์แวดล้อมหรือเงื่อนไขหนึ่ง ๆ (การดา ร่วมพุ่ม, 2541, น. 12) คือ

1. ระเบียบวาระของสื่อ (media agenda) หมายถึง ลำดับเรื่องปัญหาหรือหัวข้อ ที่อภิปรายถกเถียงกันในสื่อต่าง ๆ
2. ระเบียบวาระของสาธารณะ (public agenda) หมายถึง ลำดับเรื่องปัญหา หรือหัวข้อที่อภิปรายถกเถียงกันในระหว่างสมาชิกของสาธารณชน
3. ระเบียบวาระเชิงนโยบาย (policy agenda) หมายถึง ลำดับเรื่องปัญหา หรือหัวข้อที่ผู้วางนโยบายหรือผู้มีสิทธิอำนาจพิจารณาดำเนินการก่อนหลัง ซึ่งจะสังเกตได้ว่าเรื่องหรือปัญหาหรือหัวข้อต่าง ๆ นั้นล้วนมีการจัดลำดับความสำคัญก่อน-หลังทั้งสิ้น ไม่ว่าจะเป็นระเบียบวาระของสื่อ ระเบียบวาระของสาธารณะ หรือระเบียบวาระเชิงนโยบาย

ซึ่งความสัมพันธ์ดังกล่าว Rogers และ Dearing ได้อธิบายออกมาตามแผนภูมิดังนี้



ภาพที่ 2.2 แบบจำลองการกำหนดวาระข่าวสารของโรเจอร์และแคริงค์

กระบวนการจัดระเบียบวาระจะประกอบด้วยระเบียบวาระทั้ง 3 ส่วน โดยส่วนประกอบทั้ง 3 ส่วนนี้ จะมีความสัมพันธ์ระหว่างกันและกัน รวมทั้งยังอาจได้รับอิทธิพล จากสภาวะแวดล้อมหรือเงื่อนไขอื่น ๆ ด้วย ในที่นี้จะยกตัวอย่างเรื่องโรคเอดส์ (Dearing & Rogers, 1988) ดังนี้

1. สื่อที่ทรงอิทธิพล (influential media) และมักให้ข้อมูลในด้านนั้นในเชิงวิชาการ วิเคราะห์ หรือวิจารณ์ ในกรณีของโรคเอดส์ คือ 'สิ่งพิมพ์ทางวิทยาศาสตร์' เช่น รายงานรายสัปดาห์เกี่ยวกับการตายและการบาดเจ็บของศูนย์ควบคุมโรคแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา และวารสารทางการแพทย์ของมลรัฐนิวยอร์ก ในประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

2. เหตุการณ์เชิงข่าวที่น่าตื่นเต้น (spectacular news events) อาทิ ข่าวดาราดาราภาพยนตร์ ร็อค ฮัดสัน ประกาศว่าตนเป็นผู้ติดเชื้อเอชไอวี

3. ตัวบ่งชี้ของโลกแห่งความเป็นจริง (real-world indicators) ซึ่งในกรณีของงานวิจัยชิ้นนี้ ตัวบ่งชี้หรือข้อมูลของโลกแห่งความเป็นจริง คือ ข้อมูลอาเซียน 3 เสา ประกอบด้วย 1. เสถียรภาพและความมั่นคงอาเซียน 2. เสถียรภาพเศรษฐกิจอาเซียน และ 3. เสถียรภาพสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน

ตัวอย่างของกระบวนการจัดระเบียบวาระอีกตัวอย่างหนึ่ง คือ ปัญหาเรื่องการสูบบุหรี่ ในประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ ก่อนปี ค.ศ. 1970 (กาญจนา แก้วเทพ, 2552, น. 210) การสูบบุหรี่เป็น ปัญหาสังคมที่สำคัญของประเทศไทยอเมริกา โดยมีผู้เสียชีวิตด้วยโรคมะเร็งปอดนับล้านคน กระนั้นก็ดี การสูบบุหรี่ก็ยังไม่เป็นประเด็นโต้แย้งสาธารณะ แต่ประมาณ 25 ปีให้หลังชาวอเมริกันร่วม 30 ล้านคน กลับเลิกสูบบุหรี่ ปัญหาการสูบบุหรี่และการเสียชีวิตด้วยโรคที่เกิดจากการสูบบุหรี่กลายเป็นประเด็น สาธารณะ (public agenda) ได้ โดยการที่กลุ่มต่อต้านการสูบบุหรี่ที่ตื่นตัวเพื่อโน้มน้าวให้รัฐตรา กฎหมายบังคับให้อุตสาหกรรมการบินห้ามการสูบบุหรี่บนเครื่องบินถือเป็นการนำประเด็นการต่อต้าน การสูบบุหรี่เข้าสู่ระเบียบวาระของสาธารณะ

ในขณะที่เมื่อประเด็นการต่อต้านในเรื่องนี้เข้าสู่ระเบียบวาระของสื่อ ปรากฏว่าทั้งตัว เอกและตัวร้ายในละครยอดนิยมทางวิทยุโทรทัศน์มีบทสูบบุหรี่น้อยมาก และท้ายที่สุดประเด็นการ ต่อต้านการสูบบุหรี่เข้าสู่ระเบียบวาระเชิงนโยบาย (Policy agenda) โดยการที่ Los Angeles เป็นมหานคร แห่งแรกในประเทศไทยอเมริกาที่ห้ามการสูบบุหรี่ในที่สาธารณะ และนโยบายนี้ได้แพร่กระจายไปสู่ มหานครและเมืองอื่น ๆ

แบบจำลองนี้เกิดขึ้นหลังจาก โรเจอร์ และ แดริงค์ (Rogers and Dearing) ได้ทำการวิจัย และสามารถสรุปได้ว่า

1. สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อวาระข่าวสารของคนในสังคมโดยตรง
  2. วาระข่าวสารของคนในสังคม (หรือความคิดเห็นของคนในสังคมต่อประเด็นปัญหา หรือประเด็นที่กำลังเป็นที่สนใจ) มีอิทธิพลต่อวาระข่าวสารของรัฐ
  3. วาระข่าวสารของสื่อมวลชนได้รับอิทธิพลบางส่วนจากรัฐ
  4. วาระข่าวสารของสื่อมวลชนได้รับอิทธิพลโดยตรงจากแหล่งอื่น ๆ อีกหลายแห่ง
- รวมทั้ง “สถานการณ์โลก” (Real World) ซึ่งมีเหตุการณ์สำคัญเกิดขึ้นตลอดเวลา

Davis and Robinson (1986) วิจารณ์ว่า งานวิจัยเรื่องการกำหนดวาระเท่าที่ทำมานั้น ยังคมมองข้ามหรือละเลยประเด็นคำถามที่ละเอียดลงไปกว่าเรื่องการกำหนดวาระคือ สิ่งที่ประชาชน คิดว่าสำคัญนั้นเกี่ยวข้องกับคำถาม (ตัวแปร) ต่อไปนี้บ้างหรือไม่

1. เรื่องของใครจึงจะเป็นเรื่องสำคัญ (ตัวแปรเรื่องบุคคลที่เป็นข่าวเข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่)
2. เหตุการณ์สำคัญนั้นเกิดขึ้นที่ไหน (ตัวแปรเรื่องสถานที่ที่เป็นข่าวเกี่ยวข้องหรือไม่)
3. ทำไมเรื่องราวดังกล่าวจึงสำคัญ

อย่างไรก็ตาม Rogers & Dearing (1987) เสนอให้แยกแยะตัวแปร 3 ตัวออกจากกันให้ เด่นชัด (โรเจอร์ และ แดริงค์, อ้างถึงใน การดา ร่วมพุ่ม, 2541, น. 12) คือ

1. ลำดับความสำคัญที่สื่อเป็นผู้จัด (Media Agenda)
2. ลำดับความสำคัญที่สาธารณะเป็นผู้จัด (Public Agenda)
3. ลำดับความสำคัญที่ผู้มีอำนาจเป็นผู้จัด (Policy Agenda)

จากนั้นทั้งสองก็เสนอว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้ง 3 นี้มีลักษณะซับซ้อนและมีทิศทางที่แตกต่างกันโดยขึ้นอยู่กับคุณลักษณะของแต่ละตัวแปร เช่น คุณลักษณะเรื่อง “ความน่าเชื่อถือได้” ของตัวสื่อ คุณลักษณะเรื่อง “ประสบการณ์ส่วนตัว” ของสาธารณะ (ผู้รับสาร) หรือคุณลักษณะเรื่องอำนาจของผู้กำหนดนโยบาย รวมทั้งความสัมพันธ์ระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับตัวสื่อมวลชน เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้อาจจะทำให้การจัดวาระสำคัญในผู้รับสารอาจจะแยกแตกต่างจากในสื่อ เพราะระบบคุณค่าของสาธารณะและสื่อเป็นคนละชุดกัน เป็นต้น

การนำเสนอประเด็นข่าวสารในรอบ 1-2 ปีที่ผ่านมา มีข่าวสำคัญ หลายเหตุการณ์ที่ถูกหยิบยกมานำเสนอต่อสาธารณะ ตัวอย่างเช่น ข่าวการปรับค่าแรงขั้นต่ำ ข่าวการลดภาษีรถยนต์คันแรก รวมถึงข่าวการเปิดประชาคมอาเซียนในปี 2558 ฯลฯ เมื่อทบทวนแล้วจะพบว่าข่าวเหล่านี้ล้วนแต่เป็นข่าวที่เผยแพร่ผ่านทุกช่องทางสื่อสารมวลชน อันประกอบไปด้วยสื่อดั้งเดิม ได้แก่ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ สื่อภาพยนตร์ ฯลฯ รวมทั้งสื่อสมัยใหม่ อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การที่เราจดจำข่าวเหล่านั้นได้เนื่องจากข่าวเหล่านั้นล้วนถูกจัดอันดับจากสื่อว่าอยู่ในวาระข่าวที่สำคัญทั้งสิ้น กล่าวสรุปก็คือ สื่อนั้นสามารถมีอิทธิพลที่จะใช้วิธีการนำเสนอ (Display) ของตนทำให้สาธารณะต้องคิดถึง (think about) ต้อง “พูดถึง” (talk about) (รวมทั้งต้องระวังถึงด้วย) ข่าวตามที่สื่อให้กำหนดวาระความสำคัญเอาไว้ให้

สำหรับการกำหนดวาระสารของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และบริษัท ยูแอนดีโอ คอร์ปอเรชั่นจำกัด ซึ่งมีนโยบายในการบริหารคลื่นให้เป็นคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย ตามคำสั่งของกรมประชาสัมพันธ์ นั้น ถือว่ามีความน่าสนใจยิ่ง เนื่องจากวิธีคิดดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อเยาวชนและกลุ่มผู้ฟังอื่น ๆ ตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าร่วมเป็นประชาคมอาเซียนของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 ทั้งนี้การเตรียมความพร้อมในการดำเนินการผลิตรายการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด จะสามารถตอบสนองต่อนโยบายของกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งมีหน้าที่หลักในการเป็นคณะอนุกรรมการด้านการประชาสัมพันธ์เรื่องอาเซียนของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพนั่นเอง

ด้วยเหตุนี้การศึกษาการกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ จึงใช้แนวคิดการกำหนดวาระของข่าวสารมาเป็นกรอบอธิบายการดำเนินงานดังกล่าวของกรมประชาสัมพันธ์ อันมีหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้เรื่องอาเซียน เช่น สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยว่ามีวิธีการและรูปแบบในการบริหารจัดการงานดังกล่าวในแบบใด รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการด้วย

ฉะนั้นจะเห็นว่า แนวคิดการกำหนดวาระของข่าวสารจึงเป็นแนวคิดที่ช่วยอธิบายให้เข้าใจได้ว่า งานวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระสารของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการ

เตรียมความพร้อมในด้านนโยบายของรัฐซึ่งจะนำไปสู่การนำเสนอประเด็นด้านอาเซียนให้กับ คลีนสาระและความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย (95.5 มส.) ให้ออกมามีเนื้อหาที่เหมาะสมและสนับสนุน ความเข้าใจต่อการทำความเข้าใจต่อประชาคมอาเซียนของผู้ฟัง โดยสามารถอธิบายได้ว่าว่าการ นำเสนอข่าวด้านอาเซียนในสื่อวิทยุ โดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่เอฟ เอ็ม 95.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ คือ Media agenda ในส่วนการรับรู้เนื้อหาสาระประเด็นอาเซียนของสาธารณะเป็น Public agenda และนโยบายของรัฐซึ่งส่งผ่านนโยบายการบริหารงานด้านอาเซียนของกรมประชาสัมพันธ์ ก็ถูกกำหนด เป็นวาระแห่งชาติ policy agenda และกลายเป็นกรอบกำหนดเนื้อหาภายในคลื่นให้ เป็นคลีนสาระและความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทยต่อไป

เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่ 95.5 มส. ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรกนั้น จะเห็นได้ว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นภาพสะท้อนของสังคม โดยทำหน้าที่และบทบาทชี้นำสังคมให้ดำเนินไปด้วยความสงบสุข โดยมีหน้าที่ ดังนี้

- 1) การให้ความกระชับฉับไวในการเสนอข่าวอย่างทันท่วงที
- 2) การตรวจสอบสังคม
- 3) การให้ความคิดเห็นและกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็น
- 4) การเปิดพื้นที่ให้แสดงความคิดเห็นและช่องทางในการร้องทุกข์
- 5) การโน้มน้าวและชักจูงใจ
- 6) การให้ความรู้และการศึกษา
- 7) ช่วงส่งเสริมและรักษาค่านิยมของสังคม
- 8) สร้างกระบวนการขัดเกลาทางสังคม
- 9) การให้ความบันเทิง
- 10) การกำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตและรูปแบบทางสังคม

## 2.2 แนวคิดเรื่องวิทยุกระจายเสียงและการจัดรายการวิทยุ

แนวคิดเรื่องวิทยุกระจายเสียงและการจัดรายการวิทยุ นั้นนับได้ว่ามีความสำคัญมากต่อการให้การศึกษาแก่ประชาชน เนื่องจากสามารถเข้าถึงประชาชนและครอบคลุมพื้นที่ได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น วิทยุกระจายเสียงคงบทบาทความสำคัญในกิจกรรมต่าง ๆ อย่างแพร่หลายทั้งในด้าน ธุรกิจการค้า การโฆษณา การศึกษา การบริหารประเทศ ความบันเทิง และการประชาสัมพันธ์อื่น ๆ

### 2.2.1 คำนินยามและพัฒนาการของรายการวิทยุ

วิวัฒนาการของวิทยุกระจายเสียงไทย เริ่มต้นในสมัยของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว เนื่องด้วยห้างปิกมิลซึ่งเป็นผู้แทนบริษัทวิทยุโทรเลข “เทเลฟุงเกิน” ของเยอรมันได้แจ้งต่อกระทรวงโยธาธิการขออนุญาตทดลองจัดตั้งสถานีวิทยุโทรเลขชั่วคราวที่กรุงเทพฯ บริเวณภูเขาทอง วัดสระเกศ และอีกแห่งที่เกาะสีชัง

ในปี พ.ศ. 2450 กรมทหารเรือ ได้นำเครื่องรับส่งวิทยุโทรเลขแบบมาร์โคนีนีของอังกฤษมาใช้ในราชการทหารเป็นครั้งแรก และในปีเดียวกันนี้ เจ้าพระยาอภัยภูเบศร (ม.ร.ว.สท้าน สนิทวงศ์) ได้นำเครื่องวิทยุโทรเลขสนามแบบมาร์โคนีนีมาใช้ในราชการเช่นกัน

ในปี พ.ศ. 2456 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงโปรดเกล้าฯ ให้กระทรวงทหารเรือจัดตั้งสถานีวิทยุโทรเลขถาวรขึ้น 2 สถานี ที่ตำบลศาลาแดง ตระกูลมณนวิทยุติดกับถนนพระราม 4 และที่ชายทะเล จ.สงขลา โดยใช้เครื่องของบริษัทเทเลฟุงเกิน และทรงเปิดสถานีวิทยุโทรเลขถาวรแห่งแรกของประเทศไทย เมื่อวันที่ 13 มกราคม 2456 พร้อมทั้งทรงวิทยุโทรเลขฉบับปฐมฤกษ์ถึงสมเด็จพระเจ้าน้องยาเธอ เจ้าฟ้ากรมหลวงลพบุรีราเมศวร์ อุปราชปักษ์ใต้

ต่อมากรมไปรษณีย์โทรเลขได้รับโอนกิจการสถานีวิทยุโทรเลขที่ศาลาแดงและที่สงขลามาจากกระทรวงทหารเรือ เมื่อวันที่ 1 สิงหาคม 2469

วิวัฒนาการของกิจการวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยแบ่งได้ 7 ยุค ตามการศึกษาของ นพดล อินนา (นภดล อินนา, 2549, น. 5) ดังนี้

#### ยุคบุกเบิกทดลองส่งวิทยุกระจายเสียง

นายพลเอกพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าบุรฉัตรไชยากร กรมพระกำแพงเพชร อัครโยธิน เสนาธิบดีกระทรวงพาณิชย์และคมนาคม ทรงดำริให้ทดลองตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียง โดยส่งเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงเข้ามา 1 เครื่อง กำลังส่ง 200 วัตต์ ขนาดความยาวคลื่น 36.42 เมตร ซึ่งเป็นคลื่นสั้น ทำการทดลองที่กรมไปรษณีย์โทรเลข ปากคลองโอ่งอ่าง ในปี พ.ศ. 2471 ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า พระองค์เป็นผู้บุกเบิกและริเริ่มให้มีการส่งวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทยเป็นครั้งแรก

เมื่อวันที่ 31 พฤษภาคม 2471 เป็นครั้งแรกที่ประเทศไทยได้มีการส่งวิทยุกระจายเสียงเป็นงานประจำ ใช้สัญญาณเรียกขาน (Call Sign) ประจำสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งนี้ว่า “4 พีเจ”

ต่อมาในปี พ.ศ. 2472 ทางราชการเห็นสมควรให้ส่งเสริมบริการด้านวิทยุกระจายเสียงให้กว้างขวางยิ่งขึ้น เสด็จในกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน จึงทรงส่งเครื่องส่งวิทยุกระจายเสียงขนาด 2 กิโลวัตต์ครึ่ง ขนาดคลื่น 300 เมตร จากบริษัทฟิลลิปเพรดีโอ ประเทศฮอลันดาเข้ามาอีกเครื่องหนึ่ง ตั้งสถานีส่งวิทยุกระจายเสียงที่วังพญาไท

### ยุคก่อตั้งสถานีวิทยุกระจายเสียง

เมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ 2473 ซึ่งตรงกับวันพระราชพิธีฉัตรมงคลในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ทางราชการได้ทำพิธีเปิดสถานีวิทยุกระจายเสียงถาวรแห่งแรกของประเทศไทย (ลดาวัลย์ บัวเอี่ยม.2533. น. 75) ที่มีชื่อว่า “สถานีวิทยุกรุงเทพฯ” ที่พญาไท ได้มีการส่งกระจายเสียงเป็นปฐมฤกษ์ โดยอัญเชิญกระแสพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระปกเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งนับเป็นครั้งแรกในประเทศไทยที่มีการถ่ายทอดเสียงทางวิทยุกระจายเสียงสู่พสกนิกรที่มีเครื่องรับวิทยุในสมัยนั้น

สถานีวิทยุกรุงเทพฯ ที่พญาไท ดำเนินการส่งกระจายเสียงเป็นประจำทุกเดือน ยกเว้นคืนวันจันทร์ ปรากฏว่าประชาชนสนใจและนิยมฟังวิทยุกระจายเสียงกันมาก รัฐบาลจึงประกาศใช้พระราชบัญญัติวิทยุโทรเลข (แก้ไขเพิ่มเติม) พ.ศ. 2473 เพื่อควบคุมและคุ้มครองการวิทยุโทรเลขและวิทยุโทรทัศน์ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ทั้งนี้เปิดโอกาสให้ประชาชนมีเครื่องรับวิทยุกระจายเสียงได้

เมื่อวันที่ 2 มกราคม 2475 สถานีวิทยุกรุงเทพฯ ได้เพิ่มการส่งกระจายเสียงในคืนวันจันทร์ ประเทศไทยจึงมีการส่งวิทยุกระจายเสียงเป็นประจำทุกคืนนับตั้งแต่นั้นมา

### ยุคเปลี่ยนแปลงการปกครอง : จุดเริ่มต้นของธุรกิจการค้าการเมืองทางวิทยุกระจายเสียง

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการโฆษณาทางวิทยุกระจายเสียงเป็นผลสืบเนื่องมาจากที่ประชุมเสนาบดีสภามีมติเห็นชอบให้กระทรวงพาณิชย์และคมนาคมอนุญาตให้ห้างร้านประกาศโฆษณาได้ โดยให้ประกาศเผยแพร่การค้าและสิ่งของที่ห้างร้านนั้นขายโดยไม่พรณนาถึงคุณภาพ ในวันที่ 1 พฤษภาคม 2475 แผนกวิทยุกระจายเสียงในกองช่างวิทยุกรมไปรษณีย์โทรเลข จึงได้เปิดรับโฆษณา “ประกาศการค้าขายการทำมาหากินในเชิงค้าอุตสาหกรรมและวิชาชีพโดยทางวิทยุกระจายเสียง”

เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2475 คณะราษฎรได้ทำการเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบสมบูรณาญาสิทธิราชย์มาเป็นระบอบประชาธิปไตย วิทยุกระจายเสียงได้เข้ามามีบทบาทในฐานะกระบอกเสียงที่แพร่กระจายข่าวสารไปสู่ประชาชนชาวไทยโดยทั่วถึงกัน

ภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ได้มีการจัดตั้งสำนักงานโฆษณาการขึ้นในสำนักนายกรัฐมนตรี เพื่อให้กิจการด้านโฆษณาเผยแพร่และให้ความรู้ในการปกครองระบอบประชาธิปไตยแก่ประชาชนเป็นไปโดยกว้างขวางยิ่งขึ้น ต่อมาภายหลังรัฐบาลพิจารณาเห็นว่า กิจการวิทยุกระจายเสียงสมควรโอนไปอยู่กับสำนักงานโฆษณาการ (ซึ่งภายหลังได้ยกฐานะเป็นกรมโฆษณาการและเปลี่ยนชื่อเป็นกรมประชาสัมพันธ์)

เมื่อวันที่ 1 มกราคม 2484 กรมโฆษณาการได้เปลี่ยนชื่อเรียกสถานีวิทยุจากเดิม (รายงานประจำปี 2554 สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย, 2554, น. 34) เป็นสถานีวิทยุ

กระจายเสียงแห่งประเทศไทย โดยมีกรมประชาสัมพันธ์ สำนักนายกรัฐมนตรีเป็นผู้ดำเนินงานจนถึงปัจจุบัน

### **ยุคการขยายตัวของกิจการวิทยุกระจายเสียง**

เมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2489 สถานีวิทยุทดลอง 1 ป.ณ. ได้เริ่มส่งกระจายเสียงเป็นประจำสัปดาห์ละ 2 วัน วันละ 1 ชั่วโมง ต่อมาภายหลังได้เพิ่มวันและเวลาทดลองส่งกระจายเสียงมากขึ้นจนเป็นการส่งกระจายเสียงทุกวัน วันละ 6 ชั่วโมง จึงนับได้ว่า สถานีวิทยุทดลอง 1 ป.ณ. ของกรมไปรษณีย์โทรเลขเป็นสถานีวิทยุแห่งแรกที่ส่งวิทยุกระจายเสียงคู่กันไปกับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการที่ส่งกระจายเสียงประกอบด้วยเพลงจากแผ่นเสียงหรือจัดให้คนอ่านบทความจากหนังสือต่าง ๆ

กลางปี พ.ศ. 2492 ได้มีสถานีวิทยุทดลองกระจายเสียงของกรมไปรษณีย์โทรเลขขึ้นอีกหนึ่ง สถานี ใช้ชื่อว่า “สถานีวิทยุทดลองหลักสี่” รายการที่ส่งกระจายเสียงมีเฉพาะรายการสารคดีและบันเทิงไม่มีโฆษณา

ตั้งแต่ พ.ศ. 2492 เป็นต้นมา รัฐบาลมองเห็นความสำคัญของวิทยุอย่างมาก จึงตัดสินใจยกเลิกการจดทะเบียนวิทยุ และอนุญาตให้หน่วยงานราชการอื่น ๆ ตั้งสถานีวิทยุขึ้นได้

### **ยุคการจัดตั้งสถานีวิทยุในรูปแบบของการค้า**

สถานีวิทยุกระจายเสียงซึ่งจัดขึ้นในรูปแบบของการค้าโดยจดทะเบียนในรูปแบบของบริษัทแห่งแรกและแห่งเดียวในประเทศไทย คือ สถานีวิทยุกระจายเสียง ท.ท.ท. เนื่องจากรัฐบาลในสมัยนั้นคงเล็งเห็นถึงกำไรที่จะได้จากการดำเนินกิจการวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ จึงให้มีการจัดตั้งบริษัทไทยโทรทัศน์จำกัดขึ้นโดยให้กรมโฆษณาการเป็นผู้ถือหุ้นใหญ่ติดตั้งเครื่องส่งวิทยุโทรทัศน์ที่บริเวณวังบางขุนพรหม

รัฐบาลออกพระราชบัญญัติที่มีชื่อว่า “พระราชบัญญัติวิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ พ.ศ. 2498” เมื่อวันที่ 22 มกราคม 2498 พระราชบัญญัตินี้มีผลทำให้หน่วยงานราชการต่าง ๆ ก่อตั้งสถานีวิทยุเพิ่มขึ้นอีกหลายสถานี ส่วนใหญ่เป็นสถานีในสังกัดหน่วยงานทหาร

### **ยุคการจัดระเบียบวิทยุกระจายเสียง**

ทางรัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการวิทยุกระจายเสียง ทำหน้าที่ร่างหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ในการบริหารวิทยุกระจายเสียงออกมาเป็นระเบียบที่จะใช้บังคับแก่สถานีวิทยุกระจายเสียงของหน่วยราชการ ทั้งนี้ให้สถานีวิทยุกระจายเสียงเหล่านั้นมีสิทธิ ตลอดจนการปฏิบัติอันเสมอภาคกัน ระเบียบดังกล่าวมีชื่อว่า “ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงของส่วนราชการ พ.ศ. 2511”

ต่อมาในปี พ.ศ. 2516 ได้มีการนำระเบียบดังกล่าวมาพิจารณาทบทวนหลักเกณฑ์ให้รัดกุม และสามารถนำไปใช้บังคับได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และออกมาเป็นระเบียบ



ใหม่ คือ “ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียง พ.ศ. 2517” ได้เพิ่มเติมเกี่ยวกับอำนาจในการพิจารณา  
ลงโทษไว้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น

ต่อมาออกพระราชกฤษฎีกา “ระเบียบว่าด้วยวิทยุกระจายเสียงและวิทยุ  
โทรทัศน์ พ.ศ. 2518” มีการแต่งตั้งคณะกรรมการขึ้นคณะหนึ่งเรียกว่า “คณะกรรมการบริหาร  
วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ (กบว.)”

### **ยุคองค์การสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย**

บริษัทไทยโทรทัศน์ จำกัดได้ยกเลิกและเปลี่ยนเป็นองค์การสื่อสารมวลชนแห่ง  
ประเทศไทย หรือ อ.ส.ม.ท. เมื่อวันที่ 9 เมษายน 2520 เนื่องจากรัฐบาลมีความจำเป็นจะต้องจัด  
กิจการสื่อสารมวลชนของรัฐให้มีความคล่องตัว มีประสิทธิภาพและเป็นที่น่าเชื่อถือแก่สาธารณชน

วิทยุกระจายเสียง เป็นสื่อมวลชนประเภทหนึ่ง ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการ  
นำเสนอข่าวสารไปสู่ประชาชนได้อย่างกว้างขวาง มีข้อได้เปรียบมากกว่าสื่อมวลชนอื่น ๆ หลาย  
ประการเช่น วิทยุกระจายเสียงสามารถเสนอข่าวได้รวดเร็วกว่าหนังสือพิมพ์ มีราคาถูกกว่าวิทยุ  
โทรทัศน์ สามารถออกอากาศเสนอข่าวได้ในทันที ขณะที่เหตุการณ์เกิดขึ้น และสามารถติดตาม  
รายงานเหตุการณ์เหล่านั้นได้อย่างต่อเนื่อง สามารถเสนอข่าวได้บ่อยครั้ง ทั้งในรูปของรายการข่าว  
ภาคย่อยที่กำหนดไว้ในทุกต้นชั่วโมง หรือทุกครึ่งชั่วโมง และในภาคหลัก ตัวอย่างเช่นสถานี  
วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย มีข่าวภาคหลัก ได้แก่ ข่าวภาค 7.00 น. 12.00 น. 19.00 น. และ  
20.00 น. หรืออาจจะแทรกรายงานข่าวสั้น ๆ ออกอากาศในช่วงรายการอื่น ๆ ของทางสถานี หากมี  
กรณีสำคัญเร่งด่วน ข้อได้เปรียบของการรับฟังข่าววิทยุกระจายเสียงอีกประการหนึ่งคือ ผู้ฟังสามารถ  
ทำกิจกรรมประจำวันหรืองานอื่น ๆ ไปพร้อม ๆ กันด้วย

ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่า วิทยุกระจายเสียง หมายถึง กระบวนการส่ง สารระ หรือ  
ข่าวสารในรูปของสัญญาณความถี่เสียงผนวกรวมแพร่กระจายไปพร้อมกับคลื่นวิทยุหรือคลื่น  
แม่เหล็กไฟฟ้าไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง

### **2.2.2 ประเภทของรายการวิทยุ**

การแบ่งประเภทของรายการวิทยุกระจายเสียง มิได้มีกฎเกณฑ์ตายตัวลงไปว่า  
จะต้องแบ่งเป็นกี่ประเภท หรือจะใช้เกณฑ์อะไรแบ่ง จึงมีการแบ่งประเภทรายการเป็นหลายแบบ  
ได้แก่ จำแนกตามหน้าที่สื่อมวลชน (Function of Mass Media) จำแนกตามเนื้อหาของรายการ  
(Content) จำแนกตามผู้ฟัง (Target Audience) จำแนกตามรูปแบบรายการ (Program Formats) ซึ่ง  
ในที่นี้จะแบ่งประเภทของรายการตามรูปแบบรายการ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

### 2.2.2.1 รายการพูดคุย (Talk Program)

#### (1) รายการพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง (The Straight Talk)

คือ รายการที่มีผู้พูดเพียงคนเดียวพูดคุยกับผู้ฟังโดยตรง มักเป็นการพูดเชิงเล่า อธิบาย เสนอความคิดเห็นโดยไม่มีบท ลีลาการพูด น้ำเสียง และสำนวนการพูดเป็นลักษณะเฉพาะตัวของผู้จัดรายการ เป็นการนำเรื่องราวมาจากประสบการณ์ของผู้พูดเองหรืออาจต้องมိบทหากเป็นเรื่องราวที่ไม่คุ้นเคย แต่ต้องนำเสนอตามข้อเท็จจริง การพูดโดยมีบทต้องพูดอย่างเป็นธรรมชาติที่สุด

#### (2) รายการสัมภาษณ์ (Interview Program)

เป็นรายการที่ประกอบด้วยผู้ทำหน้าที่สัมภาษณ์ (Interviewer) และผู้ให้สัมภาษณ์ (Interviewee) 1-2 คนขึ้นไป มาพูดคุยซักถามเรื่องราวต่าง ๆ ให้ผู้ฟัง ฟังเรื่องที่จะสัมภาษณ์มักเป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจในขณะนั้นหรือเกี่ยวกับบุคคลสำคัญหรือมีชื่อเสียงหรือเป็นผู้มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านเป็นอย่างดี ผู้สัมภาษณ์ต้องศึกษาค้นคว้าหาข้อมูลในเรื่องราว หรือบุคคลที่จะสัมภาษณ์ ทั้งยังต้องเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถในการซักถาม มีทักษะ ไหวพริบในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้นได้ในระหว่างการออกอากาศ

รายการสัมภาษณ์จัดได้ว่าเป็นรายการพูดคุย แต่เป็นการพูดคุยทางอ้อม มิใช่พูดโดยตรงการพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ถูกสัมภาษณ์จะให้ประโยชน์แก่ผู้ฟังโดยตรง

รายการสัมภาษณ์มีข้อแตกต่างจากรายการสนทนา คือ ผู้สัมภาษณ์มีหน้าที่ในการป้อนคำถาม ถามอย่างเดียว ไม่มีหน้าที่ตอบคำถามเอง ไม่เหมือนกับผู้ดำเนินรายการสนทนาที่สามารถร่วมสนทนาด้วยในบางโอกาส หน้าที่ของผู้สัมภาษณ์คือ พยายามป้อนคำถามที่ให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบ หรืออธิบายให้มากที่สุด สิ่งที่ผู้สัมภาษณ์จะทำได้นอกจากนั้นคือ สรุปลงให้เข้าใจชัดเจนยิ่งขึ้น หรือเพิ่มเติม เพื่อให้เข้าใจได้ดีขึ้นเท่านั้น การสัมภาษณ์นั้นทำได้ทั้งในห้องส่งกระจายเสียงและนอกห้องส่ง

รูปแบบการสัมภาษณ์ แบ่งได้เป็น

1. การสัมภาษณ์ตลอดรายการ ประมาณ 30-60 นาที
2. การสัมภาษณ์ที่เป็นส่วนหนึ่งของรายการ เช่น เป็นรูปแบบหนึ่งในรายการข่าว รายการสารคดี รายการเพลง เป็นต้น ความยาวประมาณ 3-5 นาที
3. การสัมภาษณ์ในโอกาสพิเศษ รายการประเภทนี้ไม่ได้ถูกกำหนดไว้ในตารางการออกอากาศ ได้แก่ การสัมภาษณ์ในวันสำคัญต่าง ๆ เหตุการณ์สำคัญ วันครบรอบ เป็นต้น ความยาวประมาณ 30-60 นาที

### ประเภทของการสัมภาษณ์

1. การสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview) การสัมภาษณ์แบบนี้มักเป็นการสัมภาษณ์บุคคลสำคัญ มีชื่อเสียงหรือผู้ทรงคุณวุฒิ การสัมภาษณ์ต้องมีการเตรียมข้อมูลอย่างดี ตกลงในหัวข้อคำถามและคำตอบรวมทั้งการนัดหมายผู้ให้สัมภาษณ์ในเรื่องเวลา สถานที่ อาจมีการเตรียมบทอย่างละเอียดหรือคร่าว ๆ ไว้ล่วงหน้า การเตรียมข้อมูลล่วงหน้าจะช่วยป้องกันความผิดพลาดและยังสามารถใช้อ้างอิงได้ แต่การดำเนินรายการสัมภาษณ์อาจขาดความเป็นธรรมชาติ ไม่น่าสนใจ ซึ่งต้องระวังในเรื่องนี้ด้วย

2. การสัมภาษณ์แบบกึ่งทางการ (Semi-formal Interview) การสัมภาษณ์แบบนี้มักตกลงในเรื่องและประเด็นที่จะสัมภาษณ์ โดยไม่ต้องเตรียมหัวข้อคำถามหรือบทถาม-ตอบ ผู้ให้สัมภาษณ์มีโอกาสหาข้อมูลในประเด็นที่จะให้สัมภาษณ์ล่วงหน้า ส่วนผู้สัมภาษณ์ก็จะถามตามประเด็นที่ตั้งไว้ การสัมภาษณ์แบบนี้จะได้บรรยากาศของการพูดคุยอย่างเป็นกันเอง

3. การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) การสัมภาษณ์แบบนี้เป็นการสัมภาษณ์ที่ไม่มีการตกลงในคำถาม ไม่มีการนัดหมายเวลา สถานที่กับผู้ให้สัมภาษณ์ เนื้อหามักเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน ปัญหาสังคม เศรษฐกิจ การเมือง เป็นการสัมภาษณ์ความคิดเห็น ความรู้สึก ไม่เจาะลึกในรายละเอียด

4. การสัมภาษณ์ความคิดเห็นประชาชนทั่วไป (Vox Pop หรือ Voice of The People) การสัมภาษณ์จะไม่เอ่ยชื่อผู้แสดงความคิดเห็น ความหลากหลายของรายการอยู่ที่เสียงผู้แสดงความคิดเห็น ความคิดเห็นที่แตกต่าง รายการประเภทนี้มักใช้ในรูปแบบหนึ่งของรายการหลัก เช่น รายการข่าว รายการพูดคุย รายการเพลง เป็นต้น ความยาวรายการประมาณ 3-5 นาที

### (3) รายการสนทนา (Conversational Program)

เป็นการสนทนาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งระหว่างผู้ร่วมรายการ ตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มีผู้ดำเนินรายการควบคุมการสนทนาให้อยู่ในขอบเขตของเรื่องและเวลา ผู้ดำเนินรายการมีใช้เพียงตั้งคำถามและซักถามเท่านั้น ยังสามารถแสดงความคิดเห็นร่วมไปกับการสนทนาได้ด้วย รวมทั้งสรุปการสนทนา ดังนั้นผู้ดำเนินรายการและผู้ร่วมรายการทุกคนควรมีการศึกษาค้นคว้าเรื่องที่จะสนทนากันให้พร้อมด้วย ความยาวรายการประมาณ 5-30 นาที ทั้งนี้รายการสนทนามีบรรยากาศที่เป็นกันเองมากกว่ารายการสัมภาษณ์

### (4) รายการอภิปราย (Discussion Program)

เป็นการแลกเปลี่ยนหรือแสดงความคิดเห็นกันในหัวข้อใดหัวข้อหนึ่งระหว่างผู้ร่วมอภิปราย เพื่อให้ผู้ฟังทางบ้านได้รับฟังความคิดเห็น จากผู้ร่วมอภิปรายที่แตกต่างกันไป ผู้ร่วมอภิปรายจะมีประมาณ 3-4 คนและผู้ดำเนินการอภิปรายอีก 1 คน ผู้ดำเนินการอภิปรายต้องเป็นบุคคลที่มีความสามารถในการพูด มีความรู้ดี ปฏิภาณไหวพริบดี อารมณ์เย็น สามารถนำและ

ควบคุมการอภิปรายให้อยู่ในขอบเขตที่วางไว้ ทั้งประเด็นและเวลาที่อภิปราย การกำหนดว่าใครจะเป็นผู้พูดและระวังมิให้ใครคนใดคนหนึ่งผูกขาดการพูดมากเกินไป รวมทั้งสรุปความคิดเห็นของผู้ร่วมอภิปรายด้วย ทั้งนี้ต้องร่วมไม่แสดงความคิดเห็น ความยาวรายการประมาณ 15-30 นาที

### 2.2.2.2 รายการสารคดี (Documentary Program or Feature Program)

รายการที่เสนอเรื่องราวเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างละเอียดเจาะลึกตลอดรายการ ด้วยวิธีการเสนอที่หลากหลาย เพื่อมิให้ผู้ฟังเบื่อและสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ฟังได้ตลอดรายการ เรียกได้ว่าเป็นการเสนอเรื่องราวเพียงหัวเรื่องเดียวอย่างละเอียด ด้วยรูปแบบการเสนอรายการอย่างหลากหลาย (Variety) ขณะเดียวกันก็ต้องมีสิ่งเชื่อมโยงกันให้มีความเป็นเอกภาพ (Unity)

โดยทั่วไปการนำเสนอรายการสารคดีมี 2 รูปแบบ คือ มีผู้บรรยายเป็นผู้เล่าประกอบกับเทปแทรกที่มีการบันทึกไว้ล่วงหน้าแล้วและแบบเล่าเรื่อง ด้วยการใช้เทปแทรกต่อเนื่องกันไปโดยไม่ใช้ผู้บรรยาย

ประเภทของรายการสารคดี เช่น

1. สารคดีทั่วไป (General Feature) เสนอเรื่องราวทั่วไป ที่ให้ความรู้เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตแก่ผู้ฟัง เช่น ปัญหาสังคม สิ่งแวดล้อม เป็นต้น
2. สารคดีท่องเที่ยว (Touring Feature) เสนอความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ตั้งแต่ประวัติความเป็นมา การเดินทาง ที่พัก สถานที่ที่น่าสนใจ เป็นต้น
3. สารคดีเนื่องในโอกาสพิเศษ (Special Occasion Feature) เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติบุคคลสำคัญ ประเพณีสำคัญ ๆ โอกาสครบรอบปีหน่วยงานหรือเหตุการณ์ที่สำคัญ เป็นต้น
4. สารคดีเชิงข่าว (News Documentary) เสนอเรื่องราวของข่าวที่น่าสนใจและกล่าวถึงกันมากในขณะนั้นมานำเสนอแบบเจาะลึกลงไปอย่างละเอียด นำเสนอเบื้องหลังข่าวตามข้อเท็จจริง ความเป็นมา สาเหตุ ความคืบหน้าของเหตุการณ์ รายการแบบนี้มุ่งตอบคำถามในใจผู้ฟังว่าใคร อะไร ที่ไหน เมื่อใด ทำไม อย่างไร โดยมุ่งเสนอให้สมดุลทั้งสองด้าน

### 2.2.2.3 รายการนิตยสารทางอากาศ (Magazine Program)

รายการที่เสนอเนื้อหาที่ประกอบด้วยเรื่องหลาย ๆ เรื่องรวมอยู่ในรายการเดียวกัน มีวิธีการเสนอหลากหลายรูปแบบ มีการเชื่อมโยง (Linking) จากเรื่องหนึ่งไปอีกเรื่องหนึ่งอย่างกลมกลืน ให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในรายการ โดยผู้ฟังไม่รู้สึกรัดหู การเชื่อมโยงแต่ละเรื่องเข้าด้วยกัน สามารถเชื่อมได้ 2 วิธี คือ ด้วยคำพูดและดนตรี

ประเภทของรายการนิตยสารทางอากาศ เช่น

1. นิตยสารข่าว (The News Magazine) เสนอข่าวด้านต่าง ๆ เช่น การเมือง สังคม เศรษฐกิจ การศึกษา กีฬา บันเทิง เป็นต้น นอกจากความหลากหลายด้านเนื้อหาข่าวแล้ว ยังหลากหลายด้านรูปแบบรายการและวิธีการนำเสนอด้วย

2. นิตยสารเฉพาะเรื่อง (The Subject Magazine) เสนอเฉพาะเรื่องใดเรื่องหนึ่งโดยมีเนื้อหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องหลัก เช่น เรื่องสุขภาพอนามัย จะมีเรื่องของโรคนำรู้ ความสวยงาม ข่าวสารสุขภาพ การออกกำลังกาย เป็นต้น เรื่องกีฬา จะมีผลการแข่งขันกีฬา แนะนำกีฬาที่น่าสนใจ สัมภาษณ์นักกีฬาที่มีชื่อเสียงหรือนักกีฬาดาวรุ่ง เป็นต้น

3. นิตยสารเฉพาะกลุ่ม (The Special Audience Magazine) เสนอเนื้อหาสำหรับผู้ฟังกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น ผู้หญิง วัยรุ่น คนทำงาน เป็นต้น

4. นิตยสารหลากหลาย (The Variety Magazine) เสนอรายการโดยไม่จำกัดเนื้อหา จะนำเสนอเรื่องใดก็ได้ที่มีความน่าสนใจ เช่น ในรายการหนึ่งจะเสนอเรื่องการทำศัลยกรรม ธุรกิจร้านอาหาร การแต่งเพลง เป็นต้น

รายการนิตยสารทางอากาศเสมือนเป็นนิตยสาร 1 ฉบับ ที่มีเนื้อหาสาระที่มุ่งให้ทั้งข่าวสาร ความรู้ ความบันเทิงอย่างหลากหลาย เพียงแต่เป็นการนำเสนอด้วยเสียงทั้งหมด ความยาวรายการประมาณ 15-30 นาที

#### 2.2.2.4 รายการข่าว (News Program)

การเสนอเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เพิ่งเกิดขึ้น หรือกำลังเกิดขึ้น เป็นที่น่าสนใจ สนองความอยากรู้และมีผลกระทบต่อผู้ฟังโดยส่วนรวม

วิธีการเสนอรายการข่าวทำได้ทั้งในลักษณะการอ่านข่าว (News Reading) การรายงานข่าวด้วยเสียงผู้สื่อข่าว (Voice Report) รูปแบบรายการข่าวที่นิยมนอกจากการอ่านข่าวแล้ว ยังมีกรข่าวประกอบเสียง (News Reel) ซึ่งเป็นเสียงจากแหล่งข่าวมาประกอบรายการ

#### 2.2.2.5 รายการละคร (Dramatic Program)

ละครวิทยุก็เหมือนละครโทรทัศน์ คือ มีฉาก บรรยากาศ การเคลื่อนไหว เพียงแต่ละครวิทยุเสนอเรื่องราวต่าง ๆ โดยการใช้การแสดงด้วยคำพูดไม่ว่าจะเป็นบทเจรจา (Dialogue) หรือบทบรรยาย (Narrator) ดนตรี เสียงประกอบ ทำให้ผู้ฟังซึ่งรับฟังได้เฉพาะ “หู” สามารถจินตนาการเหตุการณ์ ความรู้สึก กิริยาอาการของตัวละครและการดำเนินเรื่อง

#### 2.2.2.6 รายการถ่ายทอดนอกสถานที่ (Outside Broadcast Program)

รายการที่มุ่งให้ผู้ฟังมองเห็นภาพเหตุการณ์เสมือนได้เข้าไปอยู่ในเหตุการณ์นั้นจริง ๆ ความยากของรายการประเภทนี้นอกจากเทคนิคการถ่ายทอดแล้วการบรรยายก็อาจเกิดความยุ่งยากได้เช่นกัน โดยเฉพาะการทำให้ผู้ฟังเกิดความเข้าใจและจินตนาการตามได้ ดังนั้น

ต้องกำหนดจุดที่เห็นเหตุการณ์ได้ชัดเพื่อ่ง่ายในการบรรยาย การเตรียมข้อมูลให้พร้อมอย่างพอเพียง เทคนิคการบรรยาย การใช้ภาษาให้ผู้ฟังเข้าใจง่าย รายการประเภทนี้มักเป็นรายการในโอกาสพิเศษ เช่น การถ่ายทอดพิธีสำคัญ ๆ

### 2.2.2.7 รายการการแข่งขัน (Competition Program)

รายการที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟังเข้ามามีส่วนร่วมในรายการ ได้แก่ การตอบปัญหา เล่นเกม โดยการเขียนจดหมาย โทรศัพท์เข้ามาในรายการ (Phone-in) รายการการแข่งขันทางวิทยุกระจายเสียงมักเป็นส่วนหนึ่งในรายการมากกว่า เช่น รายการเพลง รายการพุดคุย และถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดรูปแบบหนึ่งของรายการวิทยุกระจายเสียงในปัจจุบัน

### 2.2.2.8 รายการเพลง (Music Program)

รายการที่มุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก ประเภทของเพลง ได้แก่ เพลงสากล เพลงไทยสากล เพลงลูกทุ่ง เพลงคลาสสิก เป็นต้น การจัดรายการเพลงดูผิวเผินอาจง่ายแต่จริง ๆ แล้วไม่่ง่าย เพราะคนฟังมีความชอบไม่เหมือนกัน การจะจัดรายการให้ถูกใจผู้ฟังทุกคนทุกกลุ่มจึงทำได้ยาก ผู้จัดรายการเพลงจึงต้องมีความรู้เกี่ยวกับเพลง ทราบความเคลื่อนไหวของวงการเพลงและยังต้องมีความรู้ด้านต่าง ๆ ต้องติดตามข่าวสารทั่วไป เพราะรายการเพลงในปัจจุบันนอกจากให้ความเพลิดเพลินแล้วยังต้องให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ฟังด้วย

ลักษณะการเสนอรายการเพลง อาจเป็นการเปิดเพลงอย่างเดียวโดยไม่มี การพุดหรือเพียงประกาศชื่อเพลง หรือบรรยายเรื่องราวของเพลงและศิลปิน หรือมีวิธีการนำเสนออื่น ๆ เพื่อสร้างสีสันให้รายการ บุญเกื้อ ครอบหาเวช (2542, น. 116) ได้แบ่งรูปแบบของรายการวิทยุ ดังนี้

การแบ่งประเภทรายการวิทยุ นั้น มีการแบ่งเอาไว้แตกต่างกันแล้วแต่จุดมุ่งหมาย ตัวอย่างการแบ่งประเภทของรายการวิทยุ B.B.C. ของอังกฤษ แบ่งตามลักษณะของวิธีการเสนอรายการไว้ดังนี้

รายการข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบัน (News and Current Affairs)

รายการอภิปราย (The Discussion Program)

รายการโต้ตอบทางโทรศัพท์ (The Phone-in Program)

รายการเพลงจากแผ่นเสียง (Record Program)

รายการนิตยสารทางอากาศ (The Magazine Program)

รายการสารคดีเชิงวิเคราะห์และสารคดีทั่วไป (The Documentary Feature Program)

หากแบ่งรายการวิทยุโดยทั่วไป อาจแบ่งได้ดังนี้

1. รายการพูดกับผู้ฟัง คือ รายการที่มีผู้พูดเพียงคนเดียวพูดกับผู้ฟัง เสมือนว่าผู้ฟังเป็นคู่สนทนาเพียงแต่ไม่มีโอกาสพูดโต้ตอบ ความสำเร็จของรายการประเภทนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้พูดว่าจะสามารถพูดให้น่าสนใจ พูดให้เข้าใจ หรือพูดให้ผู้ฟังรู้สึกมีส่วนร่วมได้เพียงใด
2. รายการปาฐกถา หมายถึง รายการพูดปราศรัยทางวิทยุ เช่น การพูดของบุคคลสำคัญนายกรัฐมนตรีปราศรัยเนื่องในโอกาสต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นการพูดแบบเป็นทางการพูดตามบทที่เขียนไว้แน่นอนตายตัว ความสนใจผู้ฟังขึ้นอยู่กับ ความสำคัญของเรื่องที่พูด และความน่าศรัทธาเชื่อถือของผู้พูดเป็นสำคัญ
3. รายการเพลง เป็นรายการสำคัญและมีผู้นิยมฟังมากที่สุด สถานีวิทยุต่าง ๆ มักมีสัดส่วนรายการเพลงมากกว่ารายการประเภทอื่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งวิทยุ FM ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแบบ สเตอริโอ คุณภาพเสียงชัดเจนเป็นพิเศษ ช่วยเพิ่มความไพเราะของเพลงหรือดนตรีต่าง ๆ ได้มาก
4. รายการสนทนา หมายถึงรายการพูดสนทนากันในเรื่องราวต่าง ๆ ระหว่างผู้ร่วมรายการตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป โดยมีคนใดคนหนึ่งเป็นผู้นำการสนทนาเพื่อควบคุมการสนทนาให้อยู่ในขอบเขต จัดลำดับหรือเชื่อมโยงหัวข้อการสนทนา ไม่ให้ผู้ฟังเกิดความสับสน และพูดกับผู้ฟังโดยตรงในบางครั้ง เช่น การขึ้นต้น การสรุป
5. รายการสัมภาษณ์ หมายถึงรายการที่มีผู้พูดตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป คนหนึ่งทำหน้าที่เป็นผู้ตั้งคำถามตามที่จัดเตรียมเป็นลำดับเอาไว้ บุคคลอื่นจะเป็นผู้ตอบคำถาม
6. รายการอภิปราย เป็นรายการพูดอีกลักษณะหนึ่ง ประกอบด้วยผู้ดำเนินการอภิปราย 1 คน และผู้ร่วมอภิปรายประมาณ 2-4 คน พูดคุยแสดงความคิดเห็นเรื่องใดเรื่องหนึ่ง ในทัศนะหรือมุมมองของแต่ละคนที่แตกต่างกัน
7. รายการสารคดี หมายถึงรายการลักษณะบรรยายเหตุการณ์ หรือเล่าเรื่องต่าง ๆ เช่น เรื่องจากประวัติศาสตร์ บทประพันธ์ วรรณคดี อาจใช้ดนตรีประกอบหรือใช้การแสดงคล้ายละคร
8. รายการข่าว หมายถึงรายการที่จัดทำขึ้นเพื่อแจ้งเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน เช่น ข่าวในพระราชสำนัก ข่าวท้องถิ่น ข่าวต่างประเทศ ข่าวสังคม วิธีการเสนอข่าวอาจรายงานจากสถานที่เกิดเหตุการณ์จริง หรืออาจเรียบเรียงแล้วนำมาอ่านออกอากาศ
9. รายการละครวิทยุ เป็นรายการพูดประกอบเสียง โดยใช้เทคนิคหลาย ๆ อย่างประกอบ กัน แสดงให้ผู้ฟังเกิดอารมณ์ ความเข้าใจ ความรู้สึกคล้ายตาม จึงเป็นรายการที่

ได้รับความนิยมมากในอดีต ปัจจุบันเนื่องจากมีละครทางโทรทัศน์ ทำให้ความนิยมรายการละครวิทยุ ลดลง

10. รายการนิตยสารทางอากาศ เป็นรายการเสนอเรื่องราวที่มีหลาย เรื่องหลายรสในรายการเดียวกัน แต่นำเสนอในลักษณะเชื่อมโยงเรื่องราวให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

11. รายการปกิณกะ เป็นการเสนอเรื่องราวต่าง ๆ หลายเรื่อง เช่นเดียวกับรายการนิตยสาร เพียงแต่รายการปกิณกะแต่ละตอน แต่ละเรื่องนำเสนอแบบไม่เชื่อมโยงกัน

12. รายการตอบปัญหา หมายถึงรายการที่นำผู้ชมเข้าไปร่วมรายการ แข่งขันตอบปัญหาต่าง ๆ ผู้ฟังจะมีโอกาสคิด และหาคำตอบของตัวเองไปพร้อมกับรายการ เป็นการส่งเสริมให้เกิดความรู้ความคิด โดยเฉพาะรายการถามตอบปัญหาทางวิชาการ

13. รายการตอบคำถาม หมายถึงรายการที่เปิดโอกาสให้ผู้ฟัง ถามปัญหาโดยใช้จดหมาย หรือโทรศัพท์ ผู้จัดรายการจะตอบปัญหาหรือไขข้อข้องใจต่าง ๆ ทางวิทยุ นอกจากจะเกิดประโยชน์สำหรับผู้ถามเองแล้ว ยังทำให้ผู้ฟังอื่น ๆ ที่มีปัญหาล้ำกันได้รับประโยชน์ด้วย

อาจกล่าวได้ว่าคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มส. มีวิธีการดำเนินรายการ วิทยุแบบผสมผสานทั้งที่เป็นรายการเพลงและสารคดีเข้าไว้ด้วยกัน ซึ่งอัตราส่วนของรายการทั้งหมด จะเป็นเนื้อสาระความรู้เรื่องอาเซียนตามข้อตกลงกับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ การจัดรูปแบบรายการให้อยู่ในรูปแบบรายการเพลงสลับกับเนื้อหาสาระนั้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Wilby and Controy (1994, p. 49) ที่กล่าวว่า "Speech radio appeal to older listeners. Music radio, on the other hand, can appeal to all age group" ข้อสรุปดังกล่าว จึงเป็นข้อสังเกตที่จะต้องศึกษาต่อไปว่า คลื่น 95.5 มส. จะมีวิธีการบริหารคลื่นให้เป็นคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทยได้อย่างไรให้น่าสนใจและสามารถดึงดูดกลุ่มผู้ฟังที่เป็น วัยเรียนและวัยทำงานตามนโยบายของคลื่นที่กำหนดไว้ได้

ในส่วนของการบริหารจัดการสถานีวิทยุนี้ การศึกษาเรื่อง การกำหนด วาระสารการจัตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกกะเฮิร์ตซ์ นั้น สามารถนำ โครงสร้างการบริหารงานของวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยผู้ทำหน้าที่กำหนดกรอบนโยบายในการจัดทำคลื่นอาเซียนมาอธิบายได้ดังนี้

## 2.2.3 การบริหารงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน

### 2.2.3.1 อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ

(ก) ดำเนินงานประชาสัมพันธ์โดยใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อเผยแพร่ นโยบายรัฐ ข่าวสาร และการดำเนินงานของหน่วยงานรัฐ ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่าง หน่วยงานของรัฐกับประชาชน



(ข) สนับสนุนและส่งเสริมการศึกษาและการเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมทางวิทยุกระจายเสียงทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อประโยชน์แก่ความมั่นคงและเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

(ค) ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

### 2.2.3.2 โครงสร้างการแบ่งส่วนราชการ และกรอบอัตรากำลัง

กรมประชาสัมพันธ์ ได้กำหนดส่วนราชการต่าง ๆ ภายในกรมประชาสัมพันธ์ ตามกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2545 ซึ่งสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งภายใต้การกำกับดูแลของรองอธิบดีฝ่ายปฏิบัติการ กำหนดให้สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยมีฐานะเทียบเท่าสำนัก โดยมีผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเป็นผู้บังคับบัญชาสูงสุด

#### (1) โครงสร้างของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

แบ่งงานภายในออกเป็น 8 หน่วยงาน ประกอบด้วย

1. ฝ่ายบริหารงานทั่วไป
2. ส่วนผลิตรายการ
3. ส่วนกระจายเสียงในประเทศ
4. ส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ
5. ส่วนบริหารการดนตรี
6. ส่วนเทคนิค
7. สถานีเครื่องส่งวิทยุฯ 1000 กิโลวัตต์
8. สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเพื่อการศึกษา
9. ส่วนสื่อข่าวและผลิตรายการข่าว
10. ส่วนแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์

#### (2) โครงสร้างผู้บริหารสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

- หัวหน้าฝ่ายบริหารทั่วไป/เจ้าพนักงานธุรการอว.
- ผู้อำนวยการส่วนผลิตรายการ / นักประชาสัมพันธ์ชพ.
- ผู้อำนวยการส่วนกระจายเสียงในประเทศ / นักประชาสัมพันธ์ชพ.
- ผู้อำนวยการส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ/นักประชาสัมพันธ์ชพ.
- ผู้อำนวยการส่วนบริหารการดนตรี / คีตศิลป์นอว.
- ผู้อำนวยการส่วนเทคนิค/นายช่างไฟฟ้าอว.
- ผู้อำนวยการส่วนสถานีเครื่องส่งวิทยุฯ 1000 กิโลวัตต์/วิศวกรไฟฟ้าชพ.

- ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงเพื่อการศึกษา/นักประชาสัมพันธ์ชพ.
- ผู้อำนวยการส่วนสื่อข่าวและผลิตรายการข่าว/ นักสื่อสารมวลชนชพ.
- ผู้อำนวยการส่วนแผนงานและพัฒนางานประชาสัมพันธ์/นักสื่อสาร

มวลชนชพ.

### (3) อัตรากำลัง

อัตรากำลังของสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 268 คน แบ่งเป็น 4 ประเภท รายละเอียดดังนี้

- |                   |     |       |
|-------------------|-----|-------|
| - ข้าราชการ       | 165 | อัตรา |
| - พนักงานราชการ   | 52  | อัตรา |
| - ลูกจ้างประจำ    | 29  | อัตรา |
| - ลูกจ้างชั่วคราว | 22  | อัตรา |

#### 2.2.3.3 วิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ งบประมาณ แผนงาน โครงการ

##### (1) วิสัยทัศน์

สถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทย มุ่งสู่ความเป็นองค์กรหลักด้านการกระจายเสียงของประเทศ ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชน เพื่อสนองตอบสังคมแห่งการเรียนรู้และสร้างความเชื่อมโยงกับประชาคมโลก

##### (2) พันธกิจ

กรมประชาสัมพันธ์ ได้กำหนดพันธกิจหลักของสถานีวิทยุกระจ่ายเสียงแห่งประเทศไทยซึ่งสอดคล้องตามอำนาจหน้าที่ที่กำหนดตามกฎหมายว่าด้วยส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2545 ไว้ 3 ประการ ดังนี้

- ดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โดยใช้วิทยุกระจายเสียงเพื่อการพัฒนาประเทศ และเผยแพร่นโยบายของรัฐ ข่าวสารและการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐ ตลอดจนส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างรัฐกับประชาชน
- สนับสนุน ส่งเสริมการศึกษา และเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรม ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อประโยชน์ด้านความมั่นคงและส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นพระประมุข
- ปฏิบัติงานร่วมกับหรือสนับสนุนการปฏิบัติงานของหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องหรือที่ได้รับมอบหมาย

### (3) ยุทธศาสตร์ งบประมาณ แผนงาน โครงการ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการให้สอดคล้องตามภารกิจยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ (พ.ศ. 2552-2555) ซึ่งกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 3 ประเด็นดังนี้

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1** ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์ของชาติและนโยบายรัฐบาลอย่างมีเอกภาพและมีประสิทธิภาพ

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2** พัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชน

**ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3** เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารและพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถเป็นที่ยอมรับอย่างมืออาชีพและมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน

#### 2.2.3.4 การบริหารงานของส่วนกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในปัจจุบัน

##### (1) ส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย

กรมประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการกระจายเสียงภาคภาษาต่างประเทศด้วยระบบคลื่นสั้น มีสัญญาณในการกระจายเสียงคือ เอช เอส เค (HSK 9) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2418 ซึ่งเป็นปีเริ่มต้นของสงครามโลกครั้งที่ 2 โดยจอมพล ป. พิบูลสงคราม นายกรัฐมนตรีในครั้งนั้นได้ใช้วิทยุกระจายเสียงเป็นสื่อออกอากาศเตือนประชาชนให้ตระหนักถึงภัยสงครามและได้มอบหมายให้กรมโฆษณาการดำเนินการกระจายเสียงโดยวิทยุคลื่นสั้นเป็นภาษาอังกฤษและฝรั่งเศส เสนอข่าวสารราชการและข่าวโลกจากการรับฟังวิทยุต่างประเทศและสถานเอกอัครราชทูตต่าง ๆ มีการเชิญบุคคลสำคัญชาวต่างประเทศมากล่าวปราศรัย

ต่อมาในปี พ.ศ. 2485 ได้เพิ่มภาษาเพื่อนบ้านในเอเชียจำนวน 4 ภาษา ได้แก่ พม่า ฮินดี ญี่ปุ่น และมาเลย์ ตามความจำเป็นและสถานการณ์แวดล้อมในขณะนั้น โดยส่งกระจายเสียงคลื่นสั้นขนาด 49 เมตร ควบคู่กับคลื่นยาว 363 เมตร กำลังส่ง 10 กิโลวัตต์ แต่การกระจายเสียงประสบปัญหาการขาดแคลนอุปกรณ์ พลังงานไฟฟ้า เนื่องจากโรงไฟฟ้าวัดเลียบและโรงไฟฟ้าสามเสนได้รับความเสียหายจากแรงระเบิดจึงทำให้การจ่ายกระแสไฟฟ้าไม่เพียงพอ โดยการกระจายเสียงต้องหยุดชะงักเป็นการชั่วคราว และย้ายที่ตั้งหลบภัยสงครามไปอยู่ที่ตำบลหลักสี่

ในช่วงระยะแรก เจ้าหน้าที่กรมประชาสัมพันธ์เริ่มรับฟังข่าววิทยุกระจายเสียงจากต่างประเทศ และนำข่าวมาแปลเป็นภาษาไทยเพื่อแจ้งให้ประชาชนรับทราบความเคลื่อนไหวของการสงครามและข่าวอื่น ๆ จากทั่วโลก ในระยะนั้นข่าวต่างประเทศที่รวบรวมนำมาเสนอกลุ่มผู้ฟังได้มาจากวิทยุคลื่นสั้นของประเทศต่าง ๆ ข่าววิทยุโทรเลขของรัฐบาลต่างประเทศที่ส่งให้เพื่อหวังให้เผยแพร่ต่อไป นอกจากนั้นก็เป็นข่าวของสำนักข่าวต่างประเทศซึ่งต้องเสียค่าบริการ การทำงาน

เผยแพร่ข่าวต่างประเทศนั้นต้องพยายามรักษาความเป็นกลาง เนื่องจากสถานทูตต่างประเทศคอยรับฟังและตรวจจำนวนข่าวอยู่ตลอดเวลา

ภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้มีการปรับปรุงกิจการวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยภาค ต่างประเทศให้เจริญก้าวหน้าขึ้น มีการปรับปรุงการกระจายเสียงคลื่นสั้นใหม่เป็น 8 ภาษา คือ ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส จีน ไทย เวียดนาม เขมร มาเลย์ และลาว รวมเวลาออกอากาศวันละ 5 ชั่วโมง 30 นาที การกระจายเสียงใช้คลื่นขนาดความถี่ 9.655 และ 11.905 มส. หรือ 25 และ 31 ม. โดยมีความถี่ เอฟ เอ็ม 97 มส. กำลังส่งต่ำ ถ่ายทอดจากห้องส่งไปยังตัวเครื่องส่ง มีการซื้อเครื่องส่งขนาด 50 กิโลวัตต์ มาตั้งออกอากาศที่ซอยอารีย์ ถนนพหลโยธิน เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2496 โดยใช้ห้องส่งที่กรมประชาสัมพันธ์ ถนนราชดำเนินกลาง ต่อมาได้มีการสร้างสถานีเครื่องส่งวิทยุคลื่นสั้นกำลังส่ง 100 กิโลวัตต์ ความถี่ 96.55 กิโลเฮิร์ตซ์ขึ้นที่ตำบลคลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยได้ย้ายเครื่องส่งวิทยุคลื่นสั้น กำลังส่ง 50 กิโลวัตต์ ความถี่ 11950 กิโลเฮิร์ตซ์ จากซอยอารีย์ไปรวมอยู่ด้วย การส่งกระจายเสียงภาคภาษาต่างประเทศของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย จึงได้ใช้สถานีเครื่องส่งแห่งนี้เป็นหลักมาตั้งแต่วันที่ 14 พฤษภาคม 2510

การกระจายเสียงภาคภาษาต่างประเทศในช่วงแรกดำเนินการโดยแผนกระจายเสียงต่างประเทศ กองการต่างประเทศ ต่อมาได้ยกฐานะเป็นกองการกระจายเสียงต่างประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มภาษาที่ออกอากาศมาโดยลำดับตามเหตุผลและความจำเป็น และเพื่อตอบสนองนโยบายของรัฐบาลด้านการต่างประเทศ (อุปการกร เศรษฐพรหมณี, 2527, น. 39) ต่อมาได้มีการรวมกองวิทยุกระจายเสียงในประเทศและกองวิทยุกระจายเสียงต่างประเทศเป็นหน่วยงานใหม่ คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยทำการส่งกระจายเสียงภาษาต่าง ๆ 10 ภาษาทุกวัน คือ ภาษาอังกฤษ ฝรั่งเศส ลาว จีนกลาง เวียดนาม เขมร มาเลย์ ญี่ปุ่น พม่าและไทย ใช้เครื่องส่งระบบคลื่นสั้น กำลังส่ง 100 และ 50 กิโลวัตต์ ขนาดคลื่น 11905 และ 9655 กิโลเฮิร์ตซ์ ความยาวคลื่น 25 และ 31 เมตร นอกจากนี้ได้ใช้ประโยชน์จากการกระจายเสียงภาคภาษาต่างประเทศเพื่อเสนอข่าวสารประจำวันแก่ชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยออกอากาศด้วยขนาดคลื่นปานกลาง 927 กิโลเฮิร์ตซ์ และในระบบเอฟ เอ็ม 97 มส. มุ่งออกอากาศข่าวภาคบังคับถ่ายทอดเพื่อประโยชน์ของสถานีวิทยุที่ออกอากาศเป็นภาษาอังกฤษในขณะ แต่เนื่องจากเครื่องส่งและระบบเสาอากาศที่ใช้อยู่มีกำลังส่งน้อยจึงทำให้รับฟังสัญญาณไม่ชัดเจน ประกอบกับภาวะการณ์ของโลกปัจจุบันการกระจายเสียงต่างประเทศมีความสำคัญในการสร้างความเข้าใจและภาพพจน์ที่ดี กรมประชาสัมพันธ์จึงมองเห็นความจำเป็นในการปรับปรุงและเพิ่มกำลังส่งให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงได้เสนอโครงการปรับปรุงวิทยุกระจายเสียงภาคต่างประเทศ เพื่อให้สามารถส่งกระจายเสียงครอบคลุมพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วโลก ได้แก่ ยุโรป อเมริกาเหนือ เอเชียเหนือ เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง

ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ รวมทั้งภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเพิ่มการส่งกระจายเสียง ภาษาต่างประเทศ เช่น อาหรับและฮินดี ในการนี้จำเป็นต้องใช้เงินลงทุนประมาณ 234.94 ล้านบาท แต่ปรากฏว่าสำนักงบประมาณไม่อาจจัดสรรงบประมาณให้ได้ อย่างไรก็ตามในช่วงเวลาดังกล่าว สถานีวิทยุเสียงอเมริกา หรือ V.O.A. ได้มีนโยบายจัดตั้งสถานีวิทยุคลื่นสั้นในประเทศไทย เพื่อใช้เป็น สถานีถ่ายทอดวิทยุ V.O.A. จากสหรัฐอเมริกาอยู่แล้ว จึงได้มีการเจรจาตกลงกันระหว่างรัฐบาลไทย และรัฐบาลสหรัฐอเมริกา ในการสร้างสถานีเครื่องส่งกำลังสูงเพื่อใช้ร่วมกันระหว่างสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและสถานีวิทยุ V.O.A. โดยได้มีพิธีลงนามในข้อตกลงความร่วมมือ ดังกล่าวในวันที่ 4 เมษายน 2527

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยกับสถานีวิทยุเสียงอเมริกา ได้ ดำเนินการก่อสร้างสถานีเครื่องส่งกำลังสูงที่ตำบลบ้านหนองไฮ อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ในเนื้อ ที่ 3,400 ไร่ และดำเนินการติดตั้งเครื่องส่งขนาดกำลัง 500 กิโลวัตต์ จำนวน 7 เครื่อง พร้อมเสา ออกอากาศแบบตาข่าย 25 ชุด ใช้เวลาก่อสร้างรวม 10 ปี รวมค่าก่อสร้างกว่า 100 ล้านบาทสหรัฐอเมริกา หรือกว่า 2,400 ล้านบาท ขณะเดียวกันรัฐบาลสหรัฐได้ให้ค่าตอบแทนเป็นเงิน 4 ล้านบาทสหรัฐอเมริกา หรือประมาณ 100 ล้านบาทในขณะนั้น ส่วนหนึ่งเป็นค่าก่อสร้างอาคารทำการและห้องส่งกระจาย เสียงในกรุงเทพฯ ทดแทนห้องส่งและอุปกรณ์เดิม โดยอาคารดังกล่าวตั้งอยู่ที่ถนนวิภาวดีรังสิต กรุงเทพฯ มีห้องส่งและอุปกรณ์ที่ทันสมัย มีระบบอัตโนมัติควบคุมการออกอากาศของทุกรายการ (เทป) ทุกความถี่ รวมทั้งจานรับสัญญาณดาวเทียม สำหรับใช้ในการส่งสัญญาณไปออกอากาศยัง สถานีเครื่องส่งที่อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีต่อไป ขณะเดียวกันสถานีวิทยุเสียงอเมริกาได้จัดทำ รายการต่าง ๆ ที่ห้องส่งกรุงเทพฯ ดิจิตอลและส่งสัญญาณผ่านดาวเทียมมาออกอากาศด้วยระบบวิทยุ คลื่นสั้นที่สถานีเครื่องส่งแห่งนี้เช่นกัน (ภัทรา ลำเจียก, 2547, น. 91)

นอกจากนั้น สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ภาคภาษา ต่างประเทศได้ปรับตารางออกอากาศเพื่อให้สอดคล้องกับการใช้ประโยชน์จากสถานีถ่ายทอดนี้ โดยมี พื้นที่เป้าหมายในเอเชีย-แปซิฟิก ตะวันออกกลาง ยุโรป แอฟริกา และอเมริกา กระจายเสียงด้วย ภาษาไทยและภาษาอังกฤษเป็นหลัก นอกจากนั้นยังมีภาษาอื่น ๆ อีก 10 ภาษา ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมัน ญี่ปุ่น จีน เวียดนาม เขมร ลาว พม่า มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยจัดให้การออกอากาศตรง ตามเป้าหมายตามช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ฟังนั้น ๆ

**วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน** (วลีรัตน์ สาครพันธ์, 2543, น. 7)

1. เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลในการสร้างภาพพจน์ที่ดีในสายตาของ ชาวต่างประเทศ
2. เพื่อเสริมสร้างสัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีกับประเทศเพื่อน บ้านและประเทศต่าง ๆ ในโลกทั้งนี้โดยยึดหลักการประชาสัมพันธเพื่อความมั่นคงของชาติเป็นหลัก

3. เพื่อเผยแพร่ข่าวสารนโยบายของรัฐบาล บทบาทและดำเนินงานของรัฐบาล ตลอดจนสถานภาพทางเศรษฐกิจ สังคมและความมั่นคงของประเทศจากแหล่งข่าวทางราชการ
4. เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมไทย ดนตรีไทย ขนบธรรมเนียมประเพณีและเอกลักษณ์ไทย
5. เพื่อส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวมาสู่ประเทศไทย
6. เพื่อต่อต้านการโฆษณาชวนเชื่อของฝ่ายตรงข้ามที่จะบ่อนทำลายความมั่นคงของชาติ
7. เพื่อให้ความร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐและต่างประเทศในการประชาสัมพันธ์

#### เป้าหมายในการดำเนินงาน

1. เพื่อให้ชาวต่างประเทศโพ้นทะเล ประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงและชาวต่างประเทศที่พำนักอยู่ในประเทศไทยรู้จักและเข้าใจประเทศไทยมากขึ้น ตลอดจนทราบข่าวสารการเคลื่อนไหวในการดำเนินงานของรัฐบาลอย่างถูกต้อง รวดเร็วตามความเป็นจริง รู้จักและเข้าใจทางด้านวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของไทย เกิดความสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อให้ชาวไทยในต่างประเทศได้ทราบข่าวสาร และเรื่องราวความเป็นไปภายในประเทศของตนได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว ตามความเป็นจริง
3. เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และความร่วมมืออันใกล้ชิดกับสถานีวิทยุและองค์กรการกระจายเสียงต่างประเทศ ซึ่งมีผลทำให้งานการกระจายเสียงของประเทศเจริญก้าวหน้าขึ้น

ปัจจุบันการกระจายเสียงภาคภาษาต่างประเทศของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยอยู่ในการดำเนินงานของส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ โดยการกระจายเสียงในประเทศใช้คลื่นความถี่ เอ.เอ็ม 918 กิโลเฮิร์ตซ์ เป็นแม่ข่ายและถ่ายทอดสัญญาณช่วงข่าวภาคบังคับไปยัง เอฟ เอ็ม 105 และ เอฟ เอ็ม 95.5 มฮ. ส่วนกระจายเสียงไปยังต่างประเทศจะใช้ระบบคลื่นสั้น โดยส่งกระจายเสียง รวมทั้งสิ้น 8 ภาษา ได้แก่ อังกฤษ เยอรมัน จีน มาเลย์ เวียดนาม ลาว พม่า ญี่ปุ่น แคมร์

#### (2) คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ (คลื่นสาระบันเทิง)

##### (Edutainment Station)

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ได้จัดตั้งคลื่นความรู้เกี่ยวกับอาเซียนโดยมีวิสัยทัศน์ให้เป็นสถานีที่รวมข่าวความรู้และสาระบันเทิงที่เป็น

ประโยชน์ต่อเยาวชน และสถาบันครอบครัว ซึ่งกำหนดขอบเขตภารกิจไว้เป็นคลื่นที่ให้บริการสาระ และความรู้ความบันเทิง (Edutainment) ที่เป็นประโยชน์และดึงดูดความสนใจของเยาวชนและ ครอบครัว โดยเน้นการส่งเสริมสถาบันครอบครัว สนับสนุนให้เยาวชนใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์และ ให้ความสำคัญและสนใจในเรื่องของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของไทยในปี 2558 รวมทั้งเรื่องของ ประเพณีและศิลปวัฒนธรรมไทย รวมถึงวางแผนและดำเนินการผลิตรายการอย่างมีประสิทธิภาพ สูงสุด ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังได้ตามสัดส่วนที่เหมาะสม ตลอดจนหาพันธมิตรร่วมผลิต รายการ เพื่อสร้างรายได้ ทั้งนี้สัดส่วนเนื้อหารายการ แบ่งเป็นสองส่วน คือ (1) ข่าวภาคถ่ายทอดหลัก และข่าวต้นชั่วโมง และ (2) สาระความรู้ ซึ่งมีประเด็นหลักคือ ข้อมูลข่าวสารเพื่อการก้าวเข้าสู่ ประชาคมอาเซียน การพัฒนาเด็ก เยาวชนและครอบครัว ทั้งด้านวิชาการและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

อย่างไรก็ตามการบริหารงานคลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นคลื่นในการกำกับดูแลของส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ โดยมีบริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้เช่าเวลา

บริษัทยูแอนดีไอคอร์ปอเรชั่น จำกัด ก่อตั้งในปีพุทธศักราช 2524 โดย คุณทองเทพ อินทรทัต และคุณวรจิต เจือทอง เพื่อผลิตรายการที่เป็นสาระบันเทิงทางสื่อวิทยุ โดยการ เช่าเวลาตามสถานีต่าง ๆ เป็นช่วงเวลา เช่น ช่วงเวลาเช้าตั้งแต่เวลา 8.00 น. ถึง 12.00 น. เป็นต้น รายการของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นรายการเพลงทั้งเพลงสากล และเพลงไทย จนกระทั่งปี พ.ศ. 2534 รัฐบาลมีนโยบายให้แปรรูปสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำเงินมาพัฒนาและปรับปรุงเวลาสถานีใน ลักษณะของการประมูลเวลาดำเนินการของทางสถานี ซึ่งผู้ประมูลจะสามารถเช่าเวลาได้ทั้งวันแทน การเช่าเวลาเป็นช่วง สถานีวิทยุกรมประชาสัมพันธ์เป็นสถานีแรก ๆ ที่มีการประมูลคลื่นและใน ปลายปี พ.ศ. 2534 ทางบริษัทยูแอนดีไอคอร์ปอเรชั่น จำกัดจึงได้ทำการเพิ่มทุนพร้อมทั้งหาพันธมิตร ทางธุรกิจ คือ บริษัทบางกอกเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (ไทยทีวีสีช่อง 3) เข้าร่วมประมูลเวลาจากกรม ประชาสัมพันธ์ เพื่อดำเนินการในต้นปี พ.ศ. 2535 และได้ส่งทีมงานจากสถานีวิทยุไทยทีวีสีช่อง 3 เข้า มาช่วยบริหารต่อจากนั้นในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2538 บริษัท บี อี ซี เวิลด์ จำกัด (มหาชน) ได้เข้ามาซื้อ หุ้นทั้งหมดในสัดส่วน ร้อยละ 99.99 เพื่อปรับปรุงโครงการดำเนินงานภายในกลุ่ม บี อี ซี เวิลด์ (กนกรวรรณ จันทร, 2545, น. 14)

ด้วยเหตุนี้ การนำแนวคิดเรื่องรูปแบบรายการวิทยุมาใช้เป็นกรอบ อธิบายการศึกษาเรื่องการศึกษาการกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ โดยการกำหนดเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอรายการซึ่งสามารถอธิบาย ได้ตามแบบแผนของประเภทรายการวิทยุข้างต้น สามารถทำให้การบริหารและจัดรายการมี ประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยต้องการอธิบายให้เห็นถึงรายการในแต่ละ รูปแบบว่ามีประสิทธิภาพในการนำสารเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังหรือไม่ เนื่องจากประเภทของรายการที่กล่าวถึง

เรื่องอาเซียนในการศึกษาครั้งนี้มี 3 ประเภท อันได้แก่ ประเภทสารคดี ประเภทบันเทิงและประเภทข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบัน ซึ่งการนำเสนอเนื้อหารายการแต่ละประเภทนั้น จะถูกนำมาพิจารณาและอธิบายในบทวิเคราะห์ต่อไป

## 2.3 แนวคิดเอดูเทนเมนต์ (Edutainment)

### 2.3.1 นิยามของแนวคิดเอดูเทนเมนต์ (Edutainment)

เอดูเทนเมนต์ หรือ Edutainment เป็นคำศัพท์ภาษาอังกฤษร่วมสมัย โดยเกิดจากสนธิ คำศัพท์ 2 คำ คือ “เอดดูเคชั่น” (Education) ซึ่งหมายถึงสาระความรู้ กับ “เอนเตอร์เทนเมนต์” (Entertainment) ซึ่งหมายถึงความบันเทิง เป็นคำศัพท์ใหม่ที่ “เอดูเทนเมนต์” โดยอาจแปลเป็นภาษาไทยว่า “สาระบันเทิง” โดยรวมคำว่า “ข่าวสาร” กับ “ความบันเทิง” เข้าด้วยกัน (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2543, น. 275) ซึ่งกระบวนการในการผลิตรายการให้อยู่ในรูปแบบของรายการเอดูเทนเมนต์ (Edutainment) คือ กลยุทธ์ในการผสมผสานข้อมูลข่าวสารและความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เอื้อต่อการพัฒนาเข้ากับความบันเทิงโดยเจตนา มีเป้าหมายชัดเจนและนำเสนอผ่านทางสื่อบันเทิงรูปแบบต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ให้บุคคลได้รับความรู้ มีทัศนคติและพฤติกรรมไปในทางที่พึงประสงค์ของสังคม และในขณะเดียวกันก็ไม่รู้สึกเบื่อหน่ายกับการบริโภคข่าวสารดังกล่าว (ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล, 2541, น. 37-50)

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล อธิบายแนวคิดเอดูเทนเมนต์ว่าเป็นการผสมผสานข้อมูลข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงเข้าด้วยกันโดยเจตนา จึงเป็นการเปลี่ยนมุมมองของบุคคล จากเดิมที่มักแบ่งแยกแนวคิดเรื่องความรู้และความบันเทิงออกจากกัน มาสู่ความคิดที่ว่าเราสามารถบริโภคข่าวสาร ความรู้ และความบันเทิงได้อย่างสนุกสนานในเวลาเดียวกันนอกจากนี้แนวคิดดังกล่าวยังเป็นการนำจุดเด่นของการศึกษา และความบันเทิงมาประสานประโยชน์ร่วมกัน นำเสนอเนื้อหาสาระในรูปแบบที่ผู้บริโภคต้องการ กระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจติดตาม แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องในหมู่ผู้บริโภคด้วยกัน และนำเนื้อหาสาระที่ได้รับไปสู่การปฏิบัติ และนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคมในทางที่ดีขึ้น

ทั้งนี้ การนำความบันเทิงมาผนวกกับความรู้ด้านต่าง ๆ เป็นทางเลือกหนึ่งที่เป็นไปได้ในยุคปัจจุบัน ตลอดจนเป็นการประสานผลประโยชน์ร่วมกันของกลุ่มบุคคลต่าง ๆ อาทิ กลุ่มผู้บริโภคได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน และความพึงพอใจ ตลอดจนได้รับสาระความรู้ที่สอดแทรกผ่านทางความบันเทิง กลุ่มผู้ผลิตรายการได้รับรายได้จากการโฆษณา ตลอดจนชื่อเสียงและผลงานในการผลิตรายการที่สร้างสรรค์ นอกจากนั้นสังคมโดยรวมก็ได้รับผลประโยชน์ เมื่อผู้บริโภคมีสำนึกร่วมกัน ตระหนัก ตลอดจนประพฤติปฏิบัติพฤติกรรมที่พึงประสงค์ เป็นไปตามจุดมุ่งหมายที่วาง



ไว้ในสังคมซึ่ง กิจมาโนชญ์ โรจนทรัพย์ ได้กล่าวถึงทฤษฎีเอดดูเทนเมนต์ไว้ว่ามีความสำคัญต่อการเรียน การสอน Edutainment (Education + Entertainment) ซึ่งนำสาระความรู้ควบคู่กับบันเทิง ไม่ใช่ เฉพาะวิชาภาษาไทย ทุกวิชาควรสอดแทรกความสนุกสนานและความบันเทิงไปด้วย

ปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล ยังได้อธิบายถึง ความแตกต่างของแนวคิด เอดดูเทนเมนต์ในอดีตและปัจจุบัน ว่ามีความแตกต่างกันในด้านการเลือกใช้เทคโนโลยีในการถ่ายทอด ข้อมูลข่าวสารสู่สมาชิกในสังคม กล่าวคือ บุคคลมักเลือกรูปแบบของสื่อสำหรับใช้ในการถ่ายทอด เอดดูเทนเมนต์อย่างหลากหลายกันไปตามระดับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทัศนียภาพของผู้บริโภคและ ความเหมาะสมในแต่ละยุคสมัย อาทิ ในอดีตเอดดูเทนเมนต์อาจถ่ายทอดผ่านการบอกเล่าด้วยปากต่อ ปากจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่งในขณะที่ในยุคสังคมข้อมูลข่าวสาร เอดดูเทนเมนต์สามารถถ่ายทอด ผ่านสื่อสมัยใหม่ที่มีความหลากหลายมากมาย อาทิ หนังสือนิทาน เทป เพลงกล่อมเด็ก วิทยุทัศน์ หรือ ระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น (สิรินาถ แสงสุวรรณ, 2554, น. 8)

อย่างไรก็ตามในทางวิชาการสื่อสารมวลชน คำว่า “เอดดูเทนเมนต์” หมายถึง กระบวนการดำเนินงานที่มีเจตนาผสมผสานข้อมูล ข่าวสาร และสาระความรู้ในด้านต่าง ๆ เข้ากับ ความบันเทิงโดยมีเป้าหมายให้บุคคลได้คิดคำนึงรับรู้และมีการประพฤติปฏิบัติตนในแนวทางที่พึง ประสงค์ของสังคม ดังนั้น เอดดูเทนเมนต์ก็คือ เครื่องมือที่เชื่อมประสานโลกบันเทิงและโลกสาระความรู้ เข้าด้วยกัน โดยดึงเอกลักษณ์ด้านความสนุกสนาน ความมีชีวิตชีวาอันเป็นเอกลักษณ์ของความบันเทิง เพื่อใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เขาได้มีชีวิตความเป็นอยู่อย่าง ปลอดภัย มีสุขภาพแข็งแรงและมีความสุข เป็นต้น

### 2.3.2 พัฒนาการของเอดดูเทนเมนต์

ในปัจจุบัน เราอาจพบเห็นการใช้คำศัพท์หลากหลาย เพื่ออธิบายแนวคิดใน ทำนองเดียวกับเอดดูเทนเมนต์ อาทิ เอนเทอเทนเมนต์-เอดดูเคชั่น (Entertainment-Education) เอนเทอ-เอดดูเคต (Enter-Educate) อินโฟร์เทนเมนต์ (Infotainment) กลยุทธ์อีอี (EE strategy) และรายการบันเทิงเพื่อสังคม (Pro-social Entertainment Program) เป็นต้น ความบันเทิงโดย สอดแทรกความรู้หรือ เอดดูเทนเมนต์ คือ “กระบวนการของการออกแบบและพัฒนาข้อมูลสื่อสารที่มี จุดประสงค์เพื่อความบันเทิงและให้ ความรู้ไปด้วย” ซึ่งสามารถจูงใจพฤติกรรมและช่วยพัฒนาเจตคติ ตัวอย่างเช่น ในยุค 50 เริ่มมีการนำสิ่งเหมาะสำหรับใช้เป็นความบันเทิงโดยสอดแทรกความรู้ไปใช้ “เมื่อสถานี แพร่ภาพของอังกฤษทำการแพร่ภาพ The Archer ซึ่งเป็นละครวิทยุที่มีความยาวในการ ออกอากาศมากที่สุดในโลกและมีผู้ฟังติดตามกว่าล้านคน นำเสนอชีวิตประจำวันของชาวบ้านใน ชนบท ให้ความบันเทิงควบคู่ไปกับความรู้เกี่ยวกับสังคมเกษตรกรรม อย่างไรก็ตาม การผลิตรายการ สาระความรู้คู่ความบันเทิง นิยมสอดแทรกความรู้ และข้อมูลเกี่ยวสุขภาพ รวมถึงสร้างความกังวล เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือความสนใจในสังคมด้านอื่น ๆ ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ข้อความรณรงค์มักจะได้รับ

การพิจารณาให้เป็นสาระที่สอดแทรกอยู่เสมอ นอกจากนี้แอนิเมชันได้รับการพิจารณาให้เป็นทางเลือกหนึ่งในการนำเสนอ เนื่องจากประโยชน์หลักในการเลือกใช้อิเมชันคือ ความง่ายในการสื่อสารข้อมูลที่ละเอียดอ่อนกับผู้ชมอย่างเป็นมิตร เป็นหนึ่งในเครื่องมือการณรงค์ที่สามารถถ่ายทอดความรู้ควบคู่ไปกับการให้ความบันเทิง ซึ่งจะทำให้คนทุกเพศทุกวัยเปิดรับสื่อนั้นได้ง่ายขึ้น (ปาริชาติ สถาปตานนท์ สโรบล, 2541, น. 37-50)

จากแนวคิดความบันเทิงสอดแทรกความรู้ในเบื้องต้นได้รับการต่อยอดอีกครั้ง จากคำกล่าวของ McBean and McKee ที่ว่า “ข้อมูลด้านสังคมที่สื่อสารผ่านการถ่ายทำจริงจะไม่สามารถเข้าถึงบุคคลทุกเพศทุกวัยได้มีเพียงผู้ชมบางกลุ่มเท่านั้นที่จะได้ความรู้ไป” โดยตั้งแต่เริ่มมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับคนในสังคมสู่สาธารณชนควรให้ความบันเทิงกับผู้ชมไปพร้อม ๆ กันด้วยเพื่อให้เกิดการตอบสนองต่อข้อความนั้น ซึ่งคนส่วนใหญ่มักจะลืมนัดนี้ไป

อาจกล่าวได้ว่ากระแสความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีมีพัฒนาการที่ดีขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งต่อยอดให้การสื่อสารแนวคิดเรื่อง “เอดูเทนเมนต์” กลายเป็น “เครื่องมือ” หนึ่งที่กำลังได้รับความสนใจจากฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและกำลังเรื่องที่มาแรงเนื่องจากเอดูเทนเมนต์เป็นการผนวกพลัง “ความรู้” และ “ความบันเทิง” เข้าด้วยกัน อันก่อให้เกิด “พลังทวีคูณ” ของสื่อมวลชนและเทคโนโลยี การสื่อสารในยุคโลกาภิวัตน์ในฐานะกลไกหลักทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับการเปลี่ยนแปลง สังคมไปในทางที่ดีขึ้น

ในส่วนของรูปแบบความเป็นสาระบันเทิงในสมัยใหม่ในการผลิตรายการโทรทัศน์ การผลิตภาพยนตร์ รายการวิทยุ การจัดแสดงวัตถุหรือผลงานในพิพิธภัณฑ์ และโปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนใช้ความบันเทิงในการดึงดูดผู้ชม ในขณะที่เดียวกันก็ให้ความรู้และสาระต่าง ๆ ผ่านเนื้อหาและสาร (Message) ดังตัวอย่าง รายการโทรทัศน์ในละตินอเมริกา มีการใช้รูปแบบความเป็นสาระบันเทิงที่เป็นที่นิยมมากผ่านโทรทัศน์เพื่อการศึกษา (Educational Telenovela) เป็นต้น ตัวอย่างภาพยนตร์ที่นำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสาระความรู้ปรากฏให้เห็นเป็นครั้งแรก ๆ เมื่อปี ค.ศ. 1943 และยังคงพบเห็นได้ในสมัยปัจจุบัน อาทิ ภาพยนตร์สารคดี (An Inconvenient Truth) ผลงานกำกับของ Davis Guggenheim ที่นำเสนอโดย Al Gore อัลกอร์ ที่พยายามสอนให้พลเมืองในสหรัฐอเมริกาตระหนักถึงสภาวะโลกร้อน (Global Warming)

อย่างไรก็ตามคำว่า “สาระบันเทิง” มีมานานนับพันปี ในรูปแบบของการเล่านิทานและการพราวดนเรื่องราวทางศีลธรรม เพื่อที่จะผลักดันทิศทางการสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น (จรัสพัทธ์ เปล่งขำ, 2555, น. 13)

หลังจากเกิดเหตุการณ์สงครามโลกครั้งที่ 2 สาระบันเทิงก็ได้ก้าวกระโดดไปยังสื่อโทรทัศน์ หลักฐานที่พบเห็นได้ชัดว่ารายการโทรทัศน์ใช้รูปแบบความเป็นสาระบันเทิงในการนำเสนอรายการนั้น พบได้จาก รายการโทรทัศน์สำหรับเด็ก (Children’s television series) อาทิ

เทเลทักบี้ (Teletubbies) และรายการสำหรับผู้ชมทั่วไป อาทิ รายการซิทคอม (Situation comedy) (Heidelberg, 2008, p. 32)

### 2.3.3 รายการสาระบันเทิง

รายการสาระบันเทิง (Edutainment) เกิดจากการนำแนวทางการนำเสนอรายการประเภทสาระความรู้ (Education) มาผนวกกับรายการบันเทิง (Entertainment) จนกลายเป็นรายการที่มีวิธีการนำเสนอสาระประโยชน์และความรู้ต่าง ๆ ในแบบที่ง่ายแก่การรับชม ดูสนุกสนานและน่าสนใจมากขึ้น เกิดเป็นรายการรูปแบบใหม่เพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค

แต่เดิมนั้นรายการประเภทสาระความรู้มักจะเป็นรายการที่นำเสนอเกี่ยวกับการศึกษาหรือมีเนื้อหาทางวิชาการซึ่งอาจเข้าใจยากและอาศัยความรู้ในการสังเคราะห์เนื้อหา แต่เมื่อปรับการนำเสนอเนื้อหาวิชาการที่ยากแก่การเข้าใจด้วยวิธีการที่สนุกสนานและน่าสนใจมากขึ้น ทำให้น้ำหนักเนื้อหาเหล่านั้นเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (Target audience) ได้ดียิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น การนำเสนอสารในบุหรีที่มีอันตรายต่อรายการให้กลุ่มเด็กและเยาวชนเข้าใจนั้น จำเป็นต้องอธิบายเรื่องน้ำมันดิบ (ทาร์) ที่มีอยู่ในบุหรี ซึ่งเป็นเรื่องทางวิทยาศาสตร์ที่ต้องการคำอธิบายที่ละเอียดซับซ้อนและต้องการความเป็นรูปธรรม รายการกล่องนักคิดได้นำเรื่องดังกล่าวมาเสนอผ่านการทดลองอย่างง่ายและใช้ภาษาในการอธิบายที่ง่ายต่อการเข้าใจ ให้เด็ก ๆ ได้มีส่วนร่วมกับการเรียนรู้โดยเก็บภาพการทดลองเป็น VTR นอกสตูดิโอ นำมาเปิดให้เด็ก ๆ ผู้เข้าร่วมรายการชมพร้อม ๆ กับเด็กที่บ้าน พร้อมทั้งนำตัวอย่างจากการทดลองจริงมาให้เด็ก ๆ ได้ใช้ประสาทสัมผัสการมองเห็นในการสังเกตครั้งนั้นด้วย ตัวอย่างเช่นรายการในปัจจุบัน อันได้แก่ รายการสัประยุทธ์ และรายการสโมสรรภูมิไอเดีย โดยการผลิตเนื้อหาความรู้ด้านวิทยาศาสตร์เพื่อให้เด็กผู้เข้าร่วมสามารถเรียนรู้ผ่านกระบวนการทดลองจริงในรายการได้

การนำเสนอเนื้อหา (Content) ในรายการประเภทสาระบันเทิง จะอิงหลักการนำเสนอเนื้อหาจากรูปแบบรายการบันเทิง (Entertainment) แต่แทนที่เนื้อหารายการบันเทิงด้วยสาระความรู้ต่าง ๆ อาทิ ความรู้เฉพาะทางด้านการแพทย์ ความรู้เฉพาะทางด้านวิศวกรรม และศาสตร์ของวิทยาศาสตร์การทดลอง เป็นต้น โดยใช้คุณลักษณะรูปแบบรายบันเทิง ดังต่อไปนี้

1. สร้างความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (Creativity)
2. สร้างจินตนาการให้กับผู้ชม (Imagination)
3. ผ่อนคลายผู้ชม (Relaxation)
4. ต่อต้านอำนาจ (Counter-power)
5. Socialization สร้างกระแสสังคม
6. ให้ความรู้ควบคู่ความบันเทิง (Edutainment)

ตัวอย่างของงานเอดูเทนเมนต์ที่ใช้การ์ตูนแอนิเมชันมาเป็นสื่อให้การส่งเสริมการศึกษา (ปาริชาติ สถาปตานนท์ สโรบล, 2543, น. 315) ได้แก่ การสร้างตัวละครเด็กผู้หญิงในเอเชียใต้ Meena โดยให้ชื่อภาษาไทยว่า “มีนา” เป็นภาพยนตร์การ์ตูนที่เน้นย้ำให้เห็นศักยภาพของเอดูเทนเมนต์ในการนำเสนอข้ามพรมแดนระหว่างประเทศโดยการ์ตูนเรื่องดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นสื่อหลักในการส่งเสริมให้ทศวรรษ 1990 เป็น “ทศวรรษแห่งเด็กผู้หญิง” ในกลุ่มประเทศเอเชียใต้ตามนโยบายของรัฐบาลในกลุ่มประเทศดังกล่าว การ์ตูนเรื่อง Meena ผลิตโดยทีมเจ้าหน้าที่ขององค์การยูนิเซฟ ในกลุ่มประเทศเอเชียใต้ มีกลุ่มศิลปินในท้องถิ่นเป็นผู้วาดภาพ และมีบริษัท Hanna Barbera ให้การสนับสนุนทางเทคนิคโดยประเด็นสำคัญของการกระตุ้น คือ การเน้นให้เห็นถึงความจำเป็นที่จะต้องเปิดโอกาสให้เด็กผู้หญิงในชนบทห่างไกลได้ศึกษาเล่าเรียนเพื่อพัฒนาตนเอง และเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาสังคมด้านอื่น ๆ

ภายหลังการเผยแพร่การ์ตูน Meena ทีมงานได้ดำเนินการวิจัยประเมินผลโดยผลการวิจัยพบ กระแสตอบรับด้านบวกในกลุ่มเด็กผู้ชายผู้หญิงเด็กโดยนางเอกของเรื่อง คือ “มีนา” กลายเป็น “ตัวแทน” สำหรับเด็กผู้หญิง นอกจากนี้ผลการวิจัยยังค้นพบว่าผู้ชมประเทศเหล่านั้นสามารถเข้าใจสาระสำคัญของเรื่องเป็นอย่างดีและเห็นความสำคัญของการให้โอกาสทางการศึกษาแก่เด็กผู้หญิง

จากผลความสำเร็จดังกล่าว Dr.Niel McKee หัวหน้ากลุ่มผู้ผลิตเชื่อว่าด้วยความเป็นการ์ตูน ทำให้ Meena สามารถถ่ายทอดสาระสำคัญของเรื่องไปสู่ผู้ชมได้ “นิ่มนวล” มากกว่าการให้ตัวละครเป็นผู้แสดงจริง

จุดเด่นและจุดด้อยของเอดูเทนเมนต์

1. ด้านกลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้อง เอดูเทนเมนต์ สามารถทำหน้าที่เป็น “กลไก” ในการ เชื่อมประสานผลประโยชน์ของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ตัวอย่างเช่น

- ผู้กำหนดนโยบาย สามารถกำกับ ดูแล และชี้แนะทิศทางการเปลี่ยนแปลงของสมาชิกในสังคมไปในทางที่พึงประสงค์

- ผู้ผลิต ได้รับชื่อเสียงจากผลงานการสร้างสรรครายการ โดยเฉพาะในด้านความรับผิดชอบต่อสังคม และรายได้สนับสนุนจากกลุ่มสปอนเซอร์

- ผู้สนับสนุน โดยเฉพาะกลุ่มสปอนเซอร์จากภาคธุรกิจ สามารถมั่นใจในสัดส่วนของผู้ชมรายการ อันอาจนำไปสู่ความสำเร็จในการต่อยอดภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ หรือด้านผลกำไรจากการขายสินค้า

- กลุ่มผู้บริโภคสื่อ ได้รับความเพลิดเพลิน ความสนุกสนาน และความพึงพอใจ ตลอดจนได้รับสาระความรู้ต่าง ๆ ที่สอดแทรกผ่านงานเอดูเทนเมนต์

2. ด้านเนื้อหา เอดูเทนเมนต์เน้นหนักการทำหน้าที่ “แปลงสาร” เกี่ยวกับสาระความรู้ ข้อคิด คติเตือนใจ ซึ่งมักเป็นเรื่องยาก ซับซ้อน หรือดูไม่น่าสนใจ ให้มีเนื้อหาเข้าใจง่าย เห็นภาพชัดเจน และน่าสนใจ ในขณะที่เดียวกันยังนำเสนอสาระความรู้ดังกล่าวในรูปแบบของความบันเทิง สู่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย นอกจากนี้ เอดูเทนเมนต์ในโลกสมัยใหม่ ยังให้ความสำคัญกับ “กระบวนการทดสอบสาร” (Message testing) กับกลุ่มเป้าหมายก่อนการผลิตเผยแพร่จริง

3. ด้านวิธีการนำเสนอ เอดูเทนเมนต์จะให้ความสำคัญกับกระบวนการนำเสนอ “สาร” ที่เป็นสาระความรู้ให้สอดคล้องกับรสนิยม และรูปแบบการบริโภคของกลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนเน้นการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ “ช่องทาง” ที่เหมาะสมในการนำเสนอสารเอดูเทนเมนต์สู่กลุ่มเป้าหมาย และการศึกษาเปรียบเทียบวิธีการนำเสนอรูปแบบต่าง ๆ กับผลต่อการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มผู้บริโภค

อย่างไรก็ตาม การสร้างสรรค์งานเอดูเทนเมนต์ มิใช่จะดำเนินไปได้โดยปราศจากปัญหาอุปสรรค หรือจุดด้อยในด้านต่าง ๆ แต่ประการใด โดยจุดด้อยของเอดูเทนเมนต์ ประกอบด้วย

1. ด้านการลงทุน การสร้างสรรค์งานเอดูเทนเมนต์ให้มีคุณภาพสูง และเกิดผลสะท้อนได้จริง จำเป็นต้องอาศัยงบประมาณเบื้องต้นในด้านการลงทุนค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในด้านการวิจัยและพัฒนาผลงานเอดูเทนเมนต์ให้อยู่ในระดับที่สามารถแข่งขันกับรายการอื่น ๆ ในท้องตลาดได้

2. ด้านการบริหารจัดการ งานเอดูเทนเมนต์ยังจำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการแบบมืออาชีพเพื่อให้การประสานความร่วมมือของฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

3. ด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่ ในปัจจุบันยังไม่มีสูตรสำเร็จที่ชัดเจนเกี่ยวกับรายละเอียดในด้านกระบวนการผลิตและเผยแพร่งานเอดูเทนเมนต์ ข้อมูลต่าง ๆ ที่มีอยู่เป็นเพียงหลักการกว้าง ๆ ในเชิงภาพรวมเท่านั้น การผลิตผลงานให้มีคุณภาพ “คับแก้ว” และสามารถตอบสนองความสนใจและความต้องการของผู้บริโภคยังคงจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and development) เป็นตัวนำถึงแม้ว่า กระบวนการสร้างสรรค์งานเอดูเทนเมนต์ยังมีปัญหาและอุปสรรค แต่ Everett M. Rogers นักวิชาการด้านการสื่อสารและการพัฒนาได้คาดการณ์ว่า เอดูเทนเมนต์จะเป็น “เครื่องมือ” หลัก ประการสำคัญของศตวรรษที่ 21 สืบเนื่องจากเหตุผลสำคัญ 2 ประการ คือ

ประการแรก ได้แก่ กระแสความนิยมรายการเอดูเทนเมนต์ในหมู่ผู้กำหนดนโยบาย นักวิชาชีพ และนักวิชาการในกลุ่มประเทศลาตินอเมริกา แอฟริกา เอเชีย และสหรัฐอเมริกา โดยเราสามารถสังเกตเห็นการสนับสนุนของฝ่ายต่าง ๆ ในประเทศดังกล่าว ในการใช้เอดูเทนเมนต์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารกับประชาชนกลุ่มเป้าหมายกันอย่างกว้างขวาง และในขณะเดียวกัน ก็ได้มีการสนับสนุนให้ดำเนินการสรุปทเรียน พัฒนาองค์ความรู้ และประสานความร่วมมือกันทางด้านเทคนิค และวิชาการในระดับนานาชาติอย่างเป็นระบบ

ประการที่สอง ได้แก่ ความเชื่อมั่นที่ว่า เอดูเทนเมนต์เป็นเครื่องมือที่สามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของบุคคลทั่วไปในทิศทางที่พึงปรารถนาในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของสังคมต่อไป

แนวคิดเอดูเทนเมนต์ปรากฏอยู่ในรูปแบบของสื่อพื้นบ้านหลายประเภท ตัวอย่างเช่น นิทานพื้นบ้าน นิยายปรัมปรา นิทานอีสป บทกลอนกล่อมเด็ก ฯลฯ ในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทย โดยเอดูเทนเมนต์เหล่านั้น อาจนำเสนอเนื้อหาที่สะท้อนเรื่องราวของท้องถิ่นแบบเจาะลงไป หรืออาจสะท้อนเรื่องราวและมุมมองที่มีความเป็นสากลในด้านต่าง ๆ อาทิ ค่านิยม ความเชื่อ ศีลธรรม และประเพณีที่พึงประสงค์และนำเสนอผ่านเวทีการสื่อสารรูปแบบต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการยอมรับร่วมกันในหมู่สมาชิกของสังคม เกี่ยวกับวิถีคิด และพฤติกรรมที่เหมาะสม โดยไม่มีพรมแดนด้านระยะเวลา หรือระยะทางเป็นข้อจำกัด

อย่างไรก็ตาม เอดูเทนเมนต์ในอดีตและปัจจุบัน มีความแตกต่างกันในด้านการเลือกใช้เทคโนโลยีในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารสู่สมาชิกในสังคม กล่าวคือ บุคคลมักเลือกรูปแบบของสื่อสำหรับใช้ในการถ่ายทอดเอดูเทนเมนต์อย่างหลากหลายกันไปตามระดับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทัศนียภาพของผู้บริโภค และความเหมาะสมในแต่ละยุคสมัย อาทิ ในอดีต เอดูเทนเมนต์อาจถ่ายทอดผ่านการบอกเล่าด้วยปากต่อปากจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง ในขณะที่ในยุคสังคมข้อมูลข่าวสาร เอดูเทนเมนต์สามารถถ่ายทอดผ่านสื่อสมัยใหม่ที่มีหลายหลายมากมาย อาทิ โทรทัศน์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น



ภาพที่ 2.3 แบบจำลองด้านผลของเอ็ดดูเทนเมนต์

ด้านผลของเอดูเทนเมนต์ในระดับบุคคล ดังภาพนี้

จากแบบจำลองดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการพัฒนาการของ “ผล” ในระดับบุคคลประกอบด้วย

4 ขั้นตอน คือ

1. การเปิดรับสาร (Exposure) การเปิดรับสารเปรียบเสมือน “ประตูผ่านแรก” ที่จะนำบุคคลไปสู่การรับรู้สิ่งใหม่ ๆ ซึ่ง “สาร” ในที่นี้ได้แก่ งานเอดูเทนเมนต์ Singhal and Rogers (1999) เชื่อว่า เอดูเทนเมนต์จะไม่สามารถก่อให้เกิดผลที่ต้องการได้ หากบุคคลเป้าหมายหลีกเลี่ยงการเปิดรับสาร หรือปฏิเสธการบริโภคงานเอดูเทนเมนต์ เพราะการดำเนินการดังกล่าว จะส่งผลให้บุคคลหมดโอกาสที่จะได้เรียนรู้สาระและความรู้ต่าง ๆ ที่นำเสนอผ่านงานเอดูเทนเมนต์

โดยตัวแปรด้านการเปิดรับสารที่เป็นเงื่อนไขสำคัญต่อพัฒนาการของบุคคล ได้แก่

1.1 ความสนใจสื่อและสารของงานเอดูเทนเมนต์ โดยเราอาจตั้งข้อสันนิษฐานว่า ยิ่งบุคคลสนใจรูปแบบของสื่อ เรื่องราว และสาระความรู้ที่นำเสนอในงานเอดูเทนเมนต์มากเท่าไร ยิ่งจะทำให้งานเอดูเทนเมนต์มีโอกาสกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงมากเท่านั้น

1.2 ความสนใจแม่แบบ (Role Model) ที่นำเสนอในงานเอดูเทนเมนต์ ในที่นี้แม่แบบ อาจได้แก่ ดารา นักร้อง นักแสดง หรือผู้มีชื่อเสียงที่ทำหน้าที่เป็นพรีเซนเตอร์ให้กับงานเอดูเทนเมนต์ หรือบุคคลที่แสดงเป็นเล่นเป็นตัวละครในรายการเอดูเทนเมนต์ เป็นต้น

โดยเราอาจตั้งข้อสันนิษฐาน ภายใต้กรอบทฤษฎีด้านการเรียนรู้ทางสังคมว่า ยิ่งบุคคลเลือกที่จะสนใจบุคคลทำหน้าที่เป็นแม่แบบในสื่อเอดูเทนเมนต์มากเท่าไร ยิ่งทำให้สื่อเอดูเทนเมนต์ดังกล่าว มีโอกาสกระตุ้นการเปลี่ยนแปลงของบุคคลได้มากเท่านั้น

2. ปฏิกริยาของสมาชิกในสังคม เราอาจกล่าวได้ว่า ปฏิกริยาของบุคคลเป็นเงื่อนไขสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรมของบุคคล โดยปฏิกริยาที่มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง พฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลกับตนเอง และพฤติกรรมการสื่อสารของบุคคลกับผู้อื่น ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริง ซึ่งได้แก่ การที่บุคคลรู้สึก “อิน” กับผู้แนะนำเสนองานเอดูเทนเมนต์ หรือเรื่องราวต่าง ๆ ในงานเอดูเทนเมนต์ ราวกับว่า ตนคือบุคคลหนึ่งในเหตุการณ์นั้น หรือคนสนิทของบุคคลที่อยู่ในเหตุการณ์นั้น โดยปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงเป็นเสมือนเงื่อนไขประการสำคัญในการก้าวไปสู่พัฒนาการขั้นอื่น ๆ ซึ่งหากบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ไม่มีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับบุคคลในงานเอดูเทนเมนต์แล้ว โอกาสที่งานเอดูเทนเมนต์จะมีอิทธิพลกับบุคคลจะอยู่ในขอบเขตที่จำกัดมาก

Singhal และ Rogers (1999) แบ่งปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงของบุคคล เป็น 3 ด้าน คือ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงในเชิงความคิด ความรู้สึก และพฤติกรรม

2.1.1 ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงเชิงความคิด เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้สาระในงานเอดูเทนเมนต์ โดยผู้บริโภคมักมองเองว่า ความคิดของบุคคลที่เป็นแม่แบบในสื่อเอดูเทนเมนต์น่าสนใจ หรือใกล้เคียงกับความคิดของตน ราวกับว่าตนเคยฟัง หรือเคยพูดคุยกับบุคคลนั้นมาก่อนการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงใจทางความคิดดังกล่าวอาจเกิดขึ้นในขณะที่

ผู้บริโภครู้สึกสนใจข้อมูลข่าวสาร หรือตีความข้อคิดเห็นของบุคคลที่เป็นแม่แบบในงานเอดูเทนเมนต์ ตลอดจนเกิดการคิดทบทวนด้านเนื้อหาเชิงความรู้สึกซึ่งแม่แบบนำเสนอผ่านงานเอดูเทนเมนต์

2.1.2 ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงเชิงความรู้สึก ได้แก่ การที่ผู้บริโภครู้สึกว่าตนเองเป็นเสมือนแม่แบบดังกล่าว หรือตนเองเคยรู้จัก สนิทสนม หรือคุ้นเคยกับแม่แบบดังกล่าว อันส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมไปกับบุคคลที่เป็นแม่แบบในงานเอดูเทนเมนต์

2.1.3 ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงเชิงพฤติกรรม ได้แก่ระดับที่ผู้บริโภครู้สึกว่าตนเองสามารถพูดคุย หรือทำความเข้าใจกับบุคคลที่เป็นแม่แบบในงานเอดูเทนเมนต์ได้

2.2 พฤติกรรมการสื่อสารกับตนเอง ภายหลังจากเปิดรับงานเอดูเทนเมนต์ บุคคลมักจะสื่อสารกับตนเองในด้านต่างๆ คือ

2.2.1 การพิจารณาศักยภาพของตนเอง (Individual self-efficacy) ในการกระทำพฤติกรรมที่เหมาะสมเช่นเดียวกับแม่แบบในงานเอดูเทนเมนต์ โดยพฤติกรรมดังกล่าวมักเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงในเชิงความคิด

2.2.2 การรู้สึกที่ตนเองเป็นเสมือนตัวละครหรือตัวแม่แบบ (Identification with characters of role-modeling) และรู้สึกที่ตนควรเลียนแบบพฤติกรรมของตัวละคร โดยพฤติกรรมดังกล่าวมักเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในเชิงความรู้สึก

2.3 พฤติกรรมการสื่อสาร ระหว่างตนเองกับผู้อื่นโดยหลังจากที่บุคคลมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมถึงความจริงกับตัวละคร หรือแม่แบบในละคร บุคคลมักจะพูดคุย ติดต่อกับแลกเปลี่ยนข้อมูล และข้อคิดกับบุคคล หรือกลุ่มบุคคลอื่น ๆ ในสังคมเกี่ยวกับประเด็นปัญหา หรือสาระความรู้ ตลอดจนเรื่องราวต่างๆ ที่ได้รับจากงานเอดูเทนเมนต์ ทั้งในบรรยากาศตัวต่อตัว และการพูดคุยเป็นกลุ่ม เป็นต้น

การสื่อสารกับผู้อื่น อาจปรากฏในรูปของการที่บุคคลพยายามหาโอกาสพูดคุยและแลกเปลี่ยนความคิดกับบุคคลอื่น ๆ ในสังคม โดยเราเชื่อว่าการสื่อสารในรูปแบบการเจรจาหารือ (dialogue) ดังกล่าว เป็นสิ่งสำคัญต่อการก้าวไปสู่การเปลี่ยนแปลงในระดับถัดไป เนื่องจากการดำเนินดังกล่าว จะช่วยเปิดโอกาสให้บุคคลได้ไตร่ตรองประเด็นปัญหาอย่างถี่ถ้วนและช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปในทางที่พึงปรารถนาของสังคมในที่สุด

Singhal และ Rogers เรียกปฏิภิกิริยาของสมาชิกในสังคม ในรูปแบบดังกล่าวข้างต้นว่าเป็นการเข้ามามีส่วนร่วมกับงานเอดูเทนเมนต์ในเชิงอ้างอิง (referential involvement) ซึ่งหมายถึงการพิจารณาไตร่ตรองเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างตนและเรื่องราวต่าง ๆ ที่ปรากฏในสื่อเอดูเทนเมนต์นั่นเอง



3. ศักยภาพของกลุ่ม (collective efficacy) โดยบุคคลจะพิจารณาศักยภาพของกลุ่มตน และกลุ่มอื่น ๆ ในสังคมในด้านต่าง ๆ อาทิ ความสอดคล้องระหว่างมาตรฐาน หรือบรรทัดฐานทางสังคมในกลุ่มตน และกลุ่มอื่น ๆ ในสังคม กับสาระความรู้หรือพฤติกรรมที่พึงประสงค์ ซึ่งนำเสนอผ่านสื่อเอดูเมนต์

กระบวนการพิจารณาศักยภาพของกลุ่ม จะสะท้อนให้เห็นถึงองค์ประกอบบางประการของทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม (Social Learning) ต่อพฤติกรรมของบุคคล กล่าวคือการเล็งเห็นศักยภาพของกลุ่มจะเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ในกรณีที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องกับประเด็นที่นำเสนอผ่านสื่อเอดูเทนเมนต์ อาทิ

- บุคคลได้สังเกตการณ์จัดการปัญหาของบุคคลอื่นในงานเอดูเทนเมนต์
- บุคคลได้มีโอกาสสนทนา และแลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับปัญหาสังคมที่บุคคลทั่วไปกำลังเผชิญอยู่ โดยเฉพาะในปัญหาที่เน้นหนักในงานเอดูเทนเมนต์
- บุคคลได้มีโอกาสพิจารณาร่วมกันกับบุคคลอื่น เกี่ยวกับวิธีทางเผชิญปัญหา หรือแก้ไขปัญหา
- บุคคลได้นำข้อคิด หรือทางออกต่าง ๆ ที่ได้นำเสนอในสื่อเอดูเทนเมนต์มาเปรียบเทียบกับบรรทัดฐานทางสังคม (Social norms) และการยอมรับต่อข้อคิด หรือทางออกของสมาชิกอื่น ๆ ในสังคม

4. ผลของเอดูเทนเมนต์ โดยผลของเอดูเทนเมนต์ในระยะยาวอาจได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของสังคม อย่างไรก็ตามการก้าวไปถึงผลดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการเปลี่ยนแปลงทั้งระบบความคิด และระบบพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม

ข้อมูลจากการวิจัยของ Papa et al. (1998) และ Singhal & Rogers (1999) พบว่าเอดูเทนเมนต์ สามารถก่อให้เกิดผลได้จริง 4 ประการ กล่าวคือ

4.1 การพิจารณาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (consideration of behavior change) กระบวนการนี้ สามารถเห็นได้ชัดเจนภายหลังจากที่เอดูเทนเมนต์ได้รับการเผยแพร่สู่สมาชิกในสังคม โดยกลุ่มบุคคลดังกล่าวมักจะมีการพูดคุยกันเกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการปฏิบัติตามข้อเสนอของเอดูเทนเมนต์

4.2 การคิดในเชิงแย้ง (Paradoxical thinking) โดยสมาชิกในสังคม มักใช้เวลาส่วนหนึ่งในการพินิจพิจารณาเกี่ยวกับประเด็นปัญหา ทางออก ทางเลือกที่นำเสนอในงานเอดูเทนเมนต์ ตลอดจนทางเลือกอื่นๆ โดยเฉพาะทางเลือกที่อาจขัดแย้งกับข้อเสนอในเอดูเทนเมนต์

4.3 การลองทำพฤติกรรมในเชิงแย้งกับข้อเสนอในงานเอดูเทนเมนต์ (contradictory behavior) นอกเหนือจากการคิดเชิงแย้งแล้ว บุคคลจำนวนหนึ่งอาจลุกขึ้นมาลองทำพฤติกรรมในเชิง

แย้งกับข้อเสนอในเอดูเทนเมนต์ เพื่อท้าทาย หรือพิสูจน์ความเหมาะสม ตลอดจนเป็นแนวทางในการ ชั่งน้ำหนักผลดีและผลเสียที่เกิดขึ้น เป็นต้น

4.4 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ได้แก่ การที่บุคคลจะลุกขึ้นมาเอาจริง ทำจริงหรือ ที่เรียกว่า “ยอม” ทำพฤติกรรมใหม่ ซึ่งเป็นเสมือนเป้าหมายสำหรับเอดูเทนเมนต์ อย่างไรก็ตามใน สภาพความจริงอาจมีเพียงบุคคลจำนวนน้อย หรือเพียงบางคนเท่านั้น ที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ไปในแนวทางที่ได้รับการนำเสนอไว้

ปาริชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล (2543, น. 286) ได้อธิบายเปรียบเทียบหลักการของ เอดูเทนเมนต์กับหน้าที่ของอาหารไว้ว่า

... หากเปรียบเทียบ สารความรู้ ในรูปแบบต่าง ๆ ข้างต้น กับ อาหาร เราคงปฏิเสธ ไม่ได้ว่า สารความรู้เป็นเสมือนอาหารสำคัญที่บำรุง สมอง ของคนเรา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสารความรู้เป็นอาหารที่มีคุณค่า มีประโยชน์ต่อสติปัญญา และช่วยให้บุคคลก้าวทัน กับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตาม อาหารบำรุงสมอง เหล่านั้น ก็เป็นอาหารที่มีต้นทุนการผลิตต่อหน่วยสูง ในขณะที่มีกลุ่มผู้สนับสนุน การดำเนินงาน และกลุ่มผู้บริโภคอยู่ในวงค่อนข้างจำกัด

...ยิ่งไปกว่านั้น บางครั้งเราก็อาจรู้สึก ว่า อาหารบำรุงสมองที่เต็มไปด้วยสารความรู้ นั้น มีรสชาติเลี่ยน มีเนื้อเรื้อน่าเบื่อ หรือมีวิธีการนำเสนอไม่น่าสนใจ ไม่ดึงดูดใจ และเต็มไปด้วยเรื่องราวที่ซีเรียสจริงจัง อันทำให้ผู้บริโภครู้สึกเครียด และลังเลในการตัดสินใจ บริโภคสารความรู้เหล่านั้น

การศึกษาเรื่องเอดูเทนเมนต์ยังเป็นเครื่องมือ ที่กำลังได้รับความสนใจจากฝ่ายต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องและกำลังเรื่องที่มาแรง เนื่องจากเอดูเทนเมนต์เป็นการผนวกพลัง “ความรู้” และ “ความบันเทิง” เข้าด้วยกัน อันก่อให้เกิด “พลังทวีคูณ” ของสื่อมวลชน และเทคโนโลยีการสื่อสารใน ยุคโลกาภิวัตน์ ในฐานะกลไกหลักทางสังคม เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับการเปลี่ยนแปลงสังคม ไปในทางที่ดีขึ้น หลังจากบุคคลกลุ่มต่าง ๆ เคยท้อถอยกันไปกับข้อค้นพบในศตวรรษที่ 70 ว่า สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อบุคคลได้เพียงแคระดับจำกัดเท่านั้น (Limited effect)

ดังนั้น เอดูเทนเมนต์ ก็คือ เครื่องมือที่เชื่อมประสานโลกบันเทิงและโลกสารความรู้เข้า ด้วยกัน โดยดึงเอกลักษณ์ด้านความสนุกสนาน ความมีชีวิตชีวา อันเป็นเอกลักษณ์ของความบันเทิง เพื่อใช้ในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสาร สู่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้เขาได้มีชีวิตความเป็นอยู่อย่าง ปลอดภัย มีสุขภาพแข็งแรง และมีความสุข เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น เราอาจสรุปได้ว่า กลยุทธ์เอดูเทนเมนต์เป็นเสมือนทางเลือกหนึ่ง ในการนำประโยชน์จากสื่อบันเทิงในโลกธุรกิจมาผนวกเข้ากับสารความรู้ทางสังคม ประเด็นปัญหา และทางออก ภายใต้กระบวนการจัดการอย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่เป้าหมายร่วมกันของฝ่ายต่าง ๆ

ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคธุรกิจ ผู้ประกอบอุตสาหกรรมบันเทิง นักพัฒนา และประชาชน ในอันที่จะหันหน้ามาร่วมมือกันสร้างสรรค์สังคมในอนาคตให้ดีกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

ตัวอย่างเช่นในการบริหารงานของคลื่นความถี่ เอฟเอ็ม 95.5 มช. ที่นำสาระและความรู้ เรื่องอาเซียนมาผนวกเข้ากับการจัดรายการวิทยุ อันได้แก่รายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียน รายการ เพลงปกติ และรายการอาเซียนโฟกัส ซึ่งรายการแต่ละประเภทจะสะท้อนถึงความรู้ของการจัดตั้ง ประชาคมอาเซียนตลอดจนเนื้อหาทางด้าน 3 เสาหลัก คือ ด้านการเมืองการปกครอง ด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคมวัฒนธรรม ในการผลิตรายการรูปแบบสาระและบันเทิงอาจจะช่วยให้การหยิบยก ประเด็นเรื่องอาเซียนในสังคมไทยถูกพูดถึงและมีพื้นที่ในสังคมของกลุ่มคนฟังที่มากขึ้น เนื่องมาจาก คลื่นความถี่ เอฟเอ็ม 95.5 มช. ได้รับคำสั่งให้เปลี่ยนแปลงการบริหารคลื่นจากเจ้าของคลื่นเดิมคือ กรมประชาสัมพันธ์ ตามยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ในการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ ประชาชนเพื่อเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนปี 2558

ฉะนั้น คลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 ซึ่งเป็นคลื่นของภาครัฐแต่ร่วมผลิตกับบริษัทเอกชน ซึ่งเป็นคลื่นเพลงที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่นและคนทำงานเป็นหลัก ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหาอาเซียน จึงได้มีการปรับให้เหมาะสมกับการผลิตรายการเพื่อกลุ่มเป้าหมาย กลยุทธ์ของเอดูเทนเมนต์จึงมีความ น่าสนใจที่จะนำมาใช้เป็นกรอบวิเคราะห์การนำเสนอรูปแบบและเนื้อหาของรายการต่าง ๆ ใน “คลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย” ได้อย่างเหมาะสมเพื่อให้เยาวชนตระหนักถึงความสำคัญ และสนใจประชาคมอาเซียนอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

## 2.4 แนวคิดเรื่องอาเซียน

ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบไปด้วยประเทศที่มีความแตกต่างกันในด้าน ขนาดพื้นที่ ประชากร เชื้อชาติ ภาษา ประวัติความเป็นมา สังคมวัฒนธรรม ระดับการพัฒนา เศรษฐกิจ ฯลฯ ในบางครั้งความแตกต่างดังกล่าวนำมาซึ่งปัญหาความขัดแย้งระหว่างประเทศใน ภูมิภาค เช่น ปัญหาชายแดนระหว่างประเทศกัมพูชากับประเทศไทย ปัญหาความสัมพันธ์ของกลุ่ม ชาติพันธุ์ในประเทศมาเลเซีย เป็นต้น ความขัดแย้งดังกล่าวแม้จะเกิดขึ้นจากชนเพียงไม่กี่กลุ่มในสังคม แต่จุดร่วมของสังคมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีเหมือนกันทั้งหมด คือ ลักษณะการมองประเทศเพื่อน บ้านด้วยการใช้ประเทศตนเองเป็นศูนย์กลางก่อให้เกิดความรู้สึกที่เหนือกว่าชาติอื่นอันได้แก่เรื่อง เศรษฐกิจ เป็นต้น อุดมการณ์เหล่านี้ถูกกล่อมเกลามาทางสังคม และมีสถาบันสื่อสารมวลชนทำหน้าที่ ผลิตซ้ำอุดมการณ์เรื่อยมาด้วยสาเหตุดังกล่าวเป็นที่มาของปัญหาความเหลื่อมล้ำและความทรงจำที่ไม่ ดีต่อกันตั้งแต่อดีตกระทั่งปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม เมื่อสงครามระหว่างประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้มีความเชื่อมโยงกันมากขึ้น ทำให้ข้อมูลข่าวสารจากประเทศหนึ่งสามารถกระทบต่อประเทศอื่น ๆ ได้อย่างรวดเร็ว จึงมีความจำเป็นที่ภูมิภาคแห่งนี้จะต้องหาวิธีการสร้างความเข้าใจเพื่อให้ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างสันติ และปราศจากความขัดแย้ง

การจัดตั้งองค์การความร่วมมือในภูมิภาค เป็นอีกหนึ่งวิธีการที่จะช่วยขจัดปัญหาได้ องค์การความร่วมมือดังกล่าวนี้ ได้จัดตั้งขึ้นและมีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการจากประเทศสมาชิกว่า สมาคมประชาชาติเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations) หรือ อาเซียน (ASEAN) องค์การแห่งนี้กำเนิดขึ้นในวันที่ 8 สิงหาคม 2510 โดยมีประเทศสมาชิกเริ่มแรก 5 ประเทศ คือ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ต่อมา บรูไน ดารุสซาลามได้เข้าร่วมเป็นสมาชิก ในวันที่ 8 มกราคม 2527 เวียดนามได้เข้าร่วมเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2538 ลาวและพม่าเข้าร่วมเมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2540 และกัมพูชาเมื่อวันที่ 30 เมษายน 2542 โดยตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา อาจกล่าวได้ว่าอาเซียนประสบความสำเร็จ โดยอาเซียนถือว่าเป็นองค์การความร่วมมือของประเทศกำลังพัฒนาที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดองค์การหนึ่งในโลก องค์การนี้มีหน้าที่หลักคือ แก้ไขและป้องกันไม่ให้ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นพัฒนาเป็นความรุนแรง รวมทั้งส่งเสริมความไว้วางใจและความร่วมมือระหว่างกันเพื่อลดอคติที่เกิดจากความไม่เข้าใจในอดีตให้น้อยลง

ในฐานะที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในห้าของประเทศสมาชิกก่อตั้ง และเป็นจุดกำเนิดขององค์การความร่วมมือแห่งนี้ ประเทศไทยมีบทบาทอย่างแข็งขันในกิจกรรมของอาเซียนตลอดมา รวมทั้งยังมีส่วนผลักดันให้อาเซียนมีโครงการความร่วมมือในด้านต่าง ๆ อาทิ การจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน ASEAN Regional Forum สนธิสัญญาเขตปลอดอาวุธนิวเคลียร์ ฯลฯ นอกจากนี้อาเซียนก็มีความสำคัญต่อประเทศไทย โดยนอกจากจะสร้างพันธมิตรและความเป็นปึกแผ่น ตลอดจนเสถียรภาพและสันติภาพในภูมิภาคแล้ว ยังช่วยเพิ่มอำนาจต่อรองในการเจรจาระหว่างประเทศ และร่วมมือกันในการแก้ไขปัญหาข้ามชาติ นอกจากนี้ ความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจของอาเซียน ได้เปิดโอกาสให้มีการขยายตัวทางด้านการค้าและการลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งนำผลดีมาสู่เศรษฐกิจของประเทศไทย

งานวิจัยเล่มนี้จึงเกิดขึ้นในบริบทข้างต้นโดยต้องการจะนำเสนอบทบาทของส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ในการบริหารงานด้านอาเซียน และแนวความคิดในการปรับปรุงการปฏิบัติงาน ในการเตรียมความพร้อมของข้าราชการ ลูกจ้างและผู้ปฏิบัติงานในสถานีวิทยุกระจายเสียงประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ รวมถึงบริษัทยูแอนด์ไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ในฐานะบริษัทร่วมผลิตที่ผลิตรายการใน สวท. คลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มช. เพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียนให้เป็นผู้ที่มีความรู้ทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมืองและสังคมวัฒนธรรมของกลุ่มประเทศอาเซียนและเท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อที่จะได้สื่อสารข้อมูลไปสู่ผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ผู้มีส่วนในการกำหนดนโยบายจึงมีส่วนสำคัญในการ

วางแผนการทำงานให้ระบบมีความสมดุลและมีความก้าวหน้าอย่างมั่นคง ตามที่ได้กล่าวมาแล้ว บทบาทของกรมประชาสัมพันธ์ต่อการบริหารงานเรื่องอาเซียนจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อนโยบายการบริหารงานด้านสื่อสารมวลชนในสังคมไทย

### **ประเทศไทยกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558**

รัฐบาลไทยมีจุดมุ่งหมายในการนำประเทศไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 อย่างสมบูรณ์ โดยสร้างความพร้อมและความเข้มแข็ง ทั้งทางด้านการเมืองความมั่นคง ด้านเศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม โดยเร่งนโยบายเร่งด่วนที่จะเริ่มดำเนินการในปีแรกยังรวมถึงการเร่งดำเนินการในปีแรกยังรวมถึงการเร่งดำเนินการในข้อผูกพันในการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 ทั้งในสามมิติดังกล่าว ตลอดจนการเชื่อมโยงเส้นทางคมนาคมขนส่งภายในและภายนอกภูมิภาค นอกจากนี้ยังมีนโยบายด้านเศรษฐกิจและสังคมอีกหลายประการเพื่อรองรับการเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน

#### **กลไกในการดำเนินงานระดับชาติ**

(1) คณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ ซึ่งมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเป็นประธาน เป็นกลไกตัดสินใจและประสานงานระดับนโยบายเพื่อบูรณาการดำเนินการของหน่วยงานไทยและเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 อย่างเป็นเอกภาพและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ได้มีการจัดตั้งคณะอนุกรรมการว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันอาเซียนเพื่อประสานงานและติดตามให้มีการดำเนินการตามแผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกันอาเซียนที่สอดคล้องกับผลประโยชน์ของไทยและคณะอนุกรรมการประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีอธิบดีกรมประชาสัมพันธ์เป็นประธาน เพื่อบูรณาการงานการเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจและการสร้างความตระหนักรู้เรื่องอาเซียนแก่ทุกภาคส่วนของสังคม เพื่อให้ประชาชนไทยมีส่วนร่วมกับการสร้างประชาคมอาเซียนและสามารถใช้โอกาสจากประชาคมอาเซียนได้อย่างเต็มที่

(2) คณะกรรมการ / อนุกรรมการสำหรับการดำเนินการตามแผนงานการจัดตั้งประชาคมอาเซียนในแต่ละเสา โดยหน่วยงานที่เป็นผู้ประสานงานหลักของแต่ละเสาเป็นประธาน ได้แก่ กระทรวงการต่างประเทศ-เสาการเมืองและความมั่นคง กระทรวงพาณิชย์-เสาเศรษฐกิจ และกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์-เสาสังคมวัฒนธรรม

(3) สำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติ จัดตั้งขึ้นตามข้อ 13 ของกฎบัตรอาเซียน โดยมีกรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศทำหน้าที่ดังกล่าว เพื่อเป็นผู้ประสานงานกลางแห่งชาติในเรื่องการอนุมัติข้อตัดสินใจของอาเซียนและเตรียมการระดับชาติของการประชุมอาเซียน รวมทั้งให้มีส่วนร่วมในการสร้างประชาคมอาเซียนและเก็บรักษาข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับอาเซียน

#### **แนวทางการดำเนินงานเพื่อสร้างประชาคม**

ประเด็นความร่วมมือสำคัญที่ไทยผลักดันและมีความเร่งด่วนสำหรับการสร้างประชาคมอาเซียนที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง และมีประชาชนเป็นศูนย์กลางภายในปี 2558

- **ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ** เพื่อสร้างตลาดและฐานการผลิตเดียว สำหรับประชากร 600 ล้านคนในอาเซียน โดยให้มีการไหลเวียนอย่างเสรีสำหรับสินค้า บริการ การลงทุนและบุคลากร วิชาชีพต่าง ๆ และมีการไหลเวียนอย่างเสรียิ่งขึ้นสำหรับเงินทุน

- **การเสริมสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกัน** ในอาเซียน (ASEAN Connectivity) ตามแผนแม่บทว่าด้วยความเชื่อมโยงระหว่างกัน

ในอาเซียน (ASEAN Master Plan on ASEAN Connectivity) ในปี 2558 เพื่อเป็นกรอบในการร่วมมือในการสร้างความเชื่อมโยงระหว่างกัน

ใน 3 มิติ คือ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านกฎระเบียบ และด้านประชาชน โดยความเชื่อมโยงดังกล่าวจะเน้นอาเซียน

ในเบื้องต้น และจะเป็นพื้นฐานในการเชื่อมโยงไปภูมิภาคต่าง ๆ อาทิ เอเชียตะวันออก เอเชียใต้ และอื่น ๆ ต่อไป

- **การบริหารจัดการภัยพิบัติ** ในการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 19 ที่สาธารณรัฐอินโดนีเซีย ได้มีการลงนามความตกลงเพื่อเริ่มดำเนินการศูนย์ประสานงานอาเซียนเพื่อให้ความช่วยเหลือด้านมนุษยธรรม หรือ AHA Center ขึ้นที่กรุงจาการ์ตา อินโดนีเซีย เพื่อทำหน้าที่ประสานความช่วยเหลือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนและความช่วยเหลือจากนอกภูมิภาคกรณีภัยพิบัติ

นอกจากนี้ไทยได้เป็นผู้ริเริ่มให้มีการออกแถลงการณ์ว่าด้วยความร่วมมือในด้านการป้องกัน อนุรักษ์ การลดผลกระทบ การบรรเทา การฟื้นฟู และการบูรณาการ (ASEAN Leader's Statement on Cooperation in flood Prevention, Migration, Relief, Recovery and Rehabilitation) ซึ่งนับเป็นครั้งแรกที่อาเซียนกำหนดความร่วมมือ ด้านการบริหารจัดการน้ำและการฟื้นฟูและบูรณะหลังภัยพิบัติอย่างชัดเจน

- **การรักษาความเป็นศูนย์กลางของอาเซียน** ในโครงสร้างสถาปัตยกรรมในภูมิภาค เพื่อให้อาเซียนเป็นผู้ขับเคลื่อนกรอบความร่วมมือต่าง ๆ ในภูมิภาค ได้แก่ ASEAN + 1, ASEAN + 3, ASEAN Regional Forum (ARF) และ East Asia Summit (EAS) ซึ่งสหรัฐฯ และรัสเซียเข้าร่วมประชุม EAS เป็นครั้งแรกเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2554 โดยมีโครงการสำคัญ เช่น เส้นทางรถไฟ

คุนหมิง-สิงคโปร์ และการก่อสร้างท่าเรือน้ำลึกทวายในประเทศพม่า เป็นต้น นอกจากนี้ไทยส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลงเขตการค้าเสรี (FTA) ต่าง ๆ ที่อาเซียนมีกับ 6 ประเทศคู่เจรจา (จีน ญี่ปุ่น สาธารณรัฐเกาหลี อินเดีย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์)

- **การเพิ่มบทบาทของอาเซียนในเวทีโลก** อาเซียนมีส่วนร่วมในการประชุม G20 อย่างต่อเนื่อง และมีการประชุมระหว่างผู้นำอาเซียนกับเลขาธิการสหประชาชาติอย่างสม่ำเสมอ

รวมทั้งได้จัดทำความเป็นหุ้นส่วนรอบด้านกับสหประชาชาติ (ASEAN-UN Comprehensive Partnership) โดยส่งเสริมความร่วมมือในประเด็นที่มีผลประโยชน์ร่วมกัน เช่น การปฏิบัติการรักษาสันติภาพ การบริหารจัดการภัยพิบัติ และการส่งเสริมความมั่นคงทางทะเล เป็นต้น

### การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยสู่การเป็นประชาคมอาเซียน

- **การเตรียมความพร้อมของภาครัฐ** การพัฒนาศักยภาพข้าราชการทั้งทางด้านการทำงานในเวทีระหว่างประเทศ และทักษะภาษาอังกฤษและภาษาเพื่อนบ้าน รวมทั้งการดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับพันธกรณีของไทยภายใต้กรอบอาเซียนทั้งสามเสา
- **การเตรียมความพร้อมของภาคประชาชน** โดยการสร้างความตระหนักรู้และให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างประชาคมอาเซียนผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ตัวอย่างเช่นในส่วนของงานของกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งกำหนดให้คลื่น FM 95.5 เป็นคลื่นสาระและความรู้เกี่ยวกับอาเซียน ดังที่กล่าวไปแล้วในข้างต้น ตลอดจนการร่วมสัมมนากับทางภาครัฐและเอกชนที่เผยแพร่ความรู้เรื่องอาเซียน เป็นต้น
- **การเตรียมความพร้อมของภาคเอกชน** โดยพัฒนาศักยภาพของภาคเอกชนให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน และสามารถใช้ออกสจากจากการเปิดตลาดเสรีอาเซียนได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการจัดทำยุทธศาสตร์เพื่อลดทอนผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับภาคธุรกิจไทย โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

#### 2.4.1 ความเป็นมาของอาเซียน

สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations หรือ ASEAN) ก่อตั้งขึ้นโดยปฏิญญากรุงเทพ (The Bangkok Declaration) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม 2510 โดยการริเริ่มของสมาชิกผู้ก่อตั้ง 5 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย ซึ่งผู้แทนทั้ง 5 ประเทศ ประกอบด้วย นายอาดัมมาลิก (รัฐมนตรีต่างประเทศอินโดนีเซีย) ตุน อับดุล ราซิก บิน ฮุสเซน (รองนายกรัฐมนตรีกัวลาลัมเปอร์และรัฐมนตรีกระทรวงพัฒนาการแห่งชาติมาเลเซีย) นายซีโซ รามอส (รัฐมนตรีต่างประเทศฟิลิปปินส์) นายเอส ราซาร์ตัม (รัฐมนตรีต่างประเทศสิงคโปร์) และพันเอก (พิเศษ) ถนัด คอมันตร์ (รัฐมนตรีต่างประเทศไทย) ในเวลาต่อมา ได้มีประเทศต่าง ๆ เข้าเป็นสมาชิกเพิ่มเติม ได้แก่ บรูไนดารุสซาลาม (เป็นสมาชิกเมื่อ 7 กรกฎาคม 2527) เวียดนาม (วันที่ 28 กรกฎาคม 2538) ลาว และพม่า (วันที่ 23 กรกฎาคม 2540) และกัมพูชา (เมื่อวันที่ 30 เมษายน 2542) ตามลำดับ จากการรับกัมพูชาเข้าเป็นสมาชิกทำให้อาเซียนมีสมาชิก 10 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อาเซียนก่อตั้งขึ้นเพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนในด้านการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม วิทยาศาสตร์ การเกษตร อุตสาหกรรม การคมนาคม รวมทั้งการยกระดับรายได้ความเป็นอยู่ของประชาชน เพื่อวางรากฐานความรุ่งเรืองให้กับอาเซียน (ประภัสสร เทพชาตรี, 2555, น. 6)

สัญลักษณ์ของอาเซียน คือ รูปวงข้าวสีเหลืองบนพื้นสีแดงล้อมรอบด้วยวงกลมสีขาวและสี น้ำเงิน วงข้าว 10 ต้น หมายถึงประเทศสมาชิก 10 ประเทศ สีเหลืองหมายถึงความเจริญรุ่งเรือง สีแดงหมายถึง ความกล้าหาญ สีขาวหมายถึงความบริสุทธิ์ และสีน้ำเงิน หมายถึงสันติภาพและความมั่นคง

นโยบายการดำเนินงานของอาเซียนจะเป็นผลจากการประชุมหารือในระดับหัวหน้ารัฐบาล ระดับรัฐมนตรี และเจ้าหน้าที่อาวุโสอาเซียน ทั้งนี้การประชุมสุดยอดอาเซียน (ASEAN Summit) หรือ การประชุมของผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นการประชุมระดับสูงสุดเพื่อกำหนดแนวนโยบายในภาพรวมและเป็นโอกาสที่ประเทศสมาชิกจะได้ร่วมกันประกาศเป้าหมายและแผนงานของอาเซียนในระยะยาวซึ่งจะปรากฏเป็นเอกสารในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ แผนปฏิบัติการ (Action Plan) แถลงการณ์ร่วม (Joint Declaration) ปฏิญญา (Declaration) ความตกลง (Agreement) หรืออนุสัญญา (Convention) ส่วนการประชุมในระดับรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่อาวุโสจะเป็นการประชุมเพื่อพิจารณาทั้งนโยบายในภาพรวมและนโยบายเฉพาะด้าน

ด้านการเมืองและความมั่นคง อาเซียนได้จัดทำปฏิญญากำหนดให้ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นเขตแห่งสันติภาพ เสรีภาพและความเป็นกลาง (Zone Peace, Freedom and Neutrality - ZOPFAN) ในปี 2513 จัดทำสนธิสัญญามิตรภาพและความร่วมมือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Treaty of Amity and Cooperation in Southeast Asia – TAC) ในปี 2519 และจัดทำสนธิสัญญาเขตปลอดอาวุธนิวเคลียร์ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Treaty on the Southeast Asian Nuclear Weapon-Free Zone - SEANWFZ) ในปี 2538 รวมทั้งได้ริเริ่มการประชุมอาเซียนว่าด้วยความร่วมมือด้านการเมืองและความมั่นคงในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก (ASEAN Regional Forum - ARF) ซึ่งไทยเป็นเจ้าภาพจัดการประชุมระดับรัฐมนตรีครั้งแรกเมื่อปี 2537

ด้านเศรษฐกิจ อาเซียนได้ลงนามจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN Free Trade Area - AFTA) ในปี 2535 เพื่อลดภาษีศุลกากรระหว่างกันเพื่อช่วยส่งเสริมการค้าภายในอาเซียนให้มีปริมาณเพิ่มขึ้น ลดต้นทุนการผลิตสินค้า และดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ (กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ, ม.ป.ป., น. 10) กับทั้งได้ขยายความร่วมมือด้านเศรษฐกิจเพิ่มเติมเพื่อให้การรวมตัวทางเศรษฐกิจสมบูรณ์และมีทิศทางชัดเจนด้วยการจัดตั้งเขตลงทุนอาเซียน (ASEAN Investment Area -AIA) ด้านสังคม อาเซียนมีความร่วมมือเฉพาะด้าน (Functional cooperation) ในประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ครอบคลุมในหลายด้าน เพื่อให้ประชาชนมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีและมีการพัฒนาในทุกด้านเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต

หน่วยงานที่ทำหน้าที่ประสานงานและติดตามผลการดำเนินงานในกรอบอาเซียนประกอบด้วย 1) สำนักงานเลขาธิการอาเซียน (ASEAN Secretariat) ที่กรุงจาการ์ตา ประเทศอินโดนีเซีย เป็นศูนย์กลางในการติดต่อระหว่างประเทศสมาชิก โดยมีเลขาธิการอาเซียน (Secretary-General of



ASEAN) เป็นหัวหน้าสำนักงาน ที่ผ่านมามีผู้แทนจากประเทศไทยดำรงตำแหน่งเลขาธิการอาเซียนแล้ว 2 คน คือ ฯพณฯ แผน วรณเมธี ระหว่างปี 2527-2529 ดร.สุรินทร์ พิศสุวรรณ ระหว่างปี 2551-2555

2) สำนักงานเลขาธิการแห่งชาติ หรือ ASEAN National Secretariat เป็นหน่วยงานระดับกรมในกระทรวงการต่างประเทศของประเทศสมาชิกอาเซียน มีหน้าที่ประสานกิจการอาเซียนและติดตามผลการดำเนินงานในประเทศนั้น 3) สำหรับประเทศไทยหน่วยงานที่รับผิดชอบ คือ กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศและคณะกรรมการผู้แทนถาวรประจำอาเซียน (Committee of Permanent Representatives - CPR) ซึ่งประกอบด้วยผู้แทนระดับเอกอัครราชทูตที่ได้รับการแต่งตั้งมาจากประเทศสมาชิก โดยมีภารกิจในการสนับสนุนการทำงานของคณะมนตรีประชาคมอาเซียนและองค์กรระดับรัฐมนตรีอาเซียนเฉพาะสาขา รวมทั้งประสานงานกับสำนักงานเลขาธิการอาเซียนและสำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติ ตลอดจนดูแลความร่วมมือของอาเซียนกับหุ้นส่วนภายนอก ประเทศไทยได้แต่งตั้งเอกอัครราชทูตผู้แทนถาวรประจำอาเซียนและมีคณะผู้แทนถาวรไทยประจำอาเซียน ณ กรุงจาการ์ตา

ท่ามกลางกระแสโลกาภิวัตน์ เต็มไปด้วยความท้าทาย ทำให้โลกเปลี่ยนแปลงในลักษณะที่มีการแข่งขันกันสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประเทศสมาชิกเห็นพ้องต้องกันที่จะกระชับความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาศักยภาพในการร่วมมือแก้ปัญหาและ ความท้าทายตลอดจนเพื่อสร้างความแข็งแกร่งและอำนาจการต่อรองให้กับประเทศสมาชิกอาเซียน ดังนั้นผู้นำอาเซียนจึงได้ลงนามร่วมกันในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมือในอาเซียน ฉบับที่ 2 (Declaration of ASEAN Concord II หรือ Bali Concord II) เพื่อประกาศจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ภายในปี 2563 (ค.ศ. 2020) โดยการสนับสนุนการรวมตัวและความร่วมมืออย่างรอบด้าน โดยในด้านการเมือง ให้จัดตั้ง “ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน” หรือ ASEAN Political- Security Community (APSC) ด้านเศรษฐกิจให้จัดตั้ง “ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน” หรือ ASEAN Economic Community (AEC) และด้านสังคมวัฒนธรรมให้จัดตั้ง ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC) ซึ่งต่อมา ผู้นำอาเซียนได้เห็นชอบให้เร่งรัดการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนให้เร็วขึ้นกว่าเดิมอีก 5 ปี คือ ภายในปี 2558 (ค.ศ. 2015) เนื่องจาก ได้เล็งเห็นว่าสถานการณ์โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว อาเซียนจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้สามารถคงบทบาทนำในการดำเนินความสัมพันธ์ในภูมิภาคและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง

#### 2.4.2 กฎบัตรอาเซียน

ในการประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 13 เมื่อปี 2550 ณ สิงคโปร์ ผู้นำอาเซียนได้ลงนาม ในกฎบัตรอาเซียน ซึ่งเปรียบเสมือนธรรมนูญของอาเซียนที่จะวางกรอบทางกฎหมายและโครงสร้างองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของอาเซียนในการดำเนินการตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขับเคลื่อนการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015)

ตามทีผู้นำอาเซียนได้ตกลงกันได้ โดยวัตถุประสงค์ของกฎบัตรฯ คือ ทำให้อาเซียนเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพ มีประชาชนเป็นศูนย์กลางและเคารพกฎกติกาในการทำงานมากขึ้น นอกจากนี้ กฎบัตรฯ ยังทำให้อาเซียนมีสถานะเป็นนิติบุคคล ในฐานะที่เป็นองค์กรระหว่างรัฐบาล (Intergovernmental organization)

กฎบัตรฯ ประกอบด้วย ข้อบทต่าง ๆ 13 บท 55 ข้อ มีประเด็นใหม่ที่แสดงความก้าวหน้าของอาเซียน ได้แก่ (1) การจัดตั้งคณะกรรมการระหว่างรัฐบาลอาเซียนว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (2) การให้อำนาจเลขาธิการอาเซียนสอดส่องและรายงานการทำตามความตกลงของรัฐสมาชิก (3) การจัดตั้งกลไกสำหรับการระงับข้อพิพาทต่าง ๆ ระหว่างประเทศสมาชิก (4) การให้ผู้นำเป็นผู้ตัดสินว่าจะดำเนินการอย่างไรต่อรัฐผู้ละเมิดพันธกรณีตามกฎบัตรฯ อย่างร้ายแรง (5) การเปิดช่องให้ใช้วิธีการอื่นในการตัดสินใจได้หากไม่มีฉันทามติ (6) การส่งเสริมการปรึกษาหารือระหว่างประเทศสมาชิกเพื่อแก้ไขปัญหาที่กระทบต่อผลประโยชน์ร่วม ซึ่งทำให้การตีความหลักการห้ามแทรกแซงกิจการภายในมีความยืดหยุ่นมากขึ้น (7) การเพิ่มบทบาทของประธานอาเซียนเพื่อให้อาเซียนสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที (8) การเปิดช่องทางให้อาเซียนสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น ให้มีการประชุมสุดยอดอาเซียน 2 ครั้งต่อปี จัดตั้งคณะมนตรีเพื่อประสานความร่วมมือในแต่ละ 3 เสาหลัก และการมีคณะกรรมการผู้แทนถาวรประจำอาเซียนที่กรุงจาร์กาตา เพื่อลดเวลาและค่าใช้จ่ายในการประชุมของอาเซียนของอาเซียน เป็นต้น

กฎบัตรอาเซียนมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 15 ธันวาคม 2551 กล่าวคือ หลังจากที่ประเทศสมาชิกรวมทั้ง 10 ประเทศได้ให้สัตยาบันกฎบัตร และการประชุมสุดยอดอาเซียนครั้งที่ 14 ระหว่างวันที่ 28 กุมภาพันธ์-1 มีนาคม 2552 ที่จังหวัดเพชรบุรี เป็นการประชุมระดับผู้นำอาเซียนครั้งแรกหลังจากกฎบัตรมีผลบังคับใช้

#### 2.4.3 สถานะการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558

อาเซียนมีเป้าหมายจะก้าวไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 (ค.ศ. 2015) และการมีท่าทีร่วมกัน รวมทั้งมีบทบาทสำคัญในภูมิภาคในโอกาสแรกและในเวทีโลกภายในปี 2565 (ค.ศ. 2022) วิสัยทัศน์ร่วมของผู้นำอาเซียน คือ การสร้างประชาคมอาเซียนที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง มีกฎเกณฑ์กติกาที่ชัดเจน และมีประชาชนเป็นศูนย์กลาง โดยเมื่อปี 2551 ได้มีการจัดทำกฎบัตรอาเซียนหรือธรรมนูญอาเซียน เพื่อวางกรอบทางกฎหมายและโครงสร้างองค์กร และแผนการจัดตั้งประชาคมอาเซียนในทั้งสามเสาความร่วมมือ (การเมืองและความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม)

กลไกสำคัญระดับชาติ ได้แก่ (1) คณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ ซึ่งมี รัฐมนตรีว่าการ กระทรวงการต่างประเทศเป็นประธาน เป็นเวทีหารือระหว่างส่วนราชการไทยเพื่อประสานงาน

และร่วมกันกำหนดนโยบายเกี่ยวกับอาเซียน และ (2) กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ ทำหน้าที่เป็นสำนักเลขาธิการอาเซียนแห่งชาติ และรับผิดชอบ 2 เสาหลัก ได้แก่ เสาการเมืองและความมั่นคง และเสาสังคมและวัฒนธรรม (สำหรับเสาเศรษฐกิจอยู่ภายใต้ความรับผิดชอบของกระทรวงพาณิชย์)

เพื่อให้ไทยสามารถรักษาบทบาทนำในอาเซียนและใช้ประโยชน์จากกรอบความร่วมมืออาเซียนได้มากที่สุด กระทรวงการต่างประเทศจะผลักดันใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ (1) การสร้างประชาคมอาเซียนที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูง และมีประชาชนเป็นศูนย์กลาง ภายในปี 2558 (ค.ศ. 2015) (2) การสร้างความสัมพันธ์ที่มีพลวัตและผลประโยชน์ร่วมกันระหว่างอาเซียนกับประเทศภายนอก และ (3) การเตรียมความพร้อมของประเทศไทยสู่การเป็นประชาคมอาเซียน โดยการสร้างความตระหนักรู้ให้กับทุกภาคส่วนในสังคม โดยเฉพาะเยาวชนนอกจากนี้ ไทยควรใช้กลไกและเวทีอาเซียนต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ของไทยในความสัมพันธ์ทวิภาคีกับประเทศสมาชิกอาเซียน โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากเสถียรภาพในภูมิภาคเป็นปัจจัยสำคัญกับการสร้างประชาคมอาเซียน

## 2.5 แนวคิดเรื่องการบริหารองค์กรสื่อสารมวลชน

การบริหารมีรากศัพท์มาจากภาษาละตินว่า “Ministere” หมายถึง การบริหาร เป็นเรื่องการรวมกลุ่ม กิจกรรมของมนุษย์ การร่วมมือ ประสานงาน รัชชัช สันติวงษ์ กล่าวถึงความหมายของการบริหารงานว่า เป็นการทำให้งานลุล่วงไปโดยอาศัยคนอื่นเป็นผู้ปฏิบัติ โดยทรัพยากรด้านบุคคลจะเป็นทรัพยากรหลักขององค์กรที่เข้ามาร่วมกันทำงานในองค์กร ซึ่งคนเหล่านี้จะเป็นผู้ใช้ทรัพยากรด้านวัตถุ เช่น เครื่องจักร เงินทุน รวมทั้งข้อมูลสารสนเทศอื่น ๆ เพื่อผลิตสินค้า หรือบริการ ออกจำหน่ายและตอบสนองความพอใจให้สังคม องค์กรทุกประเภทจะต้องมีการบริหารที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการวางแผน (Planning) การจัดองค์กร (Organizing) การจัดสรรกำลังคน (Staffing) การสั่งการ (Directing) และการควบคุมการประเมินผลงาน (Controlling)

Gerbner (อ้างถึงใน พิมพ์ลอย ปัจฉัยโย, 2552, น. 35) ได้กล่าวถึงการทำงานของสื่อมวลชนว่า การที่จะผลิตอะไรก็ตามที่เป็นจำนวนมาก จำเป็นต้องมีการจัดการข้อมูลนั้น ๆ รวมทั้งจะต้องมีการคัดเลือกและกลั่นกรอง การที่จะทำตามความต้องการของทุกคนย่อมเป็นไปไม่ได้ นักสื่อสารมวลชนเป็นผู้ที่ทำงานภายใต้แรงกดดัน ซึ่งแสดงออกมาในรูปของบทบาทที่ต่างกัน ซึ่งสร้างความกดดันให้แก่ตัวสื่อมวลชน ได้แก่ ลูกค้า (โฆษณา) คู่แข่งขัน (สื่อมวลชนแขนงอื่น) ผู้มีอำนาจ (ทางด้านการเมืองและเศรษฐกิจ) สถาบันอื่น ๆ และผู้รับสาร ซึ่งต่างพยายามเข้าครอบครองสื่อมวลชน

ขณะที่ Shoemaker (1996) กล่าวว่า องค์กรส่วนใหญ่ล้วนแต่มีเป้าหมายแรก คือ เศรษฐกิจเพื่อให้ได้มาซึ่งผลกำไรสูงสุด ส่วนเป้าหมายอื่น ๆ จะสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ขององค์กร เช่น เพื่อที่จะผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ การบริการทางสาธารณะ และสำเร็จลุล่วงในความเป็นมืออาชีพ จะมีบางกรณีเท่านั้นที่เจ้าขององค์กรเลือกเป้าหมายทางด้านเศรษฐกิจเป็นอันดับรอง เมื่อเป็นบริษัทส่วนตัว ผู้เป็นเจ้าของจะพิจารณาการดำเนินงานทางธุรกิจตามที่ตนเองเห็นว่าเหมาะสม แต่ในองค์กรขนาดใหญ่ที่เป็นเจ้าของโดยผู้ถือหุ้น รูปแบบความเป็นเจ้าของจะมีวัตถุประสงค์ทางด้านเศรษฐกิจเท่านั้น เมื่อบริษัทประสบความสำเร็จแล้ว ผู้ถือหุ้นก็จะเข้ามารับผิดชอบต่อที่จะสร้างผลกำไร ตลาดหุ้นจะไม่คำนึงถึงบริการสาธารณะมากเท่าไรนัก

ทางด้าน McQuail (1994) กล่าวว่า สถาบันสื่อมวลชนมีหน้าที่หลักคือ การผลิต (Production) การผลิตซ้ำใหม่ (Reproduction) และการเผยแพร่ (Distribution) ข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนทั่วไปในฐานะผู้รับสาร องค์กรสื่อสารมวลชน จึงอยู่ท่ามกลางแรงกดดันทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ด้วยเหตุนี้ การปฏิบัติงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อมวลชนจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทางสังคม ซึ่งอาจจะเป็นแรงกดดันต่อภาระหน้าที่และเป็นการสร้างบรรทัดฐานให้ผู้ทำสื่อมวลชนต้องรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ โครงสร้างองค์กร (Institutional Structures) นั้น มีผลกระทบโดยตรงต่อการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งมีผลต่องานจึงสะท้อนว่าผลงานและโครงสร้างมีความสัมพันธ์กัน เราจึงต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ขององค์กรสื่อกับองค์กรอื่น ๆ ด้วย ทั้งนี้ การดำเนินงานอยู่ท่ามกลางความกดดันจากตัวแปรต่าง ๆ จากภายในและภายนอกองค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติงานองค์กร โดยสามารถแสดงเป็นภาพได้ ดังนี้



ภาพที่ 2.4 แสดงการดำเนินงานของสถาบันสื่อมวลชนของ Denis McQuail

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์กรสื่อสารมวลชน มีดังนี้

1. ปัจจัยภายใน หมายถึง ปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในตัวองค์กรสื่อสารมวลชน ได้แก่

1.1 ปัจจัยด้านการจัดการ (Management) หมายถึง การบริหารจัดการองค์การ การบริหารรายได้ การบริหารบุคลากร ขึ้นอยู่กับนโยบายที่กำหนด ซึ่งแต่ละองค์การจะมีความแตกต่างกันไป อาจแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ องค์กรที่ทำเพื่อประโยชน์สาธารณะ (Normative) และองค์กรธุรกิจ (Commercial)

1.2 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology) เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการผลิตและการเผยแพร่รายการ โดยในการผลิตนั้น ต้องคำนึงว่าอุปกรณ์การผลิตมีประสิทธิภาพเพียงใด เพียงพอต่อความต้องการหรือไม่ นับตั้งแต่กระบวนการผลิต ตลอดจนการเผยแพร่ออกอากาศ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น เครื่องช่วยคอมพิวเตอร์ หรือสื่ออินเทอร์เน็ต (Internet) ในการค้นคว้าข้อมูลที่ต้องการให้เก็บข้อมูล เพื่อประโยชน์ในการบริหาร และใช้ติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรผู้ผลิตกับกลุ่มเป้าหมาย

1.3 ปัจจัยด้านความสามารถทางวิชาชีพ (Media Professional) หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหาขององค์กร ต้องเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์ในการคัดเลือกเนื้อหาสาร แต่แต่ละคนมีวัตถุประสงค์ของตนเองในการประกอบวิชาชีพ ซึ่งต้องอาศัยความเป็นมืออาชีพ จึงจะได้งานที่มีคุณภาพ รวมทั้งการมีอุดมการณ์ในด้านวิชาชีพ จะช่วยเสริมให้องค์กรบรรลุเป้าหมายได้เร็วขึ้น

2. ปัจจัยภายนอก หมายถึง ปัจจัยที่เกิดจากภายนอกองค์กรสื่อสารมวลชนและมีอิทธิพลโดยตรง หรือโดยอ้อมต่อกระบวนการผลิตรายการขององค์กร เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ตามสถานการณ์ในช่วงเวลานั้น ๆ ได้แก่

2.1 แรงกดดันทางสังคมและการเมือง (Social and Political Pressure) หมายถึง การผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชนนั้น ต้องถูกควบคุมจากกฎหมาย พระราชบัญญัติ ระเบียบข้อปฏิบัติต่าง ๆ ที่รัฐบาลได้บัญญัติขึ้น เพื่อให้เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน รวมถึงกลุ่มองค์กรทางสังคมต่าง ๆ ที่รวมตัวกันเพื่อเรียกร้อง คัดค้าน หรือเสนอแนะให้องค์กรสื่อมวลชนหรือไม่เสนอเหตุการณ์ใด ๆ

2.2 แรงกดดันทางเศรษฐกิจ (Economic Pressure) ได้แก่

- คู่แข่งขัน (Competitors) ในการผลิตงานขององค์กรสื่อสารมวลชน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องตรวจสอบการผลิตงานของคู่แข่งอื่น ๆ ในสื่อประเภทเดียวกันว่านำเสนอในแง่มุมใด เพื่อจะนำมาเป็นข้อมูลในการปรับตัว หลีกเลียง หรือให้ความสำคัญกับประเด็นต่าง ๆ การนำเสนออย่างเหมาะสมทั้งด้านเนื้อหา และรูปแบบรายการที่จะทำให้มีผู้ชมและโฆษณามากขึ้น

- หน่วยงานด้านข้อมูลข่าวสาร (Information Agencies) หมายถึง หน่วยงานที่ให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารหรือสำนักข่าว ซึ่งจะมีทั้งภายในและภายนอกประเทศ เป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสารที่องค์กรสื่อสารมวลชนจะนำมาใช้ในการผลิตงานเสนอต่อประชาชน

- ผู้โฆษณา (Advertisers) เป็นผู้สนับสนุนกิจการขององค์กรสื่อสารมวลชนด้านรายได้ ดังนั้นการนำเสนอเนื้อหารายการต่าง ๆ ขององค์กรสื่อสารมวลชน จะต้องไม่กระทบหรือนำเสนอเหตุการณ์ในแง่ลบต่อผู้โฆษณา จึงกล่าวได้ว่าการโฆษณามีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเสนองานขององค์กรสื่อสารมวลชน

- เจ้าของผู้ถือหุ้น (Owners) ผู้ที่เป็นเจ้าของจะมีอำนาจในการควบคุมการปฏิบัติงาน และมีผลกระทบต่อเนื้อหารายการ ซึ่งอาจจะแบ่งได้เป็นเจ้าของสถานีโทรทัศน์ ผู้สนับสนุนด้านการเงินของสถานีโทรทัศน์ เป็นต้น

- สหภาพแรงงาน (Unions) การรวมตัวกันเป็นกลุ่มของพนักงานองค์กรสื่อสารมวลชนเพื่อเรียกร้องในสิ่งที่พวกเขาต้องการ

2.3 ปัจจัยด้านผู้รับสาร (Audiences) ผู้รับสารมีความสนใจเฉพาะเรื่อง ผู้ผลิตมองว่าผู้รับสารหรือลูกค้าหรือผู้บริโภค ดังนั้น องค์กรสื่อสารมวลชนจึงต้องผลิตสิ่งที่ตรงกับความต้องการของผู้รับสารให้มากที่สุด เพื่อเป็นการดึงดูดให้มาชมรายการ ซึ่งจะนำมาสู่รายได้ของสถานี

ดังนั้น การที่องค์กรสื่อสารมวลชนถูกควบคุมในระดับต่าง ๆ ของสังคม ทั้งปัจจัยภายในและภายนอกองค์กร จึงทำให้ไม่สามารถปฏิบัติงานโดยอิสระด้วยตัวเอง และต้องดำเนินอยู่ท่ามกลางแรงกดดันต่าง ๆ ทางสังคมที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย และหลักการในการปฏิบัติงานองค์กร

อย่างไรก็ตาม นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชน Henri Fayol เสนอแนวคิดเรื่องการบริหาร (administrative sciences) ซึ่งสามารถใช้ได้กับการบริหารทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นการบริหารงานอุตสาหกรรมหรืองานรัฐบาล ไว้ดังนี้ คือ

Fayol ได้อธิบายถึงกระบวนการบริหารงานว่า ประกอบด้วย หน้าที่ (functions) ทางการบริหาร 5 ประการ คือ

Planning หรือการวางแผน ซึ่งหมายถึง ภาระหน้าที่ของผู้บริหารที่จะต้องทำการคาดการณ์ล่วงหน้าถึงเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ และกำหนดขึ้นเป็นแผนการปฏิบัติงานหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติเอาไว้ เพื่อสำหรับเป็นแนวทางของการทำงานในอนาคต

Organizing หรือการจัดองค์การ ซึ่งหมายถึง ภาระหน้าที่ที่ผู้บริหารจะต้องจัดให้มีโครงสร้างของงานต่าง ๆ และอำนาจหน้าที่ ทั้งนี้เพื่อให้เครื่องจักร สิ่งของและตัวคนอยู่ในส่วนประกอบที่เหมาะสมในอันที่จะช่วยให้งานขององค์การบรรลุผลสำเร็จได้

Commanding หรือการบังคับบัญชาสั่งการ ซึ่งหมายถึง หน้าที่ในการสั่งการงานต่าง ๆ ของผู้อยู่ใต้บังคับบัญชา ซึ่งจะกระทำให้สำเร็จผลด้วยดีก็โดยที่ผู้บริหารจะต้องกระทำตนเป็นตัวอย่างที่ดีที่จะต้องเข้าใจคนงานของตน จะต้องเข้าใจถึงข้อตกลงในการทำงานของคนงานและองค์การที่มีอยู่ และรวมตลอดถึงจะต้องมีการติดต่อสื่อสารกับผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิดทั้งขึ้นทั้งล่อง นอกจากนี้ยังต้องทำการประเมินโครงสร้างขององค์การ และผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาของตนเป็นประจำเสมออีกด้วย หากโครงสร้างขององค์การที่เป็นอยู่ไม่เหมาะสมแล้วก็จำเป็นต้องปรับปรุงแก้ไข และเช่นเดียวกันถ้าหากผู้อยู่ใต้บังคับบัญชาคนใดหย่อนประสิทธิภาพ การไล่ออกเพื่อปรับปรุงกำลังคนที่มีอยู่ให้เหมาะสมยิ่งขึ้นก็เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องทำ

Coordinating หรือการประสานงาน หมายถึง ภาระหน้าที่ที่จะต้องเชื่อมโยงงานของทุกคนให้เข้ากันได้ และกำกับให้ไปสู่จุดมุ่งหมายเดียวกัน

Controlling หรือการควบคุม คือ ภาระหน้าที่ในการที่จะต้องกำกับให้สามารถประกันได้ว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่ทำไปนั้น สามารถเข้ากันได้กับแผนที่ได้วางไว้แล้ว

“การบริหาร” (Administration) และ “การจัดการ” (Management) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน ขณะที่ในตำราหรือหนังสือส่วนใหญ่ ทั้ง 2 คำนี้มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป

นอกจากนี้ แนวทางการปฏิบัติงานร่วมกับภาคเอกชนสามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรก่อให้เกิดการปฏิบัติงานของแต่ละองค์กรเกิดประสิทธิผลมากขึ้นด้วย

### รูปแบบการประสานงานระหว่างองค์กร

1. รูปแบบการร่วมมือกัน ประสานงานระหว่างองค์กรมีรูปแบบซึ่งแบ่งออกได้ 2 ลักษณะ ได้แก่ การตกลงร่วมกัน (Bargaining) คือ การตกลงร่วมกันระหว่างองค์กร 2 องค์กรหรือมากกว่า เพื่อแลกเปลี่ยนผลตอบแทนซึ่งกันและกัน การเข้าร่วมกัน (Coalition) คือ การร่วมมือกันปฏิบัติงานระหว่าง 2 องค์กรหรือมากกว่าเพื่อเป้าหมายเดียวกัน

2. มูลเหตุที่ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างกัน เนื่องจากมีลักษณะที่จะต้องพึ่งพาอาศัยกัน และยอมรับความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาอาศัยกัน และ มีการแสดงออกซึ่งความจำเป็นหรือความต้องการพึ่งพาอาศัยกันในระดับปฏิบัติการ

3. ปัจจัยที่ทำให้การร่วมมือประสานงานประสบผลสำเร็จ มีดังนี้

- ยอมรับและเข้าใจถึงเป้าหมายร่วมกัน
- วิเคราะห์ปัญหาและหาวิธีการแก้ไขร่วมกัน
- เน้นการแก้ปัญหาที่ก่อให้เกิดประโยชน์กับทั้งสององค์กร
- เน้นเป้าหมายของการทำงานมากกว่าวิธีการ
- ทั้งสองฝ่ายสามารถทำงานสัมพันธ์กันได้อย่างเป็นระบบ
- ผู้บริหารระดับสูงของทั้งสองฝ่ายต้องสร้างความสัมพันธ์อันนำไปสู่ระดับ

ปฏิบัติการ

- ทั้งสองฝ่ายต้องมีทรัพยากรเฉพาะอย่างสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อองค์กรได้ ทั้ง ทรัพยากรบุคคล ทุน วัสดุ ฯลฯ

- องค์กรจะต้องรักษาและยกระดับภาพลักษณ์ให้มีความน่าเชื่อถือ
- มีเจ้าหน้าที่ที่มีความสามารถในการปฏิบัติงาน

4. หลักและแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกัน โดยจะต้องกำหนดแผนงานและวิธีการประสานงานให้แน่ชัดเพื่อลดความขัดแย้งในการทำงาน เพื่อประสานผลประโยชน์องค์กรให้ได้มากที่สุด



### ความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชนในการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการจัดการ

การพยายามของภาครัฐในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมาสะท้อนถึงการจัดการปัญหาในการประสานงานกับระบบเอกชนเพื่อพัฒนาเทคโนโลยีหลายรูปแบบเพื่อให้ตอบสนองต่อการบริหารงานของภาครัฐ โดยแบ่งเป็นความร่วมมือระดับนโยบายดำเนินการต่าง ๆ เพื่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในหลาย ๆ ด้าน ประเด็นที่น่าสนใจของการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนคือ การเพิ่มทักษะแรงงาน เนื่องจากคนเป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จ การพัฒนาและยกระดับคุณภาพแรงงานสามารถตอบโจทย์และช่วยแก้ไขและพัฒนาระบบการทำงานของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและเป็นกลไกในการพัฒนาประเทศได้ในอนาคต

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในหลายหัวข้อทั้งที่เป็นงานวิจัยที่นำแนวคิดการกำหนดวาระสารมาใช้ศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับวิทยุกระจายเสียง แะการบริหารงานวิทยุกระจายเสียงในรูปแบบเอดูเทนเมนต์ ดังต่อไปนี้

### แนวคิดการกำหนดวาระสาร

งานวิจัยของ ผกาพรรณ หะรังสี (2549) เรื่อง การกำหนดวาระสารในชุมชนออนไลน์ [www.pantip.com](http://www.pantip.com): กรณีศึกษาโต๊ะเถลิงไทยและโต๊ะราชดำเนิน- (Agenda-setting in the online community [www.pantip.com](http://www.pantip.com): a case study of Chalermthai and Rajdumnern forums) พบว่า การกำหนดประเด็นให้กับสื่อมวลชนและสังคมนั้น เว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถเปิดประเด็นและสร้างกระแสต่าง ๆ ให้กับสังคมไทย เนื่องจากเว็บไซต์เป็นหน่วยทางสังคมรูปแบบหนึ่งซึ่งมีข้อมูลข่าวสารไหลเวียนอยู่ในปริมาณที่มากมหาศาล ทั้งสื่อมวลชนและสังคมจึงสามารถใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ได้อย่างไม่จำกัด อย่างไรก็ตาม ผลจากการสัมภาษณ์ระบุว่า ‘อิทธิพลของเว็บไซต์ในการกำหนดประเด็นให้กับสื่อมวลชนนั้นยังคงอยู่ในระดับต่ำ’ เนื่องจากกระทู้ในเว็บไซต์ที่จะสามารถพัฒนาไปเป็นข่าวที่อยู่ในความสนใจของสื่อมวลชนได้นั้น จะต้องเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมาจกจริง ๆ ซึ่งกรณีดังกล่าวไม่ได้มีโอกาสเกิดขึ้นบ่อยนัก โดยผู้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีมุมมองต่อเว็บไซต์ว่าเป็นแหล่งข่าวที่ยังคงถูกตั้งคำถามถึงความน่าเชื่อถือ เนื่องจากข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์เป็นเพียงการแสดงความคิดเห็นของบุคคลที่ไม่แสดงตัวตน ไม่ระบุชื่อเสียงเรียงนาม (Anonymous) และสถานภาพทางสังคมที่แท้จริง ดังนั้น ข้อมูลที่ปรากฏในเว็บไซต์จึงไม่สามารถตรวจสอบข้อเท็จจริง และที่มาที่ไปได้ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารในเว็บไซต์จึงอยู่ในระดับต่ำ

สำหรับอิทธิพลของการกำหนดวาระสารในเว็บไซต์โต๊ะเถลิงไทยและโต๊ะราชดำเนินที่มีต่อการกำหนดประเด็นให้กับสังคมนั้น ผลการศึกษาพบว่า แม้เว็บไซต์จะเป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพ

ในการเปิดประเด็นและสร้างกระแสต่าง ๆ ได้มากมาย แต่ถ้าหากปราศจากการนำเสนอข่าวต่อยอดจากสื่อมวลชนแล้ว โอกาสที่ประเด็นจากเว็บบอร์ดจะแพร่กระจายไปสู่สังคมในวงกว้างนั้นคงเป็นไปได้ยาก ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ผู้ที่มีบทบาทมากที่สุดในการกำหนดประเด็นให้กับสังคมก็ยังคงเป็นสื่อมวลชนกระแสหลักนั่นเอง

จากงานวิจัยของผกาพรรณสามารถประยุกต์ใช้หรือใช้เป็นแนวทางในงานวิจัยของผู้วิจัยในเรื่องอิทธิพลของการกำหนดวาระของสื่อมวลชนสามารถนำไปสู่การเป็นวาระหรือประเด็นในสังคมต่อเรื่องดังกล่าวได้ โดยงานวิจัยของผกาพรรณเป็นการเลือกศึกษาสื่ออินเทอร์เน็ตซึ่งกระแสข่าวในสื่ออินเทอร์เน็ต (ในเว็บบอร์ด) สามารถกลายเป็นกระแสดังข้ามคืนได้ทันทีเพียงแค่มิมีผู้จุดประเด็นหรือเป็นกระตุ้ต้ง ประเด็นหรือข่าวสารนั้น ๆ ก็สามารถกลายเป็นประเด็นทางสังคมได้ในทันที แต่ถ้าไม่มีการต่อยอดในประเด็นดังกล่าว ประเด็นหรือข่าวสารนั้นก็จจะค่อย ๆ ลดความนิยมลงไปเรื่อย ๆ

งานวิจัยของ สรัญญา ยุทธสารประสิทธิ์ (2542) เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญ ของข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี - (A comparative study in selection process and television evening news agenda setting on Royal Thai Army Radio and Television and Independent Television) พบว่า ผู้วิจัยต้องการศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญ ของข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะของการบริหารและลักษณะขององค์กรที่ต่างกันมีผลทำให้นโยบายการผลิตข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวีแตกต่างกัน เนื่องจากสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีการบริหารแบบราชการ จึงต้องเสนอข่าวที่มีความเป็นราชการสูง และต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาสู่หน่วยงาน ซึ่งต่างจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีการบริหารงานแบบเอกชน จึงมุ่งเน้นการเสนอข่าวที่มีชีวิตชีวา มีสีสันเป็นการนำเสนอข่าวที่คำนึงถึงผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนและความสนใจของประชาชน ดังนั้น การเสนอข่าวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงสภาพสังคมในขณะนั้นจริง ๆ เสนอข่าวให้มีความน่าสนใจ และไม่กระทบกระเทือนกับข้อเท็จจริง จากนโยบายการผลิตข่าวที่แตกต่างกัน มีผลทำให้กระบวนการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่แตกต่างกัน เนื่องจาก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เน้นการเสนอข่าวแบบราชการ สนับสนุนกิจกรรมของรัฐบาลและของกองทัพ หลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมือง ดังนั้น การคัดเลือกข่าวจึงต้องขึ้นอยู่กับหัวหน้าฝ่ายข่าวเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมของข่าว ก่อนที่จะนำเสนอ ส่วนการจัดลำดับความสำคัญของข่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายของการผลิตข่าว ซึ่งแตกต่างจากของสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีนโยบายในการคัดเลือกข่าวเป็นการพิจารณาร่วมกันของหลาย ๆ

ฝ่าย ในการที่จะคัดเลือกข่าวนั้น ๆ ที่จะนำเสนอสู่ประชาชน ส่วนการจัดลำดับความสำคัญของข่าว จะต้องจัดให้มีความสอดคล้องกับนโยบายการผลิตข่าวนั้น ๆ

จากงานวิจัยของสร้อยญา สามารถประยุกต์ใช้หรือเป็นแนวทางของงานสำหรับผู้วิจัย คือ ในประเด็นเรื่องกระบวนการหรือลักษณะการบริหารของสื่อโทรทัศน์ที่ต่างกัน นั่นคือ สื่อโทรทัศน์ที่เป็นของภาครัฐกับสื่อโทรทัศน์ที่เป็นของเอกชน ซึ่งย่อมส่งผลต่อนโยบายการผลิตข่าวที่ต่างกันไป ซึ่งในงานวิจัยของผู้วิจัยนั้นได้เลือกศึกษารายการที่เสนอประเด็นอาเซียน ทั้งหมด 7 รายการ จาก สถานีโทรทัศน์ทั้งหมด 5 สถานี ประกอบด้วย สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 สถานีโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 11 (NBT) และ สถานีโทรทัศน์ Thai PBS โดยทั้ง 5 สถานี มีรูปแบบการบริหารองค์กรที่เหมือนกันบางสถานี และแตกต่างกันบางสถานี ซึ่งมีทั้งสถานีที่เป็นของภาครัฐ เอกชน และสื่อสาธารณะ เมื่อมีความแตกต่างใน ลักษณะขององค์กรและรูปแบบการบริหารงาน ย่อมส่งผลต่อนโยบายการคัดเลือกข่าวสาร จึงทำให้ ผู้วิจัยเกิดความสนใจที่จะศึกษาในรูปแบบหรือนโยบายของแต่ละองค์กรว่ามีการคัดเลือกข่าวสาร ด้านอาเซียนเป็นไปในทิศทางใด มีความเหมือน-ความต่างกันหรือไม่

โดยจากงานวิจัยของสร้อยญา ที่ได้สรุปผลจากวิจัยออกมาว่า ด้วยลักษณะของการบริหารและลักษณะขององค์กรที่ต่างกัน มีผลทำให้นโยบายการผลิตข่าวของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวีที่แตกต่างกัน เนื่องจากสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 มีการบริหารแบบราชการ จึงต้องเสนอข่าวที่มีความเป็นราชการสูง และต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาสู่หน่วยงาน ซึ่งต่างจากสถานีโทรทัศน์ไอทีวี ซึ่งมีการบริหารงานแบบเอกชน จึงมุ่งเน้นการเสนอข่าวที่มีชีวิตชีวา มีสีสัน เป็นการนำเสนอข่าวที่คำนึงถึงผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน และความสนใจของประชาชน ดังนั้น การเสนอข่าวจะต้องสะท้อนให้เห็นถึงสภาพสังคมในขณะนั้นจริง ๆ เสนอข่าวให้มีความน่าสนใจ และไม่กระทบกระเทือนกับข้อเท็จจริง

ส่วนนโยบายการผลิตข่าวที่แตกต่างกัน มีผลทำให้กระบวนการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวีที่แตกต่างกัน เนื่องจาก สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 เน้นการเสนอข่าวแบบราชการ สนับสนุนกิจกรรมของรัฐบาลและของกองทัพ หลีกเลี่ยงการวิพากษ์วิจารณ์ทางการเมือง ซึ่งแตกต่างจากของ สถานีโทรทัศน์ไอทีวี ที่มีนโยบายในการคัดเลือกข่าวเป็นการพิจารณาร่วมกันของหลาย ๆ ฝ่าย ในการที่จะคัดเลือกข่าวนั้น ๆ ที่จะนำเสนอสู่ประชาชน ส่วนการจัดลำดับความสำคัญของข่าวจะต้องจัดให้มีความสอดคล้องกับนโยบายการผลิตข่าวนั้น ๆ

### รูปแบบรายการวิทยุ

อรนุช เลิศจรรยารักษ์ (2520, น. บทคัดย่อ) งานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์เปรียบเทียบ เนื้อหาของข่าวสถานีวิทยุกระจายเสียงในประเทศไทย 3 สถานี ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม-สิงหาคม 2520 พบว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นสถานีวิทยุกระจายเสียงของราชการให้เวลากับ ข่าวรัฐบาลมากที่สุด สถานีวิทยุศึกษาให้เวลากับข่าวพัฒนามากที่สุด ส่วนสถานีวิทยุ ททท. ให้เวลากับ ข่าวรัฐบาลและข่าวพัฒนาในปริมาณเท่า ๆ กัน นอกจากนี้พบว่า รายการข่าววิทยุในประเทศไทยของ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย มีลักษณะโฆษณาชวนเชื่อทางการเมือง เพื่อสนับสนุน นโยบายของรัฐบาลและพัฒนาชาติ

สำนักคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี (2521, น. บทคัดย่อ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนต่อการศึกษาของชาวบ้าน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่ม ตัวอย่างจำนวน 1,536 คน มีผู้ฟังวิทยุมากที่สุดถึงร้อยละ 87 และผู้ฟังวิทยุเกือบทั้งหมดรับฟังข่าว และเมื่อเปรียบเทียบกับ การเปิดรับสื่ออื่นแล้วพบว่าวิทยุและหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่ผู้รับสารให้ความสนใจ เนื้อหาประเภทข่าวและสาระทั่วไปมากที่สุด

บำรุง สุขพรรณ (2522, น. บทคัดย่อ) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการรับฟังข่าวสารวิทยุกระจายเสียง และผลต่อการพัฒนาชนบท ศึกษาเฉพาะกรณีวิทยุกระจายเสียงกองอำนวยการกลาง รักษาความปลอดภัยแห่งชาติ จังหวัดเชียงราย พบว่ารายการวิทยุที่ออกอากาศทางสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งนี้ที่ชาวชนบทในตำบลป่าซาง อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย ชอบฟังมากที่สุดคือ รายการ “ลูกทุ่งที่รัก” และรองลงมาคือ รายการ “คนดอยฝอยขาว” ที่นำเสนอในรูปแบบรายการพูดคุยลักษณะที่เป็นกันเองกับผู้ฟัง เสนอข่าวเป็นหลัก สอดแทรกด้วยปฏิบัติการจิตวิทยา

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ จุมพล รอดคำดี (2525, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง Radio Programing in Thailand: A Study of Four Radio Stations โดยศึกษารายการวิทยุกระจายเสียงใน 4 สถานี คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย สถานีวิทยุ ป.ต.อ. สถานีวิทยุ ร.ด. พบว่าองค์ประกอบที่จำเป็นที่สุดที่จะผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงให้ดีคือ ผู้ผลิตรายการ (Program Producer) และต้องประกอบเข้ากับการบริหารสถานี ระบบการเป็นเจ้าของและนโยบาย อุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ สำหรับผู้ผลิตรายการหรือผู้จัดรายการอิสระยังต้องคำนึงถึงความอยู่รอดของตนโดยการหาผู้อุปถัมภ์รายการ ซึ่งปัจจัยทั้งหมดนี้มีผลกระทบต่อรายการวิทยุทั้งสิ้น ทางด้านการผลิตรายการพบว่า ทั้งสถานีวิทยุ ป.ต.อ. ททท. และ ร.ด. นั้น ผู้ผลิตรายการและผู้ควบคุมยังทำงานร่วมกันโดยไม่ใช้บทวิทยุ แต่อาศัยประสบการณ์ความชำนาญเป็นสำคัญ สำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยมีการใช้บทวิทยุเฉพาะรายการสำคัญ ๆ เท่านั้น ส่วนเนื้อหาของสถานีวิทยุส่วนใหญ่เป็นรายการเพลง มีรายการข่าวคั่นทุกต้นชั่วโมง หรือรายการข่าว รายการวิจารณ์ของในตอนเช้าและตอน

เย็น ส่วนเนื้อหาของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นข่าวและข้อมูลข่าวสารที่เป็นกระบอกเสียงให้รัฐบาล

บำรุง สุขพรรณม์ วิจัยเรื่องรูปแบบและวิธีการเสนอข่าววิทยุกระจายเสียง โดยเน้นศึกษาสถานีวิทยุกระจายเสียงที่ไม่มีโฆษณา คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าสถานีวิทยุกระจายเสียงมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มีการเสนอข่าวสลับกับรายการปกติของสถานี โดยอาศัยข่าวแจก (Press Release) จากหน่วยงานต่าง ๆ และยังมีวิธีการเสนอ “ข่าวบริการ” หรือ “ข่าวมหาวิทยาลัย” อีกเพียงห้าหน้าที่เท่านั้น สำหรับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยมีการเสนอรายการข่าวเป็นประจำ โดยแบ่งเป็นข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ และรายการบ้านเมืองของเรา มีนักข่าวเป็นผู้รับผิดชอบจัดทำข่าวออกอากาศ ยังมีข้อเสนอแนะให้มีการเพิ่มบุคลากรที่มีความรู้ด้านนิเทศศาสตร์ทำงานในอาชีพมากยิ่งขึ้น และสนับสนุนด้านเครื่องมือให้ทันสมัย

ศุภวรรณ สัจจงพงศ์ (2532, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ความน่าเชื่อถือของแหล่งสาร การคาดหวัง ผลตอบแทนการพึงพอใจและพฤติกรรมการรับฟังข่าวสารของประชาชนกรุงเทพฯ ศึกษาเฉพาะกรณีรายการข่าวภาคค่ำของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 298 คน พบว่าข่าวภาค 7 โมงเช้า เป็นภาคข่าวที่มีจำนวนผู้ฟังมากที่สุด ข่าวภาค 2 ทุ่ม มีจำนวนผู้ฟังน้อยที่สุด ข่าวจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยมีความน่าเชื่อถือสูงในฐานะเป็นแหล่งข่าวข้อมูลถูกต้องเชื่อถือได้ นำเสนอข่าวสารได้รวดเร็ว และทันเหตุการณ์กว่าสื่ออื่น กลุ่มตัวอย่างมากกว่าร้อยละ 60 คาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจที่จะได้รับจากการฟังรายการข่าวสูงเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจด้านการผ่อนคลายอารมณ์มากที่สุด และปัจจัยการคาดหวังผลตอบแทนความพึงพอใจเพื่อการผ่อนคลายอารมณ์เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการรับฟังรายการข่าวมากที่สุด

#### แนวคิดเรื่องเอดูเทนเมนต์

อุดมลักษณ์ อนันต์ (2549, น. บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาบทเรียนออนไลน์เอดูเทนเมนต์โดยใช้แอนิเมชัน เรื่อง การวัดและประเมินผลการศึกษาผลการวิจัยพบว่า การนำเสนอสื่อผสม ได้แก่ข้อความ ภาพนิ่ง กราฟิก แผนภูมิ กราฟ ภาพเคลื่อนไหว ภาพการ์ตูน แอนิเมชัน วิดิทัศน์และเสียง มาช่วยดึงดูดความสนใจ และถ่ายทอดเนื้อหาบทเรียนที่ใกล้เคียงกับการสอนจริงในห้องเรียนมากที่สุด สามารถดึงดูดความสนใจ และกระตุ้นนักเรียนให้เกิดความต้องการในการเรียนรู้ และการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้เรียนกับบทเรียน ให้ผู้เรียนได้โต้ตอบกับบทเรียน บทเรียนมีการให้ข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งทำให้ผู้เรียนสนใจและเข้าใจบทเรียนเพิ่มมากขึ้น ซึ่งผลที่ได้นี้สามารถนำไปพัฒนาให้มีประโยชน์ในบทเรียนออนไลน์ในเรื่องอื่น ๆ ได้

ปฐมพงษ์ พุ่มพฤษ (2554, น. 73) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารธุรกิจสื่อการศึกษาเชิงสรรหา (Edutainment) ในมหาวิทยาลัย: กรณีศึกษา บริษัท บิลิ๊งค์ มีเดีย จำกัด” ผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การบริหารธุรกิจสื่อการศึกษาเชิงสรรหา (Edutainment) ในมหาวิทยาลัย ของบริษัท บิลิ๊งค์ มีเดีย จำกัด มีการบริหารธุรกิจดังนี้

ด้านการบริหารจัดการองค์กร มีการใช้กลยุทธ์การกำหนดโครงสร้างการบริหารองค์กร โดยการให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในการบริหาร และการบริหารงานบุคคลแบบเป็นทีม บุคลากรปฏิบัติงานร่วมกัน และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ประกอบด้วย การกำหนดวัตถุประสงค์ของบริษัท บิลิ๊งค์ มีเดีย จำกัด คือ การผลิตสื่อโฆษณาที่มีคุณภาพและมีเนื้อหาที่มีทั้งสาระและบันเทิง เป็นการสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจและการกำหนดนโยบายให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับประโยชน์สูงสุดร่วมกัน โดยมีการกำหนดเป้าหมายไว้ 2 กลุ่ม ได้แก่ นักศึกษาและมหาวิทยาลัย โดยเป็นการเปิดพื้นที่ในการแสดงความสามารถและการให้สิทธิในการปฏิบัติงานจริงในส่วนต่าง ๆ ร่วมกับบริษัท บิลิ๊งค์ฯ เพื่อให้นักศึกษาจะได้รับการเรียนรู้และประสบการณ์ในการทำงานเป็นการใช้ประโยชน์จากสื่อการศึกษาเชิงสรรหา (Edutainment) และในส่วนของเจ้าของสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งเป็นผู้ซื้อสื่อโฆษณาสร้างรายได้ให้กับองค์กร บริษัท บิลิ๊งค์ฯ ใช้นโยบายการสร้างความแตกต่างอย่างสร้างสรรค์ และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเจ้าของสินค้าและบริการต่าง ๆ ได้

ด้านการบริหารจัดการการผลิตรายการของสถานีโทรทัศน์ในมหาวิทยาลัย หรือ U-Channel มีการแบ่งส่วนการบริหารจัดการเป็น 2 ส่วน คือ รายการที่ผลิตโดยบริษัท บิลิ๊งค์ฯ เอง โดยใช้กลยุทธ์ การผลิตรายการที่มีเนื้อหาตามความสนใจของนักศึกษา เนื่องจากนักศึกษาคือ ผู้ชมรายการ และมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและค่านิยมไปตามช่วงเวลาและกิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย บริษัทจึงคำนึงถึงกระแสความนิยมในช่วงต่าง ๆ นำเนื้อหาที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มานำเสนอผ่านทางรายการ อีกส่วนหนึ่งจะเป็นรายการที่บริษัทบิลิ๊งค์ฯ ไม่ได้เป็นผู้ผลิตโดยใช้กลยุทธ์การเป็นพันธมิตรกับผู้ผลิตรายการเคเบิลทีวีที่ได้รับความนิยม นำรายการที่เนื้อหาผสมผสานทั้งสาระและบันเทิง ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายของบริษัท บริษัท บิลิ๊งค์ มีเดีย จำกัด

ด้านการบริหารการจัดผังรายการ ใช้กลยุทธ์ การจัดผังรายการที่หลากหลายและน่าสนใจ โดยจัดประเภทของรายการออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ รายการข่าว รายการสื่อการศึกษาเชิงสรรหา (Edutainment) รายการเพลง และรายการของมหาวิทยาลัย และใช้กลยุทธ์ในการจัดผังรายการที่มีเนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอให้สอดคล้องกับเวลาและพฤติกรรมของนักศึกษา เช่น การจัดให้มีรายการเพลงเพื่อความเพลิดเพลินในช่วงพักกลางวันให้นักศึกษาได้รับชมระหว่างรับประทานอาหาร

ด้านการบริหารการโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริษัท บีลิงค์ฯ ใช้กลยุทธ์การจัดแพ็คเกจโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเน้นความคุ้มค่าและหลายหลายของแพ็คเกจโฆษณา ซึ่งลูกค้าสามารถซื้อสื่อแบบครบวงจรได้ในราคาที่คุ้มค่า โดยมีทั้งสื่อทางโทรทัศน์ในมหาวิทยาลัย U-Channel และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้โดยตรง นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์การนำเอากิจกรรมของสินค้าและบริการต่าง ๆ มาเชื่อมโยงกับการดำเนินชีวิต (Lifestyle) ของนักศึกษา เช่น การจัดการประกวดแข่งขันออกแบบเสื้อผ้าของ Mc Jeans ที่ส่งเสริมให้นักศึกษาได้แสดงความสามารถและความคิดสร้างสรรค์ หรือการจัดคอนเสิร์ตของมาสด้า 2 เพื่อสร้างความบันเทิงให้กับนักศึกษา สำหรับเจ้าของสินค้าและบริการต่าง ๆ

ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของบริษัท บีลิงค์ มีเดีย จำกัด มีดังนี้

ปัจจัยภายใน : ปัจจัยภายในที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของบริษัท บีลิงค์ มีเดีย จำกัด ที่สำคัญคือ บุคลากร มีบทบาทสำคัญในการประกอบธุรกิจของบริษัท บีลิงค์ฯ บุคลากร 1 คน สามารถปฏิบัติงานได้หลายตำแหน่ง มีผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์ มีการพัฒนาการดำเนินธุรกิจไม่หยุดนิ่ง สร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กรธุรกิจ บุคลากรมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการทำงาน รวมทั้งมีความรู้และประสบการณ์ มีทักษะความสามารถเฉพาะด้านที่สร้างประโยชน์ให้กับบริษัท บีลิงค์ฯ อีกทั้งวัฒนธรรมองค์กรที่มีความเข้มแข็ง อยู่ร่วมกันอย่างครอบครัว ผู้บริหารให้ความสำคัญกับระดับผู้ปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังมีการวางกลยุทธ์ที่ชัดเจน ทุกคนมีแนวทางการปฏิบัติงานเดียวกัน และสามารถสร้างสรรค์ได้อย่างอิสระ ภายใต้แนวคิด (Concept) ที่ต้องเป็นสื่อการศึกษาเชิงหยรรษา (Edutainment) คือ มีทั้งสาระและความรู้และความบันเทิงควบคู่กันไป

ปัจจัยภายนอก : ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จของบริษัท บีลิงค์ มีเดีย จำกัด มีสาระสำคัญคือ ด้วยสภาวะทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ยังคงไม่มีความเสถียร จึงส่งผลให้การลงทุนในการโฆษณาของสินค้าและบริการต่าง ๆ อาจเกิดการชะลอตัวเป็นระยะ ๆ ทำให้นักลงทุนมีการลดงบประมาณการโฆษณา เนื่องจากผู้บริโภคอาจมีศักยภาพในการบริโภคน้อยลง แต่บริษัท บีลิงค์ฯ เล็งเห็นถึงโอกาสทางธุรกิจ เนื่องจากสื่อโฆษณาของบริษัท บีลิงค์ฯ มีอัตราค่าโฆษณาที่ราคาน้อยกว่าสื่อสารมวลชนอื่น ๆ รวมทั้งยังสามารถสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยตรงได้ดี ทำให้บริษัท บีลิงค์ มีเดีย จำกัด เป็นทางเลือกที่คุ้มค่าของผู้โฆษณาสินค้าและบริการในการที่จะได้ของดีราคาถูกนั่นเอง

ทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ด้วยเหตุที่ว่าปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงจากอดีตไปอย่างรวดเร็ว จากการแทรกซึมของวัฒนธรรมต่างชาติ ทั้งนี้ นักศึกษา ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจมีพฤติกรรมที่ติดตามกระแสของสังคม และติดตามแฟชั่นต่าง ๆ ให้ทันสมัยอยู่เสมอ บริษัทฯ จึงต้องมีการวิเคราะห์กระแสของสังคม รวมทั้ง ค่านิยมในแต่ละช่วงเวลาอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง เช่น การนำเพลงและมิวสิควิดีโอของประเทศเกาหลีที่กำลังได้รับความนิยม

มาเผยแพร่ออกอากาศในช่วงเวลาพักกลางวัน ซึ่งสร้างความบันเทิงให้กับนักศึกษา หรือการจัดประกวดร้องเพลง และเชิญผู้เชี่ยวชาญให้ข้อคิดเห็นและวิพากษ์วิจารณ์ ตามกระแสการประกวด AF หรือ The Star ก็จะสามารถสร้างความน่าสนใจให้กับนักศึกษา รวมทั้งเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์แคมเปญร่วมกับลูกค้าอีกด้วย

ปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จในการประกอบธุรกิจอีกประการหนึ่ง คือ ภาวะความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย ที่มีเหตุการณ์ความวุ่นวาย จากกลุ่มต่าง ๆ มาอย่างต่อเนื่อง ทำให้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ รวมทั้งสภาพจิตใจของประชาชน ไม่เกิดความสมานฉันท์ได้นั้น ย่อมส่งผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจของบริษัทอยู่ไม่มากนักน้อย บริษัท บิลิ่งค์ฯ ต้องมีการวางแผนมากขึ้น มีการวางแผนสำรองในกรณีหากเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นความเสี่ยงที่ไม่สามารถควบคุมได้

ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ส่งผลให้การพัฒนาในด้านต่าง ๆ มีความรวดเร็ว บริษัท บิลิ่งค์ฯ มีความจำเป็นจะต้องติดตามเทคโนโลยีต่าง ๆ ให้ทัน เพื่อการนำเสนอผลงาน อีกทั้งเพื่อให้คู่พันธมิตรและตรงใจทั้งนักศึกษาและผู้โฆษณาสินค้าและบริการ เนื่องจากจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับบริษัท บิลิ่งค์ฯ และสร้างความน่าเชื่อถือ สร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าได้บริษัท บิลิ่งค์ฯ จึงมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กรอยู่เสมอ เช่น การนำเอาทีวีจอแบน ระบบความถี่สูง (High Definition) ซึ่งมีความคมชัด ติดตั้งไว้ในแต่ละมหาวิทยาลัยตามจุดต่าง ๆ เป็นต้น

งานวิจัยของประยุทธ์ วรรณอุดม และมงคล คำดวง เรื่อง “ศักยภาพและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบสาระบันเทิงของหมอลำ” พบว่า หมอลำเป็นสื่อพื้นบ้านที่มี “ศักยภาพ” และเป็น “กลยุทธ์การสื่อสาร” ที่มีรูปแบบเฉพาะตัวสามารถถ่ายทอดความรู้ข่าวสารซึ่งเป็นข้อความ (Message) มาผสมกับความบันเทิง (Entertainment) จึงกลายเป็นแนวคิดสาระบันเทิง (Edutainment) อันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างได้ผล รวมถึงการสร้างสรรครูปแบบเนื้อหาสาระที่จะส่งต่อไปถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในบทความเรื่อง Entertainment-Education, International of Children, Adolescents, and the media (Singhal, 2013, pp. 295-297) โดย Arvind Singhal อธิบายถึงเอดูเทนเมนต์ว่า Edutainment คือ กลยุทธ์ในการสื่อสารอันนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลง ในทั้งด้านพฤติกรรมและด้านสังคม โดยเอดูเทนเมนต์ได้รับการออกแบบมาเพื่อให้ทั้งความบันเทิงและการศึกษาในเวลาเดียวกัน เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับผู้ฟังเกี่ยวกับปัญหาของการศึกษา สร้างทัศนคติที่เหมาะสม เปลี่ยนบรรทัดฐานของสังคม และเพื่อเปลี่ยนพฤติกรรม โดยจุดประสงค์หลักคือ สร้างการเปลี่ยนแปลงโดยตรงต่อสังคมที่เกิดขึ้นในตัวบุคคล ชุมชน และสังคม เช่น Takalami Sesame ในแอฟริกาใต้ ที่เป็นตัวการ์ตูนที่ถูกสร้างขึ้นมาจากการ์ตูนดัง Sesame street ที่ได้รับความนิยมอยู่ก่อนแล้วแต่เป็นเวอร์ชันแอฟริกาใต้เอง โดยตัว Takalami เป็นผู้ติดเชื้อเอชไอวี หรือเอดส์ เธอถูกสร้างขึ้นมาเพื่อสร้างทัศนคติเกี่ยวกับ



ผู้ปวยว่าสามารถดำรงชีวิตอยู่กับผู้คนปกติได้ เธอคือ ตัวแทนของคำว่ายอมรับ ความหวัง และความเข้าใจ และกลายเป็นรายการทีวีที่ได้รับความนิยมอย่างมากในแอฟริกาใต้ เมื่อไหร่เราจะได้อยู่ร่วมกัน ซึ่งนั่นคือ ตัวอย่างของ เอดูเทนเมนต์ที่ถูกสร้างขึ้นมาจากพื้นที่ของดนตรี ผ่านบทเพลง ทั้งสองเพลงเป็นเพลงร็อคของลาตินอเมริกา สร้างขึ้นมาเพื่อสร้างทัศนคติเกี่ยวกับเพศสัมพันธ์ ซึ่งการส่งสารไปในเพลงได้ผลมากกว่าการเทศนาของพระหรือพ่อแม่เสียอีก ในขณะที่เดียวกันที่ เอดูเทนเมนต์ กลายเป็นกลยุทธ์มีอิทธิพลสนับสนุนการเปลี่ยนแปลงทางสังคมได้สองทาง หนึ่ง มีอิทธิพลต่อความระมัดระวังของผู้ฟัง ทัศนคติ พฤติกรรม ไปสู่ปลายทางที่พึงประสงค์ของสังคม เช่น การเปิดรับการใช้ถุงยางอนามัย เพื่อป้องกันเอชไอวี และสอง มีอิทธิพลต่อสังคมภายนอกของผู้ฟัง เพื่อช่วยในการ ตัดสินใจในการเปลี่ยนแปลงของสังคม

อย่างไรก็ตาม เราสามารถกล่าวได้ว่า เอดูเทนเมนต์คือ ตัวกลางในการระดมพล สนับสนุน และออกแบบระเบียบวาระ ในการสร้างอิทธิพลต่อความคิดริเริ่มของประชาชนและนโยบายในทิศทางที่พึงประสงค์ของสังคม นอกจากนี้ การใช้เอดูเทนเมนต์ยังเกี่ยวข้องกับการอธิบายในเรื่องจริยธรรมของสังคม อาทิ การใช้เอดูเทนเมนต์เป็นเครื่องมือในการเปลี่ยนแปลงสังคมแท้จริงแล้วถูกต้องแล้วหรือ? และ อะไรคือ พฤติกรรมที่พึงประสงค์ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถโต้แย้งได้ยาก เนื่องด้วยคุณค่าทางการศึกษาของเอดูเทนเมนต์ ตามที่กล่าวถึงในช่วงต้นเช่น การป้องกันเอชไอวี และปัญหาอื่น ๆ เช่น การส่งเสริมการใช้ถุงยางอนามัยในวัยรุ่น ทั้งนี้การโต้แย้งอาจถูกสร้างจากต่างจุดยืน โดยบางคนอาจแย้งเรื่องคุณค่าของการปกป้องวัยรุ่นจากการส่งต่อเชื้อโรค แต่บางคนโต้แย้งว่าการใช้ถุงยางอนามัยคือการส่งเสริมความสำส่อนของวัยรุ่นหรือไม่

Zarlina Che Embi และ Hanafizan Hussain (2005, pp 27-42) นำเสนอบทความเรื่อง Analysis of Local and Foreign Edutainment Products -An Effort to Implement the Design Framework for an Edutainment Environment in Malaysia โดยผลการวิเคราะห์กล่าวว่า การวิจัยของ Malone's ในการอธิบายการออกแบบการศึกษาที่มีประสิทธิภาพประกอบไปด้วยหลายปัจจัย อันได้แก่ เกมอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งจะช่วยให้รู้จักคิดวิเคราะห์ และเพิ่มศักยภาพในการจินตนาการ และแนวทางการปฏิบัติอื่น ๆ สำหรับการเรียน และปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่

1. Content/Storytelling ควรจะมีการสนับสนุนการสอนขั้นพื้นฐานด้วยวัตถุประสงค์ การศึกษาและเนื้อหาที่ระบุไว้อย่างชัดเจนในเกม โดยการสร้างแรงจูงใจหรือความบันเทิงเกมคือ วัตถุประสงค์ที่แท้จริง ผู้เล่นที่จะเข้าใจวัตถุประสงค์การศึกษาและเนื้อหาที่ในบริบทนั้น อาจกล่าวได้ว่า Content/Storytelling คือ การบอกตรง ๆ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้อย่างเรียบง่าย

2. Interface การสร้างเกมที่สมควรส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างกันซึ่งจะสะท้อนภาวะของผู้เรียนด้วย ทั้งนี้สามารถทำได้ผ่านการใช้ส่วนติดต่อผู้ใช้แบบกราฟิกที่น่าสนใจซึ่งจะเป็นการเล่น เกมตอบคำถามง่าย ๆ

3. Interactivity เกมที่ดีจะมีการใช้เล่ห์ในการปฏิสัมพันธ์การโต้ตอบระหว่างกันซึ่งจะทำให้อีกฝ่ายไม่สามารถเล่นเกมได้อย่างราบรื่น

4. Challenge การเล่นเกมในแต่ละครั้งจะต้องมีเป้าหมายเป็นหลักในการเล่นเกมนั้น เพื่อให้ผู้เล่นมีความสนใจต่อสิ่ง ๆ นั้น

5. Fantasy เกมที่ใช้เล่นต้องมีลักษณะเป็นแฟนตาซี หมายความว่า มีลักษณะเหนือธรรมชาติที่เป็นอยู่ ตัวอย่างเช่น เสียง รูปร่าง ที่แปลกไปจากธรรมชาติ ทั้งนี้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการเล่นเกมนั้น

6. Feedback การเล่นเกมในแต่ละครั้งต้องมีของรางวัล เพื่อจะสร้างแรงจูงใจในการเล่นเกมนั้น ซึ่งหากแรงจูงใจมีมากและมีความแน่วแน่และมั่นคงต่อการเล่นเกมก็จะได้รับรางวัลตามที่ใจต้องการ

7. Curiosity การเล่นเกมจำเป็นต้องมีอากาศกรอกรู้อยากเห็นต่อเกมที่จะเล่น เกมที่ดีควรมีระดับที่เหมาะสมของการให้ข้อมูล ความซับซ้อน และควรจะเป็นเกมที่มีความแปลกใหม่และน่าแปลกใจ ตัวอย่างเช่น การสร้าง เสียงเอฟเฟ็ก, randomness, อารมณ์ขันที่เหมาะสม

8. Control การควบคุมมีความสำคัญสำหรับการเล่นเกม ทั้งนี้ผู้เล่นจำเป็นต้องควบคุมตนเองให้อยู่ในเนื้อหาของเกมนั้น นอกจากนี้เกมที่สร้างขึ้นมาก็จะต้องมีการจัดการที่ดีสำหรับผู้เล่นด้วย

9. Mechanisms กลไกสำหรับการแก้ไข ข้อผิดพลาดและการปรับปรุง หรือเรียกว่า กลไกในการรับรู้เชิงบวก ควรจะให้ในเกม โดยเกมนี้เหมาะสำหรับเด็กเล็กเพื่อพัฒนาศักยภาพทางความคิด

10. Representations เกมที่ดีควรทำให้เกิดการเรียนรู้ในการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นและสิ่งที่เล่น ซึ่งมีสำคัญมากในการสะท้อนความคิดของผู้เล่นเกม

### แนวคิดเรื่องอาเซียน

1. งานวิจัยของณัฐฎีกา ณ ระนอง (2548) เรื่อง การนำเสนอข่าวประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน ทางหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน - (The News about Neighboring Countries in ASEAN Published in the Thai Daily Newspaper) พบว่า ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงจำนวนขึ้นที่ปรากฏปริมาณพื้นที่ รูปแบบการนำเสนอ และทิศทางของข่าวประเทศเพื่อนบ้านที่หนังสือพิมพ์เลือกนำมาเสนอ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ทิศทางบวก ทิศทางเป็นกลาง และทิศทางลบ อีกทั้งยังเลือกศึกษาถึงแนวทางการพิจารณาคัดเลือกข่าวและความคิดเห็นต่อการนำเสนอข่าวประเทศเพื่อนบ้านในปัจจุบันของบรรณาธิการหรือผู้สื่อข่าวฝ่ายการต่างประเทศของหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน

โดยการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาหนังสือพิมพ์ 4 ฉบับ ที่นำเสนอข่าวประเทศเพื่อนบ้าน โดยเลือกวิเคราะห์เนื้อหาประเทศเพื่อนบ้านในรูปแบบของข่าว คอลัมน์/บทความ และภาพข่าว

ที่ปรากฏในหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน 4 ฉบับ ได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน และกรุงเทพธุรกิจ

ผลการวิจัย ผู้ทำการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ที่นำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านมากที่สุด ได้แก่ หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ รองลงมา คือ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ มติชน และไทยรัฐ โดยภาพรวมของหนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ฉบับ พบว่า ข่าวสารที่นำเสนอมากที่สุดจะเป็นข่าวประเภทการเมืองภายในมากที่สุด รองลงมาคือ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวด้านการก่อการร้าย ส่วนข่าวที่นำเสนอค่อนข้างน้อยคือ ข่าวด้านความมั่นคงทางด้านการทหาร ข่าวความช่วยเหลือระหว่างประเทศ ข่าวความขัดแย้งระหว่างประเทศ และข่าวภัยพิบัติทางธรรมชาติ และสำหรับแนวทางการคัดเลือกข่าวประเทศเพื่อนบ้าน พบว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 4 ฉบับ ใช้หลักการประเมินคุณค่าข่าว ได้แก่ ความเด่น ความสำคัญของข่าว ความใกล้ชิด และสถานการณ์ที่สำคัญ ณ ขณะนั้น เป็นหลัก ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเป็นผู้เฝ้าประตูสารและผู้กำหนดวาระของข่าวสารของหนังสือพิมพ์ในการคัดเลือกข่าวสารมานำเสนอสู่สาธารณชน

2. จากงานวิจัยของณัฐริกา ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถนำเอาแนวทางการวิเคราะห์ การนำเสนอข่าวสารของประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียนของสื่อในช่วงดังกล่าว (ปี 2548) ว่ามีรูปแบบ ทิศทางเนื้อหา การนำเสนอในรูปแบบใด ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่างานวิจัยของณัฐริกา ณ ระนอง นั้นวิเคราะห์ออกมาว่า รูปแบบ เนื้อหา ข้อมูลข่าวสาร ทิศทางการนำเสนอข่าวสารของประเทศเพื่อนบ้านผ่านสื่อหนังสือพิมพ์จะเป็นไปในทิศทางทั้งเชิงบวก กลาง และเชิงลบ แต่ส่วนใหญ่เนื้อหาของข่าวสารเน้นไปในด้านการนำเสนอในเชิงลบค่อนข้างมาก ซึ่งรูปแบบการนำเสนอข่าวที่มีทิศทางไป ในรูปแบบดังกล่าว นั้น ชี้ให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ของประเทศไทยหรือการนำเสนอข่าวประเทศเพื่อนบ้านผ่านมุมมองของคนไทย มักจะเป็นในเชิงลบเสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งการนำเสนอข่าวไปในทิศทางลบเสียเป็นส่วนใหญ่ นั้น อาจส่งผลกระทบต่อความมั่นคงต่อประเทศไทยได้ในอนาคต โดยผู้วิจัยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานวิจัยของผู้ศึกษาเองได้คือ สามารถศึกษาเปรียบเทียบแนวทางการนำเสนอข่าวสารของประเทศเพื่อนบ้านในสื่อหนังสือพิมพ์ในช่วงปี 2548 กับการนำเสนอข่าวสารด้านอาเซียน (รวมถึงข่าวสารของประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียน) ในสื่อโทรทัศน์ปัจจุบัน (ปี 2555) ว่ามีทิศทางการนำเสนอข่าวเหมือนหรือต่างกันหรือไม่ และเพราะเหตุใดจึงเป็นเช่นนั้น

3. งานวิจัยของทิพย์สุดา ซาดี (2555) สารนิพนธ์ เรื่อง การเตรียมความพร้อมของสื่อไทยสู่การเป็นประชาคมอาเซียน : ศึกษาเฉพาะกรณี “ฝ่ายข่าว” สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 พบว่า ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงการเตรียมความพร้อมของฝ่ายข่าวของสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สู่การเป็นประชาคมอาเซียน เนื่องจากเป็นสถานีโทรทัศน์ที่มีอันดับความนิยม (Rating) เป็นอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย จึงมีฐานของกลุ่มผู้ชมที่ค่อนข้างใหญ่ อีกทั้งยังมีภาพลักษณ์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการนำเสนอข่าว และผู้วิจัยได้พิจารณาเนื้อหาข่าวของสถานีฯ พบว่าเริ่มมีการนำเสนอเรื่องราวของประเทศใน

อาเซียน ซึ่งเสมือนเป็นจุดเริ่มต้นให้ผู้ชมได้รู้จักสมาชิกประเทศในอาเซียน และการดำเนินงานของประชาคมอาเซียนมากยิ่งขึ้น รวมถึงบทบาทของสื่อโทรทัศน์ไทยอื่น ๆ ในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียน โดยผู้วิจัยได้เลือกใช้ทฤษฎีกำหนดวาระข่าวสาร (Agenda-Setting) ในการศึกษาว่าประเด็นใดถูกนำเสนอบ่อยครั้ง มีพื้นที่ในสื่อมาก จะทำให้ผู้รับสารจดจำได้มากและรับรู้ว่าเป็นประเด็นที่มีความสำคัญ และการกำหนดวาระข่าวนั้นมีความสัมพันธ์กับพันธกิจขององค์กรของแต่ละสถานีโทรทัศน์

โดยผลการวิจัย พบว่า สถานีโทรทัศน์ของรัฐและสถานีโทรทัศน์สาธารณะ มีพันธกิจองค์กรที่สำคัญ คือ มุ่งเน้นการให้สาระความรู้ ส่งเสริมรายการที่ยกระดับจิตใจของคนในสังคม ทำให้ทั้ง 2 สถานีมีการปรับเพิ่มสัดส่วนรายการสาระความรู้เกี่ยวกับอาเซียนขึ้นมา สถานีโทรทัศน์เอกชนทั้ง 2 สถานี โดยสถานีโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 7 ถือเป็นสถานีผู้นำรายการประเภทบันเทิงทั้งของไทยและของต่างชาติ ดังนั้น รายการที่เกี่ยวกับอาเซียนจึงเน้นภาพยนตร์ ชุดเพลง เพื่อเผยแพร่วัฒนธรรมมากกว่า ส่วนสถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ดำเนินธุรกิจภายใต้แนวคิด “ครอบครัวข่าว” สัดส่วนเนื้อหารายการประเภทข่าวจึงปรับเพิ่มเนื้อหามากขึ้น สถานีโทรทัศน์ของรัฐวิสาหกิจ หรือ สถานีโทรทัศน์โมเดิร์นไนน์ทีวี มีพันธกิจสำคัญภายใต้คำว่า “สังคมอุดมปัญญา” รายการส่วนใหญ่ของสถานีจึงเป็น รายการประเภทสาระความรู้ และสาระบันเทิง แม้ว่าสัดส่วนรายการของสถานีฯ จะไม่พบรายการสาระความรู้ที่เกี่ยวกับอาเซียน แต่ทางสถานีฯ ได้ร่วมกับ บริษัท เนชั่น มัลติมีเดีย กรุ๊ป จำกัด ในการผลิตรายการเกี่ยวกับอาเซียน โดยออกอากาศผ่านทางช่อง True Visions Channel 99 ใช้ชื่อรายการว่า “ASEAN TV” เพื่อรองรับกลุ่มผู้ชมที่มีความสนใจในเรื่องอาเซียนโดยเฉพาะ

สำหรับการเตรียมความพร้อมของฝ่ายข่าว สถานีโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 ปัจจุบันมีการปรับเปลี่ยนอุปกรณ์ ระบบการจัดเก็บข้อมูล การส่งข่าว เป็นระบบดิจิทัลหมดแล้ว เหลือเพียงระบบออกอากาศที่ยังต้องรอความชัดเจนของคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม (กสทช.) แต่หากมีคำสั่งที่ชัดเจนก็สามารถเปลี่ยนได้ทันที ส่วนการเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ในปี 2558 นั้น ทางสถานีฯ ได้จัดให้มีการอบรมพนักงานของทางสถานีฯ เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นเมื่อมีการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนแล้ว พร้อมกับการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลในเมืองใหญ่ภายในภูมิภาค เพื่อผลิตข่าวเอง เพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งและการแข่งขันในด้านข้อมูลข่าวสารที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

จากงานวิจัยของทิพย์สุดา นั้นทำให้ผู้วิจัยเองสามารถนำเอาแนวทางในการวิเคราะห์ รวมถึงเนื้อหาของผังรายการทีวีของสถานีโทรทัศน์ทั้ง 5 สถานี และการกำหนดสาระสาร (Agenda-Setting) ในประเด็นด้านอาเซียนของแต่ละสถานีกับความสัมพันธ์ของพันธกิจขององค์กร มาใช้ประกอบเป็นข้อมูลในการวิเคราะห์ ในงานวิจัยของผู้วิจัยเองได้อีกด้วย

นโยบายการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ส่วน คลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิรตซ์

ภัทรา ลำเจียก ศึกษางานเรื่องแนวทางในการปรับปรุงรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การปรับปรุงด้านเนื้อหารายการจะต้องเริ่มต้นด้วยการเลือกข่าวที่มีเนื้อหาตอบสนองต่อกลุ่มผู้ฟัง เป็นข่าวที่เป็นประโยชน์เป็นกระแสอยู่ในกระแสความนิยม อีกทั้งเป็นเรื่องใกล้ตัว นอกจากนี้สามารถเพิ่มเนื้อหาด้านเทคโนโลยี และความรู้รอบตัวให้กลุ่มผู้ฟังได้ นอกจากนั้นควรเรียงลำดับเนื้อหาจาก Hard News อันได้แก่ ข่าวเศรษฐกิจ การร่วมมือและข่าวการเมืองไว้ต้นชั่วโมงหลัก หลังจากนั้นนำเสนอตามด้วย Soft News อันได้แก่ หัวข้อศิลปวัฒนธรรม ท่องเที่ยว เทคโนโลยีสารสนเทศ ประการต่อมา การปรับปรุงด้านรูปแบบ โดยการนำเสนอรายการเป็น integrated new broadcast ซึ่งจะมีผู้ประกาศดำเนินรายการและมีผู้สื่อข่าวรายงานประเด็นที่น่าสนใจเสนอเข้ามายังรายการ หากมีวาระพิเศษจะเชิญผู้เชี่ยวชาญ / นักวิชาการ มาวิเคราะห์ การปรับปรุงด้านการนำเสนอรายการข่าว ประการสุดท้าย จะวิเคราะห์จากความสามารถของผู้ประกาศข่าว ว่าสามารถถ่ายทอดข่าวให้มีความเข้าใจได้มากน้อยเพียงใด ทั้งนี้ ผู้ประกาศจะต้องมีความสามารถในการนำเสนอข่าวให้มีความน่าเชื่อถือ และสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กรหลัก ในด้านการนำเสนอข่าวสารและประชาสัมพันธ์ของประเทศ

การศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาการบริหารงานของส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยในด้านแนวทางในการปรับปรุงรายการให้มีเนื้อหาอยู่ในกระแสนิยมแต่สามารถนำเสนอตามกรอบนโยบายการบริหารงานของรัฐบาลได้ด้วยเช่นกัน ซึ่งในการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนนั้น ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการจำเป็นต้องมีความรู้ในหัวข้อดังกล่าวอย่างละเอียดเพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดสู่กลุ่มผู้ฟังได้อย่างถูกต้อง

วลีรัตน์ สาครพันธ์ ศึกษาเรื่องการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการรับฟังรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ช่วงเวลา 7.00-8.00 น. ซึ่งเป็นการศึกษาด้วยระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยอาศัยข้อมูลแบบเจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า เนื้อหาและวิธีการนำเสนอรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษ มีผลต่อการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจในการรับฟังกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการรับฟังในด้านความรู้ทันเหตุการณ์ อีกส่วนได้ฝึกภาษา และนำความรู้ ข้อมูล ไปแลกเปลี่ยนสนทนากับความคิดเห็นกับผู้อื่น อย่างไรก็ตามในส่วนของผู้ที่ไม่พึงพอใจในการรับฟัง ให้ความเห็นว่าวิธีการดำเนินรายการรวมถึงการนำเสนอขาดความน่าสนใจ ซึ่งเนื้อหารายการส่วนใหญ่เป็นการเสนอกิจกรรมและผลงานของรัฐบาลมากเกินไป เหตุการณ์ทั่วไปมีน้อย และกลุ่มสุดท้ายให้ความเห็นว่าต้องการให้มีการปรับปรุง ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าการนำเสนอรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษมีลักษณะเป็นทางการ มีรูปแบบการนำเสนอแบบตายตัว ไม่มีรูปแบบใหม่ที่ดึงดูดความสนใจจากผู้ฟังได้ รวมทั้งเนื้อหาในรายการก็เป็นลักษณะข่าว Hard News ทั้งนี้ผู้ฟัง

รายการต้องนำเสนอสาระและบันทึงควบคู่กันไป ตลอดจนนำเสนอเรื่องใกล้ตัวและเรื่องที่มีผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของผู้ฟังด้วย

การศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับภัทรา ลำเจียก คีษางานเรื่องแนวทางในการปรับปรุงรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ในส่วนของการปฏิบัติหน้าที่ของผู้ผลิตรายการซึ่งควรมีลักษณะที่เป็นทางการแต่สอดแทรกสาระและความบันเทิงไว้ด้วย

พิมพ์พรรณ เงินสว่าง ทำการวิจัยเรื่อง “ศึกษาเปรียบเทียบการดำเนินงานกระจายเสียงระหว่างรายการภาคภาษาไทย ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กับ วิทยุสุราธรรม์ (เอเซียเสรี) ผลการวิจัยพบว่า ในด้านนโยบายในการกระจายเสียงระหว่างประเทศคลื่นสั้น รายการภาคภาษาไทย ของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คือ การสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยแก่คนต่างประเทศ และคนไทยในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก ส่วนวิทยุสุราธรรม์มีนโยบายในการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรู้ด้านการต่างประเทศให้แก่คนไทยในชนบททุกจังหวัดของประเทศไทย เพื่อให้เข้าใจและนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ และเพื่อให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องของการต่างประเทศโดยตรงไปตรงมา อันจะช่วยเสริมสร้างสังคมชนบทให้แข็งแกร่ง ลักษณะการดำเนินงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เน้นการดำเนินงานของรัฐบาลในด้านต่าง ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ การต่างประเทศ ฯลฯ ส่วนวิทยุสุราธรรม์ เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอรายการจะเป็นข่าวสารดำเนินงานด้านการต่างประเทศเป็นหลัก

จากการวิจัยนี้ ผู้ทำการวิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะในด้านรายการ ว่าควรมีการศึกษาในเชิงองค์รวมทั้งทางด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม โดยศึกษาด้านเนื้อหาที่จะเป็นตัวนำไปสู่การพัฒนาในทางที่ดีขึ้น มีการตั้งเป้าหมายของรายการต่าง ๆ ให้ชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการ ส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการจัดหาหรือเพิ่มจำนวนบุคลากรด้านรายการ โดยการจัดสรรอัตรากำลังเจ้าหน้าที่ด้านรายการให้เพียงพอกับปริมาณ หรือใช้งบประมาณว่าจ้างบุคคลภายนอกที่มีความรู้ ความชำนาญ ด้านรายการมาประจำสถานี เพื่อผลิตรายการ ควบคุม ดูแลหรือถ่ายทอดวิชาความรู้ เทคนิค และประสบการณ์ด้านการจัดรายการให้แก่ผู้ปฏิบัติงานประจำ เพื่อให้การผลิตรายการมีมาตรฐานที่ดีขึ้นเป็นส่วนรวม และควรมีการสำรวจความคิดเห็นของประชาชนในการรับฟังวิทยุกระจายเสียงทุกเพศ ทุกวัย ทุกอาชีพ ทั้งในเมือง ชนบท และในต่างประเทศ เพื่อทราบทัศนคติของผู้ฟังกลุ่มต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบเป็นข้อมูลในการพิจารณาปรับปรุงหรือจัดทำรายการวิทยุให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของประชาชนอยู่เสมอ

#### งานศึกษาเกี่ยวกับเวอร์จิ้น เรดิโอ

ปิยะฉัตร สุคนธมาลย์ ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมรายการวิทยุ: กรณีศึกษา เวอร์จิ้น เรดิโอ (ศึกษาเฉพาะ 95.5 ซึ่งเป็นคลื่นที่ส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยเป็นผู้ดูแล) ผลงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า การบริหารงานของคลื่น 95.5

มีรูปแบบการดำเนินการในลักษณะไม่เป็นทางการ เป็นเสมือนคลื่นตัวแทนของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการทั้งทางด้านสาระและความบันเทิงได้ครบครัน นอกจากนี้ผลจากการวิจัยพบว่า ในการบริหารงานการประชาสัมพันธ์ของ 95.5 มีการจัดสรรแบ่งหน้าที่ที่ชัดเจน เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับกลุ่มคนฟัง มีหลักในการ Corporate PR เป็นบทบาทหลักให้กับองค์กรในการเนินธุรกิจ เพื่อสามารถนำเสนอข้อมูลข่าวสารได้อย่างมีคุณภาพและน่าสนใจต่อกลุ่มเป้าหมาย

ภัทริกา ชัยเวฬุ ศึกษาเรื่อง การผลิตรายการวิทยุคลื่น 95.5 FMX ผลการวิจัยพบว่า รายการเพลงของ 95.5 FMX เป็นรายการที่นำเสนอเพลงสากลในรูปแบบ Contemporary hits Radio ซึ่งเปิดเพลงที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันและส่งกระจายเสียงภาคภาษาอังกฤษ จึงมีความโดดเด่นแตกต่างไปจากรายการอื่นโดยสิ้นเชิง นอกจากนี้ การที่รายการ 95.5 เป็นแม่ข่ายถ่ายทอดเสียงไปยังต่างจังหวัด การที่สามารถเชิญศิลปินต่างประเทศมาสัมภาษณ์ในรายการ รวมไปถึงกิจกรรมพิเศษต่าง ๆ ที่ทางรายการจัดขึ้น ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นส่วนสำคัญที่ช่วยดึงดูดความสนใจของผู้ฟังและทำให้รายการ 95.5 FMX ประสบความสำเร็จได้

นอกจากนี้ การศึกษาการทำงานของสถานีวิทยุเอฟเอ็ม 95.5 ของ กนกวรรณ จันทร ศึกษาเรื่อง การผลิตรายการเพลงสากลทางวิทยุของรายการ 95.5 FMX ยังเป็นในทำนองเดียวกับ ภัทริกา ซึ่งผลการวิจัยพบว่า การผลิตรายการของ 95.5 FMX มีการนำเสนอรายการที่น่าสนใจซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจผู้ฟังได้มากและเป็นการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ฟังกับผู้ผลิตรายการ ซึ่งในการผลิตรายการของทางสถานีนั้นผู้วิจัยกล่าวไว้ว่าทางสถานีมีการจัดหาข้อมูลเกี่ยวกับข่าวสารในวงการเพลงซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการผลิตรายการให้มีความน่าสนใจ ตลอดจนมีการเปิดโอกาสให้ผู้ฟังชาวไทยมีความสนใจในการรับฟังเพลงสากลจากสถานีวิทยุแห่งนี้ด้วย

#### แนวคิดเรื่องการบริหาร

เอ็มซอลลา (Msolla, 1995, p. 15-A) ศึกษาเรื่อง การประเมินการใช้ทักษะการบริหารงานและความรู้ของครู-ผู้บริหารวิทยาลัยในแทนซาเนีย การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้การสำรวจเพื่อศึกษาการใช้ความรู้และทักษะการบริหารงานของครู-ผู้บริหารวิทยาลัย ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาในการปฏิบัติภาระงานทั้งหมดเฉลี่ยแล้วอยู่ในขั้นต่ำ และภาระงานที่ปฏิบัติทั้งหมดมี 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการเงินและโครงการพึ่งพาตนเอง ด้านการจัดการวัสดุและทรัพยากร ด้านสิ่งแวดล้อมอาคารสถานที่ ด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน ด้านกิจการนักศึกษา ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการวางแผนและการพัฒนา ซึ่งในการประเมินนั้น พบว่า งานที่ปฏิบัติได้ยากที่สุด ตามลำดับ ดังนี้ ด้านการจัดการวัสดุและทรัพยากร ด้านสิ่งแวดล้อมอาคารสถานที่ ด้านการเงินและโครงสร้างการพึ่งพาตนเอง ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านหลักสูตรและการเรียนการสอน

ศุทธิชัย บุณนาค ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การบริหารและการจัดรายการวิทยุ อ.ส.ม.ท. เพื่อชุมชน” พบว่า การดำเนินการของสถานีวิทยุ อ.ส.ม.ท. ที่ได้ดำเนินการส่วนใหญ่มีเนื้อหารายการ

เป็นลักษณะหลากหลาย รูปแบบในรายการเดียวกัน กล่าวคือ มีทั้งการพูดคุย สัมภาษณ์และสนทนา โดยการกำหนดรูปแบบและการนำเสนอรายงานนั้น นายสถานีจะเปิดรับฟังความคิดเห็นจากผู้ฟัง แต่ไม่เปิดโอกาสมากนัก สำหรับปัญหาและอุปสรรคพบว่า การบริหารคลื่นนั้นขาดแคลนงบประมาณ และขาดแคลนนักจัดรายการที่มีความเข้าใจในแนวทางของชุมชน

สมสุข หินวิมาน ศึกษาเรื่อง “วิฤกษ์กระจายเสียงแห่งประเทศไทยกับการสร้างความชอบธรรมของรัฐ: วิเคราะห์รายการข่าวภาคถ่ายทอด” พบว่า ข่าวของ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยให้น้ำหนักแก่ฝ่ายรัฐมากกว่าหน่วยอื่น ๆ ในสังคม ทำให้ไม่สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางวิชาชีพสื่อมวลชนที่เน้นการเสนอข่าวอย่างเป็นกลางและสมดุล ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่ารายการข่าวภาคถ่ายทอดของ สถานีฯ มีลักษณะการทำงานของกลไกทางอุดมการณ์ คือ 1. การเลือกนำเสนอข้อถกเถียงที่สอดคล้องกับตรรกะของรัฐ 2. การให้น้ำหนักแก่แหล่งข่าวของรัฐบาลมากกว่าแหล่งข่าวอื่น ๆ 3. การสร้างเทคนิคการประกาศข่าวอย่างเป็นทางการ 4. การสร้างและอ้างอิงเนื้อหาทั้งจากนักวิชาการและนักวิชาชีพเพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือ 5. การใช้ภาษาสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นรัฐผู้ปกครองและดูแลทุกข์สุขของประชาชน 6. การเพิกเฉยต่อแหล่งข่าวตรงข้ามหากเป็นทัศนคติที่ขัดแย้งกับรัฐบาลโดยตรง

วิภูสนา เทศวิศาล ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารคลื่นวิทยุที่ได้รับสัมปทานของภาคเอกชน” ผลการศึกษาพบว่า สภาพของบริษัท กลุ่มบริษัทผู้ประกอบการสัมปทานคลื่นวิทยุ โดยมีแนวคิดการบริหารงานที่คำนึงถึงความต้องการและความนิยมของกลุ่มผู้ฟังรายการเป็นหลักสำคัญ เพราะฉะนั้นกลยุทธ์ในการบริหารงานจะให้ความสำคัญกับการสร้างความแตกต่าง ตลอดจนการกำหนดรูปแบบรายการที่ชัดเจน อีกทั้งให้ความสำคัญด้านการพัฒนาบุคลากร และสร้างกิจกรรมให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายโดยให้ความสำคัญด้านการพัฒนาบุคคลกรและสร้างกิจกรรมให้มีความสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายโดยให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ว่าในภาวะที่มีการแข่งขันที่สูงจะมีการพิจารณาถึงจุดอ่อนและดำเนินการให้ลึกมากยิ่งขึ้น

ดวงพร สำเภาเงิน ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลสำเร็จในการบริหารงานของสถานีวิทยุ: กรณีศึกษา เอฟ เอ็ม 95 ลูกทุ่งมหานคร” ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดในการบริหารของสถานีฯ มีลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบ Formation Station มีความชัดเจนในแง่การนำเสนอรายการมีเนื้อหาไปในแนวทางเดียวกัน การจัดรายการมีความต่อเนื่อง 24 ชั่วโมงเพื่อให้ผู้ฟังติดตามรายการของสถานีตลอดทั้งวัน รายได้หลักของสื่อวิทยุมาจากค่าโฆษณา โดยกำหนดรูปแบบรายการให้มีความน่าสนใจและเน้นการทำกิจกรรมนอกสถานที่ เพื่อสร้างความนิยมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของสถานีให้ได้มากที่สุด และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารงานคือ ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริหารจัดการองค์กรของคลื่นลูกทุ่งมหานคร ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้าน



เทคโนโลยี และปัจจัยด้านความเป็นเจ้าของคลื่นความถี่ ส่วนปัจจัยภายนอก ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้ฟัง และปัจจัยด้านการตลาด

โกศล สงเนียง ศึกษาเรื่อง “การบริหารรายการโทรทัศน์เชิงยุทธ์ กรณีศึกษาสถานีโทรทัศน์ ช่อง 9 อ.ส.ม.ท.” ผลการศึกษาพบว่า การบริหารรายการโทรทัศน์เชิงยุทธ์นั้น มีการสร้างภาพลักษณ์ให้ชัดเจนเพื่อให้ได้รับความนิยมนจากผู้ชมรายการ โดยเสนอรายการที่มีความหลากหลาย และตอบสนองความต้องการของผู้ชมรายการที่เน้นสาระและความบันเทิงให้ความสำคัญกับรายการเพื่อประโยชน์ของรัฐ รายการที่ร่วมผลิตต้องมีความสามารถเป็นที่ยอมรับและผลิตรายการที่ได้รับความนิยมนในระดับสูง ตลอดจนสร้างความสัมพันธ์ให้เป็นพันธมิตรกับสถานี ผลิตรายการที่มีคุณภาพและผลิตรายการที่ให้ความนิยมกับสถานี

ทางด้าน สุพัชรินทร์ โพธิ์ทองนาค ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การปรับเปลี่ยนโครงสร้างองค์กรของสถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย ช่อง 11 และวิเคราะห์สัดส่วนรูปแบบเนื้อหา รายการที่เปลี่ยนแปลงไปตามลักษณะโครงสร้างขององค์กร พบว่า รัฐในฐานะผู้ถือครองกรรมสิทธิ์การเป็นเจ้าของได้ใช้อำนาจในการกำหนดนโยบายด้านการปฏิบัติหน้าที่หลัก การบริหารจัดการรายได้ และการผลิตรายการ ซึ่งส่งผลกระทบต่อโครงสร้างองค์กรเปลี่ยนไป แบ่งเป็น 3 ช่วง คือ ช่วงแรก รัฐได้กำหนดนโยบายให้มีภารกิจหลักในการเป็นสถานีโทรทัศน์เพื่อการศึกษา และการประชาสัมพันธ์ของรัฐ มีรายได้จากเงินงบประมาณ และจากค่าเช่าเวลา สัดส่วนของรูปแบบและเนื้อหา รายการมุ่งเน้นเรื่องของสาระความรู้ และการเผยแพร่ผลงานของรัฐ ช่วงที่สอง รัฐได้กำหนดนโยบายให้องค์กรสื่อสารมวลชนแห่งประเทศไทย จัดสรรผลกำไร 10 percent เพื่อใช้เป็นทุนในการผลิตรายการ จัดซื้อและจัดหารายการ และอนุมัติให้สามารถหาเงินทุนช่วยเหลือได้ สำหรับรูปแบบและเนื้อหา รายการคงเดิมไว้แต่เพิ่มหน้าที่การส่งเสริมความรู้ด้านประชาธิปไตยขึ้นด้วย และช่วงที่สามคือ รัฐมีนโยบายให้เอกชนเข้าร่วมดำเนินการ และหารายได้จาก การมีโฆษณาเชิงภาพพจน์ ส่งผลให้ สทท.11 มีภารกิจการทำงานมีแนวโน้มไปในเชิงธุรกิจมากขึ้น สัดส่วน และเนื้อหาของรายการจึงมีแนวโน้มตอบสนองความต้องการของผู้ชมในวงกว้าง

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์” นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการกำหนดวาระสารของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มส. ในการจัดตั้งประชาคมอาเซียน และศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานการเตรียมความพร้อมของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ต่อการจัดตั้งประชาคมอาเซียน (ASEAN COMMUNITY)

โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสาร จากนั้น นำมาทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) การวิจัยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 3.1 วิธีการวิจัย
- 3.2 ประชากร
- 3.3 ระยะเวลาในการวิจัย
- 3.4 เครื่องมือการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงเอกสาร โดยเอกสารที่ใช้มีดังนี้

เอกสารภายใน ได้แก่ การรวบรวมเอกสาร หนังสือ วารสารภายใน หนังสือครบรอบปีของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย หนังสือครบรอบปีของกรมประชาสัมพันธ์ และรายงานการวิจัยและติดตามประเมินผลการบริหารงานคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 ของบริษัท ยูแอนไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด และเอกสารการประชุมที่ให้ข้อมูลเกี่ยวข้องกับ ประวัติ โครงสร้างการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับโดยตรงในการกำหนดนโยบายคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มส. ช่วงเวลา 5.05 น.-5.00 น. ของวันถัดไป รวมทั้งเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติหน้าที่ในคลื่นดังกล่าว

เอกสารภายนอก ได้แก่ วิทยานิพนธ์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท ยูแอนไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้เช่าเวลาคลื่นดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นผู้ที่รับนโยบายของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยไปปฏิบัติ รวมทั้งโครงสร้างการทำงานของ บริษัทดังกล่าวในฐานะตัวแทนภาคเอกชน เอกสารเกี่ยวกับการจัดตั้งประชาคมอาเซียนเพื่อพิจารณา กรอบการทำงานของภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับนโยบายของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่ง ประเทศไทยผ่านคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ ช่วงเวลา 5.05 น. - 5.00 น. โดยเฉพาะ การดำเนินการบูรณาการการผลิตรายการร่วมกันระหว่างบริษัท ยูแอนไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ซึ่งเป็นผู้ เช่าเวลากับกรมประชาสัมพันธ์ รูปแบบการนำเสนอข้อมูล เนื้อหา งบประมาณในการดำเนินการ การจัดสรรช่วงเวลา เป็นต้น รวมทั้งเอกสาร หนังสือ บทความทางวิชาการเกี่ยวกับการใช้แนวคิดเรื่อง การกำหนดวาระสาร แนวคิดเอดูเทนเมนต์และแนวคิดรูปแบบรายการวิทยุ เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้ แนวคิดทฤษฎีข้างต้นนำเอกสารที่ได้มาวิเคราะห์ เพื่อกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์แบบ เจาะลึก รวมทั้งการกำหนดกรอบคำถามในการสัมภาษณ์ปลายเปิด

### 3.2 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องของการดำเนินงานเชิงนโยบายและส่วนปฏิบัติของคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

- **บุคลากรจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย** ผู้ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการกำหนดนโยบาย แผนงานสำหรับการดำเนินงานในแต่ละปี ได้แก่

ผู้บริหารกรมประชาสัมพันธ์

1. นายอภิรักษ์ จันทรังษี อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์
2. ดร.จรรยา ไชยศรี ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย
3. นางเกษมศิริ เฟ่งพิศ ผู้อำนวยการ/หัวหน้า/นายสถานี

ผู้ผลิตรายการอาเซียนโฟกัส

1. นางสาวอมิณา พิรุอาลี ผู้ผลิตรายการข่าวภาษาอังกฤษ

- **บุคลากรจากบริษัทยูแอนไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด** ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง การดำเนินงานภายใต้นโยบายที่รับมาจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เนื่องจากการดำเนินงานของคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ เป็นการดำเนินงานโดยบริษัทยูแอนไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัดซึ่งเช่าเวลาผลิตรายการจากทางสถานีวิทยุแห่งประเทศไทย ได้แก่

ผู้บริหารฝ่ายรายการ บริษัท ยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด

- 1) นางลาวัลย์ ชุมสาย ณ อยุธยา ผอ.ฝ่ายกลุ่มบริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด
- 2) นางสาวพนันท์ ปัญญาภาส ผู้ดำเนินรายการ คลื่น 95.5

### 3.3 ระยะเวลาในการวิจัย

ระยะเวลาในการศึกษา เดือนมิถุนายน-กรกฎาคม พ.ศ. 2556

### 3.4 เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้แก่ แนวการสัมภาษณ์ ปลายเปิด ซึ่งมีโครงสร้างที่เน้นวิเคราะห์องค์การสื่อมวลชนในฐานะของผู้กำหนดวาระสาร ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยทำการสัมภาษณ์ผู้บริหาร นักจัดรายการในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนและเยาวชน เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ถึงนโยบาย ความคิดเห็นและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหาอาเซียน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ในฐานะที่กรมประชาสัมพันธ์เป็นหน่วยงานหลักในการรับผิดชอบเรื่องการสื่อสารและให้ความรู้เรื่องอาเซียนแก่ประชาชน ท่านมีแนวทางบริหารงานคลื่นความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย 95.5 มส. อย่างไร รวมทั้งการมอบหมายอำนาจหน้าที่ในการบริหารคลื่นอย่างไร

2) เนื่องจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยผลิตรายการภายใต้แผนงานของกรมประชาสัมพันธ์ขอให้ท่านกล่าวถึงนโยบายดังกล่าวว่า มีลักษณะอย่างไร

3) แนวทางการปฏิบัติงานร่วมกับบริษัทภาคเอกชน รวมถึงความร่วมมืออื่น ๆ ในการบริหารงานคลื่น 95.5 มส.

4) หากกล่าวถึงประชาคมอาเซียนในความรับรู้ของท่าน ท่านต้องการให้รูปแบบการดำเนินรายการเป็นไปอย่างไร หรือมีเนื้อหาในส่วนใดมากที่สุด (เศรษฐกิจ, การเมือง, สังคม วัฒนธรรม)

5) ตามที่มีการจัดตั้งคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทยนั้น ท่านพบปัญหาและอุปสรรคในการทำงานหรือไม่ อย่างไร

6) ทิศทางในอนาคตของคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย 95.5 มส. จะเป็นอย่างไร

7) ขอให้ท่านกล่าวถึงการบริหารงานคลื่น 95.5 มส. ในยุคก่อนที่จะเปลี่ยนแปลงเป็นคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนว่ามีลักษณะแตกต่างกันอย่างไร

8) ขอให้ท่านอธิบายถึงสัดส่วนรายการอาเซียนในแต่ละช่วงเวลา-รูปแบบการนำเสนอและวิธีการคัดเลือกเนื้อหาในชุดความรู้อาเซียนว่ามีลักษณะอย่างไร

9) ท่านมีกระบวนการหรือขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนอย่างไร และแหล่งข่าวหรือแหล่งข้อมูลส่วนใหญ่ท่านนำมาจากแหล่งใด

10) ปัจจุบันมีข่าวสารด้านอาเซียนมีอยู่จำนวนมาก ท่านมีเกณฑ์ในการคัดเลือกข่าวสารนั้นมานำเสนอในรายการอย่างไร

2. การวิเคราะห์ตัวบท (textual analysis) โดยศึกษารายการวิทยุของสถานีวิทยุแห่งประเทศไทย คลื่นเอฟ เอ็มความถี่ 95.5 มช. จำนวน 3 รายการ รายการละ 4 ตอน ซึ่งเป็นรายการที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอเนื้อหารายการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เพื่อวิเคราะห์ถึงวิธีการจัดตั้งประเด็น (agenda setting) การออกแบบการสื่อสาร และวิธีการสื่อสารในประเด็นดังกล่าวสู่กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงมีการจัดทำตารางรหัส (coding sheet) ที่จะใช้วิเคราะห์ในรูปแบบรายการประเภทต่าง ๆ เช่นรายการข่าว รายการสนทนา การโฟนอิน ฯลฯ

3. เครื่องมืออื่น ๆ

### 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การจัดเก็บและรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอนหนังสือจากคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ถึงผู้อำนวยการคลื่นเอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และบริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2. เมื่อได้รับการอนุมัติ กำหนดวันในการเข้าพบและทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ภายหลังจากที่ผู้วิจัยได้รับข้อมูลมาแล้ว ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์แบบพรรณนาตามคำถามและประเด็นที่ตั้งไว้ โดยแบ่งการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วนคือ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเอกสาร และข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์” เป็นการศึกษาโดยใช้เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้แก่การศึกษาวิจัยเอกสารทางวิชาการ และการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้วิจัยได้นำเสนอถึง ข้อมูลจากการวิเคราะห์ตามปัญหานำวิจัยดังนี้

1. ผลการศึกษาบทบาทสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรกภายใต้การกำหนดกรอบนโยบายการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียน ของรัฐ

2. ผลการศึกษาข้อมูลข่าวสารผ่านเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดผ่านแนวคิดการจัดตั้งวาระสาร (Agenda Setting)

3. ผลการศึกษาเชิงลึกผ่านแนวคิดเอดูเทนเมนท์ (Edutainment) ในการย่อยข้อมูลเชิงวิชาการให้เป็นข้อมูลที่สามารถเข้าใจได้ง่ายด้วยวิธีการทางสื่อสารมวลชน

ประวัติโดยสังเขปของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟเอ็ม 95.5 มส. คลื่นสาระการเรียนรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย

**คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์ (คลื่นสาระบันเทิง) (Edutainment Station)**

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) กรมประชาสัมพันธ์ คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 95.5 มส. เป็นคลื่นในการกำกับดูแลของส่วนกระจายเสียงต่างประเทศ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ โดยมีบริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด เป็นผู้เช่าเวลา ทั้งนี้ บริษัทยูแอนดีไอคอร์ปอเรชั่น จำกัด ก่อตั้งในปีพุทธศักราช 2524 เพื่อผลิตรายการที่เป็นสาระบันเทิงทางสื่อวิทยุ โดยการเช่าเวลาตามสถานีต่าง ๆ เป็นช่วงเวลา เช่น ช่วงเวลาเช้าตั้งแต่เวลา 8.00 น. ถึง 12.00 น. เป็นต้น รายการของบริษัทส่วนใหญ่จะเป็นรายการเพลงทั้งเพลงสากล และเพลงไทย จนกระทั่งปี พ.ศ. 2534 รัฐบาลมีนโยบายให้แปรรูปสถานีวิทยุกระจายเสียงเพื่อนำเงินมาพัฒนาและปรับปรุงเวลาสถานีในลักษณะของการประมูลเวลาดำเนินการของทางสถานี ซึ่งผู้ประมูลจะสามารถเช่าเวลาได้ทั้งวันแทนการเช่าเวลาเป็นช่วง สถานีวิทยุกรมประชาสัมพันธ์เป็นสถานีแรก ๆ ที่มีการประมูลคลื่นและในปลายปี พ.ศ. 2534 ทางบริษัทยูแอนดีไอคอร์ปอเรชั่น จำกัด จึงได้ทำการเพิ่มทุน พร้อมทั้งหาพันธมิตรทางธุรกิจ คือ บริษัทบางกอกเอนเตอร์เทนเมนท์ จำกัด (ไทยทีวีสีช่อง 3) เข้าร่วมประมูลเวลาจากกรมประชาสัมพันธ์ เพื่อดำเนินการในต้นปี พ.ศ. 2535 และได้ส่งทีมงานจากสถานีวิทยุไทยทีวีสีช่อง 3 เข้ามาช่วยบริหารต่อจากนั้นในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2538 บริษัท พี อี ซี เวิลด์ จำกัด

(มหาชน) ได้เข้ามาซื้อหุ้นทั้งหมดในสัดส่วน ร้อยละ 99.99 เพื่อปรับปรุงโครงการดำเนินงานภายใน กลุ่ม บี อี ซี เวิลด์ (กนกวรรณ จันทร, 2545, น. 14)

การบริหารงานร่วมกันระหว่าง สวท. และบริษัทยูแอนดีโอฯ ในการจัดตั้งคลื่นความรู้เกี่ยวกับอาเซียนโดยมีวิสัยทัศน์ให้เป็นสถานีที่รวมข่าวความรู้และสาระบันเทิงที่เป็นประโยชน์ต่อเยาวชน เป็นภารกิจหลักเพื่อให้เกิดการตื่นตัวและให้ความสำคัญและสนใจในเรื่องของการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของไทยในปี 2558 รวมถึงวางแผนและดำเนินการผลิตรายการอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ตอบสนองความต้องการของผู้ฟังได้ตามสัดส่วนที่เหมาะสม ตลอดจนหาพันธมิตรร่วมผลิตรายการ เพื่อสร้างรายได้ ทั้งนี้สัดส่วนเนื้อหารายการ แบ่งเป็นสองส่วน คือ (1) ข่าวภาคถ่ายทอดหลักและข่าวต้นชั่วโมง และ (2) สาระความรู้ ซึ่งมีประเด็นหลักคือ ข้อมูลข่าวสารเพื่อการก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนการพัฒนาเยาวชนทั้งด้านวิชาการและการพัฒนาคุณภาพชีวิต

จากการศึกษารูปแบบรายการด้านอาเซียนของคลื่น เอฟเอ็ม 95.5 มส. สามารถแบ่งประเภทและรายละเอียดของการผลิตรายการ ได้ดังนี้

### 1. รายการอาเซียนโฟกัส

ตามที่ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) กรมประชาสัมพันธ์ ได้รับมอบหมายให้เป็นประธานคณะกรรมการอาเซียนด้านสนทนาในการดำเนินโครงการ กิจกรรมด้านสื่อสารมวลชนร่วมกับสำนักเลขาธิการอาเซียนและประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง “โครงการผลิตรายการวิทยุอาเซียน” จึงถูกดำเนินการขึ้น จากการศึกษาเนื้อหาของรายการนั้น พบว่า ข้อมูลด้านการส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาคมีการเผยแพร่มากที่สุด จำนวน 6 ข่าว (ครึ่ง) ระยะเวลาในการออกอากาศข่าวละ 5 นาที/วัน (07.40-07.45 น.) ในด้านของเนื้อหาข่าวรายการอาเซียน โฟกัสมุ่งผลิตเนื้อหาข่าวที่ค้ำประกันถึงประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ฟังรายการ ซึ่งเป็นเยาวชนทั้งชาวไทยและต่างชาติ ขอบเขตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาล โดยนำข้อมูลได้มาจากแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนจากรัฐบาล เว็บไซต์ทางการของสำนักเลขาธิการอาเซียน (<http://asean.org/>) รวมถึงการสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเด็นอาเซียน อาทิ ประเด็นสิทธิมนุษยชน การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประชาธิปไตยในภูมิภาค common concerns เช่น โรคระบาด การก่อการร้าย ตลอดจนการสร้างความร่วมมือในภูมิภาค โดยมีเนื้อหาอันจะนำไปสู่ความรู้สึกถึงการเป็นประชาคมอาเซียนที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันตามวิสัยทัศน์ของอาเซียน

### 2. รายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียน

รายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนมุ่งให้บริการสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ด้านอาเซียน อาทิ การก่อตั้งประชาคมอาเซียนใน 3 มิติ อาทิ การรวมตัวของประเทศสมาชิก วิถีชีวิต การเตรียมความพร้อมเพื่อเตรียมเข้าเป็นประชาคมอาเซียน โดยรายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนนั้นจะ

นำเสนอในทุกช่วงเวลาต้นชั่วโมงหลังจากจบการรายงานข่าวของทางสถานี โดยผู้อ่านสารคดีจะบันทึกเสียงและถ่ายทอดเป็นเวลา 1 นาทีก่อนเข้าสู่ช่วงรายการเพลงของทางสถานีต่อไป อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลที่บริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่นศึกษามาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังรู้จักและตระหนักถึงความสำคัญของการเข้าร่วมประชาชนอาเซียนน้อยมากนั้น บริษัทยูแอนดีไอฯ ในฐานะบริษัทร่วมผลิตจึงปรับเปลี่ยนผังรายการตามแนวทางการบริหารงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยและกรมประชาสัมพันธ์ โดยการผลิตเนื้อหาข้อมูลด้านอาเซียนสอดแทรกไว้ในทุก ๆ ต้นชั่วโมง เพื่อให้เกิดความเข้าใจและทำความรู้จักประเทศสมาชิกและเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

### 3. รายการเพลง

เนื้อหาและรูปแบบรายการที่บริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผลิตขึ้นนั้น มุ่งสร้างความบันเทิงและสารประโยชน์ และเน้นเนื้อหาและการสอดแทรกความรู้ที่เป็นประโยชน์และดึงดูดความสนใจของเยาวชนด้วยวิธีการและรูปแบบที่สนุกสนานและมีสีสัน ประกอบกับการดำเนินรายการของดีเจเพื่อที่สร้างบรรยากาศในการดำเนินรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการส่งเสริมสนับสนุนให้เยาวชนได้รับสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ที่ได้สอดแทรกไปตลอดรายการเพื่อสร้างทัศนคติและจิตสำนึกที่ดีให้กับเยาวชนในด้านต่าง ๆ ตามนโยบายที่จะนำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้ได้ครบถ้วน โดยแบ่งสาระการเรียนรู้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม A (การส่งเสริมให้ความสำคัญกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน) กลุ่ม B (การเผยแพร่ข้อมูลให้เยาวชนตระหนักถึงบทบาทของประชาคมอาเซียน ตลอดจนกิจกรรมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์) และ กลุ่ม C (กิจกรรมนอกสถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมอาเซียน) ทั้งนี้ รายการเพลงเป็นรายการหลักของทางสถานี ซึ่งในการดำเนินรายการของดีเจ หรือ ผู้ดำเนินรายการนั้นจะมีวิธีการพูดคุยและให้ความรู้สลับกับการเปิดเพลงตามสมัยนิยมเพื่อให้เยาวชนและผู้รับฟังรายการได้รับสาระและความรู้ในเวลาเดียวกัน

#### ตารางที่ 4.1

แสดงความสัมพันธ์ของ 3 รายการ (อาเซียนโฟกัส สารคดีต้นชั่วโมง รายการเพลง)

รายการ	รูปแบบ	เวลา/ความถี่	ความยาว/ครั้ง	หมายเหตุ
1. อาเซียนโฟกัส	สาระความรู้	7 ครั้ง/สัปดาห์	5 นาที/ครั้ง	ภาษาอังกฤษ
2. สารคดีต้นชั่วโมง	สาระความรู้	7 ครั้ง/สัปดาห์	1 นาที / ครั้ง	ภาษาไทย
3. รายการเพลง	สาระบันเทิง	7 ครั้ง/สัปดาห์	30 นาที / ครั้ง	ภาษาไทย

จากตารางความสัมพันธ์ข้างต้น สามารถอธิบายรูปแบบการทำงานของรายการด้านอาเซียนของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟ เอ็ม 95.5 มส. ว่า รายการอาเซียน



โฟกัสซึ่งผลิตโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ ซึ่งมีแนวทางในการผลิตสร้างชุดข้อมูลความรู้ด้านอาเซียนที่ส่งเสริมภาพลักษณ์และการทำงานของรัฐบาลนั้น มีลักษณะการนำเสนอรายการแบบสาระความรู้ โดยเผยแพร่ 7 ครั้ง / สัปดาห์ ครั้งละ 5 นาที และดำเนินรายการด้วยภาษาอังกฤษ ขณะที่ สารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนและรายการเพลงซึ่งผลิตโดยวิทยุแอนต์ไอเอฯ จัดทำชุดข้อมูลสาระการเรียนรู้ด้านอาเซียนแบ่งออกเป็น 3 ชุด โดยใช้ข้อมูลในชุดเดียวกันนี้เผยแพร่สาระความรู้ในประเด็นอาเซียนต่อการจัดการราย โดยมีข้อแตกต่างกันในเรื่องของรูปแบบการดำเนินรายการ โดยรายการสารคดีต้นชั่วโมงจะดำเนินการในลักษณะสารคดีวิทยุ ทางด้านรายการเพลงอาเซียนจะมีผู้ดำเนินรายการ (ดีเจ) เป็นผู้ดำเนินรายการตลอดจนสอดแทรกสาระความรู้คู่กับความบันเทิงในการผลิตรายการในแต่ละครั้ง ทั้งนี้ สารคดีต้นชั่วโมงและรายการเพลงเป็นรายการประเภทให้สาระบันเทิงมีเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่มีลักษณะเป็น Soft News และการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว การแต่งกาย และข้อมูลเชิงวัฒนธรรมซึ่งแตกต่างจากรายการอาเซียนโฟกัส โดยผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า รายการอาเซียนโฟกัสที่มุ่งนำเสนอสาระและชุดข้อมูลเนื้อหาและข่าวสารที่มีลักษณะเป็นข่าว Hard News ซึ่งมีผลกระทบต่อการใช้สื่อสารให้ผู้รับฟังรายการนำไปใช้ประโยชน์ในการดำเนินชีวิตประจำวันนั้น ได้รับเวลาในการนำเสนอข้อมูลน้อยกว่ารายการสารคดีต้นชั่วโมงและรายการเพลงซึ่งมีเวลาการดำเนินงานตลอดทั้งวัน ฉะนั้น ข้อมูลดังกล่าวสามารถสะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างของการให้ความสำคัญต่อเนื้อหาที่ผู้รับสารส่งไปถึงกลุ่มผู้รับสารว่ามุ่งเน้นให้เข้าถึงเนื้อหาข้อมูลซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับมิติทางด้านวัฒนธรรมสูงกว่าการทำความเข้าใจต่อสถานการณ์ความเคลื่อนไหวของนโยบายและความร่วมมือในภูมิภาคตามวิสัยทัศน์ของการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาลและสำนักงานเลขาธิการอาเซียน ข้อค้นพบดังกล่าว ยังชี้ให้เห็นถึงความพยายามของภาครัฐในการประกอบสร้างประเด็นการจัดตั้งวาระสารด้านอาเซียนซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นเพื่อให้ความรู้รอบตัวเรื่องอาเซียนถูกสื่อสารออกไปเพื่อให้เกิดการตระหนักรู้และปฏิบัติตามแนวทางการบริหารงานด้านอาเซียนของรัฐบาลต่อไป

จากการศึกษาข้างต้นถึงบทบาทของ สวท. 95.5 มช. ต่อการเป็นสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรกในประเทศไทยกับแนวทางการบริหารองค์กรสื่อมวลชนในฐานะที่มีผู้บริหารสองส่วน 1) กรมประชาสัมพันธ์ และ 2) วิทยุแอนต์ไอเอฯ พบว่า การบริหารจัดการรูปแบบและการดำเนินงานในคลื่นไม่ได้ถูกกำหนดแผนงานและทิศทางที่ชัดเจนในการดำเนินงาน จากการสัมภาษณ์พบว่า สวท. และกรมประชาสัมพันธ์เป็นเพียงผู้กำหนดนโยบายขึ้นมาและสั่งการไปยังระดับผู้ปฏิบัติงาน วิทยุแอนต์ไอเอฯ โดยไม่มีขั้นตอนการควบคุมการผลิตและแผนการทำงานเพื่อพัฒนาข้อมูลและบุคลากรในการทำงาน ซึ่งข้อค้นพบดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่าวิธีการในการปฏิบัติงานด้านการบริหารและการจัดการในองค์กรนี้ไม่ได้เป็นไปตามแนวคิดเรื่องการบริหารจัดการของ McQuail ที่ระบุว่า สถาบันสื่อมวลชนมีหน้าที่หลักคือ การผลิต (Production) การผลิตชิ้นใหม่ (Reproduction) และการเผยแพร่

(Distribution) ข่าวสารและความรู้ต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนทั่วไปในฐานะผู้รับสาร องค์การสื่อสารมวลชน จึงอยู่ท่ามกลางแรงผลักดันทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ด้วยเหตุนี้ การปฏิบัติงานขององค์กรผู้ผลิตสื่อสารมวลชนจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทางสังคม ซึ่งอาจจะเป็นแรงกดดันต่อภาระหน้าที่และเป็นการสร้างบรรทัดฐานให้ผู้ทำการสื่อสารมวลชน ต้องรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ โครงสร้างองค์กร (Institutional Structures) นั้น มีผลกระทบโดยตรงต่อการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งมีผลต่องานจึงสะท้อนว่าผลงานและโครงสร้างมีความสัมพันธ์กัน เราจึงต้องพิจารณาถึงความสัมพันธ์ขององค์กรต่อกับองค์กรอื่น ๆ ด้วย ทั้งนี้ การดำเนินงานอยู่ท่ามกลางความกดดันจากตัวแปรต่าง ๆ จากภายในและภายนอกองค์กร ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการกำหนดนโยบายและการปฏิบัติงานขององค์กร ซึ่งภายใต้การบริหารงานของ สวท. 95.5 มส. ไม่ได้เป็นไปตามระบบในการบริหารงานตามกลไกดังกล่าว ส่งผลให้การทำงานของภาครัฐและเอกชนขาดประสิทธิภาพในการบริหารและพัฒนางาน ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า รูปแบบและวิธีการในการดำเนินงานของบริษัทยูแอนดีไอฯ ซึ่งดำเนินการตามนโยบายของ สวท. นั้น มีการปรับและต่อรองวิธีการทำงานด้วยการนำรูปแบบการผลิตรายการตามแนวคิดสาระบันเทิงเข้ามาสอดแทรกผ่านเนื้อหารายการ เพื่อปรับการนำเสนอให้เป็นไปตามแนวคิดของการเป็นคลื่นวิทยุเพื่อเยาวชนและคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอที่ไม่เป็นทางการในขณะเดียวกันก็สามารถเข้าถึงข้อมูลสาระการเรียนรู้อาเซียนได้ อย่างไรก็ตาม การต่อรองดังกล่าวของบริษัทยูแอนดีไอฯ สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดของ McQuail ได้ว่า ภายใต้ร่วมการบริหารงานของสื่อภาครัฐ วิธีการในการดำเนินงานและปัจจัยต่าง ๆ จากสังคมและตัวแปรด้านธุรกิจที่เกิดการ commercialization การเป็นเจ้าของกับการควบคุมในกระบวนการบริหารจัดการควรต้องมีกลไกในการกำกับและประเมินการทำงานตามกระบวนการบริหารงาน อันประกอบด้วย ขั้นตอนดังนี้ Planning Organizing Commanding Coordinating Controlling ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์และ สวท. มิได้กำหนดและผลักดันให้เกิดการประเมินและปฏิบัติตามโครงสร้างการบริหารงาน

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสรุปผลการศึกษา เรื่อง “คลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย” สถาบันวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟเอ็ม 95.5 มส. ”วิเคราะห์ตามปัญหาคำวิจัยดังนี้

#### 4.1 ผลการศึกษาบทบาทสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรกภายใต้การกำหนดกรอบนโยบายการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐ

สำหรับข้อมูลด้านอาเซียนของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้กำหนดนโยบายการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟ เอ็ม 95.5 มฮ. นั้น จึงทำให้ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลและการดำเนินการโดยตรง ดังนี้

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ นายอภิรักษ์ จันทรังษี อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ ถึงบทบาทของกรมประชาสัมพันธ์ต่อการบริหารงานด้านอาเซียน โดยพบว่า รัฐบาลมีนโยบายที่จะผลิตองค์กรสื่อสารมวลชนในส่วนงานวิทยุให้ผลิตสื่อวิทยุที่สามารถสร้างผลกระทบต่อสังคมในการอธิบายและให้ความรู้ประเด็นอาเซียนให้ได้มากและเกิดประสิทธิภาพอย่างถึงที่สุด โดยบทบาทของกรมประชาสัมพันธ์มีหน้าที่บริหารงานร่วมกับวิทยุแอนด์ไอเอ เพื่อผลิตองค์ความรู้ประเด็นอาเซียนที่มีเนื้อหาทันสมัย ขณะเดียวกันยังคงมีวิธีการนำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์ของคลื่นวิทยุเพื่อเยาวชนมีปัจจัยการผลิตจากผู้ดำเนินรายการซึ่งสามารถสร้างองค์ความรู้เพื่อสื่อสารให้กับผู้รับสารเข้าใจเนื้อหาขององค์ความรู้ประเด็นอาเซียนได้เกิดการรับรู้และเข้าใจประเด็นดังกล่าวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ ข้อมูลข่าวสารและความรู้ที่จะนำมาเสนอต่อผู้รับสารในคลื่น 95.5 มฮ. จำเป็นต้องสามารถถูกนำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์สถานการณ์ และประเมินสถานการณ์ของประเทศไทยและประเทศสมาชิกที่จะเกิดขึ้นในอนาคตให้ได้ โดยกรมประชาสัมพันธ์และ คลื่น 95.5 มฮ. ซึ่งมีหน้าที่เป็นกระบอกเสียงของรัฐในการเผยแพร่ภารกิจและความรู้ดังกล่าวต่อประชาชนผู้รับสารให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

ความคาดหวัง ในเบื้องต้น อยากให้คลื่นของกรมเป็นคลื่นที่เป็นสิ่งที่ประชาชนนำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์บ้านเมืองและในการรับรู้รับทราบข้อมูลข่าวสารที่จริงและน่าเชื่อถือ และทันต่อเหตุการณ์ ฉะนั้น การเป็นสื่อของรัฐที่จะนำข้อมูลข่าวสารที่เป็นแหล่งอ้างอิงได้ ต่อมาในเรื่องอาเซียน เรามีความจำเป็นที่ต้องเผยแพร่ข้อมูล หาหนทางที่จะถ่ายทอดข้อมูลไปสู่ประชาชนให้ได้มากที่สุด เพื่อให้เกิดความเข้าใจ ซึ่งหมายรวมถึงเรื่องข่าวสารทั่วไป ภัยพิบัติ ฯลฯ อาเซียนเป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญ อยากให้คนเข้าใจว่าอาเซียนคือ อะไร เป็นอะไร มีความสำคัญต่อตัวเองอย่างไร มิติวัฒนธรรม ที่ควรรู้เราจะไม่ทำรายการแบบทางการ เราจะทำการสอดแทรกแบบสาระและบันเทิงไปพร้อม ๆ กัน จะทำให้ผู้ฟังซึมซับแบบเป็นธรรมชาติ เปิดเพลงอย่างเดียว สมองกลาง ต้องใส่สาระบ้าง กรมประชาสัมพันธ์มุ่งเน้นการพัฒนานโยบายการประชาสัมพันธ์ด้านอาเซียนให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายนั้น อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ซึ่งได้แสดงความคิดเห็นต่อแนวทางการทำงานอย่างชัดเจนว่า ตนเองมีมุมมองต่อการบริโภคเนื้อหาในรายการเช่นเดียวกับ

กลุ่มคนฟังรายการวิทยุทั่วไป เนื่องจากพื้นฐานและประสบการณ์การทำงานที่ผ่านมา รับผิดชอบงานด้านความมั่นคงจากกระทรวงมหาดไทย ฉะนั้น การมีมุมมองแบบคนนอกตามที่กล่าวไว้ในบทสัมภาษณ์สะท้อนให้เห็นถึงการเปิดรับและความสามารถที่มีอยู่อันจำกัดของหน่วยงานภาครัฐที่ไม่สามารถตอบสนองนโยบายของรัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพจึงทำให้อุดมการณ์และความคิดหลักที่มีอยู่ในเนื้อหาการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาลยังไม่ถึงในส่วนที่ควรจะเป็น (อภิรักษ์ จันทร์รังษี, สัมภาษณ์, 4 สิงหาคม 2556)

นอกจากนี้ ในส่วนของการผลิตงานวิทยุ กรมประชาสัมพันธ์ที่ตอบสนองการผลิตงานด้านอาเซียนนั้น ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ นายจรูญ ไชยศร ผู้อำนวยการสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) ในฐานะผู้บริหารสถานีและผู้ดำเนินนโยบายการบริหารคลื่น พบว่า สวท. ได้ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศในรูปแบบของรายการ สกู๊ปข่าว และสปอตทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาเพื่อนบ้าน และภาษาอังกฤษ เพื่อให้เข้าถึงผู้ฟังทุกกลุ่มเป้าหมายทั้งนี้ กรมประชาสัมพันธ์จัดวางตนรวมทั้งบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนให้เป็นผู้มีลักษณะความเป็นสากล

สวท. มีกิจกรรมจำนวนมากที่จะส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรมีความรู้ความเข้าใจในประเด็นอาเซียนเพื่อที่จะสามารถนำไปถ่ายทอดและสื่อสารให้กับผู้รับสารภายนอกได้ เข้าใจและรับรู้ในประเด็นอาเซียนได้อย่างถูกต้องและมาจากแหล่งข้อมูลจากรัฐที่เชื่อถือได้ โดยมีวิธีสื่อสารด้วยภาษาต่าง ๆ ตามพันธกิจขององค์กร รวมถึงกิจกรรมการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและความร่วมมือจากหน่วยงานระดับนานาชาติเพื่อตอบสนองกลไกการทำงานของภาครัฐในประเด็นอาเซียนที่กำหนดขึ้นด้วย (จรูญ ไชยศร, สัมภาษณ์, 22 สิงหาคม 2556)

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกอภิรักษ์ จันทร์รังษี และนายจรูญ ไชยศร ถึงบทบาทของกรมประชาสัมพันธ์ในการบริหารงานด้านอาเซียน ในฐานะผู้บริหารองค์กรที่รับผิดชอบหน้าที่บริหารงานประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาล พบว่า กรมประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียน มีภารกิจสำคัญในการประชาสัมพันธ์เพื่อขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลในการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยเพื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำงานด้านการประชาสัมพันธ์สร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับ อาเซียนในภาพกว้างและทุกมิติ ทั้งการเมืองและความมั่นคง ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรมแก่กลุ่มเป้าหมายทั้งภายในและภายนอก ซึ่งได้แก่ ข้าราชการกรมประชาสัมพันธ์ หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งประชาชนทั่วไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

## บทบาทของกรมประชาสัมพันธ์ต่อการบริหารงานด้านอาเซียน

### 1. บทบาทกรมประชาสัมพันธ์กับความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

ตามแผนยุทธศาสตร์ประเทศ (พ.ศ. 2556-2561) กรมประชาสัมพันธ์ ได้รับมอบหมายบทบาทในการขับเคลื่อนประชาคมอาเซียนภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive Growth) ซึ่งมีเป้าหมายที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตและฐานะของคนทุกกลุ่มให้สูงขึ้นตามมาตรฐานการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ และขยายโอกาสการเข้าถึงบริการสังคมที่มีคุณภาพให้ทั่วถึงและเป็นธรรมมากขึ้น การสร้างองค์ความรู้เรื่องอาเซียนแก่ภาคประชาชน ภาคแรงงานและผู้ประกอบการและบุคลากรภาครัฐเป็นหนึ่งในแนวนโยบายของเป้าหมายในยุทธศาสตร์นี้

ในปี 2556 ถึงปัจจุบัน กรมประชาสัมพันธ์ได้ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อต่าง ๆ ในความรับผิดชอบ ทั้งสื่อวิทยุ สื่อโทรทัศน์ สื่อกิจกรรม และสื่ออินเทอร์เน็ต เพื่อประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักรู้ในเรื่องของอาเซียน ในส่วนของสื่อวิทยุ ได้ผลิตและเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อวิทยุกระจายเสียงทั่วประเทศในรูปแบบของรายการ สกู๊ปข่าว และสปอต ทั้งภาษาไทย ภาษาถิ่น ภาษาเพื่อนบ้าน และภาษาอังกฤษ เพื่อให้เข้าถึงผู้ฟังทุกกลุ่มเป้าหมาย

อย่างไรก็ตาม แผนยุทธศาสตร์กรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2555-2559 ระบุถึงบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะขององค์กรหลักด้านการประชาสัมพันธ์แห่งชาติที่ต้องมีบทบาทภารกิจเพิ่มขึ้นในการบูรณาการร่วมกับหน่วยงานที่เป็นเจ้าภาพของแต่ละเสาหลักเพื่อสร้างความตระหนักรู้ ความสนใจ ความเข้าใจ และการยอมรับต่อความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในภูมิภาคอาเซียน รวมทั้งสร้างความเข้มแข็งทางสังคมให้สามารถอยู่ร่วมกันบนความหลากหลายทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของประชาชนที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์จัดการสัมมนา การข้าราชการ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และเข้าใจ รวมถึงการจัดกิจกรรมแข่งขัน ASEAN QUIZ ทั้งส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ส่วนการประชาสัมพันธ์ภายนอก จะแบ่งเป็นการเผยแพร่ผ่านรายการโทรทัศน์และรายการวิทยุผ่านสื่อในสังกัดกรมประชาสัมพันธ์ การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน ณ สำนักประชาสัมพันธ์เขต 1-8 เพื่อเป็นศูนย์กลางรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารประชาคมอาเซียน ผลิตสื่อสิ่งพิมพ์หนังสือ “ประเทศไทยกับอาเซียน” เป็นต้น กิจกรรมด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ อาทิ การเข้าร่วมประชุม COCI, SCI การแข่งขันตอบปัญหา ASEAN QUIZ ของเยาวชนระดับประเทศและระดับอาเซียน นอกจากนี้ รวมถึงความร่วมมือตามพันธสัญญา (MOU) กับต่างประเทศซึ่งมีประเทศสมาชิกร่วมอยู่ด้วย อาทิ การผลิตรายการวิทยุ / โลกทัศน์แลกเปลี่ยนระหว่างกัน การแลกเปลี่ยนทีมผลิตรายการ, การจัดรายการวิทยุร่วมกัน (Twin Radio) การจัดคอนเสิร์ตแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การจัดนิทรรศการร่วมไทย-บรูไน ซึ่งกิจกรรมที่กล่าวมาจะรองรับกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเป้าหมายภายในประเทศ อาทิ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีภารกิจด้านต่างประเทศ สื่อมวลชนต่างประเทศในประเทศไทย สถานทูตต่างประเทศในประเทศไทย ผู้ประกอบการด้านธุรกิจ

ที่เป็นชาวต่างประเทศในประเทศไทย ชาวต่างประเทศในประเทศไทย กลุ่มเป้าหมายในต่างประเทศ อาทิ องค์การระหว่างประเทศด้านสื่อสารมวลชนและสารสนเทศ สถานทูตไทย / สถานกงสุล / สำนักงานที่ปรึกษาต่าง ๆ และชุมชนไทยในต่างประเทศ และ กลุ่มชาวไทยในต่างประเทศ

## 2. ความเป็นมาของการดำเนินงานด้านอาเซียนของกรมประชาสัมพันธ์

(1) อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์ได้รับแต่งตั้งเป็นคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ ซึ่งคณะกรรมการชุดนี้เป็นกลไกการตัดสินใจและประสานระดับนโยบายอันจะบูรณาการการทำงานของหน่วยงานไทยในการดำเนินการและเตรียมความพร้อมเพื่อก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2558 อย่างเป็นเอกภาพและมีประสิทธิภาพ โดยเป็นไปตามที่คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 24 สิงหาคม 2553 อนุมัติการแต่งตั้งคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ ต่อมาเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2554 ได้มีการอนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติขึ้นมาใหม่ โดยคำสั่งประธานคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ ที่ 1135/2554 เรื่องแต่งตั้งองค์ประกอบคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ ลงวันที่ 6 ตุลาคม 2554

(2) อธิบดีกรมประชาสัมพันธ์เป็นประธานอนุกรรมการด้านการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียน ตามคำสั่งประธานคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ ที่ 7/2554 เรื่องแต่งตั้งคณะอนุกรรมการด้านการประชาสัมพันธ์ประชาคมอาเซียน ลงวันที่ 23 ธันวาคม 2554 มีภารกิจดำเนินแผนงานด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียนให้ประชาชนทุกวัยและทุกระดับ

(3) กรมประชาสัมพันธ์ได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบเพื่อดำเนินการตามเป้าหมายและมาตรการของแผนงานแห่งชาติสำหรับการก้าวสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ในปี 2558 เพื่อเป็นกลไกในการติดตามเร่งรัดกระบวนการ สร้างประชาคมอาเซียน โดยกรมประชาสัมพันธ์ได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักรับผิดชอบ 2 มาตรการ ดังนี้

3.1 ด้านประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียนมีเป้าหมายประชาคมที่มีกฎเกณฑ์และบรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกัน ความร่วมมือด้านการพัฒนาทางการเมือง ปู่ทางสำหรับกรอบองค์กรเพื่ออำนวยความสะดวกต่อการไหลเวียน ของข้อมูลเสรี เพื่อการสนับสนุนและความช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างรัฐสมาชิกอาเซียน

3.2 ด้านประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน มีเป้าหมายเพื่อการสร้างอัตลักษณ์อาเซียนส่งเสริมการตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียนและความรู้สึกของความเป็นประชาคม มาตรการ: สร้างความรู้สึกของความเป็นเจ้าของ และการรวมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความหลากหลายและส่งเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนในเรื่องวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ศาสนา และอารยธรรม

(4) กรมประชาสัมพันธ์ได้ดำเนินการขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ประเทศ (พ.ศ. 2556-2561) ประชุมเชิงปฏิบัติการบูรณาการแผนปฏิบัติการยุทธศาสตร์ประเทศและแผนยุทธศาสตร์การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ครั้งที่ 3 เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2556 ซึ่งมีนายกรัฐมนตรีเป็นประธานเห็นชอบให้บูรณาการแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และยุทธศาสตร์การเตรียมความพร้อมสู่ประชาคมอาเซียนไปสู่แผนปฏิบัติการยุทธศาสตร์ประเทศโดยกำหนดเป็น 4 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย

4.1 การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศเพื่อหลุดพ้นจากกับดักประเทศ รายได้ปานกลาง (Growth and Competitiveness)

4.2 การลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive Growth)

4.3 การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Growth)

4.4 การสร้างสมดุลและปรับระบบการบริหารจัดการภายใน (Internal Process)

สำหรับบทบาทของกรมประชาสัมพันธ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนนั้น อยู่ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2 การลดความเหลื่อมล้ำ (Inclusive Growth) โดยยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายที่จะยกระดับฐานะของคนทุกกลุ่ม ให้สูงขึ้นตามมาตรฐานการดำรงชีวิตอย่างมีคุณภาพ และขยายโอกาสการเข้าถึงบริการสังคมที่มีคุณภาพให้ทั่วถึงและเป็นธรรมมากขึ้น ซึ่งมีแนวนโยบายเชิงบูรณาการที่สำคัญ ได้แก่

(1) พัฒนาคุณภาพการศึกษาให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

(2) ยกระดับคุณภาพชีวิตและมาตรฐานบริการสาธารณสุขให้สูงขึ้นตามมาตรฐานสากล

(3) จัดสวัสดิการทางสังคมให้ทั่วถึงทุกกลุ่ม โดยเฉพาะการดูแลผู้สูงอายุ เด็ก สตรี และผู้ด้อยโอกาส

(4) เพิ่มโอกาสการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเพิ่มรายได้ให้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเศรษฐกิจชุมชน

(5) ปรับปรุงช่องทางเพื่อสร้างโอกาสการเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมของประชาชนทุกกลุ่ม

(6) ต่อด้านคอร์รัปชัน สร้างธรรมาภิบาลและความโปร่งใส เพื่อให้คนในสังคมตระหนักถึงประโยชน์ของสังคมโดยรวม

(7) การสร้างองค์ความรู้เรื่องอาเซียนให้แก่ภาคประชาชน ภาคแรงงานและผู้ประกอบการ และบุคลากรภาครัฐ สำหรับแนวทางที่ (7) นั้น กรมประชาสัมพันธ์รับผิดชอบในเรื่องการสร้างองค์ความรู้เรื่องอาเซียนให้แก่ภาคประชาชน ภาคแรงงานและผู้ประกอบการ และบุคลากรภาครัฐ เป็นการสร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในด้านพัฒนาบุคลากรในทุกภาคส่วน เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ ลดความไม่เท่าเทียมของโอกาสเข้าถึงบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ รวมทั้งการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมในทิศทางเดียวกันอย่างมีมาตรฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น

ขึ้น ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้เติบโตแบบแข่งขันได้ และมีผลต่อการสร้างความร่วมมือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และความมั่นคงในภูมิภาคอาเซียน

อย่างไรก็ตาม แนวทางการดำเนินการจัดตั้งสถานีวิทยูอาเซียนเพื่อเยาวชนไทยนั้น กรมประชาสัมพันธ์ ได้มอบแนวทางการปฏิบัติงานให้กับ 2 หน่วยงานรับผิดชอบการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารและการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียน คือ สถานีวิทยูกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และบริษัท U&I Cooperation ส่งผลให้ผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนโดยตรง โดยสอบถามถึงกระบวนการคัดเลือกข่าวสารและข้อมูลเพื่อนำไปใช้ในการผลิตรายการ รวมถึงกระบวนการหรือขั้นตอนการมอบนโยบายเพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียน ดังนี้

กรมประชาสัมพันธ์กลไกที่ชัดเจนที่จะพัฒนาองค์กรให้เป็นผู้ดำเนินการประชาสัมพันธ์ข่าวสารข้อมูลด้านอาเซียนของประเทศ เริ่มพัฒนาจากบุคลากรขององค์กรโดยสร้างความรู้ความเข้าใจความสำคัญของการจัดตั้งประชาคมอาเซียน การผลิต-บริโภคข่าวสารจะต้องเป็นข้อมูลที่เข้าใจง่ายและทันสมัย ปรับแนวทางให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ รูปแบบความสัมพันธ์ ทักษะคิดให้ติดต่อกัน รวมถึงวิธีการเชื่อมโยงประเทศสมาชิก 9 ให้มีทัศนคติที่ดีต่อการในทุกด้าน ข้อมูลที่เผยแพร่ออกจากสถานีวิทยูกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 95.5 นั้นจะต้องทำให้ประชาชนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวิเคราะห์สถานการณ์ของภูมิภาคได้ ทั้งนี้ กรมประชาสัมพันธ์ โดย สวท. จะผลิตรายการแบบกึ่งทางการ โดยรูปแบบการนำเสนอแบบสาระความรู้ให้กับกลุ่มผู้รับสาร

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ นางลีน่า ลาวัญย์ เดมอน ชุมสาย ณ อยุธยา ผู้บริหารบริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ถึงกรณีการร่วมผลิตรายการกับ สวท. และแนวทางการบริหารงานหลังจากการปรับให้เป็นคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย พบว่า ทิศทางในการบริหารงานคลื่นเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นหลังจากการบังคับใช้กฎหมายของ กสทช. เกิดการเปลี่ยนแปลงในระบบผังรายการและโครงสร้างการบริหารงาน ตลอดจนรูปแบบรายงาน โดยดำเนินการจัดตั้ง “คลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย” และปรับเปลี่ยนพัฒนาเนื้อหาเชิงสาระให้เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ฟัง โดยใช้ข้อมูลพื้นฐานอาเซียนที่มีลักษณะทางการถูกปรับให้เป็นรูปแบบกึ่งทางการโดยอาศัยการดำเนินการรายการของผู้ดำเนินรายการเป็นผู้จัดวางรูปแบบรายการและเนื้อหาให้เหมาะสมกับรายการ

ยูแอนดีไอฯ เป็นคลื่นที่มีสไตล์การจัดรายการเป็นของตัวเองมานานแล้ว ดีใจทุกคนทำหน้าที่ได้ดีมาก เรตติ้งของรายการอยู่อันดับ 1 ในสามของคลื่นวิทยุในกรุงเทพฯ ตอนที่เรดิโอไทยแลนด์บอกให้เตรียมตัวปรับรูปแบบรายการให้เป็นเนื้อหาอาเซียน ทางเราก็จัดประชุมและหาวิธีการในการสร้างคอนเทนต์ที่จะตอบสนองภาครัฐในได้มากที่สุดแต่ต้องไม่ทิ้งสไตล์การนำเสนอแบบเรา (ลีน่า ลาวัญย์ เดมอน ชุมสาย ณ อยุธยา, สัมภาษณ์, 4 กันยายน 2556”



อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมการผลิตรายการงานจะพบว่าในมุมมองของผู้ควบคุมนโยบายจากภาครัฐระบุว่าบุคลากรภายในของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตรายการได้ดีเทียบเท่ากับเอกชน รวมถึงประเด็นเรื่อง coverage area ของสื่อวิทยุที่เป็นอุปสรรคตามรูปแบบของสื่อเก่า หากพิจารณาในด้านของเนื้อหาที่ผลิตโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (ASEAN Focus) นั้น เป็นรายการที่สามารถตอบสนองเป้าหมายของนโยบายการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนได้ตรงตามที่คาดหวัง ทั้งนี้ มีการสั่งการให้ผู้ผลิตรายการข่าวภาคภาษาอังกฤษรวมถึงรายการ ASEAN Focus คัดเลือกเนื้อหาข่าวสารข้อมูลที่น่าสนใจและได้รับความสนใจจากสังคมมานำเสนอแก่ผู้ฟังมาโดยตลอด ซึ่งจะช่วยให้ประสิทธิภาพของคลื่นอยู่ในสภาพที่ดีขึ้น ทั้งนี้ คลื่น 95.5 เป็นคลื่นที่ส่งสัญญาณออกอากาศมาจากสถานีแม่ข่าย 88.0 มอ. ซึ่งออกอากาศรายการด้วยการสื่อสารภาคภาษาอังกฤษ และมีการผลิตรายการ ASEAN Focus ซึ่งเป็นรายการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนจะส่งเสริมให้เกิดการกระจายความรู้ความเข้าใจด้านอาเซียนได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ขณะที่ผู้วิจัย ได้สัมภาษณ์ นางเกษมศิริ เฟ่งพิศ นักสื่อสารมวลชนชำนาญการพิเศษ ปฏิบัติหน้าที่ผู้อำนวยการ สวท. เอฟเอ็ม 95.5 มอ. ถึงการบริหารงานคลื่นวิทยุอาเซียนเพื่อเยาวชนไทยที่ผลิตโดยรัฐและเอกชน โดยระบุว่าปัญหาของคลื่นคือ การจัดสรรงบประมาณของรัฐในการดำเนินการผลิตที่ทีมงานและจัดทำเนื้อหาที่มีคุณภาพตอบสนองโจทย์การประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนให้ได้ตามที่ถูกกำหนดไว้โดยคณะทำงานหลักของการประชาสัมพันธ์ฯ ทั้งนี้ วิธีการในปัจจุบันจึงทำให้ สวท. และรัฐได้รับการต่อรองจากบริษัทร่วมผลิตในการดำเนินรายการ และรูปแบบเนื้อหาที่ถูกกำหนดให้จากนโยบายส่วนกลางและผลิตสร้างชุดความรู้ด้านอาเซียนผ่านทางรายการข้างต้น

เราเพิ่มได้ไม่มาก ค่อย ๆ ปรับ ข้อสำคัญคือ การใช้บรายได้จากยูแอนดีโอมาพัฒนากรม จึงทำให้ต้องเปิดโอกาสให้เอกชนเข้ามาร่วมผลิต คงเป็นการประนีประนอมที่ค่อยเป็นค่อยไป 3 ปีที่ผ่านมาได้มีการบริหารจัดการภายในคลื่นเพื่อดำเนินการตามนโยบายได้อย่างเรียบร้อย ทางด้านกลุ่มผู้ฟังรายการนั้น ได้รับการตอบรับอย่างดี โดยกลุ่มผู้ฟังได้รับความรู้ด้านอาเซียนผ่านการชิมช๊อปไปทุกวัน จึงถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง นอกจากนี้ การแก้ไขปัญหาการควบคุมการผลิตเนื้อหาในคลื่น 95.5 มอ. นั้นพบว่า วิธีการทำงานของคลื่น 95.5 ก่อนที่จะเป็นคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทยนั้น เป็นการจัดรายการด้วยภาษาอังกฤษทั้งหมดทั้งข่าวสารและรายการเพลง และเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารคลื่นเพื่อทำให้ปรับเป็นรูปแบบการจัดรายการเพลงเป็นภาษาไทยและใช้ข่าวสารจากสถานีแม่ข่ายเป็นภาษาอังกฤษ และเกิดการเปลี่ยนแปลงอีกครั้ง หลังจาก กสทช. จัดให้ตั้งคลื่นอาเซียน จึงส่งผลให้นโยบายของสถานีไม่สอดคล้องกับนโยบายรัฐ อย่างไรก็ตามวิธีการดำเนินงานร่วมกันยังคงเดินหน้า

ต่อไปด้วยวิธีการประนีประนอมจากการรับนโยบายส่วนบนจากกรมประชาสัมพันธ์และ  
สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยถึงบริษัทยูแอนดีโอฯ... (เกษมศิริ เฟงพิศ,  
สัมภาษณ์, 27 สิงหาคม 2556)

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลิตเนื้อหาของรายการทั้ง 2 ส่วน คือ บริษัท  
ยูแอนดีโอฯ และ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย โดย ทีมงานครีเอทีฟ 95.5 บริษัทยูแอนดีโอฯ  
แสดงความคิดเห็นว่า วิธีการเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนของผู้ผลิตรายการของสถานี  
วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 95.5 มส. พบว่า เลือกเนื้อหาจากเว็บไซต์ทางการของรัฐบาล  
ตามที่กรมประชาสัมพันธ์ได้มอบแนวทางการทำงานให้ รวมถึงค้นหาจากหนังสือความรู้ทั่วไปและ  
สถานที่ท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับ อาทิ บาห์ลี  
อังกอร์วัต เป็นต้น ทั้งนี้ รูปแบบการนำเสนอจะนำข้อมูลที่ใช้แล้วมารีรันแต่เปลี่ยนวิธีการเล่าเนื้อหา  
นั้นใหม่ เพราะแต่ละเดือนจะแบ่งหมวดความรู้ ได้แก่ หมวดทั่วไป หมวดการแต่งการ หมวดอาหาร  
หมวดการท่องเที่ยว หมวดภาษา หมวดวัฒนธรรม และหมวดบันเทิง โดยมีรูปแบบการนำเสนอและ  
ระดับภาษาแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นเนื้อหาของประเทศเพื่อนบ้าน อาจแนะนำเรื่อง  
ท่องเที่ยว ข้อควรปฏิบัติระหว่างใช้ชีวิตอยู่ที่ประเทศนั้น ๆ (do, don't things) ทั้งนี้ ความท้าทาย  
ของการสื่อสารข้อความและข้อมูลด้านอาเซียนกับผู้ฟังคือ การปลูกฝังและให้ความรู้พื้นฐานให้ถูกต้อง  
และปราศจากอคติให้มากที่สุด รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมสนุกระหว่างจัดรายการโดยให้ตอบคำถาม  
จากข้อมูลที่กล่าวไปแล้วในสารคดีต้นชั่วโมง หรือในช่วงรายการเพลง เป็นต้น ซึ่งถือว่าเราบรรลุ  
วัตถุประสงค์ในการทำคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทยอีกชั้นหนึ่ง นอกจากนี้ การสนับสนุน  
ข้อมูลที่ไม่แสวงหากำไรที่เกี่ยวข้องกับด้านอาเซียน เช่น กิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการภาพยนตร์ใน  
ภูมิภาค เทศกาลเพลงอาเซียน ที่จัดขึ้นโดยกลุ่มนักศึกษา ก็ถูกนำมาเสนอในช่วงรายการเพลงเพื่อ  
ประชาสัมพันธ์เช่นกัน ซึ่งสะท้อนว่าคลื่น 95.5 พยายามสร้างความรู้ให้คนไทยมีความรู้เรื่องอาเซียน  
ให้ได้มากที่สุด

ขณะที่ อมีนา พิรุอาลี ผู้ดำเนินรายการของ สวท. แสดงความคิดเห็นต่อการผลิตรายงาน  
ว่า การรวบรวมเนื้อหาเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการผลิตรายการอาเซียนโฟกัสมีหลายช่องทาง อาทิ  
การสัมภาษณ์แหล่งข่าวโดยตรง รวมถึงการเข้าร่วมงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์งานด้าน  
อาเซียนของรัฐบาล จึงทำให้ได้รับข้อมูลทั้งจากเอกสารและการสัมภาษณ์เพื่อนำมาติดต่อให้อยู่ใน  
รายการได้จำนวนหลายรูปแบบ โดยข้อมูลทางตรงจากแหล่งข่าวช่วยให้การนำข้อมูลมาเผยแพร่ใน  
รายการมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง นอกจากนี้ พบว่าข้อมูลที่สืบค้นมานั้นมีข้อพิจารณาว่าเนื้อหาที่  
ถูกบรรจุลงในเว็บไซต์ทางการนั้น โดยส่วนใหญ่จะเป็นเนื้อหาที่กล่าวถึงความร่วมมือในการพัฒนางาน  
ที่เกี่ยวข้องกับงานด้านอาเซียน มากกว่าการแสดงความเห็นหรือการวิจารณ์ผลงานที่เกิดขึ้นของรัฐ  
ซึ่งอาจเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ตัดสินใจวิธีการดำเนินการดังกล่าวเหมาะสมกับประเทศไทยหรือไม่

ทางเรามีโอกาสอีเมลล์ขอข้อมูลจากสำนักเลขาธิการอาเซียน (จาการ์ต้า อินโดนีเซีย) การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาเซียนและประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การจัดกิจกรรมของกลุ่มนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านอาเซียน การสัมภาษณ์นักธุรกิจ กลุ่มเอ็นจีโอ ความร่วมมือด้านธุรกิจ การเมือง และความมั่นคง ฯลฯ ในการใช้ข้อมูล ส่วนนั้น ๆ มาตัดต่อออกเป็นรายการ ซึ่งวิธีนี้จะได้ข้อมูลต้นทางจากทางการและไม่ผิดพลาดผ่านการค้นหาทางอินเทอร์เน็ตและ หรือ แหล่งข่าวชั้นสอง ทำให้เรามั่นใจได้ว่า ข่าวเรามีคุณภาพอย่างแน่นอน (อมิณา พิรุอาลี, สัมภาษณ์, 13 กันยายน 2556)

#### 4.2 ผลการศึกษาข้อมูลข่าวสารผ่านเนื้อหาที่ถูกกำหนดผ่านแนวคิดการจัดตั้งวาระสาร (Agenda Setting)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเรื่องการกำหนดวาระสารมาใช้ศึกษาเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ.” เพื่อเป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่าง การกำหนดวาระสารของสื่อมวลชน (Media Agenda) การกำหนดวาระของสาธารณะ (Public Agenda) และการกำหนดวาระสารเชิงนโยบายรัฐ (Policy Agenda) ซึ่งนำไปสู่การนำเสนอประเด็นด้านอาเซียนในรายการวิทยุที่มีเนื้อหาตามที่ถูกกำหนดไว้ในยุทธศาสตร์การประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาล ซึ่งการกำหนดวาระสารของสื่อมวลชน (Media Agenda) นั้น ต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารจากโลกความเป็นจริง (Real World) มาเป็นฐานข้อมูลในการคัดเลือก คัดกรอง (Information Gathering) ในประเด็นอาเซียนซึ่งประเด็นดังกล่าวมีจำนวนข้อมูลที่มาก ดังนั้น เมื่อข้อมูลข่าวสารมีจำนวนมาก จึงทำให้สื่อมวลชนต้องทำหน้าที่ในการคัดเลือก กลั่นกรอง หยิบยกข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้รับสารมากที่สุด โดยมีรายละเอียดดังนี้

##### - New Gathering

แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนที่ถูกนำมาใช้ พบว่า ทีมงานผู้ผลิตเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารจากทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงงานประชุมสัมมนาในงานที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน โดยผู้วิจัยเลือกสัมภาษณ์เชิงลึกกับบรรณาธิการฝ่ายข่าวและข้อมูลคลื่น 95.5 มฮ. รวมถึงเจ้าหน้าที่ผู้ดูแลรับผิดชอบในแต่ละรายการรวมถึงขั้นตอนกระบวนการทำงานของแต่ละรายการ ดังนี้

## ตารางที่ 4.2

## ประเภทและแหล่งข้อมูลข่าวอาเซียนที่ถูกนำมาใช้ในการผลิตรายการ

รายการ	ประเภทข้อมูล (การเมืองความมั่นคง / เศรษฐกิจ / สังคมวัฒนธรรม)	แหล่งข้อมูล
ASEAN Focus	การเมืองความมั่นคง  เศรษฐกิจ  สังคมวัฒนธรรม	1. เว็บไซต์หน่วยงานภาครัฐ / ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับงานด้านอาเซียน อาทิ สำนักงานเลขาธิการอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์ กรมอาเซียน กระทรวงพาณิชย์ ฯลฯ 2. บทความ / งานวิจัย / สัมมนาวิชาการ 3. เว็บไซต์การประชุมสัมมนาถึงกิจกรรมที่จะจัดขึ้นในช่วงเวลานั้น 4. เว็บไซต์ข่าวจากประเทศสมาชิก อาทิ <a href="http://www.channelnewsasia.com">www.channelnewsasia.com</a> <a href="http://www.antaraneews.com/en">www.antaraneews.com/en</a> <a href="http://www.manilapost.com">www.manilapost.com</a> <a href="http://www.bernama.com">www.bernama.com</a> ฯลฯ
สารคดีอาเซียน	เศรษฐกิจ  สังคมวัฒนธรรม	1. สื่อสังคมออนไลน์ 2. หนังสือท่องเที่ยว 3. เว็บไซต์การท่องเที่ยว 4. หนังสือความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน และประเทศสมาชิกอาเซียน
รายการเพลง	สังคมวัฒนธรรม	** ข้อมูลชุดเดียวกับ รายการสารคดีอาเซียน

จากตารางดังกล่าว พบว่า แหล่งข้อมูลข่าวสารสำหรับการนำมาใช้เพื่อผลิตเนื้อหาจากหลายแหล่งข่าวทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งที่ผลิตเองและต่างชาติ โดยใช้แหล่งข้อมูล (Source) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ตลอดจนสิ่งพิมพ์ หนังสือ บทความ วารสารวิชาการ เว็บไซต์ข่าวของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ เว็บไซต์กรมประชาสัมพันธ์ สำนักข่าวไทย กรมอาเซียน กระทรวงพาณิชย์

กระทรวงแรงงาน กระทรวงวัฒนธรรม สำนักเลขาธิการอาเซียน บางกอกโพสต์ออนไลน์ มติชนออนไลน์ ฯลฯ พบว่าเนื้อหาส่วนใหญ่ถูกจัดให้อยู่ในหมวดหมู่อาเซียน และมีข้อมูลกิจกรรมความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในประเทศสมาชิกทั้งหมด ทั้งนี้เนื้อหาที่น่าสนใจครอบคลุมพันธกิจทุกด้านของอาเซียนทั้งการเมืองความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม

- Policy Agenda

นโยบายอาเซียนเป็น Policy Agenda ตามแผนยุทธศาสตร์ประเทศ โดยดำเนินการทั้งการเตรียมความพร้อมขององค์กร บุคลากร การปรับปรุงแผนยุทธศาสตร์ เพื่อสามารถนำแผนงานโครงการและงบประมาณด้านอาเซียนไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมการดำเนินงานดังกล่าว เริ่มต้นจากปรัวิสัยทัศน์ ให้เป็น “กรมประชาสัมพันธ์ องค์กรหลักที่เป็นเลิศด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนแบบมืออาชีพแห่งอาเซียน เพื่อการพัฒนา การรักษาความมั่นคง วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ” การเพิ่มและปรับกลยุทธ์ที่เกี่ยวข้องกับอาเซียนในแผนยุทธศาสตร์ของกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2555 -2559 และการจัดตั้งส่วนอาเซียนเป็นส่วนงานภายใน ภายใต้สำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ มีฐานะเทียบเท่าส่วนงาน เมื่อเดือน พ.ย. 2555

- Media Agenda

ปัจจุบันอาเซียนก้าวเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนอย่างสมบูรณ์ ตั้งแต่ปลายปี 2558 ส่งผลให้ทุกภาคส่วนในประเทศไทยและอาเซียนล้วนตื่นตัว ปรับตัว และเตรียมพร้อม เพื่อรับมือกับโอกาสและความท้าทายที่จะมาพร้อมกับการเป็นประชาคม และในยุคนี้คงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า ข้อมูลข่าวสาร คือ อำนาจ ซึ่งอยู่ในรูปแบบการสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ หรือมุมมองของประชาชนในสังคม แต่เดิมเป็นของรัฐ ต่อมาได้ผ่นถ่ายไปยังสื่อมวลชน ที่มีช่องทางในการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกประเทศ ดังนั้นสื่อมวลชนจึงเป็นผู้มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในโลกของสื่อสารมวลชนนั้น มีสื่อเก่าและสื่อใหม่จำนวนมากเป็นช่องทางในการส่งสารข้อมูลอาเซียน เพื่อเผยแพร่ข่าวสารต่าง ๆ เพื่อส่งต่อไปยังผู้รับสาร ซึ่งข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นอาจส่งผลหรือมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในด้านความรู้ พฤติกรรม ทศนคติ เนื่องจากเนื้อหาที่ถูกนำมาเสนอต่อผู้ฟังเป็นเนื้อหาที่ถูกกำหนดมาจากกรมประชาสัมพันธ์ที่มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลที่ภาครัฐต้องการให้ส่งไปถึงประชาชนอันได้แก่

**ด้านการเมืองและความมั่นคง**

- 1) การมีกฎเกณฑ์และมีการพัฒนาค่านิยมและบรรทัดฐานร่วมกันของประเทศสมาชิก
- 2) การส่งเสริมความสงบสุข ความเป็นเอกภาพ มีความแข็งแกร่งพร้อมทั้งมีความรับผิดชอบร่วมกันเพื่อแก้ไขปัญหาความมั่นคงที่ครอบคลุมในทุกมิติ
- 3) การมีพลวัตและมองไปยังโลกภายนอกที่มีการรวมตัวและลักษณะที่พึ่งพากันและกันมากยิ่งขึ้น

### ด้านเศรษฐกิจ

- 1) การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว
- 2) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจของอาเซียน
- 3) การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค
- 4) การบูรณาการให้เข้ากับเศรษฐกิจโลก

### ด้านประชาคมและสังคมวัฒนธรรม

- 1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์
- 2) การคุ้มครองและสวัสดิการสังคม
- 3) การคุ้มครองสิทธิและความยุติธรรมทางสังคม
- 4) ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม
- 5) การสร้างอัตลักษณ์อาเซียน
- 6) การลดช่องว่างทางการพัฒนา

โดยข่าวสารข้อมูลทั้ง 3 ด้านของการจัดตั้งประชาคมอาเซียนนั้นจะถูกส่งไปยังผู้นำความคิด (Opinion Leader) และส่งต่อไปยังประชาชนที่รับฟังรายการจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 95.5 มส. โดยกระบวนการในการส่งต่อข้อมูลดังกล่าวถูกจัดลำดับความสำคัญจากการจัดวาระของสื่อมวลชน (Media Agenda) จากที่กล่าวไปนั้นความเป็นจริงเรื่องอาเซียนมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากทั้งที่เป็นประเด็นสำคัญมากสำคัญปานกลาง หรือสำคัญน้อย ตามลำดับ ด้วยข้อมูลที่มีอยู่จำนวนมากนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้ส่งสารหรือสื่อมวลชนในกระบวนการคัดเลือก หรือหยิบยกกำหนดวาระข้อมูลข่าวสารว่าจะเลือกหรือไม่เลือกนำเสนอประเด็นใดมานำเสนอต่อผู้รับสาร ทั้งนี้ การได้มาซึ่งข้อมูลที่ผ่านการคัดเลือกจะมีระบบการทำงานผ่านหลายส่วนงาน อาทิ ตัวนักข่าวกรองเองรวมถึงการคัดเลือกจากบรรณาธิการบริหาร เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เมื่อได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนแล้ว ถัดมาเป็นหน้าที่ของผู้ดำเนินรายการที่จะดำเนินการตามขั้นตอนของการวางแผนและเตรียมข้อมูลของฝ่ายผลิตที่จัดเตรียมไว้ โดยผู้วิจัย สัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการ ซึ่งกล่าวว่า รูปแบบการทำงานของคลื่นต่างจากเดิม มีเนื้อหาข้อมูลความเคลื่อนไหวของการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่องอาเซียนให้กับกลุ่มผู้ฟังตลอดทั้งวัน ทั้งสารคดีต้นชั่วโมง รวมถึงการแทรกเนื้อหาในช่วงการดำเนินรายการเพลงด้วย ถือว่าเป็นจุดขายและมีความท้าทาย รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่เพิ่มเติมเนื้อหาข้อมูลด้านอาเซียนไว้ในการจัดรายการนั่นเอง นอกจากนี้ การนำประสบการณ์ส่วนตัวของผู้ดำเนินรายการมาบรรจุไว้ในการดำเนินรายการจะช่วยให้ผู้ฟังมีส่วนร่วมและสร้างวิถีคิดให้ติดตามต่อไปได้อย่าง

สนุกสนาน การสอบถามประสบการณ์จากกลุ่มผู้ฟังสามารถช่วยให้เราตรวจสอบข้อมูลได้ว่าสารที่ถูกส่งไปนั้นส่งผลกระทบต่อกลุ่มผู้ฟังด้วยหรือไม่ อย่างไรก็ตาม การดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมว่า การใส่ข้อมูลในเชิงวัฒนธรรม รวมถึงการใช้ชีวิตประจำวันให้กลุ่มผู้ฟังจะสามารถทำให้ผู้ฟังซึมซับความรู้ความเข้าใจต่อประเทศสมาชิกได้ดีที่สุด เนื่องจากเมื่อรับรู้และเข้าใจความแตกต่างและประวัติศาสตร์ของพื้นที่นั้น ๆ ได้ดีแล้วจะส่งผลให้เกิดความไว้วางใจและมีความคุ้นเคยแก่กัน โดยข้อความตอนหนึ่งระบุว่า ประเด็นสำคัญของการทำงานชิ้นนี้อาจไม่ได้ประสบความสำเร็จสูงสุดในเรื่องของรายได้ แต่สิ่งดีที่เกิดขึ้นคือ เพิ่มความรู้และเข้าใจกัน เหมือนเด็กเล่นกันสองคน และธรรมชาติจะทำให้ดีเองอยากให้อาเซียนเข้าใจกันอยู่ด้วยกันได้ไม่ใช่ว่าจะต้องมีสัญญาข้อตกลงกัน แต่ว่าสิ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ ด้านล่างจะทำให้สิ่งที่มีมาข้างบนดีขึ้น ไม่ใช่แค่สื่อ แต่ทุกอย่างในชีวิตประจำวันก็น่าจะทำให้พูดถึงและสื่อสารให้เข้าใจกันในทุกระดับ (นพนนท์ ปัญญาภาส, สัมภาษณ์, 5 ตุลาคม 2558)

- Public Agenda

ในช่วงเวลา 3 ปีก่อนการเข้าสู่ภาวะการณ์เป็นประชาคมอาเซียน 2558 นั้น สังกมไทยยังไม่เปิดรับและเรียนรู้ถึงความสำคัญของการเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนแม้ว่าจะก่อตั้งมาเป็นระยะเวลากว่า 40 ปี เมื่อปี 2553 ในช่วงที่ประเทศไทยรับตำแหน่งเป็นประธานการจัดการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน “อาเซียนซัมมิท ครั้งที่ 14” นับตั้งแต่นั้นมา สังกมไทยเปิดพื้นที่ให้กับประเด็นข่าวสารและข้อมูลด้านอาเซียนมากขึ้น และปัจจัยต่อมา คือ การดำเนินนโยบายต่างประเทศของรัฐบาลในแต่ละยุคให้ความสำคัญกับนโยบายการบริหารงานด้านอาเซียนแตกต่างกัน ซึ่งผู้วิจัยทำการศึกษาการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนในช่วงปี 2556 และพบว่า การรณรงค์ของภาครัฐและเอกชนในด้านอาเซียนในด้านอาเซียนมีมูลค่าสูงถึง 3.5 พันล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นใน สังกมไทยในช่วงเวลาดังกล่าว รวมถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของภาครัฐในส่วนงานวิทยุกระจายเสียงเพื่อจัดตั้งคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย ทำให้ประเด็นที่สาธารณชนให้ความสนใจสูงสุดในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นเรื่อง “อาเซียน”

- Real World

ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนซึ่งกำลังเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจในหลายด้าน อาทิ ด้านข้อมูลพื้นฐาน การเตรียมความพร้อมของหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา ขณะที่ ข้อมูลจาก กระทรวงการต่างประเทศระบุว่า กล่าวได้ว่า กระทรวงการต่างประเทศร่วมกับศูนย์วิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ (กรุงเทพโพลล์) สำรวจทัศนคติ การรับรู้ และความพร้อม ในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของไทย สะท้อนถึงอิทธิพลของสื่อมวลชนทุกแขนงในการส่งเสริมการรับรู้

ข้อมูลข่าวสารของประชาชน พบว่า ปี 2558 ร้อยละ 84.8 ไทยมีความพร้อมระดับปานกลางถึงมากที่สุด เข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากปี 2556 อยู่ที่ร้อยละ 61.3 และปี 2557 อยู่ที่ร้อยละ 79.7 อีกทั้ง กลุ่มตัวอย่างยังมีพฤติกรรมเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนผ่านสื่อต่าง ๆ ระดับสูง ร้อยละ 70.9 ซึ่งได้รับข้อมูลเหล่านี้เกือบทุกวัน หรืออย่างน้อย 1-2 วัน/สัปดาห์ ผ่านสื่อโทรทัศน์ หนังสือ วิทยุกระจายเสียง และสื่อออนไลน์ ตามลำดับ ทำให้เชื่อว่าการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนใน สื่อมวลชนมีศักยภาพช่วยส่งเสริมให้เกิดการรับรู้ถึงประชาคมอาเซียน เกิดการตื่นตัว และช่วย สนับสนุนให้ไทยเป็นสมาชิกอาเซียนที่แข็งแกร่ง และมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนต่อไปได้ ข้อมูล ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงในช่วงเวลาก่อนการเปิดประชาคมอาเซียน ในปี 2558 นั้น มีผลต่อ กระแสสังคมในการรับรู้และปรับตัวตามเงื่อนไขของประชาคมอาเซียนนั่นเอง ข้อสังเกตประการต่อมา ของนายกี จงกิจถาวร ผู้เชี่ยวชาญด้านอาเซียนระบุว่า แม้ว่าสื่อมวลชนไทยจะให้พื้นที่แก่ข่าวสารด้าน อาเซียนแต่ยังคงเป็นการรายงานข่าวคราวที่เกี่ยวกับบงค์ร่วมของอาเซียนและประชาคมอาเซียนใน ลักษณะความสัมพันธ์ของประเทศสมาชิก โดยข้อความตอนหนึ่งระบุว่า “ถึงแม้ว่า สื่อตีพิมพ์ทุกฉบับ และทีวีดิจิทัลเกือบทุกช่องมีคอลัมน์หรือโปรแกรมเกี่ยวกับอาเซียนโดยตรง แต่รายงานส่วนใหญ่ยังเป็นรูปแบบของสัมพันธ์ทวิภาคี ไทยได้อะไร ไทยเสียอะไร ไทยพร้อมแล้วหรือยัง”

2) ด้านเนื้อหา ในด้านของเนื้อหาที่สื่อได้นำเสนอนั้น จากการศึกษาผ่าน 3 รายการ (ได้แก่ ASEAN Focus / สารคดีอาเซียน และ รายการเพลง) ผลการศึกษาตามตารางดังต่อไปนี้



ตารางที่ 4.3

แสดงผลการศึกษาผ่านรายการสารคดีต้นชั่วโมง เดือน มิ.ย. 2556

สารคดีต้นชั่วโมง มิ.ย. 2556	ด้านการเมืองและความมั่นคง							ด้านเศรษฐกิจ				ด้านสังคมและวัฒนธรรม					
(ใช้การสุ่มเลือกตัวอย่างเนื้อหา ของรายการสารคดีต้นชั่วโมง: “เรียนรู้เพื่อก้าวสู่ประชาคม อาเซียน” โดยสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์)	ส่งเสริมการยอมรับในระบอบการเมืองของ ประเทศสมาชิก (A1)	กฎบัตรอาเซียน (A2)	ส่งเสริมการไว้เนื้อเชื่อใจกันในประเทศ สมาชิก (A3)	ส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค (A4)	การป้องกันการก่อการร้ายและปัญหาเรื่อง พหุวัฒนธรรม (A5)	ความร่วมมือทางทหารและความมั่นคง (A6)	ประเด็นสิทธิมนุษยชนในภูมิภาค (A7)	การเคลื่อนย้ายแรงงาน (A8)	การเจรจาเสรีทางการค้า (A9)	การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (A10)	การต่อต้านการทำประมงผิดกฎหมาย (A11)	พัฒนาเว็บไซต์และข้อมูลเพื่อสื่อสารเรื่อง การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจ (A12)	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรี เยาวชน และกลุ่มชายขอบ (A13)	เน้นการเข้าถึงสวัสดิการและการ รักษาพยาบาลทางการแพทย์ (A14)	สร้างความรู้สึกความเป็นเจ้าของและ ร่วมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความ หลากหลาย (A15)	ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (การ 17 แต่งการ อาหาร ศิลปะ) (A16)	ปลูกฝังอัตลักษณ์อาเซียน (A17)
ตอนที่ 1: แผนพัฒนาเศรษฐกิจ ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง									✓								
ตอนที่ 5: วิสัยทัศน์มาเลเซีย 2020	✓											✓					
ตอนที่ 20: วัตถุประสงค์ การจัดตั้งประชาคมอาเซียน	✓	✓	✓	✓				✓	✓			✓		✓		✓	
ตอนที่ 23: การแต่งกาย														✓	✓	✓	
ตอนที่ 34: ดอกไม้ประจำชาติ			✓											✓	✓		

สารคดีต้นข้าวโหมง: เรียนรู้เพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียน โดย สถาบันวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์

### ตอนที่ 1: แผนพัฒนาเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจระหว่างตะวันตกกับตะวันออก หรือทางหลวงหมายเลข 9 นั้นเป็นหนึ่งในโครงการแผนพัฒนาเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง อันเป็นเส้นทางหลักที่เชื่อมโยงพื้นที่ทางฝั่งตะวันตก ด้านทะเลอันดามันเข้ากับพื้นที่ทางฝั่งตะวันออกด้านทะเลจีนใต้ โดยเส้นทางนี้จะเริ่มต้นจากเมืองดงท่าของเวียดนามไปถึงอ่าวมะละเกาะของเมียนมาร์และเชื่อมกับทางหลวงหมายเลข 12 ของไทยที่สะพานข้ามแม่น้ำโขงแห่งที่ 2 ใน จ.มุกดาหาร ไปจนถึง อ.แม่สอด จ.ตาก

### ตอนที่ 5: วิสัยทัศน์มาเลเซีย 2020

ตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ประเทศมาเลเซียได้ทำการพัฒนาประเทศเพื่อนำไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วตามแผน “วิสัยทัศน์มาเลเซีย 2020 นั้น” ก็ได้เกิดสภาวะผันผวนทางเศรษฐกิจอยู่เป็นระยะ โดยเฉพาะปัญหาวิกฤตการเงินโลกในช่วงปี 2007-2010 ส่งผลให้อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจซบเซาลง แต่ด้วยความมุ่งมั่นของรัฐบาลในประเทศ ได้ตัดสินใจปรับแก้ยุทธศาสตร์โดยเริ่มนโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจขนาดใหญ่เพื่อทำให้เกิดอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นพร้อมทั้งประกาศนโยบาย “ชาตุมาเลเซีย ” เพื่อย้ำความเป็นหนึ่งเดียวของสังคม

### ตอนที่ 20: วัตถุประสงค์การจัดตั้งประชาคมอาเซียน

วัตถุประสงค์หลักของการก่อตั้งประชาคมอาเซียนเพื่อส่งเสริมความร่วมมือและความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี การบริหาร ส่งเสริมสันติภาพและความมั่นคงของภูมิภาค รวมทั้งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับต่างประเทศและองค์การระหว่างประเทศ นอกจากนี้ สัญลักษณ์รูปรวงข้าวสีเหลืองบนพื้นสีแดงที่ล้อมรอบด้วยวงกลมสีขาวและสีน้ำเงินถือเป็นสัญลักษณ์ของประชาคมอาเซียน รวงข้าวทั้ง 10 ต้น หมายถึง 10 ประเทศสมาชิกอาเซียน สีเหลืองหมายถึงความเจริญรุ่งเรือง สีแดงหมายถึง ความกล้าหาญและและมีพลวัติ สีขาวหมายถึงความบริสุทธิ์ และสีน้ำเงินหมายถึง สันติภาพและความมั่นคง

### ตอนที่ 23: การแต่งกาย

ชุดประจำชาติ ถือเป็นเครื่องแต่งกายที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชาติผ่านรูปแบบของชุดที่สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ อิทธิพลที่ได้รับ รวมทั้งการแสดงออกซึ่งวัฒนธรรมดั้งเดิมของชนชาตินั้น ๆ

### ตอนที่ 34: ดอกไม้ประจำชาติ

ดอกจำปาลาว ถือเป็นดอกไม้ประจำชาติลาวที่ชาวไทยรู้จักกันดีในชื่อ ดอกลีลาวดี หรือดอกลั่นทม โดยดอกจำปาลาวนั้น มักมีสีสันทากหลายไม่เฉพาะเจาะจงว่าต้องเป็นเพียงสีขาวเท่านั้น

แต่ยังมีทั้งสีชมพู สีเหลือง สีแดง หรือสีโทนอ่อน จำปาลาวเป็นตัวแทนของความสุขและความจริงใจ ชาวลาวยินยอมใช้ประดับตามงานพิธีรวมทั้งเพื่อต้อนรับแขกในโอกาสสำคัญ

จากผลการจัดตารางบรรจุความสัมพันธ์ของเนื้อหารายการสารคดีต้นชั่วโมงกับการกำหนดนโยบายด้านอาเซียนของประชาคมอาเซียนประจำเดือน มิ.ย. 56 พบว่า การผลิตเนื้อหาของรายการข้างต้น มีมิติที่น่าเสนอในจำนวนเท่ากัน คือ มิติทางด้านเศรษฐกิจ 2 เรื่อง และ มิติทางด้านวัฒนธรรม 2 เรื่อง ตามลำดับ และข้อมูลทั่วไปของการจัดตั้งประชาคมอาเซียน 1 เรื่อง



ตารางที่ 4.4

แสดงผลการศึกษาผ่านรายการสารคดีต้นชั่วโมง เดือน ก.ค. 2556

สารคดีต้นชั่วโมง ก.ค. 2556	ด้านการเมืองและความมั่นคง						ด้านเศรษฐกิจ					ด้านสังคมและวัฒนธรรม					
(ใช้การสุ่มเลือกตัวอย่างเนื้อหา ของรายการสารคดีต้นชั่วโมง: “เรียนรู้เพื่อก้าวสู่ประชาคม อาเซียน” โดยสถานี วิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ไทย กรมประชาสัมพันธ์)	ส่งเสริมการยอมรับระบอบการเมืองของ ประเทศ สมาชิก (A1)	กฎบัตรอาเซียน (A2)	ส่งเสริมการไว้เนื้อเชื่อใจกันในประเทศ สมาชิก (A3)	ส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค (A4)	การป้องกันการค้าขายและปัญหาเรื่อง พหุพหุแดน (A5)	ความร่วมมือทางทหารและความมั่นคง (A6)	ประเด็นสิทธิมนุษยชนในภูมิภาค (A7)	การเคลื่อนย้ายแรงงาน (A8)	การเจรจาเสรีทางการค้า (A9)	การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจ พิเศษ (A10)	การต่อต้านการทำประมงผิดกฎหมาย (A11)	พัฒนาเว็บไซต์และข้อมูลเพื่อสื่อสารเรื่อง การจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจ (A1)	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรี เยาวชน และกลุ่มชายขอบ (A13)	เน้นการเข้าถึงสวัสดิการและการ รักษาพยาบาลทางการแพทย์ (A14)	สร้างความรู้สึกความเป็นเจ้าของและ ร่วมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความ หลากหลาย (A15)	ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (การแต่งกาย อาหาร ศิลปะ) (A16)	ปลูกฝังอัตลักษณ์อาเซียน (A17)
ตอนที่ 11							✓	✓	✓								
ตอนที่ 12								✓						✓	✓	✓	
ตอนที่ 19							✓	✓	✓		✓						
ตอนที่ 20												✓		✓	✓		
ตอนที่ 40													✓	✓	✓	✓	

สรุปผลสามอันดับสูงสุด A9 = 3 ครั้ง, 4A 15 = 3 ครั้ง, A 16 = 3 ครั้ง

## สารคดีต้นชั่วโมง: เรียนรู้เพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียน โดย สถาบันวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์

### ตอนที่ 11: พื้นที่ทางเศรษฐกิจ

ในด้านการค้า อาเซียนตั้งอยู่ระหว่างจีนและอินเดีย จึงเป็นทางผ่านของการทำการค้าและนักเดินทาง ในด้านการเมือง อาเซียนเป็นดินแดนที่มีช่องแคบมะละกา ซึ่งถือเป็นเส้นทางผ่านที่สำคัญในการเดินเรือ และผู้ที่คุมเส้นทางเรือนี้ได้จะมีอิทธิพลทางการค้าและการเมืองอย่างกว้างขวางในอดีต โปรตุเกส สามารถจัดผู้นำทางการเมืองและครอบครองพื้นที่แห่งนี้ได้แทนชนพื้นเมืองจึงทำให้โปรตุเกสมีความเจริญอย่างรวดเร็ว

### ตอนที่ 12: ศาสนาในภูมิภาค

ประเทศในภูมิภาคอาเซียนเป็นแหล่งที่ได้รับวัฒนธรรมทางศาสนาและวัฒนธรรมผสมจากอินเดียและจีนบริเวณแผ่นดินใหญ่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรืออาเซียน จึงนับถือพุทธศาสนาฝ่ายเถรวาทเป็นส่วนใหญ่ ส่วนศาสนาอิสลามนั้น ได้รับมาจากพ่อค้าชาวอาหรับที่นำมาเผยแพร่ขณะทำการค้า

### ตอนที่ 19: ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ

ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจของอาเซียน เริ่มมีเป้าหมายชัดเจนที่จะนำไปสู่การรวมตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาค นับตั้งแต่การประชุมสุดยอดอาเซียน ครั้งที่ 4 ณ สิงคโปร์ เมื่อ พ.ศ. 2535 มีดำริจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน AFTA นับตั้งแต่นั้นมากิจกรรมของอาเซียนได้ขยายครอบคลุมทุกสาขาทั้งภาคสินค้า บริการ การลงทุน ตลอดจนอุตสาหกรรม พลังงาน การเงิน ฯลฯ โดยมีการกำหนดทิศทางโครงสร้างและแผนงานความร่วมมือตลอดจนระยะเวลาบรรลุผลที่ชัดเจนภายใต้วิสัยทัศน์อาเซียน ค.ศ. 2020 และแผนปฏิบัติการฮานอย

### ตอนที่ 20: ความร่วมมือด้านสังคม

ความร่วมมือด้านสังคมของอาเซียนในปัจจุบัน มีความหลากหลายมากรวมถึงการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม การศึกษา สาธารณสุข วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการรณรงค์ต่อต้านยาเสพติด อย่างไรก็ตาม ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่รวดเร็ว สืบเนื่องจากกระแสโลกาภิวัตน์รวมทั้งค่านิยมของประชาชนทั่วภูมิภาคที่เริ่มคาดหวังในเรื่องประชาธิปไตยและสิทธิขั้นพื้นฐานมากขึ้น ตลอดจนผลกระทบจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ อาเซียนจึงได้เริ่มให้ความสำคัญต่อการร่วมมือ เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางสังคมและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

### ตอนที่ 40: ศาสนาในอินโดนีเซีย

ประชากรของประเทศอินโดนีเซียในปัจจุบันส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลามแต่ในอดีตนั้นเคยมีพระพุทธศาสนาแบบมหายานเข้ามาประดิษฐานอยู่ พระพุทธศาสนาได้รุ่งเรืองมากใน

พุทธศตวรรษที่ 12 โดยมีหลักฐานคือ โบราณสถานบุโรพุทโธ และพระวิหารเมณฑุต ต่อมาเมื่อศาสนาอิสลามเข้าครอบครองจึงเปลี่ยนมานับถืออิสลามตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา

จากผลการจัดตารางบรรจุความสัมพันธ์ของเนื้อหารายการสารคดีต้นชั่วโมงกับการกำหนดนโยบายด้านอาเซียนของประชาคมอาเซียนประจำเดือน ก.ค. 56 พบว่า การผลิตเนื้อหาของรายการข้างต้นมีมิติที่นำเสนอด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจและสังคมวัฒนธรรมมากที่สุด 3 เรื่อง และมิติด้านเศรษฐกิจ 3 เรื่อง ตามลำดับ เช่น การพัฒนากรอบความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ การลงนามทวิภาคีของประเทศสมาชิก การกำหนดวาระสารในด้านสังคมและวัฒนธรรมในการสร้างความรู้สึกความเป็นเจ้าของและร่วมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความหลากหลายของภูมิภาค



ตารางที่ 4.5

แสดงผลการศึกษาผ่านรายการเพลง เดือน มิ.ย. 2556

รายการเพลง มิ.ย.56	ด้านการเมืองและความมั่นคง							ด้านเศรษฐกิจ					ด้านสังคมและวัฒนธรรม				
	ส่งเสริมการยอมรับในระบอบการเมืองของประเทศ สมชก (A1)	กฎบัตรอาเซียน (A2)	ส่งเสริมการไว้เนื้อเชื่อใจกันในประเทศสมชก (A3)	ส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค (A4)	การป้องกันการก่อการร้ายและปัญหาเรื่องพรมแดน (A5)	ความร่วมมือทางทหารและความมั่นคง (A6)	ประเด็นสิทธิมนุษยชนในภูมิภาค (A7)	การเคลื่อนย้ายแรงงาน (A8)	การเจรจาเสรีทางการค้า (A9)	การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (A10)	การต่อต้านการทำประมงผิดกฎหมาย (A11)	พัฒนาเว็บไซต์และข้อมูลเพื่อสื่อสารเรื่องการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจ (A12)	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรีเยาวชน และกลุ่มชายขอบ (A13)	เน้นการเข้าถึงสวัสดิการและการรักษาพยาบาลทางการแพทย์ (A14)	สร้างความรู้สึกความเป็นเจ้าของและร่วมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความหลากหลาย (A15)	ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (การแต่งกาย อาหาร ศิลปะ ภาษา) (A16)	ปลูกฝังอัตลักษณ์อาเซียน (A17)
Ver.7, Ver.8, Ver.9 (วัฒนธรรม)											✓			✓	✓	✓	
Ver.10, Ver.11, Ver.12 (ภาษา)													✓		✓		
Ver.1, Ver.2, Ver.3 (เครื่องแต่งกาย)															✓		
Ver.13, Ver.14, Ver.15 (เครื่องแต่งกาย)															✓	✓	
Ver.7, Ver.9 (อาหาร)															✓	✓	

สรุปผลสามอันดับสูงสุด A16 = 5 ครั้ง, A17 = 3 ครั้ง, A15 = 1 ครั้ง

รายการเพลง: คลื่นสภาวะการเรียนรู้เพื่อก้าวสู่ประชาคมอาเซียน โดย สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ (คัดลอกจากต้นฉบับ Virgin Hitz FM 95.5 Mhz)

#### หมวดวัฒนธรรม

Ver. 7 ประเทศฟิลิปปินส์เป็นอีกประเทศที่มีกลุ่มชนหลากหลายอาศัยอยู่ทำให้มีภาษาพูดมากกว่า 170 ภาษา ซึ่งชาวฟิลิปปินส์ใช้ภาษาตากาล็อกและภาษาอังกฤษในการสื่อสาร

Ver. 8 ประเทศบรูไนเป็นประเทศที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับมาเลเซียและอินโดนีเซียมาก จึงส่งผลต่อวัฒนธรรมประเพณีภาษาและการแต่งกายที่มีความคล้ายคลึงกัน ทั้งยังได้รับอิทธิพลจากศาสนาอิสลามซึ่งเป็นศาสนาประจำชาติอีกด้วย

Ver. 9 ชาวบรูไนส่วนใหญ่มีเชื้อสายมาเลย์ จึงทำให้ชาวบรูไนนิยมใช้ภาษามาเลย์ในการติดต่อเพื่อสื่อสารกัน นอกจากนี้ชาวบรูไนยังสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้ดี รวมทั้งภาษาจีนในการติดต่อธุรกิจ

#### หมวดภาษา

Ver.10 ถ้าคุณผู้ฟังต้องการบอกคนที่คุณรักว่า “หายป่วยเร็ว ๆ นะ” เป็นภาษาเวียดนามเนีย เขาจะพูดว่า “สือ-สิน-วีก แช่ว”

Ver.11 ถ้าคุณผู้ฟังไปเที่ยวประเทศเมียนมาร์หรือพม่าที่เราคุ้นกันแล้วเกิดอาการปวดหัวมาก คำว่า “ปวดหัว” นั้น ในภาษาพม่าพูดว่า “เกา-ไก้”

Ver.12 ถ้าคุณผู้ฟังไปเที่ยวประเทศกัมพูชา แล้วเกิดอาการเจ็บคอขึ้นมา คำว่า “เจ็บคอ” นั้น ในภาษากัมพูชาพูดว่า “ซื่อ-กอ”

#### หมวดการแต่งกาย

Ver.1 เครื่องนุ่งห่มอย่างเสื้อผ้าที่เราสวมใส่ถือเป็นอีกหนึ่งในปัจจัยสี่ที่เราขาดไม่ได้เลยนะ และด้วยภูมิปัญญาของมนุษย์เราเนีย ก็ได้คิดค้นวิธีการทอผ้ามานานมากแล้วอย่างเพื่อนบ้านอาเซียนของเรา ประเทศมาเลเซีย เขาก็มีการทอผ้าใช้ตัดเย็บเครื่องนุ่งห่มกันนะ โดยส่วนมากชาวมาเลย์แถบเกาะกลันตันและตรังกานู จะมีความชำนาญในการทอผ้ามาก ๆ เลยนะ

Ver.2 (ต่อ) เมื่อชั่วโมงที่แล้วเราได้เล่าให้คุณผู้ฟังว่า “ชาวมาเลย์แถบเกาะกลันตันและตรังกานูนั้นมีความชำนาญในการทอผ้ามาก ๆ ซึ่งผ้าที่ทอนั้นจะมีการสอดไหมเงินและไหมทองลงในเนื้อผ้าด้วยตามสไตล์ของชาวอินเดียนั่นเอง”

Ver.3 (ต่อ) ผ้าทอที่มีคุณภาพของมาเลเซียจะเป็นผ้าทอที่มาจากแถบเกาะกลันตันและตรังกานูเพราะว่าเป็นพื้นที่ที่รวมช่างฝีมือของประเทศซึ่งอพยพมาจากเกาะสุมาตรา อินโดนีเซีย



### หมวดการแต่งกาย

Ver.13 เวียดนามมีชุดประจำชาติที่เรียกว่า “อ่าว-หย่าย” ซึ่งในอดีตชาวเวียดนามทางภาคเหนือนิยมใส่รวมถึงชาวเมืองและชนบท เพราะใส่สบาย

Ver.14 (ต่อ) ชุด อ่าว-หย่าย ถือเป็นชุดประจำชาติของเวียดนามที่ประกอบไปด้วยชุดผ้าไหมที่ตัดเย็บพอดีตัว สวมทับกางเกงขายาวซึ่งนิยมใส่ในพิธีแต่งงานและพิธีการสำคัญของประเทศ

Ver.15 (ต่อ) ชุด อ่าว-หย่าย เป็นชุดประจำชาติของเวียดนาม มีลักษณะคล้ายชุดกี่เพ้าของจีน ในปัจจุบันเป็นชุดที่ได้รับความนิยมจากผู้หญิงเวียดนาม ส่วนผู้ชายเวียดนามจะสวมใส่ชุดอ่าวใหญ่ในพิธีแต่งงาน หรือ พิธีศพ

### หมวดอาหาร

Ver.7 ถ้าพูดถึงอาหารเช้าของเพื่อนบ้านอาเซียนนั้น กัมพูชานิยมรับประทานขนมปังฝรั่งเศส (Baguette) รับประทานคู่กับปลากระป๋องหรือไข่พร้อมกับดื่มกาแฟที่ปรุงด้วยนมข้นหวาน และหารับประทานได้โดยทั่วไป

Ver. 9 แผลอ หรือ ก๋วยเตี๋ยวเวียดนาม คือ อาหารท้องถิ่นของชาวเวียดนาม มีลักษณะคล้ายกับก๋วยเตี๋ยว ประกอบด้วยเส้นที่มีลักษณะคล้ายกับเส้นขนมจีน และน้ำซุ๊ปที่เคี่ยวจากเนื้อวัวหรือเนื้อไก่ พร้อมด้วยเครื่องเทศ อบเชยไฉงอ่อน เมล็ดดอกจัน

จากผลการจัดตารางบรรจุความสัมพันธ์ของเนื้อหารายการเพลงกับการกำหนดนโยบายด้านอาเซียนของประชาคมอาเซียนประจำเดือน มิ.ย.56 พบว่า การผลิตเนื้อหาของรายการข้างต้นมีมิติที่นำเสนอด้านสังคมวัฒนธรรมมากที่สุด เช่น วัฒนธรรมประเพณีภาษาและการแต่งกาย ตลอดจนหมวดหมู่ด้านภาษาและอาหาร ตัวอย่างเช่น ลักษณะการแต่งกายที่คล้ายคลึงกันของชนพื้นเมืองชาวมลายูและคนบรูไน อาหารประจำชาติและอาหารพื้นเมืองของประเทศเวียดนาม รวมถึงวัฒนธรรมร่วมเรื่องผ้าบาติกของชาวมุสลิมในประเทศมาเลเซียและบรูไน เป็นต้น

ตารางที่ 4.6

แสดงผลการศึกษาผ่านรายการเพลง เดือน ก.ค. 2556

รายการเพลง ก.ค.56	ด้านการเมืองและความมั่นคง							ด้านเศรษฐกิจ					ด้านสังคมและวัฒนธรรม				
	ส่งเสริมการยอมรับในระบอบการเมืองของประเทศไทย (A1)	กฎบัตรอาเซียน (A2)	ส่งเสริมการไว้เนื้อเชื่อใจกันในประเทศสมาชิก (A3)	ส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค (A4)	การป้องกันการก่อร้ายและปัญหาเรื่องพรมแดน (A5)	ความร่วมมือทางการและความมั่นคง (A6)	ประเด็นสิทธิมนุษยชนในภูมิภาค (A7)	การเคลื่อนย้ายแรงงาน (A8)	การเจรจาเสรีทางการค้า (A9)	การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (A10)	การต่อต้านการทำประมงผิดกฎหมาย (A11)	พัฒนาการท่องเที่ยว (A12)	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรีเยาวชน และกลุ่มชายขอบ (A13)	เน้นการใช้ถึงสวัสดิการและการรักษาพยาบาลทางการแพทย์ (A14)	สร้างความรู้สึกร่วมกันเป็นเจ้าของและร่วมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความหลากหลาย (A15)	ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (การแต่งการ Sอาทกร ศิลปะ ภาษา) (A16)	ปลูกฝังอัตลักษณ์อาเซียน (A17)
Ver.7, Ver.8, Ver.9 (ทั่วไป)											✓				✓		
Ver.1, Ver.2 (ภูมิศาสตร์)					✓												
Ver.4, Ver.5, Ver.6 (ประวัติศาสตร์)	✓			✓													
Ver.4, Ver5, (ประเพณี)															✓	✓	
Ver.13, Ver 14 Ver.15 (ท่องเที่ยว)											✓				✓	✓	

สรุปผลสามอันดับสูงสุด A16 = 3 ครั้ง, A12 = 3 ครั้ง, A17 = 2 ครั้ง

### หมวดทั่วไป

Ver.7 ลาว เป็นอีกประเทศในอาเซียนที่ยังนิยมโดยสารรถด้วยสามล้อถีบ “สามล้อ”, “สามล้อน้อย” มีลักษณะคล้ายของไทย

Ver.8 มาเลเซีย ส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการให้สามล้อเป็นสัญลักษณ์การท่องเที่ยว เรียกว่า “ทริสลิคัล” โดยผู้โดยสารสามารถนั่งโดยสารได้ 2 คน

Ver.9 สำหรับประเทศเมียนมาร์นั้น เรียกว่า “ดงเบงซานเย่” ซึ่งประยุกต์มาจากภาษาอังกฤษ (side car)

### หมวดภูมิศาสตร์

Ver.1 บรูไนอยู่ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะบอร์เนียว ดินแดนของบรูไนถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยมีพื้นที่ของรัฐซาราวักของมาเลเซียกั้นไว้เป็นภาคตะวันออก และตะวันตก แม้จะเป็นดินแดนเล็ก ๆ แต่ก็ร่ำรวยที่สุดแห่งทวีปเอเชียเลยนะ

Ver.2 ในประเทศบรูไนเป็นภูมิอากาศเขตร้อนมีอุณหภูมิสูง ความชื้นสูง และฝนตกเกือบตลอดปี อุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 24-32 องศาเซลเซียส พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้เขตร้อน อุดมด้วยน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ

### หมวดประวัติศาสตร์

Ver.4 วันนี้เรามาพูดถึงประวัติศาสตร์ชาติเวียดนามกันดีกว่าค่ะ/ครับ อาณาจักรนามเวียด เริ่มต้นปี 207 ก่อนคริสต์ศักราช ก่อตั้งขึ้นโดยกษัตริย์เตีรวดาที่ถือเป็นต้นราชวงศ์เตีรวด้วย การที่อาณาจักรเอาลัด และรวมเข้าเป็นแคว้นหนึ่งของอาณาจักรนามเวียดแห่งนี้

Ver.5 (ต่อ) อาณาจักรนามเวียด ถูกปกครองด้วยกษัตริย์ราชวงศ์เตีรวถึง 5 พระองค์ด้วยกัน ต่อมาถูกกองทัพราชวงศ์ฮั่นของจีนโค่นล้ม จึงเป็นการสิ้นสุดของราชวงศ์เตีรว

Ver.6 (ต่อ) ในระหว่างเวียดนามถูกปกครองด้วยราชวงศ์ฮั่นของจีนได้เกิดการจลาจลขึ้นหลายครั้ง เพื่อเรียกร้องอิสระจากจีน เนื่องจากชาวเวียดนามถูกปกครองด้วยความไม่เป็นธรรมในสมัยนั่นเอง

### หมวดประเพณี

Ver.4 เทศกาลชินูล็อคเป็นอีกหนึ่งเทศกาลที่มีชื่อเสียงของฟิลิปปินส์ ซึ่งจะจัดขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 3 ของเดือนมกราคมที่เมืองเซบูทุกปี เทศกาลชินูล็อคนี้ จัดขึ้นเพื่อรำลึกถึงนักบุญซานโตนิโนย โดยจะมีการจัดแสดงดนตรีและมีขบวนพาเหรดแฟนซีแห่ทั่วเมือง

Ver.5 เทศกาลลินาญังเป็นงานรื่นเริงที่มีชื่อเสียงของเมืองโอลิโย โดยจะจัดขึ้นในสัปดาห์ที่ 4 ของเดือน ม.ค. จะมีการจัดแสดงดนตรีและมีขบวนพาเหรดแฟนซีแห่ทั่วเมือง นอกจากนี้จะมีการจัดประกวดเต้นรำเพื่อเป็นสีสันและสัญลักษณ์ของการจัดงานอีกด้วย

### หมวดท่องเที่ยว

Ver.13 ปราสาทวัดพูที่ประเทศลาว ถือเป็น 1 ใน 3 สิ่งศักดิ์สิทธิ์ทางพุทธศาสนาของลาวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนมรดกโลกโดยปราสาทแห่งนี้ถูกสร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 14 มีศิลปะแบบขอม เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ไม่ควรพลาด

Ver.14 ใกล้กับปราสาทวัดภูแล้วยังมีสถานที่แนะนำอื่นในประเทศลาวให้คุณผู้ฟังได้ไปเที่ยวกันด้วยค่ะ นั่นคือ วัดบ้านเมืองกาง (วัดพุทธะวงนาราม) มีจุดเด่นคือ การผสมผสานของสถาปัตยกรรมฝรั่งเศส ลาว จีน เป็นสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจมาก ห้ามพลาด

Ver.15 อีกหนึ่งกิจกรรมที่ห้ามพลาดเลยคือ เดินเที่ยวในเมืองจำปาศักดิ์ ชมสถาปัตยกรรมบ้านเรือนตั้งแต่สมัยยุคอาณานิคมฝรั่งเศสนั่นเอง

จากผลการจัดตารางบรรจุความสัมพันธ์ของเนื้อหารายการเพลงกับการกำหนดนโยบายด้านอาเซียนของประชาคมอาเซียนประจำเดือน ก.ค.56 พบว่า การผลิตเนื้อหาของรายการข้างต้นมีมิติที่นำเสนอด้านสังคมวัฒนธรรมมากที่สุด เช่น หมวดประวัติศาสตร์ ประเพณี การท่องเที่ยว ภูมิศาสตร์และหมวดทั่วไป โดยจะเป็นการกำหนดวาระสารเนื้อหาเกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปในแต่ละด้านที่กล่าวมาของประเทศสมาชิกอาเซียน

ตารางที่ 4.7

แสดงผลการศึกษาผ่านรายการอาเซียนโฟกัส เดือน มิ.ย. 2556

รายภา ASEAN Focus มิ.ย.56	ด้านการเมืองและความมั่นคง						ด้านเศรษฐกิจ					ด้านสังคมและวัฒนธรรม					
	ส่งเสริมการยอมรับในระบบการเมืองของประเทศสมาชิก (A1)	กฎบัตรอาเซียน (A2)	ส่งเสริมการไว้วางใจกันในประเทศสมาชิก (A3)	ส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค (A4)	การป้องกันการก่อการร้ายและปัญหาเรื่องพรมแดน (A5)	ความร่วมมือทางทหารและความมั่นคง (A6)	ประเด็นสิทธิมนุษยชนในภูมิภาค (A7)	การเคลื่อนย้ายแรงงาน (A8)	การเจรจาเสรีทางการค้า (A9)	การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ (A10)	การต่อต้านการทำประมงผิดกฎหมาย (A11)	พัฒนาการท่องเที่ยว (A12)	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรีเยาวชน และกลุ่มชายขอบ (A13)	เน้นการเข้าถึงสวัสดิการและการรักษาพยาบาลทางการแพทย์ (A14)	สร้างความรู้สึกความเป็นเจ้าของและร่วมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความหลากหลาย (A15)	ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (การแต่งกาย อาหาร ศิลปะ ภาษา) (A16)	ปลูกฝังอัตลักษณ์อาเซียน (A7)
ASEAN Reaffirms Commitment in Combating Transnational Crime				✓	✓												
Stronger Youth Cooperation Brighter ASEAN's Future													✓				
ASEAN Rice Trade Forum to Promote Regional Cooperation on Rice Trade and Self-sufficiency									✓								
Foreign Ministers of FEALAC Countries Agree to Enhance Cooperation			✓	✓													
ASEAN Continues to be an Important Pillar for Viet Nam's Foreign Policy	✓		✓	✓													

Coding Sheet: ASEAN Focus

สรุปผลสามอันดับสูงสุด A4 = 3 ครั้ง, A2 = 2 ครั้ง, A17 = 1 ครั้ง

ข้อมูลประกอบเนื้อหาในรายการอาเซียนโฟกัส โดย สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์สำนักเลขาธิการอาเซียน และอื่น ๆ

### **1. ASEAN Reaffirms Commitment in Combating Transnational Crime**

In an increasingly borderless world, transnational crime can affect the peace and security of every nation and region in the world. As the region heads to ASEAN Community 2015, the ASEAN Senior Officials in charge of addressing transnational crime have enhanced their cooperation in order to respond effectively to this menace. In view of the increasing scope and complexity of the cybercrime threat, the Meeting also endorsed the establishment of a Working Group on Cybercrime. The SOMTC also agreed to task their experts to further work on the drafts of the ASEAN Convention on Trafficking in Persons (ACTIP) and the Regional Plan of Action on Combating Trafficking in Persons (RPA). To enhance cooperation with Dialogue Partners, SOMTC also held consultations with Australia, Canada, China, India, Japan, Republic of Korea and the United States. In the respective consultations, both SOMTC and the Dialogue Partners agreed to implement practical cooperation in supporting ASEAN's efforts to stem transnational crime in the region. Future work includes the implementation of joint Work Plans on combating transnational crime as well as various projects and activities. (<http://asean.org/> June 24, 2013)

### **2. Stronger Youth Cooperation-Brighter ASEAN's Future**

Under the theme "Young People-Building Tomorrow's ASEAN Today", the 8th ASEAN Ministerial Meeting on Youth (AMMY VIII), and the 4th ASEAN Plus Three Ministerial Meeting on Youth (4th AMMY+3) were concluded on 23 May 2013 in Bandar Seri Begawan, Brunei Darussalam. The Meetings discussed directions and initiatives to further promote ASEAN youths in contributing towards the future of ASEAN Community. The Meeting noted that a new phase of the ASEAN-China Youth Camp and ASEAN Youth Leaders Training Program will be implemented by China; the second instalment of the Japan-East Asia Network of Exchange for Students and Youths (JENESYS 2.0) by Japan; and the 4th ASEAN-Korea Frontier Forum (AKFF) by ROK in 2013. They were informed that these would help to further strengthen cooperation among youths in ASEAN and the Plus Three countries whilst promoting relations to a higher and more strategic level. (<http://asean.org/> June 28, 2013)

### **3. ASEAN Rice Trade Forum to Promote Regional Cooperation on Rice Trade and Self-sufficiency**

Indonesia brought together member countries of the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), agribusiness groups, NGOs, and international development agencies in a major forum on 4-5 June 2013 in Yogyakarta to harness regional cooperation on ensuring the active trading and easy accessibility of Asia's main staple—rice. The 2nd ASEAN Rice Trade Forum is convened by the ASEAN Food Security Reserve Board (AFSRB) in coordination with the ASEAN Secretariat and the Asian Development Bank (ADB). Financial support is provided by the Japan Fund for Poverty Reduction through ADB. The AFSRB is composed of a representative from the agriculture, commerce or trade agency of each of the 10 ASEAN Member States—Brunei Darussalam, Cambodia, Indonesia, the Lao People's Democratic Republic, Malaysia, Myanmar, the Philippines, Singapore, Thailand, and Viet Nam. (www.aseancenter.org.tw: August 8, 2013)

#### **Foreign Ministers of FEALAC Countries Agree to Enhance Cooperation**

H.E. Le Luong Minh, Secretary-General of ASEAN, attended the Sixth Foreign Ministers' Meeting of the Forum for East Asia-Latin America Cooperation (FEALAC) on 13-14 June 2013 in Bali, Indonesia, at the invitation of H.E. Marty Natalegawa, Foreign Minister of the Republic of Indonesia, Co-Chair of FEALAC for 2012-2013. Throughout the Meeting, the Foreign Ministers of FEALAC countries deliberated on ways and means to enhance East Asia-Latin America cooperation in many areas, particularly promoting interconnectivity between the two regions, and jointly addressing global challenges such as poverty, food and energy security, climate change, pandemic and communicable diseases, and transnational organised crime. (www.antaraneews.com: June 24, 2013)

#### **ASEAN Continues to be an Important Pillar for Viet Nam's Foreign Policy**

President Truong Tan Sang, during this first ever visit by the Head of State from Viet Nam to the ASEAN Secretariat, also shared his views on some key directions for ASEAN for the future. "The top priority of ASEAN is to accord highest political will and necessary resources for the successful building of the Community

by 2015,” he stressed. According to the President, ASEAN also needs a broader vision for the long-term development of the Community beyond its foundation on 31 December 2015. “As an open process, the Community in 2015 is just a mark of a starting point,” he said. In addition, the President highlighted the need for ASEAN to further maintain the momentum of dynamic development and bring into full play the advantages of an economic community of 600 million people and a Gross Domestic Product of USD 2,100 billion. He also called on ASEAN to take the initiative and better play its active role in ensuring regional peace, security and development. (<http://asean.org/> June 20, 2013)

จากผลการจัดตารางบรรจุความสัมพันธ์ของเนื้อหารายการ ASEAN Focus กับการกำหนดนโยบายด้านอาเซียนของประชาคมอาเซียนประจำเดือน มิ.ย.56 พบว่า การผลิตเนื้อหาของรายการข้างต้นมีมิติที่นำเสนอด้านการเมืองและความมั่นคงมากที่สุด ตลอดจนมิติด้านเศรษฐกิจและสังคมและวัฒนธรรม ตามลำดับ โดยจะเป็นการกำหนดวาระสารเนื้อหาเกี่ยวข้องกับข้อมูลทั่วไปในแต่ละด้านที่กล่าวมาของประเทศสมาชิกอาเซียน ตัวอย่างเช่น ข้อมูลเรื่อง ASEAN Reaffirms Commitment in Combating Transnational Crime ซึ่งถูกกำหนดสาระให้อยู่ในมิติด้านการเมืองและความมั่นคง ในหัวข้อการป้องกันการก่อการร้ายและปัญหาเรื่องพรมแดน และข้อมูลเรื่อง Stronger Youth Cooperation-Brighter ASEAN’s Future ถูกกำหนดให้อยู่ในส่วนของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรี เยาวชน และกลุ่มชายขอบ เป็นต้น



ตารางที่ 4.8

แสดงผลการศึกษาผ่านรายการอาเซียนไฟกัส เดือน ก.ค. 2556

รายการ ASEAN Focus ก.ค.56	ด้านการเมืองและความมั่นคง							ด้านเศรษฐกิจ					ด้านสังคมและวัฒนธรรม				
	ส่งเสริมการยอมรับในระบอบการเมืองของประเทศสมาชิก (A1)	กฎบัตรอาเซียน A2	ส่งเสริมการไว้วางใจกันในประเทศสมาชิก A3	ส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค (A4)	การป้องกันการก่อการร้ายและปัญหาเรื่องพรมแดน A5	ความร่วมมือทางทหารและความมั่นคง A6	ประเด็นสิทธิมนุษยชนในภูมิภาค A7	การเคลื่อนย้ายแรงงาน A8	การเจรจาเสรีทางการค้า A9	การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ A10	การต่อต้านการทำประมงผิดกฎหมาย A11	พัฒนาการท่องเที่ยว A12	ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรีเยาวชน และกลุ่มชายขอบ A13	เน้นการเข้าถึงสวัสดิการและการรักษาพยาบาลทางการแพทย์ A14	สร้างความรู้สึกความเป็นเจ้าของและร่วมกันเป็นเอกภาพท่ามกลางความหลากหลาย A15	ส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (การแต่งกาย อาหาร ศิลปะ ภาษา) A16	ปลูกฝังอัตลักษณ์อาเซียน A17
Lower Mekong Initiative Ministerial Meetings to Accelerate Economic Growth in the Sub-region				✓					✓	✓							
Seventh Press Release of the ASEAN Commission on the Promotion and Protection of the Rights of Women and Children (ACWC)				✓									✓				
Raising Public Awareness on ASEAN Community through Statistics				✓													
Thailand to Seek Joint Efforts in Tackling Haze Pollution in ASEAN				✓													
Thailand's Border Patrol Police and ASEAN				✓			✓										

สรุปผลสามอันดับสูงสุด A4 = 3 ครั้ง, A8-A9-A10 = 1 ครั้ง

### **Lower Mekong Initiative Ministerial Meetings to Accelerate Economic Growth in the Sub-region**

The Foreign Ministers of the Lower Mekong Countries and the U.S. Secretary of State, met at the Sixth Lower Mekong Initiative (LMI) Ministerial Meeting in Bandar Seri Begawan on 1 July 2013. At the meeting, the Ministers also launched the establishment of the Eminent and Expert Persons Group for the Lower Mekong Initiative, to develop the strategic direction of the cooperation.

The partners agreed to work with the Lower Mekong Countries to achieve sustainable growth, and narrowing the development divide, to contribute to ASEAN community building and integration. The partners also agreed to enhance coordination in the sub-region, to improve delivery of activities, and to identify potential collaborations. (lowermekong.org: June 6, 2013)

### **Seventh Press Release of the ASEAN Commission on the Promotion and Protection of the Rights of Women and Children (ACWC)**

The ASEAN Commission on the Promotion and Protection of the Rights of Women and Children (ACWC) concluded its Seventh Meeting convened on 22-24 July 2013 in Kuala Lumpur, Malaysia. The Meeting was participated by ASEAN Member States (AMS) and the main event was the finalisation of the draft Declaration on the Elimination of Violence Against Women (VAW) and Elimination of Violence Against Children (VAC). Other matter taken up was the progress of implementation of projects and activities led by AMS under the ACWC Work Plan 2012-2016. A total of ten proposals for funding by EU under the READI Facility were taken up and plans were firmed up to proceed with implementation. (www.asean.org: July, 26 2013)

### **Raising Public Awareness on ASEAN Community through Statistics**

How to make Statistics understandable, and meaningful to the people- that is the key objective of the “Training on Statistical Data Dissemination”, which is scheduled to take place 29-31 July 2013 in Kuala Lumpur, Malaysia. Training coaches are experts in the fields of statistics and dissemination such as Mr. Daniel Byk for Deutsche Gesellschaft fur Internationale Zusammenarbeit (GIZ) and Mr. Richard Burgess of the Australian Bureau of Statistics (ABS). Organised by the Department of Statistics (DOS) Malaysia and assisted by the ASEAN stats, this training is a follow-up

to the First Training which was hosted by the Badan Pusat Statistik (BPS) Indonesia in May and participated by four Member States (Indonesia, Malaysia, Philippines, and Viet Nam) and the ASEANstats. These trainings on Community Mission-Based Model on Data Dissemination are supported by the ‘Capacity Building for the ASEAN Secretariat’ project, GIZ, and ABS. (www.asean.org: July 29, 2013)

#### **Thailand to Seek Joint Efforts in Tackling Haze Pollution in ASEAN**

The Ministry of Public Health and the Pollution Control Department was told to measure air pollution every day and submit reports to the Water and Flood Management Commission, chaired by Deputy Prime Minister Plodprasop Suraswadi. The public will be informed of the movements of the haze to help in their travel planning. (www.thaiembassy.sg: 9 June 2013)

#### **Thailand’s Border Patrol Police and ASEAN**

In May 2012 Thailand’s Border Patrol Police (BPP) began to prepare for the ASEAN Economic Community (AEC) which takes effect in 2015, and which poses enormous challenges for border security authorities. It obliges them to rely on peaceful means of dispute settlement, which will require strengthening of both the formal mechanisms and the informal processes for managing trans-border affairs; it expands the definition of security to include so-called non-traditional security issues, such as trans-national organised crime, environmental issues, and disaster relief, as well as protection of human rights; and it mandates liberalisation of national laws and practices with regard to the cross-border movement of people and goods. The current preparatory phase is mainly educative, i.e., ensuring, through banners, seminars and official missives, that all BPP personnel are familiar with their new and enhanced roles. Actually implementing the principles and norms to which Thailand has pledged will be extremely challenging. (www.newmandala.org: July 2013)

จากผลการจัดตารางบรรจุความสัมพันธ์ของเนื้อหารายการ ASEAN Focus กับการกำหนดนโยบายด้านอาเซียนของประชาคมอาเซียนประจำเดือน ก.ค.56 พบว่า การผลิตเนื้อหาของรายการข้างต้นมีมิติที่นำเสนอด้านการเมืองและความมั่นคงมากที่สุด ตลอดจนมิติด้านเศรษฐกิจและสังคมและวัฒนธรรม ตามลำดับ โดยจะเป็นการกำหนดวาระสารเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค เช่น Seventh Press Release of the ASEAN Commission on the Promotion and Protection of the Rights of Women and Children (ACWC) ซึ่งเป็นการ

ประชุมส่งเสริมการป้องกันสิทธิเด็กและสตรีในกลุ่มภูมิภาคอาเซียน ซึ่งเป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของสตรี เยาวชน และกลุ่มชายขอบในด้านสังคมและวัฒนธรรมร่วมกันกับด้านความมั่นคง นอกจากนี้รายการ ASEAN Focus ได้กำหนดวาระสารในส่วนของการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาลโดยเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวเรื่องการเตรียมความพร้อมของภาครัฐ ซึ่งกองบัญชาการตำรวจชายแดนจัดทำโครงการณรงค์ในองค์กรให้เห็นความสำคัญเพื่อเตรียมพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ตามเนื้อหาข่าว Thailand's Border Patrol Police and ASEAN เป็นต้น

#### 4.3 ผลการศึกษาข้อมูลข่าวสารผ่านแนวคิดเอดดูเทนเมนต์ (Edutainment)

ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่า ลักษณะของแนวคิดเอดดูเทนเมนต์ซึ่งระบุว่าเป็นแนวทางการดำเนินงานด้านสาระคู่กับความบันเทิงนั้น สามารถสร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของชุดข้อความรู้คู่กับการทำงานการจัดรายการเพลงได้ ดังนี้

การนำหลักเอดดูเทนเมนต์มาประยุกต์ในการอธิบายการจัดทำรายการวิทยุในรูปแบบคลื่นสาระความรู้เพื่อความบันเทิงของคลื่นเอฟเอ็ม 95.5 มส. นั้น ผู้วิจัยพบว่า แนวคิดเอดดูเทนเมนต์สามารถช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ของเยาวชนในการผลักดันความรู้และความเข้าใจการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียนอีกช่องทางหนึ่ง ถือเป็นความพยายามในการยกระดับคลื่นวิทยุให้เป็นคลื่นที่มีจุดเด่นผสมผสานระหว่างเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนและความบันเทิงร่วมกัน โดยที่ผ่านมา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน อ้างอิงจากผลการสำรวจของเอแบคโพล เรื่องคนไทยรู้จักอาเซียนแค่ไหน มีความเห็นอย่างไร ตื่นเต้น กังวลใจหรือไม่กับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน เมื่อวันที่ 10-15 สิงหาคม 2556 นั้น พบว่า คนไทยส่วนใหญ่คนยังมีการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนไม่มากนัก และยังมีความหวาดกลัว ตื่นตระหนก ตื่นเต้นว่า ถ้าเกิดการรวมกลุ่มกันแล้ว จากที่ประเทศไทยเคยอยู่ในประเทศต้น จะตกลงไปในระดับรั้งท้ายหรือไม่ และมีความกลัวว่าไทยจะไม่ทันอีก 9 ประเทศ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสำรวจมีความกังวลในเรื่องการศึกษาการใช้ภาษาอังกฤษ การคิด วิเคราะห์ การที่จะทำงานร่วมกับประเทศอื่น ๆ อีกด้วย

“คลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย” สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟเอ็ม 95.5 มส. จึงมีภารกิจหลักในการสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ประชาชน เพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ด้วยการประยุกต์หลักการเอดดูเทนเมนต์มาใช้ เนื่องจากหลักการทำงานของแนวคิดเอดดูเทนเมนต์มีบทบาทสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และสร้างการรับรู้ รวมถึงเพื่อเตรียมความพร้อมให้ประชาชนไม่หวาดกลัวกับการก้าวเข้าสู่การเปิดประชาคมอาเซียน และสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งผู้วิจัยพบว่า การผลิตเนื้อหาในรายการเพลงโดยช่วงเวลาให้ผู้ดำเนินรายการได้สอดแทรกเนื้อหาสาระความรู้อาเซียนเข้าไป

ในรายการนั้นส่งผลให้ศักยภาพในการทำหน้าที่ของรายการเพลงที่เปิดให้บริการทั่วไปเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น เช่น การทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ความรู้แก่ผู้บริโภคใช้ชีวิตประจำวัน การแนะนำโครงการความร่วมมือของประเทศไทยในมิติด้านการเมืองความมั่นคง เศรษฐกิจ ตลอดจนด้านสังคมวัฒนธรรมให้เป็นที่ยอมรับและเกิดการรับรู้ได้ตลอดทั้งวัน ซึ่งวิธีการดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนแม้ประเทศไทยจะลงนามเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนมาเป็นระยะเวลา 49 ปี แต่ขาดการตระหนักรู้ของคนในสังคม ซึ่งส่วนนี้อาจจะเป็นข้อพิจารณาให้กับองค์กรภาครัฐซึ่งเป็นผู้ที่รับผิดชอบหาวิธีการแก้ไขต่อไป ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า การดำเนินรายการของผู้ดำเนินรายการหรือดีเจในการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารความรู้ไปถึงกลุ่มผู้ฟังนั้น แม้จะไม่ได้เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านอาเซียนมาโดยตรงในการให้ความรู้กับผู้ฟัง แต่ก็สามารถสร้างอุดมการณ์ความคิดที่ช่วยให้รัฐประสบความสำเร็จในการกระตุ้นความตระหนักรู้ของคนในสังคมเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากรูปแบบและวิธีการทำงานของผู้ดำเนินรายการมีลักษณะการทำงานที่เป็นธรรมชาติ รวมถึงปัจจัยเรื่องการสร้างบรรยากาศให้ผู้ดูเนื้อหาสาระการเรียนรู้เรื่องอาเซียนทั้ง 3 มิติ

ทั้งนี้ ผลจากการนำหลักการเอ็ดดูเทนเมนต์มาใช้พบว่า สามารถเป็นกลไกที่เชื่อมกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งผู้กำหนดนโยบาย ซึ่งในที่นี้หมายถึงกรมประชาสัมพันธ์ที่สามารถชี้แนะและเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องประชาคมอาเซียนไปตามยุทธศาสตร์ ขณะที่ กลุ่มผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นบริษัทร่วมผลิตระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารที่มีเนื้อหาเป็นสาระความรู้ที่มีความเข้าใจยากให้เข้าใจง่ายและเห็นภาพที่ชัดเจนไปยังผู้บริโภค ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคเองก็ได้รับความสาระ ความเพลิดเพลิน การผ่อนคลายควบคู่กันไป อย่างไรก็ตาม รายการเพลงที่ผลิตขึ้นในคลื่น 95.5 มฮ. อาจกล่าวได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของรัฐไทยในการใช้แนวคิดเอ็ดดูเทนเมนต์มาสร้างกรอบความคิดเพื่อให้วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนของประเทศไทยสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในส่วนของการใช้แนวคิดเรื่องการกำหนดวาระสารมาอธิบายเรื่องเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดผ่านแนวคิดนี้ ผู้วิจัยพบว่า Agenda Setting สามารถตอบโจทย์งานวิจัยครั้งนี้ได้ว่า เป็นความพยายามในเชิงนโยบายของรัฐที่สามารถผลิตเนื้อหาข้อมูลความรู้ด้านอาเซียนในระดับเริ่มต้นให้ประชาชนได้รับรู้ โดยเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่ถูกผลิตขึ้นนั้น สามารถจำแนกออกเป็น 3 ระดับ อันได้แก่ 1) ข้อมูลทั่วไป รวมถึง Soft News ซึ่งปรากฏอยู่ในรายการเพลง และสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนซึ่งหยิบยกข้อมูลความรู้ทั่วไป แผนการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียนตลอดจนมิติทางด้านวัฒนธรรมมาถ่ายทอดในรายการ 2) ข้อมูลทั่วไป รวมถึง Hard News ที่ถูกนำมาผลิตและเผยแพร่ในรายการสารคดีต้นชั่วโมง และรายการอาเซียนโฟกัส อาทิ ข่าวสารการประชุมในระดับผู้กำหนดนโยบายในมิติการเมืองความมั่นคง การแก้ไขปัญหาการก่อการร้าย เป็นต้น 3) การสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยและประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งนำเสนอการประชาสัมพันธ์และสร้างภาพลักษณ์

ให้กับรัฐบาลในการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียน อาทิ การพัฒนาความร่วมมือเขตเศรษฐกิจพิเศษ และท่าเรือน้ำลิกระหว่างไทย และพม่า การแก้ไขปัญหาแรงงานข้ามชาติและผลกระทบจากการเคลื่อนย้ายถิ่นของแรงงานข้ามชาติ เป็นต้น ทั้งนี้ เนื้อหาของรายการที่ถูกผลิตขึ้นนั้นยังไม่สามารถผลักดันให้รายการภายใต้การผลิตของคลื่น 95.5 มส. ตอบโจทย์ความต้องการของวิสัยทัศน์อาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากข้อมูลที่ถูกนำเสนอทั้ง 3 ระดับนั้น ยังไม่ใช่ชุดข้อมูลที่สามารถสร้างความตระหนักรู้และส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจต่อการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนได้ ทั้งนี้ ชุดความรู้ทั้ง 3 ระดับยังไม่ได้รับการปรับปรุงให้เป็นรูปแบบเชิงรุก ที่กระตุ้นให้ผู้รับฟังรายการต้องการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมและนำไปปฏิบัติใช้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ประเด็น Agenda Setter หรือการมีผู้กำหนดวาระสารมากกว่า 1 องค์กร (สวท. และยูแอนดีไอฯ) ในฐานะภาครัฐบาล และ ภาคเอกชน มีมุมมองและวิธีคิดแตกต่างกันในการผลิตรูปแบบการผลิตรายการและเนื้อหาที่ถูกนำมาบรรจุในรายการ ซึ่งรายการอาเซียนโฟกัสที่ผลิตโดย สวท. จะนำเสนอเนื้อหาข้อมูลที่มีลักษณะทางการและนำข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้และทันสมัยสถานการณ์ ขณะที่ ยูแอนดีไอฯ นำข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูลที่ขาดการอ้างอิงที่ชัดเจน และมุ่งนำเสนอในมิติวัฒนธรรมเป็นส่วนใหญ่

อย่างไรก็ตาม จากผลของการศึกษาข้างต้น พบว่า รูปแบบและวิธีการในการดำเนินงานของวิทยุแอนดีไอฯ ซึ่งดำเนินการตามนโยบายของ สวท. นั้น มีการปรับและต่อรองวิธีการทำงานด้วยการนำรูปแบบการผลิตรายการตามแนวคิดสาระบันเทิงเข้ามาสอดแทรกผ่านเนื้อหารายการเพื่อปรับการนำเสนอให้เป็นไปตามแนวคิดของการเป็นคลื่นวิทยุเพื่อเยาวชนและคนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจต่อรูปแบบการนำเสนอที่ไม่เป็นทางการ ด้วยการใช้แนวทางการดำเนินรายการด้วยหลักสาระและบันเทิงให้สามารถสื่อสารและเผยแพร่ข้อมูลความรู้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยวิธีการดังกล่าวนี้ ถือเป็นภาระต่อรองการทำงานของรัฐและเอกชนที่มีปัจจัยด้านธุรกิจควบคุมในกระบวนการบริหารจัดการในองค์กร ซึ่งหากย้อนกลับไปที่แนวนโยบายที่ได้รับมาจาก สวท. และกรมประชาสัมพันธ์นั้น จะพบว่าแนวทางการให้นโยบายดังกล่าวไม่สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการทำงานที่ถูกต้องตามหลักการบริหารจัดการได้ ซึ่งควรต้องมีกลไกในการกำกับและประเมินการทำงานตามกระบวนการบริหารงาน เพื่อผลิตและผลักดันให้รูปแบบรายการของคลื่น 95.5 มส. เกิดประโยชน์สูงสุดต่อผู้รับสาร

## บทที่ 5

### สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิร์ตซ์” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาท เพื่อศึกษาถึงบทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ เอฟ เอ็ม 95.5 มฮ. ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรก ภายใต้การกำหนดกรอบนโยบายของรัฐ และศึกษาการกำหนดวาระสารในประเด็นการจัดตั้งประชาคมอาเซียนของสถานีวิทยุกระจายเสียง แห่งประเทศไทยคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มฮ. ผู้วิจัยได้ศึกษาจากรายการวิทยุที่นำเสนอข่าวสารด้านอาเซียนของคลื่น 95.5 มฮ. ทั้งหมด 3 รายการ ที่ออกอากาศในช่วงระยะเวลา 2 เดือน (มิถุนายน-กรกฎาคม 2556) โดยสรุป ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาแนวทางการกำหนดวาระสารในประเด็นอาเซียนของผู้ผลิต
2. เพื่อศึกษาเนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอประเด็นอาเซียนของผู้ผลิตรายการที่

ทำการศึกษา

โดยระเบียบวิธีวิจัยที่ใช้เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าว แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารซึ่งเป็นผู้กำหนดนโยบายการบริหารงานด้านอาเซียนของคลื่น 95.5 จำนวน 4 คน และ 2. การวิเคราะห์ตัวบท (Textual Analysis) โดยการศึกษาผ่านรายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียน รายการเพลง และรายการอาเซียนโฟกัส 3 รายการ จำนวนทั้งหมด 15 เรื่อง เพื่อศึกษาถึงเนื้อหาในการกำหนดวาระสารในแต่ละรายการรวมถึงรูปแบบและทิศทางในการนำเสนอข้อมูลด้านอาเซียน

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยแบ่งการสรุปผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

##### 5.1.1 บทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่ 95.5 มฮ.

ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรก

ในช่วงเวลา 3 ปีก่อนการเข้าสู่ภาวะการเป็นประชาคมอาเซียน 2558 นั้น กล่าวได้ว่าสังคมไทยยังไม่เปิดรับและเรียนรู้ถึงความสำคัญของการเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนแม้ว่าจะก่อตั้งมาเป็นระยะเวลากว่า 40 ปี เมื่อปี 2553 ในช่วงที่ประเทศไทยรับตำแหน่งเป็นประธานการจัดการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน “อาเซียนซัมมิท ครั้งที่ 14” นับตั้งแต่นั้นมาสังคมไทยเปิดพื้นที่ให้กับประเด็นข่าวสารและข้อมูลด้านอาเซียนมากขึ้น (Public Agenda) และปัจจัยต่อมา คือ การ

ดำเนินนโยบายต่างประเทศของรัฐบาลในแต่ละยุคให้ความสำคัญกับนโยบายการบริหารงานด้านอาเซียนแตกต่างกัน และจากการรณรงค์ของภาครัฐและเอกชนในด้านอาเซียนในด้านอาเซียนมีมูลค่าสูงถึง 3.5 พันล้านบาท ซึ่งสอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคมไทยในช่วงเวลาดังกล่าว รวมถึงการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ของภาครัฐในส่วนงานวิทยุกระจายเสียงเพื่อจัดตั้งคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย ทำให้ประเด็นที่สาธารณชนให้ความสนใจสูงสุดในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นเรื่อง “อาเซียน”

ในส่วนของกรมประชาสัมพันธ์นั้นได้มีการปรับโครงสร้างและแผนงานให้เป็นองค์กรหลักที่เป็นเลิศด้านการประชาสัมพันธ์และสื่อสารมวลชนแบบมีอาชีพแห่งอาเซียน เพื่อการพัฒนาการรักษาความมั่นคง วัฒนธรรม และภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ ซึ่งอาจหมายถึงการกำหนดวาระสารทางนโยบายหรือ Policy Agenda ด้านอาเซียนตามทฤษฎีการกำหนดวาระสาร ตามแผนยุทธศาสตร์ด้านการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียน การปฏิบัติงานของส่วนงานวิทยุเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในรูปแบบของรายการ สกู๊ปข่าว และสเปด ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ รวมทั้งบุคลากรเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ตามลำดับ นอกจากนี้ ในส่วนของ Media Agenda ซึ่งเป็นเนื้อหาที่ถูกกำหนดโดยสื่อที่พบว่า เนื้อหาที่ถูกนำมาเสนอต่อผู้ฟังเป็นเนื้อหาที่ถูกกำหนดมาจากกรมประชาสัมพันธ์ที่มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลที่ภาครัฐต้องการให้ส่งไปถึงประชาชน ตามหลักการของอาเซียนทั้ง 3 มิติ โดยข่าวสารข้อมูลทั้ง 3 ด้านของการจัดตั้งประชาคมอาเซียนนั้นจะถูกส่งไปยังผู้นำความคิด (Opinion Leader) และส่งต่อไปยังประชาชนที่รับฟังรายการจากสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 95.5 มส. โดยกระบวนการในการส่งต่อข้อมูลดังกล่าวถูกจัดลำดับความสำคัญจากการจัดวาระของสื่อมวลชน (Media Agenda) จากที่กล่าวไปนั้นความเป็นจริงเรื่องอาเซียนมีข้อมูลข่าวสารจำนวนมากทั้งที่เป็นประเด็นสำคัญมาก สำคัญปานกลาง หรือสำคัญน้อย ตามลำดับ ด้วยข้อมูลที่มีอยู่จำนวนมากนั้น จึงเป็นหน้าที่ของผู้ส่งสารหรือสื่อมวลชนในกระบวนการคัดเลือก หรือหีบยกกำหนดวาระข้อมูลข่าวสารว่าจะเลือกหรือไม่เลือกนำประเด็นใดมานำเสนอต่อผู้รับสาร การได้มาซึ่งข้อมูลที่ผ่านการคัดเลือกจะมีระบบการทำงานผ่านหลายส่วนงาน อาทิ ทีมผลิตข่าวรวมถึงการคัดเลือกจากบรรณาธิการบริหาร เมื่อได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนแล้ว ต่อมาผู้ดำเนินรายการที่จะดำเนินการตามขั้นตอนของการวางแผนและเตรียมข้อมูลของฝ่ายผลิตที่จัดเตรียมไว้ จากการสัมภาษณ์ผู้ดำเนินรายการ ซึ่งกล่าวว่ารูปแบบการทำงานของคลื่นต่างจากเดิม มีเนื้อหาข้อมูลความเคลื่อนไหวของการประชาสัมพันธ์ความรู้เรื่องอาเซียนให้กับกลุ่มผู้ฟังตลอดทั้งวัน ทั้งสารคดีต้นชั่วโมง รวมถึงการแทรกเนื้อหาในช่วงการดำเนินรายการเพลงด้วย ถือว่าเป็นจุดขายและมีความท้าทาย รูปแบบการดำเนินรายการไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่เพิ่มเติมเนื้อหาข้อมูลด้านอาเซียนไว้ในการจัดรายการนั่นเอง



เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยคลื่นความถี่ 95.5 มฮ. ในฐานะสถานวิทยุอาเซียแห่งแรกนั้น จะเห็นได้ว่า วิทยุกระจายเสียงเป็นภาพสะท้อนของสังคมโดยทำหน้าที่และบทบาทชี้นำสังคมให้ดำเนินไปด้วยความสงบสุข โดยมีหน้าที่ ดังนี้

- 1) การให้ความกระชับฉับไวในการเสนอข่าวอย่างทันทั่วถึง
- 2) การตรวจสอบสังคม
- 3) การให้ความคิดเห็นและกระตุ้นให้เกิดการแสดงความคิดเห็น
- 4) การเปิดพื้นที่ให้แสดงความคิดเห็นและช่องทางในการร้องทุกข์
- 5) การโน้มน้าวและชักจูงใจ
- 6) การให้ความรู้และการศึกษา
- 7) ช่วงส่งเสริมและรักษาค่านิยมของสังคม
- 8) สร้างกระบวนการขัดเกลาทางสังคม
- 9) การให้ความบันเทิง
- 10) การกำหนดแนวทางการดำเนินชีวิตและรูปแบบทางสังคม

จากบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนในสาขาสื่อวิทยุข้างต้นนั้น อาจกล่าวได้ว่าการนำเสนอข่าวสารและข้อมูลความรู้เรื่องอาเซียที่ถูกบรรจุไว้ในผังรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยกรมประชาสัมพันธ์ ในรายการอาเซียโฟกัส สารคดีต้นชั่วโมงอาเซีย และ รายการเพลง สามารถตอบสนองความพยายามของรัฐในการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียให้สังคมเข้าถึงได้ในระดับหนึ่ง ในส่วนการเปิดพื้นที่ให้ประชาชนมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นต่อมิติต่าง ๆ ในการขับเคลื่อนนโยบาย พบว่า รัฐไม่เปิดพื้นที่ให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลและความคิดเห็นได้อย่างเพียงพอเนื่องจากปัจจัยทางด้านธุรกิจซึ่งบริษัทยูแอนดีไอฯ ในฐานะผู้เช่าเวลาต้องบริหารองค์กรให้เกิดกำไรคู่ขนาดไปกับการดำเนินการตามนโยบายที่อ้างไว้ ดังนั้น ความถี่และจำนวนของเนื้อหาความรู้อาเซียจึงถูกถ่ายทอดออกมาในรูปแบบความรู้ทั่วไปการส่งเสริมการตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียและความรู้สึกของความเป็นพลเมืองอาเซียจึงยังไม่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยพบว่า บทบาทของสื่อมวลชนในส่วนของ การสร้างความบันเทิงให้กับผู้รับสารนั้นเป็นส่วนผลักดันให้คลื่นประสบความสำเร็จในการใช้รูปแบบการจัดรายการ แม้ในความเป็นจริงแล้วคลื่นจะไม่สามารถสร้างความตระหนักรู้ของกลุ่มเยาวชนและผู้ฟังรายการให้มีความรู้ความเข้าใจประเด็นอาเซียตามทิศทางที่รัฐคาดหวังไว้ก็ตาม

### 5.1.2 รูปแบบการนำเสนอประเด็นอาเซีย

จากผลการศึกษาคความสัมพันธ์ของเนื้อหารายการทั้ง 3 รายการ พบว่า การผลิตเนื้อหาของรายการอาเซียโฟกัส รายการสารคดีต้นชั่วโมง และรายการเพลง ก็กับการกำหนดนโยบายด้านอาเซียของประชาคมอาเซียทั้ง 2 เดือน (มิ.ย.- ก.ค. 56) มีการนำเสนอแตกต่างกัน โดย

รายการอาเซียนโฟกัสมีมิติที่นำเสนอด้านการเมืองและความมั่นคงมากที่สุด ขณะที่รายการสารคดีต้นชั่วโมงและรายการเพลงนั้น มีการนำเสนอในมิติด้านเศรษฐกิจและสังคมและวัฒนธรรมมากกว่าตามลำดับ เนื้อหาที่ถูกคัดเลือกมาเป็นข้อมูลในการดำเนินรายการอาเซียนโฟกัสจะเป็นการกำหนดวาระสารเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาค การประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาลโดยเลือกนำเสนอเนื้อหาข่าวเรื่องการเตรียมความพร้อมของภาครัฐ ซึ่งกองบัญชาการตำรวจชายแดนจัดทำโครงการณรงค์ในองค์กรให้เห็นความสำคัญเพื่อเตรียมพร้อมกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี 2558 ขณะที่สารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนและรายการเพลงจะมีเนื้อหาในด้านของการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว และข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรม อาทิ การแต่งกาย ภาษา ศาสนา อาหาร เป็นต้น

โดยสามารถแบ่งประเภทและรายละเอียดของการผลิตรายการ ได้ดังนี้

#### 5.1.2.1 รายการอาเซียนโฟกัส

พบว่า ข้อมูลด้านการส่งเสริมความร่วมมือในภูมิภาคมีการเผยแพร่มากที่สุด จำนวน 6 ข่าว (ครั้ง) ระยะเวลาในการออกอากาศข่าวละ 5 นาที/วัน (07.40-07.45 น.) ในด้านของเนื้อหารายการอาเซียนโฟกัสมุ่งผลิตเนื้อหารายการที่คำนึงถึงประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ฟังรายการ ซึ่งเป็นเยาวชนทั้งชาวไทยและต่างชาติ ขอบเขตเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาล โดยนำข้อมูลได้มาจากแหล่งข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนจากรัฐบาล เว็บไซต์ทางการของสำนักเลขาธิการอาเซียน (<http://asean.org/>) รวมถึงการสัมภาษณ์แหล่งข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเด็นอาเซียน อาทิ ประเด็นสิทธิมนุษยชน การส่งเสริมการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษ ประชาธิปไตยในภูมิภาค common concerns เช่น โรคระบาด การก่อการร้าย ตลอดจนการสร้างความร่วมมือในภูมิภาค โดยมีเนื้อหาอันจะนำไปสู่ความรู้สึกถึงการเป็นประชาชนอาเซียนที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันตามวิสัยทัศน์ของอาเซียน

#### 5.1.2.2 รายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียน

รายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนนั้นจะนำเสนอในทุกช่วงเวลาต้นชั่วโมง หลังจากจบการรายงานข่าวของทางสถานี โดยผู้อ่านสารคดีจะบันทึกเสียงและถ่ายทอดเป็นเวลา 1 นาทีก่อนเข้าช่วงรายการเพลงของทางสถานี ในส่วนของการผลิตเนื้อหาข้อมูลด้านอาเซียนนั้น ผู้ผลิตได้สอดแทรกข้อมูลข่าวสารอาเซียนไว้ในทุก ๆ ต้นชั่วโมงเพื่อให้เกิดความเข้าใจและทำความรู้จักประเทศสมาชิกและเตรียมตัวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนต่อไป

#### 5.1.2.3 รายการเพลง

เนื้อหาและรูปแบบรายการที่บริษัทยูแอนดีไอ คอร์ปอเรชั่น จำกัด ผลิตขึ้นนั้น มุ่งสร้างความบันเทิงและสารประโยชน์ และเน้นเนื้อหาและการสอดแทรกความรู้ที่เป็นประโยชน์และดึงดูดความสนใจของเยาวชนด้วยวิธีการและรูปแบบที่สนุกสนานและมีสีสัน ประกอบ

กับการดำเนินรายการของดีเจเพื่อที่สร้างบรรยากาศในการดำเนินรายการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการส่งเสริม สนับสนุนให้เยาวชนได้รับสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ที่ได้สอดแทรกไปตลอดรายการ เพื่อสร้างทัศนคติ และจิตสำนึกที่ดีให้กับเยาวชนในด้านต่าง ๆ ตามนโยบายที่จะนำเสนอสาระความรู้ที่เป็นประโยชน์ให้ได้ครบถ้วน โดยแบ่งสาระการเรียนรู้ออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่ม A (การส่งเสริมให้ ความสำคัญกับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน) กลุ่ม B (การเผยแพร่ข้อมูลให้เยาวชนตระหนักถึงบทบาท ของประชาคมอาเซียน ตลอดจนกิจกรรมการใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์) และ กลุ่ม C (กิจกรรมนอก สถานที่ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมอาเซียน) ทั้งนี้ รายการเพลงเป็นรายการหลักของทางสถานี ซึ่งในการ ดำเนินรายการของดีเจ หรือ ผู้ดำเนินรายการนั้นจะมีวิธีการพูดคุยและให้ความรู้สลับกับการเปิดเพลง ตามสมัณนิยมเพื่อให้เยาวชนและผู้รับฟังรายการได้รับสาระและความรู้ในเวลาเดียวกัน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยนำแนวคิดเอ็ดดูเทนเมนท์ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินงาน ด้านสาระคู่กับความบันเทิงมาใช้ร่วมด้วย โดยแนวคิดดังกล่าวถือเป็นความพยายามในการยกระดับ คลื่นวิทยุให้เป็นคลื่นที่มีจุดเด่นผสมผสานระหว่างเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับประชาคม อาเซียนและความบันเทิงร่วมกัน โดยที่ผ่านมา ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน อ้างอิง จากผลการสำรวจของเอแบคโพล เรื่องคนไทยรู้จักอาเซียนแค่ไหน มีความเห็นอย่างไร ตื่นเต้น กังวล ใจหรือไม่ กับการเข้าสู่ประชาคม อาเซียน เมื่อวันที่ 10-15 สิงหาคม 2556 นั้น พบว่า คนไทยส่วนใหญ่คนยังมีการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนไม่มากนัก และยังมีความหวาดกลัว ตื่นตระหนก ตื่นเต้นว่า ถ้าเกิดการรวมกลุ่มกันแล้ว จากที่ประเทศไทยเคยอยู่ในประเทศต้น จะตกลงไปในระดับรั้ง ท้ายหรือไม่ และมีความกลัวว่าไทยจะไม่ทันอีก 9 ประเทศ นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสำรวจมีความกังวล ในเรื่องการศึกษา การใช้ภาษาอังกฤษ การคิด วิเคราะห์ การที่จะทำงานร่วมกับประเทศอื่น ๆ อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ผลจากการนำหลักการเอ็ดดูเทนเมนท์มาใช้พบว่า สามารถเป็นกลไกที่เชื่อมกลุ่ม ผลประโยชน์ต่าง ๆ เข้าด้วยกัน อาทิ ผู้กำหนดนโยบาย ซึ่งในที่นี้หมายถึง กรมประชาสัมพันธ์ที่สามารถ ชี้นำและเผยแพร่องค์ความรู้เรื่องประชาคมอาเซียนไปตามยุทธศาสตร์ ขณะที่ กลุ่มผู้ผลิตรายการ ซึ่งเป็นบริษัทร่วมผลิตระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งเป็นผู้ทำหน้าที่ส่งสารที่มีเนื้อหาเป็นสาระ ความรู้ที่มีความเข้าใจยากให้เข้าใจง่ายและเห็นภาพที่ชัดเจนไปยังผู้บริโภค ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคเองก็ ได้รับความสาระ ความเพลิดเพลิน การผ่อนคลายควบคู่กันไป อย่างไรก็ตาม รายการเพลงที่ผลิตขึ้นใน คลื่น 95.5 มช. อาจกล่าวได้ว่าเป็นจุดเริ่มต้นของรัฐไทยในการใช้แนวคิดเอ็ดดูเทนเมนท์มาสร้างกรอบ ความคิดเพื่อให้วัตถุประสงค์ของการเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนของประเทศไทยสามารถ ดำเนินไปได้ตามวิสัยทัศน์อาเซียน

## 5.2 อภิปรายผล

ผู้วิจัยจะขอแบ่งการอภิปรายผลการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. บทบาทของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย คลื่นความถี่ 95.5 มช. ในฐานะสถานีวิทยุอาเซียนแห่งแรกภายใต้การกำหนดกรอบนโยบายของรัฐ

สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย (สวท.) เอฟ เอ็ม 95.5 มช. กรมประชาสัมพันธ์ จัดตั้งคลื่นสารการเรียนรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนเป็นแห่งแรกในประเทศไทย ตามนโยบายการเป็นคณะกรรมการอาเซียนแห่งชาติ ซึ่งกรมประชาสัมพันธ์มีแผนงานด้านการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียนให้ประชาชนทุกระดับและทุกวัยเข้าถึงข้อมูลดังกล่าว โดยได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงาน 2 ด้าน คือ ด้านประชาสัมพันธ์เมืองและความมั่นคงอาเซียนและด้านประชาสัมพันธ์สังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ซึ่งงานในแต่ละด้านมีเป้าหมายมุ่งเน้นให้ส่งเสริมการเป็นประชาคมที่มีกฎเกณฑ์และบรรทัดฐานและค่านิยมร่วมกันทางการเมือง ตลอดจนส่งเสริมความรู้สึกของความเป็นเอกภาพร่วมกันในภูมิภาค ทั้งนี้ ในส่วนของการปฏิบัติงานนั้น สวท. เอฟเอ็ม 95.5 มช. พยายามทำหน้าที่ในการแจ้งข่าวสารและผลิตข้อมูลความรู้ในงานด้านอาเซียนผ่านการจัดรายการวิทยุทั้ง 3 รายการ (อาเซียนโฟกัส สารคดีต้นชั่วโมงอาเซียน และรายการเพลง) ซึ่งตามแนวคิดเรื่องวิทยุกระจายเสียงและการจัดรายการวิทยุที่ระบุว่า สื่อวิทยุเป็นส่วนสำคัญต่อการให้การศึกษาแก่ประชาชน ทั้งยังช่วยส่งเสริมความร่วมมือและประสานงานภาครัฐในประเด็นต่าง ๆ นอกจากนี้ รูปแบบวิทยุกระจายเสียงยังสามารถคัดกรองและกำหนดรูปแบบรายการที่ช่วยเสนอแนะแนวทางและความรู้และความบันเทิงให้กับสังคมอีกด้วย

จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอข่าวประเด็นอาเซียนนั้น มีลักษณะการบริหารโดยใช้วิธีการกำหนดนโยบายเชิงโครงสร้างและสั่งการต่อผู้ปฏิบัติในระดับปฏิบัติการตามอำนาจขององค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ อรุณช เลิศจรยารักษ์ (2520) ศึกษาการวิเคราะห์เปรียบเทียบเนื้อหาของข่าวสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 3 สถานี ผลการศึกษาพบว่า สวท. ให้เวลากับข่าวสารของรัฐมากที่สุด สถานีวิทยุศึกษาให้เวลากับข่าวพัฒนามากที่สุด ส่วนสถานีวิทยุ ททท. ให้เวลากับข่าวรัฐบาลและการพัฒนาในปริมาณเท่า ๆ กัน ซึ่งการนำเสนอของ สวท. เอฟเอ็ม 95.5 มช. นำเสนอข่าวสารข้อมูลเกี่ยวข้องกับการบริหารงานด้านอาเซียนมากที่สุด นอกจากนี้ งานศึกษาดังกล่าว ยังสอดคล้องกับงานศึกษาของ อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์ และ จุมพล รอดคำดี (2525) ศึกษาเรื่อง Radio Programing in Thailand: A Study of Four Radio Stations ผลการศึกษาพบว่า องค์กรประกอบที่จำเป็นที่สุดที่จะผลิตรายการวิทยุกระจายเสียงให้ดีคือ ผู้ผลิตรายการ และส่วนของเนื้อหาที่ถูกนำเสนอเป็นข่าวและข้อมูลที่เป็นกระบอกเสียงให้รัฐบาล

อย่างไรก็ตาม ภาพรวมของ สวท. เอฟ เอ็ม 95.5 มส. นั้น เป็นการผลิตรายการ เพื่อให้ความบันเทิงมากกว่าสาระความรู้ จึงกล่าวได้ว่า ข้อค้นพบดังกล่าวจึงมีความน่าสนใจถึงประเด็นอาเซียนใน 3 มิติที่ถูกกำหนดขึ้น โดยประเด็นดังกล่าวนั้นค่อนข้างจะเป็นเนื้อหาในรูปแบบข่าวหนัก (Hard News) เป็นเรื่องราวที่เข้าใจค่อนข้างยาก ต้องอาศัยความคิด ความรู้ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ แรงงาน ต่างประเทศ ถูกถ่ายทอดและย่อยข้อมูลความรู้ให้เป็นข่าวเบา (Soft News) ด้วยวิธีการการนำเสนอด้วยแนวคิดสาระบันเทิง สามารถสื่อสารให้ผู้รับสารเกิดความเข้าใจต่อบทบาทของประชาคมอาเซียนและประเทศไทยได้อย่างไร

สำหรับแนวทางการดำเนินการจัดตั้งสถานีวิทยุอาเซียนเพื่อเยาวชนไทยนั้น กรมประชาสัมพันธ์ ได้มอบแนวทางการปฏิบัติงานให้กับ 2 หน่วยงานรับผิดชอบ คือ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย และบริษัท ยูแอนด์ไอเอฯ ส่งผลโดยมีแนวทางการปฏิบัติงานเป็นการผลิตภาพรวมของนโยบายขับเคลื่อนคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทย 95.5 มส. ให้มีสถานภาพเป็นคลื่นสาระการเรียนรู้ตามคำสั่งของ กสทช. ซึ่งมีแนวทางเดิมเป็นคลื่นเพลงไทยที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศ ด้วยคำสั่งดังกล่าวจึงทำให้ สวท. จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนและพัฒนาเนื้อหาเชิงสาระให้เป็นประโยชน์ต่อกลุ่มผู้ฟังรูปแบบการนำเสนอรายการในปัจจุบันแตกต่างกับอดีต ทั้งนี้ จากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ควบคุมนโยบายจากภาครัฐระบุว่าบุคลากรภายในของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยยังไม่สามารถผลิตรายการได้ดีเทียบเท่ากับเอกชน รวมถึงประเด็นเรื่อง coverage area ของสื่อวิทยุที่เป็นอุปสรรคตามรูปแบบของสื่อเก่า ทางด้านของเนื้อหาที่ผลิตโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย รายการอาเซียนโฟกัสแม้จะเป็นรายการที่สามารถตอบสนองเป้าหมายของนโยบายการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนได้ตรงตามที่คาดหวังในด้านของการให้การประชาสัมพันธ์และให้ความรู้แก่ผู้รับสารตามบทบาทหน้าที่ของสื่อ แต่ยังไม่สามารถตอบสนองการทำงานในฐานะเป็นผู้ชี้้นำกลั่นกรองข่าวสาร ที่มีความเหมาะสมในประเด็นอาเซียนที่ได้โดยตรงประเด็น นอกจากนี้ รายการสารคดีต้นชั่วโมง และรายการเพลง ซึ่งผลิตโดยบริษัทยูแอนด์ไอเอฯ นำเสนอเนื้อหาและข้อมูลข่าวสารในรายการออกมาในลักษณะการให้คำแนะนำและการให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับประเทศสมาชิกและประชาคมอาเซียนเพียงเท่านั้น ซึ่งในที่นี่อาจกล่าวได้ว่าเป็นการสื่อสารเพื่อให้ความรู้แต่ไม่สอดคล้องตามวิสัยทัศน์และพันธกิจของกรมประชาสัมพันธ์และสำนักเลขาธิการอาเซียนตามทีระบุไว้

## 2. เนื้อหาและรูปแบบการนำเสนอข่าวประเด็นอาเซียนของคลื่น 95.5 มส.

จากการศึกษาพบว่า การนำเสนอข่าวประเด็นอาเซียนนั้นมีรูปแบบการดำเนินรายการและการนำเสนอแบบผสมผสาน โดยใช้แนวคิดเอ็ดดูเทนเมนต์ ซึ่งพบว่า แนวคิดดังกล่าวสามารถช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ของเยาวชนในการผลักดันความรู้และความเข้าใจการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของประชาคมอาเซียนอีกช่องทางหนึ่ง นับเป็นความพยายามในการยกระดับคลื่นวิทยุให้เป็นคลื่นที่มีจุดเด่นผสมผสานระหว่างเนื้อหาสาระเกี่ยวกับความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนและความบันเทิง

ร่วมกัน หลักการทำงานของแนวคิดเอ็ดดูเทนเมนต์มีบทบาทสำคัญที่ช่วยสนับสนุนให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และสร้างการรับรู้ รวมถึงเพื่อเตรียมความพร้อมให้ประชาชนไม่หวาดกลัวกับการก้าวเข้าสู่การเปิดประชาคมอาเซียน และสามารถรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นได้ การศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับการศึกษาของปารีชาติ สถาปิตานนท์ สโรบล (2543) อธิบายแนวคิดเอ็ดดูเทนเมนต์ในหนังสือเรื่อง มองสื่อใหม่ มองสังคมใหม่ ว่า การนำเสนอเนื้อหาในรายการประเภทสารคดีบันเทิง จะอิงหลักการนำเสนอเนื้อหาจากรูปแบบรายการบันเทิงแต่แทนที่เนื้อหารายการบันเทิงด้วยสาระความรู้ ซึ่งถือเป็นกลไกในการทำหน้าที่เป็นการเชื่อมประสานผลประโยชน์ของฝ่ายต่าง ๆ เข้าด้วยกันด้วยวิธีการบันเทิง นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานศึกษาของประยุทธ์ วรรณอุดม และ มงคล คำดวง (2547) ศึกษา “ศักยภาพและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบสารคดีบันเทิงของหมอลำ” พบว่า หมอลำเป็นสื่อพื้นบ้านที่มี “ศักยภาพ” และเป็น “กลยุทธ์สื่อสาร” ที่มีรูปแบบเฉพาะตัวและสามารถถ่ายทอดความรู้ข่าวสารซึ่งเป็น ข้อความมาผสมกับความบันเทิงจึงกลายเป็นแนวคิดสารคดีบันเทิงอันจะนำไปสู่การพัฒนาอย่างได้ผล รวมถึงการสร้างสรรครูปแบบเนื้อหาสาระที่จะส่งต่อไปถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยแบ่งประเภทรายการตามการศึกษา ดังนี้

1. รายการอาเซียนโฟกัส และรายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนจะมีลักษณะเป็นรายการข่าวและเหตุการณ์ปัจจุบัน (News and Current Affairs)
2. รายการสารคดีต้นชั่วโมง มีลักษณะเป็นรายการประเภทสารคดี (Documentary Program of Feature Program)
3. รายการเพลง มีลักษณะเป็นรายการเพลงที่มุ่งให้ความบันเทิงเป็นหลัก การจัดรายการเพลงพร้อมกับสอดแทรกเนื้อหาความรู้เรื่องอาเซียนใน 3 นาทีให้กับผู้ฟังตลอดชั่วโมง (Music Program)

จากการศึกษา “การกำหนดวาระสารคดีจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิรตซ์” ผู้วิจัยพบว่า การจัดตั้งประเด็นอาเซียนถูกบังคับให้สื่อสารออกมาในสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ภายใต้บริบทที่ว่า มีผู้ส่งสาร 2 กลุ่ม คือ สวท. และ บริษัทยูแอนดีไอเอ โดย ประเด็นอาเซียนจะถูกสื่อสารออกไปผ่าน 3 รายการ (อาเซียนโฟกัส สารคดีต้นชั่วโมงอาเซียน และรายการเพลง) สามารถส่งผ่านเนื้อหาได้ในรูปแบบที่แตกต่างกัน เช่น เมื่อกล่าวถึงมิติด้านการเมืองและความมั่นคง จะถูกนำมาบรรจุไว้ในรายการอาเซียนโฟกัส และถ่ายทอดออกไปในลักษณะข่าวสาร ข้อมูลการพบปะและความร่วมมือของรัฐบาล มิติด้านเศรษฐกิจจะถูกนำมาบรรจุผ่านรายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียน โดยจะนำเสนอข้อมูลทั่วไปของการค้าขายและการลงทุนในประเทศสมาชิกอาเซียน และมิติด้านสังคมวัฒนธรรมจะนำเสนอผ่านรายการเพลง เช่นการแนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว และพื้นที่ทางประวัติศาสตร์ของแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้ เนื้อหาของรายการจะนำเสนอข้อมูลเชิงพื้นฐาน เพื่อให้ความรู้ และไม่แสดงความคิดเห็นเชิงวิเคราะห์วิพากษ์ต่อเนื้อหาในเชิงลึก

วิธีการเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนของผู้ผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 95.5 มส. โดย สวท. ที่ผลิตรายการอาเซียนโฟกัส ระบุว่าการรวบรวมเนื้อหาเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการผลิตรายการอาเซียนโฟกัสมีหลายช่องทาง อาทิ การสัมภาษณ์แหล่งข่าวโดยตรง รวมถึงการเข้าร่วมงานที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาล จึงทำให้ได้รับข้อมูลทั้งจากเอกสารและการสัมภาษณ์เพื่อนำมาตัดต่อให้อยู่ในรายการได้จำนวนหลายรูปแบบ ทั้งอีเมลขอข้อมูลจากสำนักเลขาธิการอาเซียน การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านอาเซียนและประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การจัดกิจกรรมของกลุ่มนักศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความรู้ด้านอาเซียน การสัมภาษณ์นักธุรกิจ กลุ่มเอ็นจีโอ ความร่วมมือด้านธุรกิจ การเมือง และความมั่นคง ฯลฯ โดยข้อมูลทางตรงจากแหล่งข่าวช่วยให้การนำข้อมูลมาเผยแพร่ในรายการมีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง นอกจากนี้ พบว่าข้อมูลที่สืบค้นมานั้นมีข้อพิจารณาว่าเนื้อหาที่ถูกบรรจุลงในเว็บไซต์ทางการนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นเนื้อหาที่กล่าวถึงความร่วมมือในการพัฒนางานที่เกี่ยวข้องกับงานด้านอาเซียน มากกว่าการแสดงความคิดเห็นหรือการวิจารณ์ผลงานที่เกิดขึ้นของรัฐ ซึ่งอาจเป็นจุดอ่อนที่ทำให้ตัดสินใจว่าวิธีการดำเนินการดังกล่าวเหมาะสมกับประเทศไทยหรือไม่ ขณะที่ บริษัทยูแอนดีไอฯ ที่ทำการผลิตรายการสารคดีต้นชั่วโมง และ รายการเพลง พบว่า รวบรวมข้อมูลจากเว็บไซต์ หนังสือความรู้ทั่วไปและสถานที่ท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับ โดยเป็นชุดข้อมูลเดียวกันและนำมาปรับเปลี่ยนวิธีการเล่าเนื้อหานั้นใหม่ เพราะแต่ละเดือนจะแบ่งหมวดความรู้ ได้แก่ หมวดทั่วไป หมวดการแต่งการ หมวดอาหาร หมวดการท่องเที่ยว หมวดภาษา หมวดวัฒนธรรม และหมวดบันเทิง โดยมีรูปแบบการนำเสนอและระดับภาษาแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น ถ้าเป็นเนื้อหาของประเทศเพื่อนบ้าน อาจแนะนำเสนอเรื่องท่องเที่ยว ข้อควรปฏิบัติระหว่างใช้ชีวิตอยู่ที่ประเทศนั้น ๆ ทั้งนี้ ความท้าทายของการสื่อสารข้อความและข้อมูลด้านอาเซียนกับผู้ฟังคือ การปลูกฝังและให้ความรู้พื้นฐานให้ถูกต้องและปราศจากอคติให้มากที่สุด รวมถึงการจัดกิจกรรมร่วมสนุกระหว่างจัดรายการโดยให้ตอบคำถามจากข้อมูลที่กล่าวไปแล้วในสารคดีต้นชั่วโมง หรือในช่วงรายการเพลงเป็นต้น ซึ่งถือว่าเราบรรลุวัตถุประสงค์ในการทำคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทยอีกชั้นหนึ่ง การสนับสนุนข้อมูลที่ไม่แสวงหากำไรที่เกี่ยวข้องกับด้านอาเซียน เช่น กิจกรรมประชาสัมพันธ์โครงการภาพยนตร์ในภูมิภาคเทศกาลเพลงอาเซียน ที่จัดขึ้นโดยกลุ่มนักศึกษาก็ถูกนำมาเสนอในช่วงรายการเพลงเพื่อประชาสัมพันธ์เช่นกัน ซึ่งสะท้อนว่าคลื่น 95.5 พยายามสร้างความรู้ให้คนไทยมีความรู้เรื่องอาเซียนให้ได้มากที่สุด

ความท้าทายต่อการดำเนินงานของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟเอ็ม ความถี่ 95.5 มส. กรมประชาสัมพันธ์ เมื่อวิเคราะห์ผ่านการผลิตรายการอาเซียนโฟกัส รายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียน แล รายการเพลง แล้ว พบว่า ความท้าทายในการดำเนินงาน คือ การผลิตรายการที่ไม่สอดคล้องกับภารกิจขององค์กร กล่าวคือ เมื่อประเด็นอาเซียนกลายเป็นประเด็นเชิงนโยบายที่ถูกบรรจุให้กลายเป็นเครื่องมือในการสร้างความตระหนักรู้ให้กับกลุ่มมวลชน (ภายใต้บริบทที่ว่าผู้มีผู้ส่งสาร

2 กลุ่ม) ประเด็นอาเซียนจะถูกสื่อสารออกไปในรูปแบบที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น การนำเสนอข้อมูลข่าวสารเรื่องการเมืองและความมั่นคง หากเป็นรายการอาเซียนโฟกัสจะถูกนำเสนอด้วยการรายงานข่าวความร่วมมือของรัฐกับประเทศสมาชิกอาเซียน ขณะที่ รายการสารคดีต้นชั่วโมงและรายการเพลงจะเสนอประวัติศาสตร์ของประเทศสมาชิกและประชาคมอาเซียน ต่อมา ด้านเศรษฐกิจ รายการอาเซียนโฟกัสนำเสนอข่าวสารและการลงทุนในเขตเศรษฐกิจพิเศษและข้อตกลงร่วมในการค้าและบริการ ในขณะที่รายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนและรายการเพลงนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวและข้อมูลพื้นฐานด้านเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกและประชาคมอาเซียน ประเด็นสุดท้าย คือ ด้านสังคมและวัฒนธรรม รายการอาเซียนโฟกัสนำเสนอการแก้ไขปัญหาของชนกลุ่มน้อยและประเด็นสิทธิมนุษยชน ขณะที่รายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนและรายการเพลงนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมตลอดจนมิติทางด้านวัฒนธรรมในด้านอื่น ๆ อาทิ ภาษา ศาสนา การแต่งกาย เป็นต้น ผู้วิจัยตั้งข้อสังเกตว่าเนื้อหาอาเซียนและการทำความเข้าใจเรื่องอาเซียนมีข้อมูลจำนวนมากในระดับนโยบาย เมื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาย่อลงในการทำรายการวิทยุพบว่าสามารถนำข้อมูลสาระความรู้มาใช้ได้เพียงบางส่วน ทั้งนี้ วิธีการดังกล่าวอาจเป็นจุดเริ่มต้นของภาครัฐที่ต้องการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับประเด็นอาเซียน เพื่อนำไปสู่การสร้างความร่วมมือและเรียนรู้ที่จะเป็นประชาคมที่เข้มแข็งในอนาคต ซึ่งข้อมูลส่วนนี้อาจเป็นข้อเสนอแนะต่อไปในอนาคตถึงประเด็นอาเซียนในระดับต่อไป ภายหลังจากประชาชนมีความรู้และความเข้าใจประเด็นอาเซียนในระดับหนึ่งแล้วตามที่รัฐต้องการ นอกจากนี้ บทบาทการเป็นสื่อภาครัฐของคลื่น เอฟเอ็ม 95.5 มส. ยังไม่สามารถตอบโจทย์การประชาสัมพันธ์ด้านอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพเนื่องด้วยวิธีการในการบริหารจัดการในองค์กรที่มีได้ติดตามควบคุม วางแผนและประเมินผลขั้นตอนการทำงานตามแนวทางการบริหารองค์กร นำมาซึ่งการขาดความเข้าใจและแก้ไขข้อบกพร่องในการพัฒนาในคลื่น 95.5 มส. ได้เป็นเครื่องมือในการกระจายความรู้และเป็นกระบอกเสียง และส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องอาเซียนในสัดส่วนที่มากกว่าปัจจุบัน ทั้งนี้ ผู้วิจัยพบว่า ตัวแปรที่สำคัญของการบริหารคลื่น 95.5 มส. คือ ตัวแปรในด้านธุรกิจซึ่งกระบวนการบริหารจัดการในองค์กรควรต้องได้รับการประเมินและกำกับควบคุมเพื่อให้องค์กรสามารถเติบโตและบรรลุวัตถุประสงค์ของการบริหารงานประชาสัมพันธ์องค์กรสื่อภาครัฐโดยมีภาคเอกชนเป็นผู้ขับเคลื่อนได้ต่อไป

ทั้งนี้ หากอธิบายตามโครงสร้างการดำเนินงานของสถาบันสื่อมวลชน ตามแนวคิดของ McQuail (1994) อาจกล่าวว่า สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟเอ็ม 95.5 มส. ทั้งรัฐและเอกชนซึ่งเป็นผู้ผลิตและเป็นสถาบันสื่อมวลชนมีหน้าที่หลักคือ การผลิต (Production) การผลิตชิ้นใหม่ (Reproduction) และการเผยแพร่ (Distribution) ข่าวสารและความรู้ในประเด็นอาเซียน ไปสู่ประชาชนทั่วไปในฐานะผู้รับสาร องค์กรสื่อมวลชน จึงอยู่ท่ามกลางแรงผลักดัน ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจขององค์กร ด้วยเหตุนี้ การปฏิบัติงานขององค์กรผู้ผลิต



สวท. จึงต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ ทางสังคม ตลอดจนบริษัทร่วมผลิตซึ่งอาจจะเป็นแรงกดดันต่อภาระหน้าที่และเป็นการสร้างบรรทัดฐานชุดความรู้ประเด็นอาเซียนให้ต้องรับผิดชอบต่อสังคม นอกจากนี้ การดำเนินงานบริหารองค์กรสื่อสารมวลชนในบริบทของ คลื่น 95.5 มส. ตามที่เกิดขึ้นนั้นพบว่า ต่างเกิดการต่อรองกันในระดับปฏิบัติงาน โดย บริษัทยูแอนดีโอ ซึ่งถูกควบคุมจาก สวท. ให้ผลิตเนื้อหาที่มุ่งนำเสนอประเด็นอาเซียนแต่ภายในกระบวนการผลิตนั้นเกิดรูปแบบการนำเสนอในทิศทางที่บริษัทยูแอนดีโอฯ เป็นผู้เห็นสมควรว่าจะสามารถขับเคลื่อนและพัฒนารายการให้ได้รับความนิยมตามแนวทางคลื่นวิทยุเพื่อเยาวชน ซึ่งรูปแบบการปฏิบัติงานของ สวท. และยูแอนดีโอฯ อาจจะไม่สามารถตอบสนองผลการปฏิบัติงานเชิงนโยบายได้ตามที่รัฐคาดหวังเนื่องจากเกิดการต่อรองในการปฏิบัติ อย่างไรก็ตาม งานศึกษาดังกล่าว สอดคล้องกับ Msolla (1995) เรื่อง การประเมินการใช้ทักษะการบริหารงานและความรู้ของครู-ผู้บริหารในวิทยาลัยแทนซาเนีย พบว่า ปัญหาในการปฏิบัติภาระงานทั้งหมดเฉลี่ยแล้วอยู่ในขั้นต่ำขาดการวางแผนและพัฒนาโครงสร้างที่ดี นอกจากนี้ ในประเด็นเรื่องการจัดสรรงบประมาณ สอดคล้องกับ สุทธิชัย บุญนาค (2543) ศึกษาเรื่อง การบริหารและการจัดรายการวิทยุ อ.ส.ม.ท. เพื่อชุมชน พบว่า ปัญหาและอุปสรรคของการบริหารคลื่นคือ การขาดแคลนงบประมาณและนักจัดรายการที่มีความรู้ความเข้าใจในแนวทางของชุมชน

ตามที่กล่าวมานี้ ชี้ให้เห็นถึงการปรับตัวและการบริหารองค์กรของรัฐและเอกชนในระดับหนึ่งซึ่งมุ่งจะผลิตงานให้ได้รับความนิยมและสามารถตอบโจทย์การเผยแพร่ความรู้เรื่องอาเซียนของรัฐบาลแก่ประชาชนได้ โดยในส่วนของระดับปฏิบัติการนั้น พบว่า วิธีดำเนินการผลิตแยกออกเป็นสองส่วนคือ ในส่วนของ สวท. และส่วนของบริษัทยูแอนดีโอฯ โดยส่วนแรกนั้น สวท. ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการอาเซียนโฟกัสการเลือกใช้ข้อมูลข่าวสารด้านอาเซียนของผู้ผลิตรายการของสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 95.5 มส. นั้น เลือกเนื้อหาข้อมูลมาจากเว็บไซต์ทางการของรัฐบาล เว็บไซต์การเข้าร่วมงานสัมมนาวิชาการของภาครัฐและภาคเอกชน รวมถึงค้นหาจากบทความ ที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับการบริหารงานด้านอาเซียน เป็นต้น และนำเสนอด้วยรูปแบบการรายงานข่าวซึ่งมีลักษณะเป็นการอภิปรายผลงานของรัฐบาล ขณะที่ บริษัทยูแอนดีโอฯ ค้นหาข้อมูลเรื่องอาเซียนจากหนังสือความรู้ทั่วไปและสถานที่ท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จัก อาทิ บาหลิ อังกอร์วัต เป็นต้น หมวดความรู้ ได้แก่ หมวดทั่วไป หมวดการแต่งการ หมวดอาหาร หมวดการท่องเที่ยว หมวดภาษา หมวดวัฒนธรรม และหมวดบันเทิง โดยมีรูปแบบการนำเสนอและระดับภาษาแตกต่างกัน

จึงอาจกล่าวได้ว่า รายการทั้ง 3 แม้จะถูกจัดทำขึ้นภายใต้เงื่อนไขเดียวและภารกิจเดียวกันคือ มุ่งส่งเสริมให้ความรู้เรื่องประชาคมอาเซียนแก่กลุ่มเยาวชนผู้รับฟังรายการ แต่เมื่อมีผู้ส่งสาร Agenda Setter 2 ฝ่าย จึงทำให้ข้อมูลที่ถูกเผยแพร่ออกมาแตกต่างกัน เช่นในกรณีของ สวท. จะเป็นเนื้อหาที่เน้นการประชาสัมพันธ์และให้ความรู้เรื่องการทำงานของรัฐบาลในประเด็นด้านอาเซียน

ขณะที่บริษัทยูแอนดีโอฯ จะเน้นทำความเข้าใจด้วยการสอดแทรกความรู้ทั่วไปควบคู่กับการความบันเทิงจากการดำเนินรายการ อย่างไรก็ตาม วิธีการทำงานของผู้ส่งสารทั้งสอง สวท. และยูแอนดีโอฯ นั้น แม้ว่าจะมีการกิจเดียวกันแต่เมื่อผู้คัดเลือกประเด็นหรือข้อมูลแตกต่างกันก็จะทำให้เนื้อหาของรายการแสดงผลออกมาแตกต่างกัน เช่นในกรณีของ สวท. มุ่งนำเสนอข้อมูลเนื้อหาข่าวสารการประชาสัมพันธ์งานของรัฐในประเด็นอาเซียน อาทิ การแก้ไขปัญหาแรงงานผิดกฎหมาย การพัฒนาความร่วมมือด้านการทหาร ฯลฯ และ ยูแอนดีโอฯ เสนอข้อมูลเรื่องสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ข้อห้ามและข้อควรปฏิบัติขณะท่องเที่ยวในประเทศสมาชิกอาเซียน ฯลฯ ทั้งนี้ ในฐานะที่ผู้ส่งสารมีบทบาทและจุดยืนแตกต่างกันก็จะส่งผลให้เนื้อหาที่นำเสนอมีความแตกต่างกันทั้งในส่วนของประเด็นและรูปแบบการนำเสนอรายการ นั่นเอง

ข้อค้นพบจากการสัมภาษณ์ ประการต่อมาคือ ความท้าทายของการสื่อสารข้อความและข้อมูลด้านอาเซียนกับผู้ฟังคือ การปลูกฝังและให้ความรู้พื้นฐานให้ถูกต้องและปราศจากอคติให้มากที่สุด งานวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจัดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลื่น เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 มช.” สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผกาพรรณ หะรังสี (2549) เรื่อง การกำหนดวาระสารในชุมชนออนไลน์ [www.pantip.com](http://www.pantip.com): กรณีศึกษาโต๊ะเถลิ้มไทยและโต๊ะราช ซึ่งพบว่า การกำหนดประเด็นให้กับสื่อมวลชนและสังคมนั้น เว็บไซต์เป็นสื่อที่สามารถเปิดประเด็นและสร้างกระแสต่าง ๆ ให้กับสังคมไทย เช่นเดียวกับสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย ความถี่ เอฟเอ็ม 95.5 มช. ซึ่งเป็นสื่อสารมวลชนที่สามารถกำหนดวาระสารให้กับสังคม อาทิ กรณีการกำหนดทิศทางและประเด็นอาเซียนในประเทศไทย นอกจากนี้ งานวิจัยของ สรัญญา ยุทธสารประสิทธิ์ (2542) เรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบกระบวนการคัดเลือกและจัดลำดับความสำคัญของข่าวโทรทัศน์ภาคค่ำของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และสถานีโทรทัศน์ไอทีวี สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ในประเด็น การคัดเลือกข่าวเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในรายการซึ่งขึ้นอยู่กับหัวหน้าฝ่ายข่าวเป็นผู้พิจารณาความเหมาะสมของข่าว ก่อนที่จะนำเสนอ ส่วนการจัดลำดับความสำคัญของข่าวจะต้องมีความสอดคล้องกับนโยบายของการผลิตข่าว โดยรูปแบบการกำหนดวาระสารในส่วนของ สวท. ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการอาเซียนโฟกัสจะมีวิธีการทำงานในรูปแบบงานราชการ และผลิตเนื้อหาตามแผนงานที่กำหนดไว้เช่นเดียวกับรูปแบบการทำงานของสถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 ขณะที่บริษัทยูแอนดีโอฯ ซึ่งเป็นผู้ผลิตรายการสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนและรายการเพลงจะมีรูปแบบการกำหนดวาระสารคล้ายกับสถานีโทรทัศน์ไอทีวีซึ่งมีการทำงานในระบบเอกชนโดยนโยบายในการคัดเลือกข่าวเป็นการพิจารณาร่วมกันจากฝ่ายผลิตของบริษัทโดยข้อมูลที่ได้มาจะไม่ตรงตามวัตถุประสงค์หรือแนวทางที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน

การนำเสนอรายการวิทยุของทั้ง 3 รายการสามารถอธิบายถึงเนื้อหาของรายการอาเซียนโฟกัสซึ่งผลิตโดยสถานีวิทยุกระจายเสียงของราชการให้มีความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์งานของ

รัฐบาลและครอบครัวเนื้อหาทุกมิติ แตกต่างกับรายการสารคดีต้นชั่วโมง และรายการเพลงซึ่งนำเสนอข้อมูลข่าวสารในประเด็นเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการดำเนินชีวิตประจำวันเท่านั้น ทั้งนี้ รายการอาเซียนไฟกัสมิการบริหารแบบราชการ ต้องนำเสนอข่าวที่มีความเป็นราชการสูง และต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะตามมาจากเนื้อหาที่นำเสนอต่างจากรายการสารคดีต้นชั่วโมงและรายการเพลงที่มีการบริหารงานแบบเอกชน จึงมุ่งเน้นการเสนอข่าวที่มีสีสันและกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มผู้ฟังมากกว่า

ในการประชาสัมพันธ์งานและความสำคัญของการเข้าร่วมเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนของรัฐบาลและประเทศไทยนั้น การจัดทำรายการวิทยุซึ่งส่งเสริมการเรียนรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง และสร้างความตระหนักรู้เรื่องอาเซียนถือเป็นพันธกิจสำคัญอย่างยิ่งของกรมประชาสัมพันธ์ในฐานะผู้ดูแลการประสานงานด้านอาเซียนในประเทศ คลื่น 95.5 มส. ที่ถูกจัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารและผลงานด้านอาเซียนของรัฐบาลให้กับประชาชนรับรู้นั้น จึงใช้กระบวนการจัดทำรายการในลักษณะสารคดีวิทยุและสารระบับเท็งให้ตอบสนองกลยุทธ์ในการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ แนวคิดเอ็ดดูเทนเมนท์ ทำหน้าที่ในการแปลงสารเกี่ยวกับสาระความรู้ ข้อคิด ที่มีความซับซ้อนไม่น่าสนใจให้เป็นเนื้อหาที่เข้าใจง่าย เห็นภาพชัดเจน และน่าสนใจ ในขณะเดียวกันก็นำเสนอความรู้ในรูปแบบของความบันเทิงสู่กลุ่มผู้ฟังที่เป็นเยาวชนตามที่ตั้งวัตถุประสงค์ของการจัดตั้งคลื่นไว้ เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดรูปแบบรายการให้อยู่ในลักษณะเพลงกับสาระอาเซียน สอดคล้องกับการศึกษาของ Wilby and Controy ( 1994, p. 49) ที่กล่าวว่า “Speech radio appeal to older listeners. Music radio, on the other hand, can appeal to all age group” ข้อสรุปดังกล่าว จึงอธิบายได้ว่าคลื่น 95.5 มส. จะมีวิธีการบริหารคลื่นให้เป็นคลื่นสาระความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนไทยได้อย่างน่าสนใจและสามารถดึงดูดกลุ่มผู้ฟังที่เป็นวัยเรียนและวัยทำงานตามนโยบายของคลื่นที่กำหนดไว้ได้ และในส่วนของรายการเพลงนั้นสะท้อนว่าเป็นจุดเริ่มต้นของความพยายามของรัฐบาลไทยในการใช้แนวคิดเอ็ดดูเทนเมนท์มาเป็นช่องทางที่เหมาะสมอีกด้วย

การใช้แนวคิดเอ็ดดูเทนเมนท์มาอธิบายกลไกของรูปแบบการดำเนินรายการของคลื่น 95.5 มส. ในรายการเพลงอาเซียน ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Everett M. Rogers ที่กล่าวว่า และสามารถก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมรวมถึงการรับรู้เกี่ยวกับอาเซียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้จะมีการเข้าร่วมเป็นสมาชิก 5 ประเทศผู้ก่อตั้งประชาคมอาเซียนตั้งแต่ พ.ศ. 2510 แล้วก็ตาม นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฐมพงษ์ พุ่มพฤษ (2554) เรื่อง “กลยุทธ์การบริหาร ธุรกิจ สื่อการศึกษาเชิงหรรษา (Edutainment) ในมหาวิทยาลัย : กรณีศึกษา บริษัท บิลด์ มีเดีย จำกัด” ผลการศึกษา การจัดผังรายการที่หลากหลายและน่าสนใจ โดยจัดประเภทของรายการ ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ รายการข่าว รายการสื่อการศึกษาเชิงหรรษา (Edutainment) รายการเพลง และรายการของมหาวิทยาลัย และเป็นกลยุทธ์ในการจัดผังรายการที่มีเนื้อหาและรูปแบบในการนำเสนอ

ให้สอดคล้องกับเวลาและพฤติกรรมของนักศึกษา เช่น การจัดให้มีรายการเพลงเพื่อความเพลิดเพลิน ในช่วงพักกลางวันให้นักศึกษาได้รับชมระหว่างรับประทานอาหาร ซึ่งในวิธีการจัดรายการและรูปแบบในการใช้แนวคิดสาระบันเทิงดังกล่าวสามารถช่วยให้เกิดการรับรู้ถึงประเด็นต่าง ๆ ที่ต้องการสื่อสารกับกลุ่มผู้รับสารตามที่รายการเพลงในคลื่น 95.5 มส. นำมาใช้ในการผลิตรายการเพื่อแทรกสาระและความรู้อาเซียนเพื่อเยาวชนในขณะรับฟังรายการนั่นเอง ทั้งนี้ งานวิจัยของประยุทธ วรรณอุดม และ มงคล คำดวง (2547) เรื่อง “ศักยภาพและกลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบสาระบันเทิงของหมอลำ” ซึ่งพบว่า หมอลำเป็นสื่อพื้นบ้านที่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบเนื้อหาและสาระความรู้ และขนบธรรมเนียมประเพณีและข้อความที่ผู้นำชุมชนและการสร้างความตระหนักรู้ถึงการอนุรักษ์สืบสานศิลปวัฒนธรรมของชาวอีสานให้ได้รับการยอมรับต่อไป สอดคล้องกับวิถีคิดของการใช้แนวคิดเอ็ดดูเทนเมนท์ในการประสานงานและสื่อสารกับผู้ฟังรายการตามที่กล่าวไว้ข้างต้น ซึ่งการมีความรู้ทั่วไปและรับรู้ข่าวสารความเคลื่อนไหวของประเทศสมาชิกอาเซียนจะสามารถช่วยทำให้ผู้ฟังสามารถติดตามและเข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประเด็นต่อมา การผลิตรายการด้วยแนวคิดเอ็ดดูเทนเมนท์ของคลื่น เอฟ เอ็ม 95.5 มส. อาจกล่าวได้ว่าเป็นการต่อรองการผลิตรูปแบบและเนื้อหาของรายการเพื่อการอยู่รอดขององค์กรสื่อวิทยุในยุคปัจจุบันซึ่งต้องหาวิธีการและพัฒนารูปแบบให้ได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้รับสาร ซึ่งการต่อรองดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาบุช สงวนศักดิ์ (2546) ศึกษาเรื่อง “การผลิตเนื้อหาในส่วนของรายการเพลงและสารคดีต้นชั่วโมงอาเซียนนั้น การต่อรองเกี่ยวกับการควบคุมเนื้อหาระหว่างผู้ว่าจ้างและผู้รับจ้างการผลิตสารคดีวิชาการเรื่องสารคดีคนจน” ซึ่งพบว่า มีการต่อรองการผลิตรายการทุกขั้นตอนการผลิต ทั้งในส่วนของเนื้อหา การผลิตรายการรวมถึงการต่อรองทางเทคนิค ซึ่งในการบริหารงานของ สวท. และยูแอนดีโอมีข้อค้นพบและช่องโหว่ในการบริหารงานเนื่องจากการต่อรองดังกล่าวเกิดขึ้นได้เนื่องจากขาดการวางแผน การควบคุมและการประเมินผลจากระดับนโยบายคือ กรมประชาสัมพันธ์และ สวท. จึงทำให้เกิดการต่อรองในการผลิตเนื้อหาได้ตามที่บริษัทยูแอนดีโอฯ จะเห็นสมควรและผลิตเนื้อหาข้อมูลด้านอาเซียนสู่สังคม

ในการอธิบายการบริหารงานของคลื่น 95.5 มส. อาจกล่าวได้ว่าการบริหารวิทยุกระจายเสียงนั้นมีแนวคิดเช่นเดียวกันกับการบริหารงานในองค์กรทั่วไป เนื่องจากรายการกระจายเสียงของวิทยุกระจายเสียงเป็นการบริหารงานอย่างหนึ่งที่จะต้องกำหนดเป้าหมาย มีการวางแผน จัดองค์กร จัดคนทำงาน มีการสั่งการและควบคุมการดำเนินงานเพื่อให้ทางด้านวิทยุกระจายเสียงเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภูสนา เทศวิศาล (2549) ศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การบริหารคลื่นวิทยุที่ได้รับสัมปทานของภาคเอกชน” ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดการบริหารงานที่คำนึงถึงความต้องการและความนิยมของกลุ่มผู้ฟังรายการเป็นหลักสำคัญ ตลอดจนการกำหนดรูปแบบรายการที่ชัดเจน อีกทั้งให้ความสำคัญด้านการพัฒนาบุคลากร จะทำให้คลื่นได้รับความนิยมสูง

เช่นเดียวกับการบริหารงานของคลื่น 95.5 มช. ซึ่งสนับสนุนการเข้าถึงข้อมูลด้านอาเซียนในหลายมิติ แต่สิ่งที่แตกต่างกับงานวิจัยเรื่องนี้เป็นคือ ปัจจัยด้านความสามารถทางวิชาชีพ (Media Professional) ของผู้ที่ทำหน้าที่ผลิตเนื้อหารายการสารคดีต้นชั่วโมงและรายการเพลงไม่ได้มาจากบุคคลที่มีความรู้เฉพาะด้านในงานอาเซียน ซึ่งอาจนำมาสู่การถ่ายทอดเนื้อหาและข้อมูลที่ผิดพลาด นอกจากนี้ งานศึกษาของดวงพร สำเภาเงิน (2553) เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลสำเร็จในการบริหารงานของสถานีวิทยุ : กรณีศึกษา เอฟ เอ็ม 95 ลูกทุ่งมหานคร”

ผลการศึกษาพบว่า แนวคิดในการบริหารของสถานีฯ มีลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบ Formation Station มีความชัดเจนในแง่การนำเสนอรายการมีเนื้อหาไปในแนวทางเดียวกัน การจัดรายการมีความต่อเนื่อง 24 ชั่วโมง เพื่อให้ผู้ฟังติดตามรายการของสถานีตลอดทั้งวันนั้น สอดคล้องกับการดำเนินงานของคลื่น 95.5 มช. เนื่องจากเป็นคลื่นที่มีวิธีการทำงานเช่นเดียวกัน ซึ่งการกำหนดผังรายการให้เป็นรายการเพลงสลับกับเนื้อหาสาระความรู้อาเซียนตลอดทุกชั่วโมง คาดว่าจะทำให้กลุ่มผู้ฟังรับรู้และตระหนักถึงข้อมูลและความสำคัญของการเป็นสมาชิกประชาคมอาเซียนของประเทศไทย การดำเนินการบริหารงานสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย เอฟ เอ็ม 95.5 มช. ซึ่งบริหารงานร่วมกันโดยรัฐและร่วมผลิตโดยบริษัทเอกชน สะท้อนถึงรูปแบบการประสานงานระหว่างองค์กรที่จะต้องยอมรับและเข้าใจถึงเป้าหมายร่วมกันโดยมีผู้บริหารระดับสูงของทั้งสองฝ่ายสร้างความสัมพันธ์อันนำไปสู่การทำงานของฝ่ายปฏิบัติการโดยมีหลักและแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกันเพื่อประสานผลประโยชน์องค์กรให้ได้มากที่สุด จากการวิจัยดังกล่าว พบว่า วัฒนธรรมการทำงานในรูปแบบระบบราชการ มีทั้งข้อดีและข้อเสีย รวมถึงการประชาสัมพันธ์ถึงสถานการณ์ที่มีผลกระทบต่อประเทศไทย ซึ่งผู้ผลิตรายการในระดับปฏิบัติการขาดความสามารถในการถ่ายทอดเนื้อหาดังกล่าวให้กลุ่มผู้ฟังอย่างมีประสิทธิภาพ ผลจากแสดงความสัมพันธ์ของเนื้อหา รายการทั้ง 3 (อาเซียนโฟกัส สารคดีอาเซียน และรายการเพลง) กับการกำหนดนโยบายด้านอาเซียนของประชาคมอาเซียนประจำเดือนแสดงผลความแตกต่างของชุดข้อมูลที่นำเสนอ นอกจากนี้ แม้ว่าเนื้อหาและข้อมูลในประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ด้านอาเซียนในรายการเพลงของคลื่น 95.5 มช. ไม่สามารถตอบสนองหลักการทำงานของประชาคมอาเซียนในการประชาสัมพันธ์ให้เห็นถึงความสำคัญองค์กรได้แล้วนั้น ทว่า รูปแบบการดำเนินรายการของรายการเพลงด้วยวิธีคิดเอ็ดดูเทนเมนท์กลายเป็นจุดเด่นในการสื่อสารกับกลุ่มผู้ฟังได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ขณะที่ประเทศไทยได้เปลี่ยนแปลงตนเองเข้าสู่การดำเนินการตามแผนงานของประชาคมอาเซียนตั้งแต่เดือนธันวาคม 2558 นั้น บทบาทของประเทศไทย รวมถึงสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย กรมประชาสัมพันธ์ในฐานะกระบอกเสียงของรัฐบาล จำเป็นต้องปรับปรุงองค์กรเพื่อทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และกำหนดทิศทางการบริหารงานด้านอาเซียนต่อไปอย่างสมบูรณ์ และสามารถขัดเกลาและเสริมสร้างความสามารถของผู้ฟังรายการให้เป็นประชาชนที่มีคุณภาพ และมี

ทัศนคติที่ดีต่อประเทศสมาชิกอาเซียน ตลอดจนนำความรู้จากคลีนไปใช้ประโยชน์ต่อประเทศในโอกาสต่อไป

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยเรื่อง “การกำหนดวาระสารการจ้ดตั้งประชาคมอาเซียน ของคลีน เอฟ เอ็ม ความถี่ 95.5 เมกะเฮิรต์ซ์” ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งได้รวบรวมไว้เป็นประเด็นดังต่อไปนี้

1. กรมประชาสัมพันธ์ และ สวท. ในฐานะผู้จัดทำนโยบายในการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของสื่อภาครัฐ ควรดำเนินการวางแผนและประเมินผลการปฏิบัติงาน ของวิทยุแอนด์ไอฯ ในฐานะผู้ผลิตเพื่อพัฒนาศักยภาพของผลงานและผู้ดำเนินรายการให้เผยแพร่ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และตอบโจทย์การประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนของรัฐบาล

2. ภาครัฐควรให้ความสำคัญกับการเข้าถึงแหล่งที่มาและเนื้อหาของข่าวสารข้อมูลในการนำเผยแพร่สู่มวลชน ซึ่งควรมีความครอบคลุมทุกประเด็น ได้แก่ ด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม

3. บทบาทขององค์กรทั้งสอง (สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทยกรมประชาสัมพันธ์ และหน่วยงานเอกชนโดย วิทยุแอนด์ไอ คอร์โปเรชั่น จำกัด) ควรหาแนวทางส่งเสริมและปรับปรุงให้ “คลื่นวิทยุอาเซียน” เป็นคลื่นที่ได้รับความสนใจอันดับหนึ่งของประเทศเพื่อเผยแพร่และบรรลุเป้าประสงค์ของรัฐในการประชาสัมพันธ์งานด้านอาเซียนในประเทศไทย

## รายการอ้างอิง

### หนังสือ

- กระทรวงการต่างประเทศ, กรมอาเซียน. (2556). *สู่ประชาคมอาเซียน 2558*. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *สื่อสารมวลชน: ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์.
- กิตติ ประเสริฐสุข และคณะ. (2556). *50 คำ กุญแจอาเซียน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สถาบันทรัพยากรมนุษย์.
- สำนักงานประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ. (2555). *ประเทศไทยกับอาเซียน*. กรุงเทพฯ: กรมประชาสัมพันธ์.
- หิทยา ไทยานนทร์. (2554). *ประชาคมอาเซียน 2558: อนาคตและการปรับกระบวนการทัศน์ประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ, ศูนย์ศึกษายุทธศาสตร์.
- อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

### วิทยานิพนธ์

- ณัฐิกา ณ ระนอง. (2548). *การนำเสนอข่าวประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนทางหน้าหนังสือพิมพ์ไทยรายวัน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ธัญญนันท์ ตรีเสนห์จิต. (2549). *อินเทอร์เน็ต กับ การกำหนดวาระข่าวสาร: กรณีความสอดคล้องกันของวาระข่าวสารด้านการเมืองของภาคสื่อมวลชน ภาครัฐหรือผู้กำหนดนโยบาย และภาคประชาชน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.
- ปาจรีย์ ธนะสมบุญณิกิจ. (2535). *หนังสือพิมพ์ไทยรัฐกับการกำหนดวาระข่าววาระความขัดแย้งทางการเมืองในเหตุการณ์พฤษภาทมิฬ*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะนิเทศศาสตร์, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

ผกาพรรณ หะรังสี. (2549). *การกำหนดวาระสารในชุมชนออนไลน์ www.panthip.com: กรณีศึกษา โด๊ยะเฉลิมไทยและโด๊ยะราชดำเนิน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). (วิทยาลัยการศึกษาด้านการสื่อสารมวลชน).

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

พงศ์พิทยา แฉ่งฉายา. (2557). *การกำหนดวาระสารของสื่อโทรทัศน์ต่อประเด็นอาเซียน*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการบริหารสื่อสารมวลชน.

### Books

Centre for Strategy and International Studies. (2001). *Towards an ASEAN Strategy of Globalization*. National Library of Indonesia: Cataloging in Publication (CIP).

McCombs, M. E. (2004). *Setting the agenda: the mass media and public opinion*. Cambridge, U.K.: Polity.

THE ASEAN SECRETARIAT. (1998). *Compendium of Investment Policies and Measures in ASEAN Countries*. Jakarta: Public Information Unit.

### Article

McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972, Summer). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36, 176-187.



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ	นางสาวธนัชพร จันทรา
วันเดือนปีเกิด	5 พฤษภาคม 2530
วุฒิการศึกษา	ปีการศึกษา 2553: ศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประสบการณ์การทำงาน	1) สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย 2) สำนักข่าวกรองแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี

