

ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตาชาวจีนยุคหลังโควิด-19:
กรณีศึกษาหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน พ.ศ. 2564-2567

THAILAND'S IMAGE FROM THE PERSPECTIVE OF THE CHINESE
IN THE POST COVID-19 ERA: A CASE STUDY OF PEOPLE'S DAILY (2021-2024)

พิมพรรณ จันทรงแดง*

สาขาวิชาภาษาจีน ภาควิชาวิทยาการภาษาและวัฒนธรรม คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาเขตกำแพงแสน นครปฐม ประเทศไทย

Pimpan Jantondaeng*

Department of Chinese, Division of Language and Culture, Faculty of Liberal Arts and Science,
Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus, Nakhon Pathom, Thailand.

*E-mail: pimpan.ja@ku.th

Received: 22-12-2025

Revised: 22-02-2026

Accepted: 09-03-2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ปรากฏผ่านการนำเสนอข่าวของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน (人民日报) ซึ่งเป็นสื่อกระแสหลักของประเทศจีน โดยใช้ข้อมูลข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2564–2567 รวมทั้งสิ้น 2,667 ข่าว นำมาจัดสร้างเป็นคลังข้อมูล (corpus) เพื่อวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยการสกัดคำสำคัญโดยใช้ค่า TF-IDF ควบคู่กับการวิเคราะห์และตีความบริบทของเนื้อหาข่าว ผลการวิจัยพบว่า สื่อดังกล่าวนำเสนอเกี่ยวกับประเทศไทยในข่าวหลายประเภท โดยข่าวด้านเศรษฐกิจได้รับพื้นที่การนำเสนอมากที่สุดร้อยละ 57.30 รองลงมาคือข่าวการเมืองร้อยละ 14.77 สะท้อนให้เห็นว่า ด้านเศรษฐกิจเป็นกรอบการนำเสนอหลัก จากการวิเคราะห์คำสำคัญและเนื้อหาข่าว สามารถจำแนกกรอบการนำเสนอข่าวออกเป็น 4 กรอบ ได้แก่ 1) การเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านการเชื่อมโยงภูมิภาค 2) การท่องเที่ยว 3) ความสัมพันธ์ทวิภาคีไทย-จีน และ 4) บทบาทของประเทศไทยในโครงสร้างความร่วมมือระดับภูมิภาคและพหุภาคี โดยภาพลักษณ์ประเทศไทยที่เป็นประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจและเป็นคู่ค้าเกษตรกรรมที่มีศักยภาพ เป็นฐานการผลิตอุตสาหกรรมและพื้นที่รองรับการขยายตัวของทุนจีน ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ตลอดจนเป็นประเทศคู่ความร่วมมือของจีน

และเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างความร่วมมือระดับภูมิภาคที่จีนมีบทบาทสำคัญ โดยภาพรวมภาพลักษณ์ประเทศไทยที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน มีลักษณะเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกและเชิงโครงสร้างสะท้อนบทบาทของสื่อกระแสหลักของประเทศไทยในการจัดกรอบการนำเสนอข่าวให้สอดคล้องกับทิศทางนโยบายและบริบทความสัมพันธ์ไทย-จีน โดยมุ่งเน้นประเด็นด้านความร่วมมือ เสถียรภาพ และการพัฒนามากกว่าการนำเสนอประเด็นความขัดแย้งหรือปัญหาภายในของประเทศคู่ความสัมพันธ์

คำสำคัญ: ภาพลักษณ์ประเทศไทย หนังสือพิมพ์จีน ยุคหลังโควิด-19 คลังข้อมูลภาษา

ABSTRACT

This study aims to examine the image of Thailand as portrayed in Chinese media through news coverage in People's Daily (人民日报), a mainstream newspaper of the People's Republic of China. The data consist of 2,667 news articles related to Thailand published during the period 2021–2024 (B.E. 2564–2567). These articles were compiled into a corpus for quantitative analysis using TF-IDF keyword extraction, complemented by qualitative analysis and contextual interpretation of news content. The findings show that news about Thailand appears across various categories, with economic news accounting for the largest share (57.30%), followed by political news (14.77%), indicating that economic issues constitute the dominant news frame. Keyword and content analyses identify four major frames: 1) economic growth through regional connectivity, 2) tourism, 3) Thailand–China bilateral relations, and 4) Thailand's role in regional and multilateral cooperation frameworks. Within these frames, Thailand is portrayed as a growing economy and potential agricultural trading partner, a manufacturing base and destination for Chinese investment in Southeast Asia, a major tourist destination for Chinese travelers, and a cooperative partner within regional cooperation structures in which China plays a leading role. Overall, Thailand's image in People's Daily is characterized as positive and structurally oriented, reflecting the role of China's mainstream media in framing news narratives in alignment with national policy directions and the broader context of Thailand–China relations. The coverage emphasizes cooperation, stability, and development rather than internal conflicts or domestic issues.

Keywords: Thailand's image, Chinese newspapers, Post-COVID-19 Era, Linguistic data corpora

บทนำ

สื่อมวลชนมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดการรับรู้และทัศนคติของผู้รับสารต่อประเด็นต่าง ๆ ในสังคม โดยการนำเสนอข่าวมิได้เป็นเพียงการถ่ายทอดข้อเท็จจริง หากแต่เกี่ยวข้องกับการคัดเลือกประเด็นและกำหนดกรอบการนำเสนอ ซึ่งส่งผลต่อมุมมองของผู้รับสาร แนวคิดการกำหนดวาระข่าวสารชี้ให้เห็นว่า สื่อมีอิทธิพลต่อการกำหนดประเด็นที่สาธารณชนควรให้ความสนใจผ่านความถี่และลักษณะของการนำเสนอ (McCombs & Shaw, 1972, as cited in Angkoon, 2023) ขณะเดียวกัน เมื่อผู้รับสารเกิดความเชื่อถือ ในสารที่สื่อมวลชนนำเสนอ ย่อมนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านความรู้ ความเข้าใจ และทัศนคติ (Kanchana, 2000) ซึ่งสะท้อนบทบาทของสื่อในการประกอบสร้างภาพความจริงทางสังคม ในบริบทของประเทศไทย สื่อที่มีบทบาทสำคัญในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารต่อประชาชน คือหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน หนังสือพิมพ์ฉบับนี้มีการเผยแพร่ข่าวเป็นประจำทุกวัน และนำเสนอผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ทั้งเว็บไซต์ทางการ และแอปพลิเคชันบนอุปกรณ์เคลื่อนที่ ทำให้การกำหนดวาระข่าวสารมีลักษณะต่อเนื่องและเป็นระบบ อีกทั้งยังส่งอิทธิพลต่อการรับรู้ของประชาชนจีนอย่างมีนัยสำคัญ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่สื่อจีนให้ความสนใจรายงานข่าวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และความร่วมมือระหว่างประเทศ งานวิจัยที่ผ่านมา เช่น Suleeporn (2020) ซึ่งศึกษาข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2558–2562 ก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่าการรายงานข่าว ในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันมีบทบาทสำคัญในการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ โดยมีแนวโน้มเชิงบวก เช่น “มิตรภาพจีน–ไทย” และ “ภาพลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่งดงาม” โดยงานวิจัยส่วนใหญ่ มุ่งวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงเวลาก่อนการแพร่ระบาด และยังไม่ปรากฏการศึกษาที่มุ่งวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยในบริบทหลังโควิด-19 ผ่านการใช้คลังข้อมูลภาษาอย่างเป็นระบบ

การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต โครงสร้างเศรษฐกิจ การเดินทางระหว่างประเทศ และความร่วมมือในระดับภูมิภาค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อกรอบการนำเสนอข่าว และมีแนวโน้มก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการประกอบสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสื่อจีน การศึกษาประเด็นนี้จึงมีความสำคัญ เนื่องจากไม่เพียงช่วยให้เข้าใจเท่าที่และมุมมองของสื่อหลักจีนต่อประเทศไทย ในบริบทหลังโควิด-19 เท่านั้น แต่ยังสะท้อนแนวโน้มความสัมพันธ์ และการรับรู้ระหว่างสองประเทศในช่วงเวลาที่เปลี่ยนผ่านอีกด้วย งานวิจัยชิ้นนี้เลือกใช้ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2564–2565 ซึ่งเป็นช่วงเวลาภายหลังการระบาดของโควิด-19 ที่สังคมเริ่มก้าวเข้าสู่บริบทของ “ชีวิตวิถีถัดไป” (Next normal) ในการศึกษาี้ หมายถึงบริบทภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ตั้งแต่ช่วง พ.ศ. 2564 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นระยะเปลี่ยนผ่านจากการปรับตัวในภาวะวิกฤต (New normal) ไปสู่กระบวนการจัดระเบียบ เชิงโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศในรูปแบบความปกติใหม่ที่มีเสถียรภาพมากขึ้น อันสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงด้านพฤติกรรม การดำเนินชีวิต และรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อทัศนคติ มุมมอง และค่านิยมของผู้คน รวมทั้งบริบทการสื่อสารในระดับระหว่างประเทศ เมื่อบริบททางสังคมเปลี่ยนแปลงไป กรอบการนำเสนอข่าว

เกี่ยวกับประเทศไทยในสื่อจีน ย่อมมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนตาม และอาจนำไปสู่การประกอบสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในรูปแบบ ที่แตกต่างจากช่วงก่อนการแพร่ระบาด

วัตถุประสงค์

เพื่อวิเคราะห์ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่สะท้อนผ่านการนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันของประเทศไทย ในยุคหลังการแพร่ระบาดโรคโควิด-19

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของประเทศไทยผ่านการรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน ในยุคหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้รวบรวมข้อมูลข่าวภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย โดยใช้แหล่งข้อมูลจำนวน 2 แหล่ง ดังนี้

1. คลังข้อมูลภาษาของมหาวิทยาลัยปักกิ่ง (CCL 语料库) คลังข้อมูลภาษาของมหาวิทยาลัยปักกิ่ง CCL 语料库 (Center for Chinese Linguistics Corpus) ได้รับการพัฒนาและดูแลโดยสถาบันวิจัยภาษาศาสตร์เชิงคอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัยปักกิ่ง เป็นคลังข้อมูลภาษาจีนขนาดใหญ่ที่รวบรวมข้อมูลภาษาจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย เช่น ข่าว หนังสือ งานวรรณกรรม ฯลฯ โดยข้อมูลถูกจัดเก็บในรูปแบบข้อความดิจิทัล ผู้ใช้สามารถสืบค้นข้อมูลผ่านคำค้นหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ที่กำหนดได้

ในส่วนของข้อมูลข่าวจากหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน (人民日报) คลังข้อมูลได้รวบรวมข่าวที่มีการรายงานเป็นประจำทุกวัน ผู้วิจัยสามารถกำหนดเงื่อนไขการสืบค้น เช่น คำค้นและช่วงปี เพื่อดึงข้อมูลข่าวย้อนหลังตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ โดยงานวิจัยชิ้นนี้เก็บข้อมูลข่าวโดยใช้คำค้นว่า “泰国” และรวบรวมข่าวที่ปรากฏในทุกวัน ระหว่างช่วง พ.ศ. 2564–2565 เพื่อนำมาวิเคราะห์ภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ปรากฏผ่านการรายงานข่าวของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน เป็นคลังข้อมูลภาษาที่รวบรวมข้อมูลจากสื่อหลากหลายประเภท ผู้วิจัยเลือกใช้เฉพาะข้อมูลข่าวที่มาจากหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน โดยรวบรวมข้อมูลข่าวที่รายงานในทุกวันระหว่างช่วง พ.ศ. 2564–2565

2. เว็บไซต์ทางการของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน <https://www.people.com.cn> รวบรวมข้อมูลข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในช่วง พ.ศ. 2566–2567 ที่ถูกนำเสนอในทุกวัน เพื่อให้ได้ข้อมูล ที่มีความต่อเนื่องครอบคลุมช่วงเวลาปัจจุบัน และสะท้อนบริบทการนำเสนอข่าว

ในการสืบค้นข้อมูลข่าวจากทั้งสองแหล่งข้อมูล ผู้วิจัยใช้คำว่า “泰国” เป็นคำค้นหา แม้ข่าวบางชิ้นจะกล่าวถึงหลายประเทศในเนื้อหาข่าว แต่หากประเทศไทยปรากฏในบริบทที่สะท้อนบทบาทนโยบาย ความร่วมมือ หรือ เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของประเทศ ผู้วิจัยจะพิจารณานับเป็นข่าวที่

เกี่ยวข้องกับ ประเทศไทยด้วย โดยข้อมูลข่าวที่นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยนี้ครอบคลุมระยะเวลา 4 ปี ตั้งแต่ ช่วง พ.ศ. 2564-2567 รวมทั้งสิ้นจำนวน 2,667 ข่าว

ทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของข่าว

Berger (1990, as cited in Nunnapas, 2000) กล่าวว่า ข่าว หมายถึง การบอกเล่าเรื่องราว ที่เกี่ยวกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเหตุการณ์เหล่านั้นมีผลกระทบต่อสังคม การเมือง หรือสาธารณชน สอดคล้องกับ Charuek (1998) ที่กล่าวว่า ข่าว คือ รายงานเหตุการณ์ที่ผู้คน ให้ความสนใจในขณะใดขณะหนึ่ง ข่าวที่ดีจะต้องมีความสำคัญต่อผู้อ่าน และผู้อ่านสนใจเป็นจำนวนมาก จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า ข่าวคือการรายงานข้อเท็จจริง เหตุการณ์ หรือข้อคิดเห็นที่เกิดขึ้น ในสังคม ซึ่งมีความสำคัญหรือเป็นที่น่าสนใจในช่วงเวลาหนึ่ง มีความใหม่ และก่อให้เกิดผลกระทบต่อ ประชาชน หรือสาธารณชนในวงกว้าง

ประเภทของข่าว

ข่าวที่ปรากฏผ่านการนำเสนอของสื่อต่าง ๆ สามารถจำแนกได้หลายประเภท ทั้งนี้ งานวิจัยชิ้นนี้ อ้างอิงแนวคิดการจำแนกประเภทข่าวของ Punnarat (2005) เป็นแนวทางในการจัดประเภท อย่างไรก็ตาม เนื่องจากบริบทและลักษณะเนื้อหาของข่าวบางส่วนมีความแตกต่างจากกรอบการจำแนกดังกล่าว ผู้วิจัย จึงได้ปรับเกณฑ์การจำแนกให้สอดคล้องกับข้อมูล และจัดประเภทข่าวใหม่ตามเนื้อหาที่นำเสนอ โดยแบ่ง ประเภท ดังนี้

1. ข่าวเศรษฐกิจ หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสถานะทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน การท่องเที่ยว การส่งออกนำเข้า ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ รวมถึงนโยบายเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่อ การดำรงชีวิตของประชาชนและความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่น
2. ข่าวการเมือง หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับความเคลื่อนไหวทางการเมือง นโยบายภาครัฐ การบริหาร ราชการแผ่นดิน ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ การเลือกตั้ง การเปลี่ยนแปลงทางอำนาจ ตลอดจนประเด็น ด้านเสถียรภาพทางการเมือง
3. ข่าวสังคมและวัฒนธรรม หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ค่านิยม ประเพณี ศิลปวัฒนธรรม กิจกรรมทางสังคม และปรากฏการณ์ต่าง ๆ ทางสังคม
4. ข่าวการศึกษา หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับระบบการศึกษา นโยบายด้านการศึกษา ความร่วมมือ ทางวิชาการระหว่างไทย-จีน การแลกเปลี่ยนนักศึกษา หรือความก้าวหน้าในแวดวงการเรียนรู้และการวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย
5. ข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวกับความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์ นวัตกรรม เทคโนโลยีดิจิทัล โครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี หรือความร่วมมือด้านเทคโนโลยีระหว่าง ประเทศ

6. ข่าวสาธารณสุข หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ด้านสุขภาพของประชาชน ระบบสาธารณสุข โรคระบาด มาตรการควบคุมโรค นโยบายด้านสุขภาพ รวมถึงความร่วมมือทางการแพทย์ระหว่างประเทศไทยกับประเทศอื่น

7. ข่าวอื่น ๆ หมายถึง ข่าวที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทย แต่ไม่สามารถจัดอยู่ในประเภทข่าวข้างต้นที่กล่าวมาได้ หรือเป็นข่าวที่มีจำนวนปรากฏไม่มาก เช่น ข่าวบันเทิงและข่าวกีฬา เป็นต้น

ความหมายของภาพลักษณ์

คำว่า “ภาพลักษณ์” ตามพจนานุกรมออนไลน์ Royal Institute Dictionary (2011) อธิบายว่า หมายถึง ภาพที่เกิดจากความนึกคิด หรือที่คิดว่าควรจะเป็นเช่นนั้น Wijit (1991) อธิบายว่า ภาพลักษณ์เป็นภาพที่สะท้อนอยู่ในจิตใจของบุคคลต่อสถาบัน หน่วยงาน องค์กร หรือบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งแสดงออกในรูปของทัศนคติ ความเชื่อถือ และความรู้สึก หากบุคคลส่วนใหญ่มีการรับรู้ไปในทิศทางเดียวกันย่อมก่อให้เกิดภาพลักษณ์โดยรวมในระดับสังคม Kotler (1997, as cited in Kanwara & Kewalee, 2022) ให้ความหมายว่า ภาพลักษณ์ หมายถึง องค์รวมของความเชื่อ ความคิด และความประทับใจที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติและพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกต่อสิ่งนั้นย่อมสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับภาพลักษณ์ที่มีอยู่ ในความรับรู้ของตนจากนิยามดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ภาพลักษณ์เป็นผลรวมของกระบวนการรับรู้ ความเข้าใจ และความรู้สึกที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง และเป็นโครงสร้างทางความคิดที่ก่อรูปจากข้อมูลข่าวสาร และประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม

ภาพลักษณ์ของประเทศ

Martin (2000, as cited in Wang Yujing, 2024) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ของชาติครอบคลุมความเชื่อทั้งหมดที่บุคคลมีต่อประเทศใดประเทศหนึ่ง ทั้งในด้านการพัฒนา การอนุमान และข้อมูลข่าวสาร โดยมักพิจารณาผ่านมิติทางการเมือง เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี แนวคิดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของประเทศเป็นผลรวมของการรับรู้ที่ก่อรูปจากข้อมูลหลากหลายด้าน ไม่ใช่เพียงภาพสะท้อนเชิงอารมณ์เท่านั้น Zhao Xuebo (2006) เสนอว่า การสร้างภาพลักษณ์ของชาติสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ “การสร้างภาพด้วยตนเอง” (Self-shaping) และ “การถูกสร้างภาพโดยผู้อื่น” (Other-shaping) กล่าวคือ ประเทศอาจกำหนดภาพลักษณ์ของตนผ่านนโยบาย การสื่อสาร และการกระทำต่าง ๆ ขณะเดียวกัน ภาพลักษณ์ของประเทศก็อาจถูกสร้างขึ้นผ่านการนำเสนอของสื่อหรือประชาชนในประเทศอื่น ซึ่งกระบวนการดังกล่าวย่อมได้รับอิทธิพลจากค่านิยม โลกทัศน์ ผลประโยชน์ และบริบททางสังคมของผู้สร้างภาพนั้น

องค์ประกอบของภาพลักษณ์

Papadopoulos (1993) และ Heslop & Wall (1985), as cited in Thanthida, 2011) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบเชิงการรับรู้ (Cognitive component) องค์ประกอบเชิงความรู้ (Knowledge component) และองค์ประกอบเชิงความรู้สึก (Affective component)

กล่าวคือ เมื่อบุคคลได้รับข่าวสาร ไม่ว่าจะจากประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อม ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจและความรู้สึกต่อสิ่งนั้น ซึ่งการรับรู้ดังกล่าวมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การปฏิสัมพันธ์ และพฤติกรรมที่บุคคลแสดงออกในเวลาต่อมา

กระบวนการสื่อสารกับการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศ

ในบริบทของสื่อมวลชน ภาพลักษณ์ของประเทศไม่ได้สะท้อนข้อเท็จจริงทั้งหมดอย่างเป็นกลาง หากแต่ผ่านกระบวนการคัดเลือกประเด็น การทำให้บางประเด็นมีความโดดเด่น (Salience) และการจัดวางกรอบการนำเสนอ (Framing) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการประเมินค่าของสาธารณชนต่อประเทศนั้น (McCombs & Shaw, 1972; Entman, 1993) นอกจากนี้ Tissawas (2024) ชี้ให้เห็นว่า บทความข่าวในหนังสือพิมพ์มักผสมผสานระหว่างข้อเท็จจริงจากเหตุการณ์จริงกับมุมมอง หรือความคิดเห็นของผู้เขียนข่าว ส่งผลให้วาทกรรมที่ปรากฏในข่าวอาจกลายเป็นมายาคติบางประการได้ ดังนั้น ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย ที่ปรากฏในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน ซึ่งเป็นสื่อกระแสหลักของประเทศจีน จึงถือเป็นรูปแบบหนึ่ง ของ “การถูกสร้างภาพโดยผู้อื่น” เนื่องจากการคัดเลือกประเด็น การจัดลำดับความสำคัญ และการตีความตามกรอบของสื่อ การเน้นย้ำหรือการลดทอนบางประเด็นที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยผ่านเนื้อหา และการใช้ถ้อยคำ โดยเฉพาะคำสำคัญที่ปรากฏอย่างโดดเด่น ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้อ่าน คำเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นสัญญาณ ที่กำหนดกรอบการตีความ และมีส่วนในการก่อรูปภาพลักษณ์ของประเทศไทยในสายตาประชาชนชาวจีน

การวิเคราะห์ข้อมูลภาษา

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสานเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยรวบรวมข่าวภาษาจีนจากหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน มาจัดทำเป็นคลังข้อมูลแล้วดำเนินการประมวลผลและวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อสกัดคำสำคัญ จากนั้นนำคำสำคัญกลับไปพิจารณาในบริบทของตัวบทข่าวเพื่อวิเคราะห์กรอบการนำเสนอที่แวดล้อมคำดังกล่าว โดยพิจารณาว่าประเด็นใดถูกทำให้โดดเด่น อันสะท้อนกรอบการสร้างข่าวที่มีผลต่อการรับรู้และการประกอบสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทย ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลภาษาดังกล่าวตั้งอยู่บนแนวคิดและทฤษฎีดังต่อไปนี้

การตัดคำภาษาจีน (Chinese word segmentation)

Miao Duoqian, Wei Zhihua & Zhang Zhifei (2015) อธิบายว่า การตัดคำ คือการแบ่งประโยคออกตามความหมายของคำที่ประกอบอยู่ภายในประโยค เพื่อเตรียมข้อมูลสำหรับการประมวลผลภาษาธรรมชาติ (NLP) ซึ่งเป็นขั้นตอนพื้นฐานของงานต่าง ๆ เช่น การวิเคราะห์ความถี่ของคำ การจำแนกข้อความ และการทำเหมืองข้อความ งานวิจัยนี้เลือกใช้โปรแกรมตัดคำออนไลน์ของ THULAC ซึ่งเป็นเครื่องมือตัดคำของศูนย์ประมวลผลภาษาธรรมชาติ และ การคำนวณด้านสังคมและมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยชิงหวาผ่านเว็บไซต์ <https://thulac.thunlp.org/demo> ซึ่งเป็นเครื่องมือที่พัฒนามาบนฐานคลังข้อมูลภาษา และวิธีการเชิงสถิติ เพื่อให้การตัดคำมีความแม่นยำ และเหมาะสมต่อการวิเคราะห์เชิงปริมาณในงานวิจัยนี้

การสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF

การสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF เป็นวิธีการเชิงสถิติที่ใช้ประเมินความสำคัญของคำหนึ่ง ๆ ในเอกสาร โดยพิจารณาจากความถี่ของคำนั้นในเอกสารนั้น ร่วมกับระดับการกระจายของคำเมื่อพิจารณาจากจำนวนเอกสารที่คำนั้นปรากฏในชุดข้อมูลทั้งหมด ค่า TF-IDF ที่ได้ช่วยชี้ให้เห็นคำที่สะท้อนลักษณะเฉพาะของเนื้อหา และสามารถนำชุดคำที่มีค่าสูงมาใช้เป็นตัวแทนคุณลักษณะเชิงเนื้อหาของเอกสารนั้นได้ Salton & Buckley (1988) ได้นำเสนอวิธีการคำนวณค่าน้ำหนักของคำ (term weighting) ด้วยค่า TF-IDF ดังนี้

สูตรการคำนวณค่า TF-IDF

$$TF - IDF (t, d) = TF(t, d) \times IDF(t)$$

1. ค่า TF (Term Frequency) สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$TF(t, d) = \frac{f_{(t, d)}}{\sum_t f_{(t, d)}}$$

$f_{(t, d)}$ = ความถี่ที่คำ t ปรากฏในเอกสาร d

$\sum_t f_{(t, d)}$ = จำนวนคำทั้งหมดในเอกสาร d

2. ค่า IDF (Inverse Document Frequency) สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$IDF(t) = \log \frac{N}{n_t}$$

N = จำนวนเอกสารทั้งหมดในคลังข้อมูล

n_t = จำนวนเอกสารที่พบคำ t ปรากฏอย่างน้อย 1 ครั้ง

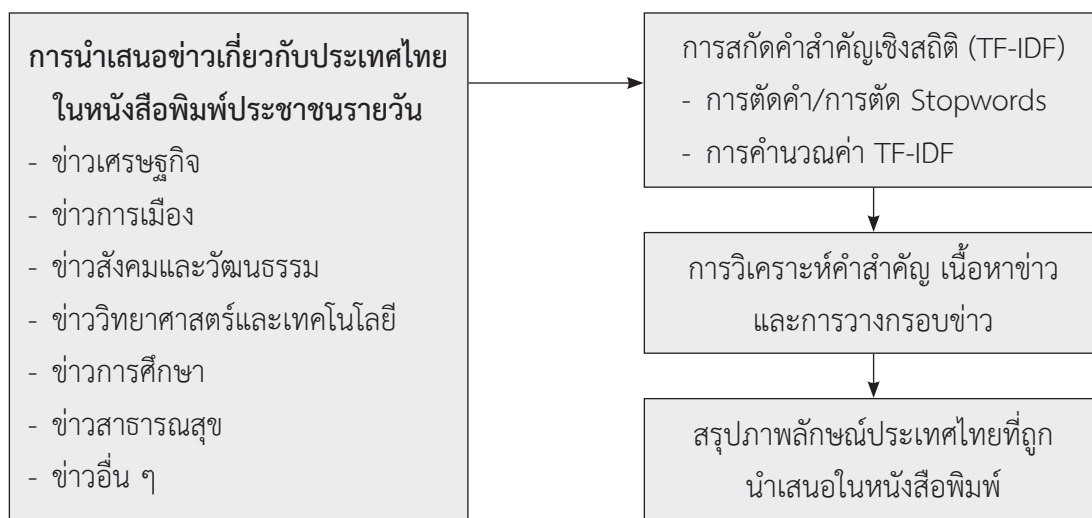
คำที่มีค่า TF-IDF สูงสามารถสะท้อนประเด็นหรือคุณลักษณะเฉพาะที่ได้รับการเน้นย้ำเป็นพิเศษในการรายงานข่าว เมื่อเปรียบเทียบกับคำอื่นภายในชุดข่าวเดียวกัน ทั้งนี้ Song Shujin (2012) ได้แสดงความคิดเห็น ว่าการศึกษาคำสำคัญในข่าวสามารถสะท้อนบทบาทของคำสำคัญในกระบวนการสื่อสารข่าวสารได้อย่างชัดเจน โดยคำสำคัญทำหน้าที่เน้นประเด็นหลักของข่าว ช่วยให้ผู้อ่านสามารถรับรู้สาระสำคัญของเนื้อหาได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังมีบทบาทในการชี้นำกรอบการตีความข่าวของผู้อ่าน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเข้าใจและทัศนคติต่อเหตุการณ์หรือประเด็นที่น่าสนใจ กลไกดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการวาง กรอบข่าว (News framing theory) ของ Entman (1993) ซึ่งอธิบายว่า กรอบข่าว คือ กระบวนการคัดเลือกและทำให้บางประเด็นมีความเด่นชัดเปรียบเทียบกับประเด็นอื่น ผ่านการเลือกถ้อยคำ การจัดวาง

ประเด็น และโครงสร้างการนำเสนอ มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้และการตีความของผู้รับสาร ภายใต้กรอบแนวคิดดังกล่าว การนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันจึงเป็นกระบวนการคัดเลือก และทำให้บางประเด็นมีความโดดเด่นเหนือประเด็นอื่น การเน้นย้ำถ้อยคำหรือประเด็นบางประเภท อย่างต่อเนื่อง ย่อมมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของผู้อ่าน และมีส่วนในการก่อรูปภาพลักษณ์ของประเทศไทยในระดับการรับรู้เชิงสาธารณะ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยใช้การวิเคราะห์เชิงปริมาณจากข้อมูลคลังภาษา (Corpus-based quantitative analysis) ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงคุณภาพของการใช้ภาษาและกรอบข่าว (Qualitative framing analysis) เพื่ออธิบายภาพลักษณ์ของประเทศไทยผ่านการนำเสนอข่าว

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีการวิจัย

1. การวิจัยนี้รวบรวมข่าวภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยจาก 2 แหล่งหลัก ได้แก่ คลังข้อมูลภาษาของมหาวิทยาลัยปักกิ่ง (CCL 语料库) โดยคัดเลือกข่าวจากหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันในช่วง พ.ศ. 2564–2565 และเว็บไซต์ทางการของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันในช่วง พ.ศ. 2566–2567 โดยเก็บรวบรวมข่าวที่เผยแพร่ทุกวันตลอดช่วงเวลาที่กำหนด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน

2. ทำการตรวจสอบและทำความสะอาดข้อมูล โดยกำจัดข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้อง เช่น โฆษณา ข้อความซ้ำ และข้อความที่ไม่สมบูรณ์ จากนั้นจัดโครงสร้างข้อมูลข่าวให้ประกอบด้วยวันที่เผยแพร่ และเนื้อข่าว พร้อมทั้งวิเคราะห์เพื่อจำแนกประเภทข่าว และจัดเก็บตามประเภทและปีที่เผยแพร่โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel

3. ดำเนินการตัดคำโดยใช้เครื่องมือตัดคำออนไลน์ THULAC ของศูนย์ประมวลผลภาษาธรรมชาติ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ จากนั้นบันทึกผลการตัดคำในรูปแบบไฟล์ข้อความ (.txt)

4. ตรวจสอบและแก้ไขผลการตัดคำเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากคำเฉพาะที่อาจถูกตัดไม่ถูกต้อง จากนั้นบันทึกข้อมูลที่ผ่านการตรวจสอบแล้วในรูปแบบไฟล์ Microsoft Excel (.xlsx)

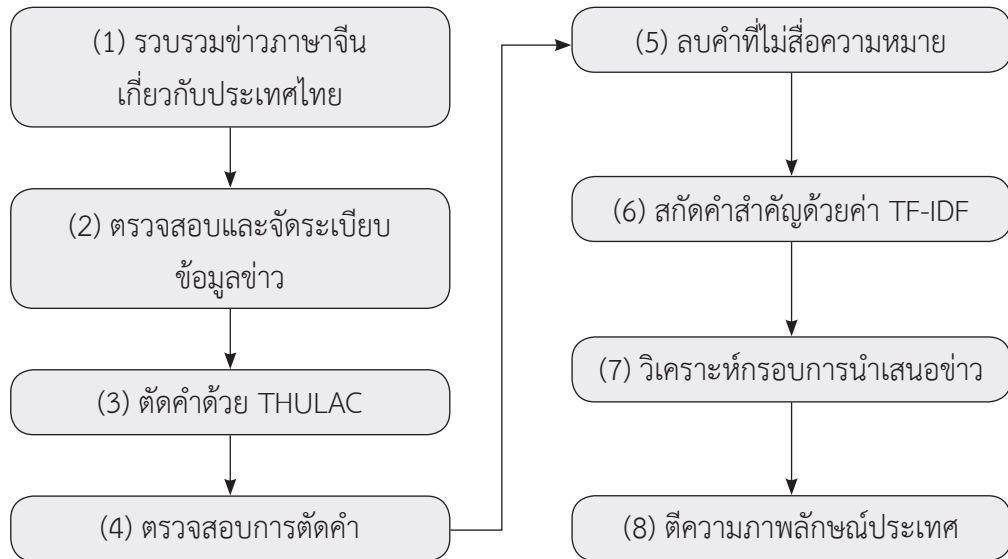
5. ลบคำที่ไม่สื่อความหมาย (Stopwords) คือ คำที่ปรากฏบ่อยในข้อความ เช่น คำนำหน้านาม คำบุพบท คำสันธาน และคำสรรพนาม ซึ่งทำหน้าที่ทางไวยากรณ์เป็นหลัก แม้จะปรากฏในข้อความด้วยความถี่สูง แต่ไม่สะท้อนเนื้อหา ความหมาย หรือประเด็นสำคัญของข้อความ ดังนั้นในการประมวลผลภาษาธรรมชาติและงานวิเคราะห์คลังภาษา มักมีการตัดคำเหล่านี้ออกก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลภาษาออกจากข้อมูล โดยอ้างอิงรายการคำที่ไม่สื่อความหมายของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีฮาร์บิน เพื่อลบคำที่ไม่มีนัยสำคัญเชิงเนื้อหา เช่น “的” “地” “得” และ “了” เป็นต้น โดยใช้คำสั่ง IF ร่วมกับ COUNTIF ในโปรแกรม Microsoft Excel

6. วิเคราะห์ความถี่ของคำ (Term Frequency: TF) โดยใช้ฟังก์ชัน Pivot Table ของโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อคำนวณจำนวนครั้งที่คำแต่ละคำปรากฏในข่าว และคำนวณค่าความถี่เอกสาร (Document Frequency: DF) ด้วยคำสั่ง COUNTIF เพื่อระบุจำนวนเอกสารที่มีการปรากฏของคำนั้น

7. สกัดคำสำคัญด้วยการคำนวณค่า TF-IDF จากชุดข้อมูลที่ผ่านการประมวลผลแล้ว จากนั้นจัดเรียงค่า TF-IDF จากมากไปน้อย เพื่อใช้ในการวิเคราะห์คำสำคัญ

8. ตีความเชิงความหมายของคำสำคัญในข่าวแต่ละประเภท โดยวิเคราะห์คำสำคัญร่วมกับบริบทเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาการเน้นประเด็นและทิศทางการนำเสนอข่าว ที่ใช้ในการประกอบในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย

9. นำค่าที่มีค่าคะแนน TF-IDF สูงสุดของ 30 คำแรก จากคลังคำทั้งหมดมาวิเคราะห์กรอบการนำเสนอข่าวและภาพลักษณ์โดยรวมของประเทศไทยที่ถูกนำเสนอข่าวในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน สามารถสรุปขั้นตอนการวิจัยได้ดังภาพที่



ภาพที่ 3 กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้รวบรวมข่าวภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยจากสองแหล่งข้อมูลหลัก ได้แก่ คลังข้อมูลภาษาของมหาวิทยาลัยปักกิ่ง ซึ่งคัดเลือกข่าวจากหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันในช่วง พ.ศ. 2564–2565 และเว็บไซต์ทางการของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันในช่วง พ.ศ. 2566–2567 โดยใช้คำว่า “泰国” เป็นคำค้นหา และคัดเลือกเฉพาะข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับประเทศไทย พร้อมทั้งตัดข่าวที่ซ้ำกันหรือมีเนื้อหาไม่เกี่ยวข้องออกจากชุดข้อมูล ผลจากการรวบรวมได้ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย รวมทั้งสิ้น 2,667 ข่าว เมื่อพิจารณาจำนวนข่าวในแต่ละปีพบว่า พ.ศ. 2564 มีข่าวจำนวน 534 ข่าว และเพิ่มขึ้นเป็น 736 ข่าวใน พ.ศ. 2565 ก่อนจะลดลงเล็กน้อยใน พ.ศ. 2566 เหลือ 699 ข่าว และคงอยู่ในระดับใกล้เคียงกันใน พ.ศ. 2567 จำนวน 698 ข่าว ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันให้ความสำคัญกับการนำเสนอข่าว เกี่ยวกับประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

จากการวิเคราะห์เนื้อหาข่าวและจำแนกตามประเด็น พบว่า ข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยมีความหลากหลาย ในเชิงเนื้อหา ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรม การศึกษา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สาธารณสุข ตลอดจนประเด็นอื่น ๆ ทั้งนี้ สัดส่วนการนำเสนอในแต่ละประเด็น มีความแตกต่างกัน ดังรายละเอียดที่ปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประเภทและสัดส่วนของข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน ช่วง พ.ศ. 2564-2567

ประเภทข่าว	จำนวนข่าว (ครั้ง)	ร้อยละ
ข่าวเศรษฐกิจ	1,528	57.30
ข่าวการเมือง	394	14.77
ข่าวสังคมและวัฒนธรรม	303	11.36
ข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	145	5.44
ข่าวการศึกษา	89	3.34
ข่าวสาธารณสุข	82	3.07
อื่น ๆ (ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ฯลฯ)	126	4.72

จากข่าวทั้งหมดจำนวน 2,667 ข่าว พบว่าหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในด้านเศรษฐกิจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.30 รองลงมาคือข่าวการเมืองร้อยละ 14.77 และข่าวสังคมและวัฒนธรรมร้อยละ 11.36 ขณะที่ข่าวด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การศึกษา และสาธารณสุขมีสัดส่วนค่อนข้างต่ำ โดยอยู่ที่ร้อยละ 5.44, 3.34 และ 3.07 ตามลำดับ ส่วนข่าวประเภทอื่น ๆ มีสัดส่วนร้อยละ 4.72 โดยสัดส่วนการนำเสนอข่าวดังกล่าวสะท้อนกระบวนการกำหนดกรอบข่าวของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน ที่ให้น้ำหนักกับด้านเศรษฐกิจอย่างโดดเด่น แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนว่าในช่วงหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 การนำเสนอข่าวให้ความสำคัญกับประเด็นการฟื้นฟูและการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นสำคัญ เมื่อนำข่าวแต่ละประเภท มาดำเนินการตัดคำและลบคำที่ไม่สื่อความหมาย จะได้คลังข้อมูลคำที่มีจำนวนทั้งสิ้น 84,616 คำ จากนั้นสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF และคัดเลือกคำที่มีค่า TF-IDF สูงสุด 10 อันดับแรกในแต่ละประเภทข่าว ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวแสดงไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 คำสำคัญที่มีค่า TF-IDF สูงสุดจากข่าวเกี่ยวกับประเทศไทย จำแนกตามประเภทข่าว

ประเภทข่าว	ลำดับ	คำสำคัญ	ความหมาย	ค่าTF-IDF	ลำดับ	คำสำคัญ	ความหมาย	ค่าTF-IDF
เศรษฐกิจ	1	汽车	รถยนต์	851.26	6	市场	ตลาด	608.50
	2	游客	นักท่องเที่ยว	709.10	7	国家企业	รัฐวิสาหกิจ	577.06
	3	经济	เศรษฐกิจ	658.63	8	铁路	ทางรถไฟ	558.68
	4	发展	การพัฒนา	638.91	9	项目	โครงการ	550.05
	5	合作	ความร่วมมือ	623.25	10	国际	นานาชาติ	543.37
การเมือง	1	力量	พลัง	336.72	6	东盟	อาเซียน	122.47
	2	合作	ความร่วมมือ	179.95	7	一带一路	หนึ่งแถบ หนึ่งเส้นทาง	121.98
	3	舞台	เวที	156.68	8	人民	ประชาชน	112.98
	4	主席	ประธานาธิบดี	153.62	9	国家	ประเทศ	111.57
	5	总理	นายกรัฐมนตรี	128.68	10	前行	เดินทาง	110.60
สังคมและวัฒนธรรม	1	中泰	จีน-ไทย	160.93	6	受伤	ได้รับบาดเจ็บ	82.35
	2	曼谷	กรุงเทพฯ	128.73	7	传统	ประเพณีดั้งเดิม	82.00
	3	文化	วัฒนธรรม	127.49	8	国家	ประเทศ	76.68
	4	文学	วรรณกรรม	99.18	9	发展	การพัฒนา	76.12
	5	活动	กิจกรรม	85.20	10	政府	รัฐบาล	75.09
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	1	海洋	ทะเล	79.10	6	创新	นวัตกรรม	63.33
	2	塑料	พลาสติก	67.85	7	绿色经济	เศรษฐกิจสีเขียว	53.30
	3	合作	ความร่วมมือ	66.53	8	国家公园	อุทยานแห่งชาติ	52.67
	4	科技	วิทยาศาสตร์เทคโนโลยี	64.09	9	垃圾	ขยะ	52.67
	5	树林	ป่าไม้	63.56	10	政府	รัฐบาล	52.67
การศึกษา	1	中文	ภาษาจีน	72.13	6	广西	กว่างซี	51.24
	2	技术	เทคโนโลยี	66.40	7	电力	พลังงานไฟฟ้า	48.94
	3	鲁班工坊	ศูนย์ฝึกหัดญี่ปุ่น	56.97	8	孔子学院	สถาบันขงจื้อ	44.55
	4	职业	อาชีพ	53.78	9	共建	ร่วมกันสร้าง	40.68
	5	合作	ความร่วมมือ	53.19	10	培训	ฝึกอบรม	39.73
สาธารณสุข	1	接种	ฉีดวัคซีน	5.01	6	国家	ประเทศ	3.89
	2	医院	โรงพยาบาล	4.62	7	国药	ซิโนฟาร์ม	3.89
	3	疫苗	วัคซีน	4.47	8	科兴	ซิโนแวค	3.89
	4	5G	เครือข่ายสื่อสาร ไร้สายยุคที่ 5	3.89	9	迅速	รวดเร็ว	3.89
	5	新冠	โควิด-19	3.89	10	支持	สนับสนุน	3.89

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ประเภทข่าว	ลำดับ	คำสำคัญ	ความหมาย	ค่าTF-IDF	ลำดับ	คำสำคัญ	ความหมาย	ค่าTF-IDF
อื่น ๆ	1	冬奥会	โอลิมปิกฤดูหนาว	40.95	6	滑雪	สกี	27.32
	2	运动员	นักกีฬา	36.43	7	选手	ผู้เข้าแข่งขัน	25.91
	3	参加	เข้าร่วม	33.69	8	亚洲	เอเชีย	25.91
	4	比赛	การแข่งขัน	32.25	9	中国主席	ประธานาธิบดีจีน	25.91
	5	北京	ปักกิ่ง	29.11	10	国际	นานาชาติ	22.59

ด้านเศรษฐกิจ

ผลการสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF จากข่าวเศรษฐกิจของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน ที่กล่าวถึงประเทศไทย พบว่าคำที่มีค่าสูง ได้แก่ “汽车 (รถยนต์)” “游客 (นักท่องเที่ยว)” “经济 (เศรษฐกิจ)” “发展 (การพัฒนา)” “合作 (ความร่วมมือ)” “市场 (ตลาด)” “国家企业 (รัฐวิสาหกิจ)” “铁路 (รถไฟ)” “项目 (โครงการ)” และ “国际 (นานาชาติ)” คำเหล่านี้สะท้อนประเด็นหลักที่สื่อจีนให้ความสำคัญ ในการนำเสนอประเทศไทยในด้านเศรษฐกิจ เมื่อวิเคราะห์การปรากฏของคำสำคัญพบว่า คำว่า “汽车 (รถยนต์)” มีค่า TF-IDF สูงที่สุด แสดงให้เห็นความโดดเด่นของประเด็นอุตสาหกรรมยานยนต์ของไทย ที่ถูกนำเสนอในข่าว โดยเนื้อหาข่าวมุ่งเน้นรายงานเกี่ยวกับการลงทุนของผู้ประกอบการจีน การผลิตยานยนต์ไฟฟ้า (EV) การจัดตั้งโรงงาน ตลอดจนบทบาทของประเทศไทยในฐานะฐานการผลิตยานยนต์ที่สำคัญ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การรายงานดังกล่าวปรากฏอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 เป็นต้นมา ซึ่งสอดคล้องกับการขยายการลงทุนของบริษัทยานยนต์จีนในต่างประเทศ ภายใต้นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าและการขยายความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน ประกอบกับประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานด้านอุตสาหกรรมยานยนต์ที่เข้มแข็ง และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การปรับลดภาษีนำเข้ารถยนต์ทั้งคัน และ การให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีสำหรับชิ้นส่วนที่นำมาประกอบรถยนต์ไฟฟ้า ในประเทศ เป็นต้น ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลให้ประเทศไทยถูกนำเสนอในฐานะพื้นที่ที่มีศักยภาพ และมีความพร้อมสำหรับการเป็นฐานการลงทุนและการผลิตยานยนต์ไฟฟ้าของจีน

คำว่า “游客 (นักท่องเที่ยว)” มีค่า TF-IDF รองลงมา สื่อจีนนำเสนอการท่องเที่ยวไทยในฐานะกลไกสำคัญในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภายหลังการเปิดประเทศ และการผ่อนคลายมาตรการควบคุมการเดินทางระหว่างประเทศ เนื้อหาข่าวจำนวนมากเน้นย้ำประเด็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนมา ยังประเทศไทยซึ่งมีบทบาทต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยอย่างมาก เมื่อวิเคราะห์บริบทการใช้คำดังกล่าว พบว่า ข่าวมักกล่าวถึงเมืองท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต ซึ่งถูกนำเสนอ ในฐานะจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวจีน นอกจากนี้ คำว่า “经济 (เศรษฐกิจ)” “发展 (การพัฒนา)” และ “市场 (ตลาด)” สะท้อนกรอบการนำเสนอที่เน้นภาพ

ประเทศไทยในฐานะประเทศ ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ และเป็นตลาดสำคัญของจีนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คำเหล่านี้มักปรากฏร่วมกับคำที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์ ได้แก่ “合作 (ความร่วมมือ)” “国家企业 (รัฐวิสาหกิจ)” “铁路 (รถไฟ)” “国际 (นานาชาติ)” และ “项目 (โครงการ)” แสดงให้เห็นถึงการเน้นย้ำความสัมพันธ์ไทย-จีนในด้านความร่วมมือทางเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐาน

เมื่อพิจารณาบริบทของเนื้อหาข่าว พบว่าคำสำคัญดังกล่าวมักปรากฏร่วมกับความร่วมมือต่าง ๆ เช่น “RCEP” “澜湄合作 (ความร่วมมือล้านช้าง-แม่โขง)” และ “大湄公河次区域合作 (ความร่วมมือลุ่มแม่น้ำโขง)” เป็นต้น ตลอดจนคำที่เกี่ยวข้องกับโครงการโครงสร้างพื้นฐาน เช่น “高铁 (รถไฟความเร็วสูง)” และ “中老铁路 (รถไฟจีน-ลาว)” เป็นต้น เนื้อหาข่าวสะท้อนกรอบการนำเสนอที่ เชื่อมโยงประเทศไทยเข้ากับเครือข่ายความร่วมมือทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคจีนที่มีบทบาทสำคัญ

คำสำคัญที่ปรากฏในข่าวเศรษฐกิจแม้จะไม่ได้สะท้อนภาพลักษณ์โดยตรง หากแต่เมื่อวิเคราะห์ การปรากฏร่วมและบริบทการใช้ พบว่าคำเหล่านี้เชื่อมโยงกับกรอบการนำเสนอที่วางประเทศไทยไว้ในฐานะ การผลิตภาคอุตสาหกรรมและจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของภูมิภาค พร้อมทั้ง เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายความร่วมมือทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาคที่จีนมีบทบาทหลัก กรอบดังกล่าว จึงมีส่วนประกอบในการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะประเทศที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และเป็นหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ของจีน

ด้านการเมือง

ผลการสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF จากข่าวการเมือง พบว่าคำที่มีค่าสูง ได้แก่ “力量 (พลัง)” “合作 (ความร่วมมือ)” “舞台 (เวที)” “主席 (ประธานาธิบดี)” “总理 (นายกรัฐมนตรี)” “东盟 (อาเซียน)” “一带一路 (หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง)” “人民 (ประชาชน)” “国家 (ประเทศ)” และ “前行 (เดินหน้า)” คำเหล่านี้มักปรากฏในประเด็นการนำเสนอที่เกี่ยวข้องกับบทบาทของผู้นำ ความร่วมมือระหว่าง ประเทศ และการมีส่วนร่วมของประเทศไทยในบริบทการเมืองระดับภูมิภาค

คำว่า “力量 (พลัง)” “合作 (ความร่วมมือ)” “舞台 (เวที)” “人民 (ประชาชน)” “国家 (ประเทศ)” และ “前行 (เดินหน้า)” ปรากฏในบริบทที่เกี่ยวกับการพัฒนาและความร่วมมือระหว่าง ประเทศ สะท้อนแนวโน้มการนำเสนอที่ให้ความสำคัญกับบทบาท และการมีส่วนร่วมของประเทศไทย ในระดับภูมิภาค ขณะที่คำว่า “东盟 (อาเซียน)” และ “一带一路 (หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง)” แสดงถึง การเชื่อมโยงประเด็นข่าวเข้ากับกรอบความร่วมมือระดับภูมิภาคที่เกี่ยวข้องกับจีน

คำว่า “主席 (ประธานาธิบดี)” และ “总理 (นายกรัฐมนตรี)” ในบริบทข่าวการเมืองมีลักษณะ ของการเน้นปฏิสัมพันธ์ระดับผู้นำ ซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ทางการเมืองระหว่างรัฐในบริบทความร่วมมือ ระหว่างประเทศ คำสำคัญที่ปรากฏในข่าวการเมืองสะท้อนแนวโน้มการนำเสนอประเทศไทยในฐานะ ประเทศ ที่มีบทบาทในความร่วมมือทางการเมืองระดับภูมิภาค โดยเชื่อมโยงกับกรอบความร่วมมือระหว่าง ประเทศ และการปฏิสัมพันธ์ระดับผู้นำ ซึ่งเน้นย้ำความสัมพันธ์ไทย-จีนในบริบทความร่วมมือทางการเมือง

ด้านสังคมและวัฒนธรรม

ผลการสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF จากข่าวสังคมและวัฒนธรรมพบว่าคำที่มีค่าสูง ได้แก่ “中泰 (จีน-ไทย)” “曼谷 (กรุงเทพฯ)” “文化 (วัฒนธรรม)” “文学 (วรรณกรรม)” “活动 (กิจกรรม)” “受伤 (ได้รับบาดเจ็บ)” “传统 (ประเพณีดั้งเดิม)” “国家 (ประเทศ)” “发展 (พัฒนา)” และ “政府 (รัฐบาล)” คำเหล่านี้มักปรากฏในข่าวที่นำเสนอเกี่ยวกับปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศ การจัดกิจกรรม และการพัฒนาด้านศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนเหตุการณ์ทางสังคมในประเทศไทย

คำว่า “文化 (วัฒนธรรม)” “文学 (วรรณกรรม)” “活动 (กิจกรรม)” และ “传统 (ประเพณีดั้งเดิม)” มีค่า TF-IDF สูง ชี้ให้เห็นว่าประเด็นด้านวัฒนธรรมและศิลปวรรณกรรมเป็นหัวข้อที่ปรากฏอย่างต่อเนื่องในข่าว ตัวอย่างเนื้อหาที่ถูกรายงาน ได้แก่ การนำเสนอเทศกาลตรุษจีนในประเทศไทย เทศกาลสงกรานต์ และ เทศกาลลอยกระทง ในส่วนของข่าวเกี่ยวกับวรรณกรรม พบการกล่าวถึงการแปลและการเผยแพร่วรรณกรรมจีนในประเทศไทย โดยเฉพาะผลงานของ 鲁迅 (หลู่ซวี่น) 矛盾 (เหม่าตุน) 郭沫若 (กัวโม่วระ่ว) และ 老舍 (เหลาเส่อ) โดยข่าวนำเสนอเกี่ยวกับการเผยแพร่วรรณกรรมจีนในประเทศไทย

ประเด็นด้านสังคมและวัฒนธรรมมักปรากฏร่วมกับคำว่า “国家 (ประเทศ)” “政府 (รัฐบาล)” และ “发展 (พัฒนา)” แสดงให้เห็นการอธิบายกิจกรรมทางวัฒนธรรมในกรอบที่เชื่อมโยงกับบทบาทของรัฐและการพัฒนาสังคม ทั้งนี้ ข่าวมีทั้งการนำเสนอศิลปวัฒนธรรมไทยในจีนและศิลปวัฒนธรรมจีนในไทย โดยเฉพาะในช่วงหลังโควิด-19 ที่มีการจัดกิจกรรมความร่วมมือด้านวัฒนธรรมระหว่างหน่วยงานของทั้งสองประเทศอย่างต่อเนื่อง

การปรากฏของคำว่า “受伤 (ได้รับบาดเจ็บ)” แสดงให้เห็นว่า ข่าวสังคมบางส่วนรายงานเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อบุคคลหรือชุมชน เช่น อุบัติเหตุ ภัยพิบัติ หรือเหตุการณ์สะเทือนขวัญ เป็นต้น ซึ่งเป็นอีกมิติหนึ่งของการนำเสนอประเด็นสังคมไทยในสื่อจีน

ข่าวด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ปรากฏในสื่อจีนมีลักษณะเด่นสองประการ ได้แก่ การนำเสนอประเทศไทยในฐานะประเทศที่มีวัฒนธรรมและประเพณีซึ่งได้รับการกล่าวถึงอย่างต่อเนื่อง และการรายงานประเด็นปัญหาทางสังคมบางประการ โดยภาพรวมข่าวหมวดนี้มีแนวโน้มเชิงบวกเป็นหลัก ขณะที่การนำเสนอเหตุการณ์เชิงลบ เช่น อุบัติเหตุ ภัยพิบัติ เป็นต้น ปรากฏในสัดส่วนที่น้อยกว่าและมักเกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน

ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ผลการสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF จากข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พบว่าคำที่มีค่าสูง ได้แก่ “海洋 (ทะเล)” “塑料 (พลาสติก)” “合作 (ความร่วมมือ)” “科技 (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี)” “树林 (ป่าไม้)” “创新 (นวัตกรรม)” “绿色经济 (เศรษฐกิจสีเขียว)” “国家公园 (อุทยานแห่งชาติ)” “垃圾 (ขยะ)” และ “政府 (รัฐบาล)” คำเหล่านี้สะท้อนแนวโน้มการนำเสนอที่เชื่อมโยงประเด็นด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมเข้ากับการพัฒนาและการบริหารจัดการทรัพยากรของประเทศไทย

คำว่า “海洋 (ทะเล)” มีค่า TF-IDF สูงสุดในหมวดข่าววิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สะท้อนการเน้นย้ำประเด็นด้านทรัพยากรทางทะเล เมื่อพิจารณาเนื้อหาข่าวโดยละเอียดพบว่ามุ่งนำเสนอเรื่องการวิจัยทางทะเลและการจัดการสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ขณะเดียวกัน คำว่า “树林 (ป่าไม้)” และ “国家公园 (อุทยานแห่งชาติ)” ปรากฏในบริบทของการรายงานด้านทรัพยากรธรรมชาติและมาตรการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

คำว่า “合作 (ความร่วมมือ)” “科技 (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี)” “创新 (นวัตกรรม)” “绿色经济 (เศรษฐกิจสีเขียว)” และ “政府 (รัฐบาล)” มักปรากฏร่วมกันในบริบทความร่วมมือด้านการวิจัย เทคโนโลยีสีเขียว และนโยบายด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีภาครัฐเป็นกลไกสำคัญในการดำเนินงาน

คำว่า “塑料 (พลาสติก)” และ “垃圾 (ขยะ)” ถูกนำเสนอในบริบทของการจัดการพลาสติกและขยะ โดยสื่อจีนมองประเด็นดังกล่าวว่าเป็นปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศไทย ที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญ และดำเนินการแก้ไขอย่างจริงจัง

ด้านการศึกษา

ผลการสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF จากข่าวการศึกษาพบว่าคำที่มีค่าสูงได้แก่ “中文 (ภาษาจีน)” “技术 (เทคโนโลยี)” “鲁班工坊 (ศูนย์ฝึกทักษะหลู่ปิ่น)” “职业 (อาชีพ)” “合作 (ความร่วมมือ)” “广西 (กว่างซี)” “电力 (พลังงานไฟฟ้า)” “孔子学院 (สถาบันขงจื่อ)” “共建 (ร่วมกันสร้าง)” และ “培训 (การฝึกอบรม)” คำเหล่านี้สะท้อนแนวโน้มการนำเสนอที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการศึกษาในบริบทความร่วมมือไทย-จีน โดยเฉพาะด้านการเรียนการสอนภาษาจีน การยกระดับทักษะทางอาชีพและเทคโนโลยี

คำว่า “中文 (ภาษาจีน)” มีค่า TF-IDF สูงสุดในข่าวหมวดการศึกษา สะท้อนให้เห็นว่าสื่อจีนให้ความสำคัญกับประเด็นการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทยอย่างเด่นชัด นอกจากนี้ การปรากฏร่วมของคำว่า “孔子学院 (สถาบันขงจื่อ)” ยังบ่งชี้ถึงบทบาทของสถาบันดังกล่าวในการส่งเสริมและเผยแพร่ภาษาและวัฒนธรรมจีนในต่างประเทศอีกด้วย

คำว่า “鲁班工坊 (ศูนย์ฝึกทักษะหลู่ปิ่น)” “职业 (อาชีพ)” และ “培训 (การฝึกอบรม)” ในข่าวนำเสนอประเด็นด้านการพัฒนาทักษะวิชาชีพ โดยข่าวระบุว่าศูนย์ฝึกทักษะหลู่ปิ่นในประเทศไทยเป็นศูนย์ฝึกทักษะแห่งแรกของจีนที่จัดตั้งขึ้นในต่างประเทศ มีเป้าหมายในการผลิตบุคลากรที่มีทักษะสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานยุคใหม่ ศูนย์ดังกล่าวถูกรายงานในฐานะกลไกสำคัญในการถ่ายทอด องค์ความรู้และเทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการยกระดับศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ของประเทศไทย

คำว่า “技术 (เทคโนโลยี)” “电力 (พลังงานไฟฟ้า)” และ “合作 (ความร่วมมือ)” และ “共建 (ร่วมกันสร้าง)” นำเสนอร่วมมือในด้านการศึกษา โดยเชื่อมโยงการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เข้ากับโครงการด้านเทคโนโลยี อุตสาหกรรม และโครงสร้างพื้นฐาน

คำว่า “广西 (กว่างซี)” มักปรากฏควบคู่กับบริบทความร่วมมือด้านเทคโนโลยี อุตสาหกรรม และอาชีวศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยชาวมักนำเสนอบทบาทของกว่างซีในฐานะพื้นที่จัดงาน China-ASEAN Expo และเวทีความร่วมมือจีน-อาเซียนด้านต่าง ๆ ชาวลายจีนยังกล่าวถึงโครงการความร่วมมือด้านการพัฒนาทักษะวิชาชีพระหว่างจีนกับประเทศไทยที่มีฐานดำเนินงานอยู่ในกว่างซี สะท้อนบทบาทของพื้นที่ดังกล่าวในการขับเคลื่อนความร่วมมือจีน-ไทย และจีน-อาเซียนอย่างเป็นรูปธรรม

ด้านสาธารณสุข

ผลการสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF จากข่าวสาธารณสุข พบว่าคำที่มีค่าสูง ได้แก่ “接种 (ฉีดวัคซีน)” “医院 (โรงพยาบาล)” “疫苗 (วัคซีน)” “5G (เครือข่ายสื่อสารไร้สายยุคที่ 5)” “新冠 (โควิด-19)” “国家 (ประเทศ)” “国药 (ซิโนฟาร์ม)” “科兴 (ซิโนแวค)” “迅速 (รวดเร็ว)” และ “支持 (สนับสนุน)” สะท้อนให้เห็นว่าสื่อจีนให้ความสำคัญกับประเด็นการจัดการด้านสาธารณสุข โดยเฉพาะมาตรการควบคุมและป้องกันโรคโควิด-19 แม้ว่าสถานการณ์จะคลี่คลายและเข้าสู่ภาวะปกติแล้ว แต่ในปี พ.ศ. 2564 สื่อจีนยังคงนำเสนอข่าวที่เกี่ยวข้องกับการรับมือ การฟื้นฟู และการสนับสนุนด้านสาธารณสุขอย่างต่อเนื่อง

เมื่อพิจารณาน้ำหนักของคำสำคัญ พบว่าคำในหมวดข่าวสาธารณสุขมีค่า TF-IDF โดยรวมต่ำกว่าหมวดข่าวด้านอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม คำว่า “接种 (ฉีดวัคซีน)” สูงสุดในหมวดนี้ แสดงให้เห็นว่าประเด็นการฉีดวัคซีนยังคงเป็นสาระสำคัญของการนำเสนอข่าวด้านสาธารณสุขในช่วงเวลาดังกล่าว ซึ่งประเทศไทยมีการฉีดวัคซีนเพื่อควบคุมการแพร่ระบาด และลดผลกระทบต่อระบบสาธารณสุขและสังคมโดยรวม

คำว่า “医院 (โรงพยาบาล)” “疫苗 (วัคซีน)” “新冠 (โควิด-19)” รวมถึงชื่อวัคซีน “国药 (ซิโนฟาร์ม)” และ “科兴 (ซิโนแวค)” ช่วยตอกย้ำว่ากรอบข่าวยังคงมุ่งเน้นไปที่ระบบบริการสุขภาพ และความร่วมมือด้านวัคซีนระหว่างไทย-จีน

คำว่า “5G (เครือข่ายสื่อสารไร้สายยุคที่ 5)” “迅速 (รวดเร็ว)” และ “支持 (สนับสนุน)” มักถูกใช้ในการนำเสนอเพื่อประกอบสร้างภาพการตอบสนองที่มีประสิทธิภาพของภาครัฐและหน่วยงานทางการแพทย์ โดยภาพลักษณ์ประเทศไทยในข่าวสาธารณสุขถูกนำเสนอในฐานะประเทศที่มีความสามารถในการบริหารจัดการด้านสาธารณสุข และมีความร่วมมือเชิงรุกกับจีนในด้านวัคซีนและการสนับสนุนทางการแพทย์

ด้านอื่น ๆ

ผลการสกัดคำสำคัญด้วยค่า TF-IDF จากข่าวอื่น ๆ พบว่าคำที่มีค่าสูง ได้แก่ “冬奥会 (โอลิมปิกฤดูหนาว)” “运动员 (นักกีฬา)” “参加 (เข้าร่วม)” “比赛 (การแข่งขัน)” “北京 (ปักกิ่ง)” “国家 (ประเทศ)” “滑雪 (สกี)” “选手 (ผู้เข้าแข่งขัน)” “亚洲 (เอเชีย)” “中国主席 (ประธานาธิบดี)” และ “国际 (นานาชาติ)” คำเหล่านี้ในเนื้อหาข่าวรายงานเกี่ยวกับการแข่งขันกีฬา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการแข่งขันโอลิมปิกฤดูหนาวที่ปักกิ่ง ซึ่งเป็นเหตุการณ์สำคัญของประเทศจีนและได้รับพื้นที่นำเสนอข่าวเป็นอย่างมาก

จากการวิเคราะห์คำสำคัญและเนื้อหาข่าวพบว่า การนำเสนอข่าวในด้านนี้กล่าวถึงประเทศไทยในบริบทของเหตุการณ์ระดับนานาชาติที่จีนมีบทบาทสำคัญ สื่อจีนนำเสนอประเทศไทยในฐานะประเทศผู้เข้าร่วม การแข่งขันกีฬา และในฐานะประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีความเชื่อมโยงกับจีน ในเวทีนานาชาติ

จากคำสำคัญที่มีค่า TF-IDF สูงในทุกประเภทข่าวเห็นได้ชัดว่า หนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันวางกรอบการนำเสนอประเทศไทยในฐานะประเทศที่มีความสัมพันธ์อันดี และมีความร่วมมือที่หลากหลายกับจีน ดังจะเห็นได้จากคำว่า “合作 (ความร่วมมือ)” ซึ่งมีค่า TF-IDF สูงในหลายประเภทข่าว เช่น ข่าวเศรษฐกิจ การเมือง วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และการศึกษา เป็นต้น การปรากฏของคำดังกล่าวมักเชื่อมโยงกับบทบาทของรัฐ และความร่วมมือเชิงโครงสร้างในระดับนโยบาย ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่ปรากฏในข่าว มีลักษณะเชิงบวก โดยถูกวางกรอบในฐานะประเทศคู่ความร่วมมือในระดับนโยบาย

เมื่อนำคำจากคลังข้อมูลทั้งหมดมาจัดเรียงตามค่า TF-IDF จากมากไปน้อย โดยไม่แบ่งตามประเภทข่าว เพื่อวิเคราะห์แนวโน้มประเด็นสำคัญในระดับคลังข้อมูลโดยรวม ผู้วิจัยได้คัดเลือกคำสำคัญ 30 อันดับแรกมาใช้ในการวิเคราะห์ เนื่องจากคำในช่วงลำดับดังกล่าวยังคงมีค่าน้ำหนักสูง และสะท้อนประเด็นหลักของเนื้อหาได้อย่างชัดเจน ขณะเดียวกัน การกำหนดขอบเขตที่ 30 คำยังช่วยลดความซ้ำซ้อนเชิงความหมาย และหลีกเลี่ยงการรวมคำที่มีนัยสำคัญลดลง จึงเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์แนวโน้มในระดับภาพรวม (Macro-level analysis) ผลการวิเคราะห์พบว่าคำที่มีค่า TF-IDF สูงสุด 30 อันดับแรกปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการสกัดคำสำคัญของข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันช่วง พ.ศ. 2564-2567

ลำดับ	คำสำคัญ	ความหมาย	ค่าTF-IDF	ลำดับ	คำสำคัญ	ความหมาย	ค่าTF-IDF
1	汽车	รถยนต์	851.27	16	旅游	การท่องเที่ยว	500.08
2	合作	ความร่วมมือ	737.59	17	增长	การเติบโต	497.84
3	游客	นักท่องเที่ยว	709.10	18	出口	การส่งออก	491.25
4	经济	เศรษฐกิจ	703.74	19	老挝	ประเทศลาว	478.84
5	发展	การพัฒนา	656.97	20	投资	การลงทุน	475.88
6	市场	ตลาด	608.51	21	力量	พลัง	470.25
7	国际	นานาชาติ	592.25	22	共建	ร่วมกันพัฒนา	468.17
8	项目	โครงการ	583.78	23	泰铢	เงินบาท	455.84
9	东盟	อาเซียน	562.34	24	运输	การขนส่ง	450.36
10	曼谷	กรุงเทพฯ	561.64	25	贸易	การค้า	443.72

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ลำดับ	คำสำคัญ	ความหมาย	ค่าTF-IDF	ลำดับ	คำสำคัญ	ความหมาย	ค่าTF-IDF
11	国家企业	รัฐวิสาหกิจ	558.68	26	电动	พลังงานไฟฟ้า	407.36
12	铁路	ทางรถไฟ	550.05	27	产业	อุตสาหกรรม	393.88
13	水果	ผลไม้	524.19	28	主席	ประธาน	392.74
14	榴莲	ทุเรียน	515.71	29	建设	การพัฒนา	392.09
15	政府	รัฐบาล	513.91	30	地区	ภูมิภาค	371.45

จากผลการวิเคราะห์คำสำคัญที่มีค่า TF-IDF สูงสุด 30 อันดับแรก ร่วมกับการพิจารณาเนื้อหาข่าวที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปกรอบการนำเสนอประเทศไทยในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันได้เป็น 4 กรอบหลัก ดังนี้

1. การเติบโตทางเศรษฐกิจผ่านการเชื่อมโยงภูมิภาค ข่าวในหนังสือพิมพ์ดังกล่าวนำเสนอประเทศไทยในฐานะประเทศที่ขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจ ผ่านการเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐาน การค้าและความร่วมมือในระดับภูมิภาค โดยเฉพาะในบริบทของความร่วมมือกับจีนและประเทศเพื่อนบ้าน กรอบนี้ปรากฏอย่างเด่นชัดจากการกระจุกตัวของคำสำคัญที่มีค่า TF-IDF สูง และจากรูปแบบการปรากฏร่วมกันของคำ ซึ่งสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ลักษณะสำคัญ ดังนี้

1.1 กลุ่มคำด้านการเจริญเติบโตด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ “经济 (เศรษฐกิจ)” “市场 (ตลาด)” “发展 (การพัฒนา)” และ “增长 (การเติบโต)” คำเหล่านี้ปรากฏในเนื้อหาเชิงบวก สื่อถึงการพัฒนาการเติบโต และการเคลื่อนไปข้างหน้า สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยถูกจัดวางภาพลักษณ์ให้เป็นประเทศที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

1.2 กลุ่มคำสำคัญด้านความร่วมมือทางการค้าและการลงทุน สามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ด้าน ได้แก่

(1) ความร่วมมือในการส่งออกสินค้าทางการเกษตรผ่านโครงสร้างพื้นฐาน คำสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ “铁路 (ทางรถไฟ)” “运输 (การขนส่ง)” “老挝 (ประเทศลาว)” “出口 (การส่งออก)” “贸易 (การค้า)” “水果 (ผลไม้)” “榴莲 (ทุเรียน)” “东盟 (อาเซียน)” และ “地区 (ภูมิภาค)” เนื้อหาข่าวจำนวนมากมุ่งเน้นการนำเสนอความสำเร็จของโครงการรถไฟความเร็วสูงจีน-ลาว ซึ่งเป็นโครงสร้างพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์ในการเชื่อมโยงการค้าในภูมิภาคอาเซียน สะท้อนการจัดวางโครงสร้างพื้นฐานของจีน ในฐานะกลไกสนับสนุนการเติบโตของประเทศเพื่อนบ้าน ภายใต้กรอบการรายงานดังกล่าว ประเทศไทยถูกวางตำแหน่งให้เป็น “ผู้ได้รับประโยชน์” จากความสำเร็จของโครงการดังกล่าว โดยเฉพาะในด้านของการส่งออกทุเรียนไปยังจีน ซึ่งถูกนำเสนอในฐานะผลลัพธ์ของการพัฒนาระบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

(2) ความร่วมมือด้านการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่ของจีนในไทย คำสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ “投资 (การลงทุน)” “合作 (ความร่วมมือ)” “项目 (โครงการ)” “汽车 (รถยนต์)” “电动 (พลังงานไฟฟ้า)” “产业 (อุตสาหกรรม)” “建设 (การพัฒนา)” “国家企业 (รัฐวิสาหกิจ)” เนื้อหาข่าว มุ่งเน้นรายงานเกี่ยวกับการลงทุนของบริษัทจีนในอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย โดยปรากฏชื่อบริษัทที่เข้ามาลงทุน เช่น BYD, GWM, Changan Automobile, GAC AION และ SAIC Motor

2. ประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน นำเสนอประเทศไทยในฐานะประเทศจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้าไทยเป็นจำนวนมาก ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลาย คำสำคัญที่มักปรากฏในข่าวและสะท้อนกรอบดังกล่าว ได้แก่ “旅游 (การท่องเที่ยว)” “游客 (นักท่องเที่ยว)” และ “泰铢 (เงินบาท)” ในบรรดาสถานที่ท่องเที่ยวที่ถูกกล่าวถึง “曼谷 (กรุงเทพฯ)” ปรากฏด้วยความถี่สูงสุด สะท้อนการจัดวางให้กรุงเทพฯ เป็นศูนย์กลางเชิงสัญลักษณ์ของการเดินทางมายังประเทศไทย นอกจากนี้ กรุงเทพฯ ยังปรากฏบ่อยในข่าวเศรษฐกิจและสังคม ที่นำเสนอเกี่ยวกับสถานที่ในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ส่งผลให้ค่า TF-IDF มีค่าสูงติดอันดับ 10 คำแรก

3. ความสัมพันธ์ทวิภาคีไทย-จีนในฐานะหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์ หนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน นำเสนอประเทศไทยในกรอบของความร่วมมือทวิภาคีกับประเทศจีนอย่างต่อเนื่องในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สังคมวัฒนธรรม และสาธารณสุข การปรากฏของคำว่า “合作 (ความร่วมมือ)” ในระดับความถี่และค่า TF-IDF ที่สูง สะท้อนการเน้นย้ำความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศในฐานะหุ้นส่วนที่มีความใกล้ชิดและมีผลประโยชน์ร่วมกัน โดยกรอบดังกล่าวมุ่งเน้นความร่วมมือในระดับรัฐบาล โดยวางตำแหน่งประเทศไทยให้เป็น “ประเทศคู่ความร่วมมือสำคัญ” ของจีนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลให้ภาพลักษณ์ที่ปรากฏมีลักษณะเชิงบวก และสอดคล้องกับวาทกรรมความสัมพันธ์อันดีระหว่างไทย-จีน ซึ่งมักถูกถ่ายทอดผ่านถ้อยคำเชิงสัญลักษณ์ในข่าว เช่น “中泰一家亲 (จีน-ไทยคือครอบครัวเดียวกัน)”

4. บทบาทของประเทศไทยในโครงสร้างความร่วมมือระดับภูมิภาคและพหุภาคี คำสำคัญ เช่น “政府 (รัฐบาล)” “主席 (ประธาน/ผู้นำ)” “国家 (ประเทศ/รัฐ)” “共建 (ร่วมกันสร้าง)” “力量 (พลัง/ศักยภาพ)” “东盟 (อาเซียน)” และ “地区 (ภูมิภาค)” คำเหล่านี้มักปรากฏในบริบทความร่วมมือระดับภูมิภาคและระหว่างประเทศ เนื้อหาข่าวมักเชื่อมโยงประเทศไทยเข้ากับกรอบความร่วมมือพหุภาคี เช่น “RCEP (ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค)” “东盟 (สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้: อาเซียน)” “一带一路 (ข้อริเริ่มหนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง)” และ “GMS (อนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง)” เป็นต้น ประเทศไทยถูกนำเสนอในฐานะส่วนหนึ่งของความร่วมมือระดับภูมิภาคที่จีนมีบทบาทสำคัญ ประกอบสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในฐานะประเทศที่มีความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและยุทธศาสตร์ ในภูมิภาค

เมื่อพิจารณาภาพรวมกรอบข่าวดังกล่าว จะเห็นได้ว่าหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันประกอบ การสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในเชิงบวก โดยเน้นบทบาทด้านเศรษฐกิจ การลงทุน การท่องเที่ยว และความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์กับจีนเป็นสำคัญ โดยภาพลักษณ์ประเทศไทยที่ถูกสร้างสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมีบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ ในโครงสร้างพื้นฐานของภูมิภาค โดยเฉพาะในบริบทความร่วมมือกับจีน ผ่านโครงการรถไฟจีน-ลาว และการเชื่อมโยงการส่งออกสินค้าเกษตรไปยังตลาดจีน ภาพลักษณ์ที่ปรากฏจึงเป็น “ประเทศ ที่ได้รับ ประโยชน์จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจีน” และเป็น “คู่ค้าเกษตรกรรมที่มีศักยภาพ” ภายใต้ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับภูมิภาค

2. ประเทศไทยเป็น “ฐานการผลิตอุตสาหกรรมสมัยใหม่” และเป็นพื้นที่รองรับการขยายตัว ของทุนจีนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ภาพลักษณ์ดังกล่าวเน้นความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน ศักยภาพทางอุตสาหกรรม และความเป็นมิตรต่อการลงทุน

3. ประเทศไทยเป็น “จุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยว” โดยเฉพาะชาวจีน ภายหลัง สถานการณ์โควิด-19 คลี่คลาย ประเทศไทยถูกนำเสนอให้เป็นประเทศที่มีความคึกคัก มีวัฒนธรรมที่น่าสนใจ และมีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภูมิภาค

4. ประเทศไทยเป็น “ประเทศคู่ความร่วมมือของจีน” ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยภาพลักษณ์นี้ มีลักษณะเชิงบวก เน้นความไว้วางใจ ความใกล้ชิด และผลประโยชน์ร่วมกัน

5. ประเทศไทยเป็น “ส่วนหนึ่งของโครงสร้างความร่วมมือที่จีนมีบทบาท” ภาพลักษณ์ที่ปรากฏ คือ ประเทศที่มีความร่วมมือกับประเทศต่างในระดับภูมิภาค และมีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนความร่วมมือ ทางเศรษฐกิจและการพัฒนา

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์การประกอบสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยผ่านการนำเสนอ ข่าวของหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน โดยใช้การวิเคราะห์คำสำคัญด้วยค่า TF-IDF ร่วมกับการตีความ เชิงคุณภาพ ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าการนำเสนอข่าวเกี่ยวกับประเทศไทยมีลักษณะเป็นระบบ และสามารถจำแนกออกเป็นกรอบการนำเสนอหลัก 4 กรอบ ได้แก่ 1) กรอบการเติบโตทางเศรษฐกิจ ผ่านการเชื่อมโยงภูมิภาค 2) กรอบการท่องเที่ยว 3) กรอบความสัมพันธ์ทวิภาคีไทย-จีน และ 4) กรอบ บทบาทของประเทศไทยในโครงสร้างความร่วมมือระดับภูมิภาคและพหุภาคี

เมื่อสังเคราะห์กรอบการนำเสนอข่าว พบว่าสื่อได้ประกอบสร้างภาพประเทศไทย ดังนี้ 1) ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง เป็นประเทศที่ได้รับประโยชน์ จากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของจีน และเป็นคู่ค้าเกษตรกรรมที่มีศักยภาพ 2) ประเทศไทยเป็นฐาน การผลิตอุตสาหกรรมสมัยใหม่ และเป็นพื้นที่รองรับการขยายตัวของทุนจีนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 3) ประเทศไทย เป็นจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน

4) ประเทศไทยเป็นประเทศคู่ความร่วมมือของจีน 5) ประเทศไทยเป็นส่วนหนึ่งของโครงสร้างความร่วมมือที่จีนมีบทบาทนำ

โดยภาพรวม การนำเสนอข่าวมีลักษณะเน้นประเด็นความร่วมมือ การพัฒนา และเสถียรภาพมากกว่าการสะท้อนปัญหาภายในหรือความขัดแย้ง ส่งผลให้ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสื่อจีนปรากฏอย่างต่อเนื่องในเชิงบวก และสอดคล้องกับบริบทความสัมพันธ์ไทย-จีนในระดับภูมิภาค การประกอบสร้างภาพลักษณ์ดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นอย่างเป็นกลาง หากแต่สัมพันธ์กับทิศทางนโยบายและโครงสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่จีนมีบทบาทสำคัญ ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับวาทกรรมทางการทูต “ความร่วมมือที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ร่วมกัน” (合作共赢) ของจีน (Wang Yi, 2024)

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าข่าวในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันมีการนำเสนอภาพเกี่ยวกับประเทศไทยที่ต่างไปจากช่วงก่อนการแพร่ระบาดของสถานการณ์โควิด-19 เมื่อเปรียบเทียบกับผลการศึกษาของ Suleeporn (2020) พบว่าในช่วงก่อนโควิด-19 การรายงานในหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวันมุ่งเน้นมิติความสัมพันธ์เชิงสัญลักษณ์ระหว่างสองประเทศเป็นสำคัญ โดยเน้นการถ่ายทอดภาพความเป็นมิตร ความใกล้ชิด และความผูกพันทางประวัติศาสตร์ผ่านวาทกรรม เช่น “中泰一家亲” ตลอดจนการรายงานบทบาทของผู้นำประเทศและราชวงศ์ไทยในฐานะตัวแทนของมิตรภาพระหว่างรัฐ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของไทย เช่น ความเป็นประเทศที่นับถือศาสนาพุทธ การมีสถาบันพระมหากษัตริย์ และภาพลักษณ์การเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

ในทางตรงกันข้ามผลการศึกษาช่วงหลังโควิด-19 พบว่าการนำเสนอข่าวได้ให้น้ำหนักประเด็นด้านเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐาน และความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์ในระดับภูมิภาคมากขึ้น โดยประเทศไทยถูกจัดวางในฐานะฐานการผลิตและการลงทุนในอุตสาหกรรมใหม่ และเป็นส่วนหนึ่งของกรอบความร่วมมือที่จีนมีบทบาทสำคัญ ภาพลักษณ์ประเทศไทยจึงเปลี่ยนจากการเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดในเชิงอารมณ์และวัฒนธรรม ไปสู่การเป็นประเทศคู่ความร่วมมือของจีนอย่างเด่นชัด

จากผลการวิจัยดังกล่าว ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่ปรากฏในสื่อกระแสหลักของจีน เป็นภาพที่ถูกประกอบสร้างภายใต้กรอบการรับรู้และบริบทเชิงยุทธศาสตร์ของจีน การตระหนักถึงมุมมองดังกล่าวมีความสำคัญต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย ในการทำความเข้าใจว่าประเทศไทยถูกจัดวางบทบาทอย่างไรในสายตาสื่อจีน เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดยุทธศาสตร์การสื่อสารและความร่วมมือระหว่างประเทศ ตลอดจนการกำหนดภาพลักษณ์ของประเทศไทยด้วยตนเองอย่างมีทิศทางและสมดุลในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

1. งานวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อเพียงแหล่งเดียวคือหนังสือพิมพ์ประชาชนรายวัน ดังนั้นการรับรู้ภาพลักษณ์ประเทศไทยที่สะท้อนจากงานวิจัยนี้อาจยังไม่ครอบคลุมมุมมองของสื่อจีนประเภทอื่น การวิจัย ในอนาคตอาจขยายขอบเขตไปสู่การวิเคราะห์ที่รวบรวมข้อมูลจากสื่อหลายประเภท เพื่อให้ได้ความเข้าใจภาพลักษณ์ประเทศไทยอย่างรอบด้านยิ่งขึ้น

2. ชุดคำสำคัญที่ปรากฏในข่าวประเภทต่าง ๆ สามารถนำไปพัฒนาเป็นข้อมูลคำศัพท์สำหรับจัดทำแบบเรียนและสื่อการสอนภาษาจีน เช่น แบบฝึกการอ่านข่าว การแปลข่าว เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย “ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตาชาวจีนยุคหลังโควิด-19: การศึกษาผ่านคลังข้อมูลภาษา” โดยได้รับทุนสนับสนุนทุนวิจัยประจำปีงบประมาณ 2568 จากศูนย์วิจัย ส่งเสริม และถ่ายทอดเทคโนโลยีคณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เอกสารอ้างอิง

- Angkoon, P. (2023). **The agenda setting process of an online entertainment news publication department: Case study: Viral music video of “Lisa Blackpink”** (Master’s thesis), Thammasat University, Bangkok, Thailand. (In Thai)
- Charuek, T. (1998). **Editorial work in publishing**. Chonburi, Thailand: Burapha University. (In Thai)
- Entman, R. M. (1993). Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **Journal of Communication**, 43(4), 51–58.
- Kanchana, K. (2000). **The science of media and cultural studies**. Bangkok, Thailand: Edison Press Products. (In Thai)
- Kanwara, C., & Kewalee, P. (2022). Thailand’s image in Chinese television program: A case study of variety talk show A Bright Word. **Journal of Humanities and Social Sciences Mahasarakham University**, 42(1), 7–21. (In Thai)
- Komsit, K. (2018). The early adult Chinese’s attitude towards tourism image of Thailand, Singapore and Malaysia. **Journal of Thai Hospitality and Tourism**, 13(2), 16–24. (In Thai)
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. **Public Opinion Quarterly**, 36(2), 176–187.
- Miao, D., Wei, Z., & Zhang, Z. (2015). **Principles and applications of Chinese information processing** (Vol. 2). Beijing, China: Tsinghua University Press. (In Chinese)
- Nunnapas, W. (2000). **An analysis of the production process, format, and content of the television program “Kep Tok” on Thai TV Channel 3** (Master’s thesis), Chulalongkorn University, Bangkok, Thailand. (In Thai)

- Peking University Center for Chinese Linguistics. (n.d.). **CCL corpus (Center for Chinese Linguistics corpus)**. Retrieved from <https://ccl.pku.edu.cn/>
- Punnarat, P. (2005). **News reporting and newspaper writing**. Bangkok, Thailand: Chulalongkorn University Press. (In Thai)
- Royal Institute of Thailand. (2011). **The Royal Institute Dictionary** (2011 online ed.). Retrieved from <https://dictionary.orst.go.th/>
- Salton, G., & Buckley, C. (1988). Term-weighting approaches in automatic text retrieval. **Information Processing & Management**, 24(5), 513–523.
- Song, S. (2012). The function of key-words in key-word news. **Journal of Bijie University**, 2001(11), 16–19. [Note: Please verify volume number “2001” – may be a typo] (In Chinese)
- Suleeporn, S. (2020). China’s official media portrayal of Thailand’s national image: A case study of People’s Daily. **Media Culture**, (15), 70–80. (In Chinese)
- Thanthida, K. (2011). **Thailand’s image affecting Singaporean consumers’ attitudes toward Thai products** (Master’s thesis), Bangkok University, Thailand. (In Thai)
- Tissawas, T. (2024). The image of King Bhumibol Adulyadej the Great through the perspective of Swiss writers. **Journal of Letters and Thai Studies**, 46(2), E3123. (In Thai)
- Tsinghua University Natural Language Processing Group. (n.d.). **THULAC: Tsinghua lexical analyzer for Chinese** (Online demo). Retrieved from <https://thulac.thunlp.org/demo>
- Wang, Y. (2024a). **A discourse analysis of the construction of Beautiful China image in China’s mainstream publicity media** (Master’s thesis), Shanxi Normal University, China. (In Chinese)
- Wang, Y. (2024b). **Self-confidence and self-reliance, openness and inclusiveness, fairness and justice, cooperation and win-win: Speech at the 2023 Symposium on the International Situation and China’s Foreign Affairs**. Retrieved January 15, 2026, from https://www.fmprc.gov.cn/wjbzhd/202401/t20240109_11220573.shtml
- Wijit, A. (1991). **Public relations techniques**. Bangkok, Thailand: O.S. Printing House. (In Thai)
- Zhao, X. (2006). Understanding of the concept of national image. **Modern Communication**, 2006(5), 63–65. [Note: Please verify volume number “2006” – may be a typo] (In Chinese)