



นโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีน ในประเทศไทย: กรณีศึกษา เครื่องมือชน-ชาวสด กับสำนักข่าวซินหัว*

ชนพร ช่วยเจริญ**

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในประเทศไทย และศึกษาความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครื่องมือชน-ชาวสดกับสำนักข่าวซินหัว โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สื่อมวลชนจากเครื่องมือชน-ชาวสด ผลการศึกษาพบว่า รัฐบาลจีนให้การสนับสนุนนโยบายด้านสื่อในต่างประเทศเพื่อส่งเสริมการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของชาติ จึงทำให้สื่อมวลชนจีนมีบทบาททางการทูตสาธารณะในการดำเนินนโยบายด้านสื่อดังกล่าว โดยรัฐบาลจีนได้ส่งเสริมให้สื่อมวลชนจีนเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่สื่อไทยผ่านการสร้างความร่วมมือด้านสื่อกับสื่อมวลชนไทยหลากหลายรูปแบบ

กรณีศึกษาที่น่าสนใจ ได้แก่ เครื่องมือชน-ชาวสดกับสำนักข่าวซินหัวที่ปรากฏความร่วมมือด้านสื่ออย่างต่อเนื่องยาวนาน ซึ่งอธิบายได้ด้วยแนวคิดเรื่องสื่อและนโยบายต่างประเทศ อันแสดงให้เห็นว่าความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครื่องมือชน-ชาวสดกับสำนักข่าวซินหัวนั้นเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างสื่อมวลชนไทยและรัฐบาลจีนในการกำหนดวาระความสำคัญของข่าวเกี่ยวกับประเทศจีน โดยเฉพาะการนำเสนอเนื้อหาด้านสังคมและวัฒนธรรมจีนที่รัฐบาลจีนมุ่งเน้นส่งเสริมและเครื่องมือชน-ชาวสดนำมาใช้อย่างแพร่หลาย เพื่อเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศจีนและส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีน

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์ไทย-จีน, สื่อและนโยบายต่างประเทศ, มติชน-ชาวสด, สำนักข่าวซินหัว

*บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่อง "การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศจีนของสื่อมวลชนไทย: กรณีศึกษาเครื่องมือชน-ชาวสดและพีเอ็นเอ็น 16" โดยวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นการศึกษาตามหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

** นิสิตปริญญาโท ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

China media policy in Thailand: A case study of the Matchon-Khaosod Group and Xinhua News Agency*

Thanaphon Chuaycharoen**

Abstract

This article aims to study the media policy of the Chinese government in Thailand and study the media cooperation between the Matchon-Khaosod Group and Xinhua News Agency. The study employs document analysis and interviews with media officials from the Matchon-Khaosod Group. The findings reveal that the Chinese government supports media policies abroad to promote a positive national image, which has led China media to play a significant role in public diplomacy in implementing these policies. The Chinese government has also encouraged China media to engage with the Thai media landscape through various forms of cooperation.

An interesting case study is the long-standing media cooperation between the Matchon-Khaosod Group and Xinhua News Agency, which can be explained through the concept of media and foreign policy. This cooperation illustrates the joint effort between Thai media and the Chinese government to set the news agenda about China. In particular, presenting content related to Chinese society and culture, which the Chinese government actively promotes and which the Matchon-Khaosod Group widely used to disseminate knowledge and information about China and to bridge the Thai-Chinese relations.

Keywords: Thai-Chinese Relations, Media and Foreign Policy, Matchon-Khaosod, Xinhua News Agency

* This research article is based on thesis, "The Disseminating Knowledge and Information about China by Thai Media: The Case Study of Matchon-Khaosod Group and Thai News Network 16". This thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Political Science, Chulalongkorn University.

** MA student in political sciences, Department of international relations, Faculty of Political Sciences, Chulalongkorn University.



บทนำ

ในปัจจุบันนับว่าประเทศไทยและประเทศจีนมีความสัมพันธ์อันใกล้ชิดและมีความร่วมมือเชิงลึกกันในหลากหลายมิติ เช่น มิติทางการเมืองความมั่นคง มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะหลังจากที่มีการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตเมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2518 เป็นต้นมา ส่งผลให้มีการกระชับความสัมพันธ์และขยายความร่วมมือระหว่างประเทศกันมากขึ้น ซึ่งนอกจากการส่งเสริมความสัมพันธ์ระดับรัฐบาลและระดับมณฑลของจีนแล้ว รัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความสัมพันธ์ระดับประชาชน โดยมีชาวไทยเชื้อสายจีนที่มีอยู่จำนวนมากในประเทศไทยเป็นกลุ่มคนที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ด้านสังคมและวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศ จนทำให้เกิดวาทกรรม “จีน-ไทย ใช้อันไกล พึ่งอันใกล้” อันนำมาสู่มิตรภาพที่ดีและการบูรณาการความร่วมมือกันอย่างรอบด้าน (สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง, ม.ป.ป.)

ความร่วมมือด้านสื่อมวลชน เป็นอีกหนึ่งมิติความร่วมมือที่มีการขยายความร่วมมือระหว่างประเทศไทยและประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนจากทั้งรัฐบาลไทยและรัฐบาลจีนในการส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและการสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชนของสองประเทศ (Chia, 2020) โดยเฉพาะความร่วมมือกับสื่อทางการของจีน เช่น กลุ่มสื่อแห่งชาติจีน (China Media Group: CMG) องค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยสถานีโทรทัศน์และสถานีวิทยุ ซึ่งมีความร่วมมือกับสื่อกระแสหลักของไทยหลายแห่ง และมีการดำเนินความร่วมมือหลากหลายรูปแบบ เช่น โครงการแลกเปลี่ยนรายการและบุคลากร ความร่วมมือผลิตข่าวและรายการที่เกี่ยวข้องกับประเทศจีน (สถานีวิทยุซีอาร์ไอไทย, 2553) รวมถึงการขยายพื้นที่สื่อของจีนในประเทศไทยผ่านสำนักข่าวซินหัว (Xinhua News Agency) ซึ่งถูกมองว่าเป็นนโยบายต่างประเทศของจีนที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการลงนามในข้อตกลงแบ่งปันเนื้อหาเกี่ยวกับสื่อมวลชนไทยหลายแห่ง ทำให้สื่อมวลชนไทยนำเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวมาใช้มากขึ้นในการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีน (โจชัว เคอร์ลันท์ซิก, การสัมภาษณ์, 13 เมษายน 2566)

เครื่องมือจีน-ข่าวสด ถือเป็นสื่อกระแสหลักที่ได้รับความนิยมในประเทศไทยและมีความร่วมมือด้านการแลกเปลี่ยนและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารกับสำนักข่าวซินหัวมาอย่างยาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 จนถึงปัจจุบัน โดยสำนักข่าวซินหัวได้ให้การสนับสนุนการแบ่งปันเนื้อหาแก่สื่อในเครือมิชชัน-ข่าวสดไว้สำหรับเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศจีนและแลกเปลี่ยนข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างประเทศ (ข่าวสดออนไลน์, 2562) ด้วยความที่เครือมิชชัน-ข่าวสดเป็นองค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่มีสื่อในเครือทั้งสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ อีกทั้งให้บริการทั้งสื่อภาษาไทยและสื่อภาษาอังกฤษ ดังนั้น การทำข้อตกลงด้านสื่อในลักษณะดังกล่าวกับสำนักข่าวซินหัวจึงทำให้เครือมิชชัน-ข่าวสดนำเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวมาใช้อย่างแพร่หลาย (ชุมฉันทน์ ชำนิประศาสน์ และ คณิศพงษ์ ธนขงศ์จิระ, การสัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2567)

จากประเด็นข้างต้น จึงเป็นที่มาที่ทำให้ผู้เขียนสนใจศึกษานโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในประเทศไทย เนื่องจากเป็นอีกหนึ่งประเด็นในการศึกษาความสัมพันธ์ไทย-จีนที่จะเห็นว่าปัจจุบันมีการขยายความร่วมมือด้านสื่อระหว่างประเทศมากขึ้นตั้งแต่ความร่วมมือด้านสื่อระหว่างรัฐบาล ธุรกิจเอกชน รวมถึงระดับประชาชน ประกอบกับการศึกษา นโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในมุมมองของฝั่งสื่อมวลชนไทยยังมีงานศึกษาค่อนข้างน้อย โดยงานศึกษาที่ผู้เขียนจะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครือมติชน-ข่าวสดกับสำนักข่าวซินหัว เนื่องจากเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจในการศึกษาความร่วมมือด้านสื่อระหว่างสื่อกระแสหลักของไทยกับสำนักข่าวแห่งชาติของจีนที่มีอิทธิพลด้านสื่อในระดับโลก ซึ่งมีความร่วมมือด้านสื่อกันมาอย่างยาวนานและปรากฏความร่วมมือหลากหลายรูปแบบและเป็นวงกว้าง ทั้งนี้ ผู้เขียนคาดหวังว่าการศึกษาในเรื่องนี้จะช่วยในการทำความเข้าใจนโยบายต่างประเทศของจีนด้านสื่อได้มากขึ้น ซึ่งจะเป็นส่วนหนึ่งในการเติมเต็มช่องทางในการศึกษาประเด็นเรื่องความสัมพันธ์ไทย-จีนต่อไป โดยบทความนี้มีข้อเสนอว่านโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนมุ่งเน้นการสื่อสารด้านสังคมและวัฒนธรรมผ่านการสร้างความร่วมมือด้านสื่อกับเครือมติชน-ข่าวสด

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษา นโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครือมติชน-ข่าวสดกับสำนักข่าวซินหัว

ระเบียบวิธีกรวิจัย

บทความนี้ใช้ข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) สื่อมวลชนจากเครือมติชน-ข่าวสดจำนวน 2 ท่าน ได้แก่ นางสาวชুমฉินท์ ชำนิประศาสน์ บรรณาธิการข่าวสดอิงลิช และนายคนธ์พงษ์ ธนขงพิงศ์จิระ ผู้ช่วยบรรณาธิการข่าวสดออนไลน์ เมื่อวันที่ 26 มิถุนายน พ.ศ. 2567 ณ สำนักงานบริษัทข่าวสด จำกัด โดยได้รับอนุญาตให้เปิดเผยชื่อผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์ทั้งสองท่านได้ ซึ่งการสัมภาษณ์ครั้งนี้เป็นการสัมภาษณ์ผ่านข้อคำถามที่เกี่ยวกับความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครือมติชน-ข่าวสดกับสำนักข่าวซินหัว หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัว รวมถึงประโยชน์และอุปสรรคของข้อตกลงด้านสื่อดังกล่าว ประกอบกับการศึกษาข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร (document analysis) ผ่านหนังสือ บทความวิชาการ งานวิจัย และข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนและการศึกษาความร่วมมือด้านสื่อระหว่างสื่อมวลชนไทยและสื่อมวลชนจีน โดยข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครือมติชน-ข่าวสดกับสำนักข่าวซินหัว ขณะที่ข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสารจะนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษา นโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในประเทศไทย ซึ่งข้อมูลทั้งสองส่วนดังกล่าวจะทำให้การศึกษา นโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในประเทศไทย กรณีศึกษาเครือมติชน-ข่าวสดกับสำนักข่าวซินหัว

มีความครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

กรอบทฤษฎีที่ใช้ในการวิเคราะห์

บทความนี้ใช้แนวคิดเรื่อง “สื่อและนโยบายต่างประเทศ” (media and foreign policy) จากงานเขียนของ Laura Neack (2018) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่อใช้ในการอธิบายนโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในประเทศไทย โดยงานเขียนดังกล่าวจำแนกการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสื่อกับผู้กำหนดนโยบายออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ 1) สื่อมีอิทธิพลเหนือกว่าผู้กำหนดนโยบายในการกำหนดวาระความสำคัญของข่าว 2) สื่อและผู้กำหนดนโยบายทำงานร่วมกันในการกำหนดวาระความสำคัญของข่าว 3) ผู้กำหนดนโยบายมีอิทธิพลเหนือกว่าสื่อในการกำหนดวาระความสำคัญของข่าว และ 4) สื่อมีอิทธิพลเหนือกว่าผู้กำหนดนโยบายในการกำหนดวาระความสำคัญของข่าวในกรณีที่ผู้กำหนดนโยบายไม่มีอำนาจควบคุมหรือไม่มีผู้กำหนดนโยบายเชิงรุก ซึ่งความสัมพันธ์แต่ละรูปแบบมีลักษณะที่แตกต่างกันตามอิทธิพลของตัวแสดงต่อการกำหนดวาระความสำคัญของข่าว รวมถึงการกำหนดอภิปรายสาธารณะและวาระทางสังคม โดยในบทความนี้ผู้เขียนจะพิจารณาเฉพาะรูปแบบที่สอง คือ สื่อและผู้กำหนดนโยบายทำงานร่วมกันในการกำหนดวาระความสำคัญของข่าว มาใช้เป็นกรอบแนวทางในการศึกษา เนื่องจากเป็นรูปแบบที่สอดคล้องกับการศึกษานโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในประเทศไทยผ่านการศึกษาความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครือมิตรชน-ชาวสตกับสำนักข่าวซินหัว ดังที่จะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

นโยบายด้านสื่อและบทบาททางการทูตของสื่อจีน

นโยบายด้านสื่อ (media policy) ถือเป็นหนึ่งในนโยบายต่างประเทศที่รัฐบาลจีนให้ความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากรัฐบาลจีนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของชาติ (national image) สำหรับการผงาดขึ้นอย่างสันติ (peaceful rise) ท่ามกลางความคิดเห็นที่ดีของสังคมระหว่างประเทศ โดยรัฐบาลจีนมองว่าการส่งเสริมนโยบายด้านสื่อและเทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับชาติจีน (Ding, 2011) ประกอบกับรัฐบาลจีนตระหนักถึงความสำคัญของสื่อในยุคโลกาภิวัตน์และมีความกังวลว่าที่ผ่านมารัฐบาลจีนได้ให้การสนับสนุนนโยบายด้านสื่อมากขึ้น ด้วยการส่งเสริมสื่อจีนออกไปสู่สากล (go global) เพื่อพัฒนาศักยภาพของสื่อจีนให้สามารถแข่งขันกับสื่อตะวันตกได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อให้จีนมีอำนาจเชิงวาทกรรม (discursive power) มากขึ้นในการสื่อสารเรื่องราวและเผยแพร่ค่านิยมความเชื่อของตนในระดับโลก (Sun, 2010)

รัฐบาลจีนได้ลงทุนในการทูตสาธารณะมากขึ้น โดยใช้สื่อจีน (China media) เป็นเครื่องมือทางการทูตสาธารณะในการดำเนินนโยบายต่างประเทศ เพื่อบรรลุผลประโยชน์ของชาติจีนในต่างประเทศ (Hartig, 2016) สื่อจีนจึงได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริม

ซอฟต์แวร์จีน เพื่อช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของชาติและฟื้นฟูอำนาจทางวัฒนธรรมของจีนที่กำลังประสบปัญหา (Flew, 2016) โดยทำหน้าที่ในการเผยแพร่เรื่องราวเชิงบวกเกี่ยวกับประเทศจีนเพื่อส่งเสริมความคิดเห็นที่ดีของต่างชาติ และร่วมสร้างแบรนด์แห่งชาติ (national branding) ซึ่งเป็นส่วนสำคัญของการสื่อสารทางการเมืองของรัฐบาลจีน (Wu, Thomas, and Yu, 2021) อย่างไรก็ตาม นโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนถูกมองว่าเป็นส่วนหนึ่งของการขยายอิทธิพลด้านสื่อและวัฒนธรรมของจีนในระดับโลก เพื่อต่อต้านลัทธิจักรวรรดินิยมวัฒนธรรมและสื่อ (cultural and media imperialism) ที่นำโดยสหรัฐอเมริกา (Sparks, 2015)

นโยบายต่างประเทศด้านสื่อของรัฐบาลจีนมักจะดำเนินการผ่านการใช้สื่อของรัฐ (state media) ซึ่งเป็นองค์กรสื่อขนาดใหญ่ที่มีสื่อหลากหลายประเภทเข้าไปสร้างความร่วมมือกับสื่อของต่างประเทศไม่ว่าจะเป็นสื่อของรัฐบาลหรือสื่อของเอกชน โดยเฉพาะการใช้สื่อโทรทัศน์ สื่อวิทยุ และสื่อข่าวของจีนเข้าไปมีส่วนร่วมในพื้นที่สื่อของต่างประเทศเพื่อสร้างอิทธิพลต่อมติมหาชน (public opinion) และสื่อในประเทศเหล่านั้น ซึ่งการสร้างอิทธิพลด้านสื่อของจีนจะดำเนินการผ่านกลยุทธ์สามด้าน ได้แก่ สถาบันสื่อ การปฏิบัติงานด้านสื่อ และเจ้าหน้าที่สื่อมวลชน โดยรัฐบาลจีนจะให้การสนับสนุนโครงการแลกเปลี่ยนความร่วมมือด้านสื่อต่าง ๆ กับทั้งองค์กรสื่อขนาดใหญ่ไปจนถึงสื่อของท้องถิ่น การลงทุนในทรัพยากรมนุษย์ (human capital) ผ่านการฝึกอบรมและให้ทุนการศึกษาด้านสื่อแก่สื่อมวลชนและประชาชนต่างชาติ การถ่ายทอดเทคโนโลยีสารสนเทศและแนวปฏิบัติด้านสื่อของจีน รวมถึงการสร้างเครือข่ายสื่อจีนและการจัดตั้งสำนักงานของสื่อจีนในประเทศเหล่านั้น ซึ่งถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่าเป็นความร่วมมือที่มุ่งเน้นการส่งเสริมทางวัฒนธรรมและการเมืองของจีน และเพื่อสร้างบุคลากรสื่อที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อจีนมากขึ้น (Leslie, 2016)

รัฐบาลจีนเข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อจีนในช่วงคริสต์ศตวรรษที่ 21 เป็นต้นมา โดยรัฐบาลจีนต้องการยกระดับความสามารถด้านการสื่อสารของจีนและขยายช่องทางการใช้ซอฟต์แวร์จีนในระดับโลก จึงได้เปิดรับบุคลากรและทรัพยากรจากต่างชาติเข้ามาช่วยพัฒนาความสามารถและภูมิทัศน์ของสื่อจีน (Curtin, 2012) ในช่วงเวลานี้จะปรากฏการลงทุนจากสื่อต่างชาติทั้งในประเทศจีนและฮ่องกงมากขึ้น เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ ภาพยนตร์ อินเทอร์เน็ต และโทรคมนาคม อย่างไรก็ตาม รัฐบาลจีนได้สงวนการลงทุนในสื่อข่าว (news media) และสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้สำคัญและเป็นช่องทางในการเผยแพร่ข้อความของพรรคคอมมิวนิสต์ แม้ว่ารัฐบาลจะมีข้อกำหนดและแนวปฏิบัติที่เข้มงวดในการลงทุนของสื่อต่างชาติ อีกทั้งรัฐบาลยังเป็นผู้ควบคุมการส่งสัญญาณต่างประเทศและควบคุมเนื้อหาของสื่อที่ส่งเข้ามาในจีนทั้งหมด รวมถึงเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสื่อในได้หัววัน และฮ่องกงแต่บริษัทสื่อขนาดใหญ่ก็ยังคงอยากที่จะเข้ามาลงทุนในประเทศจีนเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ที่จากตลาดจีนที่มีขนาดใหญ่และกำลังเติบโตและยินดีที่จะเพิกเฉยต่อประเด็นทางเมืองของจีนเพื่อให้ได้รับสัญญาการลงทุน (Lee, 2003)

พรรคคอมมิวนิสต์จีน (Chinese Communist Party: CCP) เป็นผู้ควบคุมดูแลและกำหนดแนวปฏิบัติของสื่อมวลชนจีนเพื่อให้การดำเนินการสอดคล้องกับผลประโยชน์ของรัฐและระบอบการปกครองของจีน (Lee, 2003) ความเชื่อมโยงกันดังกล่าวทำให้สื่อมวลชนจีนถูกมองว่าเป็นสื่อของพรรคคอมมิวนิสต์จีน ซึ่งนำมาสู่ความขัดแย้งระหว่างบทบาททางการทูตของสื่อจีนกับการแสวงหาผลประโยชน์เชิงพาณิชย์ในตลาดโลก (Zhao, 2011) เกิดเป็นภาวะกลืนไม่เข้าคายไม่ออกระหว่างความต้องการมีส่วนร่วมทางการตลาดโลกกับการส่งเสริมการทูตเชิงวัฒนธรรม ทำให้สื่อจีนอยู่ใน (Zhu, 2022) สถานการณ์ดังกล่าวทำให้สื่อมวลชนพยายามสมดุลแรงกดดันทั้งสองด้านที่เพิ่มขึ้นทั้งการปรับตัวให้เข้ากับเศรษฐกิจโลกที่มุ่งเน้นตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างชาติกับความต้องการของพรรคคอมมิวนิสต์จีนที่พยายามควบคุมดูแลสื่อจีนให้ดำเนินการในแนวทางที่สอดคล้องทางการเมืองจีน อย่างไรก็ตาม ความขัดแย้งดังกล่าวได้รับการประสานโดยคณะกรรมการโฆษณาชวนเชื่อของพรรค ผู้ประกอบการท้องถิ่น และกองบรรณาธิการสื่อที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกัน (Sparks, 2010)

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในยุคโลกาภิวัตน์สื่อ (media globalization) ได้สร้างแรงกดดันต่อนโยบายกำกับดูแลและการเปิดเสรีในพื้นที่สื่อมากขึ้น (DeWoskin, 2001) ซึ่งได้ท้าทายอำนาจของรัฐบาลจีนในการควบคุมการเข้าถึงสื่อและการเผยแพร่ข้อความเกี่ยวกับประเทศจีน (Chan, 2003) อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อแนวทางการจัดการภาพลักษณ์ของชาติจากแนวทางแบบบนลงล่าง (top down approach) ไปสู่การทำความเข้าใจประเทศจีนได้ด้วยช่องทางที่หลากหลายและกว้างขวางมากขึ้น (Ramo, 2007) โดยอินเทอร์เน็ตและระบบเครือข่าย (network) ได้สร้างพื้นที่สื่อ (media spaces) ขึ้นมา ทำให้มีการนำเนื้อหาบางอย่างที่ขัดแย้งกับอุดมการณ์ของรัฐและการนำเข้าวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์ก็อาจส่งเสริมความเอกเทศของสื่อจีนได้ (McCormick, and Liu, 2003) นอกจากนี้ การขยายตัวของสื่อที่ส่งเสริมทางปัญญา (intellectual media) เช่น web zines และ BBS forums ซึ่งเป็นคลังข้อมูลงานวิชาการที่ไม่เป็นทางการได้ทำให้เกิดพื้นที่สาธารณะ (public space) ในกรณีศึกษาทางอุดมการณ์ทางการเมืองและประเด็นทางสังคมต่าง ๆ ในประเทศ โดยทางรัฐบาลจีนก็พยายามที่จะเซ็นเซอร์เว็บไซต์ทางวิชาการเหล่านี้ แต่ก็ยังไม่มีนโยบายควบคุมที่เด็ดขาด (Zhou, 2001)

การปรับปรุงภาพลักษณ์ของชาติกลายเป็นวาระสำคัญของนโยบายต่างประเทศของจีน เนื่องจากภาพลักษณ์ของชาติเป็นแหล่งที่มาของอำนาจและเป็นช่องทางในการใช้อำนาจของจีน (Ding, 2011) โดยพรรคคอมมิวนิสต์จีนมองว่าการลงทุนในการทูตสาธารณะจะช่วยให้ต่างชาติรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศจีน อันจะทำให้จีนสามารถบรรลุผลประโยชน์ของชาติในต่างประเทศได้ สื่อจีนจึงเข้ามามีบทบาททางการทูตจากการเป็นเครื่องมือทางนโยบายเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศ รัฐบาลจีนได้ให้การสนับสนุนนโยบายสื่อมากขึ้น ทั้งการเพิ่มศักยภาพของสื่อในประเทศไปจนถึงการผลักดันสื่อจีนออกไปต่างประเทศ เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสื่อตะวันตกได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อเพิ่มอำนาจในการสื่อสารเรื่องราวเกี่ยว

กับประเทศจีนเอง หนึ่งในนโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนคือการส่งเสริมความร่วมมือด้านสื่อระหว่างสื่อของรัฐกับสื่อต่างชาติเพื่อให้สื่อจีนเข้าไปส่วนร่วมในพื้นที่สื่อของต่างประเทศ (Leslie, 2016) ซึ่งปรากฏความร่วมมือหลายรูปแบบและเป็นวงกว้าง ตั้งแต่โครงการความร่วมมือผ่านสื่อรูปแบบเก่าอย่างสื่อวิทยุและโทรทัศน์ไปจนถึงสื่อรูปแบบใหม่อย่างสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคสื่อดิจิทัล (สถานีวิทยุซีอาร์ไอไทย, 2553)

นโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนในประเทศไทย

ประเทศไทยเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่ประเทศจีนให้ความสำคัญในการดำเนินการทูตสาธารณะ อย่างมาก เนื่องจากมีความใกล้ชิดกันทางภูมิศาสตร์และทางวัฒนธรรม ซึ่งมีชาวไทยเชื้อสายจีนอาศัยอยู่ในประเทศไทยจำนวนมาก โดยรัฐบาลจีนใช้สื่อจีนเป็นสื่อกลางทางการทูต (mediated public diplomacy) ในการส่งเสริมภาพลักษณ์ของจีนผ่านทางนโยบายต่างประเทศ กิจกรรมสาธารณะ และความร่วมมือระหว่างไทยและจีน (Teerati Banterng, 2021) ซึ่งการขยายตัวของสื่อทางการจีนในประเทศไทยสะท้อนถึงการขยายตัวของซอฟต์แวร์จีนและการเปลี่ยนแปลงทัศนคติเชิงบวกของชาวไทยต่อประเทศจีนมากขึ้น (Kornphanat Tungkeunkunt, 2016) โดยสื่อทางการจีนมักจะมุ่งเน้นนำเสนอค่านิยมและนโยบายของรัฐบาลจีน รวมถึงการส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีน แต่กลับหลีกเลี่ยงการนำเสนอประเด็นทางการเมืองและความขัดแย้งระหว่างประเทศ (Teerati Banterng, 2021) นอกจากนี้ยังพบว่ามีการใช้รายการโทรทัศน์ในการนำเสนอเนื้อหาด้านศิลปวัฒนธรรมจีนเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ไทย-จีน โดยอาศัยจุดร่วมกันด้านวัฒนธรรมในมิติต่าง ๆ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจและค่านิยมเกี่ยวกับประเทศจีนที่อาจส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติและพฤติกรรมเชิงบวกต่อประเทศจีนได้ (กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช และคณะ, 2567)

สื่อมวลชนไทยและสื่อมวลชนจีนนั้นมีความร่วมมือด้านสื่อระหว่างประเทศกันมาอย่างยาวนานเกือบสามทศวรรษ (สมาคมนักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, 2562) จนกระทั่งในปี พ.ศ. 2558 เกิดการบูรณาการความร่วมมือด้านสื่อครั้งสำคัญระหว่างจีนกับประเทศสมาชิกอาเซียนในโครงการเส้นทางสายไหมข้อมูลสารสนเทศ (Information Silk Road) ส่งผลให้สื่อจีนได้เริ่มเข้ามาทำข้อตกลงความร่วมมือด้านข้อมูลข่าวสารและการแบ่งปันเนื้อหาให้กับสื่อมวลชนไทย (เบนาร์นิวส์, 2564) และในปี พ.ศ. 2562 มีการกำหนดให้เป็นปีแห่งการแลกเปลี่ยนสื่อมวลชนอาเซียน-จีน (ASEAN-China year of media exchanges) ทำให้มีการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างสื่อมวลชนจีนและสื่อมวลชนไทยอย่างรอบด้านมากขึ้น ตั้งแต่การแลกเปลี่ยนทางบุคลากรสื่อ การผลิตข่าวและรายการ ไปจนถึงความร่วมมือทางเทคนิคและอุตสาหกรรมสื่อ (สำนักข่าวซินหัวไทย, 2562ก)

รัฐบาลจีนพยายามสร้างอิทธิพลต่อสื่อมวลชนไทยผ่านทางกลุ่มผลประโยชน์ทางธุรกิจและทางการเมืองระหว่างรัฐบาล ชนชั้นนำ และเจ้าของสื่อของสองประเทศ โดยเฉพาะ

การมีอิทธิพลต่อการรายงานข่าวและแนวปฏิบัติของสื่อมวลชนไทยในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีน ซึ่งพบว่าสื่อมวลชนไทยมีการกำหนดวาระข่าวสาร (agenda setting) และประเด็นของเนื้อหาข่าวที่จำกัดเฉพาะบางแง่มุมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประเทศจีนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงมีแนวปฏิบัติที่สื่อมวลชนไทยต้องระมัดระวังในการนำเสนอข่าวที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นทางเศรษฐกิจการเมืองของประเทศไทยอีกด้วย (Chen, 2020) ซึ่งอิทธิพลของรัฐบาลจีนได้นำไปสู่การเซนเซอร์ตัวเอง (self-censorship) ในการรายงานข่าวและการพูดคุยเกี่ยวกับประเทศจีนตั้งแต่ในพื้นที่ออนไลน์ไปจนถึงวงวิชาการ อีกทั้งรัฐบาลจีนยังพยายามควบคุมสื่อภาษาจีนระดับท้องถิ่นและสื่อสังคมออนไลน์ของจีนในไทย รวมถึงการเข้าซื้อสำนักพิมพ์อิสระของไทยหลายแห่งที่มีแนวโน้มขัดแย้งกับแนวนโยบายของรัฐบาลจีนอีกด้วย (โจชัว เคอร์ลินท์ซิก, การสัมภาษณ์, 13 เมษายน 2566)

อิทธิพลของสื่อจีนในประเทศไทยยังเกี่ยวข้องกับความร่วมมือด้านสื่อระหว่างสื่อมวลชนไทยและสื่อมวลชนจีนที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน (Chen, 2020) โดยเฉพาะการเปิดเว็บไซต์สำนักข่าวจีนหัวภาคภาษาไทยในปี พ.ศ. 2562 ซึ่งนำมาสู่การทำข้อตกลงแบ่งปันด้านเนื้อหาพร้อมกับสื่อมวลชนไทยหลากหลายแห่ง โดยได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนค่อนข้างดีจากสื่อมวลชนไทยที่แสดงความคิดเห็นว่าความร่วมมือด้านสื่อดังกล่าวจะช่วยให้สื่อมวลชนไทยสามารถเข้าถึงแหล่งข่าวจีนได้โดยตรง ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกในการคัดกรองข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนที่ปัจจุบันได้รับความสนใจจากผู้อ่านเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้สื่อมวลชนไทยเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องชัดเจนมากขึ้น นอกเหนือจากการทำความเข้าใจข่าวจีนผ่านสื่อตะวันตกที่อาจมีอคติได้ (สำนักข่าวซินหัวไทย, 2562ก) นอกจากนี้ปัจจัยเรื่องความน่าเชื่อถือของแหล่งข่าวแล้ว ปัจจัยด้านต้นทุนการทำข่าวยังเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการที่ทำให้สื่อมวลชนไทยเลือกใช้เนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัว เนื่องจากสามารถนำเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวไปใช้ได้อย่างถูกลิขสิทธิ์และไม่มีค่าใช้จ่าย ซึ่งตอบสนองต่อแข่งขันในยุคสื่อสังคมออนไลน์ที่กำลังเติบโตและมีการแข่งขันสูง (Chia, 2020)

ความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครือมติชน-ข่าวสดกับสำนักข่าวซินหัว

เครือมติชน-ข่าวสด เป็นหนึ่งในสื่อกระแสหลักของประเทศไทยที่มีประวัติอย่างยาวนาน เริ่มต้นจากธุรกิจหนังสือพิมพ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2521 (มติชนออนไลน์, 2560) จนปัจจุบันกลายเป็นบริษัทสื่อขนาดใหญ่ที่มีธุรกิจสื่อในเครือหลากหลายประเภทและค่อนข้างครบวงจร นอกจากการประกอบธุรกิจหลักอย่างหนังสือพิมพ์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์แล้ว เครือมติชน-ข่าวสดยังมีธุรกิจด้านอื่น ๆ เช่น การรับจ้างโฆษณา รับจ้างพิมพ์ จำหน่ายสื่อสิ่งพิมพ์ รับจ้างจัดงานอีเวนต์ รวมถึงมีศูนย์อบรมวิชาชีพและศูนย์ข้อมูลของตนเอง (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2567) สำหรับความนิยมเครือมติชน-ข่าวสดนั้นนับว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทยจากการสำรวจสถิติเว็บไซต์ยอดนิยมในประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2566 โดยศูนย์วิจัยนวัตกรรม

อินเทอร์เน็ตไทย จำกัด (Truehits) ระบุว่าสื่อในเครือมติชนอยู่ในสิบอันดับแรกของเว็บไซต์ ที่ได้รับความนิยมระดับประเทศ โดยเฉพาะเว็บไซต์มติชนออนไลน์ ข่าวสดออนไลน์ และประชาชาติธุรกิจ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ข่าวสารหลักของเครือมติชน-ข่าวสด ที่มีเข้าชมเว็บไซต์ทั้งหมดตลอดปีรวมกันมากกว่า 657,345,000 เพจวิว (pageview) และสื่อในเครือมีสถิติการรับชมคลิปวิดีโอจากเพชบุ๊ก ดิจด็อก และยูทูบ รวมกันมากกว่า 9,100 ล้านวิว อีกทั้งยังมีผู้ติดตามแพลตฟอร์มเพชบุ๊ก ยูทูบ และดีจ็อกรวมกันมากกว่า 28.6 ล้านผู้ติดตาม 9.7 ล้านผู้ติดตาม และ 6.7 ล้านผู้ติดตามตามลำดับ และยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งความสำเร็จดังกล่าวมาจากการพัฒนาการนำเสนอข่าวสารจากสื่อในเครือที่มีจำนวนมากให้เป็นรูปแบบออนไลน์มากขึ้น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อในยุคดิจิทัล (มติชนออนไลน์, 2567)

หลังจากที่สำนักข่าวซินหัวได้เริ่มเปิดให้บริการข่าวสารภาคภาษาไทยในปี พ.ศ. 2562 ในช่วงเวลานี้ก็จะปรากฏการสร้างความร่วมมือด้านสื่อระหว่างสำนักข่าวซินหัวกับสื่อมวลชนไทยอย่างกว้างขวาง ซึ่งเครือมติชน-ข่าวสด นับเป็นสื่อมวลชนไทยลำดับแรก ๆ ที่ทำข้อตกลงด้านสื่อกับสำนักข่าวซินหัวในวันที่ 25 กรกฎาคม พ.ศ. 2562 โดยสาระสำคัญของการทำข้อตกลงด้านสื่อดังกล่าวคือ สำนักข่าวซินหัวให้การสนับสนุนเนื้อหาข่าว รูปภาพ และคลิปวิดีโอ จากเว็บไซต์ซินหัวไทยแก่สื่อในเครือของมติชน-ข่าวสดทั้งทางหนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์ เพื่อให้เครือมติชน-ข่าวสดเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีน อันจะช่วยส่งเสริมการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศจีน และเกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างประเทศมากขึ้น (ข่าวสดออนไลน์, 2562) นอกจากนี้ สำนักข่าวซินหัวยังให้การสนับสนุนเนื้อหาข่าวภาษาอังกฤษแก่ข่าวสดอิงลิช (Khaosod English) ซึ่งเป็นสื่อในเครือมติชน-ข่าวสดที่ให้บริการข่าวสารภาคภาษาอังกฤษและมีกลุ่มผู้อ่านทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (สำนักข่าวซินหัวไทย, 2562x)

จากการสัมภาษณ์สื่อมวลชนจากเครือมติชน-ข่าวสด ได้แก่ บรรณาธิการข่าวสดอิงลิช และผู้ช่วยบรรณาธิการมติชนออนไลน์ โดยมีข้อคำถามเกี่ยวกับความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครือมติชน-ข่าวสด หลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัว รวมถึงประโยชน์และอุปสรรคของข้อตกลงด้านสื่อดังกล่าว ซึ่งสามารถสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์ได้ดังนี้ (ขุมฉันท์ ชำนิประศาสน์ และ คนธ์พงษ์ ธนัษพงศศิริระ, การสัมภาษณ์, 26 มิถุนายน 2567)

1. สำนักข่าวซินหัว เป็นสื่อต่างประเทศรายแรกและรายเดียวที่เครือมติชน-ข่าวสดมีข้อตกลงด้านสื่อในลักษณะที่มีการลงนามบันทึกความเข้าใจ (memorandum of understanding: MOU) อย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 จนมาถึงปัจจุบัน และมีแนวโน้มจะขยายข้อตกลงด้านสื่อร่วมกันต่อไปในอนาคต โดยสำนักข่าวซินหัวได้เข้ามาเสนอข้อตกลงด้านสื่อกับเครือมติชน-ข่าวสดเนื่องจากต้องการขยายพื้นที่สื่อในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และพิจารณาว่าเครือมติชน-ข่าวสดเป็นหนึ่งในสื่อกระแสหลักที่ได้รับความนิยมในประเทศไทย จึงต้องการเข้ามาทำข้อตกลงด้านสื่อโดยการแบ่งปันเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับประเทศจีนให้แก่เครือมติชน-ข่าวสดใช้ในการเผยแพร่เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประเทศจีน และเพื่อสร้างสมดุลในการนำเสนอ

ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนจากมุมมองของสื่อข่าวจีนให้มากขึ้น

2. หลังจากสำนักข่าวซินหัวเข้ามาทำข้อตกลงด้านสื่อกับเครือมติชน-ข่าวสด ก็ปรากฏความเคลื่อนไหวของสำนักข่าวต่างประเทศรายอื่น เช่น สำนักข่าวเอพี (Associated Press: AP) จากสหรัฐอเมริกา สำนักข่าวเกียวโด (Kyodo News) จากญี่ปุ่น เข้ามาเสนอข้อตกลงด้านสื่อในลักษณะเดียวกันกับเครือมติชน-ข่าวสด จึงสะท้อนให้เห็นว่าสื่อต่างชาติเหล่านี้โดยเฉพาะประเทศที่มีประเด็นความขัดแย้งกับประเทศจีนพยายามที่จะถ่วงดุลพื้นที่สื่อในประเทศไทย ผ่านการสร้างร่วมมือกับเครือมติชน-ข่าวสด ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันกันเพื่อถ่วงดุลอำนาจเชิงวาทกรรมเกี่ยวกับเรื่องราวของประเทศตนเองในพื้นที่สื่อไทย

3. สื่อมวลชนจากเครือมติชน-ข่าวสด มองว่าเครือมติชน-ข่าวสดกับสำนักข่าวซินหัวอยู่ในสถานการณ์ที่ทั้งสองฝ่ายต่างได้ประโยชน์ (win-win situation) กล่าวคือ สำนักข่าวซินหัวก็จะมีพันธมิตรเป็นสื่อกระแสหลักในประเทศไทย ทำให้มีพื้นที่สื่อในไทยที่จะสามารถนำเสนอมุมมองจากฝั่งสื่อข่าวจีนได้โดยสะดวกมากขึ้น ขณะที่เครือมติชน-ข่าวสดก็จะมีพันธมิตรเป็นสื่อข่าวระดับโลกและสามารถไขเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวได้อย่างถูกลิขสิทธิ์และไม่เสียค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะเมื่อต้องนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนและรัฐบาลจีน ซึ่งเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวนับว่าเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีในการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประเทศจีน นอกจากนี้ยังมีเรื่องผลประโยชน์ทางธุรกิจที่สำนักข่าวซินหัวจะซื้อโฆษณาเครือมติชน-ข่าวสดในวันชาติจีนเพื่อเผยแพร่ข้อมูลทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

4. ข้อตกลงด้านสื่อกับสำนักข่าวซินหัวทำให้เครือมติชน-ข่าวสดสามารถนำเสนอเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวมาได้อย่างแพร่หลาย ซึ่งเครือมติชน-ข่าวสดมีสื่อในเครือหลากหลายแห่ง ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ที่เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวนั้นส่วนมากจะเลือกข่าวที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับประเทศไทย และมีเนื้อหาเป็นกลาง สื่อสารออกมาได้ง่าย เช่น ข่าวสังคมวัฒนธรรม ซึ่งมักจะได้รับกระแสตอบรับที่ดีจากผู้อ่าน ทั้งนี้ การนำเสนอเนื้อหาข่าวก็ขึ้นอยู่กับประเภทของสื่อและกลุ่มผู้อ่านของสื่อดังกล่าวเช่นกัน เช่น มติชนและข่าวสดก็จะเน้นนำเสนอข่าวเบา (soft news) ซึ่งเป็นข่าวทั่วไปที่ประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสนใจ เช่น ข่าวสังคมวัฒนธรรม ข่าวอุบัติเหตุภัยพิบัติ ตรงกันข้ามกับประชาชาติและข่าวสดคือจะเน้นนำเสนอข่าวหนัก (hard news) ซึ่งเป็นข่าวที่มีเนื้อหาเชิงสาระ เช่น ข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ (สุรสิทธิ์ วิหารรัฐ, 2545) เนื่องจากกลุ่มผู้อ่านเป็นนักวิชาการและนักธุรกิจ ขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์ในเครือ เช่น นิตยสารศิลปวัฒนธรรมก็จะนำเสนอทางด้านสังคมวัฒนธรรมมาใช้มาก และนิตยสารเทคโนโลยีชาวบ้านก็จะมักนำเสนอเนื้อหาด้านการเกษตรและเทคโนโลยีจากสำนักข่าวซินหัวมาใช้

5. สำหรับประเภทข่าวที่เครือมติชน-ข่าวสดจะต้องใช้ความระมัดระวังในการคัดเลือกข่าวจากสำนักข่าวซินหัว ได้แก่ ข่าวการเมือง ซึ่งก็มีทั้งประโยชน์และอุปสรรคในการนำมาใช้

โดยประโยชน์ของข้อตกลงด้านสื่อดังกล่าวคือทำให้เครื่องมือดิชน-ชาวสวดเข้าถึงเนื้อหาเกี่ยวกับนโยบายของรัฐบาลจีนทั้งในและต่างประเทศ รวมถึงคำปราศรัยจากประธานาธิบดีสี จิ้นผิงได้จากแหล่งข่าวจีนโดยตรง แต่อุปสรรคของการนำข่าวการเมืองจากสำนักข่าวซินหัวมาใช้ คือ บางข่าวก็จะมีเนื้อหาที่แสดงความเอนเอียงไปทางรัฐบาลจีนหรือพรรคคอมมิวนิสต์มากเกินไป ถ้าเป็นข่าวการเมืองลักษณะนี้ก็จะไม่ค่อยเลือกนำมาเผยแพร่ต่อ ดังที่กล่าวไปข้างต้นว่ากลุ่มผู้อ่านในเครื่องมือดิชน-ชาวสวดก็จะมีหลากหลายกลุ่ม ซึ่งก็มีทั้งกลุ่มคนที่สนับสนุน (pro) และกลุ่มที่ต่อต้าน (anti) ประเทศจีน โดยสื่อมวลชนจากเครื่องมือดิชน-ชาวสวดตั้งข้อสังเกตว่าปัจจุบันประเด็นทางภูมิรัฐศาสตร์ (geo-politics) และกระแสระแสบต่อต้านจีน (anti-China) มีความรุนแรงขึ้นเมื่อนำเสนอข่าวที่เกี่ยวกับประเด็นทางการเมืองจากสำนักข่าวซินหัวก็มักจะได้รับกระแสตอบรับทางลบจากกลุ่มผู้อ่านไม่ชอบจีน โดยเฉพาะชาวสวดอิงลิชที่มีผู้อ่านชาวต่างชาติด้วยก็จะวิพากษ์วิจารณ์ว่าเครื่องมือดิชน-ชาวสวดเอนเอียงไปทางรัฐบาลจีน

6. แม้ว่ากรนำเนื้อหาข่าวมาจากสำนักข่าวซินหัวจะส่งผลให้เกิดกระแสตอบรับทางลบจากกลุ่มผู้อ่านบางกลุ่ม แต่เครื่องมือดิชน-ชาวสวดก็เลือกที่จะไม่ตอบโต้หรือชี้แจงต่อข้อวิจารณ์ดังกล่าว โดยระบุว่าเครื่องมือดิชน-ชาวสวดไม่ได้เลือกเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวที่เข้าข้างฝ่ายไหนเป็นพิเศษ แม้ว่าจะมีข้อตกลงด้านสื่อกับสำนักข่าวซินหัวแต่ก็ยังไม่ให้ความสำคัญกับการถ่วงดุลการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับจีนทั้งจากแหล่งข่าวสื่อจีนและสื่อตะวันตก แต่กลับมองว่าการนำเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวซินหัวจะเป็นทางเลือกในการนำเสนอมุมมองเกี่ยวกับจีนได้หลากหลายมากกว่าการนำเนื้อหาข่าวมาจากสื่อตะวันตกเพียงอย่างเดียว และมองว่าผู้อ่านก็รู้เท่าทันสื่อคือเลือกรับสารได้และมีวิจรรณานเพียงพอต่อข่าวที่นำเสนอ

7. สื่อมวลชนจากเครื่องมือดิชน-ชาวสวดให้ความเห็นว่าข้อตกลงด้านสื่อกับสำนักข่าวซินหัวส่งผลต่อการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศไทยและประเทศจีน เนื่องจากเป็นความร่วมมือระหว่างสื่อมวลชนไทยและสื่อมวลชนจีน โดยสำนักข่าวซินหัวได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลจีนในการขยายความร่วมมือด้านสื่อดังกล่าว ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่จะช่วยเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจระหว่างประชาชนทั้งสองประเทศ โดยเฉพาะการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกจากการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนที่มีจุดร่วมกันทางวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นมหาอำนาจทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีระดับโลก ซึ่งพัฒนาการทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีอย่างก้าวกระโดดของประเทศจีนก็เป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ อย่างไรก็ตาม การนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนมากขึ้นก็ทำให้เห็นความเคลื่อนไหวและความเปลี่ยนแปลงของประเทศจีน ซึ่งอาจส่งผลต่อการรับรู้และมุมมองต่อประเทศจีนได้

จากบทสัมภาษณ์ดังกล่าวจึงอาจพิจารณาความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครื่องมือดิชน-ชาวสวดได้ตามกรอบแนวคิดเรื่องสื่อและนโยบายต่างประเทศที่ว่าสื่อและผู้กำหนดนโยบายทำงานร่วมกันในการกำหนดวาระความสำคัญของข่าว กล่าวคือ รัฐบาลจีนได้ให้การสนับสนุนสำนักข่าว

จีนหัวในการทำข้อตกลงด้านสื่อกับเครือมติชน-ข่าวสด จึงทำให้สื่อในเครือมติชน-ข่าวสดสามารถนำเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวจีนหัวมาใช้ได้ โดยเฉพาะการสื่อสารทางสังคมวัฒนธรรมที่รัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญในการสื่อสารด้านนี้เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีของชาติ เนื่องจากประเทศไทยและประเทศจีนมีความสัมพันธ์ด้านสังคมและวัฒนธรรมกันอย่างแนบแน่น อีกทั้งเครือมติชน-ข่าวสดก็มักจะนำเนื้อหาข่าวด้านสังคมวัฒนธรรมจากสำนักข่าวจีนหัวมาใช้มาก เนื่องจากผู้อ่านให้ความสนใจจำนวนมากและมีกระแสตอบรับค่อนข้างดี จึงทำให้นโยบายด้านสังคมวัฒนธรรมจีนกลายเป็นวาระสำคัญในการนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศจีนได้ นอกจากนี้ การที่เครือมติชน-ข่าวสดเลือกนำเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวจีนหัวมาใช้ก็ทำให้เกิดการนำเสนอมุมมองจากฝั่งจีนมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการถ่วงดุลการกำหนดวาระข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนระหว่างสื่อชาวจีนและสื่อชาวตะวันตกได้

บทสรุป

รัฐบาลจีนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของชาติเนื่องจากภาพลักษณ์ที่ดีจะทำให้จีนสามารถบรรลุผลประโยชน์แห่งชาติและเผยแพร่ค่านิยมความเชื่อของจีนได้ในสังคมระหว่างประเทศ ประกอบกับการรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับประเทศจีนมักมาจากมุมมองของสื่อตะวันตกจากสถานการณ์ดังกล่าวจึงทำให้รัฐบาลจีนลงทุนในการทูตสาธารณะมากขึ้นเพื่อส่งเสริมการปรับปรุงภาพลักษณ์ของชาติ โดยเครื่องมือสำคัญประการหนึ่งที่รัฐบาลจีนเลือกใช้คือการใช้สื่อทางการในการทำหน้าที่ทางการทูตดังกล่าว เพื่อทำให้สื่อจีนมีอำนาจเชิงวาทกรรมในการสื่อสารเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศจีนและสามารถแข่งขันกับสื่อตะวันตกได้อย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลจึงให้การสนับสนุนนโยบายด้านสื่อทั้งในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศและระดับโลก โดยเฉพาะการส่งเสริมนโยบายด้านสื่อในต่างประเทศผ่านการขยายความร่วมมือด้านสื่ออย่างเป็นวงกว้าง

สำหรับประเทศไทยเองก็เป็นพื้นที่เป้าหมายสำคัญในการดำเนินนโยบายด้านสื่อเนื่องจากเป็นประเทศที่มีความสำคัญทางยุทธศาสตร์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และมีชาวไทยเชื้อสายจีนจำนวนมาก ซึ่งคนกลุ่มนี้มีความใกล้ชิดกันทางวัฒนธรรมกับประเทศจีนจึงเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่นโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจะมุ่งเน้นการสื่อสารเชิงวัฒนธรรมในหลากหลายมิติ โดยความร่วมมือด้านสื่อระหว่างสื่อมวลชนไทยและสื่อมวลชนจีนมีจุดเปลี่ยนสำคัญในปีแห่งการแลกเปลี่ยนสื่อมวลชนอาเซียน-จีน หลังจากนั้นจึงปรากฏความร่วมมือด้านสื่อของสองประเทศอย่างแพร่หลาย ซึ่งก็มีทั้งความร่วมมือด้านสื่อกับรัฐบาลไทยและสื่อมวลชนไทยอีกหลายแห่ง อีกทั้งยังทำให้สื่อทางการเงินการขยายตัวเข้ามาในพื้นที่สื่อไทยมากขึ้นด้วย ซึ่งส่งผลต่อการสร้างอิทธิพลในพื้นที่สื่อไทย โดยเฉพาะการรายงานข่าวและแนวปฏิบัติของสื่อมวลชนไทยในการนำเสนอข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีน

ความร่วมมือด้านสื่อระหว่างเครือมติชน-ข่าวสดกับสำนักข่าวจีนหัวเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจเนื่องจากเครือมติชน-ข่าวสดเป็นสื่อกระแสหลักที่ได้รับความนิยมในไทยและเป็น

สื่อขนาดใหญ่ที่มีสื่อในเครือหลากหลายประเภททั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ อีกทั้งยังมีการทำข้อตกลงด้านสื่ออย่างเป็นทางการอย่างต่อเนื่องยาวนานตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 อย่างไรก็ตาม ข้อตกลงแบ่งปันเนื้อหาข่าวจากสำนักข่าวจีนหัวถุกตั้งข้อสังเกตว่าอาจจะทำให้สื่อมวลชนไทยนำเสนอข่าวและนโยบายของจีนที่เอนเอียงเข้าข้างรัฐบาลจีนได้ (โจชัว เคอร์ลินท์ซิก, การสัมภาษณ์, 13 เมษายน 2566) ซึ่งในประเด็นดังกล่าวเจ้าหน้าที่จากเครือข่ายสื่อมวลชน-ข่าวสดแสดงความคิดเห็นว่าการแบ่งปันเนื้อหาจากสำนักข่าวจีนหัวถุกจะเป็นประโยชน์กับสื่อมวลชนไทยมากกว่าเนื่องจากทำให้สื่อมวลชนไทยเข้าถึงเนื้อหาข่าวเกี่ยวกับประเทศจีนได้จากแหล่งข่าวจีนโดยตรงและทำให้ผู้อ่านมีทางเลือกเพิ่มมากขึ้นในการเข้าถึงข่าวจีนและมุมมองจากฝั่งจีน นอกเหนือจากการรับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับประเทศจีนจากสื่อตะวันตก นอกจากนี้ ข้อตกลงดังกล่าวยังช่วยส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและการรับรู้ภาพลักษณ์เชิงบวกเกี่ยวกับประเทศจีน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ไทย-จีนให้ดีขึ้นอีกด้วย

แม้จะปรากฏความร่วมมือระหว่างสื่อมวลชนไทยและสื่อมวลชนจีนเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน แต่มีผู้ตั้งข้อสังเกตว่าสื่อจีนยังมีความท้าทายอยู่มาจากการแข่งขันกับสื่อต่างชาติในประเทศไทยและผลของการดำเนินนโยบายด้านสื่อของรัฐบาลจีนเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของชาติยังคงต้องจับตาต่อไป (Kornphanat Tungkeunkunt, 2016) สอดคล้องกับข้อมูลการสัมภาษณ์ที่แสดงให้เห็นว่าสื่อต่างชาติพยายามถ่วงดุลกันในพื้นที่สื่อไทยผ่านการขยายความร่วมมือด้านสื่อกับสื่อกระแสหลักของประเทศไทยในหลากหลายรูปแบบ ซึ่งอาจพิจารณาได้ว่าเป็นการแข่งขันกันระหว่างสื่อต่างชาติเพื่อให้ได้รับอำนาจเชิงวาทกรรมผ่านสื่อมวลชนไทย อย่างไรก็ตาม ข้อตกลงด้านแบ่งปันเนื้อหาข่าวกับสื่อต่างชาติจะช่วยส่งเสริมสังคมข่าวสารของไทยให้มีแหล่งข้อมูลหลากหลายขึ้น หากแต่สื่อมวลชนไทยจะต้องถ่วงดุลในการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนจากทั้งสื่อจีนและสื่อตะวันตก เพื่อให้ผู้อ่านได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศจีนในหลากหลายมุมมองและทำความเข้าใจประเทศจีนได้ดีขึ้น

บรรณานุกรม

- กอบกิจ ประดิษฐ์ผลพานิช, ทัดทกานต์ ดวงรัตน์, วรพงษ์ ปลอดมุสิก, จิตพิงศ์ อินทรपालิต, และ รังสรรค์ พงษ์สุน. (2567). การสื่อสารด้านศิลปวัฒนธรรมเพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ไทย-จีนผ่านรายการโทรทัศน์ กรณีศึกษา รายการจับจ้องมองจีน. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 7(3), 367-378.
- ข่าวสดออนไลน์. (25 กรกฎาคม 2562). **จีนหัว เซินเอ๋มโอยู มติชน-ข่าวสด ผันความร่วมมือ เผยแพร่ข่าว**. จาก https://www.khaosod.co.th/chinawatch/news_2742185
- เคอร์ลินท์ซิก, โจซัว. ผู้เขียนหนังสือเรื่อง Beijing's Global Media Offensive. (13 เมษายน 2566). สัมภาษณ์.
- ชุมฉันทน์ ขำนิประศาสน์ และ คนธ์พงษ์ ธนชพงค์จิระ. สื่อมวลชน เครือมติชน-ข่าวสด. (26 มิถุนายน 2567). สัมภาษณ์.
- ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **ลักษณะธุรกิจบริษัท มติชน จำกัด (มหาชน)**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.set.or.th/th/market/product/stock/quote/MATI/company-profile/information>
- เบนาร์นิวส์. (13 พฤษภาคม 2564). **สงครามสารสนเทศและอิทธิพลด้านสื่อของจีน ก่อให้เกิดความแตกแยกในไทย**. จาก <https://www.benarnews.org/thai/news/th-fake-news-05132021235932.html>
- มติชนออนไลน์. (1 มกราคม 2560). **กว่า “40 ปี” กับ “มติชน” สมหมาย ปาริจฉัตต์**. จาก https://www.matichon.co.th/prachachuen/news_413238
- มติชนออนไลน์. (9 มกราคม 2567). **‘เครือมติชน’ ผู้นำสื่อดิจิทัล-สื่อโซเชียลมีเดียชั้นนำประเทศไทยประจำปี 2566**. จาก https://www.matichon.co.th/local/news_4367441?utm_source=linetoday&utm_medium=footer_click
- สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง. (ม.ป.ป.). **ความสัมพันธ์ไทย-จีน**. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2567, จาก <https://thaiembbeij.org/th/republic-of-china/thai-relations-china/>
- สถานีวิทยุซีอาร์ไอไทย. (3 กุมภาพันธ์ 2553). **ภาคภาษาไทย ไชน่า มีเดีย กรุ๊ป (Cmg)**. จาก <https://thai.cri.cn/20100203/425c4a54-3f29-429b-9fab-6e9e0f388835.html>
- สมาคมนักข่าวนักหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย. (11 ธันวาคม 2562). **ส.นักหนังสือพิมพ์จีนเยือนไทยเชื่อมสัมพันธ์สื่อ2ชาติ**. จาก <https://tja.or.th/view/activities/media-movements/13901>
- สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ. (2545). **การสื่อข่าว : หลักการและเทคนิค**. ศูนย์หนังสือสถาบันราชภัฏสวนสุนันทา.

- สำนักข่าวซินหัวไทย. (20 พฤศจิกายน 2562). **สำนักข่าวซินหัวไทยจัดโครงการจัดเสวนาโต๊ะกลม พบปะสื่อมวลชนไทย**. จาก https://www.xinhuaithai.com/news-partner/53688_20191120
- สำนักข่าวซินหัวไทย. (5 พฤศจิกายน 2562ก). **ไทย-จีน จับมือแลกเปลี่ยนข่าวสาร ขูจุดเด่นเว็บไซต์ ‘ซินหัวไทย’**. จาก https://www.xinhuaithai.com/high/49509_20191105
- Chan, J. M. (2003). Administrative boundaries and media marketization A comparative analysis of the newspaper, TV and Internet markets in China. In C. Lee (Eds.), *Chinese Media, Global Contexts* (pp. 15-16). RoutledgeCurzon.
- Chen, C. (2020). **China’s Influence on Media in Southeast Asia: A Case Study of the Philippines, Thailand and Cambodia**. [Master’s Thesis]. Hong Kong Baptist University. Retrieved from <https://scholars.hkbu.edu.hk/en/studentTheses/chinas-influence-on-media-in-southeast-asia-a-case-study-of-the-p>
- Chia, J. (2020, January 31). Thai Media Is Outsourcing Much of Its Coronavirus Coverage to Beijing and That’s Just the Start. **Thai Enquirer**. Retrieved from <https://www.thaienquirer.com/7301/thai-media-is-outsourcing-much-of-its-coronavirus-coverage-to-beijing-and-thats-just-the-start/>
- Curtin, M. (2012). Chinese Media and Globalization. **Chinese Journal of Communication**, 5(1), 1-9.
- DeWoskin, K. (2001). The WTO and the telecommunications sector in China. **The China Quarterly**, 167, 630-654.
- Ding, S. (2011). Branding a Rising China: An Analysis of Beijing’s National Image Management in the Age of China’s Rise. **Journal of Asian and African Studies**, 46(3), 293-306.
- Flew, T. (2016). Entertainment Media, Cultural Power, and Post-Globalization: The Case of China’s International Media Expansion and the Discourse of Soft Power. **Global Media and China**, 1(4), 278-294.
- Hartig, F. (2016). How China Understands Public Diplomacy: The Importance of National Image for National Interests. **International Studies Review**, 18(4), 655-680.
- Kornphanat Tungkeunkunt. (2016). Culture and Commerce: China’s Soft Power in Thailand. **International Journal of China Studies**, 7(2), 151-73.
- Lee, C. (2003). The Global and the National of the Chinese Media: Discourses, Market,

- Technology, and Ideology. In C. Lee (Ed.), *Chinese Media, Global Contexts*. RoutledgeCurzon.
- Leslie, M. (2016). The Dragon Shapes Its Image: A Study of Chinese Media Influence Strategies in Africa. *African Studies Quarterly*, 16(3 & 4), 161-174.
- McCormick, B. L., & Liu, Q. (2003). Globalization and the Chinese Media: Technologies, Content, Commerce and the Prospects for the Public Sphere. In C. Lee (Ed.), *Chinese Media, Global Contexts*. RoutledgeCurzon.
- Neack, L. (2018). **Public Opinion and Media**. In *Studying Foreign Policy Comparatively: Cases and Analysis*. Rowman & Littlefield.
- Ramo, J. C. (2007). **Brand China (淡色中国)**. Foreign Policy Centre.
- Sparks, C. (2010). China Media Colloquium| China's Media in Comparative Perspective. *International Journal of Communication*, 4, 552-566.
- Sparks, C. (2015). China, Soft Power and Imperialism. In G. D. Rawnsley & M. T. Rawnsley (Eds.), *Routledge Handbook of Chinese Media*. Routledge.
- Sun, W. (2010). Mission impossible? Soft power, communication capacity, and the globalization of Chinese media. *International journal of communication*, 4, 54-72.
- Teerati Banterng. (2021). Creating Country Image through Public Diplomacy: The Case of Foreign Media in Thailand. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24(S5), 1-11.
- Wu, Y., Thomas, R., & Yu, Y. (2021). From external propaganda to mediated public diplomacy: The construction of the Chinese dream in president Xi Jin ping's new year speeches. In P. Surowiec, & I. Manor (Eds.), *Public diplomacy and the politics of uncertainty*. Palgrave Macmillan.
- Zhao, Y. (2011). Understanding China's Media System in a World Historical Context. In D. C. Hallin, & P. Mancini (Eds.), *Comparing Media Systems Beyond the Western World*. Cambridge University Press.
- Zhou, Y. (2001). **Expanded space, refined control: the intellectual electronic press in China**. Woodrow Wilson Center for International Scholars.
- Zhu, Y. (2022). China's 'New Cultural Diplomacy' in International Broadcasting: Branding the Nation through Cgtn Documentary. *International Journal of Cultural Policy*, 28(6), 671-683.