

สงครามสื่อมวลชนรัสเซีย - ยูเครน ผ่านการกำหนดวาระข่าวสารของประเทศไทย

กฤษฎา พรหมเวช¹

สิงห์ สิงห์ขจร²

ปรัชญา มหาวินิจัยมนตรี³

กฤษณะ เชื้อชัยนาท⁴

รัตนา บุญอ่วม⁵

ประภาวิชญ์ พันสทรัพย์สุข⁶

สรสิทธิ์ เมตตรา⁷

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา สงครามสื่อมวลชนรัสเซีย - ยูเครน ผ่านการกำหนดวาระข่าวสารของประเทศไทย ผลการศึกษา พบว่า การรวมตัวของกลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มีความคิดเห็นที่ตรงกันหรือมีแนวทางร่วมกันเป็นจำนวนมาก ถึงจะสามารถผลักดันให้ประเด็นหรือเรื่องราว นั้น ๆ ออกมาสู่กระแสของสังคมได้ ซึ่งสื่อมวลชนคอยตามดูกระแสความนิยม ความสนใจของกลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แล้วจึงคัดเลือกเนื้อหาหรือประเด็นนั้นมานำเสนอผ่านสื่อมวลชน ก็ยังเห็นได้ว่าสื่อมวลชนยังมีความเป็นผู้กั้นกรองข่าวสารตามทฤษฎีผู้กรองสาร (Gatekeeper Theory) แต่ความสำคัญของสื่อมวลชนในปัจจุบันเริ่มกลับไปสู่การทำหน้าที่กั้นกรองข่าวสารตามทฤษฎีผู้กรองสาร ให้เข้มข้นมากขึ้นไม่เช่นนั้นก็จะถูกกระแสของกลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ทั้งเรื่องที่เป็นความจริงและเรื่องที่ไม่เป็นความจริงผสมมากมาย การที่รัสเซียสื่อสารผ่านสื่อของรัฐบาล Russia Today และ Sputnik เป็นการกำหนดวาระของข่าวสารให้เป็นไปตามที่ทางรัฐบาลต้องการ

คำสำคัญ: สงครามสื่อมวลชน รัสเซีย ยูเครน การกำหนดวาระข่าวสาร

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะรัฐศาสตร์ ภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

e-mail : sodanarak@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการสื่อสารดิจิทัลคอนเทนต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

e-mail : singh.si@bsru.ac.th

³ อัยการประจำสำนักอัยการสูงสุด

e-mail : ami.kai@outlook.com

⁴ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

e-mail : krisada.ch@ssru.ac.th

⁵ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการสื่อสารดิจิทัลคอนเทนต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

e-mail : rattan.bu@bsru.ac.th

⁶ อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการสื่อสารดิจิทัลคอนเทนต์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

e-mail : parpawis.pa@bsru.ac.th

⁷ กำนันตำบลท่าเทววงษ์ จังหวัดชลบุรี

e-mail : jengjoy@hotmail.com

Russia's Agenda-Setting in the Russian-Ukrainian Media War

Krissada Promvek¹

Singh Singkhajorn²

Pratya Mahavinijchaimontri³

Krisana Chueachainat⁴

Rattana Bunuam⁵

Prapawis panutsabsuk⁶

Sorasit Petra⁷

Abstract

This academic article aims to study Russia's agenda-setting in the Russian-Ukrainian media war. The study found that the integration of a large number of social media users with common opinions or approaches helped push the issue or story out to the mainstream of society. The mass media will follow popular trends and the interests of social media users and then select the content or issue to present through the media. It can be seen that the mass media still acts as a moderator according to the gatekeeping theory. However, nowadays, the importance of the media returns to focusing more on filtering the news from both true and false social media communications in accordance with the gatekeeping theory. Russia's communications through government media, such as Russia Today and Sputnik, aim to set agendas according to the government's wishes.

Keywords: Media War, Russian, Ukrainian, Agenda Setting

¹ Assistant Professor, Faculty of Political Science, Department of International Relation Ramkhamhaeng University
e-mail : sodanarak@gmail.com

² Assistant Professor, Faculty of Management Science, Digital Content Communication, Bansomdejchaopraya Rajabhat University
e-mail : singh.si@bsru.ac.th

³ Provincial Public Prosecutor attached of the Office of the Attorney General
e-mail : ami.kai@outlook.com

⁴ Lecturer, Faculty of Management Science, Film and Digital Media, SuanSunandha Rajabhat University
e-mail : krisada.ch@ssru.ac.th

⁵ Lecturer, Faculty of Management Science, Digital Content Communication, Bansomdejchaopraya Rajabhat University
e-mail : rattan.bu@bsru.ac.th

⁶ Lecturer, Faculty of Management Science, Digital Content Communication, Bansomdejchaopraya Rajabhat University
e-mail : parpawis.pa@bsru.ac.th

⁷ Thewawong Subdistrict Headman, Chonburi Province
e-mail : jengjoy@hotmail.com

บทนำ

จากการที่ประเทศรัสเซีย เริ่ม “ปฏิบัติการพิเศษ” เข้าโจมตี ยูเครน เหล่าอินฟลูเอนเซอร์ชาวยูเครน ต่างใช้ช่องทางของตัวเองสื่อสารออกไปยังโลกภายนอกถึงเรื่องราวที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเหล่าบล็อกเกอร์ ที่ยุติการโพสต์คอนเทนต์หลักของตัวเอง เช่น การท่องเที่ยว และไลฟ์สไตล์ มาเป็นการสะท้อนความจริงที่เกิดขึ้นในประเทศของตน นอกจากนี้ประธานาธิบดี โวโลดีมีร์ เซเลนสกีและบุคคลในรัฐบาลยูเครนใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารกับโลกภายนอกอยู่ตลอดเวลา เช่นเดียวกัน ด้านรัสเซียก็ได้ทำการโต้กลับ บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟสบุ๊กที่จำกัดคอนเทนต์ต่าง ๆ ของรัฐบาลรัสเซีย ด้วยการจำกัดกฎหมายมาใช้บล็อกไม่ให้ประชาชนรัสเซียเข้าใช้เฟสบุ๊กได้ หลังจากทีบริษัทฯ ปฏิเสธคำขอของรัฐบาลรัสเซียที่จะให้หยุดการตรวจสอบข่าวสารของสื่อมวลชน สำนักข่าวของรัฐบาลรัสเซีย นอกจากการบล็อกการเข้าถึงแล้วรัฐบาลรัสเซีย พยายามใช้กฎหมายบังคับบริษัทสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ด้วยการให้ตั้งสำนักงานอย่างเป็นทางการในประเทศรัสเซียก่อนเดือนมีนาคม ปี ค.ศ.2022 หากแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์เหล่านี้ต้องการที่จะสร้างรายได้จากการโฆษณาจากการให้บริการในรัสเซีย โดยระบุว่า ถ้าไม่ตั้งสำนักงานในประเทศภายในระยะเวลาดังกล่าวก็จะโดนแบน โดยปี ค.ศ.2021 ที่ผ่านมารัสเซียได้ดำเนินการปฏิรูปกติก เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ดิจิตอล และเทเลแกรม เนื่องจากเจ้าของแพลตฟอร์มเหล่านี้ ไม่ยอมลบเนื้อหาที่ผิดกฎหมายรัสเซีย ทำให้เห็นว่าการแพร่กระจายข่าวสารจากสื่อมวลชนสู่สมาชิกในสังคมนอกจากจะก่อให้เกิดช่องว่างทางข่าวสารหรือมีความเหลื่อมล้ำทางข่าวสารและความรู้ในหมู่ประชากรกลุ่มต่าง ๆ แล้ว ยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนและสาธารณะด้านการรับรู้ การให้ความสนใจ และการให้ความสำคัญต่อประเด็นเหตุการณ์ข่าวประจำวันที่สื่อมวลชนนำเสนอเข้มข้นมากขึ้นในระดับต่างกัน ด้วยผลในเชิงความคิด (cognitive effects) นี้เกิดจากบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่เรียกว่า การกำหนดวาระข่าวสาร (agenda setting functions of mass media) ซึ่งในปัจจุบันการสื่อสารที่มีผลกระทบต่อประชาชนเป็นจำนวนมากนอกจากสื่อมวลชน การสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่สามารถสร้างหรือสามารถกำหนดวาระของข่าวสาร ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารได้เปลี่ยนแปลงไปสู่การสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต พัฒนาการของเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้การส่งผ่านสารทำได้ง่ายและสะดวกยิ่งขึ้น ไม่เพียงการส่งสารจากกลุ่มคนทั่วไปที่มีได้เป็นสื่อมวลชนโดยอาชีพ หากสื่อมวลชนอาชีพ ยังใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ ส่งข่าวสารข้อมูลได้อย่างฉับพลันทันที โดยที่มีได้ผ่านกระบวนการบรรณาธิการเหมือนยุคก่อน สื่อมวลชนได้นำสิ่งที่น่าสนใจมาจากรายการสื่อสังคมออนไลน์ สื่อมวลชนได้ทำหน้าที่ตามทฤษฎีผู้กรองสาร

ทฤษฎีบทบาทและผลของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระข่าวสาร แต่การที่สื่อมวลชนได้นำสิ่งที่น่าสนใจมาจากรายการสื่อสังคมออนไลน์ มานำเสนออันทำให้บทบาทความเป็นผู้นำทางความคิดของสื่อมวลชนได้ถูกเปลี่ยนไปยังสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นสื่อที่มีความรวดเร็วและสามารถเข้าถึงคนได้เป็นจำนวนมากกว่าทำให้เห็นว่าสื่อสังคมออนไลน์เป็นผู้ส่งสาร ตามทฤษฎีการสื่อสารจingle และทฤษฎีสื่อสารสองจingle สื่อมวลชนยังมีบทบาทของผู้นำข่าวสารมาสื่อสาร เพราะเมื่อข่าวสารของสื่อมวลชนได้ถูกเผยแพร่แล้วนั้นจะถูกสื่อสังคมออนไลน์นำมาเผยแพร่ต่อ ในระยะหลังสื่อมวลชนได้นำเอาเรื่องราวที่เป็นที่น่าสนใจในสื่อสังคมออนไลน์มานำเสนอโดยสื่อมวลชน สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องลำดับขั้นของข่าวสารในการควบคุม ที่มีแนวคิดว่าการควบคุมข่าวสารที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของแต่ละระบบจะมีลำดับขั้นดังนี้ คือ ระบบวัฒนธรรมจะควบคุมข่าวสารของระบบสังคม จากนั้นระบบสังคมจะควบคุม

ข่าวสารของระบบบุคคล และท้ายที่สุด ระบบบุคคลจะควบคุมข่าวสาร ทำให้เห็นได้ว่าสื่อสังคมออนไลน์กลายเป็นวัฒนธรรมอย่างหนึ่งจนปฏิเสธไม่ได้ และสามารถที่จะควบคุมข่าวสารได้โดยผู้ใช้งาน สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นคนธรรมดา

หน่วยงาน “ราสคอมนาซอร์” (Роскомнадзор - Roskomnadzor) เป็นหน่วยงานของรัฐบาลรัสเซียที่รับผิดชอบด้านการกำกับดูแลการสื่อสารในประเทศ ซึ่งแจ้งว่านับตั้งแต่เดือนตุลาคมปี ค.ศ. 2020 เป็นต้นมา เฟสบุ๊ก “เลือกปฏิบัติ” ต่อสื่อของรัสเซียมากกว่า 20 ราย การปิดกั้นดังกล่าวเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ และจำกัดการเข้าถึงผู้ใช้งานรัสเซียบนแพลตฟอร์มต่างชาติ ราสคอมนาซอร์ได้แถลงการณ์อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 25 กุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 2022 ว่า เฟสบุ๊ก กำลังละเมิดสิทธิและเสรีภาพของพลเมืองรัสเซีย โดยจำกัดการเข้าถึงบัญชีอย่าง ทางเป็นทางการ (official account) ของสื่อรัสเซีย 4 แห่งที่เป็นของรัฐหรือในเครือของรัฐ ได้แก่ ช่องทีวี Звезда (Zvezda), สำนักข่าว РИА Новости (RIA Novosti), Лента.Ру (Lenta.ru) และ Газета.Ру (Gazeta.ru) โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากที่รัสเซีย เริ่ม “ปฏิบัติการพิเศษทางทหาร” เข้าโจมตียูเครน จนโค่นล้มโลกจับตา รัฐบาลรัสเซียพยายามกดดันบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มเหล่านี้จัดการกับข้อมูลเท็จ การแพร่กระจายของข้อมูลที่เป็นเท็จไม่เหมาะสม และไม่ถูกต้องนี้มักจะถูกแบ่งปันบนสื่อสังคมออนไลน์โดยไม่เจตนา เรียกปรากฏการณ์นี้ว่า ข่าวสารที่เป็นเท็จ (fake news) (สิงห์ สิงห์ขจร, 2562) ภาพข่าวที่สร้างความเข้าใจผิด และข่าวปลอมบนสื่อสังคมออนไลน์ เกี่ยวกับการใช้กำลังทางทหารของรัสเซียโจมตียูเครน จนทำให้ผู้ให้บริการสื่อสังคมออนไลน์อย่างเฟสบุ๊ก และกูเกิ้ล ต่างพากันจำกัดเนื้อหาจากสื่อของรัฐบาลรัสเซียบนแพลตฟอร์ม ส่วนรัสเซียเองได้ใช้กฎหมายกดดันกลับโดยขู่ว่าจะจำคุกสูงสุด 15 ปีสำหรับชาวรัสเซียที่โพสต์ “ข่าวปลอม” เกี่ยวกับการบุกรุก และรัฐบาลได้จับกุมผู้ประท้วงต่อต้านสงครามแล้วหลายพันคน (Culliford, 2022)

ราสคอมนาซอร์ได้ทำการบล็อกเฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อย่างสมบูรณ์ หลังจากเฟสบุ๊กได้ทำการบล็อกสื่อของรัสเซีย ได้แก่ RT (เดิมชื่อ Russia Today) และ Sputnik ในยุโรปเพื่อให้สอดคล้องกับมาตรการคว่ำบาตรของสหภาพยุโรป และในประเทศอื่นๆ รวมถึงยูเครนและสหราชอาณาจักร การห้ามของสหภาพยุโรปยังใช้กับการออกอากาศแบบดั้งเดิมขององค์กรสื่อต่าง ๆ ในยุโรปด้วย โดยราสคอมนาซอร์กล่าวว่าการกระทำของหน่วยงานเป็นไปตามข้อตกลงของสำนักงานอัยการสูงสุดและกระทรวงการต่างประเทศรัสเซีย เพื่อให้เครือข่ายโซเชียลยอมรับว่าเกี่ยวข้องกับการละเมิดสิทธิมนุษยชนและเสรีภาพขั้นพื้นฐาน ตลอดจนสิทธิและเสรีภาพของพลเมืองรัสเซีย อีกทั้งยังประกาศว่าจะเริ่มทำการบล็อกอินสตาแกรมในรัสเซียตั้งแต่วันที่ 14 มีนาคม ปี ค.ศ. 2022 โดยระบุว่าเป็นการตอบโต้ต่อการตัดสินใจของเฟสบุ๊ก ที่อนุญาตให้ผู้ใช้ในบางประเทศออกมาเรียกร้องให้ใช้ความรุนแรงต่อประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูติน และทหารรัสเซียในช่วงที่พักรบยูเครน รัฐบาลรัสเซียยังระบุด้วยว่ากำลังพยายามประกาศให้เฟสบุ๊ก เป็น “องค์กรหัวรุนแรง” “extremist organization” การบล็อกสื่อสังคมออนไลน์ภายในของประเทศรัสเซียทำให้ประชาชนจะไม่สามารถรับข่าวสารจากช่องทางที่หลากหลาย (Wiegmann, 2022)

เนื้อหา

ประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูติน มีชื่อเสียงมาอย่างยาวนานในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านสงครามสารสนเทศ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา การใช้อาวุธในสื่อสังคมออนไลน์และการส่งเสริมเชิงรุกของการเล่าเรื่องเท็จได้พิสูจน์ให้เห็นถึงความสำคัญครั้งสำคัญหลายประการของรัสเซีย เช่น การยึดไครเมียในปี ค.ศ. 2014 และการเลือกตั้งประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ของสหรัฐอเมริกาในปี ค.ศ. 2016 (Åslund, 2022) สิ่งเหล่านี้

ทำให้สถานการณ์ปัจจุบันน่าประหลาดใจยิ่งขึ้น การรุกรานยูเครนของปูตินยังเกิดขึ้นได้ไม่ถึงสองสัปดาห์ แต่เห็นได้แน่ชัดแล้วว่าสงครามข้อมูลข่าวสารที่รัสเซียเคยใช้ได้สูญหายไปอย่างเด็ดขาด นับตั้งแต่การโจมตีของปูตินเริ่มขึ้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ ปี ค.ศ. 2022 โลกก็ได้รับรวบรวมข้อมูลข่าวสารของการสนับสนุนยูเครนอย่างท่วมท้น ประชาคมระหว่างประเทศส่วนใหญ่ยังประณามการรุกรานของรัสเซียด้วยวาจา อันที่จริงสงครามรัสเซีย-ยูเครน กำลังได้รับการขนานนามอย่างกว้างขวางว่าเป็นประเด็นเรื่องความดีและความชั่วขาวดำที่สุดในประวัติศาสตร์สมัยใหม่

จากการรายงานข่าวของสื่อตะวันตกแสดงให้เห็นว่า ประธานาธิบดีโวโลดีมีร์ เซเลนสกีแห่งยูเครน ได้กลายเป็นวีรบุรุษระดับโลก การบรรยายสรุปประจำวันที่สมเหตุสมผลและตรงไปตรงมาของประธานาธิบดีโวโลดีมีร์ เซเลนสกี และวิดีโอเซลฟีที่น่าจดจำของเขาได้รับการเปิดเผย ในขณะที่คำพูดที่เป็นสัญลักษณ์ เช่น “ฉันต้องการกระสุน ไม่ใช่รถ” (Kessler, 2022) ได้เข้าสู่ประวัติศาสตร์แล้ว ตรงกันข้ามกับการโกหกที่ชัดเจนของปูติน ประธานาธิบดีโวโลดีมีร์ เซเลนสกีกลับถูกมองว่าจริงใจและตรงไปตรงมา เขาไม่ได้แยกตัวเองหรือบังคับเพื่อนร่วมงานและสื่อมวลชนให้นั่งฟังตรงข้ามของโต๊ะที่มีความยาวหลายสิบเมตร นอกจากประธานาธิบดีโวโลดีมีร์ เซเลนสกีจะเป็นดาวเด่นของการทำสงครามข้อมูลของยูเครนอย่างไม่ต้องสงสัย เจ้าหน้าที่ยูเครนคนอื่น ๆ ทำได้ดีเช่นกัน เช่น นายดมิโตร คูเลบา (Dmytro Kuleba) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ ปรากฏตัวอย่างโดดเด่นและมีประสิทธิภาพบนสื่อสังคมออนไลน์ เช่นเดียวกับนายมิกไฮล เฟโดโรฟ (Mykhailo Fedorov) รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของยูเครน กองทัพของยูเครนได้ก้าวไปสู่ความท้าทายด้วยการอัปเดตข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ และการส่งข้อความที่ชัดเจนและสอดคล้องกัน พวกเขาได้รับการสนับสนุนจากภาคประชาสังคมที่กว้างขวางและมีชีวิตชีวาของยูเครน ซึ่งทำหน้าที่เป็นกองทัพอากาศสงครามข้อมูลข่าวสารที่ไม่เป็นทางการ ซึ่งโพสต์ข้อมูลอัปเดตที่น่าเชื่อถือเกี่ยวกับการสู้รบทางทหารและความทารุณโหดร้ายของทางรัสเซีย พร้อมกับที่สร้างสรรค์และข้อความแสดงความรักชาติที่ส่งเสริมขวัญกำลังใจ

ทฤษฎีบทบาทและผลของสื่อมวลชนในการกำหนดวาระข่าวสารนั้นมีรากฐานมาจากแนวคิดดั้งเดิมที่กล่าวถึงโดย วอลเตอร์ ลิปป์แมนน์ ในหนังสือ Public Opinion (Lippman, 1922) ด้วยบทบาทในการสร้างภาพในหัวสมองของคนเรา โดยมนุษย์ในสังคมมักจะตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมผ่านภาพในหัวสมองที่ถูกแต่งแต้ม จากการรับรู้ผ่านประสบการณ์ทางอ้อมที่น่าเสนอโดยสื่อมวลชน โคเฮน (Cohen, 1963) นำแนวคิดของลิปป์แมนน์ มาใช้ในการวิเคราะห์บทบาท การกำหนดวาระข่าวของสื่อมวลชน โดยเขาอธิบายแนวคิดนี้ว่า สื่อมวลชนมีบทบาทความสำคัญมากกว่าการเป็นผู้นำเสนอข่าวสารและความคิดเห็นนั้น สื่อมวลชนอาจไม่ประสบความสำเร็จมากนักในการบอกให้ประชาชนคิดอย่างไร (what to think) แต่มักจะประสบความสำเร็จอย่างมากในการบอกให้ประชาชน (ผู้อ่านหนังสือพิมพ์) คิดเกี่ยวกับเรื่องอะไร การแพร่กระจายข่าวสารจากสื่อมวลชนสู่สมาชิกในสังคม นอกจากจะก่อให้เกิดช่องว่างทางข่าวสาร หรือมีความเหลื่อมล้ำทางข่าวสารและความรู้ในหมู่ประชากรกลุ่มต่างๆ แล้ว ยังก่อให้เกิดผลกระทบต่อประชาชนในกลุ่มสาธารณะต่างๆ ด้านการรับรู้ การให้ความสนใจ และการให้ความสำคัญต่อประเด็นเหตุการณ์ข่าวประจำวันต่างๆ ที่สื่อมวลชนนำเสนอเข้มข้นมากขึ้นในระดับต่างกันด้วย ผลในเชิงความคิด (cognitive effects) นี้เกิดจากบทบาทหน้าที่ของสื่อมวลชนที่เรียกว่า การกำหนดวาระข่าวสาร

ต่อมา แม็คคอมบส์ และชอว์ (McCombs & Shaw, 1972) ได้ศึกษาแนวคิดนี้ด้วยวิธีวิจัยเชิงประจักษ์ พบว่าผู้อ่านหนังสือพิมพ์ไม่เพียงแต่ได้รับรู้ว่ามีประเด็นอะไรที่น่าเสนอผ่าน แต่ยังรับรู้ถึงความสำคัญมากน้อยของประเด็นที่น่าเสนอด้วย โดยรับรู้ได้จากจำนวนหรือปริมาณความถี่ของข่าวสารในประเด็นนั้นๆ รวมทั้งตำแหน่งที่ข่าวสารปรากฏในสื่อว่าโดดเด่นสำคัญแค่ไหน ซึ่งกระบวนการเลือกสรร

ตกแต่งของสื่อดังกล่าวนี้คือการกำหนดวาระข่าวสาร (agenda setting) ให้กับผู้รับสารในสังคม การศึกษาคดีวอเตอร์เกตที่อื้อฉาวในสมัยประธานาธิบดีนิกสัน เป็นกรณีศึกษาเกี่ยวกับการรับรู้วาระข่าวสารของประชาชนชาวอเมริกันในช่วงนั้น โดยเปรียบเทียบกับเหตุการณ์ข่าวอื่น ๆ และได้เสนอแบบจำลองที่แสดงถึงบทบาทของสื่อมวลชนกับผลต่อการรับรู้ของสาธารณะชนที่เป็นไปในเชิงสอดคล้องกัน คือเรื่องใดที่สื่อมวลชนให้ความสำคัญมากผู้รับสารก็รับรู้ความสำคัญมาก

การกำหนดวาระข่าวสารโดยสื่อมวลชนการที่ประชาชนจะเอาอะไรมาคิดหรือไม่เอามาคิดในสมองในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง มักจะเกิดจากที่สื่อมวลชนนำเสนอหรือไม่นำเสนอเรื่องนั้น ๆ ในทำนองเดียวกัน “สื่อมวลชนมักกระตุ้นให้ประชาชนสนใจในบางเรื่อง บางประเด็นเป็นพิเศษ สร้างภาพลักษณ์ในสาธารณะให้กับนักการเมืองบางคน สื่อมวลชนนำเสนอเรื่องราวต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ชี้นำให้ปัจเจกบุคคลในสังคมมวลชนว่าควรคิดในเรื่องอะไร ควรรู้ในเรื่องอะไร และควรมีความรู้สึกเกี่ยวกับอะไร กระบวนการกำหนดวาระข่าวสารในสังคมไม่สามารถมองง่าย ๆ ตามกระบวนการที่คุ้นเคยเดิมที่เชื่อว่าสื่อมวลชนเป็นตัวกำหนดได้เสมอไป เพราะยังมีประเด็นที่ซับซ้อนที่เป็นข้อพิจารณาเพิ่มเติมอีกหลายประการดังนี้

1. แหล่งที่มาของวาระข่าวสาร แม็คควอล (McQuail, 1987) ชี้ว่ากระบวนการกำหนดวาระข่าวสารเกี่ยวข้องด้วยวาระที่มาจาก 3 แหล่งด้วยกันคือ (1) วาระเชิงนโยบายจากนักการเมืองหรือกลุ่มที่มีบทบาทในสังคม (2) วาระจากสื่อมวลชนในกระบวนการของการรักษาประตูที่คัดเลือกข่าวสารเหตุการณ์หรือประเด็นที่มีข้อมูลค่าข่าว (new values) และเป็นที่สนใจของกลุ่มผู้อ่าน และ (3) วาระจากสาธารณชนผู้สนใจและรับรู้ว่าเรื่องใดสำคัญ ซึ่งอาจจะมาจากประสบการณ์ตรงจากปัญหาในสังคมหรือการรับรู้ผ่านสื่อมวลชน โรเจอร์สกับเดียร์ริง (Rogers & Dearing, 1988) สร้างแบบจำลองแสดงความสัมพันธ์ของวาระข่าวสาร 3 แหล่งคือ วาระข่าวสารของสื่อ (media agenda) วาระข่าวสารสาธารณะ (public agenda) และวาระข่าวสารนโยบาย (policy agenda) โดยทั้ง 3 แหล่งที่มาของวาระข่าวสารในสังคมนี้ต่างมีอิทธิพลซึ่งกันและกันในการกำหนดวาระข่าวสาร นอกจากนี้กระบวนการกำหนดวาระข่าวสารนี้ยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ เช่น (1) จากกระบวนการของผู้รักษาประตูในองค์กรสื่อมวลชนเองที่คัดเลือกประเด็นข่าวสารตามนโยบายและมูลค่าข่าว (2) จากการติดต่อสื่อสารอภิปราย ถกเถียง หรือมีปฏิสัมพันธ์ของบุคคลในระดับต่าง ๆ ในสังคม และ (3) จากสภาพที่แท้จริงของสังคมว่าขณะนั้นมีเรื่องอะไรที่เป็นวาระสำคัญจำเป็นจริง ๆ

2. ประเด็นใครเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสาร ตัวสื่อ มหาชนหรือสาธารณะ แม็คคอมบัส และชอว์ (McCombs & Shaw, 1977) ได้วิจัยทดสอบเพื่อคลี่คลายประเด็นที่ว่าสื่อมวลชนเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารจริงหรือไม่ เนื่องจากมีผู้ตั้งข้อสังเกตว่า แท้ที่จริงแล้วสื่อมวลชนมีกระบวนการคัดเลือกข่าวสารโดยดูที่ความสนใจของสาธารณะ ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลของการทำหน้าที่ตอบสนองความต้องการของสังคมหรือเพื่อตอบสนองตลาดผู้บริโภคก็ตาม อย่างไรก็ตาม ในการเลือกจะนำเสนอเรื่องใดประเด็นใดของสื่อ นั้น ปัจจัยความต้องการและความสนใจของผู้รับสารมักจะมีอิทธิพลเสมอ (สิงห์ สิงห์ขจร และคณะ, 2562) ดังนั้นในการวิจัยเมื่อปี ค.ศ. 1972 เมืองชาร์ลอตต์ รัฐนอร์ทแคโรไลนา แม็คคอมบัสและชอว์ได้ออกแบบการศึกษาสำรวจแบบข้ามช่วงเวลา (cross-lagged design) แบ่งเป็น 2 ช่วงเวลาของการศึกษาสำรวจซึ่งห่างกัน 4 เดือน โดยแต่ละช่วงเวลาจะศึกษาทั้งการสำรวจวาระข่าวสารที่หนังสือพิมพ์นำเสนอโดยวิธีวิเคราะห์ประเด็นที่น่าเสนอ กับการสำรวจผู้อ่านในการรับรู้ความสำคัญของประเด็นสาธารณะในขณะนั้น จากนั้นจึงมีการหาค่าสหสัมพันธ์ ของอันดับความสำคัญที่ได้จากวิเคราะห์เนื้อหาและการรับรู้ของผู้อ่านระหว่าง 2 ช่วงเวลา ที่เก็บข้อมูลทั้งนี้เพื่อหาค่าสัมพันธ์ที่บ่งบอกถึงความเป็นไปได้ของความเป็นสาเหตุและผลต่อกัน ระหว่างวาระข่าวสารในสื่อกับวาระข่าวสารที่รับรู้ของผู้อ่าน ผลการศึกษาแม้พบว่าการเสนอ

วาระข่าวสารของหนังสือพิมพ์ในช่วงสำรวจครั้งแรกจะมีความสัมพันธ์หรือสอดคล้องกับการรับรู้วาระข่าวสารของผู้อ่านใน 4 เดือนต่อมาซึ่งแสดงถึงแนวโน้มของความสัมพันธ์ในเชิงเหตุและผลตามทฤษฎีการกำหนดวาระข่าวสารจากสื่อมวลชนก็ตาม แต่ปรากฏว่ายังมีข้อมูลที่ขัดแย้งกันอยู่บ้าง ทำให้การสรุปผลชัดเจนยังไม่มีข้อยุติ เช่น ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้ไม่ปรากฏว่าเป็นจริงในการศึกษาเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์

3. ระดับของวาระข่าวสาร แม็คคอมบส์ และ เอสตราดา (Shaw & McCombs, 1977) ได้เสนอวิธีวิจัยการกำหนดวาระข่าวสาร โดยในการศึกษาได้จำแนกวาระข่าวสารเป็น 2 ระดับ ในระดับแรกหรือระดับปฐมภูมิ (first-level-of-agenda) เป็นหัวข้อหรือประเด็นหลักของข่าวสาร เช่น เศรษฐกิจนโยบายต่างประเทศ การจัดระเบียบสังคม และสุขภาพของประชาชน เป็นต้น เป็นประเด็นหลักเหล่านี้มีลักษณะเป็นนามธรรม บางครั้งกว้างเกินไปที่จะเห็นประเด็นปัญหา เช่น เรื่องเศรษฐกิจ อาจไม่เป็น ประเด็นปัญหาทุกเรื่อง ประเด็นปัญหาที่สนใจและมีความสำคัญขณะนี้ อาจเป็นเรื่อง ปัญหาหนี้สาธารณะปัญหาเงินเฟ้อ ปัญหาความไม่สมดุลทางค่า ฯลฯ การจำแนกแยกย่อยลงมาถึงเรียกว่าการกำหนดวาระข่าวสารระดับที่ 2 หรือระดับทุติยภูมิ (second-level-of-agenda setting)

4. บทบาทผู้รับสาร แนวคิดการกำหนดวาระข่าวสารซึ่งเป็นกระบวนการที่คนตั้งเดิมมองว่าสื่อมวลชนมีบทบาทเป็นผู้กำหนดวาระข่าวสารให้เกิดขึ้นในความคิดของปัจเจกบุคคล ในกลุ่มสาธารณะต่างๆ มักถูกวิจารณ์ว่าละเลยบทบาทของผู้รับสาร ทั้งนี้เพราะผู้รับสารมีความกระตือรือร้น (active) ไม่ใช่เฉยชา (passive) เสนอไป การกำหนดวาระข่าวสารอาจเกิดขึ้นไม่เท่ากัน ในลักษณะเดียวกันกับทุกคน วีเวอร์ (Weaver, 2007) ชี้ว่าปัจเจกบุคคลแต่ละคนมีความต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆ กัน ซึ่งน่าจะเป็นตัวแปรกำหนดการรับรู้ของปัจเจกบุคคลว่าอะไรควรสนใจหรือให้ความสำคัญ ซึ่งแต่ละคนไม่เหมือนกัน ทั้งนี้ ระดับความต้องการข่าวสารของแต่ละคนยังขึ้นอยู่กับปัจจัยความเกี่ยวข้องโดยตรง และความไม่รู้หรือไม่แน่ใจที่แต่ละคนมีต่อประเด็นอื่นที่เกี่ยวข้องหรือตรงตามต้องการมากก็ยิ่งรับรู้ว่าเป็นข่าวสารสำคัญประกอบไม่มีความรู้ในเรื่องนั้นด้วย ยังมีความต้องการข้อมูลข่าวสารสูง และนำไปสู่การรับรู้ว่าเป็นข่าวสารสำคัญของตน เช่น นักธุรกิจที่กำลังจะตัดสินใจลงทุนมีความไม่แน่ใจสูง มีความต้องการข่าวสารด้านนี้มากจึงย่อมมองเห็นว่า ข่าวสารธุรกิจการลงทุนเป็นวาระข่าวที่สำคัญของตนเองในขณะนี้ตามไปด้วย

5. วาระข่าวสารกับความเป็นจริง ฟังก์เฮเซอร์ (Funkhouser, 1973) นอกจากจะสนใจความสัมพันธ์ระหว่างการเสนอข่าวของสื่อมวลชนกับการรับรู้ของผู้อ่านแล้ว ยังให้ความสนใจศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเสนอวาระข่าวสารในสื่อมวลชนกับสิ่งที่เป็จริงในสังคม (media agenda and reality)

การกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน คือ “กระบวนการของการมีอิทธิพลทางความคิดซึ่งเริ่มต้นไหลจากการจัดลำดับความสำคัญของเรื่อง เช่น เรื่องที่เกี่ยวข้องกับนักการเมืองหรือกลุ่มผลประโยชน์กลุ่มต่างๆ ไปสู่การจัดลำดับความสำคัญของสื่อมวลชน และท้ายที่สุดไหลไปสู่ความคิดเห็นของสาธารณชน” (McCombs &, 1972) หากจะพิจารณา บทบาทของหนังสือพิมพ์ตามแนวคิดเกี่ยวกับการกำหนดวาระข่าวสารของสื่อมวลชน จะพบว่าสื่อหนังสือพิมพ์มีกลวิธีในการกำหนดประเด็น

การรุกรานยูเครนของประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูติน ต่อยูเครนทำให้รัสเซียได้รับผลกระทบในด้านต่าง ๆ อย่างเห็นได้ชัด แม้แต่เครื่องมือในการบิดเบือนข้อมูลข่าวสารอันน่าเกรงขามของเขายังไม่สามารถตอบโต้ได้ นำไปสู่การคว่ำบาตรรัสเซียจากนานาชาติอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน (Toh et al., 2022) และชักชวนบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในโลกหลายแห่งให้ตัดสัมพันธ์กับประเทศทั้งหมด แม้แต่พันธมิตรที่น่าเชื่อถือในอดีตอย่างจีนกลับไม่เต็มใจที่จะยืนหยัดอย่างเปิดเผยกับเครมลิน ในขณะเดียวกัน เรื่องเล่าเท็จของรัสเซียจะไม่ได้รับพื้นที่อย่างเท่าเทียมในสื่อระหว่างประเทศหรือถูกให้ปล่อยให้ผ่านไปโดยไม่มีใครขัดขวาง

อีกต่อไป ความพยายามของประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูติน ในการหาเหตุผลรุกรานยูเครนของเขาล้มเหลวอย่างเห็นได้ชัด ในทางกลับกันการไว้วางใจของประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูติน เกี่ยวกับ "นีโอนาซี" ของยูเครนถูกกล่าวหาว่าเป็นการกระทำที่ไร้เหตุผลและถูกเย้ยหยันจากสื่อตะวันตก ความพ่ายแพ้ครั้งใหญ่ในสงครามข้อมูลข่าวสารประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูติน ได้ทำการปรับกลยุทธ์ในการต่อสู้และตอนนี้กำลังเริ่มดำเนินการในการแย่งชิงพื้นที่สื่อกลับคืนมาอย่างสิ้นหวังจากการยึดครองของผู้ชมในประเทศรัสเซีย ในช่วงสัปดาห์แรกของสงครามมอสโกได้สั่งห้าม เฟสบุ๊ก และ ทวิตเตอร์ ปิดช่องทางสื่ออิสระส่วนใหญ่ของประเทศและออกกฎหมายใหม่ที่เข้มงวดซึ่งคาดว่าจะมีโทษจำคุกเป็นเวลานานสำหรับผู้ที่ยึดถือคำถามเกี่ยวกับสงครามในยูเครนของเครมลิน ความแตกต่างที่สำคัญอย่างหนึ่งระหว่างสงครามในปัจจุบันกับการรุกรานแคว้นโครเมียของรัสเซียในปี ค.ศ. 2014 คือ การปรากฏตัวของสื่อชาวต่างประเทศจำนวนมากในประเทศยูเครน ที่ทำการเปิดเผยรายละเอียดแผนการบุกของประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูติน อย่างต่อเนื่องทำให้ประชาคมระหว่างประเทศและประชาชนที่เฝ้าดูรู้ดีล่วงหน้าว่าความขัดแย้งครั้งใหญ่กำลังจะปะทุขึ้นมา เป็นผลให้บรรดาตัวแทนของสื่อต่างประเทศเริ่มรวมตัวและเข้าไปทำข่าวกันในยูเครนในช่วงปลายปี ค.ศ. 2021

การปรากฏตัวของสื่อต่างประเทศอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในยูเครนทำให้นักข่าวหลายร้อยคนได้สัมผัสกับความเป็นจริงของประเทศยูเครนด้วยตนเอง ในทางตรงกันข้าม ข่าวของยูเครนครั้งก่อนหน้านี้นักข่าวยุเครนโดยสำนักงานที่มอสโก โดยมีนักข่าวที่ประจำการเพียงไม่กี่คนเท่านั้นที่อาศัยอยู่ในกรุงเคียฟ สิ่งนี้นำไปสู่ทัศนคติการนำเสนอข่าวที่มอสโกเป็นศูนย์กลางเกี่ยวกับกิจการของยูเครน โดยหัวหน้าสำนักข่าวมักจะให้น้ำหนักมากเกินไปกับการเล่าเรื่องราวจากฝั่งเครมลิน ในขณะที่บรรดานักข่าวเหล่านั้นที่พยายามจะประจบประแจงเพื่อนร่วมงานชาวรัสเซีย ในทางตรงกันข้าม นักข่าวชาวตะวันตกส่วนใหญ่ที่แห่กันไปที่ยูเครนในช่วงหลายเดือนก่อนเกิดการสู้รบนั้นปราศจากอคติของรัสเซีย ที่สำคัญพวกเขาไม่ได้เห็นพ้องต้องกันกับเครมลินในทางใดทางหนึ่ง ซึ่งแตกต่างจากนักข่าวของมอสโกที่การทำข่าวต้องได้รับการรับรองจากทางรัสเซียหากพวกเขาต้องการที่จะทำงานต่อไปนอกจากนี้นักข่าวต่างประเทศที่มีฐานอยู่ในมอสโกมีแนวโน้มที่จะเข้าถึงเจ้าหน้าที่ระดับสูงได้โดยตรงอย่างจำกัด และมักถูกบังคับให้ต้องพึ่งพาข้อมูลที่ป้อนจากทางการรัสเซีย นักข่าวคนใดที่พยายามสื่อความจริงเสี่ยงต่อการถูกไล่ออก เช่นเดียวกับที่เกิดขึ้นกับ ลูค ฮาร์ดิ้ง แห่ง The Guardian และ Sarah Rainsford แห่ง BBC เมื่อต้องเผชิญกับของการสูญเสียอาชีพของตน ผู้สื่อข่าวมอสโกจำนวนมากจึงมีส่วนร่วมในการเซ็นเซอร์ตนเองและเรียนรู้อย่างรวดเร็วเพื่อหลีกเลี่ยงต่อการกระทำเรื่องดังกล่าวอย่างรวดเร็ว ในขณะที่บรรยากาศของสื่อในยูเครนแตกต่างจากทางมอสโกอย่างมาก แม้ว่าบรรดาสื่อต่าง ๆ ของยูเครนยังคงถูกครอบงำโดยผลประโยชน์ของผู้มีอำนาจ แต่ก็อยู่ห่างจากการเซ็นเซอร์อย่างเข้มงวดของสื่อรัสเซียที่ควบคุมโดยเครมลินเป็นเวลาหลายปี ในทางกลับกัน สื่อต่าง ๆ ของยูเครนแข่งขันกันเองเพื่อสร้างตลาดของสื่อสารมวลชนในประเทศ ทำให้นักข่าวต่างประเทศในยูเครนมีส่วนร่วมกับเพื่อนร่วมงานในท้องถิ่นจำนวนมากในการรายงานสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงภายในประเทศ ปฏิสัมพันธ์นี้ยังช่วยเน้นย้ำจรรยาบรรณวิชาชีพสื่อสารมวลชนโดยทั่วไปและค่านิยมร่วมที่เชื่อมโยงชาวยูเครนและเพื่อนร่วมงานชาวตะวันตกของพวกเขา

สรุป

สงครามข้อมูลข่าวสารประธานาธิบดีวลาดิมีร์ ปูติน ได้ทำการปรับกลยุทธ์ในการต่อสู้และตอนนี้กำลังเริ่มดำเนินการในการแย่งชิงพื้นที่สื่อกลับคืน จากการยึดครองของประชาชนในประเทศรัสเซีย ในช่วงสัปดาห์แรกของสงครามมอสโกได้สั่งห้าม เฟสบุ๊ก และ ทวิตเตอร์ ปิดช่องทางสื่ออิสระส่วนใหญ่ของประเทศ

และออกกฎหมายใหม่ที่จะมีโทษจำคุกเป็นเวลานานสำหรับผู้ที่ยกตั้งคำถามเกี่ยวกับสงครามในยูเครน เป็นไปตามทฤษฎีการสื่อสารจันทะเดียวและทฤษฎีสื่อสารสองจันทะ มุ่งที่จะวิเคราะห์การสื่อสารมวลชนในด้านการชักจูงโน้มน้าวจิตใจให้มีพฤติกรรมบางอย่างเป็นสำคัญ แต่ทฤษฎีกำหนดระเบียบวาระมุ่งที่จะอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างสื่อมวลชนในด้านการแสวงหา คัดเลือกข่าวสาร กับผู้รับข่าวสารในแง่ความตระหนักหรือการให้ความสำคัญต่อข่าวสารต่าง ๆ โดยถือว่าสื่อสารมวลชนเป็นเพียงผู้กำหนดหรือวางระเบียบวาระการรับรู้ข่าวสารของประชาชนว่า จะเสนอข่าวสารใด ในระยะเวลาใด สื่อมวลชนจะมีบทบาทในการแนะนำประชาชนว่าควรคิดหรือตระหนักในเรื่องใด ซึ่งผลจะออกมาอย่างไรย่อมขึ้นอยู่กับเวลา สถานการณ์ และองค์ประกอบอื่น ๆ สื่อสังคมออนไลน์ นั้นเป็นสื่อที่อิทธิพลต่อคนในสังคมอย่างปฏิเสธไม่ได้ แต่อำนาจของการสื่อสารผ่าน สื่อสังคมออนไลน์นั้นเกิดจากการรวมตัวของกลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีความคิดเห็นที่ตรงกันหรือมีแนวทางร่วมกันเป็นจำนวนมาก ถึงจะสามารถผลักดันให้ประเด็นหรือเรื่องราวนั้นออกมาสู่กระแสของสังคมได้ สื่อมวลชนก็จะคอยตามดูกระแสความนิยม ความสนใจของกลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์แล้วจึงคัดเลือกเนื้อหาหรือประเด็นนั้นมานำเสนอผ่านสื่อมวลชน ก็ยังเห็นได้ว่าสื่อมวลชนก็ยังมีความเป็นผู้กลั่นกรองข่าวสารตามทฤษฎีผู้กรองสาร แต่ความสำคัญของสื่อมวลชนในปัจจุบันเริ่มกลับไปสู่การทำหน้าที่จะต้องมีการกลั่นกรองข่าวสารตามทฤษฎีผู้กรองสารให้เข้มข้นมากขึ้นไม่เช่นนั้นก็จะถูกกระแสของกลุ่มผู้ใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีทั้งเรื่องที่เป็นความจริงและเรื่องที่ไม่เป็นความจริงผสมมากมาย และการที่รัสเซียสื่อสารผ่านสื่อของรัฐบาล RT (เดิมชื่อ Russia Today) และ Sputnik เป็นการกำหนดวาระของข่าวสารให้เป็นไปตามที่ทางรัฐบาลต้องการ

เอกสารอ้างอิง

- สาขาวิชานิเทศศาสตร์. (2548). *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสารหน่วยที่ 1-6*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- สิงห์ สิงห์ขจร. (2562). กระบวนการจัดการข่าวสารที่เป็นเท็จ. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี*, 1(1), 51-63.
- สิงห์ สิงห์ขจร, สุภาภรณ์ ศรีดี, วิทยาธร ท่อแก้ว และกานต์ บุญศิริ. (2562). การสื่อสารเพื่อสร้างค่านิยมของผู้นำทางการเมืองท้องถิ่น. *วารสารอัล-อิกมะฮฺ มหาวิทยาลัยฟาฏอนี*, 9 (18), 197-210.
- Åslund, A. (2022, October 13). *Why Vladimir Putin is losing the information war to Ukraine*. Retrieved from <https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/why-vladimir-putin-is-losing-the-information-war-to-ukraine/>
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2012). *Mass communication theory* (6th ed.). Canada: Wadsworth Cengage Learning.
- Barker, M., Barker, D., Bormann, N., & Neher, K. (2013). *Social media marketing: A strategic approach*. South-Western: Cengage Learning.
- Cohen, B. (1963). *The press and foreign policy*. Princeton, New Jersey: Princeton University Press.
- Culliford, E. (2022, October 13). *Russia blocks เฟสบุ๊ก, accusing it of restricting access to Russian media*. Retrieved from <https://www.reuters.com/business/media-telecom/russia-blocks-เฟสบุ๊ก-accusing-it-restricting-access-russian-media-2022-03-04/>

- Funkhouser, G. R. (1973). Trends in media coverage of the issues of the sixties. *Journalism Quarterly*, 50, 533-538.
- Ireton, C., & Posetti, J. (2018). *Journalism, fake news & disinformation: Handbook for journalism education and training*. Paris: UNESCO Publishing.
- Keller, K. L. (2013) *Strategic brand management building measuring and managing brand equity*. London: Pearson Education.
- Kerlinger, N. F., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of behavioral research*. New York: Wadsworth Cengage Learning.
- Kessler, G. (2022, October 13). *Zelensky's famous quote of 'need ammo, not a ride' not easily confirmed*. Retrieved from <https://www.washingtonpost.com/politics/2022/03/06/zelenskys-famous-quote-need-ammo-not-ride-not-easily-confirmed/>
- Lippman, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.
- Littlejohn, S. W. (1983). *Theories of human communication*. Belmont, CA: Wadsworth.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176-187.
- McQuail, D. (1987). *Mass communication theory: An introduction* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Rogers, E. M., & Dearing, J. W. (1988). Agenda-setting research: Where has it been, where is it going? *Communication Yearbook*, 11, 555-594.
- Shaw, D., & McCombs, M. (1977). *The emergence of American political issues: The agenda-setting function of the press*. St. Paul, MN: West.
- Singkhajorn, S. (2017). *Tourism communication of Bangkok governor*. Proceedings of the IAFOR International Conference on the City 2017 (CITY2017).
- Toh, M., Ogura, J., Humayun, H., Yee, I., Cheung E., Fossum, S., & Maruf, R. (2022, October 13). *The list of global sanctions on Russia for the war in Ukraine*. Retrieved from <https://edition.cnn.com/2022/02/25/business/list-global-sanctions-russia-ukraine-war-intl-hnk/index.html>.
- Weaver, D. H. (2007). Thoughts on agenda setting, framing, and priming. *Journal of Communication*, 57, 142-147.
- Wiegmann, A. (2022, October 13). *Russia adds meta to list of 'terrorist and extremist' groups*. Retrieved from <https://www.aljazeera.com/news/2022/10/11/russia-adds-meta-to-list-of-terrorist-and-extremist-groups>.