

การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อ กองบัญชาการกองทัพอากาศ

ศุจินันท์ พูลสวัสดิ์¹¹

แอนนา จุมพลเสถียร¹²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพอากาศ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากประชากรเป้าหมาย คนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่รู้จักและเคยมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่ทางกองบัญชาการกองทัพอากาศจัดขึ้น ทั้งนี้ต้องไม่ใช่บุคคลที่รับราชการทหาร หรือ ผู้ที่มี ญาติ พี่ น้อง หรือเพื่อนใกล้ชิด ที่รับราชการทหาร จำนวน 400 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพอากาศจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด มีความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพอากาศในระดับสูง มีทัศนคติในเชิงบวกต่อกองบัญชาการกองทัพอากาศ และเคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางกองบัญชาการกองทัพอากาศจัดขึ้น ซึ่งประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมทางทหารในงานวันเด็กแห่งชาติมากที่สุด ส่วนในด้านแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพอากาศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความตั้งใจจะให้การสนับสนุนและเข้าร่วมกิจกรรม หากมีการขอความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรม/โครงการเพื่อสาธารณะประโยชน์ที่ทางกองบัญชาการกองทัพอากาศจัดขึ้น นอกจากนั้นยังพบว่า การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับความรู้การเปิดรับสื่อมีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติ ทัศนคติมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อกองบัญชาการกองทัพอากาศ และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อกองบัญชาการกองทัพอากาศ

คำสำคัญ การเปิดรับสื่อ, ความรู้, ทักษะ, แนวโน้มพฤติกรรม, กองบัญชาการกองทัพอากาศ

¹¹ นักศึกษาปริญญาโท คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

¹² ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ อาจารย์ประจำคณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

Media Exposure, Knowledge, Attitude and Behavioral Towards Royal Thai Armed Forces Headquarters

Abstract

The objectives of the research is to study media exposure, knowledge, attitude, and behavioral tendency of people towards the Royal Thai Armed Forces Headquarters. By using survey research to collect data from the target of 400 population samples in Thai people; aged 18 years and over. Who live in Thailand, whom recognize and previously participated in activities, which are organized by the Royal Thai Armed Forces Headquarters. Although they must not be a person who are working in any military service and or their relatives event siblings or close friends must not be a military person. The study of the most of the samples were exposed to the information about the Royal Thai Armed Forces headquarters from television media in a high level knowledge about the Royal Thai Armed Forces Headquarters. Most of sample have positive attitude to the Royal Thai Armed Forces Headquarters. They had been participated in some activities, which were organized by the Royal Thai Armed Forces Headquarters by participating in military activities on the National Children's Day. The participation behavior is towards the Royal Thai Armed Forces Headquarters, It was found that the sample groups were willing to support and participate. If there is a request for cooperation in carrying out activities or projects for public benefit that the Royal Thai Armed Forces Headquarters held. Moreover, it has been found that media exposure were relating to knowledge. Media exposure related to attitude. Knowledge linked to attitude. The attitude brings to the participation behavior with the Royal Thai Armed Forces Headquarters. And the attitude brings to the behavioral trend of participation with the Royal Thai Armed Forces Headquarters.

Keywords : media exposure, attitude, behavior, Royal Thai Armed Forces Headquarters

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

กองบัญชาการกองทัพอไทย (Royal Thai Armed Forces Headquarters) เป็นส่วนราชการขึ้นตรงต่อ กองทัพอไทย กระทรวงกลาโหม ซึ่งแปรสภาพมาจากกองบัญชาการทหารสูงสุด (Supreme Command Headquarters) มีหน้าที่ควบคุม อำนาจการ สั่งการและกำกับดูแลการดำเนินงานของส่วนราชการในกองทัพอไทยในการเตรียมกำลัง การป้องกันราชอาณาจักร และการดำเนินการเกี่ยวกับการใช้กำลังทหารตามอำนาจหน้าที่ของกระทรวงกลาโหมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด โดยมีผู้บัญชาการทหารสูงสุดเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ ก่อนหน้านั้น กองบัญชาการทหารสูงสุด ที่เคยมีการจัดตั้ง ๒ ครั้ง เป็นการเฉพาะในยามสงครามเพื่อทำหน้าที่ด้านบัญชาการรบ โดย จอมพล แปลก พิบูลสงคราม เมื่อครั้งเกิดกรณีพิพาทอินโดจีนฝรั่งเศส กับในสงครามมหาเอเชียบูรพา เมื่อจบภารกิจได้ยุบเลิกตำแหน่งผู้บัญชาการทหารสูงสุด และ กองบัญชาการทหารสูงสุด ด้านกำลังพลเหล่านั้นก็กลับไปปฏิบัติงานในหน่วยงานต้นสังกัดของตนตามเดิม ต่อมาเมื่อวันที่ ๒๗ กันยายน ๒๕๐๐ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช ในฐานะองค์จอมทัพอไทยมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้า ฯ แต่งตั้งให้ จอมพล สฤษดิ์ ธนะรัชต์ ดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการทหารสูงสุดโดยมี กรมเสนาธิการกลาโหมทำหน้าที่เป็นส่วนบังคับบัญชาการ เมื่อวันที่ ๑๖ มีนาคม ๒๕๐๓ ได้ก่อตั้งกองบัญชาการทหารสูงสุด เป็นการถาวร โดยมีหน้าที่ในการเตรียมกำลังรบและป้องกันราชอาณาจักรโดยมีส่วนราชการขึ้นตรงประกอบด้วย กองทัพบก กองทัพเรือ และกองทัพอากาศ เพื่อให้สามารถดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งปรับปรุงและเพิ่มหน่วยงานต่างๆ ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. ๒๕๐๓ ซึ่ง กองบัญชาการกองทัพอไทย มีหน้าที่รับผิดชอบในด้านการวางแผน อำนาจการ สั่งการ กำกับดูแลการปฏิบัติการปฏิบัติกร่วมของกองทัพอไทยตามภารกิจที่ได้รับมอบหมาย และการดำเนินการเกี่ยวกับการใช้กำลังทหารตามอำนาจหน้าที่ ของกระทรวงกลาโหมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

จากที่มาที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาว่า ประชาชนคนไทยมีความรู้สึกที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพอไทยเป็นอย่างไร หลังจากที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่ทาง กองบัญชาการกองทัพอไทยจัดขึ้น รวมทั้งการให้ความร่วมมือและให้การสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ทางทหาร อันจะส่งผลถึงประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงานของทหาร ในด้าน

การรักษาความมั่นคงของรัฐ ด้านการป้องกันประเทศด้านสร้างความร่วมมือทางทหารกับต่างประเทศ ด้านการพัฒนาประเทศและการช่วยเหลือประชาชน และด้านพิทักษ์รักษาและเทิดทูลพระมหากษัตริย์ เพื่อก่อให้เกิดการสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ ดังนั้นจึงทำการวิจัยเพื่อนำข้อมูลด้านการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทศนคติ พฤติกรรม และแนวโน้มพฤติกรรมของประชาชนที่ต่อกองบัญชาการกองทัพไทย ทั้งนี้เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุง การทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ให้เข้าถึง ตอบโจทย์ความต้องการของประชาชนให้มากที่สุด รวมถึงเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของกองบัญชาการกองทัพไทยที่ดีต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อ ความรู้ ทศนคติ พฤติกรรมการมีส่วนร่วม และแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนกับกองบัญชาการกองทัพไทย
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับความรู้ที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับสื่อกับทศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างของความรู้ที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย กับทศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกับกองบัญชาการกองทัพไทย
7. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกับกองบัญชาการกองทัพไทย

วิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) ทำการเก็บข้อมูล ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งเพียงครั้งเดียว (Cross sectional Study) จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งคนไทยมีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในประเทศไทย ที่รู้จัก และเคยเข้าร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย โดยไม่เก็บข้อมูลกับบุคคลที่ประกอบอาชีพรับราชการทหาร หรือ ผู้ที่มี ญาติ พี่ น้อง หรือเพื่อนใกล้ชิดที่รับราชการทหาร โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และผู้วิจัยยังใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ในการวิเคราะห์ประกอบด้วย t-test / One-Way ANOVA / Pearson product-moment correlation coefficient)

ผลการวิจัยและอภิปราย

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 และเป็นเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.8

กลุ่มตัวอย่างมีอายุ 18-23 ปี มากที่สุด จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.4 รองลงมา คือ อายุ 24-35 ปี จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 อายุ 36-50 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และอายุ 51-60 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษา มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 รองลงมา คือ อาชีพรับจ้าง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.4 อาชีพรับราชการ พนักงาน/ลูกจ้างของรัฐ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 85 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ปีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8

กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ส่วนต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมา คือ รายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 รายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 รายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และรายได้ 30,001-40,000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.5

กลุ่มตัวอย่างมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.5 รองลงมา คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45.0 และระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5

ส่วนที่ 2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีค่าเฉลี่ย 2.65 หมายถึง มีการเปิดรับปานกลาง โดยมีการเปิดรับสื่อออนไลน์ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.73 หมายถึง มีการเปิดรับปานกลาง รองลงมา คือ สื่อออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 2.56 หมายถึง มีการเปิดรับน้อย และสื่อบุคคลมีค่าเฉลี่ย 2.30 หมายถึง มีการเปิดรับน้อย

เมื่อพิจารณาตามประเภทสื่อ พบว่า

สื่อออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย จากสื่อโทรทัศน์ มีค่าเฉลี่ย 3.14 หมายถึง มีการเปิดรับปานกลาง รองลงมา คือ ป้ายประชาสัมพันธ์ (Poster) มีค่าเฉลี่ย 2.99 หมายถึง มีการเปิดรับปานกลาง และวิทยุในเครื่องของกองบัญชาการกองทัพไทย น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.34 หมายถึง มีการเปิดรับน้อย

สื่อออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย จาก Website กองบัญชาการกองทัพไทย มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.65 หมายถึง มีการเปิดรับปานกลาง รองลงมา คือ Facebook กองประชาสัมพันธ์ สำนักประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหาร มีค่าเฉลี่ย 2.60 หมายถึง มีการเปิดรับน้อย และ Youtube กองบัญชาการกองทัพไทย มีค่าเฉลี่ย 2.44 หมายถึง มีการเปิดรับน้อย

สื่อบุคคล กลุ่มตัวอย่างเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย จากกำลังพล และบุคลากร จากกองบัญชาการกองทัพไทย มีค่าเฉลี่ย 2.30 หมายถึง มีการเปิดรับน้อย

ส่วนที่ 3 ความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย

กลุ่มตัวอย่างมีระดับความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย ในความรู้ระดับสูง มากที่สุด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.0 รองลงมา คือ ความรู้ระดับปานกลาง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 และความรู้ระดับต่ำ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 ผลการศึกษาระดับความรู้ของประชาชนที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย ที่ถูกต้องในประเด็น กองบัญชาการกองทัพไทย

เป็นหน่วยงานขึ้นตรงกับกระทรวงกลาโหม มากที่สุด จำนวน 344 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 รองลงมา คือประเด็น ชื่อเดิมของกองบัญชาการกองทัพไทยคือ กองบัญชาการทหารสูงสุด จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ 84.5 ส่วนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยที่ไม่ถูกต้องในประเด็น กองบัญชาการกองทัพไทย คือหน่วยงานเดียวกันกับ กองบัญชาการกองทัพบก มากที่สุด จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.0 รองลงมา คือประเด็น กองทัพไทย มี 4 เหล่า คือ กองทัพบก กองทัพเรือ กองทัพอากาศ และตำรวจ จำนวน 277 คน คิดเป็นร้อยละ 69.2

ส่วนที่ 4 ทักษะที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย

ผลการศึกษาในด้านทัศนคติของประชาชนที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติต่อกองบัญชาการกองทัพไทย มีค่าเฉลี่ย 3.72 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก โดยมีทัศนคติต่อประเด็น กองบัญชาการกองทัพไทยมีหน้าที่รับผิดชอบการวางแผน พัฒนาและดำเนินการเกี่ยวกับระบบควบคุมบังคับบัญชากองทัพไทยทั้งในยามสงคราม ภัยและภัยพิบัติ เช่น การฝึกอบรมอาสาสมัครภัยช่วยผู้ประสบภัยทางทะเล และประเด็น กองบัญชาการกองทัพไทยอำนวยความสะดวกการปฏิบัติการร่วมของทุกเหล่าทัพ และเสริมสร้างขีดความสามารถในการป้องกันประเทศ จากภัยคุกคามทุกรูปแบบ เช่น การฝึกการบริหารวิกฤตการณ์ระดับชาติ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.81 เท่ากัน หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก รองลงมา คือประเด็น กองบัญชาการกองทัพไทยสนับสนุนรัฐบาลในการแก้ไขปัญหาสำคัญของชาติ การพัฒนาประเทศ และการช่วยเหลือประชาชน เช่น ช่วยผู้ประสบอุทกภัย มีค่าเฉลี่ย 3.78 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก และประเด็น กองบัญชาการกองทัพไทยมีความรวดเร็วในการดำเนินการด้านต่างๆ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.50 หมายถึง มีทัศนคติเชิงบวก

ส่วนที่ 5 พฤติกรรมการมีส่วนร่วมที่มีต่อกิจกรรมที่กองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น

ผลการศึกษาในด้านพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อกิจกรรมที่กองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมที่มีต่อกิจกรรมที่กองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น มีค่าเฉลี่ย 3.10 หมายถึง มีส่วนร่วมปานกลาง โดยมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมทางทหารในงานวันเด็กแห่งชาติ มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.62 หมายถึง มีส่วนร่วมบ่อย รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมนิทรรศการถาวรเฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 มีค่าเฉลี่ย 3.48 หมายถึง มีส่วนร่วมบ่อย และการมีส่วนร่วมสานสัมพันธ์มวลชนกองทัพไทย มีค่าเฉลี่ย 2.59 หมายถึง มีส่วนร่วมน้อย

ส่วนที่ 6 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย

ผลการศึกษาในด้านแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการมีส่วนร่วมที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย มีค่าเฉลี่ย 3.28 หมายถึง มีความตั้งใจมีส่วนร่วมปานกลาง โดยมีความตั้งใจจะให้การสนับสนุนและเข้าร่วม หากมีการขอความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรม/โครงการเพื่อสาธารณะประโยชน์ที่ทางกองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น มากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.38 หมายถึง มีความตั้งใจมีส่วนร่วมปานกลาง รองลงมา คือ ตั้งใจจะแบ่งปันความรู้ประสบการณ์ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรม/โครงการที่ทางกองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้นให้กับผู้อื่นได้รับทราบ มีค่าเฉลี่ย 3.37 หมายถึง มีความตั้งใจมีส่วนร่วมปานกลาง และมีความตั้งใจจะเข้าร่วมกิจกรรมทางทหารที่ทางกองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.13 หมายถึง มีความตั้งใจมีส่วนร่วมปานกลาง

การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยแตกต่างกัน

จากการวิจัยพบว่า อายุที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยแตกต่างกันผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชากรที่มี อายุ 18-23 ปี มีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยมากที่สุด สอดคล้องกับแนวคิดด้านลักษณะทางประชากรของ ปรมะ สตะเวทิน (2539, น. 105-109) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากร ตั้งอยู่บนพื้นฐานความแตกต่างระหว่างบุคคล (Individual Difference Theory) หลักการพื้นฐานของทฤษฎีคือความแตกต่างระหว่างปัจเจกบุคคลทำให้บุคคลแต่ละบุคคลมีการเลือกรับข่าวสารและพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อแตกต่างกันออกไปว่า ไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งเพศหญิงและเพศชาย ต่างกันมากในเรื่องของความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวกำหนดบทบาท รวมถึงกิจกรรมของความแตกต่างและระดับการศึกษาเป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมที่ต่างกัน คนที่มีระดับการศึกษาสูงจะได้เปรียบในการเป็นผู้รับสารที่ดีเพราะเป็นผู้มีความรู้กว้างขวางและเข้าใจสารนั้นได้ดี ขณะเดียวกันพบว่า ลักษณะประชากรตัวอื่นๆ ได้แก่ เพศ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกันมีการเปิดรับสื่อไม่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะไม่สอดคล้องกับแล้วคิดลักษณะทางประชากรตั้งอยู่บนพื้นฐานความแตกต่างระหว่างบุคคล ที่กล่าวมาแล้วนั้น แต่

สอดคล้องกับแนวคิดเดอเฟลอร์ (Defleur) ได้กล่าวว่า บุคคลมีความแตกต่างกันหลากหลายประการ เช่น บุคลิกภาพ ทัศนคติ สติปัญญา และความสนใจ เป็นต้น และความแตกต่างนี้เองยังขึ้นอยู่กับสภาพทางสังคมและวัฒนธรรมส่งผลให้มีพฤติกรรมในการสื่อสารและการเลือกเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันออกไป ตามความสนใจ ซึ่งทำให้ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย การปฏิบัติการกิจของทหาร และในปัจจุบันทหารมีบทบาทมากขึ้น ดังที่พบเห็นเป็นประจำผ่านสื่อต่างๆ กองบัญชาการกองทัพไทยได้ทำการสื่อสารผ่านสื่อช่องทางต่างๆอย่างต่อเนื่อง จากการจัดกิจกรรม การดำเนินงาน ตลอดจนโครงการ และการปฏิบัติการทางทหาร ประชาชนสามารถเลือกติดตามได้ตามความสนใจของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพระ วงษ์สวัสดิศาสตร์ (2551, น. บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อที่จะศึกษาว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่อแตกต่างกันหรือไม่ ผลการศึกษา พบว่า นักศึกษาเพศชาย และเพศหญิงที่มีอายุและวิธีการศึกษาในมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่แตกต่างกัน จะมีการเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ตไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย

จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ในภาพรวม ($r = 0.011$) ความถี่ในการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทยในระดับต่ำ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของ ลาซาเฟล์ (Lazarsfeld, อ้างถึงใน พยุริ ชาญณรงค์, 2544, น. 45) กล่าวว่า คนเราพยายามที่จะแสวงหาเนื้อหาจากสื่อที่มีความสอดคล้องกับค่านิยมและความเชื่อของตน โดยนัยนี้ แสดงว่าผู้คนพยายามที่จะเก็บรักษาทัศนคติเดิมที่ยึดถืออยู่โดยการหลีกเลี่ยงสารที่ทำลายทัศนคติเดิมของตน จะเห็นได้ว่า พฤติกรรมในการเปิดรับสารแต่ละครั้งของบุคคลนั้น จะมีการเปิดรับสารที่มีความสอดคล้องทางความคิด ค่านิยม และความเชื่อของบุคคลที่มีอยู่ ที่เป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า ประชาชนเลือกรับสื่อที่ตนสนใจเป็นพิเศษ เช่น การเปิดสอบเข้ารับราชการทหารที่กองบัญชาการกองทัพไทยจัดสอบขึ้น จะมีประชาชนให้ความสนใจในการเข้ามาหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ของกองบัญชาการกองทัพไทย (จากสถิติการเปิดเข้าชม facebook fanpage กองประชาสัมพันธ์ สำนักประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหาร) แต่เป็นที่น่าสนใจว่า ในประเด็น

กองบัญชาการกองทัพไทย เป็นหน่วยงานขึ้นตรงกับกระทรวงกลาโหม และชื่อเดิมของกองบัญชาการกองทัพไทยคือ กองบัญชาการทหารสูงสุด ผ่านทางเว็บไซต์ของกองบัญชาการกองทัพไทย รวมถึงกิจกรรมต่างๆที่ทางกองทัพไทยได้จัดขึ้นทั้งนี้ ในทำการสื่อสารของกองบัญชาการกองทัพไทยแต่ละครั้งจะผ่านสื่อออนไลน์ และสื่อออฟไลน์ เป็นหลัก ทำให้ประชาชนสามารถเลือกรับข่าวสารได้ตามความสนใจ สอดคล้องกับแนวคิดการเปิดรับข่าวสารนั้นผู้รับอาจเปิดรับสารโดยผ่านกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร ซึ่งกระบวนการในการเลือกรับข่าวสาร (Klapper 1960, p. 5, อ้างถึงใน โชติหทัย นพวงศ์, 2542 15-16) ได้แก่ การเลือกเปิดรับ (Selective Exposure) หมายถึง แนวโน้มที่บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อหรือข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน ทั้งนี้เพราะโดยธรรมชาติของมนุษย์มักต้องการที่จะปกป้อง รักษา และส่งเสริมความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง (Self-concept) การเลือกสนใจ (Selective Attention) หมายถึง แนวโน้มที่ผู้รับสารจะเลือกสนใจหรือเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ซึ่งอาจจะมียู่ด้วยกันหลายแห่งโดยการเลือกเปิดรับข่าวสารจะมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องหลายประการ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเลือกให้ความสนใจกับสิ่งที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความคิด และความเชื่อดั้งเดิมของแต่ละบุคคล การเลือกรับรู้ หรือ การตีความ (Selective Perception or Selection Interpretation) หมายถึง การรับรู้ คือกระบวนการตีความหมายในสิ่งที่สนใจ เลือกจะรับรู้ หรือตีความข่าวสารที่ได้รับตามความเข้าใจแต่ละบุคคลตามทัศนคติ ความต้องการ แรงจูงใจ หรือสภาวะอารมณ์ขณะนั้น และมักจะบิดเบือนข่าวสารนั้นให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อ การเลือกจดจำ (Selective Retention) หมายถึง บุคคลที่จะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่สนใจ สอดคล้อง หรือตรงกับความต้องการของ รสนิยม ความเชื่อ ค่านิยม ความสนใจของแต่ละบุคคล โดยจะลืมหรือไม่สนใจในข่าวสารที่ตนไม่เปิดรับ ไม่สนใจหรือไม่เห็นด้วย รวมไปถึงในเรื่องที่ขัดแย้งกับความคิดของตนเอง ซึ่งข่าวสารที่บุคคลจดจำไว้นั้นมักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกลึกซึ้งนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละบุคคลที่มีอยู่เดิมในมีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้น และอยากที่จะเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้เพื่อนำไปใช้เป็นประโยชน์ในโอกาสต่อไป ส่วนหนึ่งอาจนำไปใช้เมื่อเกิดความรู้สึกขัดแย้งกับเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พันโท ญัฐวุฒิ โสภณเสถียร (2546) ได้ศึกษา การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุด ในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองบัญชาการทหารสูงสุดมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการทหารสูงสุดของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย

จากการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทยการเปิดรับสื่อโดยรวมเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยกับทัศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย ค่าความสัมพันธ์ในระดับ ($r = 0.447$) โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับทัศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ออลพอร์ท (Allport, 1967, อ้างถึงใน ถวิล ธาราโกชน, 2532, หน้า 45) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางจิตซึ่งเกิดขึ้นโดยอาศัยประสบการณ์และสภาวะความพร้อมจะเป็นตัวกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่มีต่อบุคคล วัตถุสิ่งของ หรือสภาวะการณ์ต่างๆเนื่องจากประชาชนโดยรวมมีความสนใจเกี่ยวกับทหารมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการปฏิบัติหน้าที่ กิจกรรมทางทหารต่างๆ และด้วยทหารทำงานเพื่อประชาชน ดังจะเห็นได้จากการที่ทหารช่วยเหลือประชาชน ทำกิจกรรมร่วมกับประชาชน ทั้งนี้ได้สอดคล้องกับแนวคิดของ ซิมบาร์โด และคณะ (Zimbardo et al, 1997, p. 36, อ้างถึงใน กัณฑ์พร สุตกรรณ, 2553, น. 43) ได้กล่าวว่า ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน การเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้าหากมีความรู้ ความเข้าใจ ก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วนั้น พฤติกรรมก็จะเปลี่ยนแปลงตามมา สามารถกล่าวได้ว่า การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคลนั้นๆ ทั้งนี้การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากความรู้และทัศนคติที่ต่างกัน ซึ่งความแตกต่างกันของความรู้และทัศนคติก็อาจเกิดมาจากความต่างในเรื่องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ รวมถึงความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่แต่ละบุคคลได้รับ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มาจากประสบการณ์จากการสั่งสมมาของแต่ละบุคคล และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชานันต์ รัตนโชติ (2552) พบว่า การเลือกเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกันหลายประการ เช่น ทัศนคติเดิมของผู้รับสาร คือ บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติของตนที่มีอยู่เดิม และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกนึกคิดของตนเอง

สมมติฐานการวิจัยที่ 4 ความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย

จากการวิจัยพบว่า ความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย โดยประชาชนมีความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยค่อนข้างมาก กล่าวคือกองบัญชาการกองทัพไทยก่อตั้งมานานถึง 59 ปี ซึ่งแต่เดิมคือกองบัญชาการทหารสูงสุด ทำให้ประชาชนได้รับข่าวสารมาโดยตลอด นั่นก็เพราะกองบัญชาการกองทัพไทยมีหน้าที่รับผิดชอบการวางแผน พัฒนาและดำเนินการเกี่ยวกับระบบควบคุมบังคับบัญชากองทัพไทยทั้งในยามสงคราม ภัยและภัยพิบัติ เช่น การฝึกบรรเทาสาธารณภัยช่วยผู้ประสบภัยทางทะเล อีกทั้งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่กองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น ซึ่งทำให้มีความรู้เกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยและมีทัศนคติที่ดี สอดคล้องกับแนวคิดความรู้ในทฤษฎีการสื่อสาร ของ สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2553, น. 120-121) ได้กล่าวว่า ความรู้ในทฤษฎีการสื่อสารนั้น อาจปรากฏได้จากสาเหตุบางประการในแง่ของการสร้างทัศนคติ (Attitude Formation) ซึ่งผลการกระทบเชิงความรู้ต่อการปลูกฝังทัศนะนั้นส่วนมากนิยมใช้กับสารสนเทศที่เป็นนวัตกรรม เพื่อสร้างทัศนคติให้คนยอมรับการแพร่วัตกรรม (ในฐานะความรู้) นอกจากนี้ยังเป็นการพอกพูนระบบความเชื่อ (Expansion of Belief System) การสื่อสารสังคมมักกระจายความเชื่อ ค่านิยม และอุดมการณ์ด้านต่างๆ ไปสู่ประชาชน จึงทำให้ผู้รับสารรับทราบระบบความเชื่อหลากหลายและลึกซึ้งในความเชื่อของตนมากขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้นระดับความรู้ของผู้รับสารจึงส่งผลต่อการสร้างทัศนคติ เช่นเดียวกันกับ แนวคิดกลไกของทัศนคติ ของ แดลเนียล แคทซ์ (Katz, 1960, อ้างอิงใน ธงชัย สันติวงษ์, 2540, น. 116-117) ได้กล่าวว่า กลไกของทัศนคติหรือหน้าที่ นั้นเป็นตัวจัดระเบียบความรู้ (Knowledge) ทัศนคติซึ่งเป็นมาตรฐานที่ตัวบุคคลจะสามารถใช้ประเมินและทำความเข้าใจกับสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบๆ ตัว ด้วยกลไกดังกล่าวนี้เองทำให้ตัวบุคคลสามารถรับรู้และเข้าใจถึงระบบระเบียบของสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัวได้ ก็คือ ทัศนคติจะช่วยเป็นกลไกให้เกิดการจัดระเบียบความรู้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ซิมบาร์โด และคณะ (Zimbardo et al, 1997, p. 36, อ้างอิงใน กัณฑ์พร สุตกรรณ, 2553, น. 43) ได้กล่าวว่า ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความเชื่อมโยงกัน การเปลี่ยนทัศนคติขึ้นอยู่กับความรู้ ถ้าหากมีความรู้ ความเข้าใจ ก็จะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติได้ และเมื่อทัศนคติเปลี่ยนแปลงแล้วนั้น พฤติกรรมก็จะเปลี่ยนแปลงตามมา สามารถกล่าวได้ว่า การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเราส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคลที่มีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคลนั้นๆ ทั้งนี้การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันก็เนื่องมาจากความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างกันของความรู้และทัศนคติก็อาจเกิดมาจากความต่างในเรื่องการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆ รวมถึงความแตกต่างกันในการแปลความหมายของสารที่

แต่ละบุคคลได้รับ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มาจากประสบการณ์จากการสั่งสมมาของแต่ละบุคคล ทั้งนี้ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของสิรินาถ แสงสุวรรณการ (2556) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อ ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่มีต่อการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศไทย” ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการเปลี่ยนผ่าน โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนจิต พุฒิพงศ์โกไคย (2558) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อมูลนิธিপ่อเต็กตึ้งของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อมูลนิธিপ่อเต็กตึ้งในด้านทัศนคติ พบว่ามีทัศนคติในเชิงบวก

สมมติฐานการวิจัยที่ 5 ทัศนคติเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกับกองบัญชาการกองทัพไทยอยู่ในทัศนคติเชิงบวก

จากการวิจัยพบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการมีส่วนร่วมกับกองบัญชาการกองทัพไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทัศนคติที่ สุรพงษ์ ไชยชนะเสถียร (2533) ได้กล่าวถึง ทัศนคติ ว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึก อย่างไร กับคนรอบข้าง วัตถุหรือสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อ สิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมิน เพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบ ต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการ สื่อสารภายในบุคคล (Interpersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสารอันจะมี ผลต่อพฤติกรรมต่อไป โอกาสให้ประชาชนใกล้ชิดกับทหาร ได้เข้ามาศึกษา การปฏิบัติภารกิจของทหาร พร้อมเรียนรู้หลักปฏิบัติธรรมเนียมของทหาร รวมไปถึงการได้เข้าไปสัมผัสกับกิจกรรมจำลองเส้นทางสู่การเป็นรัฐของชาติ ซึ่งทำให้ประชาชนได้รับทั้ง ความรู้ ประสบการณ์ในการเข้าร่วมกิจกรรม นำไปสู่ทัศนคติที่ดีในการให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรม ภายในงานที่ทางกองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับ Allport (1935, อ้างอิงใน วีระพร อุวรรณโณ, 2535, น. 4/4) ได้กล่าวว่า ทัศนคติ คือ สภาพจิต หรือ ประสาทของความพร้อมที่จัดรูปขึ้นจากประสบการณ์และส่งผลอิทธิพลในทางกำกับหรืออิทธิพลที่ไม่อยู่นิ่ง แก่การตอบสนองของบุคคลต่อหมาย หรือ สถานการณ์ทั้งหลายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีลักษณะร่วมของ นิยาม ทัศนคติ คือ ทัศนคติมีที่หมาย (Attitude Object) มีการระบุในแง่ดีและไม่ดี (Evaluative Aspect) มีลักษณะค่อนข้างยืนยงคงทน (Relatively Enduring) และมีความพร้อมในการตอบสนอง

(Readiness for Response) กล่าวคือ ผู้ที่มีทัศนคติในเชิงบวกตามแนวความรู้สึกที่เข้ามาต่อเป้าหมายนั้นๆ แต่ก็ได้ไม่ได้หมายความว่า ทัศนคตินั้นจะเปลี่ยนแปลงเป็นพฤติกรรม แต่เป็นเพียงความพร้อมในการที่จะกระทำหรือตอบสนองต่อสิ่งนั้นเท่านั้น ซึ่งสอดคล้องกับ อรรถธรณ์ ปิลันธน์ โอวาท (2542, น. 48) ได้กล่าวว่า ความสม่ำเสมอของทัศนคติทั้งในเชิงบวกและเชิงลบนั้นสามารถส่งผลต่อพฤติกรรม หากทัศนคติมีความชัดเจนหนักแน่น มีความเด่นชัดกว่าทัศนคติอื่นๆ ทัศนคติที่มีรากฐานบนความรู้สึก เช่น การชื่นชอบดารานักแสดง การชื่นชอบละคร เป็นต้น ปัจจัยด้านทัศนคติเพียงปัจจัยเดียวสามารถส่งผลต่อการแสดงออกทางพฤติกรรมได้เช่นกัน ดังนั้นเมื่อทัศนคติเป็นเรื่องสำคัญต่อบุคคลที่ได้รับความรู้มากพอนั้น จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ซึ่งส่งผลไปยังการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในที่สุด ทั้งนี้ได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐชามญช์ สุวิทยพันธุ์ (2545, น. บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย” พบว่า ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติและแนวโน้มของพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฏิญญา ขุนจันทร์ (2559, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อเกี่ยวกับความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อผู้ลี้ภัยในเมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบ พบว่า ทัศนคติที่มีต่อผู้ลี้ภัยในเมือง มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อผู้ลี้ภัยในเมือง โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก มีขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง

สมมติฐานการวิจัยที่ 6 ทัศนคติที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อกองบัญชาการกองทัพไทย

จากการวิจัยพบว่า ทัศนคติเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทย มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมต่อกองบัญชาการกองทัพไทย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมของบุคคลโดย Rogers and Shoemaker (1971) ให้ความเห็นไว้ว่า เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งจะก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนั้น และการเกิดความรู้ความเข้าใจนี้มีผลทำ ยังสอดคล้องกับแนวโน้มพฤติกรรมของ ยุทธนา ธรรมเจริญ (2558, น. 1- 26-35) ได้กล่าวถึง แนวโน้มพฤติกรรมต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคว่าในความเป็นจริงแล้วไม่สามารถแยกสภาวะแวดล้อมออกจากผู้บริโภคได้อิทธิพลของสภาวะแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจของ

ผู้บริโภคร่วมกันปัจจัยภายใน ทั้ง 6 ได้แก่ ความต้องการ แรงจูงใจ บุคลิกภาพ การเรียนรู้ การรับรู้ และทัศนคติที่มีต่ออิทธิพลระหว่างกัน รวมถึงการตัดสินใจทุกครั้งของผู้บริโภคก็ได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยทั้ง 6 ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้การจัดกิจกรรม อาจจะทำให้เห็นว่าพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาและเป็นไปในทิศทางใด และสอดคล้องกับ จุลอง ภิมรัตน์ (2521, น. 45) ได้กล่าวว่า ทัศนคติมีลักษณะเป็นนามธรรม ทั้งความคิด ความเชื่อจนก่อให้เกิดแรงจูงใจ (Motivation) ของบุคคลที่พร้อมจะกระตุ้นให้เกิดการแสดงออกทางพฤติกรรมและแรงจูงใจนี้เองเป็นตัวที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่จะทำหรือละเว้น การกระทำต่างๆ เมื่อบุคคลมีทัศนคติเกิดขึ้นแล้ว ก็จะทำให้เกิดแรงจูงใจแนวทางนั้นตามมา ส่งผลต่อการแสดงออกด้านพฤติกรรมที่เป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งการที่บุคคลมีทัศนคติที่เป็นไปในทางบวก อาจส่งผลให้พฤติกรรมถูกเปลี่ยนไปในทางบวก แต่ในทางกลับกันหากบุคคลนั้นมีทัศนคติเชิงลบ ก็จะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมในทางไม่ดี หรือ ไม่ได้รับความร่วมมือ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงทัศนคติจึงมีส่วนเกี่ยวข้องกันโดยตรงกับความรู้ และพฤติกรรม หากกระทบกระเทือนในระดับใดก็ตาม จะส่งผลโดยตรงต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติทั้งสิ้น และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติของ ศักดิ์ไทย สุรกิจบวร (2545) พบว่า สภาวะความพร้อมทางจิตที่เกี่ยวข้องกับความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มของพฤติกรรมบุคคลที่มีต่อบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ต่าง ๆ ไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และสภาวะความพร้อมทางจิตนี้จะต้องอยู่ยาวนานพอสมควร เนื่องจากประชาชนได้เข้าร่วมกิจกรรมที่ทางกองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้นนั้นทำให้ประชาชนได้รับทราบข้อมูลต่างๆ รวมถึงการได้เห็นการสาธิตการปฏิบัติงานจริง ก่อให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยในเชิงบวก ทำให้แนวโน้มพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของกองบัญชาการกองทัพไทยเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ไพรัช มิ่งขวัญ (2559, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “ผลของการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ต่อความรู้ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมทางการเมืองของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร” ผลการทดสอบ พบว่า ทัศนคติทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมทางการเมือง โดยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวก และสอดคล้องกับงานวิจัยของภพธร วุฒินาร (2559, น. บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การเปิดรับสื่อความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมต่อโครงการบ้านประชารัฐของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบพบว่า ทัศนคติโดยรวมเกี่ยวกับโครงการบ้านประชารัฐมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการเข้าร่วมโครงการบ้านประชารัฐโดยมีความสัมพันธ์กันปานกลางในทุกด้าน

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยพบประเด็นที่น่าสนใจและข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้ผู้เกี่ยวข้องนำไปเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อปรับปรุงและพัฒนา ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับกองบัญชาการกองทัพไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และพบว่าประชาชนเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ดังนั้นหากต้องการให้ประชาชนเปิดรับข่าวสารจากกองบัญชาการกองทัพไทยให้มากขึ้นกว่าเดิม ทางกองบัญชาการกองทัพไทยควรมีการให้ความรู้ หรือการให้ข่าวแก่สื่อมวลชนเกี่ยวกับอำนาจหน้าที่ การปฏิบัติการกิจ ของกองบัญชาการกองทัพไทยอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพื่อที่สื่อมวลชนจะได้ไปนำเสนอข่าวให้กับประชาชนได้รับทราบต่อไป

2. จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับสื่อออนไลน์ สื่อออฟไลน์ และสื่อบุคคล นั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับทัศนคติของประชาชน หากต้องการให้ประชาชนมีทัศนคติที่ดีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อให้ครอบคลุม ให้มีประสิทธิภาพและตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น สื่อโทรทัศน์ที่ประชาชนเปิดรับมากยังคงให้ความสำคัญเหมือนเดิม แต่จะเพิ่มการนำเสนอข่าวสาร กิจกรรมต่างๆ ผ่านการโพสต์ใน website กองบัญชาการกองทัพไทย และ Fanpage Facebook ของกองบัญชาการกองทัพไทย รวมถึงส่วนราชการในกองบัญชาการกองทัพไทย โดยเน้นเป็นการเพิ่มยอดไลค์ เพื่อให้ประชาชนได้เห็น คั่นเคยทั้งยังทำให้กองบัญชาการกองทัพไทยให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เพราะในปัจจุบันทุกอย่างขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและเป็นยุคของข้อมูลข่าวสารที่ใครก็ได้สามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ส่วนสื่อบุคคลควรมีการจัดอบรมให้กับกำลังพลในด้านประวัติองค์กร การกิจ พันธกิจของกองบัญชาการกองทัพไทย รวมไปถึงการปฏิบัติการต่างๆทางทหาร เพราะทหารทุกนายคือภาพลักษณ์ขององค์กร ดังนั้นเพื่อให้กองบัญชาการกองทัพไทยเป็นที่รู้จักแล้วยังนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้อง ยังเป็นการป้องกัน การเข้าใจผิด จะนำมาซึ่งทัศนคติที่ดีเพื่อให้ได้รับความร่วมมือในการให้การสนับสนุนการทำกิจกรรมร่วมกันต่อไป

3. จากผลการวิจัยพบว่า ในปัจจุบันสื่อออนไลน์นับเป็นส่วนสำคัญเป็นอย่างมาจึงจำเป็นต้องนำเสนอข่าวสาร ข้อมูลต่างๆของกองบัญชาการกองทัพไทยผ่านสื่อออนไลน์ให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้ประชาชนเข้าถึงข้อมูล ข่าวสาร ได้อย่างรวดเร็ว ที่สำคัญคือต้องสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ ทุกเวลา เพราะในทุกวันนี้ประชาชนส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการเปิดรับข่าวสารจากสื่อออนไลน์เป็นหลักมากขึ้น มากกว่าการใช้สื่อออฟไลน์เหมือนแต่ก่อน ทั้งนี้กองบัญชาการกองทัพ

ไทยควรจัดตั้งเป็น Youtube Channel ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลได้โดยตรงเพื่อให้ประชาชนเข้าถึงได้รับทราบข้อมูล ข่าวสารต่างๆ และได้ใกล้ชิดกับกองบัญชาการกองทัพไทย

4. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความรู้ในระดับสูง แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีประเด็นที่ประชาชนเข้าใจไม่ถูกต้อง จำเป็นต้องรีบแก้ไขในประเด็นที่ผิด ด้วยการให้ความรู้กับประชาชนในเนื้อหาเกี่ยวกับทหาร และตำรวจ ให้ชัดเจนและถูกต้อง เพื่อป้องกันการเข้าใจผิด ซึ่งจะส่งผลต่อการจดจำของประชาชนที่มีต่อกองบัญชาการกองทัพไทย ดังนั้นควรส่งเสริมการให้ความรู้ ทำความเข้าใจที่ถูกต้องให้ประชาชนให้ได้รับทราบข้อมูลที่ถูกต้อง โดยผ่านการทำการสื่อสารทางสื่อที่กองบัญชาการกองทัพไทยจัดทำขึ้นเองพร้อมทั้งเผยแพร่ต่อสื่อโทรทัศน์อีกช่องทางหนึ่งที่ประชาชนเข้าถึงมากที่สุด

5. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีพฤติกรรมการมีส่วนร่วมที่มีต่อกิจกรรมที่กองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งกองบัญชาการกองทัพไทยต้องสื่อสารทำความเข้าใจและสร้างทัศนคติที่ดีอย่างต่อเนื่อง เพื่อก่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อกองบัญชาการกองทัพไทยอันจะนำมาสู่พฤติกรรมการมีส่วนร่วมของประชาชน

6. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีแนวโน้มพฤติกรรมในการมีส่วนร่วมต่อกองบัญชาการกองทัพไทยนั้นโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งควรจะทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับกิจกรรมที่คนส่วนใหญ่สนใจอยากเข้าร่วม เพื่อให้ประชาชนให้การสนับสนุนกองบัญชาการกองทัพไทยต่อไปโดยผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางกองบัญชาการกองทัพไทยจัดขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ เป็นศึกษาประชาชน มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เป็นบุคคลภายนอกเท่านั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรทำการศึกษา ถึงกำลังพลในกองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อจะได้ทราบถึง กำลังพล นั้นมีการเปิดรับข่าวสารจากช่องทางใดและมีความคิดเห็นต่อการทำการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างไร

2. ควรศึกษาว่าประชาชนมีความสนใจข่าวสารของกองบัญชาการกองทัพไทย และมีแนวโน้มให้การสนับสนุนและการให้ความร่วมมือเป็นเช่นไร เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจไปวางแผนประชาสัมพันธ์ในการให้ข้อมูลข่าวสาร ได้ตรงกับความต้องการของประชาชน

3. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง การประชุมกลุ่มย่อย การเข้าถึงเหตุการณ์ในแต่ละกิจกรรมที่หน่วยงานจัดขึ้น เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากกลุ่มประชาชนผู้รับสารโดยตรง

4. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสื่อสารออนไลน์ของกองบัญชาการกองทัพไทยที่ประชาชนมีการเปิดรับสื่อว่าประชาชนให้ความสนใจข่าวสารของกองบัญชาการกองทัพไทยเป็นไปในทิศทางใด เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มในการสนับสนุนและให้ความร่วมมือจากประชาชน

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กัณฑ์พร กรรณสูตร. “การรับรู้โครงการประชาสัมพันธ์นโยบายเรียนฟรี 15 ปี ของรัฐบาล กรณีศึกษาผู้ปกครองนักเรียนในโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2553

กองบัญชาการกองทัพไทย. สืบค้นเมื่อ 28 มกราคม 2562. <https://www.rtarf.mi.th/>

กรมกิจการพลเรือนทหาร. สืบค้นเมื่อ 1 กุมภาพันธ์ 2562. <https://j5.rtarf.mi.th/>

กองประชาสัมพันธ์ กรมกิจการพลเรือนทหาร กองบัญชาการกองทัพไทย. คู่มือ การจัดทำ “ข่าวประชาสัมพันธ์ (Press Release)” ของ กองบัญชาการกองทัพไทย. กรุงเทพมหานคร : กรมกิจการพลเรือนทหาร, 2561

ชานันท์ รัตนโชติ. “ประโยชน์ในการรับข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ออนไลน์ประชาชนใน กรุงเทพมหานคร, กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2552

ธีระพร อุวรรณ. (2535). ทฤษฎีและการวัดเจตคติ. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ณัฐวุฒิ ไสยธรรมา. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และภาพลักษณ์ของกองบัญชาการทหารสูงสุดในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2546

ฐาปะนระ วงษ์สาธิตศาสตร์. “การเปิดรับสื่ออินเทอร์เน็ต การใช้และทัศนคติต่อการสื่อสารผ่าน
เครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ของนักศึกษาและอาจารย์มหาวิทยาลัยรามคำแหง”
มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2551

เตือนจิต พุฒิพงศ์โกไคย. “การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อ
มูลนิธิป่อเต็กตึ๊งของประเทศไทยในเขตกรุงเทพมหานคร”. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต
คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2558

ณัฐชามณีย์ สุวิทยพันธุ์. “การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรม
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย”. วิทยานิพนธ์ หลักสูตร
นิเทศศาสตร์มหาบัณฑิต.คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545

ปริญญญา ขุนจันทร์. “การเปิดรับสื่อกับความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมที่มีต่อผู้ลี้ภัยใน
เมืองของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสาร
ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559

ไพรัช มิ่งขวัญ. “ผลของการเปิดรับชมรายการ “คืนความสุขให้คนในชาติ” ต่อความรู้ ทัศนคติ
และแนวโน้มพฤติกรรมทางการเมืองของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร”. วารสารศาสตร์
มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559

ภพธร วุฒิहार. “การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรม ต่อโครงการบ้านประชา
รัฐ ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสาร
ศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2559

ปรมะ สตะเวทิน. (2539). การสื่อสารมวลชน : กระบวนการและทฤษฎี. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์

ยุทธนา ธรรมเจริญ. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

วิภาวรรณ ทองเพชร. “ภาพลักษณ์กองทัพอากาศในสายตาของประชาชนในเขต
กรุงเทพมหานคร” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,
2546

สิรินาถ แสงสุวรรณ. “การเปิดรับสื่อ ความรู้ และทัศนคติของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครที่
มีต่อการเผยแพร่ข่าวสารเกี่ยวกับการเปลี่ยนผ่านไปสู่โทรทัศน์ระบบดิจิทัลของประเทศ

ไทย”. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2556

สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). การสื่อสารกับสังคม. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย

อรวรรณ ปิณฑน์โอวาท. (2542). การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาษาอังกฤษ

Allport, G. W., & Ross, J.m. (1967). Personal religious orientation and prejudice.
Journal of Personality and Social Psychology, 5(4), 432-443

Katz, D. (1960) . The functional approach to the study of attitudes. Public
Opinion Quarterly, 24(2), 163-204

Kotler, P. (2000) Marketing Management. New Jersey : Prentice – Hall. Inc.

Klapper, J. T. (1960). The Effects of Communication. New York: Free Press.