

พฤติกรรม的开รับข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน
ของประชาชน กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร

Media Exposure Behavioral and Perception in ASEAN Community
of People case study: Bangkok

สิงห์ สิงห์ขจร*

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา พฤติกรรม的开รับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร การรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,198 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนผ่านสื่อประเภท โทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือหนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง ไปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์ การประชุมสัมมนา ASEAN นิทรรศการ ASEAN ตามลำดับ ในส่วนของการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ และสถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย มากที่สุดกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีระดับการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ทั้งในด้านของประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน ประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน อยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขาดการรับรู้เกี่ยวกับเสาหลักประชาคมอาเซียน ประเด็นกฎบัตรอาเซียน การเปิดประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการย้ายแรงงานฝีมือ7 วิชาชีพที่สามารถย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี

คำสำคัญ : พฤติกรรม的开รับข่าวสาร การรับรู้ประชาคมอาเซียน กรุงเทพมหานคร

Abstract

The objective of this research was to study the media exposure behavioral in ASEAN community of people and perception in ASEAN community of people in Bangkok.

* อาจารย์ประจำสาขาวิชาการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารองค์การ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา

This is the surveying research; population of the research is 1,198 people living in Bangkok. The tool of the research is questionnaire; and data statistical analysis by using computer program, and report in frequency and percentage.

The results found that the study on the Media Exposure Behavioral in ASEAN Community of People most media accepted is television, newspapers, internet, magazines, radio, Posters, ASEAN meeting, ASEAN conference and ASEAN exhibition. The most television is Channel 3, newspapers is Thai Rath newspaper and radio station is Radio Thailand. The study on the perception in ASEAN community of people the average point is as medium level perception in ASEAN community, ASEAN Political Security Community (APSC), ASEAN Economic Community (AEC) and ASEAN Socio-Cultural Community (ASCC). The lack perception in the detail of ASEAN Community and ASEAN Charter.

Keywords : Media Exposure Behavioral, Perception, ASEAN Community, Bangkok

บทนำ

ประเทศไทยต้องปรับตัวเพื่อเตรียมความพร้อมเข้าสู่การเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในปี พ.ศ.2558 ภายใต้ข้อตกลงและความร่วมมือของประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนจำนวน 10 ประเทศ ประกอบด้วยฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย บรูไน เวียดนาม ลาว พม่า กัมพูชาและไทย ภายใต้ชื่อสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of Southeast Asian Nations : ASEAN) หรือประชาคมอาเซียน โดยมีกรอบแนวคิดหลักคือ หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งเอกลักษณ์ หนึ่งประชาคม (One vision, One identify, One community) มีการแบ่งเป้าหมายการพัฒนาออกเป็น 3 เสาหลักได้แก่ประชาคมด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียนและประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียนการรวมตัวประชาคมอาเซียนมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความร่วมมือ ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยีและการบริหารส่งเสริมสันติภาพ ความมั่นคงของภูมิภาค ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอาเซียนกับต่างประเทศและองค์กรระหว่างประเทศ เพื่อพัฒนาภูมิภาคอาเซียนให้เป็นหนึ่งเดียวกันเช่นส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุนระหว่างประเทศอาเซียน การเชื่อมโยงตลาดทุนระหว่างกันและพัฒนาตลาดพันธบัตรโดยมาตรการการเปิดเสรีลงทุนและความร่วมมือทางการท่องเที่ยวจากบทบาทและความสำคัญของประชาคมอาเซียนทำให้ประชาชนต้องติดตามข่าวสารจากสื่อมวลชน เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจรวมถึงการมีส่วนร่วมในฐานะประเทศสมาชิกของประเทศถือเป็นวาระสำคัญที่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะสื่อมวลชนซึ่งถือเป็นสถาบันทางสังคมที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญต่อการนำเสนอข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน และส่งเสริมความเข้าใจที่ถูกต้องเพื่อการมีส่วนร่วมในการเตรียมพร้อมแก่ประชาชนในทุกมิติ

การสื่อสารในปัจจุบันมีความสำคัญเป็นอย่างมาในชีวิตประจำวันของคนทุกคนเพราะตั้งแต่เราตื่นนอนหลับนั้นทุกอย่างเกี่ยวข้องกับการสื่อสารแทบทั้งสิ้นไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อมการ

สื่อสารเป็นพฤติกรรมขั้นพื้นฐานซึ่งมีความจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์การสื่อสารเป็นรากฐานของกิจกรรมทางสังคมและการเมืองทุกชนิดมนุษย์ต้องอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการดำเนินกิจกรรมใด ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์ของตนเองและอาศัยการสื่อสารเพื่อให้การอยู่ร่วมกันกับคนในสังคมเป็นไปโดยปกติสุขการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยผู้รับสารจะมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การเปิดบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชนจะช่วยสนองตอบความต้องการของตนได้ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติหรือเปลี่ยนลักษณะนิสัยและพฤติกรรมบางอย่างได้ โดยที่การเลือกรับข่าวสารจากสื่อมวลชนนั้นจะขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนที่แตกต่างกันออกไป โดยสื่อมวลชนในที่นี้จะหมายถึงสื่อต่างๆ ที่เผยแพร่ไปสู่มวลชน และกระบวนการในการจดจำ เลือกรวบรวม และตีความสิ่งเร้าต่างๆ เพื่อที่จะให้สามารถเข้าใจถึงสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัวเรา การรับรู้เป็นการเปิดโอกาสสู่การเรียนรู้โดยจะนำไปสู่ทัศนคติความเชื่อซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นในปัจจุบันคือประชาชนได้เปิดรับข่าวสารและรับรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียน มีการเปิดรับข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนจากสื่อใดมากที่สุด มีการรับรู้เรื่องที่เกี่ยวข้องกับประชาคมอาเซียนในระดับใด จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีความสนใจและประสงค์จะศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชนกรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชนกรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน กรณีศึกษา กรุงเทพมหานครเท่านั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร สถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล คือ สถานที่ต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับเก็บรวบรวมตัวอย่างจำนวน 1,198 คนในกรุงเทพมหานครใช้ระยะเวลา 15 วัน ระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม 2556 ถึง วันที่ 15 พฤษภาคม 2556

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มประชากรเป้าหมาย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 5,673,560 คน (ประกาศสำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง เรื่อง จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักรแยกเป็นกรุงเทพมหานครและจังหวัดต่างๆ ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2555)

กลุ่มตัวอย่างตัวอย่างในการวิจัย ขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ อ้างอิงตารางของยามาเน (Yamane,1973) โดยกำหนดความเชื่อมั่น 95 % และความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 3 % ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 1,111 ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,198 ตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน โดยการแบ่งเป็นกลุ่มพื้นที่เขต ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified sampling) และในการเลือกเขตของแต่ละกลุ่มเขต ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) และสุดท้ายใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience sampling) ดังมีรายละเอียดของขั้นตอนดังต่อไปนี้ ขั้นที่ 1 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ กรุงเทพมหานครแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 3 กลุ่มเขต (สำนักผังเมือง กรุงเทพมหานคร, 2542) จากทั้งหมด 50 เขต ตามการกระจายอำนาจบริหารโซนแบ่งกลุ่มของ 50 เขต ออกเป็น 6 โซน ได้แก่ โซนรัตนโกสินทร์ โซนบูรพา โซนศรีนครินทร์ โซนเจ้าพระยา โซนกรุงธนใต้ และโซนกรุงธนเหนือ ขั้นที่ 2 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ด้วยวิธีการจับฉลากเลือกเขตตัวแทนของแต่ละกลุ่มเขต ตามสัดส่วนในขั้นตอนที่ 1 ได้รายชื่อเขตตามกลุ่มเขตดังนี้ ขั้นที่ 3 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก การเก็บข้อมูลในแต่ละเขต ทำการเก็บข้อมูลตามสะดวก โดยเก็บตามแหล่งชุมชนที่คาดว่าจะแหล่งชุมชนของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงและเป็นเมืองใหญ่ แหล่งที่เป็นชุมชนจึงมีปริมาณมากเช่นกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงเจาะลงไปที่ยุทธการการค้าหรือตลาด จนครบจำนวน 10 เขต ตามที่กำหนด โดยผู้วิจัยและทีมงานนำแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างตอบและนำกลับคืนด้วยตัวเอง

เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมาจากการศึกษา ค้นคว้าเอกสาร หนังสือ ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งศึกษาการสร้างแบบสอบถามอย่างละเอียดตามกรอบแนวคิดการวิจัย โดยแบบสอบถามที่ใช้สำหรับการวิจัยครั้งนี้ได้ถูกสร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามปลายปิดและแบบสอบถามปลายเปิดซึ่งประกอบด้วยคำถาม 4 ส่วนโดยมีเนื้อหาในแต่ละส่วน ดังนี้ คือส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของลักษณะประชากร ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการรับรู้ และส่วนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบและแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยกับผู้ช่วยวิจัยอีกจำนวน 10 คน ได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างประกอบการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว (Face-to-face interview) และรับคืนแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ดังกล่าวให้ครบจำนวน 1,198 คน ในระหว่างวันที่ 1 พฤษภาคม 2556 ถึงวันที่ 15 พฤษภาคม 2556

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์ ในการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) แจกแจงค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย และค่าร้อยละ เพื่ออธิบายข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่างในเรื่องข้อมูลลักษณะประชากร พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร มีข้อค้นพบที่น่าสนใจดังนี้ คือ

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนผ่านสื่อประเภท โทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารประชาสัมพันธ์ การประชุมสัมมนา ASEAN นิทรรศการ ASEAN ตามลำดับการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนจากสถานีโทรทัศน์ช่อง 3 หนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ ผ่านทางเว็บไซต์ สถานีวิทยุกระจายเสียงแห่งประเทศไทย มากที่สุด ทำให้เห็นว่าโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีทั้งภาพและเสียงจึงทำให้ประชาชนเข้าใจข่าวสารได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่นๆ ในส่วนของสื่อหนังสือพิมพ์เป็นสื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้อย่างกว้างขวางและสามารถนำมาอ่านซ้ำได้หากต้องการจะรับข้อมูลเพิ่มเติม ซึ่งสื่ออินเทอร์เน็ตนั้นทำให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีและสามารถใช้เทคโนโลยีได้มากกว่าในอดีตและข้อมูลในอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลาผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้อย่างรวดเร็ว แต่สื่อประเภทโปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อเอกสารประชาสัมพันธ์ การประชุมสัมมนา ASEAN นิทรรศการ ASEAN ซึ่งหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนได้มีการใช้งบประมาณเป็นจำนวนมากในการผลิตสื่อโปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อเอกสารประชาสัมพันธ์ รวมไปถึงการจัดประชุมสัมมนา ASEAN นิทรรศการ ASEAN นั้นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่กลับเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนอยู่ในกลุ่มสุดท้าย และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความถนัดในการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน 1 – 2 วัน ต่อสัปดาห์มากที่สุด และอยากให้มีข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนผ่านสื่อประเภท โทรทัศน์มากที่สุด รองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เอกสารประชาสัมพันธ์ นิทรรศการ ASEAN นิตยสาร วิทยุกระจายเสียง โปสเตอร์/ป้ายประชาสัมพันธ์ การประชุมสัมมนา ASEAN ตามลำดับ

2. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ทั้งในด้านของประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน ประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน อยู่ในระดับปานกลางและกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ขาดความรู้เกี่ยวกับเสาหลักประชาคมอาเซียน ประเด็นกฎบัตรอาเซียน การเปิดประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) และการย้ายแรงงานฝีมือ 7 วิชาชีพที่สามารถย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรี และการเปิดประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเป็นทางการจะมีขึ้นในวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ในช่วงเวลาที่ผ่านมานั้น ทำให้เห็นว่าการตื่นตัวในการเปิดประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นยังขาดการให้ความรู้ความเข้าใจในเรื่องหลัก โดยเฉพาะในเรื่องประชาคมอาเซียนหรือสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN Economic Community หรือ AEC) ประกอบด้วยประเทศ 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศไทย สิงคโปร์ ลาว อินโดนีเซีย กัมพูชา บรูไนดารุสซาลาม มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม และพม่า ที่มีประชากรทั้งสิ้นเกือบ 600 ล้านคน ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อเป็นการวางกรอบการร่วมมือเพื่อสร้างความเข้มแข็ง รวมถึงความ มั่นคงของประเทศทั้งความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ภายใต้คำขวัญ “หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งเอกลักษณ์ หนึ่งประชาคม” (One vision, One identity, One community)

ซึ่งประชาคมอาเซียนถือกำเนิดขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อเดือนตุลาคม 2546 จากการลงนามในปฏิญญาว่าด้วยความร่วมมืออาเซียนและผลกระทบของประเทศไทยหลังวันที่ 31 ธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นวันที่เปิดประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเป็นทางการ

อภิปรายผล

ในส่วนของพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน ซึ่งผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนจากสื่อโทรทัศน์มากเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต ผลการวิจัยที่เกิดขึ้นอาจเกิดจากการที่สื่อโทรทัศน์สามารถกระจายข่าวสารไปถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็วและในปริมาณความถี่สูงเมื่อเปรียบเทียบกับสื่อมวลชนอื่นๆ จึงมีโอกาสดังกล่าว การติดตามสื่อโทรทัศน์นั้นผู้รับสารสามารถรับสารทั้งภาพและเสียงพร้อมๆ กันซึ่งสามารถทำความเข้าใจในเนื้อหาของสารง่ายกว่าสื่อมวลชนประเภทอื่น สอดคล้องกับแนวคิดของ คอทเลอร์ (Kotler, 2000) กระบวนการในการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆ ที่มีอยู่ซึ่งผู้รับสารมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ อยู่เสมอในชีวิตประจำวันโดยจะเลือกเปิดรับข่าวสารตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์เป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายใต้จิตใจของผู้รับสารในการเลือกเปิดรับข่าวสารสอดคล้องกับแนวความคิดทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (Innovation diffusion theory) ของ โรเจอร์ (Roger, 1973) ได้แบ่งกลุ่มคนในสังคมที่จะยอมรับการแพร่กระจายทางเทคโนโลยีไว้ดังนี้ กระบวนการ Social adoption นั้น การยอมรับสิ่งที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีอย่างสื่อโทรทัศน์จะต้องอาศัยช่องทาง (Channels) ในการสื่อสารของบุคคลกลุ่มต่างๆ ในสังคมเพื่อสื่อสารจากกลุ่มหนึ่งไปสู่อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งนวัตกรรมถูกสื่อสารผ่านช่องทางต่างๆ ของระบบสังคมโดยใช้เวลาในการเข้าสู่สมาชิกในสังคม ทั้งสี่ส่วนประกอบหลักในสังคมนั้น คือนวัตกรรม ช่องทางในการสื่อสาร เวลา และ ระบบสังคม Critical mass จำนวนผู้ที่ยอมรับเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมน้อยที่สุดที่ยังคงมีการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างนวัตกรรมและผู้ยอมรับนวัตกรรมเทคโนโลยีนั้นซึ่งอัตราการยอมรับนั้นเพียงพอจะทำให้มันยังคงมีเทคโนโลยีนั้นอยู่ได้ด้วยตัวมันเองต่อไปได้

ในส่วนของการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ทั้งในด้านของประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน ประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน อยู่ในระดับปานกลาง การรับรู้เป็นการเปิดโอกาสสู่การเรียนรู้โดยจะนำไปสู่ทัศนคติความเชื่อซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม สอดคล้องกับแนวคิดของ เฮนรี (Henry, 1998) ในกระบวนการของบุคคลในการเลือก (Select) ประมวลผล (Organize) และการตีความ (Interpret) สิ่งเร้าจนเกิดเป็นภาพรวมของสิ่งนั้นๆ การรับรู้ของผู้รับสารในแต่ละบุคคลจึงแตกต่างกัน เนื่องจากการเลือกรับรู้ขึ้นอยู่กับความต้องการ กระบวนการในการรวบรวมข้อมูล (Perceptual organization) การรวบรวมข้อมูล (Perceptual organization) คือ การที่ผู้รับสารทำการรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากหลากหลายแหล่ง หรือจากสิ่งเร้าต่าง ๆ เพื่อช่วยให้เกิดความเข้าใจในสิ่งที่ตนสนใจ โดยใช้หลักของการผสมผสาน (Integration) โดยมีการกำหนดกรอบในการสร้างภาพรวมของสิ่งที่ตนสนใจ และสอดคล้องกับแนวคิดของ ฟิล (Fill, 1995) การ

รับรู้เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิธีการที่แต่ละคนมองและทำความเข้าใจต่อสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ซึ่งเป็นสิ่งที่เกี่ยวกับการเลือก การรวบรวม และตีความสิ่งเร้าต่าง ๆ โดยแต่ละคนซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทอมสัน และจุลानी เทียนไทย (Thompson & Chulanee Thianthai, 2551) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะคิดและการตระหนักรู้เกี่ยวกับอาเซียน : ข้อค้นพบจากการสำรวจสิบประเทศ พบว่าความรู้ความเข้าใจต่ออาเซียน โดยเฉลี่ยส่วนใหญ่สามารถระบุชื่อประเทศสมาชิกอาเซียนได้ 9 ประเทศจาก 10 ประเทศ และสามารถระบุตำแหน่งประเทศอาเซียนในแผนที่ได้ 7 จาก 10 ประเทศ และร้อยละ 75 สามารถจดจำธงของอาเซียนได้

ข้อเสนอแนะ

1. เสนอให้กรมอาเซียนกระทรวงการต่างประเทศ เกี่ยวกับการส่งเสริมการให้ความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนให้ประชาชนมีความรู้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นของรายละเอียดของกฎบัตรอาเซียน ประชาคมด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ประชาคมด้านเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน
2. เสนอให้องค์กรสื่อมวลชน เกี่ยวกับการส่งเสริมการให้ความรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนให้ประชาชนมีความรู้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในประเด็นของการย้ายแรงงานฝีมือ 7 วิชาชีพที่สามารถย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรีว่ามีแพทย์ พยาบาล ทันตแพทย์ นักบัญชี นักสำรวจ วิศวกร สถาปนิก อย่างเสรีในประชาคมอาเซียน
3. ควรมีการศึกษา พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร และการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน ในพื้นที่ต่างกันเช่น จังหวัดเชียงราย จังหวัดปัตตานี จังหวัดหนองคาย จังหวัดสระแก้ว เป็นต้น
4. ควรมีการศึกษา ปัจจัยที่ทำให้เกิดการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของประชาชน

บรรณานุกรม

กรมประชาสัมพันธ์ สำนักประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ. (2554). *ประเทศไทยกับอาเซียน*.

กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

กาญจนา แก้วเทพ. (2554). *สื่อสารมวลชน:ทฤษฎีและแนวทางการศึกษา*. กรุงเทพฯ :

ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

พีระ จิโรสถ. (2546). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. ใน (น.195-208). *ประมวลสาระชุดวิชาปรัชญา*

นิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่10. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). *การก้าวสู่ประชาคมอาเซียน*.

กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.

สิงห์ สิงห์ขจร. (2554). *พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารการเมืองจากสื่อมวลชนและการมีส่วนร่วมทางการเมือง*

ของประชาชน กรณีศึกษา จังหวัดเชียงราย. กรุงเทพฯ : สำนักบริหารโครงการวิจัยใน

อุดมศึกษาและพัฒนามหาวิทยาลัยวิจัยแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

อุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2550). *สื่อสารมวลชนเบื้องต้น : สื่อมวลชน วัฒนธรรม และสังคม*.

กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Baran, S.J. & Dennis K. Davis,D.K. (2012). *Mass communication theory*. (6thed). Toronto :

Wadsworth Cengage Learning.

Bussey, C. (2011). *Brilliant PR*. London : Pearson.

Dainton, M. (2011). *Applying communication theory for professional life*. (2nded).

New Jeesey : Sage.

Henry, A. (1998). *Consumer behavior and marketing action*. (6thed). Cincinnati, OH :

South-Western College.

Kotler, P. (2000). *Marketing management*. (10thed). Upper Saddle River, NJ :

Prentive-Hall.

Rogers, E. M. (1973). *Communication strategies for family plamming*. New York :

The Free Press.

Littlejohn,S.J. & Foss, K.A. (2012). *Theory of human communication*. (9thed). Boston, MA. :

Wadsworth Cengage Learning.