

## ASEAN Information Exposure, Perception and Attitude towards ASEAN Identity affecting the Adjustment among People in Bangkok<sup>1</sup>

Worawudh Phakdiburut<sup>2</sup>

Received: June 13, 2015

Accepted: July 2, 2015

### Abstract

The research aimed to investigate 1) the level of ASEAN information exposure, perception of ASEAN identity, attitude towards ASEAN identity and adjustment to ASEAN identity among people in Bangkok 2) the correlation between ASEAN information exposure and perception of ASEAN identity, and ASEAN information exposure and attitude towards ASEAN identity among people in Bangkok 3) ASEAN information exposure, perception and attitude towards ASEAN identity affecting the adjustment among people in Bangkok. Samples were the total of 400 people in Bangkok who were selected by multi-stage random sampling technique. Data were collected using a questionnaire with the reliability of .93, .88, .94, and .96 respectively. Statistical data analysis used descriptive statistic, Pearson product moment correlation coefficients and multiple regression analysis. The research findings were as follows: 1) ASEAN information exposure among people in Bangkok was at the high level. Their perception of ASEAN identity, attitude towards ASEAN identity and adjustment to ASEAN identity were at the moderate level. 2) ASEAN information exposure among people in Bangkok was not correlated to perception of ASEAN identity, ASEAN information exposure was positively correlated to attitude towards ASEAN identity with statistical significance at 0.01 3) ASEAN information exposure, perception of ASEAN identity, attitude towards ASEAN identity could predict the adjustment among people in Bangkok to ASEAN identity with 51.90 percentage. The important predictor was an attitude towards ASEAN identity.

*Keywords:* ASEAN Information Exposure, ASEAN Identity, Attitude, Adjustment, Perception

<sup>1</sup> Research of Communication Arts Program, Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University

<sup>2</sup> Lecturer in Communication Arts, Faculty of Management Science, Chandrakasem Rajabhat University

## การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้ และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน ที่มีผลต่อการปรับตัวของประชาชนในกรุงเทพมหานคร<sup>1</sup>

วรวิทย์ ภัคดิบุรุษ<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน ระดับการรับรู้ อัตลักษณ์อาเซียน ระดับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน และระดับการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 2) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนกับการรับรู้ อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร 3) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนที่มีผลต่อการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .93, .88, .94 และ .96 ตามลำดับ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมากการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียนทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน และการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง 2) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียน แต่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01 3) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน สามารถร่วมกันพยากรณ์การปรับตัวของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่ออัตลักษณ์อาเซียนได้ร้อยละ 51.90 โดยตัวพยากรณ์สำคัญที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของการปรับตัวของประชาชนมากที่สุด คือ ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน

*คำสำคัญ:* การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้ ทัศนคติ การปรับตัว อัตลักษณ์อาเซียน

<sup>1</sup> งานวิจัยหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

## ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนจากสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในปีพุทธศักราช 2510 สู่การเป็น “ประชาคมอาเซียน”(ASEAN community) ในปีพุทธศักราช 2558 นับเป็นวาระที่ประเทศสมาชิกอาเซียนต่างให้ความสำคัญและต้องอาศัยความร่วมมือในการดำเนินงานอย่างจริงจังเพื่อให้การเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนดำเนินไปอย่างสมบูรณ์ทั้งในด้านการเมือง ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม (กรมอาเซียน,2556ก) ดังนั้น ประเทศสมาชิกอาเซียนต่างต้องเร่งเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆ เมื่อเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยที่จุดเน้นสำคัญคือ เสาหลักด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community-AEC)

อย่างไรก็ตาม เสาหลักอื่น ๆ นับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสาหลักด้านประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community-ASCC) ซึ่งเป็นด้านที่คนส่วนใหญ่อาจยังมองข้ามหรือไม่เข้าใจใน ความสำคัญซึ่งนับว่าเป็นประเด็นที่ควรแก่การศึกษา ทั้ง ๆ ที่คำขวัญของอาเซียนกำหนดไว้และเผยแพร่โดยทั่วไปว่า “หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งอัตลักษณ์ หนึ่งประชาคม”(One Vision, One Identity, One Community) (กรมอาเซียน,2556ข: คำนำ) ดังนั้น อัตลักษณ์อาเซียนจึงควรจะเป็นสิ่งที่ได้รับการตระหนักถึงความสำคัญที่มีต่อการเป็นประชาคมอาเซียน

วัฒนธรรมมีความสำคัญในฐานะปัจจัยเชื่อมประสานความเข้าใจและส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีในบรรดาประเทศสมาชิกอาเซียน แต่อย่างไรก็ตาม

ประเทศต่างๆ ก็มีความแตกต่างหลากหลายทางวัฒนธรรม (Cultural diversity) ดังนั้นการสร้างอัตลักษณ์อาเซียนมิได้หมายความว่า จะต้องทำให้ชาวอาเซียนมีความเหมือนกันจนสูญเสียอัตลักษณ์ของตนเอง แต่ประชาคมอาเซียนยังคงต้องรักษาอัตลักษณ์ของแต่ละชาติไว้ แต่สร้าง “ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน” ให้เกิดขึ้นให้ได้ (กิตติ ประเสริฐสุขและคณะ, 2556)อันเป็นเป้าหมายสำคัญของประชาคมอาเซียนที่นอกจากการมุ่งเน้นความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจร่วมกันแล้ว ยังต้องการให้ประชาชนอาเซียนมี “จุดยืนของตัวเอง” ที่จะดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ความเป็นอาเซียน (สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม,2556)

แผนการจัดตั้งประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ค.ศ. 2009-2015) ระบุกลไกประการหนึ่งในการส่งเสริมการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ตลอดจนการเสริมสร้างอัตลักษณ์อาเซียน คือ “กลยุทธ์การสื่อสาร”(Communication strategy) ดังที่ว่า “ความสำเร็จในการสร้างประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนต้องการการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในกระบวนการรวมตัวของอาเซียน จึงต้องการกลยุทธ์การสื่อสารที่ดีในการสร้างการตระหนักรู้แก่สาธารณชนในบรรดารัฐสมาชิกอาเซียนรวมทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน และประชาชนอาเซียนให้ได้รับทราบถึงความคืบหน้าของการสร้างประชาคม” (กรมอาเซียน,2555: 91) ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่จะก่อให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนให้เป็นที่รับทราบและเกิดความรู้ความเข้าใจในกันอย่างกว้างขวาง

แม้ว่าประเทศไทยจะเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียนมาอย่างต่อเนื่อง แต่การรับรู้และ

ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนของคนไทยยังไม่สูงมากนัก ดังผลของการวิจัย เรื่อง “Attitudes and Awareness toward ASEAN : Findings of a Ten Nation Survey” ของ Thompson and Thianthai (2008) พบว่า ในประเด็นที่เกี่ยวกับความเป็นพลเมืองอาเซียน (ASEAN Citizen) ร้อยละ 76.8 ของกลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยว่าตนเป็นพลเมืองอาเซียน ส่วนกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาไทยเห็นด้วยร้อยละ 67 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างต่ำ นอกจากนั้นแล้วด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาเซียนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักศึกษาไทยก็ตอบถูกเพียงร้อยละ 27.5 เท่านั้น ขณะที่ค่าเฉลี่ยของภูมิภาคอยู่ที่ร้อยละ 49.5 ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของไทยยังคงต้องเร่งแก้ไขและหาแนวทางการเตรียมความพร้อมอย่างจริงจัง สอดคล้องกับการวิจัยของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (2555) ที่ศึกษา “การสร้างกลไก มาตรการ และองค์ความรู้ของสังคมเพื่อสร้างการปรับตัวของประชาชนอาเซียน”ของกระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 1,962 คนใน 4 ภูมิภาค ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ซึ่งยังพบปัญหาด้านการสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเกิดการรับรู้เกี่ยวกับประชาคมอาเซียน

ดังนั้น จากประเด็นปัญหาดังกล่าวจึงนำไปสู่ความสนใจของผู้วิจัยที่จะศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน (ASEAN information exposure) โดยการวิจัยที่ผ่านมามีผู้ศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์มาบางส่วนหนึ่งแล้ว ส่วนการสื่อสารในประชาคมอาเซียน งานวิจัยส่วนใหญ่เน้นศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารในมิติทางเศรษฐกิจหรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีผู้ใดศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวกับ “การสื่อสาร

กับอัตลักษณ์อาเซียน” ซึ่งยังเป็นช่องว่างทางความรู้ที่ควรแก่การศึกษา โดยผู้วิจัยสนใจศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารหรือสารสนเทศอาเซียน(ASEAN information exposure) จากสื่อต่าง ๆ (media) ซึ่งนำไปสู่การรับรู้ (perception) อัตลักษณ์อาเซียน การเกิดทัศนคติ (attitude) ต่ออัตลักษณ์อาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการส่งเสริมการปรับตัว (adjustment) ของประชาชนต่ออัตลักษณ์อาเซียนนั้นย่อมมีความสำคัญมาก เพื่อที่จะทำให้ประชาชนสามารถดำเนินชีวิตอย่างเป็นปกติสุขและปรับเปลี่ยนตนเองให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้ ดังที่กรมอาเซียน (2556ก : 26) กล่าวถึงความสำคัญของการปรับตัวของคนไทยว่า “ไทยจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อรับการที่ประชาชนจะมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น การแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม การสร้างอัตลักษณ์ (identity) ร่วมกันของอาเซียน และอื่นๆ” เพื่อให้การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาจากประชาชนในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากเป็นกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้น ซึ่งสามารถดำเนินการวิจัยได้ตามขอบเขตพื้นที่และข้อจำกัดด้านระยะเวลา ผลของการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้ ทัศนคติ และการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชน อีกทั้งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายและการวางแผนการสื่อสาร ตลอดจนผู้ที่ทำหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จะได้นำไปกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียนเพื่อให้ประชาชนเกิดการรับรู้และมีทัศนคติที่ดีต่ออัตลักษณ์อาเซียนซึ่งจะนำไปสู่การปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนต่อไป

นอกจากนี้ยังจะช่วยพัฒนาองค์ความรู้ด้านอาเซียนศึกษาให้ขยายขอบเขตการศึกษาด้านอัตลักษณ์อาเซียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนให้กว้างขวางยิ่งขึ้นต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน ระดับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ระดับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน และระดับการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนกับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนที่มีผลต่อการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

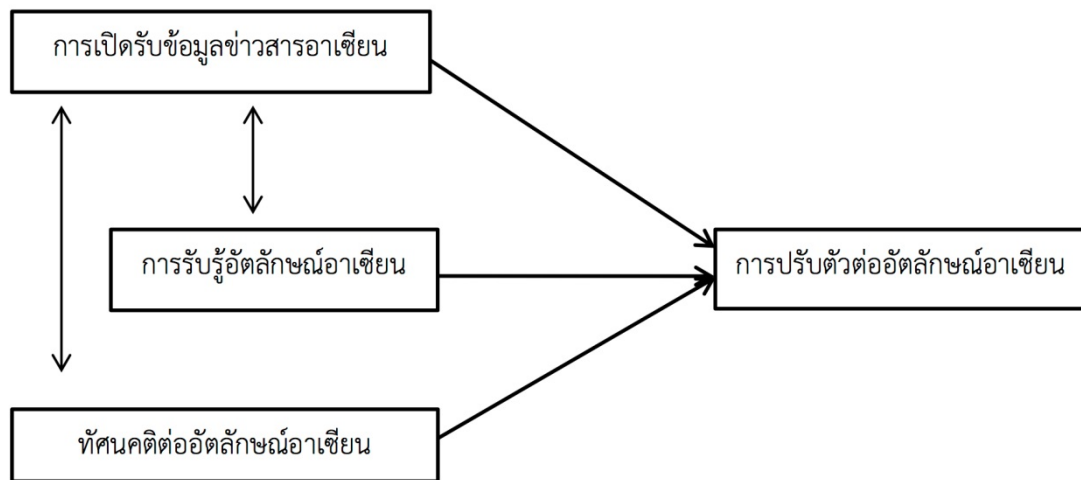
### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร การรับรู้ ทัศนคติ และการปรับตัวของบุคคลซึ่งเป็นแนวคิดและทฤษฎีทางนิเทศศาสตร์ สังคมวิทยา จิตวิทยา และพฤติกรรมศาสตร์ โดยเป็นการวิจัยที่เน้นศึกษาผลกระทบของสื่อ (Media effect) ที่มีต่อผู้รับสารอันเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทัศนศึกษาในการศึกษาวิจัยทางนิเทศศาสตร์ การวิจัยแนวนี้มีแนวโน้มในการมองสื่อในลักษณะที่เน้นการโน้มน้าวใจ และยึดผู้ส่งสารเป็นศูนย์กลาง (one-way communication / sender centered) (ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2557: 77)

ดังนั้น ตามแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวนำไปสู่ตัวแปรสำคัญที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การเปิดรับสื่อ (Media exposure) หรือการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร (Information exposure) การรับรู้ (perception) และผลกระทบที่มีต่อผู้รับสาร ในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะผลที่มีต่อทัศนคติและพฤติกรรมต่างๆ ของบุคคลซึ่งเป็นผู้รับสาร ซึ่งจะเห็นได้ว่า การวิจัยนี้ ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ทั้งนี้ แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษามุ่งเน้นการนำทฤษฎีบทบาทหน้าที่ของสื่อมาศึกษาซึ่งเป็นทฤษฎีที่อยู่ภายใต้แนวคิดสำนักหน้าที่นิยม (Social functionalism) ซึ่งหมายรวมถึงทฤษฎีแนวพฤติกรรมศาสตร์ (Behavioral science) และศึกษาสื่อในฐานะสิ่งเร้าที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมของผู้รับ (Stimulus-Response theory) (ถิรนนท์ อนวัชศิริวงศ์, 2557 : 77) นอกจากนี้ ยังมีทฤษฎีนิเทศศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง คือ ทฤษฎีการเลือกเปิดรับ (Selective exposure theory) ซึ่ง Littlejohn & Foss (2011) อธิบายในมุมมองของจิตวิทยาสังคม (Sociopsychology) โดยกล่าวถึงการเลือกเปิดรับที่มีผลต่อผู้รับสารด้วย ซึ่งพิจารณาถึงตัวแปรอื่นที่นอกเหนือจากผลกระทบของสื่อ (media effect) อันเป็นแนวทางศึกษาผลกระทบที่จำกัด (Limited – effects approach) ของสื่อ ซึ่งเกิดจากการเลือกเปิดรับของบุคคล

ผู้วิจัยนำแนวคิดและทฤษฎีดังกล่าวข้างต้นมาใช้ในการศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน (ASEAN information) กับการรับรู้และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน (ASEAN identity) ที่มีผลต่อการปรับตัวของประชาชนซึ่งเป็นประเด็นปัจจุบัน (Current issue) ที่น่าสนใจศึกษา จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ

สามารถนำมากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดัง  
ภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

### สมมุติฐานของการวิจัย

1. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนมีความสัมพันธ์กับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร
3. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน อย่างน้อย 1 ตัวแปร สามารถพยากรณ์การปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากจำนวนประชากรเฉพาะผู้มีสัญชาติไทย และมีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน ตามข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย

กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi - stage random sampling) ซึ่งยึดตามพื้นที่เขตการปกครองของกรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวน 50 เขต แบ่งเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง 2) กลุ่มกรุงเทพใต้ 3) กลุ่มกรุงเทพเหนือ 4) กลุ่มกรุงเทพตะวันออก 5) กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ 6) กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2557) จากนั้นผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนต่อไปนี้

ขั้นที่ 1 จัดกลุ่มพื้นที่ตามการแบ่งพื้นที่เขตการปกครองของกรุงเทพมหานครข้างต้นซึ่งมีอยู่ 6 กลุ่ม ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster random sampling) ด้วยการสุ่มเลือกเขตมากลุ่มละ 1 เขต โดยใช้การจับสลาก ผลการจับสลากได้ 6 เขตดังนี้ 1) กลุ่มกรุงเทพมหานครกลาง ได้แก่ เขตดุสิต 2) กลุ่มกรุงเทพใต้ ได้แก่ เขตพระโขนง 3) กลุ่มกรุงเทพเหนือ ได้แก่ เขตลาดพร้าว 4) กลุ่มกรุงเทพตะวันออก ได้แก่ เขตลาดกระบัง 5) กลุ่มกรุงเทพมหานครเหนือ ได้แก่ เขตตลิ่งชัน และ 6) กลุ่มกรุงเทพมหานครใต้ ได้แก่ เขตภาษีเจริญ

ขั้นที่ 2 สัดส่วนในแต่ละเขตที่สุ่มได้จากขั้นที่ 1 จะสุ่มตัวอย่างจากประชากรที่อาศัยในพื้นที่เขตต่าง ๆ ดังที่จับสลากได้โดยขนาดตัวอย่างในแต่ละเขตมาจากขนาดประชากรของเขตนั่นๆ โดยการสุ่มแบบง่าย (Simple sampling) ทั้งนี้ในการวิจัยนี้มีจำนวนของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งได้จากการคำนวณด้วยสูตรของคอคแรน(Cochran) (ยูทธ ไกรวรรณ,

2551) โดยยอมให้มีความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ขนาดตัวอย่างในแต่ละเขตมาจากขนาดประชากรของเขตที่สุ่มเลือกมาได้จากข้อมูลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2557 (ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร, 2557) ซึ่งคำนวณได้จากสูตรดังนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม/ชั้น} = \frac{\text{ขนาดตัวอย่างทั้งหมด} \times \text{ขนาดประชากรในแต่ละเขต}}{\text{จำนวนประชากรทั้งหมด}}$$

ตาราง 1 แสดงขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของประชากรจำแนกตามเขต

เขต	ขนาดประชากร	ขนาดตัวอย่าง
1. เขตดุสิต	104,394	60
2. เขตพระโขนง	92,448	54
3. เขตลาดพร้าว	122,196	70
4. เขตมีนบุรี	139,771	81
5. เขตตลิ่งชัน	105,857	61
6. เขตภาษีเจริญ	129,238	74
รวม	693,904	400

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองแบ่งเป็น 5 ตอน มีลักษณะดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list) ประกอบด้วย ข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนาอาชีพ และรายได้ ตอนที่ 2 แบบสอบถามการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน ซึ่งประกอบด้วยคำถามต่อไปนี้ 1) ความบ่อยครั้งในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน เป็นแบบมาตราส่วนประมาณ (Rating Scales) แยกออกเป็น 5 ระดับ คือ บ่อยมากที่สุด บ่อยมาก ปาน

กลาง นาน ๆ ครั้ง ไม่เคยเลย 2) ระยะเวลาในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน เป็นแบบเลือกตอบ และ 3) ประเภทของข้อมูลข่าวสารที่เปิดรับ เป็นแบบเลือกตอบ ตอนที่ 3 แบบสอบถามวัดการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียนของประชาชน เป็นแบบเลือกตอบ คือ ทราบ และไม่ทราบ จำนวน 15 ข้อ ตอนที่ 4 แบบสอบถามวัดทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย เห็นด้วยน้อยที่สุด จำนวน 15 ข้อ และตอนที่ 5 แบบสอบถามวัด

การปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 15 ข้อ และมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือดังต่อไปนี้

(1) การหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ด้วยการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องรายข้อ (Index of item-Objective Congruence) โดยการนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาที่ต้องการวัดตรวจสอบแก้ไขแบบสอบถามแต่ละส่วนว่าสามารถวัดได้ถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัดหรือไม่ ทั้งนี้ใช้เกณฑ์การพิจารณาค่าความสอดคล้องเท่ากับหรือมากกว่า 0.5 แสดงว่ามีความเหมาะสม และเลือกเฉพาะข้อที่อยู่ในเกณฑ์ไปใช้เป็นแบบสอบถามต่อไป ในงานวิจัยพบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องรายข้อ (IOC) มีค่าเท่ากับ .66 – 1.00

(2) การหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Item Discrimination) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความเที่ยงตรงแล้วไปทดลองใช้ (try out) กับประชาชน 50 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อ โดยการหาความสัมพันธ์รายข้อกับคะแนนรวม (Item Total correlation) แล้วเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีความสัมพันธ์ตั้งแต่ .20 ขึ้นไป ซึ่งในการหาค่าอำนาจจำแนกรายข้อในงานวิจัยนี้พบว่ามีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง .29 - .87

(3) การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ในงานวิจัยนี้มีการหาค่าความเชื่อมั่นหลังจากที่ได้หาค่าอำนาจจำแนกรายข้อแล้ว โดยเลือกเฉพาะข้อที่มี

นัยสำคัญทางสถิติและได้รับการปรับปรุงจนมีเนื้อหาครอบคลุมสิ่งที่ต้องการวัด แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นชนิดความสอดคล้องภายในด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นในแบบสอบถามที่วัดการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ทศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน และการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนเท่ากับ .93, .88, .94 และ .96 ตามลำดับ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

#### การวิเคราะห์ข้อมูลมีการใช้สถิติดังต่อไปนี้

1.สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและวิเคราะห์ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน ระดับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ระดับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน และระดับการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครด้วยสถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2.สถิติเชิงอ้างอิง (Inferential statistic) ใช้ในการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์กับตัวเกณฑ์เพื่อการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย ได้แก่

1) การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (correlation coefficient) ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนกับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนกับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson



product moment correlation coefficient ) เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 1-2

2) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ทักษะคิดต่ออัตลักษณ์อาเซียน โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เพื่อทดสอบสมมติฐานของการวิจัยข้อที่ 3

### ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน ระดับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ระดับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน และระดับการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

1. ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.50 ส่วนเพศชาย ร้อยละ 44.50 มีอายุอยู่ในช่วง 26 -35 ปี ร้อยละ 55.50 รองลงมา คือ อายุต่ำกว่า 26 ปีขึ้นไป ร้อยละ 18.30 และ อายุ 36 – 45 ปี ตามลำดับระดับการศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.80 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา ร้อยละ 22.30 และปวช./ปวส. ร้อยละ 9.55 ตามลำดับและส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธร้อยละ 91.30 รองลงมา คือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 5.80 และศาสนาอิสลาม ร้อยละ 2.30 ตามลำดับ ประกอบอาชีพเป็นพนักงานองค์กรเอกชน ร้อยละ 59.50 รองลงมา คือ อาชีพอิสระ/รับจ้างทั่วไป ร้อยละ 14.50 และ นักเรียน / นักศึกษา ร้อยละ 10.00 ตามลำดับ มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001- 20,000 บาท ร้อยละ 57.80 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 22.50 และ 20,001–30,000 บาท ร้อยละ 11.80 ตามลำดับ

2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=3.46, SD=0.71$ ) สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ( $\bar{X}=3.97$ ) อินเทอร์เน็ต ( $\bar{X} = 3.95$  ,  $SD = 0.97$ ) และสื่อสังคมออนไลน์ ( $\bar{X}= 3.83$   $SD= 0.96$ ) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาต่อวันในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ส่วนประเภทของข้อมูลข่าวสารอาเซียนที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ ข่าวประจำวัน ร้อยละ 76.8 รองลงมา ได้แก่บันเทิง/วาไรตี้ ร้อยละ 67.80 และเรื่องราวเกี่ยวกับเศรษฐกิจ/ธุรกิจ ร้อยละ 55.30 ตามลำดับ

3. การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ระดับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 67.00)

4. ทักษะคิดต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ระดับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}=3.34, SD = 0.52$ )

5. การปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X}= 3.40, SD=0.52$ )

ตอนที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการแสดงผลเป็นค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์(Correlation coefficient) ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนกับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนกับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression coefficient) ของตัวพยากรณ์ ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ทักษะคิดต่ออัตลักษณ์

อาเซียน กับการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานครดังต่อไปนี้

ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร จึงไม่เป็นไปตาม  
สมมติฐานข้อที่ 1 ดังตาราง 2

1. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนไม่มี

ความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียน

**ตาราง 2** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนกับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียนของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	จำนวน	r	p
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน			
การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน	400	.073	.147

**ตาราง 3** ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนกับทัศนคติต่ออาเซียนของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	จำนวน	r	p
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน			
ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน	400	.385**	.000

2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนมี  
ความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออัตลักษณ์  
อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครในระดับ  
ปานกลาง ( $r = 0.385$ ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่  
ระดับ .01 ( $p = .000$ ) จึงเป็นไปตามสมมติฐานข้อที่  
2 ดังตาราง 3

อัตลักษณ์อาเซียน ทั้งนี้ตัวพยากรณ์ที่สามารถ  
พยากรณ์การปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของ  
ประชาชนในกรุงเทพมหานครมากที่สุด ได้แก่  
ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์  
การถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปของคะแนน  
มาตรฐาน ( $\beta$ ) เท่ากับ .63 รองลงมา ได้แก่ การ  
รับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์การ  
ถดถอยของตัวพยากรณ์ในรูปของคะแนนมาตรฐาน  
( $\beta$ ) เท่ากับ .20 ทั้งนี้ตัวพยากรณ์ทั้งหมดสามารถ  
ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการปรับตัวต่ออัต  
ลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้  
ร้อยละ 51.90 ดังตาราง 4

3. การทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์  
การถดถอยของตัวพยากรณ์ ได้แก่ การเปิดรับข้อมูล  
ข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และ  
ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน สามารถพยากรณ์การ  
ปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนได้อย่างมีนัยสำคัญทาง  
สถิติที่ระดับ.01 ยกเว้นการเปิดรับข้อมูลข่าวสาร  
อาเซียน ไม่สามารถพยากรณ์การปรับตัวต่อ

**ตาราง 4** ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์กับการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนใน  
กรุงเทพมหานคร

ตัวแปร	$\beta$	b	SE <sub>b</sub>	t	P
--------	---------	---	-----------------	---	---

การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน ( $X_1$ )	0.05	0.04	0.02	1.55	0.12
การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ( $X_2$ )	0.2	0.51	0.09	5.64**	0
ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน ( $X_3$ )	0.63	0.63	0.03	16.54**	0
$R^2 = .519$		$R^2_{adj} = .516$			

\*\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

### สรุปผลการวิจัย

1) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครอยู่ในระดับมาก การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน และการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง

2) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียน แต่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนอยู่ในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3) การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน สามารถร่วมกันพยากรณ์การปรับตัวของประชาชนในกรุงเทพมหานครต่ออัตลักษณ์อาเซียนได้ร้อยละ 51.90 โดยตัวพยากรณ์สำคัญที่สามารถอธิบายการปรับตัวของประชาชนมากที่สุด คือ ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน

ตอนที่ 1 ผลการอย่างไรก็ตาม เสาหลักอื่น ๆ นับว่ามีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเสาหลักด้านประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน (ASEAN Socio-Cultural Community-ASCC) ซึ่งเป็นด้านที่คนส่วนใหญ่อาจยังมองข้ามหรือไม่เข้าใจในความสำคัญซึ่งนับว่าเป็นประเด็นที่ควรแก่การศึกษา ทั้ง ๆ ที่คำขวัญของอาเซียนกำหนดไว้และเผยแพร่โดยทั่วไปว่า “หนึ่งวิสัยทัศน์ หนึ่งอัตลักษณ์ หนึ่งประชาคม” (One Vision, One

Identity, One Community) (กรมอาเซียน, 2556: คำนำ) ดังนั้น อัตลักษณ์อาเซียนจึงควรจะเป็นสิ่งที่ได้รับการตระหนักถึงความสำคัญที่มีต่อการเป็นประชาคมอาเซียน

### อภิปรายผล

การอภิปรายผลของการวิจัย ผู้วิจัยอภิปรายผลที่ได้รับตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน และการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

1. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครนั้น ระดับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันที่สื่อต่างๆ ทั้งสื่อมวลชน สื่อเฉพาะกิจ สื่อสังคม และอื่นๆ มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนเป็นจำนวนมากทางสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อเป็นไปตามการดำเนินงานการเตรียมความพร้อมของประเทศไทยทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนต่างเตรียมพร้อมเข้าสู่ความเป็นประชาคมอาเซียนตามที่ผู้นำประเทศสมาชิกอาเซียนตกลงร่วมกันที่กำหนดวันบรรลุเป้าหมายการเป็นประชาคมอาเซียนในวันที่ 31 ธันวาคม 2558 โดยที่สื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ สื่อโทรทัศน์ ( $\bar{X} =$

3.97 S.D.= 0.94) อินเทอร์เน็ต ( $\bar{X} = 3.95$  SD=0.97) และสื่อสังคมออนไลน์ ( $\bar{X} = 3.83$  SD=0.96) ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ผ่านมา เช่น เรื่อง “พฤติกรรมกา  
 เปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและแนวโน้ม  
 พฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC”  
 ของกนกวรรณ สมรักษ์ (2555) ซึ่งผลการวิจัยพบว่า  
 พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเรื่องประชาคม  
 เศรษฐกิจอาเซียนส่วนใหญ่จะเปิดรับชมข่าวสารจาก  
 สื่อโทรทัศน์เป็นหลัก และ เรื่อง “พฤติกรรมกา  
 เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนผ่านสื่อโซเชียล  
 มีเดียของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในเขต  
 เทศบาลนครอุดรธานี”ของพรรณ จิรา จันทะคร ,  
 รัชณี จันทะสิงห์, สุพัตรา ทองแถม , และสิงขร คำชุ่ม  
 (2555) ซึ่งผลการวิจัยด้านพฤติกรรมกาใช้บริการสื่อ  
 โซเชียลมีเดีย พบว่า ประชาชนใช้บริการสื่อโซเชียล  
 มีเดียอยู่ในระดับมาก โดยที่สื่อสังคมที่มีการเปิดรับ  
 มากที่สุด คือ เฟซบุ๊ก (facebook)

2. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับการรับรู้อัต  
 ลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร  
 โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 67.00)  
 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประชาชนที่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร  
 หรือสารสนเทศเกี่ยวกับอาเซียน ในด้านการรับรู้  
 เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในเสาหลัก  
 ด้านประชาคมสังคมและวัฒนธรรม (ASEAN Socio-  
 Cultural Community) อยู่ในระดับปานกลาง  
 อย่างไรก็ตามสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการรับรู้  
 ของมนุษย์ที่ Bernstein (2014) อธิบายไว้ว่า  
 กระบวนการรับรู้ (Process of perception) เป็นสิ่ง  
 ที่สมองเกิดการรับหรือได้มาจากข้อมูลข่าวสาร  
 (Information) จากสื่อต่าง ๆ และคำอธิบาย  
 เกี่ยวกับแนวคิดของการรับรู้ที่บุษบา สุธีธร (2551)

กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการเลือก รวบรวม  
 และแปลผลหรือการตีความสารสนเทศ ซึ่งจัดเป็นสิ่ง  
 เร้าชนิดหนึ่งผ่านการสัมผัสของประสาทสัมผัสทั้ง  
 ห้า ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับผลการวิจัย เรื่อง  
 “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิดและ  
 แนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจ  
 อาเซียน AEC” ของกนกวรรณ สมรักษ์ (2555) แล้ว  
 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็น ประชาชนใน  
 กรุงเทพมหานครมีความรู้เกี่ยวกับประชาคม  
 เศรษฐกิจอาเซียนอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เพราะการ  
 เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนส่วนใหญ่มัก  
 มุ่งเน้นที่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การค้า  
 และการลงทุนในอาเซียนส่วนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ  
 สังคมและวัฒนธรรมของอาเซียนยังมีน้อยกว่า  
 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการให้ข้อมูลข่าวสารเพื่อส่งเสริม  
 ความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเกี่ยวกับการสร้างอัต  
 ลักษณ์อาเซียน (ASEAN identity)

3. จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะคิดต่ออัต  
 ลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มี  
 ระดับทักษะคิดต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนใน  
 กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง  
 ซึ่งมีทิศทางสอดคล้องกับผลการวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับ  
 อาเซียนในด้านประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เช่น  
 เรื่อง “พฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทักษะคิด  
 และแนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจ  
 อาเซียน AEC”ของกนกวรรณ สมรักษ์ (2555) ซึ่ง  
 พบว่า ทักษะคิดต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน  
 ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเห็นด้วยซึ่งเป็นทัศนคติในเชิง  
 บวก โดยมีทัศนคติที่เห็นด้วยกับประชาคมเศรษฐกิจ  
 อาเซียนที่จะช่วยขยายการค้า การลงทุน และการ  
 บริการในภูมิภาคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมาก  
 ที่สุด และรองลงมาคือมีทัศนคติที่ติดต่อกับเรื่องประชาคม

เศรษฐกิจอาเซียนจะช่วยสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน อีกทั้งยังสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับงานวิจัยของ Thompson and Thianthai (2008) ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มนักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อความเป็นอาเซียนในระดับมาก ทั้งนี้การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนอย่างกว้าง ๆ ยังไม่ได้เจาะลึกไปที่ประชาคมอาเซียนในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง

4. จากผลการวิจัยพบว่า การปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการวิจัยนี้เป็นไปในทิศทางเดียวกับผลการวิจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนซึ่งระดับการรับรู้ และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ดังที่ตัวแปรของการรับรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมมีความสัมพันธ์ต่อกัน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวความคิดของทัศนคติและพฤติกรรมดังกล่าวของ Nevid (2012) ที่อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากทัศนคติที่ว่า ทัศนคติจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมมากที่สุดและจะนำไปสู่การแสดงออกเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ ดังนั้นจึงจะเห็นได้ว่าการปรับตัวเป็นพฤติกรรมของประชาชนในกรุงเทพมหานครที่เกิดจากการรับรู้ และการมีทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนในระดับปานกลาง จึงส่งผลให้เกิดพฤติกรรมปรับตัวในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยที่ผ่านมา อาทิ เรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารความรู้ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC ของกนกวรรณสมรักษ์ (2555) นั้นพบว่า แนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน มีแนวโน้ม

พฤติกรรมที่จะปรับตัวเพื่อรับกับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนมากที่สุด และแนะนำผู้อื่นให้ปรับตัวเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงไปสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนด้วย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนกับการรับรู้ทัศนคติ และการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีการตั้งสมมุติฐานซึ่งมีผลการทดสอบสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 1. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะจากผลการวิจัยที่พบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาต่อวันในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน คือ ไม่เกิน 1 ชั่วโมง ส่วนประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนในกรุงเทพมหานครเปิดรับมากที่สุด ได้แก่ ข่าวประจำวัน ร้อยละ 76.8 ซึ่งเป็นเพียงข้อมูลเกี่ยวกับเหตุการณ์ในชีวิตประจำวันทั่วไปเท่านั้น ไม่ได้เป็นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารที่เป็นสารคดีหรือรายการที่ให้ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการเลือกเปิดรับ (Selective exposure theory) ซึ่ง Little John, S.W. and Foss, K.A (2011) อธิบายถึงการเลือกเปิดรับที่มีผลต่อผู้รับสาร ซึ่งพิจารณาถึงตัวแปรอื่นที่นอกเหนือจากผลกระทบของสื่อ (media effect) ซึ่งเกิดจากการเลือกเปิดรับของบุคคล กล่าวคือ ในการเปิดรับสื่อ นั้น บุคคลจะมีการเลือก

เปิดรับข้อมูลข่าวสาร (exposure to information) โดยเลือกข้อมูลข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติของตนเองเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นกระบวนการเลือกสรรกลั่นกรองทางจิตวิทยาการรับรู้ (พีระ จิระโสภณ, 2551) ผลการศึกษาการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียนก็อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนั้นจากผลการวิจัยยังพบว่า ความสนใจของประชาชนโดยส่วนใหญ่มักให้ความสำคัญกับประเด็นข่าวประจำวัน ร้อยละ 76.8 รองลงมา ได้แก่ บันเทิง/วาไรตี้ ร้อยละ 67.8 เศรษฐกิจ/ธุรกิจ ร้อยละ 55.3 เป็นสำคัญ ส่วนด้านศิลปะและวัฒนธรรม ร้อยละ 28.3 เท่านั้น ดังนั้น การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนจึงไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน นอกจากนั้นผลการวิจัยยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการสื่อสารระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ ของกาญจนา เขียววิทย์ (2540) ซึ่งพบว่า พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับระบบการประชุมทางไกลผ่านจอภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ประโยชน์ของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนิสิตระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยนเรศวร และผลการวิจัย เรื่อง การเปิดรับข่าวสาร การรับรู้ และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร ภายหลังภาวะวิกฤตของภัทรพินธ์ หุ่นรักวิทย์ (2557) ซึ่งพบว่า การเปิดรับข่าวสารของนักศึกษาจากสื่อเฟซบุ๊ก และเว็บไซต์ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้ต่อคณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

สมมุติฐานข้อที่ 2. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน เนื่องจากในปัจจุบัน การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียนเป็นไปอย่างกว้างขวาง ประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่ออาเซียนและการเตรียมความพร้อมที่จะเข้าสู่ประชาคมอาเซียนร่วมกัน ดังนั้นจึงมีทัศนคติที่ดีต่อความเป็นประชาคมอาเซียนเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครจึงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับคำอธิบายเกี่ยวกับทัศนคติของอรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท (2549) ที่สรุปได้ว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่เกิดจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์ของแต่ละบุคคล การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครมีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน เพราะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงความคิดในเบื้องต้น โดยที่สิ่งที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้มาจากข้อมูลข่าวสารใหม่ จากสื่อต่างๆ (อรรวรรณ ปิลันธน์โอวาท, 2549) ตลอดจนแหล่งสารต่าง ๆ ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในปัจจุบัน และยังคงสอดคล้องกับผลการวิจัย เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร กับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับของอิศเรศ คำแหง (2553) ซึ่งพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับทัศนคติเกี่ยวกับกิจกรรมรณรงค์ในช่วงเทศกาล และ

ผลการวิจัย เรื่อง “การเปิดรับข่าวสาร ทักษะคิดและการมีส่วนร่วมโครงการ “เอสซีจี รักษ์น้ำเพื่ออนาคต” และความตั้งใจซื้อ” ของวิราพร โชติปัญญา (2554) ซึ่งพบว่า การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการ “เอสซีจี รักษ์น้ำเพื่ออนาคต” จากสื่อต่างๆ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับทัศนคติต่อโครงการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อศึกษาการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนที่มีผลต่อการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

สมมุติฐานข้อที่ 3. การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน อย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถพยากรณ์การปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ตัวพยากรณ์ ได้แก่ การเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียน และทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนสามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร ได้ร้อยละ 51.90 ทั้งนี้ตัวพยากรณ์ที่สามารถอธิบายการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครมากที่สุด ได้แก่ ทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียน จึงเป็นไปตามสมมุติฐาน ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า ทัศนคติเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญลำดับต้น ๆ ซึ่งจะมีผลต่อพฤติกรรมของบุคคล ในงานวิจัยนี้ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการปรับตัวของประชาชน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติและพฤติกรรมดังกล่าวของ Nevid (2012) ที่อธิบายเกี่ยวกับพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากทัศนคติที่ว่า ทัศนคติจะมีความสัมพันธ์กับ

พฤติกรรมมากที่สุดและจะนำไปสู่การแสดงออกเป็นพฤติกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความพร้อมในการเข้าสู่การเป็นพลเมืองอาเซียนของเยาวชน อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ของวิรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชรและกุลกนก มณีวงศ์ (2556) ที่พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลมากที่สุดต่อความพร้อมในการเข้าสู่การเป็นพลเมืองอาเซียนของเยาวชน อำเภอมือง จังหวัดเชียงใหม่ ตัวแปรหนึ่ง คือ เจตคติต่อการเข้าสู่การเป็นพลเมืองอาเซียน ดังนั้น พฤติกรรมการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานครจึงเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากทัศนคติหรือเจตคติที่มีต่ออัตลักษณ์อาเซียนเป็นสำคัญ

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะในการปฏิบัติ

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า การรับรู้ ทัศนคติ และการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ประชาชนที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียนอยู่ในระดับมาก แต่การรับรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียนอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อเทียบกับการรับรู้ด้านเศรษฐกิจหรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้นมีมากกว่า ดังนั้นหน่วยงานที่มีหน้าที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียน เช่น กรมประชาสัมพันธ์ กรมอาเซียน กระทรวงการต่างประเทศ และสื่อมวลชนแขนงต่าง ๆ ควรมุ่งเน้นการนำเสนอสาระความรู้และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนให้มากขึ้น

2. องค์กรภาครัฐ อาทิ กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผน

ยุทธศาสตร์และกำหนดนโยบายเพื่อเสริมสร้างอัตลักษณ์อาเซียนแก่ประชาชน ควรมีการกำหนดกลยุทธ์การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียนแก่สาธารณชนให้บรรลุเป้าหมายและเกิดประสิทธิผล

3. จากผลการวิจัยพบว่า การรับรู้อัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น สื่อมวลชนรวมทั้งผู้ที่มีหน้าที่ปฏิบัติการเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประชาคมอาเซียน ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอข้อมูลข่าวสารในด้านสังคมและวัฒนธรรมของประเทศต่างๆ ในอาเซียนให้มากขึ้น ตลอดจนการสร้างสรรคข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียนให้แพร่หลาย เพื่อที่จะเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจอันดีเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียน

4. จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะติดต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนในกรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางนั้น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งทำหน้าที่ปฏิบัติการในการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์อาเซียนควรมีการให้ข้อมูลข่าวสารหรือจัดกิจกรรมใดๆ เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีทัศนคติต่ออัตลักษณ์อาเซียนในเชิงบวกให้มากขึ้น และจากผลการวิจัยที่พบว่า ตัวพยากรณ์ที่สามารถอธิบายการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนมากที่สุด ได้แก่ ทักษะติดต่ออัตลักษณ์อาเซียน ดังนั้นผลการวิจัยชี้ให้เห็นแนวทางการส่งเสริมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียนที่ควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างทัศนคติที่ดีเป็นสิ่งสำคัญ อาทิ การส่งเสริมความเข้าใจในความแตกต่างและหลากหลายของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของประเทศต่าง ๆ ในอาเซียน โดยการเผยแพร่ข่าว

รายการสารคดี การสัมภาษณ์ หรือสื่อบุคคลที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการรับรู้และการส่งเสริมทัศนคติที่ดีต่ออัตลักษณ์อาเซียน

### ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะประชาชนในกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในประเด็นดังกล่าวกับกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ อาทิ ครูหรือผู้จัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับอาเซียนศึกษาหรือนักศึกษาที่กำลังสำเร็จการศึกษาและกำลังเข้าสู่ตลาดแรงงาน เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปิดรับข้อมูลข่าวสารอาเซียน การรับรู้ ทัศนคติ และการปรับตัวต่ออัตลักษณ์อาเซียนของประชาชนกลุ่มอื่นๆ ได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

2. ควรส่งเสริมการศึกษาวิจัยในประเด็นอาเซียนในด้านที่เกี่ยวกับประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนให้มากขึ้นทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ เพราะมีงานวิจัยเกี่ยวกับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นส่วนใหญ่ จึงควรเน้นการศึกษาด้านสังคมและวัฒนธรรมอาเซียนเพื่อให้เกิดมุมมองที่หลากหลาย

3. ควรมีการจัดทำชุดโครงการวิจัยที่เกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์อาเซียนเพื่อที่จะขยายขอบข่ายความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์อาเซียนให้กว้างขวางมากขึ้น และเกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับประชาคมอาเซียนที่สมบูรณ์ต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ สมรักษ์. (2555). *พฤติกรรมและการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมต่อเรื่องประชาคมเศรษฐกิจ*



- อาเซียน AEC.วิทยานิพนธ์ปริญญา  
วารสารศาสตรมหาบัณฑิต คณะวารสาร  
ศาสตร์และสื่อสารมวลชน  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.(2558).  
จำนวนประชากรประจำปี [ออนไลน์]  
สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2558, จาก  
www.dopa.go.th  
กรมอาเซียน. (2555). *แผนการจัดตั้งประชาคมสังคม  
และวัฒนธรรมอาเซียน(ค.ศ. 2009 –  
2015)*.กรุงเทพฯ : กรมอาเซียน  
กระทรวงการต่างประเทศ.  
\_\_\_\_\_. (2556ก). *58 คำตอบสู่ประชาคม  
อาเซียน*.กรุงเทพฯ : กรมอาเซียน  
กระทรวงการต่างประเทศ.  
\_\_\_\_\_. (2556ข). *ASEAN mini book*.  
กรุงเทพฯ : กรมอาเซียน กระทรวงการ  
ต่างประเทศ.  
\_\_\_\_\_. (2558). *การเตรียมความพร้อมของ  
ไทยสู่การเป็นประชาคมอาเซียน*. [ออนไลน์]  
สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2558, จาก  
www.mfa.go.th/asean/  
กรุงเทพมหานคร ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร.  
(2558). *รูปแบบการบริหาร  
กรุงเทพมหานคร*. [ออนไลน์] สืบค้นเมื่อ 15  
เมษายน 2558 , จาก  
www.bangkok.go.th/info  
กาญจนา เขียววิทย์การ.(2540). *พฤติกรรมกรรมการเปิดรับ  
ข่าวสาร การรับรู้ประโยชน์ และความพึง  
พอใจในการสื่อสารระบบการประชุม  
ทางไกลผ่านจอภาพ*.วิทยานิพนธ์ปริญญา  
นิเทศศาสตร์ สาขาวิชานิเทศศาสตร์  
พัฒนาการ คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.  
กิตติ ประเสริฐสุขและคณะ. (2556). *50 คำ กุญแจ  
ไขอาเซียน*.กรุงเทพฯ : กรมอาเซียน  
กระทรวงการต่างประเทศและสถาบัน  
พัฒนาทรัพยากรมนุษย์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์  
จิตรภรณ์ ตั้งกิตติภรณ์. (2556). *จิตวิทยาทั่วไป*.  
กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.  
ถิรนนท์ อนุวัชศิริวงศ์.(2557). *ปรัชญานิเทศศาสตร์ :*  
กระบวนการทัศน์ในการพัฒนาทฤษฎีและ  
ศึกษาวิจัยการสื่อสาร.กรุงเทพฯ : คณะ  
นิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
ยุทธ ไกรวรรณ. (2551). *การเลือกใช้สถิติที่  
เหมาะสม*.กรุงเทพฯ : ศูนย์สื่อเสริม  
กรุงเทพฯ  
พรรณจิรา จันทะคร, รชนี จันทะสิงห์, สุพัตรา ทอง  
แถม, และสิงขร คำชุ่ม (2555) *พฤติกรรม  
การเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับอาเซียน  
ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียของนักเรียน  
มัธยมศึกษาตอนปลายในเขตเทศบาลนคร  
อุดรธานี*.รายงานการวิจัย สาขาวิชา นิเทศ  
ศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี  
พีระ จิระโสภณ.(2551). “ทฤษฎีการ  
สื่อสารมวลชน” ใน *ประมวลสาระชุดวิชา  
ปรัชญานิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสาร  
หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี :  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช  
ภัทรพันธ์ หรุ่นรักวิทย์. (2557). *การเปิดรับข่าวสาร  
การรับรู้ และทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อ*

- คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร  
มหาวิทยาลัยศิลปากรภายหลังภาวะวิกฤต.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาวารสารศาสตรมหา  
บัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร  
องค์กร คณะวารสารศาสตร์และ  
สื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วีราพร โชติปัญญา.(2554).*การเปิดรับข่าวสาร  
ทัศนคติและการมีส่วนร่วมโครงการ “เอสซี  
จี รักรักษ์น้ำเพื่ออนาคต” และความตั้งใจซื้อ*.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสถาปัตยกรรมศา  
สาขานิตศาศาสตรพัฒนาการ คณะนิตศาศาสตร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรวรรณ วงศ์ปิ่นเพชรและกุลกนก มณีวงศ์.  
(2556).*ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความ  
พร้อมในการเข้าสู่การเป็นพลเมืองอาเซียน  
ของเยาวชน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.  
วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา,*  
5 (1) 139-148.
- ศูนย์ข้อมูลกรุงเทพมหานคร. (2558). *รูปแบบการ  
บริหารกรุงเทพมหานคร*. [ออนไลน์] จาก  
สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2558 , จาก  
www.bangkok.go.th/info
- สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ศูนย์บริการ  
วิชาการ (2555).*รายงานการวิจัยฉบับ  
สมบูรณ์ เรื่องการศึกษาการสร้างกลไก  
มาตรการ และองค์ความรู้ของสังคมเพื่อ  
สร้างการปรับตัวของประชาชนอาเซียน*.  
กรุงเทพฯ ฯ : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบัน  
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม กระทรวง  
วัฒนธรรม (2556). *โครงการศึกษาวิจัยเพื่อ  
กำหนดยุทธศาสตร์ประชาคมสังคมและ*
- วัฒนธรรมอาเซียน 2558*. กรุงเทพฯ ฯ :  
สำนักงานปลัดกระทรวงวัฒนธรรม  
กระทรวงวัฒนธรรม.
- อรรวรรณ ปิรันธน์โอวาท.(2549).*การสื่อสารเพื่อการ  
โน้มน้าวใจ*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ ฯ :  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อิศเรศ คำแหง. (2553). *การเปิดรับข่าวสาร ทัศนคติ  
และการมีส่วนร่วมของประชาชนในเขต  
กรุงเทพมหานคร กบกิจกรรมรณรงค์  
ในช่วงเทศกาลของมูลนิธิเมาไม่ขับ*.  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทสาขาสถา  
สาขานิตศาศาสตรพัฒนาการ คณะ  
นิตศาศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Bernstein, D.A.(2014). *Essentials of  
psychology*. 6<sup>th</sup> ed. Belmont, CA :  
Wadsworth/Cengage Learning
- Littlejohn, S.W.& Foss, K.A. (2011).*Theories of  
Human Communication*. 10<sup>th</sup> ed.  
Long Grove : Waveland.
- Thompson, E.C. and Thianthai, C.(2008).  
*Attitudes and Awareness towards  
ASEAN: Findings of a Ten Nation  
Survey*. research paper presented at  
The 9<sup>th</sup> National Conference on  
Political Science and Public  
Administration. Bangkok: Faculty of  
Political Science, Chulalongkorn  
University.
- Nevid, J.S.(2012). *Essentials of psychology :  
concepts and applications*. 3<sup>rd</sup> ed.  
Boston: Houghton Mifflin.