



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์กองทัพบกที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และในสายตาประชาชน” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ไทย 3 ชื่อฉบับ และภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชน

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากสื่อหนังสือพิมพ์ 3 ชื่อฉบับ ได้แก่ ไทยรัฐ เดลินิวส์ และ คม ชัด ลึก โดยเริ่มทำการศึกษตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2548 ถึง วันที่ 31 ธันวาคม 2552 ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ได้หนังสือพิมพ์ที่ทำการศึกษารวมทั้งสิ้นจำนวน 83 ฉบับ โดยเป็นเนื้อหาจากหนังสือพิมพ์ไทยรัฐ 22 ชิ้น เดลินิวส์ 25 ชิ้น และคม ชัด ลึก 36 ชิ้น ประมวลผลข้อมูลแล้วนำเสนอในรูปแบบของการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ส่วนที่สอง เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล เพื่อสำรวจภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาของประชาชน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างรวมทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้การสุ่มแบบหลายขั้นตอน จากนั้นในส่วนของผลการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล ได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for WINDOW (SPSS) โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) โดยใช้วิธีการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยสำหรับประชากร 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (T-Test) และ ONE-WAY ANOVA

สรุปผลการวิจัย

จากการรวบรวมและประมวลผล สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

ประเด็นเนื้อหาและทิศทางเกี่ยวกับกองทัพบกที่นำเสนอผ่านหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ทิศทางของภาพลักษณ์ของกองทัพบกในหนังสือพิมพ์รายวันภาษาไทย

ภาพลักษณ์กองทัพบกโดยรวม

ภาพลักษณ์องค์กรของกองทัพบกโดยรวม เป็นภาพลักษณ์ของกองทัพ ที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง มี ทั้งชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ฯลฯ

ผลการวิจัยพบว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ ได้นำเสนอทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกโดยภาพรวม ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกโดยรวมเป็นลบ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ได้นำเสนอทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกโดยภาพรวม ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกโดยรวมเป็นบวก หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก ได้นำเสนอทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกโดยภาพรวม ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกโดยรวมเป็นบวก จะเห็นได้ว่าข้อมูลภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับได้นำเสนอนั้น ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และคม ชัด ลึก ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์ของกองทัพบกไปในทางเดียวกัน คือ เป็นบวก มีเพียงหนังสือพิมพ์ไทยรัฐเท่านั้นที่มีทิศทางของภาพลักษณ์โดยรวมของกองทัพบก เป็นลบ

แต่ถึงกองทัพบกจะมีทิศทางภาพลักษณ์โดยรวมเป็นบวกมาก แต่ก็ยังมีทิศทางที่เป็นกลางและลบก็ใกล้เคียงกัน ดังนั้นเพื่อให้ได้รายละเอียดมากยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยจะกำหนดภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เพียงบางด้านโดยเลือกจัดอันดับภาพลักษณ์ด้านหลัก ๆ ของกองทัพบกออกเป็น 5 ด้านตามความเหมาะสม เพื่อให้เห็นทิศทางภาพลักษณ์ของกองทัพบกได้ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

ด้านองค์กร ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางภาพลักษณ์ของกองทัพบกด้านองค์กรที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านภาพลักษณ์เป็นกลางและเป็นลบ จะเห็นได้ว่าทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านองค์กรที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับได้นำเสนอนั้น ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และคม ชัด ลึก ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านองค์กรไปในทางเดียวกันทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ เป็นกลาง แต่ทั้งนี้ ทั้งนี้ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐเป็นเพียงฉบับเดียวได้นำเสนอทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านองค์กร ที่เป็นลบ

ด้านบุคลากร ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านบุคลากรที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านบุคลากรเป็นบวก จะเห็นได้ว่าทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านบุคลากรที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับได้นำเสนอนั้น ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ และคม ชัด ลึก ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านบุคลากรไปในทางเดียวกันทั้ง 3 ชื่อฉบับ คือ เป็นบวก

ด้านการภารกิจ ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านภารกิจที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านภารกิจเป็นลบ จะเห็นได้ว่า ข้อมูลภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับได้นำเสนอนั้น ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ และเดลินิวส์ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านภารกิจไปในทางเดียวกันทั้ง 2 ชื่อฉบับ คือ เป็นลบ มีเพียงหนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก เท่านั้นที่มีทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านภารกิจเป็นกลาง

ด้านการเมืองการปกครอง ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านการเมืองการปกครองที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับที่นำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านการเมืองการปกครองเป็นกลาง จะเห็นได้ว่าทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านการเมืองการปกครองที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับได้นำเสนอนั้น ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ และคม ชัด ลึก ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านการเมืองการปกครองไปในทางเดียวกันทั้ง 3 ชื่อฉบับ คือ เป็นกลาง

ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านการเมืองการปกครองเป็นบวก จะเห็นได้ว่าทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับได้นำเสนอนั้น ปรากฏว่า หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ เดลินิวส์ และคม ชัด ลึก ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมไปในทางเดียวกันทั้ง 3 ชื่อฉบับ คือ เป็นบวก

ดังนั้น ภาพลักษณ์กองทัพบก ที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์จะมีทิศทางเป็นบวก กลาง หรือ ลบ น่าจะขึ้นอยู่กับข่าวสารที่ถูกนำเสนอ ถ้าเป็นเรื่องที่ดี ปกป้องเอกราช ส่งผลให้ทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกเป็นบวก แต่ถ้าเป็นการปฏิวัติรัฐประหาร ก็ส่งผลให้มีทิศทางภาพลักษณ์เป็นลบ รวมถึงความสอดคล้องกับความคิด ความเชื่อ จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของบุคคล เกิดจากผลกระทบของเหตุการณ์นั้นๆกระทบต่อบุคคลมากน้อยเพียงใด

ประเด็นเนื้อหาในการนำเสนอข้อมูลภาพลักษณ์กองทัพบกผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ภาษาไทย

ประเภทข้อมูลภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับ นำเสนอมาก คือ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ ด้านภารกิจและด้านบุคลากรซึ่งทั้ง 2 ด้านมีจำนวนมาก เท่ากันรองลงมา ตามด้วยด้านการเมืองการปกครองและด้านองค์กรตามลำดับ แต่ประเด็นเนื้อหาที่นำเสนอทุกด้านก็มีจำนวนที่ใกล้เคียงกัน อาจมีความแตกต่างกันจำนวนไม่มากนัก

โดยหนังสือพิมพ์ไทยรัฐได้นำเสนอประเภทข้อมูลภาพลักษณะของกองทัพบก ด้านการ
ภารกิจมากที่สุด รองลงมาคือด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านองค์กร ด้านบุคคลากร และด้าน
การเมืองการปกครอง ตามลำดับ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ ได้นำเสนอข้อมูลภาพลักษณะของ
กองทัพบกด้านการภารกิจมากที่สุด รองลงมาคือด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านการเมือง ด้าน
บุคคลากร และด้านองค์กร ตามลำดับ หนังสือพิมพ์คม ชัด ลึก ได้นำเสนอข้อมูลภาพลักษณะของ
กองทัพบกด้านบุคคลากรมากที่สุด รองลงมาคือด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านภารกิจ ด้าน
การเมือง และด้านองค์กร ตามลำดับ

ประเด็นเนื้อหาโดยส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับภารกิจ บทบาทและหน้าที่ของกองทัพบก
โดยหลักๆจะเป็นเรื่องการช่วยเหลือประชาชน การทำประโยชน์เพื่อสังคม การปฏิบัติหน้าที่ของ
กองทัพบกในการรักษาความสงบเรียบร้อยของประเทศชาติในตนเอง

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ มีจำนวนทั้งสิ้น 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง
มากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-30 ปี รองลงมา คือช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวนเกินครึ่งมี
การศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวนมากกว่า 1 ใน 3 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน

2. การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกของกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้แบ่งการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับจากสื่อต่างๆแยกย่อยเป็น 6 ประเภทได้แก่ สื่อ
บุคคล สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ตและสื่อกิจกรรม ผลการวิจัยปรากฏดังนี้

1. สื่อบุคคล การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ
ข่าวสารจากสื่อบุคคลอยู่ในระดับต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากเพื่อน
และคนรู้จักมากที่สุด รองลงมาคือ ญาติ เพื่อนบ้าน สมาชิกครอบครัวและบุคลากรของกองทัพ
ตามลำดับ กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากสื่อบุคคล
อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นจำนวนเกือบทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

2. สื่อวิทยุ การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับ
ข่าวสารจากสื่อวิทยุอยู่ในระดับต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากรายการ
ของกองทัพบกทางวิทยุคือรายการกองทัพบกเพื่อประชาชนมากที่สุด รองลงมาคือ รายการสยาม

มานุสติ รายการรัฐรักสามัคคี ทำความดีคู่แผ่นดิน และรายการได้ร่มธงไทย ตามลำดับ กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากสื่อวิทยุอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเป็นจำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

3. สื่อสิ่งพิมพ์ การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับต่ำ โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากหนังสือพิมพ์ มากที่สุด รองลงมาคือ เอกสารเผยแพร่ แผ่นพับ/ใบปลิว นิตยสาร หนังสือคู่มือ และวารสาร ตามลำดับ กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งมีจำนวนเกินครึ่งจากทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

4. สื่อโทรทัศน์ การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากช่อง 5 และช่อง 7 มากที่สุด รองลงมาคือ TGN ตามลำดับ กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากสื่อโทรทัศน์อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีจำนวนเกินครึ่งจากทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

5. สื่ออินเทอร์เน็ต การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับต่ำมาก โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจาก www.rta.mi.th มากที่สุด รองลงมาคือ www.mod.co.th , www.tv5.com , www.schq.mi.th ตามลำดับ กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากสื่ออินเทอร์เน็ตอยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งเป็นจำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

6. สื่อกิจกรรม การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อสารสนเทศอยู่ในระดับต่ำมาก โดยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจาก การประชุม/สัมมนา มากที่สุด รองลงมาคือ บอร์ดประชาสัมพันธ์ งานแถลงข่าว จัดกิจกรรมบันเทิง เช่น คอนเสิร์ต ฯลฯ ตามลำดับ กล่าวโดยสรุปคือ กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากสื่อกิจกรรมอยู่ในระดับต่ำมาก ซึ่งเป็นจำนวนทั้งหมดของกลุ่มตัวอย่าง

การเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยชมโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 5 และโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 ซึ่งจัดได้ว่าการมีเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ในระดับมาก รองลงมา คือ ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โดยหนังสือพิมพ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.16

3. ภาพลักษณ์กองทัพบกในสายตาประชาชน

จากการวิจัยพบว่า ด้านองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านองค์กรของกองทัพบก โดยเฉลี่ยที่ 3.61 จัดว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านองค์กรของกองทัพบกในด้านบวก ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านบุคลากรของกองทัพบก โดยเฉลี่ยที่ 3.64 จัดว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านบุคลากรของกองทัพบกในด้านบวก ด้านภารกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านภารกิจของกองทัพบก โดยเฉลี่ยที่ 3.57 จัดว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านภารกิจของกองทัพบกในด้านบวก ด้านการเมืองการปกครอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครองของกองทัพบก โดยเฉลี่ยที่ 2.40 จัดว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครองของกองทัพบกในด้านลบ ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ของกองทัพบก โดยเฉลี่ยที่ 3.64 จัดว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมของกองทัพบกในด้านบวก

ภาพลักษณ์โดยรวมของกองทัพบกเป็นบวก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 โดยมีภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด เท่ากับ 3.77 มีระดับภาพลักษณ์เป็นบวก แต่ก็มีภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครองที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เท่ากับ 2.40 มีระดับภาพลักษณ์เป็นลบ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อกิจกรรม ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.กลุ่มตัวอย่าง อายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน และอาชีพแตกต่างกัน การเปิดรับข่าวสารจากสื่อบุคคล สื่อวิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ สื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อกิจกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปว่า นั่นคือ ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารต่างๆกัน ซึ่งก็เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

1.กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกัน มีภาพลักษณ์กองทัพบกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2.กลุ่มตัวอย่าง อายุต่างกัน ระดับการศึกษาต่างกัน และอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณะของทัพบกไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปว่า นั่นคือ ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีภาพลักษณะของทัพบกไม่แตกต่างกัน ซึ่งก็ไม่ใช่ไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขอเสนอการอภิปรายผลการวิจัยในประเด็นต่างๆ ดังนี้

ภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์

อภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

จากการวิเคราะห์ข้อมูลภาพลักษณ์ของกองทัพบก ของหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับ อันได้แก่ หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ หนังสือพิมพ์เดลินิวส์ และหนังสือพิมพ์คม ชัด ลึกอาจกล่าวได้ว่า หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนั้นคือ สื่อ ซึ่งเป็นช่องทางในการส่งเนื้อหา ข่าวสารไปยังมวลชน โดยหนังสือพิมพ์เป็นผู้รายงานข้อมูลข่าวสาร วิพากษ์วิจารณ์ เสนอแนะ สภาวะการณ์ที่เกิดขึ้น ซึ่งเมื่อประชาชนเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชน โดยเลือกเปิดรับ(Selective Exposure) สื่อและข่าวสารจากแหล่งสารที่มีอยู่ด้วยกันหลายแหล่ง ในที่นี้จะกล่าวถึงหนังสือพิมพ์ จากนั้นก็จะเลือกให้ความสนใจ(Selective Attention) ข่าวจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่และหลีกเลี่ยงสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ความเข้าใจหรือ ทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ จากนั้นก็จะเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Interpretation) เมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ไม่ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมดตามเจตนารมณ์ของ ผู้ส่งสารเสมอไป เพราะคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตามความสนใจ ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ สุดท้ายคือจะเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลจะเลือกจดจำข่าวสารในส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ฯลฯ ของตนเอง และมักจะลืมหรือไม่นำไป ถ่ายทอดต่อในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ ไม่เห็นด้วย หรือเรื่องที่ขัดแย้งด้านกับความคิดของตนเอง ข่าวสารที่คนเราเลือกจดจำไว้นั้น มักมีเนื้อหาที่จะช่วยส่งเสริมหรือสนับสนุนความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติ ค่านิยม หรือความเชื่อของแต่ละคนที่มีอยู่เดิมให้มีความมั่นคงชัดเจนยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงยากขึ้น(Klapper, 1960: 19-25) ก็จะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ต่อบุคคลหรือองค์กร หรือสิ่งต่างๆที่องค์กรได้นำเสนอ(Schrank, 1988)

พจนานุกรมการสื่อสารมวลชน ให้ความหมายของการสื่อสารมวลชนไว้ โดยสรุปว่า การสื่อสารมวลชน เป็นแบบหนึ่งของการสื่อสาร สามารถกระจายเรื่องราวความรู้ เปิดเผยไปสู่คนส่วนใหญ่ ซึ่งมีลักษณะไม่เหมือนกัน และไปถึงผู้รับพร้อมกัน มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทางวัฒนธรรมของมวลชน(ประมะ สตะเวทิน, 2526: 126-127) นอกจากนี้หนังสือพิมพ์ยังมีบทบาทในการสร้างภาพต่างๆ ในหัวสมองของคนเรา ซึ่งสอดคล้องกับหลักการและทฤษฎีการกำหนดหัวข้อพิจารณา (Agenda-setting) โดยสื่อมวลชนให้ความสนใจโดยการเน้นการนำเสนอเนื้อหาข้อมูลบางเรื่องและไม่นำเสนอในบางเรื่อง จะมีผลกระทบทำให้ประชาชนผู้รับสารรับรู้ความสำคัญของเรื่องราวต่างๆ ในสังคมตามที่สื่อมวลชนเน้นการนำเสนอ ในสภาพสังคมยุคปัจจุบันที่อาจเรียกได้ว่าเป็น สังคมยุคสื่อสาร ซึ่งความเจริญก้าวหน้าหรือความอยู่รอดของสังคมขึ้นอยู่กับคนในสังคมได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องทันเวลา และปรับตัวได้อย่างเหมาะสม สื่อมวลชนต่างๆ จึงมีบทบาทสำคัญในการเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจน ชี้นำความคิดของคนในสังคมด้วย(Lipman, 1998) ซึ่งการนำเสนอข้อมูลภาพลักษณ์ของกองทัพบก ในหนังสือพิมพ์จะมีผลกระทบทำให้ประชาชนผู้รับสารรับรู้เรื่องราวต่างๆในสังคมตามที่สื่อมวลชนเน้นการนำเสนอ เราจะมองเห็นภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่สะท้อนปรากฏออกมาจากหนังสือพิมพ์

ทิศทางของภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่ปรากฏทางหนังสือพิมพ์ไทย

ทิศทางของข้อมูลภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับได้นำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์ของกองทัพบกเป็นบวกมากที่สุด รองลงมาคือ เป็นด้านลบ และเป็นด้านเป็นกลาง

ภาพลักษณ์ด้านหลัก ๆ ของกองทัพบก 5 ด้าน มีทิศทางภาพลักษณ์ของกองทัพบก ดังนี้

ด้านองค์กร ทิศทางภาพลักษณ์ของกองทัพบกด้านองค์กรที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านภาพลักษณ์เป็นกลาง

ด้านบุคลากร ทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านบุคลากรที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านบุคลากรเป็นบวก

ด้านการภารกิจ ทิศทางภาพลักษณ์กองทัพบกด้านภารกิจที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์กองทัพบกด้านภารกิจเป็นลบ

ด้านการเมืองการปกครอง ทิศทางภาพลักษณ์ของกองทัพด้านการเมืองการปกครองที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับที่นำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางของภาพลักษณ์ของกองทัพด้านการเมืองการปกครองเป็นกลาง

ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ผลการวิจัยพบว่า ทิศทางภาพลักษณ์ของกองทัพด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่หนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ชื่อฉบับนำเสนอ ได้ปรากฏทิศทางภาพลักษณ์ของกองทัพด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นบวก

ภาพลักษณ์ของกองทัพ ที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์มีทิศทางโดยรวมเป็นบวกเนื่องจากข่าวสารที่นำเสนอ สอดคล้องกับความคิด ทศนคติ และความเชื่อของผู้รับสาร โดยทิศทางภาพลักษณ์ด้านบุคลากร และภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมีทิศทางที่เป็นบวก อาจเพราะมีการนำเสนอข่าวสารในทางที่ดี เน้นสังคมและสิ่งแวดล้อม ด้านความกล้าหาญของบุคลากร สอดคล้องกับหนึ่งข้อในบทบาท หน้าที่ของกองทัพ ประกอบกับบุคคลนั้นๆ มีความสนใจ ทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ ฯลฯ สอดคล้องกับข่าวสารที่หนังสือพิมพ์ได้นำเสนอ จึงทำให้เกิดทิศทางด้านบวก แต่สำหรับภาพลักษณ์ด้านภารกิจมีทิศทางที่เป็นลบ เนื่องจากมีการนำเสนอข่าวสารเป็นไปในทางไม่ดี ภารกิจผิดพลาด เกิดจากความไม่รอบคอบ สืบเพราะของบุคลากรของกองทัพ เช่น การก่อความไม่สงบต่างๆ อาชญากรรม เป็นต้น ดังนั้นทิศทางทั้ง 2 ทิศทางนี้ ไม่ว่าจะด้านบวกหรือด้านลบ จะเห็นได้จากความสอดคล้องกันของการที่สะท้อนภาพลักษณ์ให้ปรากฏออกมาในด้านบวกหรือลบนั้น สอดคล้องกับข้อมูลข่าวสารที่ถูกนำเสนอภาพลักษณ์ว่าถูกนำเสนอในเนื้อหาข่าวสารอย่างไร ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่าภาพลักษณ์ที่เป็นบวกมักมีความสัมพันธ์กับการถูกนำเสนอข่าวในด้านดี ภาพลักษณ์ที่เป็นลบมักมีความสัมพันธ์กับการถูกนำเสนอข่าวในด้านไม่ดี สำหรับภาพลักษณ์ด้านองค์กร และด้านการเมืองการปกครอง ภาพลักษณ์ทั้ง 2 ด้านนี้มีภาพลักษณ์เป็นกลาง โดยเป็นการทำหน้าที่ของหนังสือพิมพ์ในการเป็นกระบอกเสียงสะท้อนภาพการทำงานของกองทัพ โดยมิได้พยายามเสนอข่าวที่ก่อให้เกิดภาพลักษณ์เป็นลบหรือบวก เพื่อรักษาความสัมพันธ์กับข่าวสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ของกิจการพลเรือนของกองทัพที่มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์กองทัพ (Macnamara, 1996: 7-8) อาจทำให้บุคคลที่ได้รับข่าวสารเกิดความไม่แน่ใจในเนื้อหาข่าวสารที่ได้รับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับบุคคลที่อาจมีภาพลักษณ์ของกองทัพที่ไม่ได้ฝังแน่นหรือประทับใจ และข่าวสารหรือข้อมูลที่ได้รับอาจไม่ได้กระทบต่อบุคคลนั้นๆ มากนัก เกิดเป็นความรู้สึกไม่ทั้งบวกและลบต่อข่าวสารเหล่านั้น จากนั้นบุคคลก็จะเกิดการแสวงหาข่าวสาร (Atkin, 1973: 208) มีความต้องการได้รับข่าวสาร (Information) เพราะความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคล

ยิ่งข่าวสารนั้นเป็นเรื่องสำคัญก็ยิ่งมีความไม่แน่ใจสูง แต่ตามปกติบุคคลจะมีข่าวสารที่สนับสนุนทัศนคติของตนอยู่ เมื่อใดที่บุคคลได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่มีอยู่แล้ว ก็จะทำให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจ (Cognitive dissonance) ทำให้เกิดการแสวงหาข่าวสาร โดยอาจเป็นข่าวสารใหม่หรือข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติที่มีอยู่เดิม ซึ่งความไม่แน่ใจว่าข่าวสารใดที่จริง เกิดขึ้นจริง หรือไม่จริง ไม่เกิดขึ้นจริงนี้ (Festinger, 1957) ทำให้ทิศทางของภาพลักษณ์ด้านองค์กรและภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครองมีภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง ยังต้องมีการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มมากขึ้น แต่ในอนาคตข้างหน้า เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารที่เพียงพอสอดคล้องกับทัศนคติที่มีใหม่หรือมีอยู่เดิม ก็จะทำให้เกิดการพัฒนากลายเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกหรือลบต่อไป เพราะภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ และเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมที่มากกระทบนั่นเอง (Boulding, 1975: 9)

สรุปได้ว่าทิศทางของภาพลักษณ์องค์กรที่พบที่สะท้อนผ่านหนังสือพิมพ์มีทิศทางขึ้นอยู่กับความสอดคล้องของเนื้อหาข่าวสารที่หนังสือพิมพ์ได้นำเสนอเกี่ยวกับความคิด ทัศนคติ และความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทางร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจของผู้รับสาร ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้องกับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือนข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย

ดังนั้นภาพลักษณ์องค์กรที่พบ ที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์จะมีทิศทางเป็นบวก กลาง หรือ ลบ น่าจะขึ้นอยู่กับข่าวสารที่ถูกนำเสนอ ถ้าเป็นเรื่องที่ดี ป้องกันเอกราช ส่งผลให้ทิศทางภาพลักษณ์องค์กรเป็นบวก แต่ถ้าเป็นการปฏิวัติรัฐประหาร ก็ส่งผลให้มีทิศทางภาพลักษณ์เป็นลบ รวมถึงความสอดคล้องกับความคิด ความเชื่อ จากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของบุคคล เกิดจากผลกระทบของเหตุการณ์นั้นๆ กระทบต่อบุคคลมากน้อยเพียงใด

ประเด็นเนื้อหาในการนำเสนอข้อมูลภาพลักษณ์องค์กรผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ภาษาไทย

ในปัจจุบันสื่อที่สำคัญที่ใช้ในการสื่อสารที่สำคัญก็คือ การสื่อสารมวลชน ผ่านสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน มีผลกระทบต่อประชาชนทั้งด้านสังคมโดยรวมและบุคคล ทั้งทางลบและทางบวก

หนังสือพิมพ์เป็นหนึ่งในสื่อมวลชน ซึ่งเป็นเครื่องมือของการสื่อสารมวลชน เพื่อส่งข่าวสารไปสู่ประชาชนมวลชน เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีความซับซ้อน เนื่องจากมีองค์ประกอบที่

เกี่ยวข้องหลายอย่าง มีปริมาณของข่าวสารมาก จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ บุคลากร หรือสื่อ (Media) ที่มีประสิทธิภาพสูงเพียงพอ ที่จะนำข่าวสารไปถึงผู้รับจำนวนมาก ซึ่งมีลักษณะไม่เหมือนกัน และไปถึงผู้รับพร้อมกัน มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทางวัฒนธรรมของมวลชน(ปรมะ สตะ เวทิน, 2526: 126-127)

หนังสือพิมพ์ จึงมีบทบาทสำคัญในการเสนอข่าวสารที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม ตลอดจนชี้้นำความคิดของคนในสังคม อีกทั้งยังมีบทบาทในการแสดงความคิดเห็นแทนประชาชนในเรื่องราวหรือเหตุการณ์ต่างๆ เพื่อเสนอต่อสาธารณชน โดยมีจุดมุ่งหมายในเชิงสร้างสรรค์ โน้มน้าวจิตใจ ชี้นำ ประชาสัมพันธ์ จะเห็นได้ว่าข่าวสารเป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาประกอบการตัดสินใจของบุคคล แต่ทั้งนี้บุคคลจะทำการเปิดรับข่าวสารเฉพาะเรื่องที่ตนให้ความสนใจเท่านั้นเนื่องจากข่าวสารในปัจจุบันมีมากเกินไปกว่าที่ผู้รับสารจะรับไว้ทั้งหมดได้ จึงทำให้เกิดกระบวนการเลือกรับข่าวสารขึ้น อย่างไรก็ตามบุคคล แต่ละคนก็จะมีเกณฑ์ในการเลือกรับข่าวสารที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคล, สภาพแวดล้อมในสังคมนั้น ๆ และวัตถุประสงค์หรือความต้องการที่จะเปิดรับข่าวสารของแต่ละบุคคลที่แตกต่างกันย่อมทำให้มีพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน เกิดเป็นภาพลักษณ์ต่อกองทัพบกที่ส่งผลต่อความคิด ทศนคติ ความเชื่อ รวมถึงภาพลักษณ์ในใจของประชาชน ภาพลักษณ์จากเนื้อหา ข่าวสาร ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลาย ตัวเนื้อหาสาระจะส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์เป็นบวก เป็นกลาง และลบนั้น ขึ้นอยู่กับภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจของแต่ละบุคคล(วิรัช ลภวิรัตนกุล, 2540: 77) ดังนั้นภาพลักษณ์ที่ดีและไม่ดีของกองทัพบกนั้น ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้รับสารทางหนังสือพิมพ์ว่าสอดคล้องกับความคิด ทศนคติ ความเชื่อของบุคคลนั้นๆหรือไม่(พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2541: 130) อีกทั้งคนเรานั้นเป็นสมาชิกของสังคมก็จะมีเหตุการณ์ทั้งทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การศึกษา และอื่นๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่มีเพียงบางส่วนของเหตุการณ์หรือบางเหตุการณ์เท่านั้นที่เข้ามายังตัวเรา ในบรรดาเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นทั้งหลายนี้จะมีคุณค่าด้านดีหรือด้านเลว จะสำคัญหรือไม่จะมีความหมายอะไร คงจะไม่เกิดขึ้นจากตัวของเราเพียงอย่างเดียว แต่สภาพแวดล้อมที่อยู่กับเหตุการณ์ และอยู่โดยรอบกลับมีอิทธิพลในการดำเนินคุณค่าเหล่านั้นทั้งก่อนและหลังการรับรู้ ตลอดจนมีอิทธิพลต่อความสมบูรณ์หรือการหดหายและระยะเวลาของความจำในเหตุการณ์นั้นๆด้วย

จะเห็นได้ว่าประเด็นเนื้อหาข่าวสารของกองทัพบกที่ถูกนำเสนอ ส่วนใหญ่จะเป็นในเรื่องของด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือด้านองค์กรและด้านภารกิจ ซึ่งสอดคล้องกับภารกิจบทบาทและหน้าที่ของกองทัพบก ตามพระราชบัญญัติจัดระเบียบราชการกระทรวงกลาโหม พ.ศ. 2503 มาตรา 14 กำหนดอำนาจและหน้าที่กระทรวงกลาโหมและหน้าที่ของกองทัพบกไว้ว่า

"กองทัพบก มีหน้าที่เตรียมกำลังทางบก และป้องกันราชอาณาจักร มีผู้บัญชาการทหารบกเป็นผู้บังคับบัญชารับผิดชอบ" และ โดยมีภาระหน้าที่ต้องจัดกำลังทหารไว้ให้พร้อม มีการพัฒนาด้านความพร้อมรบ พัฒนาด้านความทันสมัย ให้เป็นกองทัพที่ทันสมัย พร้อมทั้งจะเผชิญกับภัยคุกคามทุกรูปแบบ เพื่อการป้องกันประเทศ ตั้งแต่ยามปกติ ด้วยการปฏิบัติการป้องกัน การเฝ้าตรวจและป้องกันชายแดน การจัดระเบียบพื้นที่ชายแดน และการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อป้องกันรักษาอธิปไตยของชาติ รวมทั้งการป้องกัน ปราบปราม และสกัดกั้นการกระทำผิดตามแนวชายแดน ที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด และแรงงานต่างด้าวหลบหนีเข้าเมือง การรักษาความมั่นคงภายใน กองทัพบกได้ให้ความสำคัญเร่งด่วนในการสนับสนุนการแก้ไขปัญหาการก่อความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ โดยยึดถือแนวทางพระราชทาน "เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา" กองทัพบกยังมุ่งเน้นพัฒนากิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชน และจริยธรรมต่อประเทศชาติเป็นส่วนมาก มีการตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีไทย อันจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อสาธารณชนและประเทศชาติ มีการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทั้งนี้แล้วแต่ความเหมาะสม นอกจากนี้กองทัพบกได้จัดเตรียมหน่วย เพื่อให้พร้อมสำหรับการสนับสนุนการรักษาความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ โดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาตามขั้นตอนของกระบวนการทางกฎหมาย ในส่วนการพัฒนาประเทศ และการปฏิบัติการอื่นๆ กองทัพบกให้ความสำคัญในการสนับสนุน โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ การช่วยเหลือและบรรเทาสาธารณภัย ตลอดจนพิทักษ์รักษาและเกิดทุนสถาบันพระมหากษัตริย์ให้ดำรงไว้ซึ่งพระบรมเดชานุภาพแห่งพระมหากษัตริย์ไม่ให้ผู้ใดล่วงละเมิดได้ ดังนั้นกำลังพลของกองทัพบกต้องมีจิตสำนึกในความเป็นทหารของชาติและเป็นทหารในพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เพื่อปกป้องรักษาเอกราช อธิปไตย และสถาบันพระมหากษัตริย์ รวมทั้งความมั่นคง สงบสุข ปลอดภัยของประชาชน เพื่อให้กองทัพบกเป็นที่ยอมรับ เชื่อมั่นและศรัทธาของประชาชนตลอดไป(กองทัพบก, 2552: 4-9)

ประเด็นเนื้อหาโดยส่วนใหญ่จะสอดคล้องกับภารกิจ บทบาทและหน้าที่ของกองทัพบก โดยหลักๆจะเป็นเรื่องการช่วยเหลือประชาชน การทำประโยชน์เพื่อสังคม การปฏิบัติหน้าที่ของกองทัพบกในการรักษาความสงบเรียบร้อยของประเทศชาติ

ภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชน

ภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาของกลุ่มตัวอย่าง โดยเฉลี่ยที่ 3.64 จัดว่ากลุ่มตัวอย่างมีภาพลักษณ์ต่อกองทัพบก อยู่ในเกณฑ์เป็นบวกและเมื่อพิจารณาถึงประเด็นภาพลักษณ์ต่อกองทัพบก ปรากฏว่าภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อกองทัพบก ที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ

ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมีค่าเฉลี่ย 3.77 รองลงมาคือภาพลักษณ์ด้านบุคลากรมีค่าเฉลี่ยคือ 3.64 และภาพลักษณ์ที่กลุ่มตัวอย่างมีต่อกองทัพบกมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ภาพลักษณ์ด้านภารกิจมีค่าเฉลี่ย 3.57

จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชน พบว่า ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารระดับต่ำ มีภาพลักษณ์ต่อกองทัพบกในเกณฑ์เป็นบวกและมีความรู้สึกต่อกองทัพบก มีในเกณฑ์เป็นบวก สามารถสรุปได้ว่า แม้จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ แต่ภาพลักษณ์ของกองทัพบกของกลุ่มตัวอย่างต่อกองทัพบก ยังคงอยู่ในเกณฑ์เป็นบวก ส่งผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของกองทัพบกอยู่ในเกณฑ์ที่เป็นบวก ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงมีความรู้สึกที่ดีต่อกองทัพบก อภิปรายได้ว่า กองทัพบกยังคงเป็นที่ไว้วางใจ และได้รับการยอมรับจากประชาชนเป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าจะเจอกับเหตุการณ์ณ์ต่างๆมากมาย

ภาพลักษณ์ของกองทัพบกอาจไม่ใช่ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสารใดๆจากสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกนั้น ก็ยังมีระดับการเปิดรับข่าวสารน้อย สาเหตุอาจจะมาจากช่องทางของสื่ออื่น ๆ มีมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างมีทางเลือกใหม่ๆ มีเรื่องที่น่าสนใจมากขึ้น ในการเลือกรับสารมากขึ้น จากการที่ช่องทางของสื่อมีมากขึ้น ประชาชนอาจเลือกเปิดรับช่องทางของสื่อที่ตนเองสนใจเท่านั้น เพราะบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูรายการโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนเองสนใจเท่านั้น เป็นต้น(เบญจพร วุฒิปันธุ์,2540) ดังนั้นการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโทรทัศน์ โดยรับชมโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง5 และช่อง 7 มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับที่ในปัจจุบันสื่อที่สำคัญที่ใช้ในการสื่อสารที่สำคัญก็คือ การสื่อสารมวลชน ผ่านสื่อมวลชนมีบทบาทอย่างมากในชีวิตประจำวัน มีผลกระทบต่อประชาชนทั้งด้านสังคมโดยรวมและบุคคล ทั้งทางลบและทางบวก โทรทัศน์เป็นหนึ่งในสื่อมวลชน ซึ่งเป็นเครื่องมือของการสื่อสารมวลชน เพื่อส่งข่าวสารไปสู่ประชาชนมวลชน เป็นกระบวนการสื่อสารที่มีความซับซ้อน เนื่องจากมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลายอย่าง มีปริมาณของข่าวสารมาก จำเป็นต้องใช้เครื่องมือ บุคลากร หรือสื่อ (Media) ที่มีประสิทธิภาพสูงเพียงพอ ที่จะนำข่าวสารไปถึงผู้รับจำนวนมาก ซึ่งมีลักษณะไม่เหมือนกัน และไปถึงผู้รับพร้อมกัน มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวโน้มทางวัฒนธรรมของมวลชน(ปรมะ สตะเวทิน, 2526: 126-127) จากผลการศึกษาภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชน พบว่า ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารระดับต่ำ มีภาพลักษณ์ต่อกองทัพบกในเกณฑ์เป็นบวกและมีความรู้สึกต่อกองทัพบก มีในเกณฑ์เป็นบวก สามารถสรุปได้ว่า แม้จะมีการเปิดรับข่าวสารในระดับต่ำ แต่ภาพลักษณ์ของกองทัพบกของกลุ่ม

ตัวอย่างต่อกองทัพบก ยังคงอยู่ในเกณฑ์เป็นบวก ส่งผลต่อภาพลักษณ์โดยรวมของกองทัพบกอยู่ในเกณฑ์ที่เป็นบวก ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างจึงมีความรู้สึกที่ดีต่อกองทัพบก อภิปรายได้ว่า กองทัพบกยังคงเป็นที่ไว้วางใจ และได้รับการยอมรับจากประชาชนเป็นอย่างดี ถึงแม้ว่าจะเจอกับเหตุการณ์ต่างๆมากมาย

กองทัพบกมีภาพลักษณ์ในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม และด้านภารกิจในระดับที่สูง แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมและโครงการที่กองทัพบกดำเนินการปฏิบัตินั้น ที่ประชาชนรับรู้สอดคล้องกับความรู้สึก ความคิด ความเชื่อ ทศนคติ ศรัทธาในกองทัพบกเดิมอยู่แล้ว หรืออาจเป็นความรู้สึกความคิด ที่เป็นทศนคติใหม่ก็ได้ โดยข้อมูลใหม่ที่รับรู้มีทิศทางสอดคล้องกับภาพลักษณ์เดิมอาจทำให้ภาพลักษณ์เดิมเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่จะสามารถปกป้องบอกได้ชัดเจนยิ่งขึ้น หรือข้อมูลที่ได้รับอาจก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์เดิมโดยสิ้นเชิง(Boulding, 1975: 9) โดยกิจกรรมและโครงการด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมและด้านภารกิจที่ประชาชนรับรู้ นั้น อาจสอดคล้องต่อบทบาทหน้าที่ และภารกิจของกองทัพบกในความคิด ทศนคติของประชาชนว่ากองทัพบกมีภาระหน้าที่ในการจัดกำลังทหาร มีการพัฒนาด้านความพร้อมรบ ให้เป็นกองทัพที่ทันสมัย พร้อมทั้งจะเผชิญกับภัยคุกคามทุกรูปแบบ เพื่อการป้องกันประเทศ ตั้งแต่ยามปกติ ด้วยการปฏิบัติการป้องกัน การเฝ้าตรวจและป้องกันชายแดน การจัดระเบียบพื้นที่ชายแดน และการส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อป้องกันรักษาอธิปไตยของชาติ รวมทั้งการป้องกันปราบปราม และสกัดกั้นการกระทำผิดตามแนวชายแดน ที่เกี่ยวข้องกับยาเสพติด การรักษาความมั่นคงภายใน กองทัพบกยังมุ่งเน้นพัฒนากิจกรรมสาธารณประโยชน์ต่างๆที่เป็นประโยชน์ต่อประชาชนและจริยธรรมต่อประเทศชาติเป็นส่วนมาก มีการตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติประเทศไทย อันจะเป็นประโยชน์โดยตรงต่อสาธารณชนและประเทศชาติ มีการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ทั้งนี้แล้วแต่ความเหมาะสม กองทัพบกให้ความสำคัญในการสนับสนุน โครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ การช่วยเหลือและบรรเทาสาธารณภัย (กองทัพบก, 2552: 4-9) จากที่กล่าวมาข้างต้น มีส่วนทำให้ประชาชนเกิดทศนคติ มีภาพลักษณ์ที่ดีต่อกองทัพบก เกิดเป็นความเลื่อมใส ศรัทธา รวมทั้งให้ความร่วมมือและสนับสนุน ภาพลักษณ์กองทัพบกแบบนี้จึงเป็นภาพลักษณ์ที่ได้ถูกสั่งสมมาจนเป็นความชอบเฉพาะบุคคล กลายเป็นความประทับใจในสิ่งนั้นๆ(พรทิพย์ วรกิจโกศาทร, 2548) นั่นคือความประทับใจในภาพลักษณ์ของกองทัพบกทั้ง 2 ด้านนั่นเอง

สมมติฐานข้อที่ 1

ผลการทดสอบพบว่า โดยส่วนใหญ่ผลการวิจัยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรลักษณะทางประชากรที่เป็นไปตามสมมติฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความแตกต่างกับการเปิดรับข่าวสารอย่างมีนัยสำคัญ ยกเว้นตัวแปรเพศ ที่ไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

โดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่รับสารของผู้ส่งสารภายในกระบวนการสื่อสารในการสื่อสารมวลชน (mass audience) ซึ่งเป็นประชาชนจำนวนมากที่อยู่อย่างกระจัดกระจาย ผู้รับสารแต่ละคนหรือแต่ละประเภทย่อมมีลักษณะที่แตกต่างกันไปในด้านต่างๆ หนึ่งในนั้น คือ ลักษณะทางกายภาพหรือทางประชากร และทางเศรษฐกิจสังคม (Physical / demographic and socioeconomic) เช่น เพศ วัย รูปร่างหน้าตา ระดับการศึกษา และสาขาการศึกษา ประสบการณ์ ภูมิหลังทางครอบครัว อาชีพ เป็นต้น ความแตกต่างนี้ของผู้รับสาร (Differential Theory) จะทำให้ผู้รับสารแสดงพฤติกรรมในการสื่อสาร การเปิดรับสื่อ ความพอใจในสื่อและอุปนิสัยในการใช้สื่อแตกต่างกัน

ดังนั้นจึงทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันไปตามลักษณะทางกายภาพหรือทางประชากร

เพศ พบว่า เพศแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ 1 โดยอาจเป็นผลมาจากสังคมปัจจุบันมีความพยายามให้เกิดความเท่าเทียมกันทางเพศของทั้ง 2 เพศ จึงไม่เกิดข้อจำกัดในการเปิดรับสื่อต่างๆในเรื่องความแตกต่างทางเพศ และด้วยเทคโนโลยีที่ไร้พรมแดน จึงทำให้ทั้ง 2 เพศ สามารถเข้าถึงสื่อต่างๆเพื่อเปิดรับข้อมูลข่าวสารได้โดยไม่มีข้อจำกัด ตรงกับ Greenberg and Kumata(1968) ได้ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อ พบว่า ลักษณะทางด้านประชากร เช่น เพศ โดยลำพังแล้ว ไม่มีอิทธิพลในการทำนายพฤติกรรมการใช้สื่อเลย ไม่ว่าจะเพศชายหรือหญิง สามารถที่จะเปิดรับสื่อต่างๆได้เท่าเทียมกัน เพราะสื่อต่างๆของกองทัพไม่ได้แบ่งแยกเพศในการสื่อประชาสัมพันธ์ออกไปยังมวลชน ว่าดู/ฟังได้เฉพาะเพศหญิงหรือชายเท่านั้น แต่สามารถให้ประชาชนทุกเพศได้สามารถเปิดรับข่าวสารนั้นเท่าเทียมกัน แต่การเปิดรับข่าวสารนั้นๆจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับความสนใจ การเลือกรับข่าวสารของแต่ละบุคคล

อายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ แตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเพราะอายุเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ทำให้คนมีความแตกต่างกัน ในเรื่องความคิดและพฤติกรรม อายุของผู้รับสารจึงเป็นลักษณะทางประชากรที่

สามารถใช้วิเคราะห์ผู้รับสาร บุคคลที่มีอายุแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมต่อการติดต่อสื่อสารแตกต่างกัน กล่าวคือ คนที่มีอายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยม (More Liberal) มากกว่าคนที่มีอายุมาก ในขณะที่คนที่มีอายุมากมักจะมีความคิดอนุรักษนิยม (More Conservative) มากกว่าคนที่มีอายุน้อย ในขณะที่คนอายุมากจะใช้สื่อเพื่อการหาข่าวสารและความรู้ในเรื่องหนักๆ เน้นข่าวหนัก อาจเป็นเรื่องของภารกิจหน้าที่ของกองทัพบก การแก้ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ การแต่งตั้งผบ.ทบ. เป็นต้น ซึ่งข่าวสารเหล่านี้มักไม่ค่อยได้รับความสนใจจากผู้ที่มีอายุน้อย แต่ถ้าเป็นคนอายุน้อย อาจจะชอบใช้สื่อในการหาข่าวสารที่เป็นเรื่องของความบันเทิง เน้นข่าวเบา อาจเป็นเรื่องของกิจกรรมคอนเสิร์ตการกุศลที่ทางกองทัพบกมีส่วนร่วมในการจัดแสดงขึ้น เป็นต้น(ปรมะสตะเวทิน, 2538) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากคนที่มีอายุมาก มีประสบการณ์ในชีวิตที่ยาวนาน มีความผูกพันต่อสังคม มากกว่าคนที่มีอายุน้อย คนที่มีอายุมากกว่า มีทรัพย์สินสมบัติมากกว่าคนที่มีอายุน้อย จึงมักไม่ค่อยยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นในสังคม เพราะการเปลี่ยนแปลงในสังคมย่อมมีผลกระทบต่อทรัพย์สิน สถานภาพทางสังคมและความลำบากในการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลง

ซึ่ง Willian D.Brook(1971) ได้กล่าวถึงการวิเคราะห์สื่อมวลชนผู้รับสารตามลักษณะประชากรด้านอายุไว้ 3 ประการ คือ

- 1.อายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันเรื่องความคิดและพฤติกรรม
- 2.อายุเป็นสิ่งที่กำหนดความแตกต่างในเรื่องความยากง่ายในการเข้าใจ
- 3.กลุ่มคนที่มีอายุต่างกัน ลักษณะของการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน

อายุเป็นองค์ประกอบที่เด่นชัดในด้านความแตกต่างระหว่างบุคคล เพราะอายุทำให้บุคคล มีความแตกต่างกันในด้านความรู้ ความรับผิดชอบ ความสนใจ ความสามารถในการแก้ปัญหา ตลอดจนพฤติกรรมที่แสดงถึงความพร้อม เนื่องจากอายุเป็นเกณฑ์(สุภัททรา ปินทแพทย์, 2532) การศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากสื่อต่างๆ แตกต่างกัน จึงเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเพราะการศึกษาเป็นลักษณะอีกประการหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสาร คนที่ได้รับการศึกษาในระดับต่างกัน ในยุคสมัยต่างกัน ในระบบการศึกษาต่างกัน ในสาขาวิชาต่างกัน จึงมีความรู้สึนึกคิด อุดมการณ์และความต้องการแตกต่างกัน คนที่มีการศึกษาสูง หรือมีความรู้ดีจะได้เปรียบในการที่จะเป็นผู้รับสารที่ดี เพราะคนเหล่านี้มีความรู้กว้างขวางในหลายเรื่อง มีความเข้าใจสารได้ดี แต่คนเหล่านี้มักเป็นคนที่ไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ สารที่ไม่มีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอ มักจะถูกโต้แย้งจากคนเหล่านี้ การศึกษาวิจัยหลายเรื่องไม่ว่าจะ Schramm การศึกษาและสภาพแวดล้อมเป็นองค์ประกอบที่ทำให้มีความแตกต่างใน

พฤติกรรมในการเลือกรับสื่อ และเนื้อหาข่าวสารของผู้รับสาร หรือจะเป็น Robinson ระดับการศึกษาของผู้รับสารมีความสัมพันธ์กับการใช้สื่อ และระดับความรู้ในเรื่องข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกันไป ด้วย ซึ่งสรุปได้ว่า การศึกษาของผู้รับสารนั้น ทำให้ผู้รับสารมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันออกไป เช่น บุคคลที่ยังมีการศึกษาสูง ก็จะมีความสนใจในข่าวสารกว้างขวางแต่จะไม่ค่อยเชื่ออะไรง่ายๆ โดยจะต้องมีหลักฐานหรือเหตุผลสนับสนุนเพียงพอจึงจะเชื่อ(ปรมะ สตะเวทิน, 2526) เพราะคนที่มีการศึกษาสูงมีโอกาสเลือกและเข้าถึงสื่อที่มีศักยภาพสูงกว่าคนที่มีการศึกษาต่ำกว่า คนที่มีการศึกษาอาจเลือกการเปิดรับข่าวสารและการเข้าถึงข่าวสารข้อมูลจากสื่ออินเทอร์เน็ต สื่อโทรทัศน์ มากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อยกว่า โดยคนที่มีการศึกษาน้อยกว่าอาจจะเลือกการเปิดรับข่าวสารและการเข้าถึงข่าวสารข้อมูลจากสื่อวิทยุมากกว่าคนมีการศึกษา

อาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกจากสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆแตกต่างกัน จึงสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเพราะคนที่มีอาชีพต่างกัน ย่อมมองโลกมีแนวคิด มีอุดมการณ์ มีค่านิยมต่อสิ่งต่างๆแตกต่างกันไป คนที่รับราชการมักจะคำนึงถึงเรื่องยศฐาบรรดาศักดิ์ ศักดิ์ศรี และเกียรติภูมิของความเป็นข้าราชการ สนใจในเรื่องข้าราชการด้วยกันเอง ส่งผลให้เกิดการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกมากตามไปด้วย ในขณะที่คนทำงานธุรกิจเอกชน อาจคำนึงถึงรายได้และการมีศักดิ์ศรีของตนด้วยเงินทองที่สามารถจะซื้อหา หรือจับจ่ายใช้สอยในสิ่งที่ตนต้องการเพื่อรักษาสถานภาพในสังคมของตน ทำให้ไม่สนใจในเรื่องเกี่ยวกับระบบราชการเท่าใดนัก ส่งผลให้การเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกมีไม่มากเท่ากลุ่มข้าราชการ(ปรมะ สตะเวทิน, 2533)

ดังนั้น ภาพลักษณ์กองทัพบกอาจไม่ใช่ภาพลักษณ์ที่เกิดจากการเปิดรับข่าวสารใดๆจากสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ซึ่งสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกนั้น ก็ยังมีระดับการเปิดรับข่าวสารในระดับน้อย สาเหตุอาจจะมาจากช่องทางของสื่ออื่นๆมีมากขึ้น กลุ่มตัวอย่างมีทางเลือกใหม่ๆ มีเรื่องที่น่าสนใจมากขึ้น ในการเลือกรับสารมากขึ้น เช่น สื่อวิทยุ สื่อวิทยุในปัจจุบันมีความหลากหลายคลื่นความถี่ และแต่ละคลื่นวิทยุมีรูปแบบของการดำเนินรายการแตกต่างกัน สื่ออินเทอร์เน็ตก็เช่นเดียวกัน มีเว็บไซต์มากมายให้เลือกเข้าชม การแบ่งหมวดหมู่เว็บไซต์แต่ละประเภทก็มีมากขึ้น เหมือนกับสื่อนิตยสารที่มีการแบ่งเป็นประเภทย่อยๆ เช่น นิตยสารสำหรับผู้ที่ยืนชอบความบันเทิง ดารา เป็นต้น จากการที่ช่องทางของสื่อมีมากขึ้น ประชาชนอาจเลือกเปิดรับช่องทางของสื่อที่ตนเองสนใจเท่านั้น เพราะบุคคลจะเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการทราบข้อมูลที่ตนเองสนใจอยากรู้ เช่น เปิดดูรายการโทรทัศน์เฉพาะรายการที่ตนเองสนใจเท่านั้น เป็นต้น (เบญจพร วุฒิพันธุ์, 2540) หรือเพราะว่าในทุกยุคสมัยมีกองทัพ มีทหาร มาเป็นเวลานาน ประชาชนจึง

รู้จักและมีภาพลักษณ์ของกองทัพบกอยู่แล้ว ดังนั้น ข่าวสารที่หลั่งไหลผ่านเข้ามาไปยังบุคคลจากช่องทางต่าง ๆ นั้น มักจะถูกคัดเลือกตลอดเวลา ข่าวสารที่น่าสนใจ มีประโยชน์และเหมาะสมตามความนึกคิดของผู้รับสาร จะเป็นข่าวสารที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการสื่อสาร(กิติมา สุรสนธิ, 2533: 46-47) ไม่ว่าจะกลุ่มตัวอย่างจะเปิดรับข่าวสารมากหรือน้อยเพียงใดก็ตาม ก็ไม่ได้มีอิทธิพลในการเกิดทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีกับภาพลักษณ์กองทัพบกมากนัก และในกรณีที่มีภาพลักษณ์เป็นบวก ก็ไม่ได้มีผลมาจากการเปิดรับข่าวสารจากสื่อต่างๆของกองทัพบกในระดับที่มากมาย ดังที่ Allport ได้กล่าวถึงการเกิดทัศนคติว่า อาจเกิดจากการเรียนรู้ การอบรม สั่งสอนวัฒนธรรมประเพณี ที่ได้รับมาตั้งแต่เด็ก(อรวรรณ ปิลันธน์โหวาท, 2537: 28) โดยรวมนั่นคือ ลักษณะทางประชากรในเรื่องของ อายุ การศึกษา และอาชีพ ที่ทำให้บุคคลมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน

ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับกองทัพบกที่แตกต่างกัน ยกเว้นความแตกต่างทางเพศ ที่มีการเปิดรับข่าวสารไม่แตกต่าง เนื่องจาก สังคมปัจจุบันมีความพยายามให้เกิดความเท่าเทียมกันทางเพศของทั้ง 2 เพศ จึงไม่เกิดข้อจำกัดในการเปิดรับสื่อต่างๆ และกองทัพบกไม่ได้แบ่งแยกเพศในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารไปยังมวลชนประชาชนทุกเพศ สามารถเปิดรับข่าวสารได้เท่าเทียมกัน แต่การเปิดรับข่าวสารจะมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับลักษณะทางประชากรอื่นและความสนใจของแต่ละบุคคล

สมมติฐานข้อที่ 2

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ตัวแปรลักษณะทางประชากรไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ไม่มีความแตกต่างในเรื่องภาพลักษณ์กองทัพบกอย่างมีนัยสำคัญ

ทั้งหมดสามารถอภิปรายผลโดยแยกตามแต่ละตัวแปรได้ ดังนี้

เพศ พบว่า เพศต่างกัน มีภาพลักษณ์กองทัพบกไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อายุ พบว่า ผู้ที่มีอายุต่างกัน มีภาพลักษณ์กองทัพบกไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การศึกษา พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์กองทัพบกไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อาชีพ พบว่า ผู้ที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์กองทัพบกไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ทั้งนี้อาจอธิบายได้จากทั้งปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ จะเห็นว่าไม่มีผลต่อภาพลักษณ์ของกองทัพบก เพราะภาพลักษณ์ของกองทัพบกเป็นภาพลักษณ์ขององค์กรที่สั่ง

สภาพลักษณะมาเป็นเวลานาน มีภาระหน้าที่ในการปกป้องราชอาณาจักร เป็นที่พึ่งพิงของประชาชน ฯลฯ อาจเป็นเพราะการรับรู้ภาพลักษณะขององค์กรใดองค์กรหนึ่งที่เกิดจากประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่ได้รับมาแตกต่างกันโดยไม่มีเรื่องเพศเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจกล่าวได้ว่า เพศไม่มีผลหรืออิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของกองทัพบกเลย นอกจากนี้ อาจเป็นเพราะภาพลักษณ์ของกองทัพบกถูกสร้างขึ้นมาเพื่อเผยแพร่ไปยังสาธารณชน เพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร กลุ่มเป้าหมายมุ่งไปที่ประชาชนทั่วไปโดยไม่ได้มีการแบ่งเพศ หรือ ทำให้มีความแตกต่างกันในด้านข้อมูลข่าวสาร ดังนั้นทุกคนทุกเพศ จึงรับรู้ภาพลักษณ์ของกองทัพบกไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับแนวคิดของBoorstin(1973) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาโดยมีการวางแผนการสร้างสรรคเพื่อนให้บรรลุวัตถุประสงค์และรู้สึกประทับใจ ไม่จำเป็นว่าต้องมีอายุมากหรือน้อย การศึกษาสูงหรือต่ำ หรือต้องมีอาชีพเป็นอะไรก็ตาม เช่น ระดับการศึกษา ไม่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของกองทัพบกทั้งเป็นบวก กลาง และลบ คือ ถึงแม้จะมีการศึกษาที่สูงก็ไม่ได้หมายความว่า จะมีภาพลักษณ์กองทัพบกเป็นบวกตามไปด้วย เป็นต้น แต่อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างมีวิจารณ์ญาณหรือมีการพิจารณาเหตุผลอ้างอิงต่อข้อมูลข่าวสารในภาพลักษณ์ของกองทัพบกกับเรื่องอื่นๆอยู่แล้ว จึงทำให้เกิดภาพลักษณ์ของกองทัพบกได้เช่นกัน

ภาพลักษณ์ที่บุคคลแต่ละคนในสังคมมีต่อสถาบัน องค์กร ไม่ได้เกิดจากการมีลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน เรื่องของเพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ และก็ไม่ได้อาจเกิดจากประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน แต่เกิดจากการใช้ระยะเวลาที่ยาวนานค่อยๆสั่งสมเกิดจากการรับรู้อย่างซ้ำๆ ให้เกิดภาพลักษณ์ที่ละน้อยจนสะสมเพิ่มพูนมากขึ้น ทุกสิ่งนั้นล้วนสั่งสมผ่านมารุ่นต่อรุ่น คุณงามความดีของเหล่าวีรบุรุษของกองทัพสร้างไว้ จนฝังรากฐานมั่นคงแน่นหนาอยู่ในจิตใจ ทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชนซึ่งอาจได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรง, ประสบการณ์ทางอ้อม และข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับจากช่องทางต่างๆ ประชาชนเกิดความประทับใจทำให้กองทัพบก มี ทั้งชื่อเสียง เกียรติคุณ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ในสายตาของประชาชน ภาพลักษณ์ (image) จึงเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากความประทับใจอย่างแท้จริง (true impression) ของบุคคลจนประชาชนเกิดความเลื่อมใสและศรัทธา

ลักษณะทางประชากรแตกต่างกัน มีภาพลักษณ์กองทัพบกที่ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากอายุ การศึกษาและอาชีพนั้นจะทำให้ประชาชนมีการเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันแต่ประชาชนมีระดับของการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในระดับน้อย ปัจจัยเหล่านั้นจึงอาจไม่มีผลมากพอที่จะทำให้เกิดความแตกต่างของภาพลักษณ์กองทัพบก แต่ภาพลักษณ์ของ

กองทัพบกที่แตกต่างกันอาจเกิดจากการปลูกฝัง การเรียนรู้จากสังคม วัฒนธรรมมากกว่า เพราะภาพลักษณ์กองทัพบกเป็นการสั่งสมของทหารแต่ละยุค แต่ละสมัยมาเป็นเวลานาน

เปรียบเทียบภาพลักษณ์กองทัพบกที่สะท้อนผ่านหนังสือพิมพ์กับภาพลักษณ์กองทัพบกในสายตาประชาชน

ภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่สะท้อนผ่านหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับ กับภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชน โดยภาพรวมแล้วภาพลักษณ์ของกองทัพบกมีความเหมือนกัน คือมีภาพลักษณ์กองทัพบกโดยรวมเป็นบวก นั่นคือภาพลักษณ์ปัจจุบัน (Current Image) ของกองทัพบก เป็นภาพลักษณ์ตามความเป็นจริง ซึ่งอาจเป็นบวกหรือลบก็ได้ เป็นภาพลักษณ์ที่เกิดมาโดยธรรมชาติ หรือโดยเจตนา องค์กรต้องการหาภาพลักษณ์ปัจจุบันให้ได้ เมื่อพบแล้ว ถ้าไม่ดีจะต้องได้รับการปรับเปลี่ยนให้ดีขึ้น หรือถ้าพบว่าภาพลักษณ์ของสถาบัน องค์กรดีอยู่แล้ว ให้เสริมและตอกย้ำให้ชัดเจนยิ่งขึ้น (พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2541: 124)

สำหรับภาพลักษณ์ของกองทัพบกมีภาพลักษณ์โดยรวมเป็นบวก แต่เนื่องจากภาพลักษณ์สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจะเปรียบเทียบภาพลักษณ์ที่พึงประสงค์เพียงบางด้านหลัก ๆ ของกองทัพบก 5 ด้าน เพื่อให้เห็นได้ชัดเจนยิ่งขึ้น คือ

1.ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ซึ่งหมายรวมทุกสิ่งทุกอย่างเกี่ยวกับกองทัพบก ซึ่งภาพลักษณ์กองทัพบกที่สะท้อนจากสื่อหนังสือพิมพ์นั้นเป็นกลางและภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชนนั้นเป็นบวก

จึงขออธิบายภาพลักษณ์ที่เป็นกลางว่า การสร้างภาพลักษณ์ของกองทัพบกนั้น ส่วนหนึ่งกระทำได้โดยอาศัยการนำเสนอเอกลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity) ซึ่งปรากฏแก่สายตาคนทั่วไปได้ง่าย เช่น ตราสัญลักษณ์ เครื่องแบบสีเขียว ฯลฯ ซึ่งสื่อหนังสือพิมพ์ได้สะท้อนภาพลักษณ์กองทัพบกออกมาเป็นกลาง ตรงกับความเห็นเกี่ยวกับสาเหตุของการเปิดรับข่าวสารของบุคคลไว้ว่า การแสวงหาข่าวสารของปัจเจกบุคคลนั้น คือ ความต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง(Entertainment) โดยความต้องการได้รับข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้ หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคล ยิ่งข่าวสารนั้นเป็นเรื่องสำคัญก็ยิ่งมีความไม่แน่ใจสูง จึงเกิดเป็นภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง ซึ่งต่อไปก็สามารถจะพัฒนาไปเป็นด้านบวกหรือลบได้ เพราะภาพลักษณ์นั้นเป็นสิ่งที่สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ และเมื่อเกิดขึ้นแล้วก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้เสมอ ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมที่มากกระทบ(Boulding, 1975: 9)

แต่ในสายตาของประชาชนได้สะท้อนภาพลักษณ์ของกองทัพบกออกมาเป็นบวก สอดคล้องกับที่ว่า ภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรหรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง เป็นภาพที่เกิดจากการ

รับรู้อย่างซ้ำๆ ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับจากการที่องค์กรหรือสถาบันนั้นๆ ได้สร้างสรรคภาพลักษณ์ขึ้นจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี จึงไม่อาจสามารถทำได้ในระยะอันรวดเร็ว เพราะภาพลักษณ์เกิดจากการสะสมมานาน จนติดอยู่ในจิตใจและทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรสถาบัน เพื่อให้ประชาชนมีความประทับใจทำให้องค์กรหรือสถาบันนั้นๆ มี ทั้งชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ในสายตาของประชาชน(Bernays, 1987)

2.ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร ไม่ว่าจะเป็นผู้บัญชาการกองทัพบก จนถึงระดับกำลังพลของกองทัพบก ซึ่งทั้งภาพลักษณ์กองทัพบกที่สะท้อนจากสื่อหนังสือพิมพ์และภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชนออกมาเป็นบวก

3.ภาพลักษณ์ด้านภารกิจ เกี่ยวกับบทบาท หน้าที่ การดำเนินงานต่างๆของกองทัพบก ความรู้ความสามารถ รวมถึงประสิทธิภาพการทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งทั้งภาพลักษณ์กองทัพบกที่สะท้อนจากสื่อหนังสือพิมพ์และภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชนออกมาเป็นบวก

4.ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เกี่ยวข้องกับความมีจริยธรรมและรับผิดชอบต่อสังคม การทำคุณประโยชน์แก่สังคมของกองทัพบก ซึ่งทั้งภาพลักษณ์กองทัพบกที่สะท้อนจากสื่อหนังสือพิมพ์และภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชนออกมาเป็นบวก

จากภาพลักษณ์ด้านบุคลากร ด้านภารกิจและด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สะท้อนผ่านสื่อหนังสือพิมพ์และในสายตาประชาชน ต่างมีภาพลักษณ์ที่เป็นบวก อาจเพราะภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กรหรือสถาบันใดสถาบันหนึ่ง เป็นภาพที่เกิดขึ้นจากการรับรู้ซ้ำๆ ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์และข้อมูลข่าวสารที่ประชาชนได้รับจากการที่องค์กรหรือสถาบันนั้นๆ ได้สร้างสรรคภาพลักษณ์ขึ้นจากการโฆษณาประชาสัมพันธ์การสร้างภาพลักษณ์ที่ดี จึงไม่อาจสามารถทำได้ในระยะอันรวดเร็ว เพราะภาพลักษณ์เกิดจากการสะสมมานาน จนติดอยู่ในจิตใจและทัศนคติหรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่องค์กรสถาบัน เพื่อให้ประชาชนมีความประทับใจทำให้องค์กรหรือสถาบันนั้นๆ มี ทั้งชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ในสายตาของประชาชน(Bernays, 1987) กองทัพบกมีภาพลักษณ์ที่ดีสั่งสมมาเป็นเวลานาน ทำคุณประโยชน์ให้สังคมและประเทศชาติ เป็นองค์กรที่มี ทั้งชื่อเสียง เกียรติคุณ ความนิยมชมชอบ ความเชื่อถือ ความศรัทธา ในสายตาของประชาชน จึงส่งผลให้เกิดภาพลักษณ์ในด้านบวก

5.ภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครอง คือ ภาพที่เกิดขึ้นในใจของประชาชนที่มีต่อ กองทัพบก ในด้านของความเกี่ยวข้องกับการเมืองการปกครองของกองทัพบก โดยปกติแล้ว กองทัพต้องปฏิบัติตนอย่างเป็นกลาง ไม่ก๊ว๊กไกว่ฝ่ายใด ไม่ยุ่งเกี่ยวกับการเมืองการปกครองใน ระบบประชาธิปไตย ซึ่งสื่อหนังสือพิมพ์ได้สะท้อนภาพลักษณ์กองทัพบกออกมาเป็นกลาง สอดคล้องกับความเห็นของ Festinger(1957) ที่ว่าตามปกติบุคคลจะมีข่าวสารที่สนับสนุนทัศนคติ ของตนอยู่ แต่เมื่อใดที่บุคคลได้รับข่าวสารใหม่ที่ไม่ลงรอยกับความรู้ความเข้าใจหรือทัศนคติเดิมที่ มีอยู่แล้ว ก็จะทำให้เกิดภาวะความไม่สมดุลทางจิตใจ(Cognitive dissonance) ซึ่งจะให้เกิดการ แสวงหาข่าวสาร โดยอาจเป็นข่าวสารใหม่หรือข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติที่มีอยู่เดิม ซึ่งความ ไม่แน่ใจว่าข่าวสารใดคือจริง หรือไม่จริง ทำให้ทิศทางของภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครองมี ภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง แต่ในอนาคตข้างหน้า เมื่อบุคคลได้รับข่าวสารที่เพียงพอ สอดคล้องกับ ทัศนคติที่มีใหม่ หรือมีอยู่เดิม ก็จะทำให้เกิดการพัฒนาเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกหรือลบต่อไป แต่ ในสายตาของประชาชนก็ได้สะท้อนภาพลักษณ์ของกองทัพบกออกมาเป็นลบมากที่สุด ดังที่ พร ทิพย์ พิมลสินธุ์ กล่าวไว้ว่าภาพลักษณ์เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นในจิตใจของคนที่เห็นหน่วยงานเป็นภาพใน ลักษณะที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งหนึ่งสิ่งใด หรือหลายสิ่งที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานนั้น ทั้งที่ประจักษ์และไม่ ประจักษ์ บุคคลสามารถสร้างจินตภาพเกี่ยวกับสถาบันนั้นๆ ได้โดย ภาพลักษณ์นั้นเกิดขึ้นได้จาก การได้รับรู้ รับฟัง ได้เห็น หรือมีประสบการณ์มาในอดีต และด้วยความประทับใจจึงทำให้บุคคลนั้น สามารถจดจำและพัฒนาเป็นภาพอย่างใดอย่างหนึ่งขึ้นมา ในที่นี้อาจเป็นเพราะผ่านมา กองทัพบกได้เผชิญกับวิกฤติการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงของบริบทหลายด้าน มีการเข้ามายุ่ง เกี่ยวกับการเมืองการปกครองอย่างชัดเจน จากเหตุการณ์รัฐประหารเมื่อ 19 กันยายน 2549 เป็นต้นมา เป็นต้น จึงทำให้กองทัพบกถูกนำเสนอข่าวสารจากสื่อหลายชนิด รวมทั้งหนังสือพิมพ์ อีกทั้ง ประชาชน โดยส่วนใหญ่เชื่อว่าการรัฐประหารเป็นสิ่งที่ไม่ควรเกิดในระบบประชาธิปไตย ทำให้ ความศักดิ์สิทธิ์ของตัวบทกฎหมายต่างๆ ย่อมถูกละเมิดได้ ทำให้ประเทศล้าหลัง(ไทยโพสต์, 25 กันยายน 2549) นานาชาติได้มีการแถลงข่าวแสดงความเห็นเกี่ยวกับเหตุการณ์ในหลายด้าน จาก ทางรัฐมนตรีกระทรวงต่างประเทศของแต่ละแห่ง รวมถึงนิตยสารได้มีการวิพากษ์วิจารณ์เหตุการณ์ เป็นอย่างสูง โดยส่วนรวมจะวิตกกังวลกับเหตุการณ์รัฐประหาร ซึ่งไม่สอดคล้องกับประชาธิปไตยที่ ควรจะเป็น รวมถึงหลายประเทศให้ความเห็นว่า หวังอยากเห็นเหตุการณ์ปฎิวัติผ่านไปโดยเร็ว ปฏิบัติของนานาชาติต่อรัฐประหารในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นไปในด้านลบ เช่น รัฐบาลสหรัฐฯ ได้ตัดเงินช่วยเหลือด้านการทหาร และด้านการรักษาสันติภาพแก่ไทยเป็นจำนวน 24 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ (ประมาณ 900 ล้านบาท) และนายโคฟี อันนัน เลขาธิการสหประชาชาติ ไม่สนับสนุนให้เกิด

การรัฐประหาร และอยากให้กลับคืนสู่ระบบประชาธิปไตย อย่างรวดเร็วที่สุด เพราะในสหภาพแอฟริกา จะไม่สนับสนุนผู้ที่ก้าวขึ้นสู่อำนาจด้วยกระบอบปืน และคณะกรรมการสิทธิมนุษยชนแห่งสหประชาชาติ กล่าวว่า การรัฐประหารเป็นการฝ่าฝืนข้อตกลงด้านสิทธิมนุษยชน และเร่งเร้าให้ทหาร เคารพต่อสิทธิเสรีภาพขั้นพื้นฐาน(บางกอกโพสต์, 24 กันยายน 2549)เหตุเหล่านี้ อาจทำให้ประชาชนที่อยู่ในระบอบประชาธิปไตย เริ่มเห็นภาพลักษณ์ของกองทัพที่เปลี่ยนแปลงไป จึงเกิดภาพลักษณ์ด้านลบต่อกองทัพนั่นเอง

การเกิดภาพลักษณ์ของกองทัพที่ผ่านมาใช้ระยะเวลาที่ยาวนานอยู่ในจิตใจ ทศนคติ หรือความรู้สึกนึกคิดของประชาชน ปัจจุบันนี้ภาพลักษณ์โดยรวมและแต่ละด้านของกองทัพยังคงเป็นภาพลักษณ์ที่ดี เพราะการที่จะสร้างและรักษาภาพลักษณ์ของกองทัพนั้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการประพฤติปฏิบัติตนของกำลังพลทุกคน รวมทั้งภารกิจที่เกิดขึ้น การพัฒนาประเทศและการช่วยเหลือประชาชนในยามที่ประสบภัยพิบัติต่างๆ เกิดเป็น ภาพลักษณ์ด้านองค์กร ด้านบุคลากร ด้านภารกิจ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพลักษณ์กองทัพด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกสูงที่สุด อาจเป็นเพราะสิ่งที่กองทัพดำเนินงานตามภารกิจหน้าที่ในการเป็นรัฐของชาติสั่งสมมาเป็นเวลานาน ภาพลักษณ์ต่างๆของกองทัพถูกนำเสนอโดยสื่อต่างๆมากมาย ทั้งที่เป็นของกองทัพและไม่ใช่ออกของกองทัพ แต่สื่อที่เข้าถึงประชาชนได้มากคือสื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสิ่งพิมพ์ที่พิมพ์ขึ้นเพื่อคนทุกระดับความรู้ ไม่จำกัดผู้อ่าน สามารถอ่านจบได้ในเวลาอันสั้นและอ่านได้ทุกเวลาและทุกสถานที่ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจทั่วไปอย่างกว้างขวาง หนังสือรายวันมักมีรายงานข่าวต่างๆมีข่าวในประเทศ ข่าวต่างประเทศ ประกอบไปด้วยข่าวการเมือง ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าววิทยาศาสตร์ ข่าวเหตุการณ์ในชีวิตประจำวัน นอกจากการเสนอข่าวแล้ว หนังสือพิมพ์อาจมีเรื่องสารคดี นวนิยาย บทความแสดงความคิดเห็น ภาพประกอบข่าว และภาพประกอบเรื่องต่างๆและภาพการ์ตูน หนังสือพิมพ์จัดเป็นสิ่งพิมพ์ที่ได้รับความนิยมแพร่หลายจากผู้อ่านมากกว่าสิ่งพิมพ์ประเภทอื่นๆ(สุรัตน์ นุมนนท์, 2539: 12) ซึ่งทำหน้าที่ในการสะท้อนให้เห็นการทำงาน ภาพลักษณ์ในด้านต่างๆของกองทัพ เพราะกองทัพเป็นสถาบันหลักสำคัญที่ได้รับการยอมรับเชื่อถือมาอย่างยาวนาน ศักดิ์ศรีของสถาบันกองทัพเป็นสิ่งสั่งสมมาเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างเสริมให้กองทัพเป็นที่ไว้วางใจ เชื่อถือของประชาชน แต่อาจมีบางภาพลักษณ์ที่มีความแตกต่างกับภาพลักษณ์ด้านองค์กร ด้านบุคลากร ด้านภารกิจและด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม นั่นคือ ภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครอง ทั้งภาพลักษณ์ที่สื่อหนังสือพิมพ์สะท้อนให้เห็นและประชาชนสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของกองทัพเป็นด้านลบ อาจเป็นเพราะในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมากองทัพได้เผชิญกับวิกฤติการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลง

ของบริบทด้านความมั่นคง ด้านการทหาร ด้านสังคม และด้านการเมือง ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของ กองทัพว่าจะเสื่อมเสียต่อสายตาประชาชนและสื่อ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อมวลชนที่ประชาชน เปิดรับข่าวสารของกองทัพมากที่สุดคือ สื่อหนังสือพิมพ์ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานของ กองทัพที่เกี่ยวกับการเมืองการปกครอง เป็นกลาง ถึงแม้ว่าสื่อหนังสือพิมพ์จะนำเสนอข่าวของ กองทัพในทางที่ดีหรือไม่ดีเพียงใด ก็ไม่อาจปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของกองทัพในสายตา ประชาชนโดยส่วนใหญ่ได้ หรือถ้าจะเปลี่ยนได้ ก็อาจแค่เพียงส่วนน้อยเท่านั้น เพราะด้วย ภาพลักษณ์ของกองทัพเป็นภาพลักษณ์ที่ฝังลึกในจิตใจของประชาชน เกิดอย่างช้าๆ ค่อยๆ สะสมมาเป็นเวลานาน เพราะเมื่อบุคคลเปิดรับข้อมูลข่าวสารแล้ว ก็ไม่ว่าจะรับรู้ข่าวสารทั้งหมด ตามเจตนารมณ์ของ ผู้ส่งสารเสมอไปคนเรามักเลือกรับรู้และตีความหมายสารแตกต่างกันไปตาม ความสนใจ ทศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง แรงจูงใจ สภาวะทาง ร่างกาย หรือสภาวะทางอารมณ์และจิตใจ ฉะนั้นแต่ละคนอาจตีความเฉพาะข่าวสารที่สอดคล้อง กับลักษณะส่วนบุคคลดังกล่าว นอกจากจะทำให้ข่าวสารบางส่วนถูกตัดทิ้งไปยังมีการบิดเบือน ข่าวสารให้มีทิศทางเป็นที่น่าพอใจของแต่ละบุคคลด้วย(Klapper, 1960: 19-25) การที่ประชาชน จะเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของกองทัพได้นั้น จะต้องประกอบกับความคิด ทศนคติส่วนตัว การ เรียนรู้ การอบรม สั่งสอน วัฒนธรรมประเพณี ที่ได้รับมาตั้งแต่เด็ก หรือเกิดประสบการณ์ซึ่ง แตกต่างกันไป ทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้บุคคลแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกันไปในเรื่องของ ทศนคติและระดับความยึดมั่นถือมั่นในทศนคตินั้น หากเรื่องนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวข้องกับความเชื่อ หรือทศนคติหลักของเขา ก็จะเป็นสิ่งยากจะเปลี่ยนแปลง ปัจจุบันกองทัพอาจมุ่งเน้นที่จะมี อำนาจในการเมืองการปกครอง ผลประโยชน์ มากกว่าที่จะมุ่งเน้นพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ เพื่อให้กองทัพเป็นที่เข้มแข็ง ยึดถือภารกิจหลักคือ มีหน้าที่เตรียมกำลังทางบก และป้องกัน ราชอาณาจักร เป็นต้น สื่อหนังสือพิมพ์ ทำหน้าที่เป็นภาพลักษณ์กระจกเงา (Mirror Image) เป็น ภาพลักษณ์ที่การกระทำขององค์กร สถาบัน เปรียบเสมือนกระจกเงาที่สะท้อนพฤติกรรมให้ ประชาชนได้มองอะไรที่แตกต่างจากผู้บริหารก็ได้(พรทิพย์ พิมลสินธุ์, 2541: 124) ซึ่งกองทัพบกก็ จะได้เห็นภาพลักษณ์กระจกเงาจากการกระทำของกองทัพผ่านสื่อหนังสือพิมพ์ที่นำเสนอให้เห็นใน สิ่งที่กองทัพอาจนำไปพัฒนาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในด้านการเมืองการปกครองให้ดีขึ้นในสายตา ประชาชนได้ นั่นเอง

สรุปได้ว่า ภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่สะท้อนผ่านหนังสือพิมพ์ทั้ง 3 ฉบับ โดยรวม ภาพลักษณ์ส่วนใหญ่เป็นบวก เช่น ภาพลักษณ์ด้านบุคลากร , ภาพลักษณ์ด้านภารกิจ และ ภาพลักษณ์ด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งภาพลักษณ์เหล่านี้เป็นภาพลักษณ์ที่กองทัพบกควรที่จะ

รักษา เสริมภาพลักษณ์นั้นให้แข็งแรงและตอกย้ำให้ชัดเจนมากขึ้น แต่ก็ยังมีภาพลักษณ์ที่เป็นกลางและลบในปริมาณที่ใกล้เคียงกัน โดยภาพลักษณ์ที่เป็นกลาง เช่น ภาพลักษณ์ด้านองค์กร และภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครองนั้น เป็นภาพลักษณ์ที่กองทัพบกควรพัฒนาให้กลายเป็นภาพลักษณ์ด้านบวกต่อไป สำหรับภาพลักษณ์ที่เป็นลบนั้น เช่น ภาพลักษณ์ด้านองค์กร กองทัพบกก็ควรที่จะปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ดังนั้น ภาพลักษณ์ของกองทัพบกที่สะท้อนจากหนังสือพิมพ์ เปรียบเสมือนกระจกสะท้อนภาพ เนื่องจากปกติธรรมชาติของสื่อต้องมีความเป็นกลาง ถ้ากองทัพบกทำดี สื่อก็นำเสนอข่าวสารออกไป แต่ถ้ากองทัพบกทำไม่ดี สื่อก็จะนำเสนอข่าวสารออกไปเช่นเดียวกัน ดังนั้น ภาพลักษณ์ของกองทัพบกจากสื่อหนังสือพิมพ์ จึงขึ้นอยู่กับการนำเสนอประเด็นเนื้อหาของสื่อหนังสือพิมพ์โดยหนังสือพิมพ์เปรียบเสมือนกระจกเงาสท้อนภาพลักษณ์กองทัพบกให้เห็นได้ ถ้าประเด็นเนื้อหาเป็นเรื่องที่ดี เป็นประโยชน์ต่อสังคม ประเทศชาติ ก็มีผลทำให้ทิศทางของภาพลักษณ์ไปในทิศทางบวก นั่นเอง

สำหรับภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชนโดยรวมภาพลักษณ์ส่วนใหญ่เป็นบวก กองทัพบกควรที่จะรักษา เสริมภาพลักษณ์นั้นให้แข็งแรงและตอกย้ำให้ชัดเจนมากขึ้น แต่ก็ยังมีภาพลักษณ์ที่เป็นลบ คือ ภาพลักษณ์ด้านการเมืองการปกครอง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์เพียงด้านเดียวในสายตาของประชาชนที่กองทัพบกควรพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข ให้กองทัพบกเป็นที่ไว้วางใจ และได้รับการยอมรับจากประชาชนเป็นอย่างดีต่อไป ดังนั้น จะเห็นได้ว่าภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชน เกิดจากการรับรู้ เปิดรับข่าวสารจากหลายด้าน ทั้งจากประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม จากสังคม สภาพแวดล้อม การปลูกฝัง ฯลฯ ดังนั้นภาพลักษณ์ของกองทัพบกในสายตาประชาชน ส่วนใหญ่จึงเกิดจากการเรียนรู้ ปลูกฝังของสังคม สภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี มากกว่าการเปิดรับข่าวสารจากสื่อประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก ดังนั้นภาพลักษณ์กองทัพบก ส่วนใหญ่เกิดจากสังคมมากกว่าสื่อประชาสัมพันธ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างของกองทัพบก มีการเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆต่ำ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.76 อาจเนื่องมาจากมีการเผยแพร่สื่อน้อย ทำให้ผู้รับสารได้รับข่าวสารน้อย ดังนั้นควรมีการปรับปรุงและพัฒนาสื่อในการประชาสัมพันธ์ในการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น
2. จากผลการวิจัยพบว่า กองทัพบกมีภาพลักษณ์ในเชิงบวกแสดงให้เห็นว่า กองทัพบก มีภาพลักษณ์ที่ดีในสายตาประชาชน ดังนั้น กองทัพบก ควรตระหนักถึงความสำคัญของการ

ประชาสัมพันธ์และการบริหารงานประชาสัมพันธ์ เพราะถึงแม้ว่าภาพลักษณ์ของกองทัพบก โดยภาพรวมจะเป็นบวก แต่ก็มีความจำเป็นจะต้องรักษาภาพลักษณ์ทางบวกให้ดีที่สุดและนานที่สุด ด้วยการเผยแพร่ข่าวสารไปสู่ประชาชนให้มากที่สุดด้วยวิธีการประชาสัมพันธ์ต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

1. ควรมีการศึกษากองทัพอื่นๆด้วย เพื่อจะได้รับทราบข้อแตกต่างของการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของแต่ละกองทัพ
2. ภาพลักษณ์กองทัพบกที่ผู้วิจัยศึกษาครั้งนี้ เป็นเพียงมุมมองของประชาชน ที่เป็นประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเรื่องเดียวกัน แต่เก็บข้อมูลจากประชาชนทั่วประเทศโดยเป็นการศึกษากองทัพบกในสายตาของประชาชนทั่วประเทศ เพื่อศึกษาว่าประชาชนทั่วประเทศมีความรู้เกี่ยวกับกองทัพบกอย่างไร และ ประชาชนทั่วประเทศมีความคิดเห็นเกี่ยวกับกองทัพบกอย่างไร ซึ่งจะเป็แนวทางในการวางแผนการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบก และ การเลือกใช้สื่อสำหรับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร ให้สอดคล้องกับประชาชนในแต่ละพื้นที่ต่อไป
3. งานวิจัยในครั้งนี้มีมุ่งศึกษาตัวแปรหลัก 2 ตัว คือ การเปิดรับข่าวสาร และภาพลักษณ์ ดังนั้นงานวิจัยครั้งต่อไป จึงน่าจะมีการศึกษาถึงตัวแปรอื่นๆด้วย เช่น ความคาดหวัง กล่าวคือ ประชาชนมีความคาดหวังต่อกองทัพบกอย่างไร นอกเหนือจากภารกิจหลักต่างๆการสนับสนุนนโยบายช่วยเหลือสังคม การพัฒนาประเทศชาติ ประชาชนมีความคาดหวังให้กองทัพบกมีบทบาทอย่างไรหรือไม่ นอกจากนี้ อาจมีการวิจัย ในเชิงเปรียบเทียบภาพลักษณ์ในด้านต่างๆให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น ภาพลักษณ์ด้านองค์กร บุคคลากร ภารกิจ เพื่อศึกษาข้อด้วยที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อนำไปปรับปรุง เปลี่ยนแปลง และ แก้ไขภาพลักษณ์กองทัพบกให้ดียิ่งขึ้น
4. งานวิจัยในครั้งนี้ ส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาจากประชาชนทั่วไปซึ่งเป็นบุคคลภายนอกองค์กร หากเป็นไปได้ ควรมีการศึกษาจากคนภายในองค์กรให้มากด้วย ทั้งนี้เพื่อความเข้าใจที่ต่างกันในเรื่องของการประชาสัมพันธ์ของกองทัพบกในระดับต่างๆภายในกองทัพบกเอง เพื่อจะได้ทำการปรับปรุงการติดต่อสื่อสารในองค์กรให้ดียิ่งขึ้น