การศึกษาภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร

The Image of the Faculty of Mass Communication Technology of Rajamangala University Technology Phra NaKhon in Perspective of M.6 Students in Bangkok Area

วิมลพรรณ อาภาเวท[1*] และ สาวิตรี ชีวะสาธน์[2]

[1]รองศาสตราจารย์ [2]อาจารย์ สาขาวิชาเทคโนโลยีการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กรุงเทพฯ 10300

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ตลอดจนศึกษาหาความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรด้านเพศ เกรดเฉลี่ย รายได้ครอบครัว และประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนไม่แตกต่างกัน 2)การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 3) ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 4) ความรู้ และทัศนคติ มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร

Abstract

The purpose of this study was to examine the perspective of M.6 students in Bangkok area and explore their media exposure, knowledge, and attitude to the Faculty of Mass Communication Technology of Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. The relationship between students' media exposure, knowledge, and attitude to the Faculty and the image of the Faculty was also studied. The research data was gathered through the questionnaire survey from 400 M.6 students in Bangkok area. The research result showed that: 1) The samples with different gender, grade point average (GPA), household income and from different institutions had different media exposure. Those from different institutions had different knowledge about the Faculty and those with different gender, and from different institutions had different attitude to the Faculty; however, all samples did not have different image to the Faculty. 2) The media exposure was related to the knowledge about the Faculty. 3) The knowledge about the Faculty was related to the attitude to the Faculty. 4) The knowledge about the Faculty and the attitude to the Faculty were related to the image of the Faculty, whereas Media exposure was not.

คำสำคัญ : ภาพลักษณ์ การเปิดรับ ความรู้ ทัศนคติ

Keywords : Image, Exposure, Knowledge, Attitude

[*]*ผู้นิพนธ์ประสานงานไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ wimonphan.ar@hotmail.com โทร. 0 2282 9009-15 ต่อ 6870*

1.บทนำ

ปัจจุบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของประเทศไทยได้พัฒนาก้าวหน้าไปมาก ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาในระดับนี้เป็นการสร้างองค์ความรู้และทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญของสังคม และมีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาประเทศ ซึ่งการศึกษาทางด้านนิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชนเป็นคณะที่ได้รับความนิยม จากนักเรียนนักศึกษาเป็นอย่างมาก ทำให้สถาบันอุดมศึกษาส่วนใหญ่มีการเปิดหลักสูตรการเรียนการสอนในสาขาวิชานี้ รวมถึงมีการแข่งขันกันในด้านต่าง ๆ มากมาย เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเรียนการสอน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและทำให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งได้แก่นักเรียนนักศึกษาสนใจและเลือกที่จะเข้าศึกษาในสถาบันของตน

ในยุคของการสื่อสารไร้พรมแดนดังเช่นทุกวันนี้ การประชาสัมพันธ์ได้มีบทบาทที่สำคัญในการนำข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ไปสู่ประชาชนด้วยความหลากหลายในสื่อและช่องทางต่าง ๆ ข้อมูลข่าวสารเหล่านี้ย่อมมีทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ทางด้านเชิงบวกก็ย่อมช่วยส่งเสริมชื่อเสียงและภาพลักษณ์ของหน่วยงาน ตลอดจนความเชื่อถือศรัทธาจากมหาชนให้เพิ่มพูนยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้ามข้อมูลข่าวสารทางด้านไม่ดีหรือทางลบก็มีส่วนทำลายศรัทธาของมหาชนให้มลายสิ้นภายในพริบตาได้เช่นกัน (วิรัช ลภิรัตนกุล, 2544) ในการศึกษาด้านการประชาสัมพันธ์จึงให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์เป็นอย่างยิ่ง โดยถือว่าภาพลักษณ์เป็นส่วนสำคัญที่มีผลต่อการดำเนินงานของหน่วยงานหรือองค์กร และต่อบุคคลในองค์กร หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ที่ดี ประชาชนจะเกิดความไว้วางใจ ศรัทธา ยอมรับและให้ความร่วมมือสนับสนุน หากองค์กรใดมีภาพลักษณ์ในเชิงลบประชาชนจะขาดความไว้วางใจ ไม่ยอมรับนับถือ และขาดความร่วมมือ ภาพลักษณ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กรทุกองค์กร โดยเฉพาะองค์กรที่จะต้องให้บริการกับประชาชน

เนื่องจากคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครเป็นหน่วยงานซึ่งให้บริการด้านการศึกษา ดังนั้นการศึกษาเรื่องภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการดำเนินงานของคณะจึงเป็นเรื่องที่สำคัญและควรดำเนินการอย่างยิ่ง เพราะผลการวิจัยที่ได้สามารถนำมาเป็นข้อมูลเพื่อช่วยในการวางแผนปรับปรุงพัฒนา และประชาสัมพันธ์ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและถูกต้องให้เกิดขึ้นได้ รวมถึงเป็นข้อมูลที่ช่วยในการดำเนินงานตามเป้าหมายของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนได้ต่อไป

2. วิธีการศึกษา

1.1 วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านคณาจารย์และบุคลากร ด้านนักศึกษาและบัณฑิต รวมถึงด้านอาคารสถานที่ โดยเป็นการศึกษาและหาความสัมพันธ์จากการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติและภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน

1.2 วิธีการศึกษา

ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ นักเรียนในระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอนเพื่อเก็บข้อมูลโดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสอบถาม

ประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐาน ใช้ t-test และ One - way ANOVA และใช้การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ซึ่งกำหนดระดับนัยสำคัญที่ระดับ.05

3. ผลการศึกษาและอภิปรายผล

3.1 สรุปผลการศึกษา

การศึกษาภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร ในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสาร และมีความรู้ในระดับปานกลาง

มีทัศนคติและภาพลักษณ์ที่ดีต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน โดยภาพลักษณ์ของคณะอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่า ๆ กันในทุกด้านทั้งภาพลักษณ์ด้านชื่อเสียง ด้านหลักสูตรการเรียนการสอน ด้านคณาจารย์และบุคลากร ด้านนักศึกษาและบัณฑิต รวมถึงด้านอาคารสถานที่

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรด้านเพศ เกรดเฉลี่ย รายได้ครอบครัว และประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน และกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนไม่แตกต่างกัน 2) การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 3) ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน 4) ความรู้ และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร

3.2 อภิปรายผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรด้านเพศ เกรดเฉลี่ย รายได้ครอบครัว และประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ซึ่งอธิบายได้จากทฤษฎีความแตกต่างระหว่างบุคคลของเดอเฟลอร์ (1970) ที่กล่าวว่าข่าวสารไม่ได้ไหลผ่านจากสื่อถึงผู้รับสารโดยตรงทันที แต่มีปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่จะมีอิทธิพลต่อการรับข่าวสารนั้น ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน ซึ่งความแตกต่างนี้บางส่วนมาจากลักษณะความแตกต่างทางชีวภาคหรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล โดยบุคคลที่มีเพศ เกรดเฉลี่ย รายได้ครอบครัวและประเภทสถานศึกษาที่แตกต่างกันก็ย่อมมีความสนใจในข่าวสารที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวราพร ดำจับ (2549) เรื่อง ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก พบว่า นักเรียนที่มีเพศแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารต่างกัน เกรดเฉลี่ยเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลกับการเปิดรับข่าวสาร โดยกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนที่เรียนอยู่ในระดับเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.1- 2.5, 2.6 - 3.0 และ 3.1-3.5 จะมีการเปิดรับข่าวสารของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร มากกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เรียนอยู่ในระดับเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 1.5 ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกลุ่มนักเรียนที่ได้เกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 1.5 นั้นเป็นนักเรียนที่ค่อนข้างได้เกรดเฉลี่ยน้อยอาจไม่ค่อยสนใจเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการศึกษาต่อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพีระ จิระโสภณ (2538) ที่กล่าวว่า ผู้รับสารจะมีการเลือกสรรและการแสวงหาข่าวสารให้เป็นไปตามความต้องการ หรือความคาดหวังที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยทั่วไปแล้วผู้รับสารมักจะเลือกเปิดรับข่าวสาร ที่มีเนื้อหาสอดคล้องกับความเชื่อทัศนคติและความสนใจของตน รายได้ครอบครัวเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่ทำให้การเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน โดยสามารถอธิบายได้ตามแนวคิดของ ปรมะ สตะเวทิน (2539) ที่กล่าวว่าสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจ ตลอดจนภูมิหลังของครอบครัวย่อมมีผลต่อค่านิยม ความคิด ความเชื่อตลอดจนพฤติกรรมที่แตกต่างกัน ดังนั้นนักเรียนที่มีรายได้ครอบครัวต่อเดือนที่แตกต่างกันจึงมีการเปิดรับข่าวสารของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกันได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของช่อแก้ว ประสงค์สม (2542) ซึ่งได้ศึกษาการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวของครูอาจารย์ระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ประเภทโรงเรียนและเขตที่ตั้งต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับโครงการโรงเรียนสีขาวแตกต่างกัน

2. กลุ่มตัวอย่างที่มีประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีความรู้เกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน โดยการเกิดความรู้นั้นไม่ว่าในระดับใดก็ตามย่อมมีความสัมพันธ์กับความรู้สึกนึกคิดซึ่งเชื่อมโยงกับสภาพจิตใจในบุคคลอันมีปัจจัยมาจากประสบการณ์ที่สั่งสมมาและสภาพแวดล้อมที่มีอิทธิพลทำให้บุคคลมีความคิด และแสดงออกตามความคิดความรู้สึกของตน ดังนั้นประเภทสถานศึกษาที่แตกต่างกันถือเป็นสภาพแวดล้อมหนึ่งที่มีอิทธิพลทำให้ความรู้เกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความแตกต่างกันได้ เพราะลักษณะวัฒนธรรมและกิจกรรมในโรงเรียนแต่ละแห่งเป็นตัวหล่อหลอมประสบการณ์และความรู้ของนักเรียน โดยสถานศึกษาทั้งของภาครัฐและเอกชนนั้นมีความแตกต่างกันในหลายด้าน โดยสอดคล้องกับการศึกษาของสุรเชษฐ พิทยาพิบูลพงศ์ (2546) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร

ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการเรียนแบบออนไลน์ (e-learning) ของนิสิต นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร พบว่า นิสิตนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชนมีความรู้เกี่ยวกับการเรียนแบบออนไลน์แตกต่างกัน โดยที่ตั้งก็อาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ความรู้เกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน เนื่องจากการแบ่งเขตพื้นที่การศึกษา (Educational Service Area) ซึ่งเป็นระบบการจัดแบ่งพื้นที่ตามเขตการปกครอง ดังนั้นโรงเรียนในเขตพื้นที่ 1 ซึ่งอยู่ในเขตที่มีที่ตั้งใกล้กับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนทำให้มีโอกาสเปิดรับและรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนที่มากกว่าเพราะมีความใกล้ชิด และเป็นเรื่องใกล้ตัวจึงสนใจมากกว่าซึ่งทำให้เกิดความรู้มากกว่าด้วยนั่นเอง โดยจากแนวคิดของชาร์ล แอทคิน (1973) ที่กล่าวว่า เมื่อบุคคลมีการเปิดรับข่าวสารมากเท่าใดบุคคลนั้นจะมีความรู้และความเข้าใจในแหล่งสาร และมีการตัดสินใจ มีการทำกิจกรรมประสานสอดคล้องกันมากเท่านั้น

3. กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศและประเภทสถานศึกษาแตกต่างกันมีทัศนคติต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนแตกต่างกัน อธิบายได้ตามแนวคิดของวิลเลียม ดี บรู๊คส์ (1971) ที่กล่าวว่า ผู้หญิงกับผู้ชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าวัยรุ่นที่มีเพศต่างกันมีความรู้และทัศนคติเรื่องเพศศึกษาแตกต่างกัน สำหรับตัวแปรด้านประเภทสถานศึกษา ซึ่งได้แก่ โรงเรียนประเภท ต่าง ๆ ล้วนมีความแตกต่างทั้งในเรื่องปรัชญา สภาพการเรียนการสอน กิจกรรม วัฒนธรรมการใช้ชีวิต ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการศึกษา ดังนั้นจึงทำให้นักเรียนซึมซับและมีทัศนคติต่อสิ่งต่างๆ แตกต่างกันรวมถึงทัศนคติที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนด้วย ทั้งนี้เพราะทัศนคติมิใช่สิ่งที่มีมาแต่กำเนิด แต่เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้เรื่องราวต่าง ๆ ที่ตนได้เกี่ยวข้องอยู่ด้วยในภายนอก และทัศนคติจะก่อตัวจากการประเมินหลังจากที่ได้เกี่ยวข้องกับสิ่งภายนอก ทัศนคติเป็นผลของการเรียนรู้ที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลนั้น ๆ ได้เกี่ยวข้องกับบุคคลอื่น ทัศนคติจึงมิใช่เกิดขึ้นมาได้เองจากภายใน หากแต่เป็นสิ่งที่ก่อตัว หรือเรียนรู้เอามาจากสิ่งที่มีตัวตนที่อ้างอิงถึงได้ เช่น ตัวบุคคล กลุ่มคน สถาบัน สิ่งของ ค่านิยม เรื่องราวทางสังคม หรือแม้แต่ความนึกคิดต่าง ๆ

4. กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากภาพลักษณ์นั้นคือภาพที่เกิดขึ้นในจิตใจ ซึ่งบุคคลมีความรู้สึกนึกคิดต่อองค์การ โดยภาพในใจของบุคคลนั้นอาจได้มาจากทั้งประสบการณ์ทางตรงและประสบการณ์ทางอ้อม คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนเป็นคณะที่มีรากฐานที่ยาวนานมาจากการจัดการศึกษาในสาขาวิชาการโฆษณาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 ที่วิทยาเขตพณิชยการพระนคร โดยได้ผลิตบุคลากรนักปฏิบัติงานเข้าสู่วิชาชีพสื่อสารมวลชนจนมาถึงในปี พ.ศ. 2546 จึงได้ขยายการจัดการศึกษาจากระดับ ปวส. เป็นระดับปริญญาตรี จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนครไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยหลายชิ้นที่พบว่าลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันนั้นไม่มีผลกับภาพลักษณ์ขององค์กร เช่น งานวิจัยของเตือนใจ จวบสมัย (2545) เรื่องภาพลักษณ์ขององค์การสหประชาชาติจากการนำเสนอของหนังสือพิมพ์ การเปิดรับข่าวสหประชาชาติ การรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ต่อองค์การสหประชาชาติของประชาชนในกรุงเทพมหานครก็พบว่า ประชาชนที่มีเพศและอาชีพแตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อสหประชาชาติไม่แตกต่างกัน รวมถึงจากการศึกษาของกรกนก วิโรจศรีสกุล (2546) เรื่อง ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีภาพลักษณ์ต่อจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไม่แตกต่างกัน

5. การเปิดรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ที่มีต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องความรู้กับการเปิดรับข่าวสารที่ว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากยิ่งมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมทันเหตุการณ์มากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย (Atkin, 1973) และแนวคิดของ Roger (1983) ที่ว่าช่องทางการสื่อสารมีความสำคัญในขั้นตอนการให้ความรู้ประชาชนที่มีการเปิดรับข่าวสารมากก็จะสามารถมีความรู้เพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์ (2544) เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่าการเปิดรับข่าวสารเรื่องเพศศึกษาจากสื่อมวลชนและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับความรู้เรื่องเพศศึกษาของวัยรุ่น และงานวิจัยของอตินุช นิมิตรสถาพร (2544)

เรื่องภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า การเปิดรับข่าวสารของประชาชนมีความสัมพันธ์กับความรู้เกี่ยวกับศาลปกครอง

6. ความรู้มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของไทรแอนดิส (1971) ที่ได้กล่าวว่า ความรู้ เป็นหนึ่งในสามองค์ประกอบหลักในการเกิดทัศนคติ ความรู้และแนวคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งเร้าไม่ว่าบุคคล กลุ่ม หรือสภาวการณ์ใด ๆ ก็ตามจะเป็นตัวกำหนดลักษณะและทิศทางของทัศนคติของบุคคล เช่นเดียวกับที่ Roger (1983) เห็นว่า เมื่อผู้รับสารได้รับข่าวสารเกี่ยวกับเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็จะเกิดความเข้าใจเรื่องนั้น ๆ และความเข้าใจจะทำให้เกิดทัศนคติเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ นอกจากนี้สุรพงษ์ โสธนะเสถียร (2533) ได้มองความสัมพันธ์ของการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ ในลักษณะสัมพันธ์เป็นลูกโซ่คือ เมื่อประชาชนได้รับข่าวสาร เกิดความรู้ ย่อมก่อให้เกิดทัศนคติ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของอตินุช นิมิต สถาพร (2544) เรื่องภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ความรู้เกี่ยวกับศาลปกครองมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของประชาชนที่มีต่อศาลปกครอง

7. ความรู้ และทัศนคติมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ในขณะที่การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดด้านภาพลักษณ์ของ แฟรงค์ เจฟคินส์ (1982) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์ นั้นเกิดจากความประทับใจซึ่งได้มาจากการได้มีความรู้ และเข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ จึงทำให้ความรู้เกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ เคเนท อี โบลดิ้ง (1975) ที่กล่าวว่า ภาพลักษณ์เป็นกระบวนการของความคิดจิตใจ ที่หล่อหลอมความรู้สึกของคนเราที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ อันเนื่องจากประสบการณ์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยถือว่าเป็นความรู้ในเชิงอัตวิสัย ที่บุคคลนำมาใช้ช่วยในการตีความและให้ความหมายแก่โลกรอบ ๆ ตัวซึ่งจะประกอบเข้าเป็นภาพลักษณ์ที่เรามีเกี่ยวกับสิ่งต่างๆ ที่เรารับรู้

นอกจากความรู้ที่บุคคลนำมาช่วยในการตีความและให้ความหมายแก่สิ่งต่าง ๆ รอบตัว แล้ว การที่บุคคลมีภาพลักษณ์ต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นย่อมเกิดมาจากการมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นก่อนด้วยเช่นกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของโรเจอร์ส (1978) ได้กล่าวถึง ทัศนคติว่าเป็นดัชนีชี้ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุและสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่งๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคลที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป จากแนวคิดข้างต้นอาจสรุปได้ว่า ความคิดและความรู้สึกอย่างไรต่อคนรอบข้างวัตถุและสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ นั้นอาจเรียกได้ว่า ภาพลักษณ์ที่บุคคลนั้นๆ มีต่อคนรอบข้าง วัตถุ และสิ่งแวดล้อมตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ จึงเห็นได้ว่าทัศนคติมีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับภาพลักษณ์ นอกจากนี้ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอตินุช นิมิตสถาพร (2544) ศึกษาภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ทัศนคติของประชาชนต่อศาลปกครองมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชน และพบว่าทัศนคติของประชาชนเป็นตัวแปรอิสระที่มีประสิทธิภาพในการอธิบายภาพลักษณ์ศาลปกครองในสายตาประชาชนมากที่สุด ในขณะที่การศึกษาครั้งนี้กลับพบว่า การเปิดรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน นั้น อาจเนื่องมาจากกระบวนการเกิดภาพลักษณ์อาจมาจากปัจจัยอื่น ๆ นอกเหนือจากการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งได้แก่ เหตุการณ์และสิ่งแวดล้อม ช่องทางการสื่อสาร องค์ประกอบเฉพาะบุคคล การรับรู้และความประทับใจ ซึ่งทั้งหมดนี้คือตัวแปรสำคัญของการปรับเปลี่ยนและปรุงแต่งภาพลักษณ์

4. สรุป

4.1 สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยกลุ่มตัวอย่างเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับคณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชนในระดับน้อยถึงปานกลางจึงควรมีการประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่าง ๆ ให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ส่วนภาพลักษณ์ของคณะนั้นอยู่ในระดับดีโดยมีค่าเฉลี่ยเท่า ๆ กันในทุกด้าน ดังนั้นควรทำการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่อง โดยอาจส่งเสริม

ภาพลักษณ์ในด้านใดด้านหนึ่งที่ชัดเจนขึ้นเพื่อทำให้ภาพลักษณ์ของคณะมีความโดดเด่น และควรมีการทำวิจัยอย่างต่อเนื่องเพราะภาพลักษณ์ที่บุคคลมีต่อคณะอาจเปลี่ยนแปลงไปเมื่อเวลาผ่านไป

5. เอกสารอ้างอิง

กรกนก วิโรจศรีสกุล. 2546. **ภาพลักษณ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ช่อแก้ว ประสงค์สม. 2542. **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และการมีส่วนร่วมในโครงการโรงเรียนสีขาวของครู อาจารย์ระดับมัธยมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร.**วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงฤทัย พงศ์ไพฑูรย์. 2544. **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ และทัศนคติเกี่ยวกับเพศศึกษาของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เตือนใจ จวบสมัย. 2545. **ภาพลักษณ์ขององค์การสหประชาชาติจากการนำเสนอของหนังสือพิมพ์การเปิดรับข่าวสหประชาชาติ การรับรู้ ทัศนคติ และภาพลักษณ์ต่อองค์การสหประชาชาติของประชาชนในกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรมะ สตะเวทิน. 2539. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร.**กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พีระ จิระโสภณ. 2538. **หลักและทฤษฎีการสื่อสาร**.เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วรลักษณ์ ดวงศรี. 2548. **ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานีในทัศนะของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุบลราชธานี เขต 1**. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วราพร ดำจับ. 2549. **ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยเอกชนในทัศนะของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในเขตภูมิภาคตะวันออก**.วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

วิรัช ลภิรัตนกุล. 2540. **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์.**กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุรเชษฐ พิทยาพิบูลพงศ์. 2546. **เรื่องการเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และพฤติกรรมการเรียนแบบออนไลน์ (e-learning) ของนิสิต นักศึกษาในกรุงเทพมหานคร.**วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชานิเทศศาสตร์พัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อตินุช นิมิตสถาพร. 2544. **ภาพลักษณ์ของศาลปกครองในสายตาประชาชนเขตกรุงเทพมหานคร.** วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Atkin, Charles K. 1973. Instrumental Utilities and Information Seeking in **New Model for Mass Communication Research.** Beverly Hill: Sage.

DeFleur, Melvin L. 1970. **Theories of Mass Communication**. New York : David Mckay Company.

Jefkins , Frank. 1977**. Planned Press and Public Relation**. London.

Roger, Everett M. 1983. **Diffusion of Innovation**. New York: The Free Press.