

บทที่ 6

การเปิดรับสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่าของผู้รับสารไทย ตามแนวชายแดน

การศึกษาวิจัยครั้งนี้นอกจากจะศึกษาสภาพสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่าที่ข้ามเข้ามายังชายแดนไทย ดังที่เสนอไปในบทที่ 4 แล้ว

ผู้วิจัยยังได้ทำการศึกษาข้อมูลเรื่องการเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่าของประชาชนไทยที่อาศัยบริเวณชายแดน โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อคลั่งนกรองให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงที่เปิดรับสื่อจากประเทศพม่า เพื่อมาสัมภาษณ์เจาะลึกดูพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

ผู้วิจัยได้ศึกษาการเปิดรับสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่าของประชาชนไทยตามแนวชายแดนในบริเวณ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง 250 คน โดยกำหนดหัวข้อการสัมภาษณ์ (Questionnaire Guide) ซึ่งแบ่งโครงสร้างคำถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา และอาชีพ
- ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเปิดรับสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า เหตุผลในการเปิดรับ และรายการที่เปิดรับชมหรือรับฟัง

6.1 การเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่าของกลุ่มตัวอย่างคนไทย

ในการศึกษาวิจัยเรื่องการเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่าของผู้รับสารไทยตามแนวชายแดนไทย อำเภอแม่สายและจังหวัดท่าซี้เหล็ก เป็นการศึกษาถึงแบบแผนพฤติกรรมในการเปิดรับ รวมถึงสาเหตุปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรในการศึกษา คือประชาชนไทยที่อาศัยอยู่ในบริเวณ อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย จำนวน 250 คน โดยจำแนกคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้ดังตารางต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ตารางที่ 47 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	112	44.8
หญิง	138	55.2
รวม	250	100

จากตารางจำแนกกลุ่มตัวอย่างคนไทยตามเพศได้เป็น เพศชายจำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 และเพศหญิงจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 55.2

ตารางที่ 48 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย จำแนกตามอายุ

อายุ (ปี)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	29	11.6
21-30	50	20
31-40	80	32
41-50	49	19.6
51-60	28	11.2
60 ขึ้นไป	14	5.6
รวม	250	100

จากตาราง จำแนกกลุ่มตัวอย่างคนไทยตามอายุได้เป็น อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 11.6, อายุ 21-30 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 20, อายุ 31-40 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 32, อายุ 41-50 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6, อายุ 51-60 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6

พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาที่มีอายุอยู่ในช่วง 31-40ปี มากที่สุด รองลงมาคือ 21-30 ปี และ 41-50 ปี ซึ่งเป็นช่วงอายุที่ใกล้เคียงกัน และจัดอยู่ในกลุ่มวัยทำงานที่สอดคล้องเหมาะสมกับ

ความเป็นอยู่ในพื้นที่อำเภอแม่สายที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว แหล่งค้าขายสำคัญของไทย ซึ่งดึงดูดให้คน ในวัยนี้เข้ามาอาศัยอยู่เพื่อประกอบอาชีพและกิจการต่างๆ

ตารางที่ 49 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประถมศึกษา	118	47.2
มัธยมศึกษา	76	30.4
ปวช., ปวส., อนุปริญญา	7	2.8
ปริญญาตรี	9	3.6
สูงกว่าปริญญาตรี	-	0
ไม่ได้เรียน	40	16
รวม	250	100

จากตาราง จำแนกกลุ่มตัวอย่างคนไทยตามระดับการศึกษาได้เป็น ระดับประถมศึกษา จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2, มัธยมศึกษา จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4, ปวช. ปวส. หรืออนุปริญญา จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8, ปริญญาตรี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 ,สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 และไม่ได้เรียน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 16

พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี ส่วนมากมีการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ซึ่งมีจำนวนมากถึง 118 คนคิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 30.4 สาเหตุที่กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในชั้นต่ำ เนื่องจากเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย ประกอบกับพื้นที่ที่ทำการเก็บข้อมูลเป็นพื้นที่ที่มีการประกอบอาชีพแบบง่ายๆ คือซื้อ มาขายไป จึงไม่จำเป็นต้องมีการศึกษาสูงมาก ซึ่งสัมพันธ์กับการเปิดรับสื่อที่มีผลการวิจัยว่าคนที่มีการศึกษาน้อยจะให้ความสนใจเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ในขณะที่คนที่มีการศึกษาสูงจะใช้เวลาในการเปิดรับสื่อสิ่งพิมพ์มากกว่า

ตารางที่ 50 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4	1.6
พนักงานบริษัทเอกชน	5	2
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	22	8.8
ค้าขาย/กิจการส่วนตัว	165	66
เกษตรกร	1	0.4
รับจ้าง	42	16.8
แม่บ้าน	7	2.8
อื่นๆ	4	1.6
รวม	250	100

จากตาราง จำแนกกลุ่มตัวอย่างคนไทยตามอาชีพได้เป็น ข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6, พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2, นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8, ค้าขายหรือกิจการส่วนตัว จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 66, เกษตรกร จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.4, รับจ้าง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ,แม่บ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 และอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6

พบว่าอาชีพค้าขายหรือกิจการส่วนตัวมีจำนวนมากที่สุดคือ 165 คน คิดเป็นร้อยละ 66 ซึ่งเป็นตัวเลขที่สอดคล้องกับสภาพการดำเนินชีวิตของคนในอำเภอแม่สายที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ รองลงมาคืออาชีพรับจ้าง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ส่วนใหญ่จะเป็นคนขับรถรับจ้าง ซึ่งจัดเป็นอาชีพที่สอดคล้องกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวของอำเภอแม่สายเช่นกัน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า และนำไปสู่การสัมภาษณ์เจาะลึกเพื่อหาเหตุผลในการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างคนไทย

ตารางที่ 51 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย ที่เคยรับฟัง รับชมสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ของประเทศพม่า

พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เคยรับฟัง รับชม สื่อวิทยุ- โทรทัศน์จากพม่า	51	20.4
ไม่เคยรับฟัง รับชม สื่อวิทยุ- โทรทัศน์จากพม่า	199	79.6
รวม	250	100

จากตาราง พบว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทย จำนวน 250 คน เคยเปิดรับฟัง รับชมสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศพม่า เป็นจำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และไม่เคยรับฟัง รับชม เป็นจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 79.6

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่เปิดรับฟัง รับชม รายการวิทยุและโทรทัศน์จากพม่า

จากกลุ่มตัวอย่างคนไทย จำนวน 199 คน ที่มีพฤติกรรมไม่เปิดรับฟัง รับชม สื่อวิทยุและโทรทัศน์จากพม่า ได้ระบุถึงสาเหตุในการไม่เปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศพม่า ซึ่งจากคำตอบในแบบสัมภาษณ์ไว้ 4 ปัจจัยด้วยกัน ดังนี้

1. ไม่เข้าใจภาษา
2. รูปแบบรายการของพม่าไม่น่าสนใจ
3. สัญญาณจากประเทศพม่าไม่ชัดเจน
4. ไม่ทราบว่ามีสถานีวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศพม่าได้

ซึ่งจากสาเหตุทั้ง 4 ประการ สามารถแบ่งจำนวนผู้รับสารในแต่ละปัจจัยได้ดังตารางนี้

ตารางที่ 52 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย ถึงสาเหตุที่ไม่เปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศพม่า (จากกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมไม่เปิดรับ จำนวน 199 คน)

สาเหตุที่ไม่เปิดรับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ไม่เข้าใจภาษา	107	53.77
รูปแบบรายการไม่น่าสนใจ	25	12.56
สัญญาณไม่ชัดเจน	30	15.08
ไม่ทราบว่าจะสามารถเปิดรับได้	37	18.59
รวม	199	100

จากตาราง แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 199 คนได้ระบุถึงปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เกิดพฤติกรรมไม่เปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่าไว้ 4 ประการดังนี้

1. เนื่องจากไม่เข้าใจภาษา จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 53.77
2. เนื่องจากรูปแบบรายการของพม่าไม่น่าสนใจ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.56
3. เนื่องจากสัญญาณที่ส่งมาจากประเทศพม่าไม่ชัดเจน มีจำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.08
4. เนื่องจากไม่ทราบว่าภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่สามารถเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากพม่าได้ เป็นจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.59

กลุ่มตัวอย่างคนไทยร้อยละ 53.77 ระบุถึงสาเหตุในเรื่องไม่เข้าใจภาษาที่ใช้ในรายการที่มาจากประเทศพม่าได้ ว่าเป็นสาเหตุที่ไม่เปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า อาจเนื่องจากในบริเวณที่กลุ่มตัวอย่างอาศัยอยู่ถึงแม้จะมีการติดต่อค้าขายกับคนฝั่งพม่าอยู่เป็นประจำ แต่ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารจะใช้ ภาษาไทยและภาษาจีนเป็นหลัก จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่สามารถเข้าใจภาษาพม่าได้ในขณะที่วิทยุและโทรทัศน์ของประเทศพม่าโดยส่วนใหญ่จะใช้ภาษาพม่าเป็นหลัก มีราย

การภาษาอังกฤษบางช่วงเวลา ส่วนภาษาชนเผ่าต่างๆพบว่ามีแต่ในรายการวิทยุเท่านั้นและมีชวงเวลาน้อยในแต่ละวัน จึงทำให้กลุ่มตัวอย่างกลุ่มนี้ระบุว่าเป็นเหตุให้ไม่เปิดรับสื่อจากพม่า

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 12.56 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่เปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า ระบุว่าไม่ให้ความสนใจกับสื่อประเทศพม่ามากนัก เพราะรายการวิทยุและโทรทัศน์ของไทยมีความน่าสนใจ ทันสมัยและตอบสนองความต้องการของกลุ่มตัวอย่างได้เพียงพอแล้ว จึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องเปิดรับสื่อจากประเทศพม่ามาเพิ่มเติม และอาจด้วยการด้อยทางด้านเทคโนโลยีของพม่านี้เองที่ส่งผลให้กำลังส่งสัญญาณข้ามมาฝั่งไทยมีปริมาณไม่เพียงพอที่จะเปิดรับได้อย่างชัดเจน จึงเป็นเหตุให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.08 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่เปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า ระบุว่าไม่เปิดรับเพราะรับสัญญาณได้ไม่ชัดเจน นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างระบุว่าไม่ทราบว่ามีภูมิลาเนาที่อาศัยอยู่นั้นสามารถรับสัญญาณจากประเทศพม่าได้ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 18.59 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่เปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า

แสดงให้เห็นว่าคนไทยไม่ค่อยให้ความสนใจสื่อจากประเทศพม่า โดยกลุ่มตัวอย่างที่ทราบว่าสามารถรับสัญญาณจากประเทศพม่าได้ให้เหตุผลที่ไม่เปิดรับเพราะว่าไม่เข้าใจภาษา สัญญาณภาพและเสียงไม่ชัดเจน รวมถึงรูปแบบรายการวิทยุและโทรทัศน์ของพม่าไม่น่าสนใจเท่ารายการของไทย

ในส่วนนี้ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง (ตม.) ถึงการเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า ของประชาชนไทย ได้คำตอบว่าถ้าจะรับก็สามารถรับได้แต่ต้องติดตั้งเสารับสัญญาณให้สูงขึ้นและหันไปทางฝั่งพม่า ซึ่งคนไทยส่วนใหญ่จะไม่เปิดเพราะยุ่งยากและไม่เข้าใจภาษา นอกจากกลุ่มคนที่อาศัยอยู่บนที่สูงและสามารถเข้าใจภาษาได้จึงจะเปิดรับ (สัมภาษณ์ 21 มิถุนายน 2545)

ในกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า ผู้วิจัยจะทำการศึกษาในเรื่องของประเภทสื่อที่เปิดรับและ พฤติกรรมตั้งใจและไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อของกลุ่มตัวอย่างต่อไป

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 51 คน ผู้วิจัยได้ออกแบบสัมภาษณ์เพื่อจำแนกพฤติกรรมการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างตามประเภทของสื่อ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น

1. กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่เปิดรับสื่อวิทยุ
2. กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่เปิดรับสื่อโทรทัศน์
3. กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่เปิดรับทั้งสื่อวิทยุและโทรทัศน์

ตารางที่ 53 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างคนไทย ถึงการเลือกเปิดรับสื่อประเภทต่างๆจากประเทศพม่า (จากกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์พม่า จำนวน 51 คน)

ประเภทของสื่อที่เปิดรับ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิทยุ	-	0
โทรทัศน์	42	82.35
ทั้งวิทยุ และโทรทัศน์	9	17.65
รวม	51	100

จากตาราง แสดงถึงกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่พฤติกรรมเปิดรับ สื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศพม่า โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่ระบุเปิดรับเฉพาะสื่อโทรทัศน์ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 62.8 เปิดรับทั้งสองสื่อจำนวน 12 คน คิดเป็น 23.5 ส่วนการเปิดรับเฉพาะสื่อวิทยุ ไม่มีกลุ่มตัวอย่างระบุว่าเป็น

ดังนั้นสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยที่พฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่า ระบุว่าเปิดรับสื่อโทรทัศน์มากที่สุดคือ ร้อยละ 82.35 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่พฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศพม่า

แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของสื่อโทรทัศน์ที่สามารถเข้าถึงผู้รับสารได้มากกว่าสื่อวิทยุ ด้วยเหตุที่สามารถนำเสนอสารผ่านทางภาพและเสียง ซึ่งทำให้เข้าใจความหมายของสารที่ส่งมาได้ง่ายกว่าสื่อวิทยุที่ส่งสารผ่านทางเสียงเท่านั้น

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้กำหนดให้กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อจากประเทศพม่า ทั้ง 51 คน ให้ระบุถึงพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อวิทยุและสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ว่ามีพฤติกรรม ตั้งใจเปิดรับ หรือ ไม่ตั้งใจเปิดรับ โดยแบ่งตามประเภทของสื่อจากประเทศพม่า ได้แก่ สื่อวิทยุ และ สื่อโทรทัศน์

จากแบบสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อจากประเทศพม่า สามารถจำแนกกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 4 กลุ่มคือ

1. กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับ สื่อวิทยุจากประเทศพม่า
2. กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับ สื่อวิทยุจากประเทศพม่า
3. กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับ สื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า
4. กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับ สื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า

สื่อวิทยุ

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อจากประเทศพม่า แบ่งเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุพม่าทั้งหมด 9 คน โดยได้ทำการแบ่งออกเป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุพม่าและกลุ่มที่มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า ดังนี้

ตารางที่ 54 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจ/ไม่ตั้งใจ เปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุพม่า จำนวน 9 คน)

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อวิทยุพม่า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจ	1	11.11
ไม่ตั้งใจ	8	88.89
รวม	9	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า จำนวน 9 คน ระบุว่า มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุพม่าจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า และระบุว่า มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุพม่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า จำนวน 8 คน ให้เหตุผลในการรับฟังว่า ไม่ได้ตั้งใจฟัง หรือเฉพาะเจาะจงว่าจะฟังรายการวิทยุจากประเทศพม่า แต่เป็นการบังเอิญที่ปรับคลื่นไปพบคลื่นพม่าที่แทรกเข้ามา หากรายการน่าสนใจก็จะหยุดรับฟัง แต่ถ้าไม่น่าสนใจก็จะเปลี่ยนไปฟังคลื่นอื่น โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่า จะหยุดรับฟังเมื่อเป็นรายการประเภทเพลงพื้นบ้าน

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า

คนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า จำนวน 1 คน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงแบบแผน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุจากพม่า โดยจำแนกตามความถี่และจำนวนเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อวิทยุจากพม่า การเปิดรับช่องสถานีและประเภทรายการต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ความถี่และจำนวนเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า

1.1 ความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุจากพม่า

คนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับ สื่อวิทยุจากประเทศพม่า จำนวน 1 คน ระบุถึงความถี่ในการเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า ต่อสัปดาห์ โดยระบุว่าเปิดรับบ่อยครั้งต่อสัปดาห์

1.2 จำนวนเวลาที่ใช้

คนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า จำนวน 1 คน ระบุถึงจำนวนเวลาที่ใช้ในการเปิดรับวิทยุพม่าต่อวัน โดยระบุว่าเปิดรับ 1-2 ชั่วโมงต่อวัน

2. การเปิดรับช่องสถานีวิทยุ และประเภทรายการวิทยุจากประเทศพม่า

2.1 การเปิดรับช่องสถานีวิทยุจากประเทศพม่า

คนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า จำนวน 1 คน ไม่สามารถระบุช่องสถานีวิทยุจากประเทศพม่าที่เปิดรับได้อย่างชัดเจน แต่ใช้การกำหนดช่วงเวลาในการเปิด โดยกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า จะเปิดรับช่วงเวลาประมาณ 13.00 น.โดยประมาณ และใช้การสุ่มปรับคลื่นไปเรื่อยๆ จนเจอรายการที่สนใจก็จะหยุดรับฟัง บางวันรับคลื่นได้ แต่บางวันก็รับไม่ได้

2.2 การเปิดรับประเภทรายการวิทยุจากประเทศพม่า

คนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า ได้ระบุถึงประเภทรายการวิทยุจากประเทศพม่าที่เปิดรับว่าเปิดรับรายการเพลงมากที่สุด โดยระบุว่าเปิดฟังรายการประเภทเพลงที่ในบ้าน หากเปิดเจอรายการอื่นก็จะหมุนเปลี่ยนไปเปิดรับวิทยุของไทยแทน

สื่อโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อจากประเทศพม่า สามารถแบ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ทั้งหมดจำนวน 51 คน โดยได้แบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า และกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ดังนี้

ตารางที่ 55 แสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย ที่มีพฤติกรรมตั้งใจ/ไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 51 คน)

พฤติกรรมในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ตั้งใจเปิดรับ	8	15.69
ไม่ตั้งใจเปิดรับ	43	84.31
รวม	51	100

จากตารางแสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 51 คน ระบุว่า มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 15.69 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า และกลุ่มที่มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 84.31 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ส่วนใหญ่ไม่ได้ให้ความสนใจในสื่อโทรทัศน์ของพม่าอย่างจริงจัง จึงมีกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่าจำนวนมากถึงร้อยละ 84.31 กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า

โดยกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมไม่ตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 43 คน ให้เหตุผลในการรับชมรายการโทรทัศน์จากพม่า ว่าเปิดรับเพราะบางครั้งคลื่นจากพม่าแทรกเข้ามา และบางส่วนติดเคเบิลและจานดาวเทียม จึงสามารถรับชมรายการจากพม่าได้ ถ้าหากรายการน่าสนใจ

ใจกลุ่มตัวอย่างก็จะเปิดชมต่อ แต่ถ้าไม่น่าสนใจก็จะเปลี่ยนกลับไปดูช่องของไทย ไม่ได้มีรายการใดที่สนใจติดตามเป็นพิเศษ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างที่เคยชมรายการโทรทัศน์ของพม่าที่แทรกเข้ามา ยังกล่าวถึงความชัดเจนของสัญญาณจากพม่าว่า บางครั้งก็ชัดเจน แต่บางครั้งก็ไม่ชัด ถ้าชัดก็เปิดดูต่อ แต่ถ้าสัญญาณไม่ชัดก็จะเปลี่ยนช่องไปดูช่องอื่น ไม่สนใจจะปรับตั้งเสาใหม่ เพราะไม่เห็นความจำเป็น

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 8 คน ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงแบบแผน พฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า โดยจำแนกเป็น ความถี่และจำนวนเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า การเปิดรับช่องสถานีและประเภทรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่า ดังต่อไปนี้

1. ความถี่และจำนวนเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า

1.1 ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับ สื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 8 คน มีความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ต่อสัปดาห์ ดังนี้

ตารางที่ 56 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย เรื่องความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่าต่อสัปดาห์ (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

ความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์/สัปดาห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เป็นประจำ	-	0
บ่อยครั้ง	2	25
นานๆครั้ง	6	75
รวม	8	100

จากตาราง แสดงให้เห็นความถี่ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ในหนึ่งสัปดาห์ของ กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 8 คน พบว่ามีผู้ ระบุว่าเปิดรับชมรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่า นานๆครั้งต่อสัปดาห์มากที่สุด มีจำนวน 6 คน คิด เป็นร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า รองลง มาคือเปิดรับบ่อยครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติ กรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า และเปิดรับรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่าเป็น ประจำต่อสัปดาห์ ไม่มีกลุ่มตัวอย่างคนไทยระบุว่าเปิดรับ

1.2 จำนวนเวลาที่ใช้ในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 8 คน ระบุ ถึงจำนวนเวลาที่ใช้ในการเปิดรับรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่าในหนึ่งวัน ดังนี้

ตารางที่ 57 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่างคนไทย เรื่องจำนวนเวลาที่ใช้ใน การเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่าต่อวัน(จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อ โทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

จำนวนเวลาในการเปิดรับสื่อโทรทัศน์/วัน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1 ชั่วโมง	7	87.5
1 - 2 ชั่วโมง	-	0
2 - 3 ชั่วโมง	1	12.5
3 - 4 ชั่วโมง	-	0
4 - 5 ชั่วโมง	-	0
มากกว่า 5 ชั่วโมง	-	0
รวม	8	100

จากตารางแสดงให้เห็นถึงจำนวนเวลาในหนึ่งวันที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการเปิดรับรายการ โทรทัศน์จากประเทศพม่า มีผู้ระบุว่าเปิดรับรายการโทรทัศน์จากพม่าเป็นเวลาน้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวัน

มากที่สุดเป็นจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า รองลงมาคือเปิดรับวันละ 2-3 ชั่วโมง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ส่วนจำนวนเวลาต่อวันช่วงอื่นๆไม่มีกลุ่มตัวอย่างระบุถึง

2. การเปิดรับช่องสถานี และประเภทรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่า

2.1 การเปิดรับช่องสถานีโทรทัศน์จากประเทศพม่า

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 8 คน ระบุช่องสถานีโทรทัศน์จากประเทศพม่าที่เลือกเปิดรับ จากช่องสถานีโทรทัศน์พม่าที่สามารถเปิดรับได้อย่างชัดเจนทั้งหมด 3 สถานี ได้แก่ MRTV (Myanmar TV) MRW (Myawaddy TV) MRTV3 (Myanmar TV Satellite) โดยกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ทั้ง 8 คน แต่ละคนสามารถเลือกตอบช่องสถานีโทรทัศน์ได้หลายคำตอบ ดังนั้นจึงมีจำนวนคำตอบทั้งหมด 10 คำตอบ

ตารางที่ 58 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างคนไทยมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับโทรทัศน์พม่า ช่องสถานี Myanmar TV/ MRTV1 (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่าจำนวน 8 คน)

Myanmar TV/MRTV 1	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับ	3	37.5
ไม่เปิดรับ	5	62.5
รวม	8	100

ตารางที่ 59 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างคนไทยมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับโทรทัศน์พม่า ช่องสถานี Myawaddy TV /MRTV2/ MRW (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

Myawaddy TV /MRTV 2/ MRW	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับ	2	25
ไม่เปิดรับ	6	75
รวม	8	100

ตารางที่ 60 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างคนไทยมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับโทรทัศน์พม่า ช่องสถานี Myanmar TV Satellite /MRTV3 (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

Myanmar TV Satellite /MRTV3	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับ	5	62.5
ไม่เปิดรับ	3	37.5
รวม	8	100

จากข้อมูลสามารถอธิบายได้ว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยระบุว่าเปิดรับช่อง MRTV (Myanmar TV) จำนวน 3 คน, เปิดรับช่อง MRW (Myawaddy TV) จำนวน 2คน และเปิดรับช่อง MRTV3 (Myanmar TV Satellite) จำนวน 5 คน

สรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า ระบุว่าเปิดรับโทรทัศน์จากประเทศพม่าในช่องสถานี MRTV3 (Myanmar TV Satellite) มากที่สุดคือจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 ของกลุ่มตัวอย่างคนพม่าที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศไทย

การเลือกเปิดรับช่องสถานีโทรทัศน์พม่าของกลุ่มตัวอย่างที่ตั้งใจเปิดรับจะเปิดช่องโทรทัศน์ที่สามารถเปิดรับได้ . เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีรูปแบบการเข้าถึงรายการโทรทัศน์จากพม่าแตกต่างกัน

โดยในกลุ่มที่รับเคเบิลหรือจานดาวเทียมจะสามารถรับได้ทั้งสามช่อง ในขณะที่มีอีกกลุ่มที่ใช้เสา
ธรรมดาซึ่ง ไม่สามารถกำหนดแน่นอนได้ว่าจะดูสถานีใด ส่วนใหญ่จะเป็นคลื่นของสถานี MRTV ที่
แทรกเข้ามาแต่บางวันก็ไม่สามารถดูโทรทัศน์จากพม่าได้ หาสัญญาณไม่ได้

2.2 การเปิดรับประเภทรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่า

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 8 คน ได้
ระบุถึงประเภทรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่าที่เปิดรับทั้งหมด 5 ประเภท ได้แก่ รายการข่าว ราย
การละคร รายการภาพยนตร์ รายการเพลงและรายการกีฬา โดยกลุ่มตัวอย่างแต่ละคนสามารถเลือก
ตอบได้หลายคำตอบ ในที่นี้จึงมีจำนวนคำตอบทั้งสิ้น 19 คำตอบ

ตารางที่ 61 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างคนไทยมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับโทรทัศน์พม่า ประเภท
รายการข่าว (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

รายการข่าว	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับ	6	75
ไม่เปิดรับ	1	25
รวม	8	100

ตารางที่ 62 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างคนไทยมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับโทรทัศน์พม่า ประเภท
รายการละคร (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

รายการละคร	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับ	4	50
ไม่เปิดรับ	4	50
รวม	8	100

ตารางที่ 63 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างคนไทยมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับโทรทัศน์พม่า ประเภทรายการภาพยนตร์ (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

รายการภาพยนตร์	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับ	3	37.5
ไม่เปิดรับ	5	62.5
รวม	8	100

ตารางที่ 64 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างคนไทยมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับโทรทัศน์พม่า ประเภทรายการเพลง (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

รายการเพลง	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับ	4	50
ไม่เปิดรับ	4	50
รวม	8	100

ตารางที่ 65 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างคนไทยมีพฤติกรรมเลือกเปิดรับโทรทัศน์พม่า ประเภทรายการกีฬา (จากกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า จำนวน 8 คน)

รายการกีฬา	จำนวน	ร้อยละ
เปิดรับ	2	25
ไม่เปิดรับ	6	75
รวม	8	100

กลุ่มตัวอย่างคนไทยระบุว่าเปิดรับรายการโทรทัศน์ประเภทข่าวมากที่สุดจำนวน 6 คน รองลงมาคือรายการละคร และรายการเพลง จำนวนเท่ากันคือ 4 คน เปิดรับรายการประเภทภาพยนตร์จำนวน 3 คน และ เปิดรับรายการกีฬาน้อยที่สุดคือ 2 คน

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยเปิดรับรายการข่าวมากที่สุด คือ ร้อยละ 75 ของกลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า

6.2 สาเหตุ ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์จากประเทศพม่าของกลุ่มตัวอย่างคนไทย

สื่อวิทยุ

คนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศพม่า จำนวน 1 คน ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุจากประเทศ โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยในเรื่องรูปแบบเนื้อหารายการของวิทยุพม่ามากที่สุด โดยเฉพาะรายการเพลง ซึ่งเป็นรายการวิทยุประเภทที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเปิดรับมากที่สุด

“...ถ้าเปิดฟังของพม่าได้ บางทีคลื่นก็แรงพอจะรับได้ก็จะฟัง เพราะดี...เปิดร้านขายของก็จะเปิดวิทยุฟังไปด้วย เพลินดี ส่วนใหญ่ก็ฟังเพลงแหละ คล้ายเพลงค่านเมืองของเรานะ ไม่ฟังรายการอื่นหรอก ฟังไม่รู้เรื่องก็ถ้าเป็นรายการอื่นก็เปลี่ยนมาฟังของไทย... ฟังของไทยกับพม่าด้วย แต่ของพม่าก็รับได้เป็นบางวันนะ สัญญาณ มาๆหายๆ...”

(ปราณี วงศ์สุวรรณ, อายุ 34 ปี อาชีพค้าขาย, สัมภาษณ์ 23 มิถุนายน 2545)

โดยรายการเพลงที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเปิดรับมากที่สุด คือประเภทเพลงพื้นเมือง ให้เหตุผลที่ฟังเพราะความชื่นชอบในเพลงประเภทนี้ ในคลื่นวิทยุของไทยมีออกอากาศบ้าง แต่ไม่มากนัก จึงเปิดรับจากพม่าเพิ่มเติม

ดังนั้นสาเหตุปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อวิทยุพม่าของกลุ่มตัวอย่างคนไทยสามารถสรุปได้ดังนี้



1. ปัจจัยเรื่องรูปแบบเนื้อหารายการ

ปัจจัยเรื่องลักษณะรูปแบบรายการเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผู้รับสารคนไทย โดยกลุ่มตัวอย่างพอใจกับลักษณะรูปแบบรายการวิทยุของพม่า ซึ่งมีรายการเพลงให้กลุ่มตัวอย่างเลือกเปิดรับฟัง และตอบสนองความต้องการได้โดยเฉพาะประเภทเพลงพื้นบ้าน ซึ่งเป็นประเภทที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเปิดรับมากที่สุด เหตุที่กลุ่มตัวอย่างชื่นชอบกับรายการเพลงพื้นบ้านจากวิทยุพม่า นั้น เนื่องจากความนิยมส่วนบุคคลและประกอบกับสถานีวิทยุของไทยเปิดเพลงพื้นบ้านน้อย แต่จะเปิดเพลงประเภทเพลงลูกทุ่ง เพลงเพื่อชีวิตและเพลงสตริงเป็นส่วนใหญ่ กลุ่มตัวอย่างเลยเลือกเปิดรับวิทยุพม่าเพิ่มเติม

สื่อโทรทัศน์

กลุ่มตัวอย่างคนไทยที่มีพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่า จำนวน 8 คน กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์พม่า โดยให้ความสำคัญกับเรื่องรูปแบบเนื้อหารายการโทรทัศน์พม่า ว่ามีรูปแบบแตกต่างจากของไทย ทำให้สามารถเลือกชมได้ตามต้องการ

“...ปกติเขาก็จะมีสอนหนังสือ สอนภาษาอังกฤษ สอนหนังสือ มีข่าวท้องถิ่น มีข่าวต่างประเทศ...แต่ชอบของพม่าอยู่อย่างหนึ่ง รายการของเขาเนาะ ถ้าอย่างฟุตบอลอย่างนี้ เขาก็มีฟุตบอลที่สอนเด็กเล็กๆมา เบสิกของเขาเป็นยังไงๆเนี่ย เขามีการสอนออกมาสอนในทีวี อย่างเราสอนภาษาอังกฤษเริ่มต้นอะไรประเภทนั้น แต่ที่บ้านเราไม่มีเลย บอลของพม่าเขาจะเก่งก็เขาสอนตั้งแต่เบสิก เขาก็มีทีวีเปิดให้ตลอด เขาก็มีการสอนแบบเบสิกให้เลย”

(ปวีณา แก้วศรี, อายุ 43 ปี อาชีพค้าขาย, สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2547)

นอกจากการที่โทรทัศน์พม่ามีรูปแบบรายการที่แตกต่างจากของไทย ทำให้ผู้รับสารมีทางเลือกในการเปิดรับตามความต้องการแล้ว ประเด็นหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างกล่าวถึงคือ การที่ภาพยนตร์ต่างประเทศออกอากาศเป็นเสียงในฟิล์ม ไม่มีการพากย์เหมือนของไทยแต่มีคำบรรยายเป็นภาษาพม่า เป็นอีกจุดที่น่าสนใจ โดยโทรทัศน์พม่ามักนำเอาภาพยนตร์จีน และเกาหลีมาฉาย

“...ที่บ้านนี้ชอบดูหนัง ถ้าเป็นช่องพม่า ถ้าเป็นหนังเกาหลี เขามีหนังเกาหลีมาฉาย ก็ดูหนังเกาหลี...มันเป็นเสียงในฟิล์มหมดนะ พม่านี้จะไม่มีการพากย์นะ คุณฉายหนังจีนก็มีเสียงในฟิล์ม ถ้าฉายหนังฝรั่งก็เป็นเสียงในฟิล์ม เหมือนดูหนังในโรงนะ subtitle เป็นภาษาพม่า.... ไม่เข้าใจ ภาษาเกาหลีแต่ก็ดูภาพเอา แต่ถ้าเป็นภาษาจีนก็ได้...”

(จันทิมา อองคำ, อายุ 50 ปี อาชีพขายของชำ, สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2547)

“...มันจะมีของเกาหลี หนังเกาหลีนะ เออญี่ปุ่นอะไร...มันจะเป็นหนังเกาหลีไม่ใช่ของพม่าของพม่านี้ส่วนใหญ่ไม่ได้ดู เป็นภาพยนตร์ต่างประเทศมันจะมีช่วงที่จะมาของเกาหลี ญี่ปุ่น มันจะเปลี่ยนกันมานะ เขาจะพูดภาษาเกาหลีเลย แต่เขาจะมีภาษาพม่า มีแปลภาษาพมานะ แต่ของเขาคงพูดเกาหลีไปเลย จีนก็จีนไปเลย...”

(กรรณิการ์ สิงห์คำ อายุ 35 ปี อาชีพพนักงานขายเครื่องประดับ, สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2547)

กลุ่มตัวอย่างยังระบุว่ารับชมรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่า ประเภทรายการข่าวมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างดูเพื่ออยากทราบข่าวสารของประเทศพม่า เพราะการที่มีภูมิลำเนาที่อยู่อาศัยใกล้เคียงกัน มีการเดินทางไปมาหาสู่กันเป็นประจำ จึงทำให้ข่าวที่นำเสนอผ่านโทรทัศน์ของพม่ามีความใกล้ชิดและส่งผลต่ออาชีพการงานของกลุ่มตัวอย่างซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพที่ต้องติดต่อเกี่ยวข้องกับพม่า รวมถึงเพื่อเทียบกับข่าวของประเทศไทยว่ามีความแตกต่างกันหรือไม่

“...ดูข่าวของเขา ก็ดูเทียบกับบ้านเราอยากรู้ว่าแตกต่างกันไหม ก็ต่างกันตรงข่าวอาชญากรรม บ้านเราเยอะกว่าเขานะ แต่ก็ไม่ว่าทางนั้นเขาปิดข่าวหรือเปล่า..”

(อุทัย วิทยานนท์, อายุ 45 ปี อาชีพไปรษณีย์เอกชน, สัมภาษณ์ 26 มิถุนายน 2545)

“...ส่วนใหญ่ผมจะดูข่าวภายในประเทศของเขาค่อนข้างจะเป็นส่วนมาก... มีผลซะเพราะว่าผมจะดูความเคลื่อนไหวของในลักษณะ เออ การประกอบธุรกิจข้างในเขาเป็นอย่างไร เขาจะมีข่าวออกมาให้ ก็ดูส่วนนี้เป็น point หลัก point รองก็จะดูลักษณะการเมืองภายในประเทศ เขาเป็นยังไง ก็มีสองจุดที่มองครับ...ผมไม่เข้าใจภาษาพม่า...มีภาษาอังกฤษครับ เพราะว่าเขาจะมี MRTV International ประมาณอย่างต่ำที่ผมดูไว้ ก็จะมีประมาณ 45 นาทีเป็นอย่างต่ำ เขาจะเหมือนข่าวต่างประเทศบ้านเรา ผมจะดูไหนนั่นเป็นหลักมากกว่า...วาไรตี้ดูน้อยครับ

“เพราะว่าของเขาว่าไรตี้ก็ดี ทอล์คโชว์ก็ดี ของเขาสู้เราไม่ได้ ผมจะไม่ดูpointนี้ จะดูข่าวเป็นหลัก...”

(วันชัย รุ่งเกียรติคุณ, อายุ 36 ปี อาชีพ ค้าหยก, สัมภาษณ์ 10 เมษายน 2547)

“...ส่วนมากจะดูข่าว แต่เราฟังข่าวเขาไม่ได้ ฟังไม่เป็น เขาก็จะมีข่าวออกมาก็คือ จะดูว่าเขาถ่ายสภาพบ้านเมืองของเขาเป็นยังไง อะไรประมาณนั้น ก็เคยไปอยู่สองครั้งสามครั้ง เอออันนี้เคยไป อะเดี๋ยวนี้เปลี่ยนไปเยอะนะ อะไรประมาณนั้น..การก่อสร้างเขาเยอะขึ้น ส่วนมากจะบูรณะวัดใหม่ๆ บูรณะวัดมาก มีทุกวัน เหมือนเขาจะปรับปรุงให้คนไปท่องเที่ยวเยอะ เหมือนยังกับจีน เขาจะทำพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเยอะขึ้น”

(จันทิมา ของคำ, อ้างถึงแล้ว)

“..ก็เป็นเพื่อนบ้านกัน บ้านใกล้เรือนเคียงกัน เขาก็มาบ้านเรา เราก็ไปบ้านเขาตลอด เด็กทำงานที่ร้านก็มาจากฝั่งนู่น รู้ข่าวคราวความเคลื่อนไหวของเขาบ้างก็ไม่เสียหายนี่ แต่ก็ไม่ค่อยมีอะไรมาก ส่วนใหญ่ก็ข่าวของผู้นำเขานั้นแหละ..”

(จรรยา เกษมสกุล, สัมภาษณ์ 23 มิถุนายน 2545)

นอกจากต้องการรับรู้ข่าวสารทั่วไปๆของพม่าแล้ว กลุ่มตัวอย่างจำนวนหนึ่งยังให้ความสนใจรายการของพม่าเพื่อต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ สภาพบ้านเมืองของพม่าที่ยังคงมีการอนุรักษ์ไว้

“..พม่ามีบางรายการที่ไทยไม่มี อย่างพี่ชอบดูพวกกระบำรำฟ้อน ของเขาสวยดี ชูดแปลกกว่าของบ้านเรานิดหน่อย แต่หาดูพวกนี้ในทีวีบ้านเราไม่ได้เลยนะ..”

(วันทา สมจิต, อายุ 38 ปี อาชีพค้าขาย สัมภาษณ์ 25 มิถุนายน 2545)

“...คือว่าช่องของเขามันดีอยู่อย่างหนึ่งมันจะไม่มี คือผู้หญิงของเขาจะไม่การใส่วับๆแวมๆดีกว่าของไทย ของไทยเรานุ่งสายเดี่ยวอะไรยังงี้...แล้วก็เปิดไปเจอเห็นเขาฟ้อนๆรำสวยๆ ก็ดูๆไปงั้น แต่ที่มันได้เป็นครั้งคราวก็เลยไม่อยากจะดูหา”

(สมชาย คำแสง, อายุ 43 ปี อาชีพเช่ารถตู้, สัมภาษณ์ 9 เมษายน 2547)

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังระบุถึงปัจจัยเรื่องเวลา ว่าหากมีเวลากว้างก็จะเปิดรายการจากพม่า หรือเปิดชมเพื่อฆ่าเวลาขณะที่ทางช่องสถานีของไทยไม่มีอะไรน่าสนใจ

“...ถ้าช่องอื่นไม่มีอะไร บางทีติดโฆษณาช่องอื่นเยอะๆ หรือมีรายการที่เราไม่ค่อยชอบ ก็จะ หมุนไปดู...”

(กร กาญจนไพบูลย์, อายุ 27 ปี อาชีพร้านขายทอง, สัมภาษณ์ 9 เมษายน 2547)

“..ตอนว่างๆก็จะเปิดทีวีดู ฆ่าเวลาไปเรื่อยๆ ส่วนใหญ่ก็เป็นตอนที่บ้านเราไม่มีอะไรให้ดู ก็ดู ของพม่า ให้เพลิน พวกเพลง ฟ้อนรำพวกนั้นแหละ..”

(วันทา สมจิต, อ้างถึงแล้ว)

จากการสังเกตของผู้วิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างคนไทยที่ระบุว่าไม่พบพฤติกรรมตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่าไม่มีอุปสรรคในการเปิดรับชม เหมือนกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับเนื่องจากทำการ ติดตั้งจานดาวเทียม หรือเคเบิล ทำให้ไม่มีปัญหาในการเปิดรับรายการจากพม่า แต่กลุ่มตัวอย่าง อธิบายว่าไม่ได้ทำการติดตั้งเพื่อรับรายการจากพม่าโดยเฉพาะ หากแต่เพื่อเพิ่มทางเลือกอื่นๆในการดู โทรทัศน์ของประเทศอื่นๆ เช่น จีน เป็นต้น

จากสาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตั้งใจเปิดรับสื่อโทรทัศน์จากประเทศพม่าของกลุ่มตัวอย่างคนไทย สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ปัจจัยเรื่องรูปแบบเนื้อหารายการ

ปัจจัยในเรื่องรูปแบบเนื้อหารายการโทรทัศน์จากประเทศพม่า เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเปิดรับของกลุ่มตัวอย่างคนไทย เนื่องจากรูปแบบรายการต่างๆของโทรทัศน์พม่ามีความแตกต่างจากของไทย โดยที่โทรทัศน์พม่าจะมีรายการที่แสดงถึงวัฒนธรรมประเพณี ทั้งรายการเพลง การแสดง ฟ้อนรำต่างๆ ซึ่งในโทรทัศน์ของไทยมีรายการประเภทนี้น้อย และการนำภาพยนตร์ต่างประเทศมาฉายโดยไม่มีพากย์ ทำให้กลุ่มตัวอย่างคนไทยสนใจเปิดรับรายการโทรทัศน์จากประเทศพม่า ในประเภทรายการข่าว ซึ่งเป็นประเภทรายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเปิดรับมากที่สุด พบว่ากลุ่ม

ตัวอย่างจะเปิดรับข่าวจากพม่าในเวลาที่ออกอากาศเป็นภาษาอังกฤษ เพราะไม่สามารถเข้าใจภาษาพม่าได้ แต่ส่วนที่เปิดรับข่าวภาคทั่วไปที่ออกอากาศเป็นภาษาพม่า ก็จะใช้การดูภาพมากกว่า เข้าภาษาพม่าจริงๆ

2. ปัจจัยเรื่องเวลา

ปัจจัยในเรื่องเวลา พบว่ามีกลุ่มตัวอย่างส่วนหนึ่งระบุว่าเปิดรับรายการโทรทัศน์จากพม่าในช่วงเวลาที่ว่างและเปิดในขณะที่ช่องโทรทัศน์ไทยไม่มีอะไรน่าสนใจ จึงเปิดรับชมโทรทัศน์จากพม่าเพื่อฆ่าเวลา

3. ปัจจัยเรื่องความต้องการของผู้รับสาร

กลุ่มตัวอย่างคนไทย ส่วนใหญ่มีความต้องการแสวงหาข้อมูล ข่าวสารความเคลื่อนไหว รวมถึงสถานการณ์ทางชายแดนไทย-พม่า ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ การประกอบธุรกิจและการดำเนินชีวิตของตนเอง กลุ่มตัวอย่างบางคนยังสนใจติดตามข่าวที่นำเสนอทางโทรทัศน์จากประเทศพม่า เพื่อเปรียบเทียบกับการนำเสนอข่าวของโทรทัศน์ไทย ในประเด็นข่าวที่สนใจ

นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังระบุถึงความสนใจที่จะเรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณีของพม่า ที่มีความคล้ายคลึงกับวัฒนธรรมทางภาคเหนือของไทย ซึ่งสื่อไทยนำเสนอไม่เพียงพอกับความต้องการ จึงเลือกเปิดรับจากสื่อโทรทัศน์ของพม่า