

## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาเรื่อง การเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ของประชาชนไทยและพม่าบริเวณแนวชายแดน จังหวัดเชียงรายและท่าขี้เหล็ก ได้มีการศึกษาถึงแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยดังนี้

#### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายเสียงข้ามพรมแดน (Spillover signals)
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม (Intercultural communication)
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร (Information Acquisition)
- 2.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ (Media Exposure)

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการกระจายเสียงข้ามพรมแดน (Spillover signals)

สัญญาณวิทยุ-โทรทัศน์ที่ข้ามพรมแดน ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะทางเทคนิคของคลื่นวิทยุที่ ล้น ข้ามอาณาเขตไปยังประเทศใกล้เคียง โดยในเบื้องต้นประเทศเจ้าของสัญญาณไม่มีเจตนาที่จะให้การกระจายเสียงของตนล้ำเข้าไปในประเทศอื่น ITU (International Telecommunications Union) หรือ สหภาพโทรคมนาคมระหว่างประเทศ ให้การรับรองว่า Spillover signals เป็นลักษณะพิเศษทางธรรมชาติของคลื่นวิทยุ เป็นปัญหาทางเทคนิคที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ (วิภา อุดมจันทร์ :2544)

วอร์โลมอนต์ (Hazel G. Warlaumont :1998)ชี้ให้เห็นความพยายามทุกวิถีทางของประเทศต่างๆที่มุ่งสกัดกั้นสัญญาณวิทยุที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งรับได้ในประเทศของตนในระหว่างยุคสงครามเย็น (ระยะเวลาระหว่างทศวรรษที่ 1950 -1980 หรือตั้งแต่สงครามโลกครั้งที่ 2 จนถึงการล่มสลายของค่ายสังคมนิยมสหภาพโซเวียต) ว่ามีการส่งคลื่นรบกวน (jammimg) การเจรจาทางการทูต การเร่งปรับปรุงการกระจายเสียงในประเทศของตนให้มีประสิทธิภาพ และน่าสนใจ การออกกฎหมายควบคุม

การรับสัญญาณการกระจายเสียงจากต่างประเทศของประชาชนในประเทศของตน ไปจนถึงการโต้ตอบด้วยกำลังและความรุนแรง หรือคุกคามด้วยกำลังทหาร

Warlaumont สรุปว่าการกระจายเสียงข้ามพรมแดนมีระดับความรุนแรงแตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ได้แก่

1. ความใกล้ชิดกันทางภูมิศาสตร์ (Geographical Proximity) คือ ยังมีพรมแดนติดต่อกันจึงมีผลกระทบของการกระจายเสียงข้ามพรมแดนต่อกันมาก เพราะเส้นกั้นอาณาเขตระหว่างประเทศไม่ได้เป็นอุปสรรคขวางกั้นสัญญาณวิทยุหรือโทรทัศน์ที่สามารถข้ามไปมาหากันได้
2. ความไม่สงบทางการเมือง (Political Unrest) กล่าวคือ ผลกระทบของการกระจายเสียงข้ามพรมแดนจะรุนแรงเป็นพิเศษ หากการเมืองในประเทศที่สามารถรับสัญญาณอยู่ในสภาวะที่ไม่สงบ เพราะอาจมีการใช้ประโยชน์จากการกระจายเสียงโฆษณาชวนเชื่อและโจมตีประเทศตรงข้ามได้
3. ฐานะทางเศรษฐกิจ (Financial Resources) เงื่อนไขทางเศรษฐกิจมีผลต่อคุณภาพและความน่าสนใจของรายการวิทยุ-โทรทัศน์ ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีกว่าจะผลิตสื่อที่ล้ำหน้าและสามารถครอบงำประเทศที่มีฐานะที่ด้อยกว่าได้ เช่น spillover ของอเมริกาที่เป็นที่นิยมของแคนาดาและส่งผลกระทบต่อธุรกิจสื่อในแคนาดาไม่เจริญเท่าที่ควร เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง“ผลกระทบของสัญญาณวิทยุและโทรทัศน์ข้ามพรมแดนระหว่างไทย-ลาว” โดย รศ.วิภา อุดมฉันทน์ พบว่าสื่อไทยมีผลกระทบต่อลาว ในด้านเศรษฐกิจ การเมือง จิตวิทยา ภาษา วัฒนธรรม รวมถึงระบบการกระจายเสียงของลาวด้วย
4. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ไม่แน่นอน (Ebb and Flow of Relation) กล่าวคือในแต่ละระยะที่มีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศความสัมพันธ์ของประเทศแหล่งต้นตอของสัญญาณกับประเทศปลายทางที่รับสัญญาณ อาจมีการเปลี่ยนแปลงรายการกระจายเสียงที่เข้าออกระหว่างกันก็มีความอ่อนไหว (sensitive) ในระดับที่แตกต่างกัน

5. สถานะแห่งอำนาจที่เท่าเทียมกันหรือไม่เท่าเทียมกัน (Equal and Unequal Stature) กล่าวคือ ประเทศที่เข้มแข็งใหญ่โตย่อมมีอิทธิพลเหนือประเทศที่เล็กและอ่อนแอกว่าทั้งในด้านปริมาณของสัญญาณที่ข้ามพรมแดนไป และทิศทางการไหลของสัญญาณซึ่งมักจะมีลักษณะเป็นการไหลจากประเทศที่มีอำนาจมากกว่า เป็นการไหลแบบจากราวเดียว (one way flow)

จากกรณีของการกระจายเสียงข้ามพรมแดนระหว่าง ไทย - พม่า ล้วนมีปัจจัยต่างๆดังที่ Warlaumont ได้กล่าวไว้ ไม่ว่าจะเป็นความใกล้ชิดทางภูมิศาสตร์ ซึ่งประเทศไทยกับสหภาพพม่ามีพรมแดนติดต่อกันทั้งทางทิศเหนือและทิศตะวันตกของไทยถึง 2,401 กิโลเมตรอีกทั้งไทยและพม่ายังมีความสัมพันธ์กันทางด้านเชื้อชาติ ภาษา ศาสนา วัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ประชาชนของทั้งสองประเทศ สามารถเปิดรับฟังรับชมรายการของกันและกันได้

## 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม (Intercultural communication)

*Claude Levi-Strauss* ได้ให้คำจำกัดความของคำว่า วัฒนธรรม ดังนี้

“สิ่งที่เรียกว่าวัฒนธรรมนั้นเป็นส่วนหนึ่งของความเป็นมนุษย์ ซึ่งนักวิจัยมองเห็นว่าส่วนของความเป็นมนุษย์เหล่านี้ได้เสนอสาระสำคัญที่มีต่อเรื่องกับความเป็นมนุษย์ส่วนอื่นๆเช่น มนุษย์อาจถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของบริบทที่ต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นต่างโลกกัน ต่างทวีป ต่างศาสนา ต่างเชื้อชาติ ต่างท้องถิ่น ต่างครอบครัว ต่างอาชีพหรือลัทธิการเมือง นักมานุษยวิทยาจึงมักเรียกขนาดวัฒนธรรมว่าเป็นกลุ่มที่มีความต่อเนื่อง แต่ระดับต่างก็มีความสำคัญในระดับของมันเองในขณะเดียวกัน”

วัฒนธรรมในยุคปัจจุบันถ่ายทอดกันในแนวนอน (horizontal expansion) เช่น จากชนกลุ่มหนึ่งไปยังชนอีกกลุ่มหนึ่ง จากสังคมหนึ่งไปยังอีกสังคมหนึ่ง โดยมีการสื่อสารเป็นตัวกลาง และกาสื่อสารที่สามารถเข้าถึงคนเป็นจำนวนมากมาหลายทศวรรษ ภายใต้อิทธิพลอันรวดเร็ว นั้น เรียกว่า การสื่อสารมวลชน (Mass Communication) ซึ่งเป็นตัวการสำคัญที่ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงต่อกระบวนการถ่ายทอดวัฒนธรรมของมนุษยชาติให้แพร่ขยายไปอย่างรวดเร็วเกิดการยอมรับวัฒนธรรมข้ามชนเผ่าได้มากขึ้น

การสื่อสารจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อผู้สื่อสาร (ผู้ส่งสารและผู้รับสาร) มีการรับรู้ความหมายร่วมกัน เบอริโล(Berlo:1960) กล่าวว่าผู้ส่งสารและผู้รับสารจะต้องมีความคล้ายคลึงกัน หากทั้งสองฝ่ายไม่มี ความคล้ายคลึงกัน การสื่อสารก็เกิดขึ้นไม่ได้

โรเจอร์ (Everett M. Roger :1971) เรียกลักษณะความคล้ายคลึงกันของผู้ส่งสารและผู้รับสาร ว่าเป็นประสบการณ์ร่วม (experience) ได้แก่ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา สถานภาพทางสังคม ทัศนคติ เป็นต้น

ในลักษณะความคล้ายคลึงกันของผู้ส่งสารและผู้รับสารนั้น วัฒนธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการ กำหนดการรับรู้หรือตีความหมาย และเป็นไปไม่ได้ที่มนุษย์ทุกคนจะมีวัฒนธรรมร่วมกันหมด แต่ก็ไม่มี วัฒนธรรมใดดำรงอยู่ได้อย่างโดดเดี่ยว ทุกวัฒนธรรมต่างมีการปะทะแลกเปลี่ยนกัน ซึ่งการพบกัน ระหว่างวัฒนธรรมนี้อาจเป็นการพบกันแบบแทนที่ คือ วัฒนธรรมหนึ่งอาจถูกดุดกลืนให้สูญหายไป หรือเป็นการผสมผสานระหว่างสองวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน

ไมรอนและโจลิน(Myron and Jolene :1993)ได้ให้ความหมายของการสื่อสารระหว่าง วัฒนธรรม คือ “กระบวนการถ่ายทอดและตีความหมาย ปฏิสัมพันธ์ และสัญลักษณ์ระหว่างคนที่มา จากวัฒนธรรมที่ต่างกัน ภายใต้บริบทการสื่อสารหนึ่งๆ”

โดยทั่วไปมนุษย์จะมองโลกโดยผ่านกรอบประสบการณ์ การรับรู้ และวัฒนธรรม ความเหมือน กันทางวัฒนธรรมจะทำให้เกิดความเข้าใจความหมายร่วมกัน เช่น เข้าใจวจนภาษา และอวจนภาษา ดังนั้นความแตกต่างทางวัฒนธรรม จะทำให้พฤติกรรมการสื่อสารของผู้ที่อยู่ในแต่ละวัฒนธรรมต่างกัน ไปด้วย วัฒนธรรม และการสื่อสารเป็นสิ่งที่ไปด้วยกันและต่างมีอิทธิพลต่อกัน วัฒนธรรมไม่สามารถ เกิดขึ้นได้ ถ้าไม่มีการสื่อสาร เพราะฉะนั้นการที่วัฒนธรรมเปลี่ยนไป การสื่อสารย่อมเปลี่ยนตามไป ด้วย

ปัจจัยที่ทำให้วัฒนธรรมแต่ละวัฒนธรรมมีความแตกต่างกัน ได้แก่ลักษณะทางกายภาพของ แต่ละกลุ่มคน รูปแบบการสื่อสารในแต่ละสังคม รวมทั้งบทบาทขององค์กรต่างๆ เช่น รัฐบาล ศาสนา สถาบัน ที่เป็นตัวกำหนดกฎระเบียบซึ่งก่อให้เกิดวัฒนธรรมร่วมกันในสังคม

ปัญหาหลักของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม คือ ความแตกต่างของลักษณะการให้ความหมาย และพฤติกรรมการสื่อสาร เพราะผู้ส่งสารและผู้รับสารมาจากวัฒนธรรมที่ต่างกัน การสร้างความเข้าใจร่วมกันของการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมนั้น ผู้ส่งสารและผู้รับสารต้องมีทัศนคติที่ดีต่อกัน และจะต้องไม่มีความรู้สึกเด่นกว่าหรือด้อยกว่าในการมีปฏิสัมพันธ์ โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความแตกต่างทางด้านเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา ประเพณี การดำรงชีวิต การแต่งกาย (Larry A.Samovar and Richard E.Porter :1995)

จากการศึกษาการเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์ของประชาชนไทยและพม่าบริเวณแนวชายแดนจะเห็นว่าได้ว่า โดยรวมแล้วประชาชนทางภาคเหนือของไทยและประชาชนพม่ามีวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกันได้แก่ เชื้อชาติ ภาษา ศาสนา ประเพณี การดำรงชีวิต การแต่งกาย จนทำให้ประชาชนทั้งสองประเทศสามารถรับฟังรับชมรายการวิทยุ-โทรทัศน์ทั้งสองฝ่ายได้เข้าใจ

แต่อย่างไรก็ตามก็ยังมีวัฒนธรรมบางอย่างที่แตกต่างกันและเป็นอุปสรรคในการเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์พม่าของคนไทย ได้แก่ นโยบายด้านการเมืองการปกครองของรัฐบาล ตลอดจนระบบเศรษฐกิจของสหภาพพม่า ขึ้นอยู่กับรัฐบาลทหารทั้งหมด สื่อมวลชนกลายเป็นเครื่องมือของรัฐ ดังนั้นจึงมีผลต่อการกำหนดรูปแบบการเสนอข่าวสาร ความบันเทิงต่างๆที่ต้องอยู่ภายใต้กรอบนโยบายของรัฐ ทำให้เนื้อหารายการไม่สอดคล้องกับความต้องการของคนไทย

### 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร(Information Aquisition)

แนวทางการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสารวิเคราะห์กระบวนการสื่อสารโดยเริ่มต้นพิจารณาจาก "ผู้รับสาร" โดยมีแนวคิดสำคัญว่า ในปัจจุบันข่าวสารถูกผลิตขึ้นมามากมายจนกลายเป็นความยุ่งยากของผู้รับสารที่จะค้นหาแสวงหาข่าวสารที่ตรงกับความต้องการของตนเอง จึงทำให้นักวิชาการให้ความสนใจว่าคนเรามีวิธีการแสวงหาข่าวสารที่ตอบสนองความต้องการอย่างไร

Atkin (1973) กล่าวถึงพฤติกรรมการเลือกข่าวสารของบุคคล อาจมาจาก Information seeking หรือเป็น Information yielding ในบางครั้ง Information seeking นั้นจะมีประโยชน์ของการเปิดรับและการจัดการกับข่าวสาร (process message) ให้ผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่มากกว่าการ

ลงทุนลงแรงหรือการใช้ความพยายามที่จะเปิดรับหรือทำความเข้าใจกับข่าวสาร

Information seeking ถูกแบ่งเป็น 2 หมวดหมู่ ได้แก่

- 1.) Information search หมายถึงพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารอย่างมุ่งมั่นเพื่อตอบสนองของความต้องการ โดยบุคคลนั้นๆ จะเข้าหาแหล่งของสื่อด้วยความตั้งใจที่จะเปิดรับแต่ละเนื้อหา ทั้งแบบทั่วไปและข่าวสารที่เฉพาะเจาะจง
- 2.) Information receptivity หมายถึงการเปิดใจสู่ผลลัพธ์ที่เป็นระบบของคำถามจากการพบประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อนั้นๆ ในขณะที่บุคคลกำลังตรวจสอบข่าวสารต่างๆตามกิจวัตรซึ่งการเลือกเกิดจากการตอบคำถามที่ไปกระตุ้นความไม่แน่ใจเกี่ยวกับการรับรู้

Information yielding เกิดขึ้นเมื่อบุคคลถูกทำให้เปิดรับสื่อเนื่องจากต้องการหลีกเลี่ยงการลงทุนลงแรงในการเปิดรับสื่ออื่นๆ

Information ignoring การเลือกไม่เปิดรับข่าวสาร โดยมีผลมาจากการเพิกเฉยต่อข่าวสาร เพราะผลประโยชน์จากการลงทุนลงแรงจะมีมากกว่าผลประโยชน์ที่ได้จากข่าวสาร หากได้รับผลตอบแทนจากข่าวสารแต่ก็เล็กน้อยไม่คุ้มค่ากับการลงทุนในการเปิดรับสื่อ และการจัดการเนื้อหา

สรุปวัตถุประสงค์ของการแสวงหาข่าวสาร (Information seeking) ของผู้รับสาร เพื่อสนับสนุนความคิด ทักษะคติ ความเข้าใจดั้งเดิมนอกจากนี้ยังเป็นการแสวงหาข่าวสารเพื่อประโยชน์ในด้านอื่นๆ เช่น ความรู้ นำไปแก้ปัญหา รวมถึงสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิง ทั้งนี้การตัดสินใจแสวงหาข่าวสาร (Information seeking) การเพิกเฉยต่อข่าวสาร (Information ignoring) หรือการหลีกเลี่ยงที่จะเปิดรับข่าวสาร (Information avoidance) นั้นขึ้นอยู่กับการประเมินเปรียบเทียบผลตอบแทน (reward value)ที่จะได้รับจากการรับรู้ข่าวสารนั้นของผู้รับสารด้วย

Information seeking เป็นการแสวงหาข่าวสารของผู้รับสาร ดังนั้นผู้รับสารมีลักษณะ active แต่ Information processing จะมีผู้รับสารเป็น passive คือไม่ค้นหาข้อมูลข่าวสารใดๆ แต่ข้อมูลเหล่านั้นเข้ามาหาโดยบังเอิญ เป็นการค้นพบข้อมูลข่าวสาร โดยไม่ได้มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า ไม่มีพฤติกรรมในการแสวงหาข้อมูล แต่เกี่ยวข้องกับข้อมูลเหล่านั้น เมื่อพบหรือเปิดรับข้อมูลนั้นโดยบังเอิญ

Information avoidance คือการไม่เปิดรับข่าวสาร เนื่องจากถูกกระตุ้นให้หลีกเลี่ยงการติดต่อกับข่าวสารด้วยการประเมินค่าข่าวสารไปในทางลบ บุคคลจะคาดหวังไว้ว่าข่าวสารนั้นๆจะก่อให้เกิดภาวะผูกพัน

## 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

ในการเปิดรับสื่อของมนุษย์นั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เพราะสื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่ใช้ประกอบการตัดสินใจในกิจกรรมต่างๆของมนุษย์ ความต้องการสื่อจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อบุคคลนั้นต้องการข้อมูลในการตัดสินใจ หรือมีความไม่แน่ใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งและบุคคลจะไม่รับข่าวสารทุกอย่างที่ผ่านมาทั้งหมด แต่จะเป็นผู้เลือกใช้สื่อประเภทต่างๆ เองจะเลือกรับรู้เพียงบางส่วน ที่คิดว่ามีประโยชน์ โดยขึ้นอยู่กับความพึงพอใจในการตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ที่ตั้งใจไว้ของตน โดยมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ในการรับรู้ข่าวสารของผู้รับสารเองเป็นตัวกำหนด ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ตามความต้องการ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ฯลฯ ที่ไม่เหมือนกัน

### การเปิดรับสื่อจากสื่อมวลชน

ผู้รับสารมีความคาดหวังจากสื่อมวลชนว่า การบริโภคข่าวสารจากสื่อมวลชน จะช่วยตอบสนองความต้องการของเขาได้ ซึ่งจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ลักษณะนิสัย และพฤติกรรมบางอย่างได้ การเลือกบริโภคสื่อมวลชนนั้นขึ้นอยู่กับความต้องการหรือแรงจูงใจของผู้รับสารเอง เพราะบุคคลแต่ละคนย่อมมีวัตถุประสงค์และความตั้งใจในการใช้ประโยชน์จากสื่อมวลชนด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน

แคลปเปอร์ (Klapper:1960) ได้แบ่งขั้นตอนการเปิดรับสื่อ ซึ่งมีขั้นตอนต่างๆไว้ ดังนี้

- 1) การเลือกรับหรือเลือกใช้ (Selective Exposure) บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารจากแหล่งสารต่างๆตามความสนใจและความต้องการ เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาหรือสนองความต้องการของตนเองซึ่งโดยทั่วไปในการเปิดรับสื่อของผู้รับสื่อมักจะเลือกรับสิ่งที่สนับ

สนับสนุนความคิดเดิมของตนเสมอ นอกจากนั้นการเลือกเปิดรับสื่อยังขึ้นอยู่กับปัจจัยทางด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจ และสังคม เช่น ระดับการศึกษา อายุ อาชีพ รายได้ รวมทั้งศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรมด้วย

- 2) การเลือกให้ความสนใจ (Selective Attention) บุคคลจะเลือกให้ความสนใจต่อสื่อที่ได้รับซึ่งสอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับสื่อที่ขัดต่อทัศนคติหรือความคิดดั้งเดิม ทั้งนี้เพราะการรับสื่อที่ไม่สอดคล้องกับความรู้สึกจะทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจอันก่อให้เกิดภาวะไม่สมดุลทางจิตใจหรือมีความไม่สบายใจได้ (Cognitive Dissonance)
- 3) การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) บุคคลมีการเลือกรับรู้และตีความสื่อที่ได้รับตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคล เพราะความหมายของสื่อที่ส่งไปถึงมิได้อยู่ที่ตัวอักษร รูปภาพ หรือคำพูดเท่านั้น แต่อยู่ที่ผู้รับสื่อจะมีการตีความสื่อที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเอง หรือตามทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ สภาวะอารมณ์ และแรงจูงใจในขณะนั้น
- 4) การเลือกจดจำ (Selective Retention) หลังจากที่บุคคลเลือกให้ความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติ ความสนใจและความเชื่อของตนเอง แล้วบุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเอาไว้ในประสบการณ์ ในขณะเดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจของตนเองซึ่งเท่ากับเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติและความเชื่อดั้งเดิมของผู้รับสารมั่นคงขึ้น

ในการศึกษาเรื่องพฤติกรรมกาารเปิดรับสื่อ เหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจหรือตั้งใจรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมาจากปัจจัยหลายอย่างดังนี้

- Individual Differences บุคคลแต่ละคนมีพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อ เพื่อสนองความต้องการของตนเองที่แตกต่างกัน



แอตคิน (Atkin:1973) กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับสื่อใดนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างรางวัลตอบแทน(Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา นั่นคือ ถ้าผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่ได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมที่จะแสวงหาสื่อนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่ได้รับน้อยกว่า บุคคลก็จะเพิกเฉยต่อข้อมูลจากสื่อนั้น (Information Ignoring) หรือในกรณีที่บุคคลเห็นว่าสื่อนั้นจะก่อให้เกิดภาวะผูกพัน บุคคลก็จะหลีกเลี่ยงการรับสื่อนั้น (Information Avoidance) และในบางครั้ง บุคคลอาจต้องยอมรับสื่อที่ทั้งที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding) ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงในการลงทุนลงแรงในการรับสื่ออื่นๆ

- Social Categories บุคคลจะเลือกรับสื่อใดๆหรือเลือกรับข้อมูลจากสื่อใดๆนั้นย่อมเป็นไปตามสถานภาพและบทบาททางสังคม ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องหรือตรงตามสถานภาพและบทบาททางสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิกอยู่

- Social Network ความสัมพันธ์ทางสังคมของบุคคลแต่ละคน จะมีความเกี่ยวเนื่องกับพฤติกรรมในการเลือกรับสื่อข่าวสารต่างๆที่ได้รับจากสื่อมวลชนมักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกอยู่เกี่ยวข้องด้วยเสมอ กลุ่มที่บุคคลเป็นสมาชิกและมีความสัมพันธ์นั้น แบ่งเป็นกลุ่มปฐมภูมิและกลุ่มทุติยภูมิ โดยกลุ่มปฐมภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่บุคคลมีความใกล้ชิดด้วยมาก เพราะเป็นกลุ่มของครอบครัว เพื่อนสนิทจะเป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลในการเป็นตัวแทรกหรือตัวกำหนดมากกว่า กลุ่มทุติยภูมิซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อยกว่า เช่นการที่บุคคลจะเชื่อในข้อมูลข่าวสารใดๆหรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือและการไต่ถามความคิดเห็นคนใกล้ชิดที่สนิทสนม ซึ่งอิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า "อิทธิพลของบุคคล" (personal influence)

## ลักษณะการเปิดรับสื่อของผู้รับสาร

พรทิพย์ วรภิกษโกคาทร (2529) ได้สรุปถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารว่า ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะ ดังต่อไปนี้

1. เลือกสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์นั้นจะใช้ความพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้ยากมากๆ มักไม่ได้รับการเลือก แต่ถ้าสามารถได้มาไม่ยากนักมักจะเลือกสิ่งนั้น เช่นเดียวกับสื่อผู้รับสารจะเลือกสื่อที่ไม่ต้องใช้ความพยายามมากเช่นในชนบทประชาชนส่วนใหญ่จะเปิดรับสื่อวิทยุกระจายเสียงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะตนเองสามารถจัดหาวิทยุมาได้ง่ายกว่าสื่ออื่น เป็นต้น
2. เลือกสื่อที่สอดคล้อง (Consistency) กับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อและทัศนคติของตน เช่น นิสิตนักศึกษา และนักวิชาการ มักนิยมอ่านหนังสือพิมพ์มติชนหรือสยามรัฐ มากกว่าหนังสือพิมพ์อื่น เพราะหนังสือพิมพ์ดังกล่าวให้ข่าวสารสาระความรู้ ในแง่วิชาการที่สอดคล้องกับตน
3. เลือกสื่อที่ตนสะดวก (Convenience) ปัจจุบันผู้รับสารสามารถเลือกรับสื่อได้ทั้งทางวิทยุ โทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และสื่อบุคคล แต่ละคนจะมีพฤติกรรมการเลือกรับสื่อที่แตกต่างกันตามที่ตนสะดวก เช่นบางคนนิยมรับฟังข่าวสารทางวิทยุกระจายเสียงขณะขับรถ บางคนชอบนั่งหรือนอนชมวิทยุโทรทัศน์ บางคนชอบอ่านหนังสือในห้องสมุด เป็นต้น
4. เลือกสื่อตามความเคยชิน (Accustomedness) ปกติจะมีกลุ่มบุคคลกลุ่มหนึ่งในทุกสังคมที่จะไม่ค่อยเปลี่ยนแปลงการรับสื่อที่ตนเคยรับอยู่ ซึ่งมักพบในบุคคลที่มีอายุมาก เช่น เคยฟังวิทยุเป็นประจำมักจะไม่สนใจวิทยุโทรทัศน์ หรือสื่ออย่างอื่น เป็นต้น
5. ลักษณะเฉพาะของสื่อ จากที่กล่าวมาทั้งสี่ข้อนั้นเป็นความต้องการสื่อของผู้รับสารเป็นหลัก แต่ในข้อนี้กลับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของสื่อที่มีผลต่อการเลือกสื่อของผู้รับสาร เช่น ลักษณะเด่นของหนังสือพิมพ์ คือสามารถให้ข่าวสารในรายละเอียดดีกว่า ราคาถูก และสามารถนำติดตัวไปได้ทุกหนแห่งหรือวิทยุโทรทัศน์ ทำให้เห็นภาพเป็นจริงได้ ไร้ใจ มีความรู้สึกเหมือนอยู่ร่วมในเหตุการณ์ มีแสงสีดึงดูดใจ ในขณะที่ดูวิทยุโทรทัศน์สามารถพักผ่อนริยาบพได้สบาย เป็นต้น

## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วิภา อุดมฉันท (2544) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "ผลกระทบของสัญญาณวิทย์และโทรทัศน์ข้ามพรมแดนระหว่างไทย-ลาว" โดยการศึกษาวิจัยมุ่งศึกษาทัศนคติและผลกระทบของสื่อกระจายเสียงข้ามวัฒนธรรมพบว่าฐานะทางเศรษฐกิจที่เหนือกว่าทำให้สื่อกระจายเสียงของไทยได้เปรียบลาว นอกจากนี้ความแตกต่างด้านระบบการเมืองยังทำให้สื่อทั้งสองระบบแตกต่างกันส่งผลให้รายการของไทยมีลักษณะตามใจตลาดและสามารถสร้างแรงดึงดูดผู้ชมได้มากกว่าสื่อของลาวที่ถูกกำหนดให้ทำหน้าที่ทางการเมือง

การวิจัยการเปิดรับสื่อลาวของประชาชนไทยตามแนวชายแดน พบว่า ประชาชนไทยในจังหวัดชายแดนที่อยู่ในบริเวณที่รับคลื่นวิทยุจากลาวได้ ร้อยละ 80.3 เคยรับสื่อลาว แต่เป็นการรับโดยบังเอิญ ในจำนวนนี้มีเพียงร้อยละ 4.25 ที่ระบุว่าตั้งใจเปิดรับ เช่นสื่อมวลชนที่เปิดรับเพื่อดูความเปลี่ยนแปลงในสื่อลาว ส่วนประชาชนดูหรือฟังเป็นบางครั้ง เมื่อเห็นรายการบางอย่างแปลกกว่ารายการของไทยหรือชมการถ่ายทอดสดการแข่งขันกีฬาเพราะไม่มีโฆษณามารบกวน ถึงอย่างไรก็ตามคนไทยที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อจากลาวยังไม่อาจจัดได้ว่าเป็นผู้รับสารที่แท้จริงตามความหมายที่ยอมรับกันทั่วไป ส่วนสื่อจากไทย รายการวิทยุและโทรทัศน์ของไทยสามารถเข้าถึงประชาชนลาวได้ประมาณ ร้อยละ 70-75 แต่ที่สำคัญคือ ร้อยเปอร์เซ็นต์ของคนลาวที่มีเครื่องรับวิทยุและโทรทัศน์ คือผู้รับสื่อไทยที่แท้จริง

นอกจากนี้งานวิจัยยังได้ชี้ให้เห็นถึงผลกระทบของสื่อกระจายเสียงไทยที่มีต่อระบบเศรษฐกิจการเมือง ภาษา วัฒนธรรม รวมถึงผลกระทบต่อระบบกระจายเสียงของลาวด้วย

ศุภางค์ นันตา (2542) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "การเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากสปป.ลาวของผู้รับสารตามแนวชายแดนไทย" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับสภาพของสัญญาณวิทย์-โทรทัศน์จากสปป.ลาวที่ข้ามเข้ามายังชายแดนไทย และเพื่อศึกษาการเปิดรับสื่อลาวของผู้รับสารตามแนวชายแดนไทย รวมถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสนใจในรายการวิทยุ-โทรทัศน์ลาว การศึกษาวิจัยนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือการบันทึกเทปรายการวิทยุ-โทรทัศน์ลาว และในการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่าง จังหวัดหนองคาย, จังหวัดมุกดาหาร, จังหวัดอุบลราชธานี รวมทั้งหมด 1,200 คน และใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึกกลุ่มตัวอย่างที่แท้จริงที่เปิดรับสื่อลาว พบว่า

1. สัญญาณวิทยุ-โทรทัศน์ของลาวที่ข้ามมายังชายแดนไทยได้แก่ สัญญาณจากเวียงจันทน์ข้ามเข้ามายังจังหวัดหนองคาย สัญญาณจากสะหวันนะเขตข้ามเข้ามายังจังหวัดมุกดาหาร สัญญาณจากจำปาสักข้ามเข้ายังจังหวัดอุบลราชธานี
2. รูปแบบรายการของสื่อลาวจะมุ่งเน้นให้สาระความรู้ ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม มีรายการบันเทิงน้อย รูปแบบรายการยังไม่ดึงดูดใจเท่าที่ควร ด้วยเหตุที่ ขาดแคลนเทคโนโลยี และบุคลากรด้านการผลิต
3. จุดเด่นของสื่อลาวคือไม่มีโฆษณา และเน้นเนื้อหาที่ให้ประโยชน์แก่ผู้ชม ผู้ฟัง
4. รายการวิทยุและโทรทัศน์ของลาวที่คนไทยนิยมรับ คือรายการประเภทบันเทิง เช่นเพลง ลูกทุ่ง หมอลำ ภาพยนตร์ต่างประเทศ
5. กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากลาว โดยไม่ได้ตั้งใจเปิดรับ เปิดรับโดยความบังเอิญ คิดเป็นร้อยละ 76.92 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับ หรือไม่เคยเปิดรับ คิดเป็นร้อยละ 19.67 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายที่กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากลาว โดยไม่ได้ตั้งใจเปิดรับ เปิดรับโดยความบังเอิญ คิดเป็นร้อยละ 76.92 กลุ่มตัวอย่างที่ไม่เปิดรับ หรือไม่เคยเปิดรับ คิดเป็นร้อยละ 19.67 ในขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเป้าหมายที่แท้จริงที่ตั้งใจเปิดรับสื่อลาว มีจำนวนน้อยเพียงร้อยละ 3.41
6. ปัจจัยที่เป็นเหตุผลให้กลุ่มตัวอย่างตั้งใจเปิดรับสื่อลาว ได้แก่ ปัจจัยด้านภาษา เนื้อหารายการของลาวบางรายการสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย ปัจจัยด้านเทคนิคของสถานีวิทยุและโทรทัศน์ของไทย รวมถึงความต้องการของผู้รับสารเอง

เสียงฝน รัตนพรหม (2545) ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง "การเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์จากประเทศมาเลเซียของผู้รับสารตามแนวชายแดนไทย" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแบบแผนพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อวิทยุและโทรทัศน์มาเลเซียของประชาชนตามแนวชายแดนไทย รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์มาเลเซีย

พบว่า

1. กลุ่มตัวอย่างคนไทยมุสลิม เป็นกลุ่มที่มีพฤติกรรมเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์มาเลเซียมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96 โดยแบ่งเป็น ผู้ตั้งใจเปิดรับวิทยุมาเลเซียร้อยละ 28.7 และผู้ตั้งใจเปิดรับโทรทัศน์มาเลเซียร้อยละ 42.7 รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างคนไทยพุทธเชื้อสายจีนที่มีพฤติกรรม

เปิดรับ ร้อยละ 70.7 โดยแบ่งเป็นผู้ตั้งใจเปิดรับวิทยุมาเลเซียร้อยละ 13.3 และผู้ตั้งใจเปิดรับโทรทัศน์มาเลเซียร้อยละ 24

2. กลุ่มตัวอย่างคนไทยพุทธเชื้อสายไทยมีจำนวนน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.3 โดยแบ่งเป็นผู้ตั้งใจเปิดรับวิทยุมาเลเซียร้อยละ 9.3 และผู้ตั้งใจเปิดรับโทรทัศน์มาเลเซียร้อยละ 20
3. ประเภทรายการวิทยุที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเปิดรับได้แก่ กลุ่มตัวอย่างคนไทยมุสลิมเปิดรับรายการเพลงภาษามาเลเซียมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างคนไทยพุทธเชื้อสายจีนเปิดรับรายการเพลงภาษาจีนมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างคนไทยพุทธเชื้อสายไทย เปิดรับรายการประเภทเพลงภาษาอังกฤษมากที่สุด
4. ประเภทรายการโทรทัศน์ที่กลุ่มตัวอย่างระบุว่าเปิดรับได้แก่ กลุ่มตัวอย่างคนไทยมุสลิมเปิดรับรายการเกี่ยวกับศาสนาอิสลามมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างคนไทยพุทธเชื้อสายจีนเปิดรับรายการประเภทภาพยนตร์จีนและละครจีนมากที่สุด และกลุ่มตัวอย่างคนไทยพุทธเชื้อสายไทย เปิดรับรายการประเภทภาพยนตร์ฝรั่งมากที่สุด
5. ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อวิทยุ-โทรทัศน์มาเลเซียของกลุ่มตัวอย่างคนไทยทั้ง 3 กลุ่ม คือ ปัจจัยเรื่องรูปแบบเนื้อหารายการวิทยุ-โทรทัศน์มาเลเซีย ปัจจัยเรื่องโฆษณา ปัจจัยเรื่องสภาพสัญญาณวิทยุ-โทรทัศน์ และปัจจัยเรื่องภาษา นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างคนไทยมุสลิมและคนไทยพุทธเชื้อสายจีน ยังระบุถึงปัจจัยเรื่องความต้องการของผู้รับสารด้วย