

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้ารวบรวมเอกสารเพื่อใช้เป็นแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อ

2.1.1 ความหมายของการเปิดรับสื่อ

การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญของการดำรงชีวิตตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำคัญที่ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของบุคคลที่อยู่ทั้งในชุมชนเดียวกันและที่อยู่ห่างไกลกันคนละซีกโลกสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารซึ่งทำให้การสื่อสารมีความเชื่อมต่อให้โลกเรามีความใกล้ชิดเป็นหนึ่งเดียวกันมากขึ้น

โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสังคมเคลื่อนเข้าสู่คลื่นลูกที่ 4 มีการพัฒนารูปแบบสังคมการปกครองทางด้านเศรษฐกิจ และอุตสาหกรรม การสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทสำคัญยิ่ง สามารถที่จะทำกิจกรรมที่กำหนดไว้บรรลุวัตถุประสงค์ได้เป็นอย่างดี

วิลเบอร์ชแรมม์ (Wilbur Schramm, 1978 : 13 อ้างในพีระ จิระโสภณ, 2542 : 632) กล่าวว่า โดยทั่วไปบุคคลมักจะเลือกรับสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุดหรือหมายถึงสะดวกในการรับรู้มากที่สุด และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนมากที่สุด

ในการเลือกรับรู้ข่าวสาร แคลปเปอร์ (Klapper, 1960, pp.19-25) กล่าวว่าผู้รับสารมีกระบวนการกระบวนการเลือกสรรข่าวสารที่แตกต่างกันไป จากประสบการณ์ ความเชื่อ และทัศนคติ ฯลฯ ซึ่งกระบวนการในการเลือกสรรนี้ เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ประกอบด้วยกรกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2542 : 636-638)

1. การเลือกรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure) กล่าวคือบุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อและข่าวสารต่างๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหาและเป็นข้อมูลเพื่อสนองความต้องการของตน นอกจากบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้นๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อ ทัศนคติ และความสนใจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสบายใจและความพึงพอใจในการเปิดรับข่าวสาร

2. การเลือกรับรู้ และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) กล่าวคือ เมื่อบุคคลเปิดรับข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่งผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความสารที่ได้ตามความเข้าใจของตนเอง ทัศนคติ ประสบการณ์ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจของตน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ หลังจากที่เราเลือกเก็บ เลือกความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนที่ต้องการจำเข้าไปไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป ในขณะที่เดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจหรือไม่เห็นด้วย

ชาร์ลส์แอทกิน (Atkin, 1973 : 15) ได้กล่าวถึงการเปิดรับข่าวสารที่เป็นการรับรู้ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมและเป็นคนที่มีความทันสมัยกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย แต่อย่างไรก็ตามการที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเปิดรับข่าวสารมากอาจไม่ทำให้บุคคลนั้นเป็นคนที่รู้มากเสมอไป และการเปิดรับข่าวสารน้อยก็ไม่ได้ทำให้มีความรู้่น้อยเสมอไป

นอกจากนี้ Willbur Schramm และ Atkin ยังได้กล่าวถึงการเปิดรับสื่อของผู้รับสารไว้ในลักษณะเดียวกันว่า ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) และสะดวกในการเปิดรับมากที่สุด รวมทั้งเป็นสื่อที่ผู้รับสารเปิดรับเป็นประจำด้วย

กาญจนา แก้วเทพ (2545 : 306) ระบุในการเปิดรับสารของผู้รับสารนั้น คนเรามีความตั้งใจที่จะแสวงหาข่าวสารเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในทางใดทางหนึ่ง เช่น เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ เมื่อมีความตั้งใจที่แน่อนการเข้าไปใช้สื่อจึงไม่ใช่กิจกรรมที่ทำไปตามยถากรรมหรือไร้เป้าหมาย หากแต่เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมาย

2.1.2 ประเภทของสื่อที่เปิดรับข่าวสาร

ประมะ สตะเวทิน(2539:35) ได้กล่าวว่าคอมพิวเตอร์อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่ทันสมัยมากที่สุด ในปัจจุบัน เพราะความหลากหลายของข้อมูลข่าวสาร การให้ข้อมูลที่ทันสมัย เป็นแหล่งความรู้ที่กว้างขวางซึ่งในปัจจุบันคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมีบทบาทในชีวิตของเรามากขึ้น เช่น ใช้ในการสื่อสารข้อมูลในด้านสังคมโลก วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละภาค ทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อการสื่อสารที่สะดวกรวดเร็ว ประชาชนสามารถหาความรู้ได้ในยุคของข้อมูลข่าวสาร ช่องทางของข่าวสารที่ได้รับเป็นทั้งการโฆษณา (Advertising) และเป็นการประชาสัมพันธ์ (Public relation) ที่ใช้สื่อต่างๆ เป็นช่องทาง(Channel) สื่อที่เรานึกถึงอยู่ตลอดเวลา คือสื่อทุกชนิดต้องมีจิตวิทยา (Psychology) และสังคมวิทยา

เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้อธิบายความหมายของสื่อประเภทต่างๆ ไว้ดังนี้

1. สื่อบุคคล เป็นสื่อที่สามารถใช้สื่อสารได้สองทาง มีการโต้ตอบกันได้แต่มักเป็นไปในวงแคบ การสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Media) มีลักษณะ ดังนี้

1.1มนุษย์ยอมเชื่อบุคคลที่มีความสำคัญต่อชีวิตของคน เช่น เชื่อพ่อแม่ เชื่อครู เชื่อสามี เชื่อลูก คนเหล่านี้เรียกว่า บุคคลที่มีความสำคัญต่อชีวิต (Significant other) มนุษย์เราทุกคนต้องมีบุคคลเหล่านี้อยู่ในใจ ซึ่งเป็นเรื่องของสังคมวิทยา (Sociology) ทำให้การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นสื่อสำคัญลำดับแรกของการสื่อสารทั้งหมด สามารถชนะทุกๆ สื่อ แต่ถ้าเมื่อไรคนไม่ชนะสื่ออื่นๆ บุคคลนั้นต้องพิจารณาตนเอง แสดงว่า ตนเองไม่เป็นบุคคลสำคัญของคนนั้น เพราะเขามองข้ามเราไป แล้วเอาสื่อมาสำคัญกว่าชีวิตของเรา

1.1มนุษย์เราให้คุณให้โทษ (Sanction) หมายความว่าถ้าเขาไม่เชื่อเรา เราสามารถโกรธเขาได้ แต่สื่อโกรธเราไม่ได้ เช่น แม่บอกให้เราไปซื้อสินค้ายี่ห้อหนึ่งเราไม่ซื้อ แม่สามารถโกรธเรา

ได้ แต่ถ้าสื่อวิทยุ โทรทัศน์นิตยสาร บอกให้เราซื้อแต่เราไม่ซื้อสินค้านั้น สื่อเหล่านี้ก็ทำอะไรเราไม่ได้ ส่วนนี้เรียกว่าความสามารถทางด้านสังคม (Social ability)

2. สื่อสารมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์วิทยุ หนังสือพิมพ์ และนิตยสาร

2.1 สื่อโทรทัศน์ มีหลักสังคมวิทยา คือ

- สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อที่เคลื่อนที่ไม่ได้ (Immovable) ทั้งในบ้านและนอกบ้าน เช่น เราเสียบสายอากาศ กับเครื่องรับไว้อย่างเหมาะสมแล้ว พอไม่อยากจะเห็นไปห้องอื่นๆ ก็อาจทำให้ภาพไม่ชัดเจน เมื่อเทียบกับวิทยุแล้ว โทรทัศน์เป็นสื่อที่อยู่คงที่ อยู่ติดที่มากกว่า ส่วนวิทยุสามารถเคลื่อนย้ายไปไหนมาไหนก็ได้

- สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อครอบครัวมากกว่า (Family media) คือการดูโทรทัศน์จะไม่ดูคนเดียว แต่จะดูกับสมาชิกคนอื่นๆ ของครอบครัว ดังนั้นสินค้าที่สมาชิกในครอบครัวใช้ จึงเหมาะที่จะสื่อสารทางโทรทัศน์

2.2 สื่อวิทยุ มีลักษณะดังนี้

- เป็นสื่อเฉพาะบุคคล (Personal media) ฟังคนเดียวได้ไม่เหมือนกับสื่อโทรทัศน์
- เป็นสื่อที่ถูกเคลื่อนย้ายได้ (Movable) จะนำไปไหนได้สะดวก

2.3 สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่เสนอเรื่องราวได้ฉับไว (Immediate media) กว่าสื่ออื่นๆ มีทั้งหนังสือพิมพ์ในท้องถิ่น หนังสือพิมพ์เชิงปริมาณและหนังสือพิมพ์เชิงคุณภาพมีลักษณะดังนี้

- เป็นสื่อเพื่อส่องมองชนคิด

- เป็นสื่อที่นำเสนอเรื่องราวได้ฉับไว แต่ในปัจจุบันสื่อวิทยุไม่ได้แล้ว และถูกใช้เป็นปฏิทินของชีวิต (Calendar) คือ ตอนเช้าทุกวันก่อนออกจากบ้าน ไปทำงานจะตรวจสอบว่าในวันนี้มีอะไรเกิดขึ้นแค่ไหน เป็นลักษณะของการติดตามข่าว

- เป็นสื่อที่ไม่เก็บเป็นข้ออ้างอิง (Reference) เพราะเป็นสื่อแบบวันต่อวัน (Day by day media) เมื่ออ่านแล้วก็ทิ้ง

2.4 สื่อนิตยสาร มีลักษณะดังนี้

- เป็นสื่อเพื่อส่องมองที่ชวนให้คิดเหมือนกับหนังสือพิมพ์

- เป็นสื่อที่นิยมนำไปอ่านในห้องนอน (Bed time medium)

- เป็นสื่อยามรอคอยที่มีความเป็นส่วนตัวสูง (Waiting-time personal medium)

- เป็นสื่อที่ค่อนข้างไม่มีกำหนดเวลา (Timeless) หมายความว่า จะนำขึ้นมาอ่านเมื่อใดก็ได้ แม้เวลาจะผ่านไป 3-4 เดือนแล้วก็ตาม แต่หนังสือพิมพ์ที่ออกเมื่อ 3 เดือนที่แล้วจะไม่มีใครนำมาอ่านอีก เป็นต้น

- เป็นสื่อที่ควรค่าแก่การเก็บ จะเปิดอ่านอีกเมื่อไรก็ได้

3. สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น Internet E-mail ซึ่งมีข้อดี คือ ให้ข้อมูลข่าวสารได้มาก มีภาพสามมิติ มีการเคลื่อนไหว มีภาพเสมือนจริง มีลูกเล่นมาก แต่มีข้อเสีย คือมีราคาสูง จำนวนผู้รับสาร อยู่ในวงแคบ จึงเป็นสื่อเพื่อสนองภาพพจน์มากกว่า

แนวคิดของ Wilbur Schramm (1973) ว่าด้วยองค์ประกอบในด้านต่างๆ ของการเลือกเปิดรับสารของผู้รับสาร มีดังนี้

1. การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสาร เนื่องจากผู้รับสารแสวงหาข่าวสารเพื่อสนอง

จุดประสงค์ของตนอย่างใดอย่างหนึ่ง การประเมินสารประโยชน์ของข่าวสารจึงช่วยให้ผู้รับสารได้เรียนรู้ว่าข่าวสารมีประโยชน์ที่แตกต่างกัน จึงก่อให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงอุปนิสัยและรูปแบบการแสวงหาข่าวสาร

2. ประสบการณ์ เนื่องจากผู้รับสารย่อมมีประสบการณ์เกี่ยวกับข่าวสาร วัตถุ สิ่งของ ฯลฯ แตกต่างกันไป ประสบการณ์เป็นตัวแปรที่ทำให้ผู้รับสารแสวงหาข่าวสารแตกต่างกัน
3. ภูมิหลังที่แตกต่างกัน จะทำให้ผู้รับสารมีความสนใจในสื่อที่แตกต่างกัน
4. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกาย และจิตใจของคนจึงมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล
5. บุคลิกภาพ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสาร ซึ่งมีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติ การสนใจ และพฤติกรรมของผู้รับสาร
6. ความสามารถในการรับสาร ทั้งสภาพร่างกายและจิตใจของคนจะมีส่วนสัมพันธ์กับความสามารถในการรับข่าวสารของบุคคล
7. อารมณ์สภาพทางอารมณ์ของผู้รับสารแต่ละคนเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้รับสารเข้าใจความหมายของข่าวสาร หรืออาจเป็นอุปสรรคต่อความเข้าใจความหมายในข่าวสารของผู้รับสาร
8. ทัศนคติ เป็นตัวแปรที่กำหนดการรับ และการตอบสนองข่าวสารหรือสิ่งเร้าต่างๆ ด้วยการแสดงออกมาทางพฤติกรรมของผู้รับสารที่มีต่อข่าวสารแต่ละประเภทที่พบ ทัศนคติของผู้รับสารเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ เมื่อทัศนคติเปลี่ยนไป การรับข่าวสารและการตอบสนองต่อข่าวสารก็จะแตกต่างกันไปด้วย

ตัน ตันท์สุทธีวงศ์ และคณะ (2539 : 12) ได้กล่าวว่า ในช่วง พ.ศ. 2533 คอมพิวเตอร์ที่ต่อเข้ากับอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน โดยเพิ่มจากหลักแสนเป็นหลักล้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเริ่มมีการใช้งานอินเทอร์เน็ตทางด้านธุรกิจ สิ่งที่มีผลกระตุ้นให้อินเทอร์เน็ตขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงหลัง ๆ ก็คือ เทคโนโลยีการสื่อสารซึ่งมีความเร็วในการรับส่งข้อมูลสูงชัน และมีราคาถูกลงทำให้การเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตจากประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่ง จนถึงการเชื่อมต่อเครือข่าย

อาดัมส์ (Adams, 1977:162-167) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่วรรณกรรมและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับ คือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ ซึ่งอาจจะจัดส่งไปยังกลุ่มเป้าหมายโดยทางไปรษณีย์ นอกจากนี้การปิดโปสเตอร์ตามชุมชนต่างๆ การจัดนิทรรศการ การสาธิต ก็เป็นการใช้สื่อเฉพาะกิจที่มีประสิทธิภาพในการรณรงค์เผยแพร่ประดิษฐ์กรรมแปลก ๆ และทันสมัยในสังคมนั้นๆ

2.1.3 การวัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ

มีตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดกันส่วนใหญ่แบ่งเป็น 2 ประเภท (Me Leod & Garrett, 1972 : 21) คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อ แยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกันกับ

ปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่และการมีสื่อใกล้ตัวผู้รับสารเป็นต้น การวัดในเรื่องเวลาที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียที่ว่าคำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟัง เวลาว่างที่คนมีอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว ด้วยเหตุนี้ คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถแปลความหมายได้ในทางจิตวิทยาและมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่น และเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงเช่น วัดความถี่ของการอ่านโฆษณาหรือบทความประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานีบริการน้ำมัน ปตท. รูปแบบใหม่ ในหนังสือพิมพ์นิตยสารหรือวารสาร ความถี่ของการชมหรือฟังโฆษณาสถานีบริการน้ำมัน ปตท. ทางโทรทัศน์หรือวิทยุ เป็นต้น

แม็คไควร์(Me quail, 2000 : 55) ได้เสนอทฤษฎีการเปิดรับสื่อและการเลือกรับสารว่าการเปิดรับ (Exposure) หมายถึง การที่ประสาทสัมผัสของผู้บริโภคถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าซึ่งผู้บริโภคจะเป็นผู้เลือกเองว่าสิ่งเร้าใดตรงกับความต้องการของตนโดยจะหลีกเลี่ยงการเปิดรับสิ่งเร้าที่ตนเองไม่ต้องการไม่สนใจ และเห็นว่าไม่สำคัญ การเปิดรับสื่อ (Media Exposure) เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งต่อการสื่อสาร ซึ่งเกี่ยวกับ

ปัจจัยภายในของผู้รับสาร เช่นปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยภายนอก เช่น โอกาสในการเข้าถึงสื่อ ซึ่งประกอบด้วย การเข้าถึงสื่อในเชิงกายภาพ (Physical Accessibility) เช่น ผู้รับสารอยู่ใกล้หรือไกลจากข่าว และสื่อการเข้าถึงสื่อในเชิงเศรษฐกิจ และการเข้าถึงสื่อในเชิงสังคม-วัฒนธรรม (Socio-Accessibility)

แม็คไควร์ (Me quail, 2000 : 56) ได้เสนอว่าแบบแผนการเปิดรับสื่อซึ่งส่งผลกระทบต่อกระบวนการสื่อสารมี 2 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงเครื่องมือ (Instrumental Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับสารผู้รับสารตั้งใจเจาะจงจะเปิดรับ โดยมีจุดมุ่งหมายว่าจะนำเอาข่าวสารไปใช้ประโยชน์บางอย่าง
2. พฤติกรรมการรับสื่อเชิงพิธีกรรม (Ritualistic/Habitual Viewing Behavior) เป็นการเปิดรับที่ไม่ได้มีเป้าหมายพิเศษไม่ได้ตั้งจุดมุ่งหมายเอาไว้ว่าจะนำเอาความรู้ไปใช้ประโยชน์อะไรเป็นการเปิดดูเพราะความเคยชินดูไปเรื่อยๆ ไม่ได้เจาะจงคาดหวังอะไรเป็นพิเศษทั้งนี้ สามารถจำแนกพฤติกรรมการเปิดรับได้เป็น 3 รูปแบบ ดังนี้

1. การแสวงหาข้อมูล (Information Seeking) คือ การที่บุคคลแสวงหาข่าวสาร เพื่อต้องการให้เรื่องใดเรื่องหนึ่งมีความคล้ายคลึงกับเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง

2. การเปิดรับข้อมูล (Information Receptivity) คือ การที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อต้องการข้อมูลที่ตนเองสนใจและอยากรู้ เช่น การรับฟังรายการวิทยุที่ตนเองชื่นชอบ

3. การเปิดรับประสบการณ์ (Experience Receptivity) เป็นการที่บุคคลเปิดรับข่าวสารเพื่อตอบสนองความต้องการกระทำหรือความต้องการเรียนรู้บางอย่างโดยทางหนึ่งหรือเพื่อผ่อนคลายอารมณ์

พรทิพย์ วรกิจโกศาทร (2530 : 243) ได้ให้ข้อเสนอเพิ่มเติมในประเด็นของการเปิดรับสื่อและการเลือกสื่อไว้ว่า ผู้รับสารจะเลือกรับสื่อตามคุณลักษณะดังนี้

1. เลือกรับสื่อที่สามารถจัดหาได้ (Availability) ธรรมชาติของมนุษย์จะใช้เวลาพยายามเพียงระดับหนึ่งเท่านั้น อะไรที่ได้มายากก็มักจะไม่ได้รับการเลือก ดังนั้น ผู้รับสารจึงเปิดรับสื่อที่ตนไม่

ต้องใช้ความพยายามมากนัก เป็นสื่อที่จัดหามาได้ง่ายกว่าสื่ออื่นๆ

2. เลือกเปิดรับสื่อที่สอดคล้องกับตนเอง (consistency) ผู้รับสารจะเลือกเปิดรับสื่อที่มีความสอดคล้องกับความรู้ ค่านิยม ความเชื่อ ทศนคติ และพฤติกรรมของตนเอง

3. เลือกรับสื่อที่สะดวกและนิยม (Convenience and Preferences) ผู้รับสารจะเปิดรับสื่อที่ตนเองมีความสะดวก เช่น ผู้รับสารบางคนต้องใช้เวลาในการเดินทางอยู่บนรถยนต์ดังนั้นสื่อที่สะดวกในการเปิดก็คือวิทยุ เป็นต้น

4. เลือกรับสื่อตามความเคยชิน (Accustomed) ผู้รับสารบางคนจะติดอยู่กับการเปิดรับสื่อเดิมๆที่ตนเปิดรับอยู่เป็นประจำ ซึ่งมักพบในบุคคลที่มีอายุมากที่รับสื่อใดซ้ำๆ และไม่สนใจสื่อใหม่ๆ

5. เลือกเปิดรับสื่อตามลักษณะเฉพาะของสื่อ (Characteristic of Media) คุณลักษณะของสื่อมีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร เช่น บางคนชอบที่จะเปิดรับข่าวสารในสถานที่ต่างๆ ก็จะมีผลต่อการเลือกเปิดรับสื่อของผู้รับสาร เช่น บางคนชอบที่จะเปิดรับหนังสือพิมพ์ในขณะที่บางคนชอบสื่อที่มีภาพและเสียงก็จะนิยมสื่อโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ เป็นต้น

การศึกษาของ ออลพอร์ต และโพสค์แมน (Allport & Postman, 1967 : 88) พบว่าผู้รับสารมักถ่ายทอดข่าวสารไปยังคนอื่นๆ ไม่ครบถ้วนเหมือนที่รับมา เนื่องจากแต่ละคนเลือกจดจำเฉพาะส่วนที่เห็นว่ามีน่าสนใจเท่านั้น ส่วนข่าวสารที่เหลือมักจะถูกลืมหรือไม่นำมาถ่ายทอดต่อทั้งนี้ แคลปเปอร์ (Klapper, 1960 : 33) กล่าวว่า ความพร้อมที่จะจดจำสารมักเกิดขึ้นแก่คนที่สนใจและพร้อมจะเข้าใจ และพร้อมที่จะลืมสาร เมื่อไม่สนใจจะรับรู้และไม่พร้อมจะเข้าใจ ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารที่เราได้รับจึงเป็นการช่วยเสริมให้ทัศนคติหรือความเชื่อเดิมของเรามีความมั่นคงมากขึ้น และเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น การรับรู้ในลักษณะต่างๆ ดังต่อไปนี้อาจส่งผลการสื่อสารได้เช่นกัน ได้แก่

1. การรับรู้แบบเหมารวม (Stereotype) หรือการมองไม่เห็นความแตกต่าง คือมองว่าสิ่งต่างๆ เหล่านั้นเหมือนกันหมด เช่นมองว่าผู้หญิงทุกคนอ่อนแอเหมือนกัน ซึ่งมีสาเหตุมาจากธรรมชาติของคนที่มีกจัดสิ่งต่างๆ ออกเป็นหมวดหมู่เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำ โดยดูว่าสิ่งใดมีลักษณะคล้ายกันก็จัดเข้าไว้เป็นประเภทเดียวกัน การทำเช่นนี้อยู่เสมอจึงทำให้มองแต่ความเหมือนหรือความคล้ายคลึงจนไม่สามารถแยกแยะความแตกต่างระหว่างสิ่งต่างๆ ได้ ทั้งสิ่งที่อยู่ประเภทเดียวกันก็มีเอกลักษณ์ของตนที่แตกต่างกันไปจากสิ่งอื่น ซึ่งทำให้เกิดทัศนคติ อคติ ความเชื่อ และค่านิยมที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารได้

2. การรับรู้แบบมีอคติหรือความโน้มเอียง (Bias) คือ การรับรู้โดยไม่พิจารณาจากข้อมูลที่เป็นจริง แต่ใช้ความรู้สึกส่วนตัวเป็นเครื่องตัดสินความถูกผิดของข้อมูล เช่น มองว่าเพื่อเป็นฝ่ายถูกเสมอและมองศัตรูว่าเป็นฝ่ายผิดเสมอ ทั้งๆ ที่ในความเป็นจริงไม่มีใครทำผิดตลอดและไม่มีใครทำถูกตลอด การรับรู้เช่นนี้จึงเบี่ยงเบนข่าวสารที่ได้รับไปในทิศทางที่ตนพอใจเท่านั้น

3. การรับรู้ แบบสุดขั้ว (Black or White) เป็นการมองหรือตัดสินอะไรบางอย่างเด็ดขาดไม่มีการประนีประนอม เห็นว่าอะไรมีเพียง 2 ลักษณะซึ่งมีความแตกต่างอย่างตรงข้ามไม่มี จุดกึ่งกลางระหว่างความแตกต่างทั้ง 2 ด้านนั้นเช่นมองว่าคนไม่ดีคือคนเลวคนไม่สวยคือคนชั่วเหี้ย เป็นต้นการรับรู้เช่นนี้จะจำกัดความคิดและสกัดกั้นทางเลือกที่เหมาะสมในการแก้ปัญหา รวมทั้งทำให้ไม่สามารถเปิดรับความคิดเห็นที่แตกต่างไปจากความคิดของตนได้

4. การรับรู้แบบแช่แข็ง (Freezing Retention) คือการที่เรายึดมั่นถือมั่นในความคิดและความเชื่อของเราทั้งหลาย ที่ในความเป็นจริงแล้วทุกสิ่งทุกอย่างในโลกมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เป็นการที่เห็นสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วจะรับรู้ในสถานะของสิ่งนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลง แม้ในความเป็นจริงอาจมีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นแล้วก็ตาม อาทิ เห็นว่าสุนัขเป็นสัตว์ดุร้ายน่ากลัว แม้จะพบสุนัขป่วยหนัก ไม่มีเรี่ยวแรงก็ยังมองว่าน่ากลัวอยู่

จากการศึกษาทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อและการเลือกรับสาร และทฤษฎีกระบวนการเลือกเปิดรับสาร เห็นถึงความคล้ายคลึงกันในการอธิบายพฤติกรรมการเปิดรับสื่อว่า การเปิดรับสื่อของผู้บริโภคเกิดขึ้นอย่างเป็นกระบวนการและเป็นระบบซึ่งการรับรู้ที่เกิดขึ้นย่อมที่จะผ่านการคัดเลือกรับจากประสบการณ์ของผู้ที่รับสาร

ทฤษฎีที่สำคัญของเดอ เฟลอร์ (De Fleur, 1966) เกี่ยวกับเรื่องนี้มีด้วยกัน 3 ทฤษฎี คือ (อ้างในพีระ จิระโสภณ, 2542 : 645)

1. ทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคล (Individual Differences Theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่าผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยาเช่น ทักษะคิด ค่านิยมและความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือการตีความข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกันไม่มีความสอดคล้องกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคล มีดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาค หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกชุบเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
- จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดทัศนคติ ค่านิยม และความเชื่อที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยา

ที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กล่าวคือ ลักษณะบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลจะมีอิทธิพลต่อผลการรับรู้ข่าวสาร

2. ทฤษฎีกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวไว้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบแต่สื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมนั้นได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิฐานะ เป็นต้น จึงทำให้ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกันมักจะมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมในทางเดียวกัน

3. ทฤษฎีความสัมพันธ์ทางสังคม (Social Relations Theory) เป็นทฤษฎีที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างผู้รับสารกับบุคคลอื่นในสังคม ในลักษณะของกลุ่มปฐมนิเทศหรือกลุ่มทุติยภูมิโดยกลุ่มปฐมนิเทศที่มีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกับเพื่อนสนิท เพื่อนร่วมงาน หรือคนในครอบครัว และวงศาคณาญาติ จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารมากกว่ากลุ่มทุติยภูมิ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความใกล้ชิดน้อย

กว่า ข่าวสารต่างๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชน มักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือหรือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิดอิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า “อิทธิพลของบุคคล” (Personal Influence)

จากเนื้อหาข้างต้นสรุปได้ว่า ในการเปิดรับสารของผู้รับสาร สารนั้นๆ จะต้องเป็นสารที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสาร และเป็นสื่อที่สอดคล้องกับสื่อที่ผู้รับสารมีการเปิดรับอยู่เป็นประจำ ดังนั้นการผลิตสื่อใดๆ ก็ตามควรเลือกสื่อที่อยู่ในความสนใจ และความต้องการของผู้รับสารเป็นสำคัญ การเปิดรับสื่อและการจดจำจึงเกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายผู้รับสาร นั้นหมายถึงว่า การสื่อสารสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว จังหวัดจันทบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการให้คนมาท่องเที่ยวเพื่อชมความงามของธรรมชาติขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ และผู้ประกอบการในพื้นที่ที่มาให้บริการแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกสบาย จึงต้องมีการสื่อสาร ข้อมูลออกไปให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ด้วยการเปิดรับสื่อที่นักท่องเที่ยวมีการเปิดรับอยู่เป็นประจำ

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อศึกษาหาข้อมูลการเปิดรับสื่อของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวที่วนอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลั่ว จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยจึงได้ กำหนดสื่อที่เป็นปัจจัยการเปิดรับสื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนด้านตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเปิดรับจากสื่อบุคคล การเปิดรับจากสื่อสิ่งพิมพ์ และการเปิดรับจากสื่อทางอินเทอร์เน็ต

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับผลกระทบทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อหาความสนุกสนานการประชุม การสัมมนาเพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมญาติมิตร (นิคม จารุมณี. 2544 : 1)

การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการคือ

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ปรีชา แดงโรจน์ (2544 : 29) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ซึ่ง

กระทำเพื่อผ่อนคลายตึงเครียดจากการทำงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

2.2.2 ความหมายของทรัพยากรการท่องเที่ยว

ราณี อิลิซัยกุล (2548:165-169)ได้กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีสะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่

มีลักษณะเด่นและสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจจำแนกได้หลาย

ประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และมีความงดงามตามธรรมชาติ มีความโดดเด่นทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยาและระบบป่าไม้ที่หลากหลาย เช่นภูเขา น้ำตก ชายหาด เกาะแก่ง ปะการัง สัตว์ และพรรณพืช เป็นต้น ธรรมชาติที่ใช้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวจะอยู่ในรูปของภูมิทัศน์ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1.1 ภูมิประเทศ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

- เทือกเขาสูงที่มีหุบเขา สันเขา ยอดเขา ไหล,เขา หน้าผา ถ้ำ บ่อน้ำพุร้อน รวมอยู่ด้วย เช่น เทือกเขาถนนธงชัย เทือกเขาหลวงพระบาง เป็นต้น
- ภูเขาสูง หรือ ดอยที่นิยมเรียกกันในภาคเหนือ เช่น ดอยอินทนนท์ ภูกระดึง ภูหลวง เป็นต้น
- ภูเขาหินปูนที่ก่อให้เกิดถ้ำ และหินงอกหินย้อย เช่นถ้ำพระยานคร ถ้ำลอด เป็นต้น
- ภูเขาหินทรายที่มีหน้าผา เสาหิน เช่นภูเรือที่มีหน้าผาสถาบัน ป่าหินงามที่จังหวัดชัยภูมิที่มี เสาหินเป็นจำนวนมาก
- ภูหินแกรนิตที่เป็นภูเขาสูงมีป่าไม้ปกคลุมทึบ บนภูเขามักมีน้ำตก สัตว์ป่า เช่น เขาสอยดาว เขาสระบาป เขาเขี้ยว เขาหลวงจังหวัดนครราชสีมา เป็นต้น
- หุบเขาที่มีความแคบและความสูงชันของหน้าผาทั้งสองข้างของหุบเขาและเบื้องล่างจะมีร่องน้ำไหลตลอดเวลา ที่ใช้เป็นเส้นทางปีนป่าย หรือเดินป่าและจุดชมวิว เช่น หุบเขาแม่แจ่ม หุบเขาแม่ฮ่องสอน หุบเขาแม่สะเรียง เป็นต้น เข่งเขาที่เป็นที่สะสมของตะกอน ที่ลงมาจากเทือกเขาในอดีต ก่อให้เกิดเป็นเนิน โคน และสัน เช่น สันป่าตอง สันกำแพง สันทราย เป็นต้น
- ที่ราบที่เป็นที่สะสมของแหล่งน้ำ เช่น คลอง แม่น้ำ หนอง บึง หาด เป็นต้น

1.2 ภูมิอากาศ มีผลต่อการท่องเที่ยวในเรื่องของอุณหภูมิและความชื้นของบรรยากาศ เพราะอุณหภูมิที่พอเหมาะและแสง สีของบรรยากาศและแสง สีบนท้องฟ้าทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวมีชีวิตชีวาสนุกสนานขึ้น เช่นฤดูหนาวในประเทศไทยช่วยให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเย็นสบาย ฤดูฝนจะเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากฝนตกฉ่ำฉะ แต่เหมาะแก่การเที่ยวหน้าตก เป็นต้น

1.3 แหล่งน้ำ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ได้แก่

- ชายหาดและอ่าว เช่น หาดทรายบนแผ่นดินและในเกาะต่าง ๆ เช่น หาดแม่รำพึง หาดเพ ในเกาะเสม็ด เกาะพะงัน เกาะสมุย เป็นต้น
- เกาะและหมู่เกาะ เช่น เกาะภูเก็ต เกาะเต่า เกาะสิมิลัน เกาะช้าง เป็นต้น
- ปะการังเป็นแหล่งท่องเที่ยวใต้ทะเล เช่นที่หมู่เกาะสิมิลันหมู่เกาะสุรินทร์ หมู่เกาะชุมพร เป็นต้น โบราณคดีใต้น้ำ ในท้องทะเลมีซากเรือจมอยู่มากมาย เรือเหล่านี้เป็นเรือพาณิชย์ที่แล่นค้าขาย ใน อดีตซากเรือโบราณ จึงเป็นทรัพยากรที่มีค่าของชาติและกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับประดาน้ำ

1.4 พืชพรรณและป่าไม้ ก่อให้เกิดการท่องเที่ยว แบบการเดินป่า ที่ทำให้การพักผ่อนหย่อนใจและทำให้รู้จักชนิดพืชพรรณและสัตว์ป่า แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยึดป่าไม้ เป็นหลักและ

มีการจัดการที่เป็นระบบจะอยู่ในรูปของอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ และเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนสถาน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นและมีความสำคัญในฐานะเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนาที่แสดงถึงอารยธรรมท้องถิ่น มีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือน ทรัพยากรประเภทนี้สามารถแบ่งย่อยออกเป็น 2 ประเภท

2.1 โบราณสถานและโบราณวัตถุ

โบราณสถาน หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ซึ่งโดยอายุและลักษณะแห่งการก่อสร้างหรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของอสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือ โบราณคดี

ทั้งนี้ให้รวมถึงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และอุทยานประวัติศาสตร์ด้วย เช่น เมืองโบราณ พระราชวัง

พระตำหนัก อนุสาวรีย์ กำแพงเมือง เป็นต้น

โบราณวัตถุ หมายถึง สสังหาริมทรัพย์ที่เป็นของโบราณไม่ว่าจะเป็นสิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ หรือเคยเป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถาน ซากมนุษย์ หรือซากสัตว์ ซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสังหาริมทรัพย์นั้นเป็นประโยชน์ในทางศิลปะ ประวัติศาสตร์ หรือโบราณคดี เช่น ซากมนุษย์ ซากสัตว์ ภาพเขียน งานศิลปะ เครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องประดับของคนโบราณ ศิลปจารึก เป็นต้น โบราณวัตถุมักพบเห็น อยู่ในโบราณสถานจึงมักเรียกทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยรวมกันว่าเป็นโบราณวัตถุสถาน

2.2 ศาสนสถาน

ศาสนสถาน หมายถึง สถานที่แสดงลัทธิความเชื่อความศรัทธาของมนุษย์ที่มีต่อศาสนาอันมีหลักสำคัญ เช่น แสดงกำหนดและความสิ้นสุดของโลกหรือแสดงหลักธรรมเกี่ยวกับบุญบาป รวมทั้งสถานที่ประกอบพิธีกรรมตามความเห็นหรือตามคำสั่งสอนในความเชื่อนั้นๆ ศาสนสถานเป็นสถานที่ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและจริยธรรมจึงกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวมักมีจุดประสงค์เพื่อไปศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศาสนาเพื่อประกอบพิธีกรรมทางศาสนา หรือเพื่อเยี่ยมชมสักการะ เพื่อความสงบในจิตใจ เช่น วัด โบสถ์ วิหาร มัสยิด สถานที่จารึกแสงบุญ สถานที่เพื่อเคารพสักการะเป็นต้นนอกจากนี้ในศาสนสถานยังมีการค้นพบโบราณวัตถุสำคัญทางศาสนา เช่น พระพุทธรูป เทวรูป รูปปั้น พระเยซู จิตรกรรมฝาผนัง เป็นต้น สถานที่สำคัญทางศาสนาพุทธมีเป็นจำนวนมากในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยเป็นเมืองพุทธศาสนา เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม เป็นต้น

2.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

ได้แก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์และถ่ายทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบัน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่น วิถีความเป็นอยู่ สภาพบ้านเรือน ภาษา การแต่งกาย การละเล่น กวี ดนตรี ศิลปะ และขนบธรรมเนียมต่างๆ รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ประเพณี งานเทศกาล พิธีกรรม เป็นต้น

นอกเหนือจากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นรูปธรรมที่กล่าวถึงแล้ว ยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรมที่แสดงออกด้านความคิดที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นชนเผ่า เป็นต้น โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี แบ่งย่อยได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

3.1 แหล่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่

แหล่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงลักษณะความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น เช่น สภาพบ้านเรือนที่อยู่อาศัยที่นักท่องเที่ยวผู้สนใจสามารถศึกษาลักษณะความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชน โดยตนเองไม่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วม ได้แก่ การเยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขา ชุมชนท้องถิ่น เช่น หมู่บ้านแม้ว หมู่บ้านอีค้อ ในภาคเหนือของประเทศไทย หมู่บ้านชาวกูยจังหวัดยะลา เป็นต้น หรือการเข้าไปมีส่วนร่วมอยู่อาศัย เช่น พักค้างในโฮมสเตย์ ในหมู่บ้านคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช หมู่บ้านปลายโพงพาง จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นต้น

3.2 แหล่งศิลปวัฒนธรรมและประเพณี

วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง สิ่งที่ดีงามและมีคุณค่า ซึ่งคนในสังคมประเพณีปฏิบัติ หรือแสดงออกมาซ้ำกันเป็นลักษณะที่เป็นขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปกรรมอันมีทั้งเป็นรูปธรรมและนามธรรมที่ควรแก่การอนุรักษ์ วัฒนธรรมเป็นลักษณะที่แสดงถึงความเจริญงอกงาม ความเป็นระเบียบเรียบร้อย ความกลมเกลียว และศีลธรรมอันดีของประชาชน วัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจ คือวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนาซึ่งเป็นเรื่องราวทางพุทธประวัติและนิทาน อธิบายหลักธรรมที่นำมาพัฒนาเป็นการปฏิบัติประจำจนเป็นที่ยอมรับของคนในสังคม เช่น ประเพณีการแห่เทียนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ประเพณีบวชนาค ประเพณีชักพระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี งานสารทเดือนสิบจังหวัดนครศรีธรรมราช งานตักบาตรเทโว จังหวัดอุทัยธานี เป็นต้น

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทมนุษยสร้างขึ้น

ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการสร้างกิจกรรมใหม่หรือ ปรับปรุงดัดแปลงเพื่อให้สถานที่มีความหลากหลายในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทมนุษยสร้างขึ้นแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทย่อย ดังนี้

4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม

เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สร้างขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวไปเพื่อเรียนรู้สิ่งและสภาพการณ์ต่าง ๆ รอบตัวเกี่ยวกับสัตว์ พืช หรือระบบนิเวศ ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่

4.1.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสัตว์วิทยา ได้แก่ สวนสัตว์เปิดและสวนสัตว์เปิด เช่น สวนสัตว์เปิดเขาเขียว จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานภาครัฐ หรือสถานที่ของภาคเอกชน เช่น ซาฟารีเวิลด์ โอเอซิส ซี เวิลด์ และสวนผีเสื้อต่างๆ เป็นต้น

4.1.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤกษศาสตร์ ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวของภาครัฐ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวของกรมวิชาการเกษตร เช่น ศูนย์วิจัยเกษตรหลวงเชียงใหม่ (ขุนวาง) สถานีทดลองเกษตรที่สูง ศูนย์บริการท่องเที่ยวเกษตรบ้านร่องกล้า แหล่งท่องเที่ยวของกรมส่งเสริมการเกษตร เช่น ศูนย์บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวเกษตรบ้านมณีพฤกษ์ จังหวัดน่าน ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวขององค์การสวนพฤกษศาสตร์ กรมป่าไม้ เช่น สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ จังหวัดเชียงใหม่ สวนรวมพรรณไม้ป่า 60 พรรษามหาราชนิคม รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวโครงการหลวง เช่น

สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีวิจัยหลวงอินทนนท์ และแหล่งท่องเที่ยวองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ เช่น สวนป่าแม่แจ่ม สวนป่าเขากระยาง ตลอดจนสวนสาธารณะ เช่น สวนหลวง ร.9 เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤกษศาสตร์ที่เป็นของภาคเอกชน เช่น สวนกล้วยไม้ สวนกุหลาบ สวนสมุนไพรรวม สัม ไวก้านันจูล และไร่ป๊อ เป็นต้น

4.1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาความรู้ทั่วไป เป็นพิพิธภัณฑ์สถานที่เก็บรวบรวมศิลปะและวิทยาศาสตร์ ทั้งที่เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่อยู่ในความดูแลของกรมศิลปากร และพิพิธภัณฑ์สถานของเอกชน เช่น พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย เมืองโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานมานุษยวิทยาของสยามสมาคม เป็นต้น

4.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อความสุขสนานเพลิดเพลินและความบันเทิง

4.2.1 สวนสนุกและสถานที่ชมทิวทัศน์ เช่น ดรีมเวิลด์ สวนสยาม และสถานที่ชมทิวทัศน์ที่ชั้นบนของโรงแรมไบฮกสกาย เป็นต้น

4.2.2 สถานบันเทิงและสถานที่ซื้อสินค้า เช่น สถานบันเทิงยามค่ำคิน ไนต์คลับ ดิสโก้เธค โรงละคร โรงภาพยนตร์ ศูนย์หัตถกรรม และตลาดนัด เป็นต้น

2.2.3 ความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

เสาวภา มีถาวรกุล (2548 :213-214) ได้อธิบายถึงความสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทางธรรมชาติ ด้วยเหตุผล ดังนี้ 1.การพัฒนาในยุคที่ผ่านมาเป็นการพัฒนาที่เน้นหนักในด้านเศรษฐกิจ และความเจริญก้าวหน้าทางอุตสาหกรรมวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีทำให้มีการนำทรัพยากรธรรมชาติมาใช้เพื่อประโยชน์ทางการผลิตทางธุรกิจและเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ จนเกินขอบเขตทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ ร่อยหรอเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนาที่ผ่านมาจึงได้ก่อให้เกิดปัญหามลพิษ(pollution)

เช่น มลพิษทางน้ำ มลพิษทางอากาศ มลพิษทางเสียง มลพิษทางดิน มลพิษทางอุณหภูมิ และปัญหาสารพิษตกค้าง ในอาหาร ยิ่งพัฒนาสิ่งแวดล้อมยิ่งถูกทำลายทรัพยากรธรรมชาติยิ่งเสื่อมโทรม 2.การพัฒนาในยุค ที่ผ่านมามีได้คำนึงถึงปัญหาสิ่งแวดล้อมและปัญหาสังคมได้ก่อให้เกิดผลเสียหายหลายประการ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ผลกระทบต่อทุกคนที่อยู่บนโลกนี้ทำให้คุณภาพชีวิตและสุขภาพอนามัยของประชาชนเสื่อม

ทรามลง โรคภัยไข้เจ็บมีมากขึ้นผลผลิตทางเกษตรโดยเฉพาะอาหารลดลง มีภัยธรรมชาติเพิ่มขึ้น และรุนแรงยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอุทกภัยและวาตภัย 3.การพัฒนาในยุคที่ผ่านมาจึงเป็นการพัฒนาที่ไม่ถูกต้องหากไม่ ดำเนินการแก้ไข มนุษยชาติอาจจะต้องประสบความพินาศ และไม่อาจดำรงชีวิตอยู่ได้ จึงมีขบวนการเคลื่อนไหวสังคมแนวใหม่ คือการพัฒนาแบบยั่งยืน (sustainable development) เพื่อหาทางออกของปัญหาและความเสียหายที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาในยุคที่ผ่านมา และเพื่อพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมคุณภาพชีวิตสำหรับมวลชาติและอนุชนในอนาคตสืบไป

จากเหตุผลดังกล่าว ทำให้การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติจึงมีความ สำคัญ ดังนี้

1.การแก้ไขความเสียหายเป็นการนุ้พัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อแก้ไข

ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติโดยอาจจะทำการกำหนดพื้นที่ที่มีสภาพธรรมชาติ

และสิ่งแวดล้อมที่ควรอนุรักษ์และพัฒนา เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า วนอุทยาน เขตสงวนเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้การดำเนินการต่างๆ ในพื้นที่นั้นจะต้องมีความระมัดระวังมากยิ่งขึ้นไม่ให้เกิดปัญหาต่างๆ นอกจากนี้สำหรับพื้นที่ที่เกิดปัญหามลพิษ และจะส่งผลกระทบต่อความเสียหายด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อม ก็สามารถกำหนดเขตควบคุมมลพิษได้ด้วยการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อระดมกำลัง ความสามารถในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมทั้งทางกายภาพและทางสังคมให้เกิดความสำเร็จได้ และจากการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ก็จะเป็นการทำให้เกิดความมั่นคงก้าวหน้า ทำให้ชีวิตและสังคมดีขึ้น มีความสงบสุขมากขึ้น มีความปลอดภัยมากขึ้น มีปัญหาความทุกข์ยากต่างๆ ลดลง โดยมีความเจริญทั้งทางวัตถุและความเจริญจิตใจ จึงจะเป็นการพัฒนาที่สมบูรณ์ การกระทำใดๆ หากไม่เกิดผลดีดังกล่าวแก่ชีวิตและสังคม ก็กล่าวไม่ได้ว่าเป็นการพัฒนา

2.การยกระดับคุณภาพชีวิตเป็นการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่จะช่วยในการแก้ไข

ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมและสังคม โดยการสนับสนุนค่านิยมที่มีการส่งเสริมให้มีมาตรฐานการบริโภค

ทรัพยากรที่ไม่ฟุ่มเฟือยที่อยู่ในขอบขีดความสามารถของระบบนิเวศที่จะรองรับได้นอกจากนี้หน่วยงาน ที่รับผิดชอบต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้และเห็นความสำคัญในด้านการรักษาและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรืออาจจะจัดโครงการรณรงค์รักษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยขอความร่วมมือจากเยาวชน ประชาชนเจ้าของท้องถิ่นและผู้ประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องร่วมกันบำเพ็ญ ประโยชน์รักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

3.การทำให้เกิดความยั่งยืน เป็นการบ่งพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อแก้ไข ปัญหา ความเสียหายจากการพัฒนา โดยการบ่งที่จะตอบสนองความต้องการของคนในรุ่นปัจจุบัน และต้องให้เกิดความ ความยุติธรรมระหว่างชนรุ่นต่อไปโดยมีภาระหน้าที่รับผิดชอบในอนาคตที่ต้องมอบมรดกทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมในปริมาณและคุณภาพที่ไม่ด้อยกว่ายุคปัจจุบันและต้องให้เกิดความยุติธรรมระหว่างชนรุ่นเดียวกัน นอกจากนี้หน่วยงานของรัฐได้ให้ความสำคัญกับเรื่องสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งระดับของการจัดทำ

แผนหลักเพื่อพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแต่ละแผนพัฒนาได้ระบุถึงการรักษาคุณภาพ

ของสภาพธรรมชาติในแต่ละแหล่งไว้อย่างชัดเจน พร้อมทั้งระบุสภาพปัญหาข้อเท็จจริงแนวทางการดำเนิน การป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านผลกระทบของการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

2.2.4 ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรธรรมชาติ

วรรณ ศิลป์อาษา (2548 : 167-169) ได้อธิบายถึงผลกระทบของทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. ผลกระทบทางด้านบวกของการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

1.1 กระตุ้นให้เกิดความตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากร เนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวหลัก จึงทำให้ประชาชนในท้องถิ่นเกิดความรู้สึกรักหวงแหนและตระหนักในคุณค่า

ของสิ่งที่ตนมีอยู่

1.2 กระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น เมื่อเห็นคุณค่าของทรัพยากร ท้องถิ่นจะช่วยกันรักษาสภาพภูมิทัศน์ให้อยู่ในสภาพที่ดีเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยรายได้จากการท่องเที่ยวจะถูกนำกลับมาสนับสนุนการรักษาสิ่งแวดล้อมต่อไป

1.3 กระตุ้นให้เกิดการฟื้นฟูและเสริมคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ประชาชนจะร่วมมือกันฟื้นฟูทรัพยากรที่อาจเคยเสื่อมโทรมให้กลับมาดีขึ้น เพื่อใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด

1.4 กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเติบโตของการท่องเที่ยวช่วยให้นำไปสู่การพัฒนาระบบสาธารณูปโภค เช่น ถนน ไฟฟ้า ประปา ซึ่งทำให้ท้องถิ่นเจริญขึ้น และผลักดันให้คนในชุมชนร่วมกันปลูกต้นไม้และป้องกันปัญหาความเสื่อมโทรมของพื้นที่

1.5 กระตุ้นให้เกิดการศึกษาค้นคว้าหาแนวทางรักษาสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการวิจัยและหาแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการจัดการทรัพยากร รวมถึงการออกกฎหมายมาควบคุมและป้องกันมิให้แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติต้องเสื่อมโทรม

2. ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ด้านลบ)

เมื่อการท่องเที่ยวเกิดขึ้น มิได้ส่งผลดีเพียงด้านเดียว แต่ยังส่งผลกระทบอันเป็นผลเสียหรือปัญหาต่อทรัพยากรธรรมชาติ ดังนี้

2.1 ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและปัญหามลภาวะ การเติบโตอย่างรวดเร็วจนเป็นอุตสาหกรรมทำให้แหล่งท่องเที่ยวสูญเสียความสมดุล เกิดปัญหาขยะ สิ่งปฏิกูล น้ำเน่าเสีย และมลภาวะทางเสียงจากยานพาหนะหรือสถานบันเทิง ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งสัตว์ป่าและพืชพรรณธรรมชาติ

2.2 การก่อสร้างอาคารและสิ่งปลูกสร้างที่ไม่เหมาะสม การเร่งสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวที่นิยมสูง เช่น ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ มักขาดการควบคุมเรื่องรูปแบบและความสูง ทำให้เกิดทัศนอุจาด ไม่กลมกลืนกับธรรมชาติ และเกิดความแออัดของร้านค้าหาบเร่แผงลอยที่วางอย่างไร้ระเบียบ

2.3 การทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยวจากกิจกรรมต่างๆ กิจกรรมของนักท่องเที่ยวอาจส่งผลโดยตรงต่อระบบนิเวศ เช่น การทิ้งสมอเรือทำลายแนวปะการัง การรบกวนพื้นที่วางไข่ของสัตว์น้ำ การทิ้งขยะลงทะเล หรือการหลุดตัวของหน้าดินจากการท่องเที่ยวแบบทัวร์ป่า

2.4 การบุกรุกที่สาธารณะประโยชน์ มีการจับจองพื้นที่ป่าภูเขาหรือป่าชายเลนโดยผิดกฎหมายเพื่อสร้างที่พักและร้านอาหาร มีการรื้อล้างแหล่งน้ำหรือชายหาดสาธารณะเพื่อสร้างรีสอร์ทสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว อันเป็นการทำลายทรัพยากรป่าไม้และพื้นที่อนุรักษ์

2.5 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานโดยไม่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม การพัฒนาที่ไม่สอดคล้องกับธรรมชาติอาจทำให้เสียสมดุลระบบนิเวศ เช่น การถมทะเล การตัดถนนซิดขายฝั่งหรือผ่านป่าชายเลน การระเบิดหิน หรือการสร้างเขื่อนที่ก่อให้เกิดการพังทลายของดินและตะกอนในแหล่งน้ำ

สรุป จากแนวคิดข้างต้นเห็นได้ว่าผลกระทบมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ผู้วิจัยจึงได้นำปัจจัยผลกระทบทางด้านลบมาเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวของอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว จังหวัดจันทบุรี ในฐานะตัวแปรตามของการวิจัยครั้งนี้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดเห็น

2.3.1 ความหมายของความคิดเห็น

กฤษณี มหาริรุฬห์ (2531) กล่าวว่า ความคิดเห็นเป็นการแสดงออกด้านความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกเชื่อที่อาจไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของความแน่นอนหรือความจริงเสมอไป แต่ขึ้นอยู่กับจิตใจของบุคคลที่จะแสดงออกโดยมีเหตุผลสนับสนุนเพื่อปกป้องความคิดนั้น ซึ่งเป็นผลมาจากการแปลความหมายของข้อเท็จจริงตามคุณสมบัติเฉพาะตัว เช่น พื้นความรู้ ประสบการณ์ และอารมณ์ โดยการแสดงออกนี้อาจได้รับการยอมรับหรือปฏิเสธจากผู้อื่นก็ได้

ในขณะที่ นพมาศ ธีระเวคิน (2534) ให้ทัศนะว่า ความคิดเห็นเป็นสิ่งที่มนุษย์แสดงออกเพื่อสะท้อนถึงสิ่งที่อยู่ในใจ จึงเป็นที่นิยมในการสำรวจประชามติ (Polling) เพื่อศึกษาการแสดงออกของประชาชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประสาท หลักศิลา (2541) ที่สรุปว่าความคิดเห็นเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ในชีวิตประจำวัน โดยมีภูมิหลังทางสังคมเป็นตัวกำหนดการตอบสนองต่อเหตุการณ์ต่างๆ เช่น ระดับการศึกษาที่ส่งผลต่อความเชื่อและทัศนคติที่แตกต่างกัน

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2546) เสริมว่า ความคิดเห็นถือเป็นการแสดงออกทางทัศนคติที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ และพร้อมจะมีปฏิกิริยาต่อสถานการณ์ภายนอก โดยอิทธิพลที่มีต่อมติมหาชนนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ ได้แก่ ภูมิหลังทางสังคม กลุ่มอ้างอิงที่มีความสนใจร่วมกัน และระดับความกระตือรือร้นของกลุ่มคน

นวลจันทร์ ทัศนชัยกุล (2547) สรุปความหมายไว้ว่า ความคิดเห็นคือการแสดงออกของบุคคลต่อสิ่งของหรือสถานการณ์ในช่วงเวลาหนึ่ง โดยมีพื้นฐานมาจากประสบการณ์ สภาพแวดล้อม และความรู้สึกของแต่ละคน ซึ่งอาจแสดงออกในทางบวกหรือลบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้

2.3.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็น

นวลจันทร์ ทัศนชัยกุล (2547) สรุปปัจจัยสำคัญไว้ 2 ส่วน คือ ปัจจัยจากตัวบุคคล ได้แก่ สติปัญญา การศึกษา ประสบการณ์ และค่านิยมที่ได้รับจากการอบรม และปัจจัยเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การพบปะสังสรรค์ อิทธิพลของกลุ่ม รวมถึงการเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากสื่อมวลชนประเภทต่างๆ

2.3.3 ประเภทของความคิดเห็น

สัตตยา กระแสร์ชล (2538) จำแนกได้เป็น 2 ประการ คือ ความคิดเห็นเชิงบวกสุด-เชิงลบสุด (Extreme Opinion) ซึ่งเป็นความรู้สึกที่รุนแรงและเปลี่ยนแปลงยาก เช่น ความรักหรือความรังเกียจ และความคิดเห็นจากความรู้ความเข้าใจ (Cognitive Contents) ซึ่งเป็นความเห็นที่ขึ้นอยู่กับระดับความรู้ความเข้าใจที่มีต่อสิ่งนั้นๆ

2.3.4 การวัดความคิดเห็น

การวัดความคิดเห็นมักใช้เครื่องมือประเภทแบบสอบถามหรือแบบสัมภาษณ์ โดยนิยมใช้มาตรวัดของ Likert Scale ซึ่งแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่งจนถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง เพื่อใช้เป็นตัวบ่งชี้หรือทำนายพฤติกรรมของบุคคลในอนาคต

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยของ กมลชนก น้อยสวรรค์ (2557) ศึกษาการเปิดรับสื่อเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

ชาวจีนต่อการประชาสัมพันธ์ฟาร์มโคนมไทย-เดนมาร์ก พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับสื่อจากเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และแผ่นพับมากกว่าสื่อวิทยุหรืออินเทอร์เน็ต โดยมีความคิดเห็นต่อการประชาสัมพันธ์ในภาพรวมระดับเห็นด้วย โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงปศุสัตว์ และพบว่าการเปิดรับสื่อที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญ

งานวิจัยของ นายสุชาย เวสารัชชระกุล (2557) ศึกษาการเปิดรับสื่อกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการจัดการท่องเที่ยวปางอุ่ง พบว่าสื่อที่มีอิทธิพลคือสื่อบุคคลจากผู้ที่เคยไปมาแล้ว นิติสารท่องเที่ยว และ Facebook โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่งในด้านการจัดการทรัพยากรให้สอดคล้องกับธรรมชาติ และพบว่าการเปิดรับสื่อจากบุคคล สิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ตที่ต่างกัน ทำให้มีความคิดเห็นแตกต่างกัน

งานวิจัยของ สุรสิทธิ์ ตรีทอง (2556) ศึกษาการเปิดรับสื่อกับความตระหนักของประชาชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวปางอุ่ง พบว่าประชาชนเปิดรับสื่อจากเจ้าหน้าที่โครงการพระราชดำริและวิทยุชุมชนเป็นหลัก โดยมีความตระหนักต่อการมีส่วนร่วมในระดับมาก โดยเฉพาะเรื่องการตรวจตราความปลอดภัยและการดูแลรักษาความสะอาด และพบว่าปัจจัยด้านการศึกษาและรายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อระดับความตระหนักอย่างมีนัยสำคัญ

งานวิจัยของ บุญชัย จาตุรงค์สาโรช (2555) ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารและความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติป่าหินงาม พบว่านักท่องเที่ยวเปิดรับข่าวสารจากบุคคลที่เคยไปเที่ยว หนังสือพิมพ์ และโทรทัศน์ช่องฟรีทีวี โดยมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในภาพรวมระดับเห็นด้วย โดยให้ความสำคัญกับด้านแหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมสูงที่สุด