พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่น ที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

นางสาวปิยะธิดา นีละคุปต์

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน ภาควิชาการสื่อสารมวลชน
คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2546

ISBN 974 – 17 – 5706 – 9

ลิขสิทธิ์ของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TELEVISION INFORMATION SEEKING OF THE JAPANESE RESIDING IN THAILAND

Ms. Piyatida Nilakup

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfilment of the Requirements

for the Degree of Master of Arts in Mass Communication

Department of Mass Communication

Faculty of Communication Arts

Academic Year 2003

ISBN 974 – 17 – 5706 – 9

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย
โดย	นางสาวปิยะธิดา นีละคุปต์
สาขาวิชา	การสื่อสารมวลชน
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีคณะนิเทศศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร. สุรพล วิรุฬห์รักษ์)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปนัดดา ธนสถิตย์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท์)

..... กรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปิยะธิดา นีละคุปต์ : พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย (TELEVISION INFORMATION SEEKING OF THE JAPANESE RESIDING IN THAILAND)
อาจารย์ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท์ , 120 หน้า ISBN 974 –17 –5706 – 9

การทำวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย และอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นในการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมีความต่างกันในเรื่องของอาชีพ และระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย จำนวน 265 คน จาก 300 คน ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักระเบียบวิธีวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ซึ่งประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ผลการวิจัยพบว่า คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย มีอุปสรรคในเรื่องของภาษาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในการเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ไทย และคนญี่ปุ่นเห็นว่า ในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว ตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอ และไม่ค่อยมีความจำเป็นเท่าที่ควรเมื่อเทียบกับทางช่อง UBC และช่องNHK จึงมีผลทำให้คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย เลือกที่จะเปิดรับชมและแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ทางUBC และช่องNHK มากกว่าที่จะเปิดรับจากสถานีโทรทัศน์ไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาควิชา	การสื่อสารมวลชน	ลายมือชื่อนิสิต _____
สาขาวิชา	การสื่อสารมวลชน	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา _____
ปีการศึกษา	2546	ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม _____

4385248828 : MAJOR MASS COMMUNICATION

KEY WORD : TELEVISION INFORMATION SEEKING OF THE JAPANESE RESIDING IN THAILAND

PIYATIDA NILAKUP. TELEVISION INFORMATION SEEKING OF THE JAPANESE RESIDING IN THAILAND. THESIS ADVISOR : ASSOC. PROF. VIPHA UTAMACHANT. 120 pp. ISBN 974 – 17 – 5706 – 9

The object of this thesis aiming to study at the television information seeking of 265 Japanese residing in Thailand by different occupation and staying period inThailand. By using quantity research method as a tool with questionnaire and analyze the data by SPSS program on percentage.

The concluding results of this study found that the Japanese residing in Thailand had many problem (obstacles) in language difficulty , especially in watching and seeking the required information from Thai television stations. For Japanese residing in Thailand , Thai television stations cannot provide as much news and information that they required as UBC and NHK stations. So they choose to watch these 2 stations rather than watching Thai television stations.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Department Mass Communication Student's signature _____

Field of study Mass Communication Advisor's signature _____

Academic 2003 Co-advisor's signature _____

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงได้ หากผู้วิจัยไม่ได้รับความกรุณาจากท่านรองศาสตราจารย์ วิภา อุตมฉันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้ให้โอกาสและกรุณาสละเวลาอันมีค่า รวมถึงได้ให้คำแนะนำที่ดีตลอดเวลา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปนัดดา ธนสถิตย์ ที่ได้สละเวลาอันมีค่าและให้ความกรุณาในการเป็นประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ รวมทั้งท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ขวัญเรือน กิติวัฒน์ ที่ได้ให้ความเมตตาและสละเวลาอันมีค่าในการเป็นกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

นอกจากนั้นผู้วิจัยยังได้รับความร่วมมือ คำแนะนำ และความช่วยเหลือต่างๆเป็นอย่างดีจากพี่โจ้-ธนพงษ์ วุฒิขจรเวทย์ รวมถึงอาจารย์Yuyama Ms. Fujii พี่ชีวและคนญี่ปุ่นทุกคน รวมถึงกำลังใจและแรงใจจากเพื่อนๆพี่ๆทุกโดยเฉพาะปลา, ต้อง, บอมบ์, วี, เอี่ยว ในท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคุณพ่อประโยชน์ และคุณแม่สุทิน นีละคุปต์ ที่ได้ให้การสนับสนุนและกำลังใจรวมทั้งได้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างแก่ผู้วิจัยมาตลอดมา

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....จ
กิตติกรรมประกาศ.....ฉ
สารบัญ.....ช
สารบัญตาราง.....ฌ

บทที่ 1 : บทนำ
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....1
1.2 ปัญหานำวิจัย.....7
1.3 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....7
1.4 สมมติฐานของการวิจัย.....7
1.5 ขอบเขตการวิจัย.....7
1.6 ข้อตกลงเบื้องต้น.....7
1.7 นิยามศัพท์.....8
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....8

บทที่ 2 : แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร.....9
2.2 แนวความคิดการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร.....11
2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....13

บทที่ 3 : ระเบียบวิธีวิจัย
3.1 การวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม.....15
3.2 กลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัย.....16
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....16
3.4 การแจกแบบสอบถาม.....16
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....20

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 : พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์
ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย
4.1 ข้อมูลทั่วไป....21
4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร....25
4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์....31
4.4 ประมวลความคิดเห็นจากแบบสอบถาม....48

บทที่ 5 : ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
จากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย
5.1 ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย....49
5.2 อาชีพของคนญี่ปุ่น....60
5.3 ทักษะทางภาษาไทยของคนญี่ปุ่น....77

บทที่ 6 : สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ
6.1 สรุปผลการวิจัย....86
6.2 อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน....94
6.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย....95

รายการอ้างอิง....96
ภาคผนวก....98
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์....122

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ เพศ ของกลุ่มตัวอย่าง.....21

ตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ อาชีพ ของกลุ่มตัวอย่าง.....22

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย.....23

ตารางที่ 4 ตารางแสดงทักษะทางด้านภาษาไทย.....23

ตารางที่ 5 ตารางแสดงทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ.....24

ตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่กลุ่มตัวอย่างคิดว่าสะดวก ฉับไว ทันเหตุการณ์ และเข้าใจ.....25

ตารางที่ 7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่กลุ่มตัวอย่างใช้เป็นช่องทาง ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด.....26

ตารางที่ 8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ความต้องการเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสาร ของประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และโลก (ประเทศอื่นๆ).....27

ตารางที่ 9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ใช้ในการแสวงหา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย.....28

ตารางที่ 10 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ใช้ในการแสวงหา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น.....28

ตารางที่ 11 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ใช้ในการแสวงหา ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ โลก / ประเทศอื่นๆ.....29

ตารางที่ 12 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทข้อมูลข่าวสารที่ต้องการ มากที่สุดในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย.....30

ตารางที่ 13 ตารางแสดงโทรทัศน์ที่ใช้ในที่พักอาศัย.....31

ตารางที่ 14 ตารางแสดงภาษาที่รับฟังในขณะที่ชมโทรทัศน์ (ใน 3 อันดับแรก).....31

ตารางที่ 15 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชม มากที่สุด.....32

ตารางที่ 16 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทย ที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด.....33

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 17 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทรายการบันเทิง ทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด.....34

ตารางที่ 18 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ความชอบ - ไม่ชอบ เกี่ยวกับโฆษณาทางโทรทัศน์ไทย.....34

ตารางที่ 19 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ภาษาที่เลือกเปิดรับฟังในกรณีที่ รายการทางโทรทัศน์ไทยเปิดรับฟังได้ 2 ภาษา.....35

ตารางที่ 20 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ อุปสรรคในการฟังภาษาไทยทางโทรทัศน์.....36

ตารางที่ 21 ตารางแสดงสาเหตุที่เลือกเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย.....36

ตารางที่ 22 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการเปิดรับชมโทรทัศน์ไทย.....37

ตารางที่ 23 ตารางแสดงระดับความเพียงพอ ในการตอบสนองความต้องการ ด้านข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ไทยเพียง อย่างเดียว 38

ตารางที่ 24 ตารางแสดงความจำเป็นของ โทรทัศน์ไทย ในช่วงที่พำนัก อยู่ในประเทศไทย.....38

ตารางที่ 25 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ การแนะนำให้เพื่อน (ชาวญี่ปุ่น) เปิดรับชมโทรทัศน์ไทย.....39

ตารางที่ 26 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สมาชิก ubc เคเบิ้ลทีวี.....39

ตารางที่ 27 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ภาษาที่เปิดรับฟังทาง ubc เคเบิ้ลทีวี.....40

ตารางที่ 28 ตารางแสดง รายการข่าวทาง ubc เคเบิ้ลทีวีที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด.....41

ตารางที่ 29 ตารางแสดง รายการบันเทิงทาง ubc เคเบิ้ลทีวีที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด.....42

ตารางที่ 30 ตารางแสดง สาเหตุที่เลือกเปิดรับชมรายการบันเทิงต่างๆทาง ubc เคเบิ้ลทีวี.....43

ตารางที่ 31 ตารางแสดงระดับความเพียงพอ ในการตอบสนองความต้องการจาก ubc เคเบิ้ลทีวีเพียง อย่างเดียว.....43

ตารางที่ 32 ตารางแสดงระดับความจำเป็น ของ เคเบิ้ลทีวี ในช่วงที่พักอาศัย ในประเทศไทย.....44

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 33 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สมาชิกช่อง NHK (ช่อง 59) ของทาง ubc เคเบิ้ลทีวี.....44

ตารางที่ 34 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมในการเปิดรับชม ช่อง NHK (ช่อง 59)โดยเฉลี่ย.....45

ตารางที่ 35 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สาเหตุที่เลือกเปิดรับชมรายการต่างๆ ทางช่อง NHK (ช่อง 59).....45

ตารางที่ 36 ตารางแสดงระดับความเพียงพอ ในการตอบสนองความต้องการจาก ช่อง NHK (ช่อง 59) ทาง ubc เคเบิ้ลทีวีเพียง อย่างเดียว.....46

ตารางที่ 37 ตารางแสดงระดับความจำเป็น ของ *ช่อง NHK (ช่อง 59)* ในช่วงที่พักอาศัยในประเทศไทย.....47

ตารางที่ 38 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสื่อที่เลือกใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลในช่วง ที่พำนักอยู่ในประเทศไทย.....49

ตารางที่ 39 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศที่ต้องการ.....50

ตารางที่ 40 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทย.....51

ตารางที่ 41 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น 52

ตารางที่ 42 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศอื่นๆ.....52

ตารางที่ 43 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับประเภทข้อมูลข่าวสารที่ต้องการมากที่สุด.....53

ตารางที่ 44 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับรายการบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด.....54

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 45 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับภาษาที่รับฟังในขณะรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย.....55
ตารางที่ 46 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับภาษาที่รับฟังในขณะรับชมUBC เคเบิลทีวี.....55
ตารางที่ 47 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับความถี่ในการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย.....56
ตารางที่ 48 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย.....57
ตารางที่ 49 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางUBC เคเบิลทีวี.....58
ตารางที่ 50 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางช่อง NHK.....59
ตารางที่ 51 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสื่อที่เลือกใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลในช่วง ที่พำนักอยู่ในประเทศไทย.....60
ตารางที่ 52 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่นกับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับประเทศที่ต้องการ.....61
ตารางที่ 53 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับประเทศไทย.....62
ตารางที่ 54 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น.....63
ตารางที่ 55 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับประเทศอื่นๆ.....64

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 56 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับประเภทข้อมูลข่าวสารที่ต้องการมากที่สุด.....65
ตารางที่ 57 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด.....66
ตารางที่ 58 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับรายการบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด.....67
ตารางที่ 59 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับความถี่ในการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย.....68
ตารางที่ 60 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับความจำเป็นของสถานีโทรทัศน์ไทย.....68
ตารางที่ 61 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับความจำเป็นของUBC เคเบิลทีวี.....69
ตารางที่ 62 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับความจำเป็นของช่อง NHK.....70
ตารางที่ 63 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย.....71
ตารางที่ 64 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางUBC เคเบิลทีวี.....72
ตารางที่ 65 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางช่อง NHK.....73
ตารางที่ 66 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับความเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการ
ด้านข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว.....74
ตารางที่ 67 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับความเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการ
ด้านข้อมูลข่าวสารจากUBC เคเบิลทีวีเพียงอย่างเดียว.....75

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 68 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น
กับความเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการ
ด้านข้อมูลข่าวสารจากช่อง NHKเพียงอย่างเดียว.....76
ตารางที่ 69 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับสื่อที่เลือกใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูล
ในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย.....77
ตารางที่ 70 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศที่ต้องการ.....77
ตารางที่ 71 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ
เกี่ยวกับประเทศไทย.....78
ตารางที่ 72 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับรายการบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด.....79
ตารางที่ 73 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับความชอบโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทย.....79
ตารางที่ 74 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับภาษาที่รับฟังในขณะรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย.....80
ตารางที่ 75 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับภาษาที่รับฟังในขณะรับชม UBCเคเบิลทีวี.....81
ตารางที่ 76 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับความถี่ในการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย.....82
ตารางที่ 77 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับอุปสรรคในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย.....83
ตารางที่ 78 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับความเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการ
ด้านข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว.....84

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 79 ตารางแสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย
กับความเพียงพอต่อการตอบสนองความต้องการ
ด้านข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว.....85

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ในขณะที่การค้าการลงทุนในธุรกิจด้านต่างๆเจริญรุดหน้าไปอย่างรวดเร็ว สิ่งที่เกิดขึ้นตามมา คือ การอพยพโยกย้ายถิ่นที่อยู่ (migration) ซึ่งปัจจุบันมีผู้อพยพโยกย้ายถิ่นอยู่เป็นจำนวนไม่น้อย เนื่องจากการขยายการลงทุนออกไปในประเทศต่างๆ ทำให้ต้องมีการส่งบุคลากรของประเทศตัวเองออกไปควบคุม จัดการงานในแขนงสาขาต่างๆ เมื่อมีการอพยพโยกย้ายประเทศของตัวเองไปยังอีกประเทศหนึ่ง สิ่งที่จำเป็นได้เกิดขึ้นตามมา คือ การติดต่อสื่อสาร ซึ่งไม่ว่าจะเป็นผู้ที่อพยพโยกย้ายมาแบบประจำหรือแบบชั่วคราว ต่างก็มีความจำเป็นและความต้องการที่จะทราบ รับรู้เรื่องราวเกี่ยวกับประเทศของตัวเอง และโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องราวความเป็นไปและเหตุการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในประเทศที่ได้ย้ายเข้าไปอยู่

ในยุคปัจจุบัน เมื่อวิวัฒนาการต่างๆได้เกิดขึ้น ยังผลไปถึงเรื่องยานพาหนะที่มีทั้งรถยนต์ เครื่องบิน ฯลฯ การคมนาคม มีการสร้างถนน สะพาน เพื่อยังความสะดวกแก่การเดินทางที่ปัจจุบันกระทำได้โดยง่าย การสื่อสารที่วิวัฒนาการต่างๆทางเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาท มีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้นจึงมีผู้คนจำนวนมากที่ทำการอพยพโยกย้ายถิ่นฐาน เพื่อมาทำการค้า เพื่อมาศึกษาหาความรู้ในเรื่องที่ตนเองสนใจ สิ่งต่างๆที่เกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงไปเหล่านี้ อาจทำให้มองได้ว่าจากโลกที่เคยกว้างจนไม่สามารถไปในที่ที่ต้องการได้ จากการสื่อสารที่ทำได้โดยความยากลำบาก ได้เปลี่ยนมาเป็นโลกที่แคบลง สามารถเดินทางและรับข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็วจากที่เคยใช้เวลาเป็นเดือนเป็นปี กลับใช้เวลาเพียงเป็นวันหรือเป็นชั่วโมงหรือนาทีเท่านั้น เหตุที่ทำให้โลกดูแคบลงเป็นเพราะกระแสโลกาภิวัตน์ (globalization) ที่ทำให้เส้นกั้นพรหมแดนระหว่างประเทศหมดความหมาย ทำให้โลกปัจจุบันเป็นโลกแบบไร้พรมแดน

" การสื่อสาร " เป็นเรื่องสำคัญประการหนึ่งที่เป็นตัวเชื่อมโยงความเข้าใจต่างๆ ในสังคมให้มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน การสื่อสารมีบทบาทเป็นอย่างมากในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องการดำรงชีวิต การติดต่อกันในเรื่องของธุรกิจหรือการติดต่อกันระหว่างประเทศ ไม่ว่าจะอยู่ในประเทศตัวเอง หรืออยู่ต่างประเทศ เราจำเป็นต้องบริโภคข้อมูลข่าวสาร เพื่อ

จะได้ทันต่อเหตุการณ์และทราบถึงความเคลื่อนไหวต่างๆในสังคม รวมถึงกระแสโลกต่างๆที่ไม่เคยหยุดนิ่ง โดยเฉพาะในโลกปัจจุบันที่กำลังเปลี่ยนไปสู่ยุคของสังคมข่าวสาร ความต้องการทางด้านสังคมของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นด้านความเป็นอยู่ หรือสิ่งแวดล้อมก็ยิ่งทวีคูณขึ้น รวมทั้งความต้องการทางด้านสื่อมวลชนก็เพิ่มขึ้นด้วย

สื่อมวลชนได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนเรามากขึ้น การติดต่อสื่อสาร หรือการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆสามารถทำได้อย่างรวดเร็วจึงทำให้ผู้คนได้รับความรู้ และทราบเรื่องราวที่เกิดขึ้นในเกือบทั่วทุกมุมโลกได้โดยง่าย สื่อมวลชนสามารถช่วยให้คนที่อยู่ห่างไกลกัน และมีความแตกต่างกันในด้านวัฒนธรรมสังคมความเป็นอยู่ ได้เรียนรู้สิ่งเหล่านี้จากการเปิดรับสื่อไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และอินเตอร์เน็ต ซึ่งนับได้ว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อบุคคลหลายๆกลุ่ม เช่น กลุ่มผู้บริหารประเทศ นักธุรกิจ นักเรียน นักศึกษา หรือกลุ่มคนต่างชาติที่เข้ามาพำนักอาศัยในประเทศนั้นๆ

เป็นที่รู้กันโดยทั่วไปว่า การศึกษาด้านการดำรงชีวิตในรูปแบบวัฒนธรรมข้ามชาติ หรือการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม สามารถเปลี่ยนมุมมอง ทัศนคติและการดำเนินชีวิตได้ เราไม่สามารถอยู่ได้โดยไม่ติดต่อมีสัมพันธไมตรีกับประเทศใดได้ เพราะจะเป็นการหมายถึงการปิดกั้นตนเองจากความก้าวหน้า ที่นับวันจะมีการพัฒนาขึ้นเรื่อยๆ ในหลายๆด้าน แต่ละประเทศล้วนต้องการให้ประเทศของตนมีความทัดเทียมกับประเทศอื่น ไม่ว่าจะเป็นด้านความมีระเบียบของบ้านเมือง ด้านการท่องเที่ยว หรือด้านการค้า

ด้วยความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ทั้งทางด้านความสภาพเป็นอยู่ ทางด้านภาษาเป็นตัวก่อให้เกิดอุปสรรคในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารแก่คนต่างชาติที่เข้ามาพำนักอาศัยในประเทศนั้นๆ แต่ด้วยความจำเป็นที่ต้องบริโภคสื่อ คนต่างชาติที่เข้ามาจำเป็นต้องหาช่องทางที่จะได้มาซึ่งข้อมูลข่าวสาร ซึ่งไม่ใช่เพียงแค่ข้อมูลข่าวสารของประเทศตนเองอย่างเดียว ยังต้องรวมไปถึงเรื่องราวความเป็นไปของประเทศต่างๆและรวมถึงประเทศที่เข้ามาพำนักอาศัยด้วย เพราะโลกมีการพึ่งพาอาศัยกันของมนุษย์ และวัฒนธรรม สิ่งที่เราเผชิญอยู่คือความเป็นจริงของวัฒนธรรม ระบบนิเวศวิทยา เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาการดำเนินชีวิตแบบใหม่ๆ จึงต้องหมุนไปพร้อมกับความก้าวหน้าของมนุษย์ที่ยังจะมีต่อไปเรื่อยๆ เราต้องเรียนรู้ที่จะมองสิ่งต่างๆ ผ่านสายตาของผู้อื่น และเพิ่มเติมที่เป็นความรู้ของผู้อื่นมาไว้ในส่วนที่เป็นความรู้ของเราด้วย (Guo - Ming Chen and William J. Starosta , 1996)

เมื่อโลกปัจจุบันมีการค้าแบบไร้พรมแดน ทำให้ความต้องการขยายตลาดส่งออกมีเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วอย่างญี่ปุ่น จึงเกิดมีการย้ายฐานการผลิตไปสู่ประเทศที่กำลังพัฒนา เนื่องจากเป็นการลดค่าใช้จ่ายทั้งทางด้านวัตถุดิบ ค่าแรง การขนส่ง และระบบภาษีต่างๆ ญี่ปุ่นพยายามที่จะขยายการลงทุน มาสู่ประเทศที่กำลังพัฒนา โดยเฉพาะประเทศในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ไทย ลาว มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม เป็นต้น

ญี่ปุ่นมีบทบาทการเป็นผู้นำเอเชียที่น่าจับตามอง ในฐานะที่เป็นภูมิภาคที่มีการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว เป็นผู้นำในการพัฒนาภูมิภาคเอเชียให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกันให้มีความสัมพันธ์ในภูมิภาคมากขึ้น และยังเป็นประเทศรายใหญ่ที่สุดที่ให้เงินกู้ และเงินช่วยเหลืออย่างเป็นทางการเพื่อการพัฒนา

ในระยะไม่กี่ปีมานี้ เศรษฐกิจของไทยและญี่ปุ่นได้มีความสัมพันธ์กันอย่างลึกซึ้งเป็นทวีคูณ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการลงทุนของของชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยที่เป็นอันดับหนึ่งของนักลงทุนจากต่างประเทศ การขยายตัวทางด้านการค้าและการลงทุนทำให้ชาวญี่ปุ่นเข้ามาอยู่ในประเทศไทยมากเป็นประวัติการณ์ นอกจากนั้นนักธุรกิจของชาวญี่ปุ่นได้นำครอบครัวเข้ามาอยู่ด้วย ทำให้สังคมชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยเป็นสังคมที่เติบโตขึ้นอย่างเด่นชัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองหลวง

ไทยเป็นประเทศหนึ่งในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ญี่ปุ่นเล็งเห็นว่า มีศักยภาพการลงทุนค่อนข้างสูงมีความเจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และมีความสำคัญในภูมิภาคนี้ เมื่อเทียบกับประเทศอื่นในแถบภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากปัจจัยด้านค่าแรงที่ถูก มีแรงงานที่มีฝีมือ มีทรัพยากรที่สมบูรณ์ และยังเป็นประตูไปสู่ตลาดอินโดจีนการที่ญี่ปุ่นขยายการลงทุนมายังประเทศไทย ทำให้มีการเคลื่อนย้ายประชากรญี่ปุ่นจำนวนหนึ่งเพื่อมาทำงาน รวมไปถึงครอบครัวที่ติดตามมาพักอาศัยในเมืองไทยด้วย จากข้อมูลของสถานเอกอัครราชทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทยพบว่า มีชาวญี่ปุ่นที่พำนักในประเทศไทยประมาณ 21,154 คน (สถิติจำนวนใบแจ้งถิ่นที่อยู่ที่ส่งมาถึงแผนกกงสุลจนถึงวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ.2543) จำนวนชาวญี่ปุ่นที่พำนักในประเทศไทย ประมาณ 3 หมื่นคน (ระยะเวลาการพำนัก มากกว่า 3 เดือน) ถ้ารวมผู้ ที่พำนักระยะสั้นด้วยแล้ว จะมีจำนวนชาวญี่ปุ่นรวมกันเกือบ 5-6 หมื่นคน (ที่มา : http://embjp-th.org)

คนญี่ปุ่นในประเทศไทย (จนถึงวันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2543)	
ปี	**จำนวนคน**
2000	21,154
1999	21,400
1998	22,481
1997	23,698
1996	23,292
1995	21,745
1994	20,804
1993	19,559

จำนวนคนญี่ปุ่นญี่ปุ่นที่เข้ามาพำนักในประเทศไทยระยะยาว ในปี 2000 จำนวน 21,154 คน จำแนกตามอาชีพต่าง ๆได้ดังนี้

1. คนญี่ปุ่นที่มาทำงานบริษัท
   โดยทางบริษัทแม่ส่งมา (พร้อมครอบครัว) 16,914 คน
2. คนญี่ปุ่นที่เป็นข้าราชการ
   โดยรัฐบาลส่งมา (พร้อมครอบครัว) 843 คน
3. คนญี่ปุ่นประกอบธุรกิจอิสระส่วนตัว
   (พร้อมครอบครัว) 606 คน
4. คนญี่ปุ่นที่มาทำงานด้านสื่อมวลชน
   /รายงานข่าว (พร้อมครอบครัว) 99 คน
5. คนญี่ปุ่นที่มาศึกษาต่อ
   นักวิจัย (พร้อมครอบครัว) 627 คน
6. อื่นๆ (รวมถึงคนญี่ปุ่นที่อาศัยแบบถาวร) 2,065 คน

รวม 21,154 คน

(ที่มา : http://embjp-th.org)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากข้อมูลในปีล่าสุดได้แบ่งจำนวนชาวญี่ปุ่นที่อาศัยตามจังหวัดต่าง ๆได้ดังนี้

1. กรุงเทพฯ	***16,345***	***คน***
2. ชลบุรี	918	คน
3. เชียงใหม่	876	คน
4. อยุธยา	512	คน
5. ปทุมธานี	480	คน
6. สมุทรปราการ	284	คน
7. ภูเก็ต	213	คน
8. นนทบุรี	208	คน
9. นครราชสีมา	147	คน
10. ปราจีนบุรี	131	คน
11. ระยอง	113	คน
12. ลพบุรี	102	คน
13. เชียงราย	99	คน
14. อื่นๆ	726	คน
รวม	21,154	คน

(ที่มา : http://embjp-th.org)

ปกติแล้วผู้ที่อยู่ในต่างประเทศมักจะมีความผูกพันกับประเทศของตน ดังนั้นจึงมีความต้องการที่จะรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศของตน คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยก็เช่นกัน ย่อมมีความต้องการในการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวสารด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เป็นต้น

คนญี่ปุ่นที่เข้ามาอยู่ในเมืองไทยนั้น ส่วนใหญ่จะมาเพื่อประกอบการค้าหรือ อุตสาหกรรม ผู้เชี่ยวชาญและประกอบอาชีพตามกำหนดเวลาที่บริษัทแม่กำหนด คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีลักษณะพิเศษ คือ นิยมเช่าอพาร์ทเมนต์อยู่ละแวกเดียวกัน แหล่งที่นิยมพักอาศัยได้แก่ บริเวณถนนสุขุมวิท สีลม เพลินจิต ราชดำริ คนญี่ปุ่นใช้ชีวิตค่อนข้างหรูหรา ไม่ค่อยมีความเข้าใจในสังคมไทย พูดภาษาไทยไม่ค่อยได้ ชอบอยู่รวมกลุ่มกัน

แม้ว่าคนญี่ปุ่นจะมาพำนักอาศัยอยู่นอกประเทศ แต่คนญี่ปุ่นก็ยังถูกมองว่าเป็นพวกชาตินิยมและมีลักษณะพิเศษทางวัฒนธรรม คือ การเกาะกลุ่มกันทางภาษา (ไม่ค่อยเรียนรู้ภาษาอื่น) อาหารหารกิน และกิจกรรมทางสังคม ดังนั้นในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารคนญี่ปุ่นที่อยู่ในไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมที่ค่อนข้างจะแตกต่างกันถึงแม้จะเป็นประเทศในแถบเอเชียด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของภาษา อาหารการกิน การดำเนินชีวิตประจำวัน วัฒนธรรม จึงค่อนข้างจะมีปัญหาและอุปสรรค และแม้ว่าข้อมูลข่าวสารนั้นจะสามารถหาและรับรู้ได้ในประเทศไทย แต่บ่อยครั้งที่คนญี่ปุ่นต้องพึ่งพาข้อมูลข่าวสารจากต่างประเทศหรือจากประเทศญี่ปุ่นเอง มากกว่าที่จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารที่อยู่ในประเทศไทย

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของคนญี่ปุ่นนั้น การมาลงทุนในเมืองไทยทำให้มีความต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ทั้งข้อมูลที่มาจากต่างประเทศญี่ปุ่น และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับประเทศไทย ซึ่งจะมีผลต่อธุรกิจที่ดำเนินอยู่ ด้วยเหตุนี้เองทำให้ชาวญี่ปุ่นในฐานะสมาชิกต่างเชื้อชาติในสังคมไทยจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแสวงหาความรู้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการดำเนินชีวิตประจำวันและการประกอบธุรกิจ นอกจากนั้นแล้วครอบครัวของคนญี่ปุ่นที่ติดตามมาพำนักอาศัยในประเทศไทย ก็ย่อมมีความต้องการที่จะบริโภคข้อมูลข่าวสาร ความเป็นไปของประเทศที่ตนเองพำนักอยู่ และเนื่องจากคนญี่ปุ่นที่เข้ามาอยู่ส่วนใหญ่จะมีปัญหาในเรื่องของภาษาคือไม่รู้ภาษาไทย ดังนั้นสื่อที่ดีที่สุดในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ คือ โทรทัศน์

สื่อที่คนส่วนใหญ่นิยมใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารสื่อหนึ่งก็คือ “ สื่อโทรทัศน์” ซึ่งเป็นสื่อประเภทหนึ่งในกระบวนการสื่อสารมวลชนที่เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อสังคมในปัจจุบัน เพราะโทรทัศน์มีคุณสมบัติเป็นอย่างดีทั้งในด้านการนำเสนอภาพ และเสียงที่เหมือนจริงมากกว่าสื่อประเภทอื่น โทรทัศน์จึงเป็นสื่อที่ได้รับความนิยม และสามารถใกล้ชิด และเข้าถึงประชาชนได้ทุกครัวเรือน

คนญี่ปุ่นที่เข้ามาพำนักในประเทศไทย ต่างก็จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลข่าวสารเป็นอย่างมาก เพื่อประโยชน์ในทางธุรกิจ เพื่อความรู้ความเข้าใจในสังคมไทย วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ในต่างแดนที่ ต่างชาติต่างภาษา จากที่กล่าวมา ประกอบกับผู้วิจัยเองก็ได้เคยไปศึกษาที่ประเทศญี่ปุ่น และผู้วิจัยได้เคยอยู่ในฐานะคนต่างชาติที่ต้องบริโภคข้อมูลข่าวสารของประเทศญี่ปุ่น และได้ประสบปัญหาในการรับข้อมูลข่าวสารที่ทั้งต่างภาษา ต่างวัฒนธรรม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย ว่ามีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์อย่างไร

มีอุปสรรคและปัญหาใดเกิดขึ้นบ้าง เพื่อที่จะได้นำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา และลดอุปสรรคที่เกิดขึ้นแก่คนญี่ปุ่นที่พำนักในประเทศไทย ให้มีความรู้ความเข้าใจต่อสังคมไทยให้ดียิ่งขึ้น

ปัญหานำวิจัย

1. พฤติกรรมการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นอย่างไร
2. อะไรบ้างที่เป็นอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นในการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นในการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

สมมติฐานของการวิจัย

1. คนญี่ปุ่นที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างกัน
2. ระยะเวลาในการพำนักอาศัยในประเทศไทยของคนญี่ปุ่น มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย
3. คนญี่ปุ่นมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์จากเคเบิลและดาวเทียมมากกว่าสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย

ขอบเขตการวิจัย

ในงานวิจัยครั้งนี้จะเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากรที่เป็นคนญี่ปุ่นที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

ข้อตกลงเบื้องต้น

แบบสอบถามจะเป็นภาษาญี่ปุ่น และผู้วิจัยใช้ภาษาญี่ปุ่นในการสื่อสารติดต่อกับคนญี่ปุ่น

นิยามศัพท์

พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร หมายถึง การที่ผู้รับสารพยายามที่จะแสวงหาข้อมูล เข้าถึงแหล่งข้อมูล การตัดสินใจเลือกแหล่งข้อมูล

คนญี่ปุ่น หมายถึง ผู้ถือสัญชาติญี่ปุ่นที่พำนักอาศัยในประเทศไทยตั้งแต่ 1 ปีขึ้นไป จนถึงอาศัยอยู่แบบถาวร ในเขตกรุงเทพมหานคร

สื่อโทรทัศน์ หมายถึง โทรทัศน์แบบปกติ , โทรทัศน์แบบที่ใช้ระบบเคเบิลท้องถิ่น , โทรทัศน์แบบที่ใช้ระบบดาวเทียม

สถานีโทรทัศน์ไทย หมายถึง ช่อง 3 , ช่อง 5 , ช่อง 7 , ช่อง 9 , ช่อง 11 , ช่อง itv

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำความรู้ที่ได้มาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ ของชาวต่างชาติที่มาอาศัยอยู่ในประเทศไทย
2. เพื่อเสนออุปสรรคปัญหาในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย
3. เพื่อนำผลวิจัยมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงการนำเสนอข้อมูลทางสื่อโทรทัศน์แก่สื่อมวลชนในประเทศไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวความคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง " พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย " ผู้วิจัยได้นำทฤษฎี แนวความคิด ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาศึกษาเพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร
2. แนวความคิดการแสวงหาข่าวสาร

1. <u>ทฤษฎีเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสาร</u>

ในการเปิดรับข่าวสารต่างๆนั้น ผู้รับสารย่อมจะมีกระบวนการเลือกสรร (Selective Process) ซึ่งจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความเชื่อ ทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละคน กระบวนการเลือกสรรเปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filters) ข่าวสาร ซึ่งในการรับรู้ของมนุษย์นั้นประกอบด้วย

1.1 **การเลือกรับหรือเลือกสนใจ**

(Selective Exposure or Selective Attention)

กล่าวคือ ผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะเลือกสนใจข่าวสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง โดยมักจะเลือกตามความคิดเห็น ความสนใจของตน เพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ไม่สอดคล้องกับความรู้ ความเข้าใจ หรือทัศนคติที่มิอยู่เดิมแล้ว เพื่อไม่ให้เกิดภาวะทางจิตใจที่ไม่สมดุลหรือมีความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive Dissonance ดังนั้นการลดหรือหลีกเลี่ยงภาวะดังกล่าวได้ก็ต้องแสวงหาข่าวสารหรือเลือกสรรเฉพาะข่าวที่สอดคล้องกับความคิดของตน

1.2 **การเลือกรับรู้และตีความหมาย**

(Selective perception and Interpretation)

คือ หลังจากการเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว ผู้รับสารจะเลือกรับรู้ และตีความข่าวสารที่ได้รับแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ทัศนคติ ความต้องการ ความหวัง แรงจูงใจ สภาวะร่างกาย หรือสภาวะอารมณ์ในขณะนั้น ฉะนั้นในบางครั้งผู้รับสารอาจจะบิดเบือนข่าวสาร เพื่อให้สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนเองอีกด้วย

1.3 **การเลือกจดจำ** (Selective Retention)

เป็นแนวโน้มในการเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะส่วนที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ ทัศนคติ ของตนเอง และจะลืมในส่วนที่ตนเองไม่สนใจ หรือเรื่องที่ขัดแย้ง เรื่องที่ขัดกับความคิดเห็นของตนเองได้ง่าย ดังนั้นการเลือกจดจำเนื้อหาของข่าวสารที่ได้รับ จึงเท่ากับเป็นการช่วยเสริมสร้างให้ทัศนคติ หรือความเชื่อเดิมของผู้รับสารให้มั่นคงยิ่งขึ้นและเปลี่ยนแปลงได้ยากขึ้น Schramm อธิบายว่าข่าวสารที่เข้าถึงความสนใจของผู้รับสารจะมีแนวโน้มที่ทำให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เหตุผลในการที่มนุษย์เลือกสนใจรับข่าวสารอย่างไรนั้น นักวิชาการหลายท่าน เช่น Friedson Riley และFlowerman มีความเห็นตรงกันว่าแรงจูงใจที่ต้องการจะเป็นที่ยอมรับของสมาชิกภายในสังคม จะเป็นสิ่งที่ช่วยกำหนดความสนใจในการเลือกเปิดรับข่าวสาร แต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไป เนื่องจากแต่ละบุคคลจะมีการเรียนรู้ภายใต้สภาพแวดล้อมที่ แตกต่างกันในการหล่อหลอมความคิด ความรู้สึก ความเชื่อมั่น และความต้องการที่จะมีส่วนสร้างแรงจูงใจ ขณะเดียวกันสภาพทางสังคมก็เป็นตัวเร่งให้บุคคลเปิดรับรู้ข่าวสารจากสื่อ

McLeod กล่าวว่าตัวชี้ (Index) ที่ใช้วัดพฤติกรรมการเปิดรับสื่อ (Media Exposure) ส่วนใหญ่ใช้กัน 2 อย่าง คือ

1. วัดจากเวลาที่ใช้กับสื่อ (Time spent with the Media)
2. วัดจากความถี่ของการใช้สื่อแยกตามประเภทของเนื้อหารายการที่แตกต่างกัน

McLeod กล่าวว่า การวัดเวลาในเรื่องที่ใช้กับสื่อมีข้อเสียตรงที่ว่า คำตอบขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ความสนใจของผู้ฟังเวลาว่างที่มีคนอยู่ และการมีสื่อใกล้ตัว (Availability of the Medium) ด้วยเหตุนี้คำตอบที่เกี่ยวกับเวลาที่ใช้กับสื่อจึงมักไม่สามารถ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แปรความหมายได้ในทางจิตวิทยา และมักไม่ให้ผลที่ชัดเจนเมื่อนำไปเชื่อมโยงความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นและเพื่อแก้ปัญหาความไม่ชัดเจนในเรื่องนี้ จึงได้มีการวัดตัวแปรการเปิดรับสื่อมวลชนโดยใช้ความถี่ของการใช้สื่ออย่างเฉพาะเจาะจงในเนื้อหา เช่น วัดความถี่ของการอ่านข่าวที่มีเนื้อหาหนักในหนังสือพิมพ์ ความถี่ของการชมรายการข่าวโทรทัศน์ ความถี่ของการรับฟังรายการข่าววิทยุ เป็นต้น

แรงผลักดันให้บุคคลใดบุคคลหนึ่งเลือกรับสื่อนั้น Merrill และ Lowenstein ได้สรุปว่าเกิดจากปัจจัยพื้นฐาน 4 ประการ คือ

1. ความเหงา สื่อมวลชนเป็นเพื่อนแก้เหงาได้ดี เพราะไม่สร้างแรงกดดันในการสนทนาหรือทางสังคมแก่ผู้รับ

2. ความอยากรู้อยากเห็น มนุษย์ทุกคนอยากรู้อยากเห็น โดยเริ่มจากสิ่งที่อยู่ใกล้ตัวที่สุดไปจน ถึงสิ่งที่อยู่ห่างตัวเองมากที่สุดเป็นลำดับ ซึ่งสื่อมวลชนสามารถตอบสนองสิ่งเหล่านี้ได้

3. ประโยชน์ใช้สอยของตนเอง มนุษย์ทุกคนจะเสาะแสวงหาและใช้ข่าวสารให้เป็นประโยชน์แก่ ตัวเองทั้งในแง่ของการเสริมสร้างบารมี การช่วยให้ตนเองสะดวกสบายหรือสนุกสนานบันเทิง ซึ่งสื่อมวลชนสามารถให้สิ่งเหล่านี้ได้ วิลเบอร์ แชรมม์ ได้ให้หลักทั่วไปอันเป็นเหตุผลของการเลือกว่า คนย่อมจะเลือกสื่อที่ใช้ความพยายามน้อยที่สุด และได้ประโยชน์ตอบแทนดีที่สุด

4. ลักษณะเฉพาะของสื่อมวลชนทั่วไป ผู้รับข่าวสารแต่ละคนจะหันเข้าหาลักษณะเฉพาะอย่างจากสื่อที่สนองความต้องการและทำให้ตนเองเกิดความพึงพอใจ(Merrill and Lowenstein)

2. <u>แนวความคิดการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร</u> (Information Seeking)

Charles Atkin กล่าวว่า บุคคลจะเลือกรับข่าวสารใดจากสื่อมวลชนนั้น ขึ้นอยู่กับการคาดคะเนเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditure) และพันธะผูกพัน (Liabili ties) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือผลประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุนลงแรง หรือการต้องใช้ความพยายามที่จะรับรู้หรือทำความเข้าใจแล้ว บุคคลย่อมแสวงหาข่าวสารนั้น (Information Seeking) แต่ถ้าผลประโยชน์ที่จะได้รับน้อยกว่าการลงทุนลงแรง บุคคลก็อาจเฉยเมยต่อข่าวสารนั้น (Information Ignoring) ในกรณีที่บุคคลเห็นว่าการรับข่าวสารนั้นก่อให้เกิดพันธะผูกพัน เช่นทำให้เกิดความไม่พอใจหรือไม่สบายใจ หรือ

ไม่แน่ใจมากขึ้น ก็อาจใช้วิธีหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารนั้น (Information Avoidance) ในบางครั้งถ้าหากว่าความพยายามที่จะหลีกเลี่ยงหรือไม่รับข่าวสารที่ต้องลงทุนลงแรงมากกว่าการรับข่าวสารนั้น บุคคลอาจจะต้องยอมรับข่าวสารนั้นทั้งๆที่ไม่เต็มใจ (Information Yielding)

Charles Atkin ชี้ให้เห็นว่าการแสวงหาข่าวสารหรือความต้องการการสื่อสารมวลชนของปัจเจกบุคคลนั้น คือต้องการได้รับข่าวสาร (Information) และความบันเทิง (Entertainment) ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคล ที่มาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก(Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญก็ยิ่งอยากมีความรู้ความแน่ใจสูง

2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลของปัจเจกบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

สำหรับความต้องการได้รับความบันเทิงของปัจเจกบุคคลนั้นมาจากการกระตุ้นอารมณ์แห่งความรื่นเริงบันเทิงใจ ที่เกิดจากการมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างสภาวะที่เป็นอยู่ ของปัจเจกบุคคลขณะนั้น กับระดับความสนุกสนานที่คาดหวังไว้

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้นถือว่าเป็น ข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงการบริโภค (Immediate Consummatory Gratifications) ข่าวสารที่ลดความไม่รู้ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) เรียกว่าข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิด และแก้ปัญหาต่างๆ (Instrumental Utilities) ในชีวิตประจำวันข่าวสารบางอย่าง อาจให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบังเทิงขณะเดียวกัน

กล่าวได้ว่า การแสวงหาข่าวสารและการเลือกรับข่าวสารนั้น นอกจากเพื่อสนับสนุนทัศนคติหรือความคิด และความเข้าใจที่มีอยู่เดิมแล้ว ยังเป็นการแสวงหาเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์

ทางอื่นๆเช่น เพื่อให้มีความรู้ ใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจแก้ปัญหา รวมทั้งเพื่อสนองความสนใจส่วนบุคคล และเพื่อความบันเทิงเริงใจด้วย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อังคณา วิชาดากุล (2537) ทำการวิจัยเรื่อง " สำนักข่าวญี่ปุ่นจิจิ เพรส และบทบาทต่อชุมชนคนญี่ปุ่นในประเทศไทย " โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงโครงสร้างการทำงาน กระบวนการผลิตข่าว และบทบาทหน้าที่ในฐานะเป็นผู้กรองข่าวสารของสำนักข่าวจิจิ เพรส รวมถึงประโยชน์และความพึงพอใจของสมาชิกชาวญี่ปุ่นที่มีต่อสำนักข่าวจิจิ เพรส

ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างองค์กรการทำงานของสำนักข่าวจิจิ เพรส ในประเทศไทยมี 2 ลักษณะ คือ ระบบ Bureaux System และระบบการบริหารงานในรูปบริษัทเอกชน เมื่อดูในภาพรวมแล้วพบว่า สมาชิกที่รับข่าวจิจิ เพรส พอใจข่าวในระดับสูงมากพอสมควร สามารถตอบสนองข่าวสารให้แก่สมาชิกคนญี่ปุ่น โดยเฉพาะข่าวการลงทุนอุตสาหกรรม ข่าวการเมือง และข่าวการเงินเศรษฐกิจได้ในระดับมากพอสมควร และยังพบว่าแม้สมาชิกจะมีประเภทธุรกิจที่ต่างกัน แต่ความสนใจที่มีต่อข่าวจะเหมือนกัน คือสนใจข่าวการลงทุนอุตสาหกรรม ข่าวการเมือง และข่าวการเงิน

ฉลองรัฐ ยิ่งไพบูลย์ (2538) ทำการวิจัยเรื่อง " การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการปรับตัวของอาจารย์ชาวต่างประเทศของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ " มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงแบบแผนการแสวงหาข้อมูลของผู้หาข่าวสาร เมื่อมาอยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ และเพื่อทราบถึงการตัดสินใจในการสำรวจข้อมูล การเลือกแหล่งข่าวสาร การเลือกประเภทของข่าวสาร และการเลือกวิธีการแสวงหาข่าวสาร โดยศึกษากลุ่มอาจารย์ชาวต่างประเทศของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์ ที่เดินทางเข้ามาปฏิบัติหน้าที่กำหนดระยะเวลาคนละ 6 สัปดาห์ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์และการสังเกต

ผลการวิจัยพบว่า แหล่งข่าวสารของอาจารย์ชาวต่างประเทศคือ สื่อบุคคล รองลงมาคือ สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ บางครั้งถึงแม้ว่าแหล่งข่าวสารแหล่งแรกเป็นสื่ออื่น อาจารย์ชาวต่างประเทศมักแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพิ่มเติมจากสื่อบุคคลก่อน แหล่งข่าว

สารมีทั้งช่องทางเดียวและหลายช่องทาง ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ โอกาส ประเภทของข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งระดับความยากง่ายในการได้ข้อมูลมา

ภัทณิดา พันธุมเสน (2536) ทำการวิจัยเรื่อง " การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักเรียนในโรงเรียนสตรีนนทบุรี " มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพฤติกรรมในการเปิดรับสื่อมวลชนที่สนองตอบต่อความต้องการการจำเป็นของนักเรียนในโรงเรียนสตรีนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนโรงเรียนสตรีนนทบุรีมีการเปิดรับสื่อมวลชนในปริมาณที่สูง มีการเปิดรับสื่อมวลชน จำนวน 10 สื่อ สื่อที่เปิดรับมาก คือ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือการ์ตูน ฯลฯ เนื้อหาที่เปิดรับอันดับ 1 ประเภทบันเทิง อันดับ 2 ประเภทข่าว อันดับสุดท้าย ประเภทความรู้ และในการเปิดรับสื่อมวลชนของนักเรียนได้สนองตอบต่อความจำเป็น 4 ประการ โดยสนองความต้องการด้านอารมณ์มากที่สุด รองลงมา คือ ความต้องการสร้างความมั่นใจ อันดับ 3 คือ ความต้องการข่าวสารความรู้ อันดับ 4 คือ ความต้องการหลีกหนีจากสภาพความเป็นจริงชั่วขณะ ซึ่งจากความต้องการทั้ง 4 ข้อนี้ เกิดจากความต้องการทางด้านจิตใจ และสังคมของนักเรียน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง " พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย " ซึ่งมีข้อสันนิษฐานว่า คนญี่ปุ่นที่มีอาชีพต่างกันจะมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างกัน โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยใช้แบบสอบถาม(Questionnaire) ในการเก็บข้อมูล

<u>การวิจัยโดยใช้แบบสอบถาม</u> (Survey Research)

ในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบครั้งเดียว (One Short Case Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย การเลือกแหล่งข่าวสาร การเลือกสาร หลักเกณฑ์ในการกระจายการแจกแบบสอบถาม ทำการแจกให้ครอบคลุมทุกสาขาอาชีพ หลังจากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อหาข้อเท็จจริง

ในงานวิจัยครั้งนี้ จะใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวกับเรื่องดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์
2. ประเภทรายการที่เปิดรับชม
3. ความถี่และเวลาในการเปิดรับชม
4. เหตุผลในการเปิดรับชม
5. นอกจากข้อมูลข่าวสาร ในด้านความบันเทิงรับจากแหล่งไหน รายการอะไร
6. ความพึงพอใจหรือประโยชน์ที่ได้จากข้อมูลข่าวสาร
7. การรับสื่อโทรทัศน์ในประเทศไทยมีประโยชน์ต่อชีวิตประจำวันหรือไม่อย่างไร
8. ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคในการเปิดรับชม
9. ความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ และรายการจากสื่อโทรทัศน์
10. สื่อโทรทัศน์ที่ได้รับชมในประเทศไทยเพียงพอกับความต้องการหรือไม่
11. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์

<u>กลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัย</u>

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ คือ คนญี่ปุ่นที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยจะทำการสุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน ซึ่งแยกตามแต่ละสาขาอาชีพ ได้ดังต่อไปนี้

1. คนญี่ปุ่นที่มาทำงานบริษัทโดยทางบริษัทแม่ส่งมา
2. คนญี่ปุ่นที่ทำงานข้าราชการโดยรัฐบาลส่งมา
3. คนญี่ปุ่นประกอบธุรกิจอิสระส่วนตัว
4. คนญี่ปุ่นที่มาทำงานด้านสื่อมวลชน / รายงานข่าว
5. คนญี่ปุ่นที่มาศึกษาต่อ นักวิจัย
6. อื่นๆ (รวมถึงแม่บ้าน)

<u>เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย</u>

1. บุคคล
2. ปทานุกรมญี่ปุ่นเป็นไทย , ปทานุกรมไทยเป็นญี่ปุ่น
3. คอมพิวเตอร์
4. แบบสอบถาม (Questionnaire) แบบปลายปิด (Close Form) และปลายเปิด (Open Form)

<u>การแจกแบบสอบถาม</u>

เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ มีหลากหลายสาขาอาชีพ และเพื่อจะเก็บข้อมูลให้ได้ครอบคลุม ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2546 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2546 รวมระยะเวลา 4 เดือน

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามโดยให้ครอบคลุมทุกสาขาอาชีพตามที่ได้ระบุไว้ในข้างต้น ซึ่งในการแจกแบบสอบถาม นอกจากผู้วิจัยเข้าไปติดต่อขอแจกแบบสอบถามด้วยตนเองแล้ว ผู้วิจัยยังได้รับความร่วมมือจากบุคคลต่างๆ ในด้านการแนะนำ การประสานงาน ให้กับผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปแจกให้คนญี่ปุ่นตามบริษัทและสถานที่ต่างๆ ซึ่งบุคคลที่ ผู้วิจัยได้เข้าไปติดต่อ และได้รับความกรุณาในด้านต่างๆมีรายชื่อดังต่อไปนี้

- ❖ คุณชีว วิเศษสรรค์ - Management Director of Sales Department (Thai Taiyo Tent Co.,Ltd.)

- ❖ Ms.Yuyama Kayo - Advisor
  โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมส่งเสริมเทคโนโลยี(ไทย-ญี่ปุ่น)
- ❖ คุณปาจรีย์ จิงประเสริฐสุข - อาจารย์ประจำศูนย์ภาษา
  The Japan Foundation , Bangkok
- ❖ Mr.Watanabe Takashi - General Manager
  TDK(Thailand) Co.,Ltd.
- ❖ Mr.Tatsumi Chikara - Co-ordinator
  Wakamatsu Trading Co.,Ltd
- ❖ Mr.Tsuzuki Yoshitake - First Secretary and Deputy permanent
  Representative /Embassy of Japan ,Bangkok
- ❖ Ms. Fujii Yuka - Co-ordinator Secretary
  Toyota Motors (Thailand) Co.,Ltd.
- ❖ คุณอรวรรณ กีรติพรานนท์ - Senior staff
  Honda R&D Southeast Asia Co.,Ltd.

ในการแจกแบบสอบถามของการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการแจกแบบสอบถามโดยในครั้งแรกได้เข้าไปติดต่อเพื่อขอความร่วมมือและคำแนะนำจากบุคคลที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นในเรื่องของการแนะนำคนญี่ปุ่นและบริษัทที่มีคนญี่ปุ่นทำงานอยู่ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปฝากไว้กับทางบริษัทต่างๆ เพื่อให้ช่วยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในเขตกรุงเทพฯ หลังจากที่ได้นำไปฝากไว้ ผู้วิจัยได้ขอนัดเวลาเพื่อกลับไปรับแบบสอบถามคืน โดยแต่ละที่ได้นัดเวลาหลังจากที่ได้นำไปฝากไว่อย่างน้อย 1 อาทิตย์

นอกจากนั้นยังได้รับความช่วยเหลือจาก คุณชีว วิเศษสรรค์ (Management Director of Sales Department , Thai Taiyo Tent Co.,Ltd.) ซึ่งเป็นผู้กว้างขวางในการติดต่อกับบริษัท

ญี่ปุ่นต่างๆหลายบริษัท และได้ช่วยนำแบบสอบถามไปฝากไว้กับบริษัทต่างๆ ในการแจกแบบสอบถามไว้กับบริษัทต่างๆ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามตามจำนวนคนญี่ปุ่นที่อยู่ในบริษัทนั้นๆ บริษัทที่ผู้วิจัยได้เข้าไปติดต่อและฝากแบบสอบถาม รวมถึงบริษัทที่คุณชีว วิเศษสรรค์ ได้นำแบบสอบถามไปฝากไว้ มีรายชื่อดังต่อไปนี้

- Asia Morifuji Co.,Ltd.
- Bangkok Shuho Co.,Ltd.
- Fujitsu (Thailand) Co.,Ltd.
- Daishin Products Co.,Ltd.
- Inabata Thai Co.,Ltd.
- Isuzu Motors (Thailand) Co.,Ltd.
- Thaiyo Engineering Ltd.
- Thai Bridgestone Co.,Ltd.
- Sagami Thai Co.,Ltd.
- Takata – TOA Co.,Ltd.
- Okuma Techno (Thailand) Ltd
- Mitsubishi (Thailand) Co.,Ltd.
- JVC sales & Service (Thailand) Co.,Ltd.
- JCB International (Thailand) Co.,Ltd.
- Dreams Comes Tour (Thailand) Co.,Ltd
- Furukawa Precision (Thailand) Co.,Ltd
- Thai Taiyo Tent Co.,Ltd.
- Hoei electronics (Thailand) Co.,Ltd
- Fujidenki Engineering Co.,Ltd.
- Japan Airlines International Co.,Ltd.
- Bangkok Komatsu Co.,Ltd.
- TDK (Thailand) Co.,Ltd.
- Hoyu Cosmetics (Thailand) Co.,Ltd.
- Kao Industrial Co.,Ltd.
- Yamashiro Thai Corporation
- Yamashin Thai Limited
- Thai Fuji Seiki Co.,Ltd.
- Sony Technology (Thailand) Co.,Ltd.
- Siam Kotobuki Co.,Ltd.
- Nitto Denko (Thailand) Co.,Ltd.
- Nec Infrontia Thai Limited
- Honda R&D Southeast Asia Co.,Ltd.
- Denso (Thailand) Co.,Ltd
- Origin Miki (Thailand) Co.,Ltd

ในด้านการแจกแบบสอบถามที่โรงเรียนภาษาและวัฒนธรรมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย – ญี่ปุ่น) หรือ สสท. ผู้วิจัยได้เข้าไปติดต่อ Ms. Yuyama ซึ่งเป็นอาจารย์สอนภาษาญี่ปุ่นของสสท. โดยที่ ผู้วิจัยได้ทำเรื่องขออนุญาตไปทางครูใหญ่ของโรงเรียน คือ อาจารย์ผุสดี นาวาวิจิตร ในเรื่องแจกแบบสอบถามคนญี่ปุ่นที่มาเรียนภาษาไทย หลังจากนั้นอาจารย์Yuyama จึงเริ่มพาผู้วิจัยเข้าไปแนะนำตัวตามห้องเรียนต่างๆ ซึ่งในแต่ละห้องเรียนที่อาจารย์ได้พาเข้าไป เป็นห้องเรียนที่สอนภาษาไทยให้กับคนญี่ปุ่น มีสอนตั้งแต่ภาษาไทยชั้นต้นถึงชั้นกลาง หลังจากแนะนำตัว ผู้วิจัยได้

ทำการแจกแบบสอบถามให้กับคนญี่ปุ่นในห้องเรียน และได้นัดหมายในการที่จะเข้าไปรับแบบสอบถามกลับคืนหลังจากนั้น 1 อาทิตย์ โดยให้คนญี่ปุ่นนำแบบสอบถามที่ทำเสร็จแล้วไปฝากไว้ที่ห้องธุรการของสสท. และผู้วิจัยได้กลับไปที่สสท.เพื่อรับแบบสอบถามกลับคืน

ส่วนด้านการแจกแบบสอบถามทางสายอาชีพข้าราชการ ผู้วิจัยได้รับการแนะนำให้รู้จักกับคนญี่ปุ่นที่ทำงานอยู่ในสถานทูตญี่ปุ่นในกรุงเทพฯ เพื่อติดต่อขอแจกแบบสอบถาม แต่เนื่องจากสถานทูตญี่ปุ่นเป็นสถานที่ราชการและไม่อณุญาตให้คนนอกเข้าไปได้ ผู้วิจัยจึงขอความร่วมมือเจ้าหน้าที่ของสถานทูตซึ่งเป็นคนญี่ปุ่นที่ผู้วิจัยได้รับการแนะนำมา คือ Mr.Tsuzuki Yoshitake ช่วยนำแบบสอบถามไปแจก และได้ทำการนัดเวลาเพื่อรับแบบสอบถามกลับคืน

ในการแจกแบบสอบถามของการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปทั้งสิ้น 300 ชุด ผู้วิจัยได้รับคืน 265 ชุด ซึ่งแยกตามสาขาอาชีพต่างๆได้ดังนี้

- ❖ คนญี่ปุ่นที่มาทำงานบริษัทโดยทางบริษัทแม่ส่งมา
- ❖ คนญี่ปุ่นที่ทำงานข้าราชการโดยรัฐบาลส่งมา
- ❖ คนญี่ปุ่นประกอบธุรกิจอิสระส่วนตัว
- ❖ คนญี่ปุ่นที่มาทำงานด้านสื่อมวลชน / รายงานข่าว
- ❖ คนญี่ปุ่นที่มาศึกษาต่อ นักวิจัย
- ❖ คนญี่ปุ่นที่เป็นแม่บ้าน
- ❖ อื่นๆ

ในส่วนของอาชีพอื่นๆจะเป็นผู้ที่ทำงานในบริษัทญี่ปุ่นและบริษัทเอกชนต่างๆที่อยู่ในประเทศไทยโดยพนักงานที่เป็นคนญี่ปุ่นเป็นพนักงานที่เข้าสมัครทำงานด้วยตัวเองที่ประเทศไทยไม่ได้ถูกส่งมาจากประเทศญี่ปุ่น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

<u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u>

นำข้อมูลจากคำตอบของกลุ่มตัวอย่างจากการวิจัยโดยที่ได้มาจากแบบสอบถาม (Questionnaire) มาดำเนินการดังต่อไปนี้

1. สร้างและลงรหัสข้อมูล และนำมาประมวลข้อมูลลงในโปรแกรม SPSS - X โดยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์เชิงพรรณนาข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดนำมาตีความหมายและวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่น ที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

การศึกษาพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 300 ชุด ให้กับกลุ่มตัวอย่างในบริษัท ห้างร้าน สถานศึกษา และสถานที่ต่างๆ ได้รับกลับคืนมา 265 ชุด

แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามต่างๆ โดยแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป
ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร
ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์
ส่วนที่ 4 ประมวลความคิดเห็นจากแบบสอบถาม

4.1 ข้อมูลทั่วไป

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ เพศ

เพศ	คนญี่ปุ่นแบ่งตามเพศ	
	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	138	52.1
หญิง	127	47.9
รวม	265	100.0

ตารางที่ 2 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ อาชีพ

อาชีพ	คนญี่ปุ่นแบ่งตามอาชีพ	
	จำนวน	ร้อยละ
บริษัทแม่ส่งมา	115	43.4
ข้าราชการ	10	3.8
ธุรกิจส่วนตัว	9	3.4
สื่อมวลชน	4	1.5
ศึกษาต่อ	12	4.5
แม่บ้าน	73	27.5
อื่นๆ	42	15.8
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า คนญี่ปุ่นที่ทำงานโดยบริษัทแม่ส่งมามีจำนวนมากที่สุด อันดับ1 มีจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 43.4 อันดับ 2 เป็นแม่บ้านมีจำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 จำนวนน้อยที่สุด คือ คนญี่ปุ่นที่ทำงานด้านสื่อสารมวลชนในประเทศไทย มีจำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5

ในคนญี่ปุ่นที่เป็นแม่บ้านนั้นส่วนใหญ่จะเป็นภรรยาของผู้ที่ทำงานโดยทางบริษัทแม่ส่งมา ซึ่งตามมาอยู่พร้อมสามี และเป็นภรรยาของกลุ่มอาชีพอื่นๆรวมอยู่ด้วย ส่วนคนญี่ปุ่นที่เป็นข้าราชการ(โดยทางรัฐบาลส่งมา) โดยทางสายรัฐบาลนี้จะเป็นผู้ที่ทำงานในสถานทูตญี่ปุ่นประจำประเทศไทย ในส่วนของอื่นๆจะเป็นผู้ที่ทำงานในบริษัทญี่ปุ่นและบริษัทเอกชนต่างๆที่อยู่ในประเทศไทย โดยพนักงานที่เป็นคนญี่ปุ่นเป็นพนักงานที่เข้าสมัครทำงานด้วยตัวเองที่ประเทศไทยไม่ได้ถูกส่งมาจากประเทศญี่ปุ่น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 3 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย

ระยะเวลา	คนญี่ปุ่นแบ่งตามระยะเวลา	
	จำนวน	ร้อยละ
1-3 ปี	167	63.0
3-6 ปี	47	17.7
6-9 ปี	29	10.9
9-12 ปี	6	2.3
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	7	2.6
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	9	3.4
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในประเทศไทย ช่วงระยะเวลา 1-3 ปี มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 63.0 ซึ่งเกินกว่าครึ่งของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ 3-6 ปี มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 ส่วนระยะเวลา 6-9 ปี มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ระยะเวลา 9-12 ปี มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ระยะเวลา12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.6 ระยะเวลา12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

ตารางที่ 4 ตารางแสดงทักษะทางด้านภาษาไทย

ทักษะทางด้านภาษาไทย	ฟัง	ร้อยละ	พูด	ร้อยละ	อ่าน	ร้อยละ	เขียน	ร้อยละ
ดีมาก	17	6.4	15	5.7	6	2.3	3	1.1
ดี	30	11.3	35	13.2	9	3.4	7	2.6
ปานกลาง	39	14.7	29	10.9	14	5.3	14	5.3
น้อยมาก	136	51.3	147	55.5	62	23.4	50	18.9
ไม่ได้เลย	43	16.2	39	14.7	174	65.7	191	72.1
รวม	265	100.0	265	100.0	265	100.0	265	100.0

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่า คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีทักษะในการฟัง – พูด – อ่าน – เขียน ภาษาไทยในระดับน้อยมาก จนถึงไม่ได้เลย โดยทักษะในการฟังและการพูดส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับน้อยมาก ส่วนทักษะทางด้านการอ่านและการเขียนอยู่ในระดับไม่ได้เลย แต่ในทางด้านทักษะการฟังและพูดนั้นตัวเลขจากการสำรวจที่ได้มาแสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นมีทักษะการฟังและการพูดดีกว่าทักษะทางการอ่านและการเขียน

ตารางที่ 5 ตารางแสดงทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ

ทักษะทางด้านภาษาอังกฤษ	ฟัง	ร้อยละ	พูด	ร้อยละ	อ่าน	ร้อยละ	เขียน	ร้อยละ
ดีมาก	18	6.8	11	4.2	17	6.4	13	4.9
ดี	63	23.8	64	24.2	75	28.3	70	26.4
ปานกลาง	55	20.8	57	21.5	63	23.8	59	22.3
น้อยมาก	104	39.2	106	40.0	90	34.0	96	36.2
ไม่ได้เลย	25	9.4	27	10.2	20	7.5	27	10.2
รวม	265	100.0	265	100.0	265	100.0	265	100.0

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มีทักษะในการฟัง – พูด – อ่าน – เขียน ภาษาอังกฤษ โดยรวมแล้วดีกว่าทักษะทางด้านภาษาไทย โดยเฉพาะทักษะทางด้านการอ่านและเขียนภาษาอังกฤษ จำนวนส่วนใหญ่ของคนญี่ปุ่นจะอยู่ในเกณฑ์ที่มีทักษะดี-ปานกลาง-น้อยมาก ในอัตราที่ไม่แตกต่างกันมาก เมื่อเทียบกับทักษะทางด้านภาษาไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 6 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่สะดวก ฉับไว ทันเหตุการณ์ และเข้าใจง่าย

สื่อ	คนญี่ปุ่นที่เลือกสื่อ	
	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	109	41.1
วิทยุ	0	0
หนังสือพิมพ์	49	18.5
บุคคล	48	18.1
อื่นๆ	59	22.3
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่าสื่อที่คนญี่ปุ่นคิดว่าสะดวก ฉับไว ทันเหตุการณ์ และเข้าใจ คือ โทรทัศน์ มีจำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 41.1 รองลงมาคือ สื่ออื่นๆ จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 สื่อบุคคล มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ส่วนสื่อวิทยุนั้นไม่มีคนญี่ปุ่นเลือกเลย เนื่องมาจากเป็นสื่อที่ให้แต่เสียงซึ่งเป็นนามธรรม ถ้าไม่เข้าใจในภาษาที่ได้ยินจะเป็นการยากที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ในส่วนของสื่ออื่นๆนั้น เป็นส่วนที่ให้คนญี่ปุ่นได้ระบุเอง โดยสื่อที่ได้ระบุมาเป็นส่วนมาก คือ internet , free paper (ซึ่งหมายถึง เอกสารที่เป็นภาษาญี่ปุ่น และภาษาอังกฤษ เอกสารเหล่านี้จะวางไว้ในร้านหนังสือภาษาญี่ปุ่น และหรือตามสถานที่ต่างๆที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่พำนักอยู่) , นิตยสาร(ภาษาญี่ปุ่น) และโทรศัพท์ ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 7 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด

สื่อ	คนญี่ปุ่นที่เลือกสื่อ	
	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	113	42.6
วิทยุ	0	0
หนังสือพิมพ์	47	17.7
บุคคล	61	23.0
อื่นๆ	44	16.6
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่า ในช่วงที่อยู่ในประเทศไทย สื่อที่คนญี่ปุ่นเลือกใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด คือ โทรทัศน์ มีจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 รองลงมา คือ สื่อบุคคล มีจำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 23.0 หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 17.7 สื่ออื่นๆ 44 คน คิดเป็นร้อยละ 16.6 ตามลำดับ

ส่วนวิทยุนั้น ยังคงเป็นสื่อที่คนญี่ปุ่นไม่เลือกเลยในอันดับแรกในฐานะที่จะใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสาร และในส่วนของสื่ออื่นๆนั้น เป็นส่วนที่ให้คนญี่ปุ่นได้ระบุเองเช่นเดียวกัน โดยสื่อที่ได้ระบุมาเป็นส่วนมากยังคงเป็น internet , free paper , นิตยสาร(ภาษาญี่ปุ่น) และโทรศัพท์ ตามลำดับ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 8 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ความต้องการเกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารของประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และโลก (ประเทศอื่น ๆ)

ข้อมูลข่าวสารประเทศต่างๆ	ความต้องการของคนญี่ปุ่น	
	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวประเทศไทย	95	35.8
ข่าวประเทศญี่ปุ่น	161	60.8
ข่าวโลก (ประเทศอื่นๆ)	9	3.4
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่าในช่วงที่คนญี่ปุ่นพำนักอาศัยในประเทศไทย ข้อมูลข่าวสารที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ต้องการและเลือกมากที่สุด คือ ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น มีจำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทย มีจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ข้อมูลข่าวสารที่ต้องการและเลือกเป็นอันดับ 3 คือ ข่าวโลก (ประเทศอื่นๆ) มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

คนญี่ปุ่นที่เข้ามาพำนักอยู่ในประเทศไทย ข้อมูลข่าวสารที่เป็นที่ต้องการอันดับ 1 ยังคงเป็นข่าวเกี่ยวกับประเทศของตัวเอง ซึ่งก็ คือ ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 9 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย

สื่อ	คนญี่ปุ่นที่ใช้สื่อ	
	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	82	30.9
วิทยุ	5	1.9
หนังสือพิมพ์	40	15.1
บุคคล	98	37.0
อื่นๆ	36	13.6
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่าสื่อที่คนญี่ปุ่นเลือกเป็นอันดับ 1 มากที่สุดในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ประเทศไทย คือ สื่อบุคคล มีจำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 ในอันดับ 2 คือ โทรทัศน์ มีจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 30.9 หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1 รองลงมาจะเป็นในส่วนของสื่ออื่นๆ และสื่อวิทยุ

ในส่วนของสื่ออื่นๆ ที่ได้ให้คนญี่ปุ่นระบุเอง สื่อที่ระบุมามากที่สุด คือ internet , free paper (ภาษาญี่ปุ่น) และนิตยสาร(ภาษาญี่ปุ่น) ตามลำดับ

ตารางที่ 10 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น

สื่อ	คนญี่ปุ่นที่ใช้สื่อ	
	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	153	57.7
วิทยุ	0	0
หนังสือพิมพ์	75	28.3
บุคคล	8	3.0
อื่นๆ	29	10.9
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่าสื่อที่คนญี่ปุ่นเลือกเป็นอันดับ 1 มากที่สุดในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ ประเทศญี่ปุ่น คือ โทรทัศน์ มีจำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 57.7 ในอันดับ 2 สื่อที่ถูกเลือกมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 ในอันดับ 3 สื่อที่ถูกเลือกมากที่สุด คือ สื่ออื่นๆ มีจำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 รองลงมาเป็นในส่วนของสื่อบุคคล ส่วนวิทยุนั้นเป็นสื่อที่ไม่ได้รับการเลือกเลย

ในส่วนของสื่ออื่นๆ ที่ได้ให้กลุ่มตัวอย่างระบุเอง สื่อที่คนญี่ปุ่นระบุมามากที่สุด คือ internet , free paper (ภาษาญี่ปุ่น) , นิตยสาร(ภาษาญี่ปุ่น) และโทรศัพท์ตามลำดับ

ตารางที่ 11 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สื่อที่ใช้ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับ โลก / ประเทศอื่น ๆ

สื่อ	คนญี่ปุ่นที่ใช้สื่อ	
	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์	185	69.8
วิทยุ	0	0
หนังสือพิมพ์	49	18.5
บุคคล	4	1.5
อื่นๆ	27	10.2
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 11 แสดงให้เห็นว่า สื่อที่คนญี่ปุ่นเลือกเป็นอันดับ 1 มากที่สุดในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโลก / ประเทศอื่นๆ คือ โทรทัศน์ มีจำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 69.8 สื่ออันดับ 2 ที่ถูกเลือกมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ในอันดับ 3 ที่ถูกเลือกมากที่สุด คือ สื่ออื่นๆ มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ10.2 และสื่อบุคคล ตามลำดับ คนญี่ปุ่นไม่เลือกวิทยุเป็นสื่อในการในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับโลก / ประเทศอื่นๆเลย

ตารางที่ 12 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทข้อมูลข่าวสารที่ต้องการมากที่สุด ในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

ประเภทข้อมูลข่าวสาร	ความต้องการ	
	จำนวน	ร้อยละ
สังคม	166	62.6
การเมือง	22	8.3
ธุรกิจ	31	11.7
กีฬา	14	5.3
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	0	0
อื่นๆ	32	12.1
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 12 แสดงให้เห็นว่า ประเภทข้อมูลข่าวสารคนญี่ปุ่นต้องการและเลือกเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือ ข้อมูลข่าวสารด้านสังคม มีจำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 ข้อมูลข่าวสารอันดับ 2 ที่เลือกมากที่สุด คือ ข้อมูลข่าวสารอื่นๆ มีจำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 12.1รองลงมาเป็นข้อมูลข่าวสารด้านธุรกิจ มีจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ข้อมูลข่าวสารด้านการเมือง มีจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ส่วนข้อมูลข่าวสารด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีนั้นไม่ได้ถูกเลือกในฐานะที่เป็นประเภทของข้อมูลข่าวสารที่ต้องการมากที่สุดในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเลย

ในส่วนข้อมูลข่าวสารอื่นๆ ที่คนญี่ปุ่นต้องการในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย ซึ่งเป็นคำตอบที่ให้คนญี่ปุ่นเขียนระบุเอง ในคำตอบส่วนใหญ่ที่ระบุมา คือ ข้อมูลข่าวสารด้านบันเทิง , ข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศและความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง , ข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจ , ข้อมูลข่าวสารด้านความปลอดภัย , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทย , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการทำอาหารไทย , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสุขภาพ , ข้อมูลข่าวสารระหว่างประเทศไทย-ญี่ปุ่น , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของรัฐบาลญี่ปุ่นกับต่างประเทศ , ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับพยากรณ์อากาศ , ข้อมูลข่าวสารทางด้านแฟชั่นและดนตรี

4.3 ข้อมูลเกี่ยวกับการเปิดรับสื่อโทรทัศน์

ตารางที่ 13 ตารางแสดงโทรทัศน์ที่ใช้ในที่พักอาศัย

ประเภทโทรทัศน์	คนญี่ปุ่นที่มีโทรทัศน์	
	จำนวน	ร้อยละ
แบบปกติ	41	15.5
เคเบิลท้องถิ่น	151	57.0
ดาวเทียม	73	27.5
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 13 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นทั้งหมดในการวิจัยครั้งนี้ มีโทรทัศน์ในที่พักอาศัย และโทรทัศน์ที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่มี คือ โทรทัศน์แบบที่ใช้ระบบเคเบิลท้องถิ่น ซึ่งเป็นจำนวนที่เกินครึ่งของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด รองลงมา คือ โทรทัศน์แบบที่ใช้ระบบดาวเทียม และสุดท้าย คือ โทรทัศน์แบบปกติที่รับได้แต่สถานีโทรทัศน์ภายในประเทศ (Free TV)

ตารางที่ 14 ตารางแสดง ภาษาที่รับฟังในขณะที่ชมโทรทัศน์

ภาษา	การรับฟังภาษา	
	จำนวน	ร้อยละ
ไทย	37	14.0
ญี่ปุ่น	204	77.0
อังกฤษ	24	9.1
อื่นๆ	0	0
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 14 แสดงให้เห็นว่า ภาษาที่คนญี่ปุ่นมากกว่าครึ่งเลือกที่จะรับฟังเป็นอันดับ 1 ในขณะที่ชมโทรทัศน์ คือ ภาษาญี่ปุ่น ในอันดับ 2 และอันดับ 3 ที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด คือ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ตามลำดับ ทั้งนี้ภาษาที่เลือกรับฟังจะขึ้นอยู่กับช่องสถานีและรายการ ซึ่งในกรณีนี้ถ้ามีทั้ง 3 ภาษา ภาษาที่คนญี่ปุ่นนึกถึงและเลือกเป็นอันดับแรก ยังคงเป็นภาษาญี่ปุ่น

ตารางที่ 15 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมมากที่สุด

สถานีโทรทัศน์	การเปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 3	38	14.3
ช่อง 5	6	2.3
ช่อง 7	11	4.2
ช่อง 9	19	7.2
ช่อง 11	13	4.9
ช่อง itv	108	40.8
ไม่แสดงความเห็น	70	26.4
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 15 แสดงให้เห็นว่า สถานีโทรทัศน์ไทยที่คนญี่ปุ่นเลือกเปิดรับชมมากที่สุด เป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือ ช่อง itv มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 สถานีโทรทัศน์ไทยที่เลือกเปิดรับชมเป็นอันดับ 2 มากที่สุด คือ ช่อง 3 มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 และสถานีโทรทัศน์ไทยที่เลือกเปิดรับชมเป็นอันดับ 3 มากที่สุด คือ ช่อง 9 มีจำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 7.2 รองลงมา คือ ช่อง 11 , ช่อง 7 และช่อง 5 ตามลำดับ ในส่วนคนญี่ปุ่นที่ไม่แสดงความคิดเห็น คือคนญี่ปุ่นที่ไม่เปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 16 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด

ประเภทข่าว	การเปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ
ข่าวการเมือง	57	21.5
ข่าวพระราชสำนัก	20	7.5
ข่าวกีฬา	19	7.2
ข่าวอาชญากรรม	9	3.4
ข่าวธุรกิจ	17	6.4
ข่าวต่างประเทศ	52	19.6
ข่าวอื่นๆ	3	1.1
ไม่แสดงความเห็น	88	33.2
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 16 แสดงให้เห็นว่าประเภทข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่คนญี่ปุ่นเปิดรับชมบ่อยที่สุดและเลือกเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือข่าวการเมือง มีจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 21.5 ส่วนประเภทข่าวในอันดับ 2 ที่ถูกเลือกมากที่สุด คือ ข่าวต่างประเทศ มีจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 19.6 และประเภทข่าวในอันดับ 3 ที่ถูกเลือกมากที่สุด คือ ข่าวพระราชสำนัก มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 รองลงมาเป็นข่าวกีฬา ข่าวธุรกิจ ข่าวอาชญากรรม และข่าวอื่นๆ ในส่วนของประเภทข่าวอื่นๆ ที่คนญี่ปุ่นได้เป็นผู้ระบุเอง ส่วนใหญ่ที่ได้ระบุมา คือ ข่าวบันเทิง , ข่าวด้านวัฒนธรรม , ข่าวพยากรณ์อากาศ และข่าวการจราจร

ในส่วนที่ไม่แสดงความเห็น คือ คนญี่ปุ่นที่ไม่เปิดรับชมข่าวประเภทต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 17 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ประเภทรายการบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด

ประเภทรายการ	การเปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ
ละคร	91	34.3
เกมโชว์	33	12.5
การ์ตูน	27	10.2
สารคดี	19	7.2
อื่นๆ	6	2.3
ไม่แสดงความเห็น	89	33.6
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่ารายการบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยคนญี่ปุ่นเลือกเปิดรับชมบ่อยที่สุด คือ รายการบันเทิงประเภทละคร มีจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมา คือ ประเภทเกมโชว์ มีจำนวน 331 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 รายการประเภทการ์ตูน มีจำนวน 27 คน คิดเป็นร้อย 10.2 รองลงมาเป็นรายการบันเทิงประเภทสารคดี และประเภทอื่นๆ ในส่วนของรายการบันเทิงอื่นๆ ที่คนญี่ปุ่นได้ระบุมา คือ รายการบันเทิงประเภทวาไรตี้ , รายการบันเทิงด้านเพลง และรายการบันเทิงด้านกีฬา

ในส่วนที่ไม่แสดงความเห็น คือ คนญี่ปุ่นที่ไม่เปิดรับชมรายการบันเทิงประเภทต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 18 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ความชอบ - ไม่ชอบ เกี่ยวกับโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทย

ความชอบ	จำนวน	ร้อยละ
ชอบ	163	61.5
ไม่ชอบ	38	14.3
ไม่แสดงความเห็น	64	24.2
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 18 แสดงให้เห็นว่า คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ชอบและเปิดรับชมโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทยมีจำนวน163 คน คิดเป็นร้อยละ 61.5 ส่วนที่ไม่ชอบมีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 จะเห็นได้ว่าคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ให้ความสนใจและเปิดรับชมโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทย

ในส่วนที่ไม่แสดงความคิดเห็นมีจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 24.2 เป็นคนญี่ปุ่นที่ไม่ได้เปิดรับชมโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 19 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ภาษาที่เลือกเปิดรับฟังในกรณีที่รายการทางสถานีโทรทัศน์ไทยเปิดรับฟังได้ 2 ภาษา

ภาษา	การเปิดรับฟัง	
	จำนวน	ร้อยละ
ภาษาไทย	46	17.4
sound track	205	77.4
ไม่แสดงความเห็น	14	5.3
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 19 แสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ที่รับฟังเสียงได้ 2 ภาษา คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เลือกที่จะรับฟังเสียง sound track (เสียงในฟิล์ม) มากกว่าที่จะฟังเป็นเสียงภาษาไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 20 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ อุปสรรคในการฟังภาษาไทยทางโทรทัศน์

ระดับอุปสรรค	คนญี่ปุ่นที่มีอุปสรรค	
	จำนวน	ร้อยละ
มีอุปสรรคมากที่สุด	146	55.1
มีอุปสรรคมาก	37	14.0
มีปานกลาง	31	11.7
ไม่ค่อยมีอุปสรรค	30	11.3
ไม่มีอุปสรรคเลย	12	4.5
ไม่แสดงความเห็น	9	3.4
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่าการฟังภาษาไทยทางโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่นั้นยังมีอุปสรรคอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด ซึ่งเป็นปัญหาด้านภาษาของคนญี่ปุ่นที่เข้ามาพำนักอยู่ในประเทศไทย

ตารางที่ 21 ตารางแสดงสาเหตุที่เลือกเปิดรับชมรายการต่าง ๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อฝึกฟังภาษาไทย	121	45.7
ต้องการรู้ข่าวสารของประเทศไทยให้มากขึ้น	99	37.4
รายการน่าสนใจ สนุกสนาน	39	14.7
ไม่มีช่องทางอื่นให้เลือก (ไม่มีเคเบิ้ล ไม่มีดาว	38	14.3
เทียม)	17	6.4
เหตุผลอื่นๆ		

จากตารางที่ 21 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นที่เลือกเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทยด้วยหลายเหตุผล โดยเหตุผลที่ว่าเพื่อฝึกฟังภาษาไทยเป็นเหตุผลที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด รองลงมาคือ ต้องการรู้ข่าวสารของประเทศไทยให้มากขึ้น รายการน่าสนใจ

สนุกสนาน และเพราะไม่มีช่องทางอื่นให้เลือก (ไม่มีเคเบิ้ล ไม่มีดาวเทียม) ตามลำดับ ในส่วนเหตุผลอื่นๆ เป็นส่วนที่ให้คนญี่ปุ่นได้ระบุเหตุผลเอง ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในบท สรุปผล

ตารางที่ 22 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ความถี่ในการเปิดรับชม สถานีโทรทัศน์ไทยโดยเฉลี่ย

ความถี่	การเปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ
1 ชั่วโมง	141	53.2
2 ชั่วโมง	49	18.5
3 ชั่วโมง	15	5.7
4 ชั่วโมง	2	0.8
มากกว่า 4 ชั่วโมง	12	4.5
ไม่แสดงความเห็น	46	17.4
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 22 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยโดยเฉลี่ย 1 - 2 ชั่วโมงต่อวัน อันดับแรก 1 ชั่วโมงต่อวัน มีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 53.2 รองลงมาคือ 2 ชั่วโมง มีจำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นที่เข้ามาพำนักอยู่ในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มทำงาน จึงไม่ค่อยมีเวลาเปิดรับชมโทรทัศน์ ซึ่งจะเห็นได้จากการวิจัยครั้งนี้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 23 ตารางแสดงระดับความเพียงพอ ในการตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว

ระดับความเพียงพอ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอที่สุด	1	0.4
เพียงพอ	3	1.1
ปานกลาง	24	9.1
ไม่ค่อยเพียงพอ	74	27.9
ไม่เพียงพอเลย	147	55.5
ไม่แสดงความเห็น	16	6.0
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียวนั้น ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารเพียงพอ จากการวิจัยครั้งนี้เห็นได้ว่ามากกว่าครึ่งของคนญี่ปุ่นทั้งหมด มีความเห็นต่อการตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียวอยู่ในระดับไม่ค่อยเพียงพอ และไม่เพียงพอเลย

ตารางที่ 24 ตารางแสดงความจำเป็นของสถานีโทรทัศน์ไทย ในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

ระดับความจำเป็น	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็นมาก	7	2.6
จำเป็น	68	25.7
ปานกลาง	43	16.2
ไม่ค่อยจำเป็น	113	42.6
ไม่จำเป็นเลย	32	12.1
ไม่แสดงความเห็น	2	0.8
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 24 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นมีความเห็นว่าในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย สถานีโทรทัศน์ไทยไม่ค่อยจำเป็น มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาเห็นว่า สถานีโทรทัศน์ไทยจำเป็น ส่วนคนญี่ปุ่นที่เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ไทยในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทยจำเป็นมาก มีเพียงแค่จำนวน 7 คน คิดเป็นรอยละ 2.6 เท่านั้น ซึ่งเป็นจำนวนที่น้อยมาก (สถานีโทรทัศน์ไทยในที่นี้หมายถึงสถานีโทรทัศน์ของไทย คือ ช่อง 3 , ช่อง 5 , ช่อง 7 ,ช่อง 9 , ช่อง 11 และช่อง itv) จากตาราง แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่น ไม่ค่อยให้ความสนใจในสถานีโทรทัศน์ไทยเท่าที่ควร

ตารางที่ 25 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ การแนะนำให้เพื่อน (คนญี่ปุ่น) เปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย

การแนะนำ	จำนวน	ร้อยละ
แนะนำแน่นอน	14	5.3
อาจจะแนะนำ	132	49.8
ไม่แนะนำ	114	43.0
ไม่แสดงความเห็น	5	1.9
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 25 แสดงให้เห็นว่า คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ ยังมีความลังเลในการที่จะแนะนำให้เพื่อน (คนญี่ปุ่น) เปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย โดยคนญี่ปุ่นที่คิดว่าจะแนะนำแน่นอนให้เพื่อน (คนญี่ปุ่น) เปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย มีจำนวนเพียงแค่ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ส่วนที่ยังไม่แน่ใจคิดว่าอาจจะแนะนำ มีจำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 49.8 ในส่วนที่คิดว่าจะไม่แนะนำ มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0

ตารางที่ 26 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สมาชิก UBC เคเบิลทีวี

การเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	224	84.6
ไม่เป็นสมาชิก	41	15.4
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เป็นสมาชิก UBC เคเบิลทีวี มีจำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 84.6 ส่วนที่ไม่เป็นสมาชิก UBC เคเบิลทีวี มีจำนวนเพียง 41 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 ดังนั้นคนญี่ปุ่นที่ไม่เป็นสมาชิก โทรทัศน์จะเปิดรับชมได้เฉพาะสถานีโทรทัศน์ของไทย คือ ช่อง 3 , ช่อง 5 , ช่อง 7 ,ช่อง 9 , ช่อง 11 และ itv เท่านั้น

ตารางที่ 27 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ ภาษาที่เปิดรับฟังทาง UBC เคเบิลทีวี

ภาษา	การเปิดรับฟัง	
	จำนวน	ร้อยละ
ภาษาไทย	25	9.4
sound track	199	75.1
ไม่แสดงความเห็น	41	15.5
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 27 แสดงให้เห็นว่าในกรณีที่รายการทาง UBC เคเบิลทีวีสามารถเปิดรับฟังเสียงได้ 2 ภาษา คนญี่ปุ่นเลือกที่เปิดรับฟังเสียง sound track (เสียงในฟิล์ม) มีจำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 75.1 มากกว่าที่จะเลือกฟังเสียงภาษาไทย มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 9.4 ในส่วนที่ไม่แสดงความเห็นมีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 คือ คนญี่ปุ่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิก UBC เคเบิลทีวี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 28 ตารางแสดง รายการข่าวทาง UBC เคเบิลทีวีที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด

ช่องรายการข่าว	การเปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 7 UBC NEWS	8	3.0
ช่อง 19 THAI TV GLOBAL NETWORK (TGN)	0	0
ช่อง 53 CNN	9	3.4
ช่อง 54 BBC	2	0.8
ช่อง 55 CNBC	0	0
ช่อง 58 CCTV (ภาษาจีน)	0	0
ช่อง 59 NHK	194	73.2
ช่อง 60 TV5 (ภาษาฝรั่งเศส)	0	0
ไม่แสดงความเห็น	52	19.6
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 28 แสดงให้เห็นว่ารายการข่าวของทางUBC เคเบิลทีวีที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เลือกที่จะเปิดรับชมเป็นอันดับ 1 มากที่สุด คือ ข่าว NHK ทางช่อง 59 รองลงมาเป็นข่าว CNN ทางช่อง 53 และข่าว UBC NEWS ทางช่อง 7 ในส่วนทีไม่แสดงความเห็น คือส่วนของคนญี่ปุ่นที่ไม่เลือกเปิดรับชมข่าวทาง UBC เคเบิลทีวี

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 29 ตารางแสดง รายการบันเทิงทางUBC เคเบิลทีวีที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด

ช่องรายการบันเทิง	การเปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ
ช่อง 20 HBO	54	20.4
ช่อง 21 CINEMAX	9	3.4
ช่อง 22 STAR MOVIE	14	5.3
ช่อง 23 HALLMARK	2	0.8
ช่อง 24 UBC ASIAN MOVIES	3	1.1
ช่อง 25 UBC MOVIES	2	0.8
ช่อง 26 UBC KIDS	14	5.3
ช่อง 27 CARTOON NETWORK	5	1.9
ช่อง 36 UBC SERIES	0	0
ช่อง 30 SUPER SPORT GOLD	17	6.4
ช่อง 31 SUPER SPORT	5	1.9
ช่อง 32 ESPN	11	4.2
ช่อง 33 STAR SPORT	6	2.3
ช่อง 37 UBC X - ZYTE	21	7.9
ช่อง 38 AXN	3	1.1
ช่อง 48 CHANNEL V THAILAND	0	0
ช่อง 49 M TV (MUSIC)	12	4.5
ช่อง 42 NATIONAL GEOGRAPHIC	0	0
ช่อง 43 DISCOVERY CHANNEL	6	2.3
ช่อง 44 ANIMAL PLANET	1	0.4
ไม่แสดงความเห็น	80	30.2
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า รายการบันเทิงทางUBCเคเบิลทีวีที่เปิดรับชมบ่อยที่สุดและถูกเลือกมากที่สุดในอันดับ 1 คือ ช่อง20 HBO รองลงมาคือ ช่อง 37 UBC X - ZYTE , ช่อง 30 SUPER SPORT GOLD , ช่อง 22 STAR MOVIE และช่อง 26 UBC KIDS ซึ่งในอันดับแรกเป็นรายการบันเทิงประเภทภาพยนตร์ ส่วนในช่อง 37 UBC X – ZYTE เป็นรายการวาไรตี้ต่างๆที่รวมถึงมีรายการของประเทศญี่ปุ่นรวมอยู่ด้วย ดังนั้นจึงเป็นช่องที่คนญี่ปุ่นให้ความนิยมเป็นอันดับรองจากรายการบันเทิงประเภทภาพยนตร์

ตารางที่ 30 ตารางแสดง สาเหตุที่เลือกเปิดรับชมรายการบันเทิงต่าง ๆ ทาง UBC เคเบิลทีวี (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เข้าใจภาษาไทย	67	25.3
ข่าวสารของสื่อไทยมีไม่เพียงพอ	47	17.7
ต้องการข่าวสารของประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น	114	43.0
ต้องการข่าวสาร และความเป็นไปของโลกให้มากขึ้น	73	27.5
รายการดีกว่า น่าสนใจกว่า และสนุกกว่าโทรทัศน์ไทย	127	48.0
เหตุผลอื่นๆ	28	10.6

จากตารางที่ 30 แสดงให้เห็นว่าสาเหตุที่คนญี่ปุ่นเลือกเปิดรับชมรายการต่างๆทาง UBC เคเบิลทีวีมากที่สุด คือ เนื่องจากรายการของ UBC เคเบิลทีวีดีกว่า น่าสนใจกว่าและสนุกกว่าโทรทัศน์ไทย รองลงมาคือ สาเหตุที่ว่าต้องการข่าวสารของประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น ถัดมา คือ เพราะต้องการข่าวสาร และความเป็นไปของโลกให้มากขึ้น ทั้ง 3 สาเหตุแรกที่กล่าวมาเป็นสาเหตุที่คนญี่ปุ่นเลือกมากที่สุด ในส่วนเหตุผลอื่นๆ เป็นส่วนที่ให้คนญี่ปุ่นได้ระบุเหตุผลเอง ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในบทสรุปผล

ตารางที่ 31 ตารางแสดงระดับความเพียงพอ ในการตอบสนองความต้องการจาก UBC เคเบิลทีวีเพียง *อย่างเดียว*

ระดับความเพียงพอ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอที่สุด	26	9.8
เพียงพอ	84	31.7
ปานกลาง	81	30.6
ไม่ค่อยเพียงพอ	27	10.2
ไม่เพียงพอเลย	3	1.1
ไม่แสดงความเห็น	44	16.6
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 31 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เห็นว่า UBC เคเบิลทีวีเพียงอย่างเดียวตอบสนองความต้องการอยู่ในระดับเพียงพอ ในส่วนที่ไม่แสดงความเห็น ส่วนใหญ่เป็นคนญี่ปุ่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิกUBC เคเบิลทีวี ซึ่งทำให้ไม่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคำถามในข้อนี้

ตารางที่ 32 ตารางแสดงระดับความจำเป็น ของเคเบิลทีวี ในช่วงที่พักอาศัยในประเทศไทย

ระดับความจำเป็น	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็นมาก	101	38.1
จำเป็น	62	23.3
ปานกลาง	34	12.8
ไม่ค่อยจำเป็น	27	10.2
ไม่จำเป็นเลย	0	0
ไม่แสดงความเห็น	45	16.9
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 32 คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ที่มีความเห็นว่า เคเบิลทีวี มีความจำเป็นมากในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย และไม่มีคนญี่ปุ่นที่เห็นว่า เคเบิลทีวีนั้นไม่จำเป็นเลย ดังนั้นเคเบิลทีวียังคงเป็นที่ต้องการของคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่

ตารางที่ 33 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สมาชิกช่อง NHK (ช่อง 59) ของทาง UBC เคเบิลทีวี

การเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เป็นสมาชิก	208	78.5
ไม่เป็นสมาชิก	57	21.5
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่า นอกจากคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเป็นสมาชิก UBC เคเบิลทีวีแล้ว ก็ยังเป็นสมาชิก ช่อง NHK (ช่อง 59) ของทาง UBC เคเบิลทีวี อีกด้วย ส่วนคนญี่ปุ่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิกช่อง NHK มีทั้งคนญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิก UBC เคเบิลทีวี อย่างเดียวแต่ไม่ได้

สมัครเป็นสมาชิกช่อง NHK (ช่อง 59) และคนญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิก UBC เคเบิลทีวี พร้อมกับเป็นสมาชิก ช่อง NHK (ช่อง 59) ด้วย

ตารางที่ 34 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ พฤติกรรมในการเปิดรับชมช่อง NHK (ช่อง 59) โดยเฉลี่ย

พฤติกรรมการเปิดรับ	คนญี่ปุ่นที่เปิดรับ	
	จำนวน	ร้อยละ
ดูทุกวัน	145	54.7
ดูเกือบทุกวัน	39	14.7
ดูบ้างไม่ดูบ้าง	23	8.7
ไม่ค่อยได้ดู	1	0.4
ไม่แสดงความเห็น	57	21.5
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เปิดรับชมช่อง NHK ทุกวัน รองลงมาคือ เปิดรับชมเกือบทุกวัน ดูบ้างไม่ดูบ้าง และไม่ค่อยได้ดู เป็นจำนวนที่น้อยที่สุดตามลำดับ คนญี่ปุ่นที่เป็นสมาชิกช่อง NHK จะเปิดรับชมช่อง NHK ทุกคน

ตารางที่ 35 ตารางแสดงจำนวนและร้อยละ สาเหตุที่เลือกเปิดรับชมรายการต่าง ๆทางช่อง NHK (ช่อง 59)

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นภาษาญี่ปุ่น	170	64.2
ต้องการรับรู้ข่าวสาร และความเป็นไปของญี่ปุ่น	155	58.5
รายการน่าสนใจ สนุกสนาน เพลิดเพลิน	55	20.8
ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในประเทศตัวเอง	16	6.0
สมาชิกในครอบครัวต้องการดู	15	5.7
เหตุผลอื่นๆ	4	1.5

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เลือกที่จะเปิดรับชมรายการต่างๆทางช่อง NHK (ช่อง 59) เนื่องจากเป็นภาษาญี่ปุ่น รองลงมาคือ เพราะต้องการรับรู้ข่าวสาร และความเป็นไปของประเทศญี่ปุ่น สองอันดับแรกดังที่กล่าวมาเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้คนญี่ปุ่นเลือกที่จะเปิดรับชมรายการต่างๆทางช่อง NHK นอกจากนั้นคือ เหตุผลที่ว่า รายการน่าสนใจ สนุกสนาน เพลิดเพลิน ถัดมาคือ ชมรายการต่างๆทางช่อง NHK แล้วให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในประเทศตัวเอง และเพราะสมาชิกในครอบครัวต้องการดูช่อง NHK ตามลำดับ ในส่วนเหตุผลอื่นๆ เป็นส่วนที่ให้คนญี่ปุ่นได้ระบุเหตุผลเอง ซึ่งจะกล่าวรายละเอียดในบทสรุปผล

ตารางที่ 36 ตารางแสดงระดับความเพียงพอ ในการตอบสนองความต้องการจากช่อง NHK (ช่อง 59) ทาง UBC เคเบิลทีวีเพียง *อย่างเดียว*

ระดับความเพียงพอ	จำนวน	ร้อยละ
เพียงพอที่สุด	18	6.8
เพียงพอ	75	28.3
ปานกลาง	65	24.5
ไม่ค่อยเพียงพอ	43	16.2
ไม่เพียงพอเลย	7	2.6
ไม่แสดงความเห็น	57	21.5
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เห็นว่า ช่อง NHK (ช่อง 59) ทาง UBC เคเบิลทีวีเพียงอย่างเดียวตอบสนองความต้องการอยู่ในระดับที่เพียงพอ และเพียงพอปานกลาง ถึงแม้จะมีคนญี่ปุ่นที่มีความเห็นว่าช่อง NHK (ช่อง 59) ทาง UBC เคเบิลทีวี อย่างเดียวตอบสนอง ความต้องการไม่เพียงพอเลย แต่คนญี่ปุ่นเหล่านั้นก็ยังคงเป็นสมาชิก และเปิดรับชมช่อง NHK (ช่อง 59) ทาง UBC เคเบิลทีวี ในส่วนที่ไม่แสดงความเห็น เป็นคนญี่ปุ่นที่ไม่ได้เป็นสมาชิกช่อง NHK (ช่อง 59) ซึ่งทำให้ไม่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคำถามในข้อนี้

ตารางที่ 37 ตารางแสดงระดับความจำเป็น ของ *ช่อง NHK (ช่อง 59)* ในช่วงที่พักอาศัยในประเทศไทย

ระดับความจำเป็น	จำนวน	ร้อยละ
จำเป็นมาก	124	46.8
จำเป็น	57	21.5
ปานกลาง	13	4.9
ไม่ค่อยจำเป็น	13	4.9
ไม่จำเป็นเลย	1	0.4
ไม่แสดงความเห็น	57	21.5
รวม	265	100.0

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความเห็นว่าช่อง NHK (ช่อง 59) นั้น มีจำเป็นมากในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.4 ประมวลความคิดเห็นจากแบบสอบถาม

ในส่วนท้ายของแบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open Form) โดยให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับสื่อโทรทัศน์ที่มีอยู่ในประเทศไทยในฐานะที่เป็นคนญี่ปุ่นที่พำนักอาศัยในประเทศไทย และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในช่วงที่พำนักอาศัยในประเทศไทย คิดว่าอยากให้ข้อมูลข่าวสาร / รายการต่างๆทางโทรทัศน์ไทยมีสิ่งใดเพิ่มเติม ซึ่งผู้วิจัยได้นำความคิดเห็นต่างๆทั้งหมดที่ได้จากแบบสอบถามมารวบรวมไว้ดังนี้ รายการทางด้านบันเทิงและเนื้อหาในรายการยังมีการพัฒนาไม่เพียงพอ ในฐานะที่เป็นคนต่างชาติที่เข้ามาอยู่ในประเทศไทย อยากให้มีรายการเกี่ยวกับการใช้ชีวิตอยู่ในประเทศไทย ซึ่งออกอากาศเป็นภาษาญี่ปุ่น หรือ ออกอากาศเป็นภาษาไทยแต่มีตัวหนังสือบรรยายเป็นภาษาญี่ปุ่นหรือภาษาอังกฤษ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่น ที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

จากงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย คือ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย อาชีพของคนญี่ปุ่น และทักษะทางด้านภาษาไทย ในทักษะทางด้านภาษาไทยนั้น ทักษะที่มีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ คือ ทักษะการฟังภาษาไทย เนื่องจากทักษะการฟังเป็นทักษะที่สำคัญที่ต้องใช้มากที่สุดในการเปิดรับและแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ดูถึงนัยสำคัญจึงแสดงความสัมพันธ์ต่างๆออกมาเป็นตารางแจกแจงความถี่แบบ2ทาง (crosstabulation) จากนั้นจึงวิเคราะห์ดูแต่ละตารางจากซ้ายไปขวาทีละบรรทัด และจึงนำมาสรุปนัยสำคัญโดยรวมแต่ละตารางได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 38 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสื่อที่เลือกใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

สื่อ / ระยะเวลา	โทรทัศน์		บุคคล		หนังสือพิมพ์		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	69	41.3	43	25.7	26	15.6	29	17.4	167	100
3-6 ปี	19	40.4	9	19.1	11	23.4	8	17.0	47	100
6-9 ปี	13	44.8	8	27.6	5	17.2	3	10.3	29	100
9-12 ปี	5	83.3	0	0.0	1	16.7	0	0.0	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	2	28.6	1	14.3	1	14.3	3	42.9	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	5	55.6	0	0.0	3	33.3	1	11.1	9	100
รวม	113	42.6	61	23.0	47	17.7	44	16.6	265	100

จากตารางที่ 38 พบว่าในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทยคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ที่พำนักในทุกระยะเวลา ยังคงเลือกสื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆ มากที่สุด

ตารางที่ 39 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆเกี่ยวกับประเทศที่ต้องการ

ประเทศ / ระยะเวลา	ญี่ปุ่น		ไทย		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	104	62.3	58	34.7	5	3.0	167	100
3-6 ปี	32	68.1	15	31.9	0	0.0	47	100
6-9 ปี	18	62.1	10	34.5	1	3.4	29	100
9-12 ปี	3	50.0	3	50.0	0	0.0	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	2	28.6	2	28.6	3	42.9	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	2	22.2	7	77.8	0	0.0	9	100
รวม	161	60.8	95	35.8	9	3.4	265	100

จากตารางที่ 39 พบว่าในช่วง 1 - 9 ปีแรก คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ยังต้องการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นอยู่ แต่เมื่อคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยยิ่งนานขึ้น ความต้องการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยก็มีมากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 40 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆเกี่ยวกับประเทศไทย

สื่อ / ระยะเวลา	ไม่แสดงความเห็น		บุคคล		โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		อื่น ๆ		วิทยุ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	4	2.4	64	38.3	49	29.3	21	12.6	24	14.4	5	3.0	167	100
3-6 ปี	0	0.0	17	36.2	10	21.3	11	23.4	9	19.1	0	0.0	47	100
6-9 ปี	0	0.0	11	37.9	13	44.8	3	10.3	2	6.9	0	0.0	29	100
9-12 ปี	0	0.0	3	50.0	1	16.7	2	33.3	0	0.0	0	0.0	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	0	0.0	3	42.9	3	42.9	1	14.3	0	0.0	0	0.0	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	0	0.0	0	0.0	6	66.7	2	22.2	1	11.1	0	0.0	9	100
รวม	4	1.5	98	37.0	82	30.9	40	15.1	36	13.6	5	1.9	265	100

จากตารางที่ 40 พบว่าคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยส่วนใหญ่ จะเลือก สื่อบุคคล เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยมากที่สุด แต่เมื่ออยู่นานขึ้นแนวโน้มที่จะเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยจาก สื่อโทรทัศน์ ก็มีมากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 41 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น

สื่อ / ระยะเวลา	โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		อื่น ๆ		บุคคล		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	90	53.9	48	28.7	22	13.2	7	4.2	167	100
3-6 ปี	25	53.2	17	36.2	4	8.5	1	2.1	47	100
6-9 ปี	22	75.9	6	20.7	1	3.4	0	0.0	29	100
9-12 ปี	4	66.7	1	16.7	1	16.7	0	0.0	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	5	71.4	2	28.6	0	0.0	0	0.0	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	7	77.8	1	11.1	1	11.1	0	0.0	9	100
รวม	153	57.7	75	28.3	29	10.9	8	3.0	265	100

จากตารางที่ 41 พบว่าคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยในทุกระยะเวลา ไม่ว่าจะอยู่นานแค่ไหน ต่างก็เลือก สื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นมากที่สุด

ตารางที่ 42 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆเกี่ยวกับประเทศอื่น ๆ

สื่อ / ระยะเวลา	โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		อื่น ๆ		บุคคล		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	120	71.9	27	16.2	17	10.2	3	1.8	167	100
3-6 ปี	27	57.4	15	31.9	4	8.5	1	2.1	47	100
6-9 ปี	22	75.9	3	10.3	4	13.8	0	0.0	29	100
9-12 ปี	5	83.3	1	16.7	0	0.0	0	0.0	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	5	71.4	2	28.6	0	0.0	0	0.0	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	6	66.7	1	11.1	2	22.2	0	0.0	9	100
รวม	185	69.8	49	18.5	27	10.2	4	1.5	265	100

จากตารางที่ 42 พบว่าคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยในทุกระยะเวลาไม่ว่าจะพำนักอยู่ในช่วงสั้นๆหรือพำนักเป็นระยะเวลานาน ต่างก็เลือกสื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับโลก / ประเทศอื่นๆ มากที่สุด

ตารางที่ 43 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับประเภทข้อมูลข่าวสารที่ต้องการมากที่สุด

ประเภทข้อมูล / ระยะเวลา	สังคม		อื่นๆ		ธุรกิจ		การเมือง		กีฬา		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	109	65.3	21	12.6	19	11.4	12	7.2	6	3.6	167	100
3-6 ปี	26	55.3	10	21.3	1	2.1	3	6.4	7	14.9	47	100
6-9 ปี	18	62.1	0	0.0	9	31.0	1	3.4	1	3.4	29	100
9-12 ปี	5	83.3	0	0.0	1	16.7	0	0.0	0	0.0	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	5	71.4	0	0.0	1	14.3	1	14.3	0	0.0	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	3	33.3	1	11.1	0	0.0	5	55.6	0	0.0	9	100
รวม	166	62.6	32	12.1	31	11.7	22	8.3	14	5.3	265	100

จากตารางที่ 43 พบว่าเมื่อพิจารณาในแต่ละระยะเวลา คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่ระยะเวลา 1 - 12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร ประเภทข้อมูลข่าวสารที่ต้องการมากที่สุด คือ ด้านสังคม แต่สำหรับคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่ 12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวรขึ้นไป ต้องการที่จะรับข้อมูลข่าวสารด้านการเมือง

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 44 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับรายการบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด

รายการบันเทิง / ระยะเวลา	ไม่แสดงความเห็น		ละคร		เกมโชว์		การ์ตูน		สารคดี		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	58	34.7	53	31.7	20	12.0	20	12.0	10	6.0	6	3.6	167	100
3-6 ปี	18	38.3	15	31.9	7	14.9	1	2.1	6	12.8	0	0.0	47	100
6-9 ปี	8	27.6	14	48.3	4	13.8	2	6.9	1	3.4	0	0.0	29	100
9-12 ปี	1	16.7	4	66.7	0	0.0	1	16.7	0	0.0	0	0.0	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	1	14.3	3	42.9	0	0.0	3	42.9	0	0.0	0	0.0	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	3	33.3	2	22.2	2	22.2	0	0.0	2	22.2	0	0.0	9	100
รวม	89	33.6	91	34.3	33	12.5	27	10.2	19	7.2	6	2.3	265	100

จากตารางที่ 44 พบว่าไม่ว่าคนญี่ปุ่นจะพำนักอยู่ในประเทศไทยนานแค่ไหน รายการบันเทิงที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เปิดรับชมบ่อยที่สุด คือ ละคร แต่จะเห็นได้ว่า เมื่อคนญี่ปุ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยนานขึ้น ก็เริ่มที่จะเปิดรับชมรายการบันเทิงต่างๆนอกจากละครมากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 45 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับภาษาที่รับฟังในขณะรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย

ภาษา / ระยะเวลา	ไม่แสดงความเห็น		sound track		ไทย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	6	3.6	134	80.2	27	16.2	167	100
3-6 ปี	5	10.6	31	66.0	11	23.4	47	100
6-9 ปี	3	10.3	24	82.8	2	6.9	29	100
9-12 ปี	0	0.0	5	83.3	1	16.7	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	0	0.0	6	85.7	1	14.3	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	0	0.0	5	55.6	4	44.4	9	100
รวม	14	5.3	205	77.4	46	17.4	265	100

จากตารางที่ 45 พบว่าคนญี่ปุ่นไม่ว่าจะพำนักอยู่ในประเทศไทยนานแค่ไหน ต่างเลือกรับฟัง sound track (เสียงในฟิล์ม) ในขณะรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยมากที่สุด (ในกรณีที่ทางโทรทัศน์ไทยมีรายการของต่างประเทศ) ดังนั้นความแตกต่างของระยะเวลา ไม่มีผลต่อคนญี่ปุ่นในการเลือกภาษาที่รับฟังในขณะรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 46 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับภาษาที่รับฟังในขณะรับชม UBC เคเบิลทีวี

ภาษา / ระยะเวลา	ไม่แสดงความเห็น		sound track		ไทย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	33	19.8	118	70.7	16	9.6	167	100
3-6 ปี	9	19.1	36	76.6	2	4.3	47	100
6-9 ปี	2	6.9	26	89.7	1	3.4	29	100
9-12 ปี	0	0.0	5	83.3	1	16.7	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	1	14.3	6	85.7	0	0.0	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	0	0.0	4	44.4	5	55.6	9	100
รวม	45	17.0	195	73.6	25	9.4	265	100

จากตารางที่ 46 พบว่าคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ที่พำนักอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่ 1 – 12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร ต่างเลือกรับฟัง sound track (เสียงในฟิล์ม) ในขณะรับชมรายการต่างๆทางเคเบิลทีวี แต่เมื่อพำนักอยู่ในประเทศไทยนานขึ้นก็เริ่มที่จะเลือกรับฟังเสียงภาษาไทยมากขึ้น

ตารางที่ 47 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับความถี่ในการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย

ชั่วโมง / ระยะเวลา	ไม่แสดงความเห็น		1 ชั่วโมง		2 ชั่วโมง		3 ชั่วโมง		4 ชั่วโมง		มากกว่า 4 ชั่วโมง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	33	19.8	89	53.3	26	15.6	8	4.8	2	1.2	9	5.4	167	100
3-6 ปี	11	23.4	22	46.8	13	27.7	1	2.1	0	0.0	0	0.0	47	100
6-9 ปี	2	6.9	18	62.1	4	13.8	5	17.2	0	0.0	0	0.0	29	100
9-12 ปี	0	0.0	5	83.3	1	16.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	6	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	0	0.0	5	71.4	1	14.3	1	14.3	0	0.0	0	0.0	7	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	0	0.0	2	22.2	4	44.4	0	0.0	0	0.0	3	33.3	9	100
รวม	46	17.4	141	53.2	49	18.5	15	5.7	2	0.8	12	4.5	265	100

จากตารางที่ 47 พบว่าคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยในช่วงแรกจะยังไม่ค่อยรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยนานเท่าไหร่ โดยคนญี่ปุ่นใช้เวลาในการรับชมโทรทัศน์ไทยโดยเฉลี่ย 1 ชั่วโมงต่อวัน แต่พออยู่นานไปก็เริ่มที่จะใช้เวลาในการรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยมากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 48 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่าง ๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ / ระยะเวลา	ฝึกภาษาไทย		ต้องการรู้ข่าวสารประเทศไทยให้มาก		รายการน่าสนใจสนุกสนาน		ไม่มีช่องทางอื่นให้เลือก		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	85	44.7	43	22.6	26	13.7	21	11.1	15	7.9	190	100
3-6 ปี	24	37.5	21	32.8	8	12.5	9	14.1	2	3.1	64	100
6-9 ปี	6	19.4	15	48.4	5	16.1	5	16.1	0	0.0	31	100
9-12 ปี	1	12.5	6	75.0	0	0.0	1	12.5	0	0.0	8	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	3	30.0	5	50.0	0	0.0	2	20.0	0	0.0	10	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	2	18.2	9	81.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	11	100
รวม	121	38.5	99	31.5	39	12.4	38	12.1	17	5.4	314	100

จากตารางที่ 48 พบว่าในช่วงแรกสาเหตุส่วนใหญ่ที่คนญี่ปุ่นเข้ามาพำนักอยู่ในประเทศไทยที่เปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทยเนื่องจากต้องการที่จะฝึกภาษาไทย และเมื่อพำนักอยู่นานขึ้นสาเหตุที่เปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทยเพราะเริ่มที่ต้องการรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยให้มากขึ้นจึงเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 49 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่าง ๆทาง UBC เคเบิลทีวี (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ / ระยะเวลา	ต้องการข่าวสารของประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น		รายการดี / น่าสนใจ / สนุกกว่าโทรทัศน์ไทย		ต้องการข่าวสารของโลกให้มากขึ้น		ไม่เข้าใจภาษาไทย		ข่าวสารทางโทรทัศน์ไทยมีไม่เพียงพอ		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	60	23.3	60	23.3	45	17.5	48	18.7	22	8.6	22	8.6	257	100
3-6 ปี	26	38.2	10	14.7	11	16.2	14	20.6	6	8.8	1	1.5	68	100
6-9 ปี	17	26.6	15	23.4	14	21.9	3	4.7	11	17.2	4	6.3	64	100
9-12 ปี	4	25.0	5	31.3	2	12.5	2	12.5	3	18.8	0	0.0	16	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	3	25.0	5	41.7	1	8.3	0	0.0	2	16.7	1	8.3	12	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	4	36.4	4	36.4	0	0.0	0	0.0	3	27.3	0	0.0	11	100
รวม	114	26.6	99	23.1	73	17.1	67	15.7	47	11.0	28	6.5	428	100

จากตารางที่ 49 พบว่าในช่วงแรกที่คนญี่ปุ่นเข้ามาพำนักอยู่ในประเทศไทยที่เปิดรับชมรายการต่างๆทาง UBC เคเบิลทีวี เนื่องจากไม่เข้าใจภาษาไทย และ UBC เคเบิลทีวีมีรายการให้เลือกหลากหลายเป็นจำนวนมากซึ่งส่วนใหญ่เป็นรายการจากต่างประเทศที่สามารถเลือกเปิดรับฟังภาษาได้ตามรายการนั้นๆไม่จำกัดอยู่แค่ภาษาไทย นอกจากนั้นสาเหตุอื่นที่คนญี่ปุ่นเลือกกันมากแม้ไม่ว่าจะพำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นระยะเวลานานเท่าไหร่คือ ต้องการรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น เพราะเนื่องจากUBC เคเบิลทีวีมีการบอกรับการเป็นสมาชิกช่อง NHK ที่มีรายการและออกอากาศเหมือนที่ประเทศญี่ปุ่นทำให้ได้รับรู้เหตุการณ์ความเป็นไปของประเทศญี่ปุ่นได้ แม้พำนักอยู่ในประเทศไทย และสาเหตุอื่นที่คนญี่ปุ่นเลือกกันมาก คือ ซึ่งเป็นสาเหตุที่มาจากเพราะคนญี่ปุ่นไม่เข้าใจภาษาไทย ดังนั้นเมื่อสามารถรับชมรายการที่ให้ความเข้าใจและพอใจมากกว่าจึงเห็นว่ารายการดีน่าสนใจ และสนุกกว่ารายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย

ตารางที่ 50 แสดงความสัมพันธ์ของระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่าง ๆทางช่อง NHK (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ / ระยะเวลา	เป็นภาษาญี่ปุ่น		ต้องการข่าวสารของประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น		รายการน่าสนใจสนุกสนานเพลิดเพลิน		ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในประเทศตัวเอง		สมาชิกในครอบครัวต้องการดู		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
1-3 ปี	105	42.3	97	39.1	29	11.7	8	3.2	7	2.8	2	0.8	248	100
3-6 ปี	33	50.0	22	33.3	7	10.6	1	1.5	2	3.0	1	1.5	66	100
6-9 ปี	19	34.5	19	34.5	10	18.2	5	9.1	2	3.6	0	0.0	55	100
9-12 ปี	5	33.3	4	26.7	3	20.0	0	0.0	2	13.3	1	6.7	15	100
12 ปีขึ้นไปแต่ไม่ถาวร	4	25.0	5	31.3	3	18.8	2	12.5	2	12.5	0	0.0	16	100
12 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร	4	26.7	8	53.3	3	20.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	15	100
รวม	170	41.0	155	37.3	55	13.3	16	3.9	15	3.6	4	1.0	415	100

จากตารางที่ 50 พบว่าการที่คนญี่ปุ่นรับชมรายการต่างๆทางช่อง NHK มีสาเหตุที่คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยทุกช่วงระยะเวลาเลือกกันมาก คือ เพราะรายการต่างๆออกอากาศเป็นภาษาญี่ปุ่น และเพราะต้องการรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น แม้คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นระยะเวลานานคือ 12 ปีขึ้นไปทั้งแบบไม่ถาวร และ12 ปีขึ้นไปแบบถาวร ก็ยังคงเลือก 2 สาเหตุแรกที่ได้กล่าวมาเป็นส่วนใหญ่

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 51 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสื่อที่เลือกใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

สื่อ / อาชีพ	โทรทัศน์		บุคคล		หนังสือพิมพ์		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	55	47.8	29	25.2	24	20.9	7	6.1	115	100
ข้าราชการ	1	10.0	2	20.0	5	50.0	2	20.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	4	44.4	0	0.0	3	33.3	2	22.2	9	100
สื่อมวลชน	0	0.0	1	25.0	1	25.0	2	50.0	4	100
ศึกษาต่อ	4	33.3	2	16.7	4	33.3	2	16.7	12	100
แม่บ้าน	45	61.6	10	13.7	4	5.5	14	19.2	73	100
อื่นๆ	4	9.5	17	40.5	6	14.3	15	35.7	42	100
รวม	113	42.6	61	23.0	47	17.7	44	16.6	265	100

จากตารางที่ 51 พบว่าทางด้านอาชีพคนญี่ปุ่น ถึงแม้ว่าจำนวนรวมทางด้านสื่อโทรทัศน์ จะมีคนญี่ปุ่นเลือกมากที่สุดก็ตาม แต่เมื่อดูตามแต่ละอาชีพ จะเห็นว่าจำนวนรวมในแต่ละสื่อของแต่ละอาชีพ จะไม่ได้เน้นหนักไปทางด้านสื่อโทรทัศน์เหมือนกันหมด กล่าวคือ คนญี่ปุ่นที่มาทำงานโดยทางบริษัทแม่ส่งมา คนญี่ปุ่นที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว คนญี่ปุ่นที่มาศึกษาต่อ และคนญี่ปุ่นที่เป็นแม่บ้าน จะเลือกสื่อโทรทัศน์มากที่สุด ส่วนอาชีพที่เป็นข้าราชการโดยรัฐบาลส่งมาจะเลือกแสวงหาข้อมูลจากสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุด อาชีพทางด้านสื่อสารมวลชนจะเลือกแสวงหาข้อมูลจากสื่ออื่นๆ ซึ่งได้แก่ internet มากที่สุด และอาชีพอื่นๆซึ่งคือ คนญี่ปุ่นที่ทำงานในบริษัทญี่ปุ่นและบริษัทเอกชนต่างๆที่อยู่ในประเทศไทยเป็นพนักงานที่เข้าสมัครทำงานด้วยตัวเองที่ประเทศไทยไม่ได้ถูกส่งมาจากประเทศญี่ปุ่น หรือที่เรียกว่า local staff จะเลือกแสวงหาข้อมูลจากสื่อบุคคล มากที่สุด กล่าวคือ อาชีพที่ต่างกัน จะเลือกสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างกัน

ตารางที่ 52 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เกี่ยวกับประเทศที่ต้องการ

ประเทศ / อาชีพ	ญี่ปุ่น		ไทย		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	79	68.7	33	28.7	3	2.6	115	100
ข้าราชการ	5	50.0	4	40.0	1	10.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	2	22.2	6	66.7	1	11.1	9	100
สื่อมวลชน	2	50.0	1	25.0	1	25.0	4	100
ศึกษาต่อ	1	8.3	11	91.7	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	47	64.4	25	34.2	1	1.4	73	100
อื่น ๆ	25	59.5	15	35.7	2	4.8	42	100
รวม	161	60.8	95	35.8	9	3.4	265	100

จากตารางที่ 52 พบว่าถึงแม้คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เมื่อมาพำนักอยู่ในประเทศไทยจะต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น แต่มีบางอาชีพ คือ คนญี่ปุ่นที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และคนญี่ปุ่นที่มาศึกษาต่อ กลับมีความต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยมากกว่าประเทศญี่ปุ่น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 53 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆเกี่ยวกับประเทศไทย

สื่อ / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		บุคคล		โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		อื่น ๆ		วิทยุ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	3	2.6	49	42.6	34	29.6	20	17.4	9	7.8	0	0.0	115	100
ข้าราชการ	0	0.0	2	20.0	0	0.0	5	50.0	3	30.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	0	0.0	0	0.0	6	66.7	2	22.2	1	11.1	0	0.0	9	100
สื่อมวลชน	0	0.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	2	50.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	0	0.0	5	41.7	1	8.3	2	16.7	4	33.3	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	1	1.4	24	32.9	32	43.8	9	12.3	7	9.6	0	0.0	73	100
อื่น ๆ	0	0.0	17	40.5	8	19.0	2	4.8	10	23.8	5	11.9	42	100
รวม	4	1.5	98	37.0	82	30.9	40	15.1	36	13.6	5	1.9	265	100

จากตารางที่ 53 พบว่าเมื่อพิจารณาความแตกต่างทางด้านอาชีพ โดยคนญี่ปุ่นที่เป็นข้าราชการโดยรัฐบาลส่งมาส่วนใหญ่เลือก สื่อหนังสือพิมพ์ คนญี่ปุ่นที่ทำงานด้านสื่อสารมวลชนเลือก สื่ออื่นๆซึ่งคือ internet ส่วนคนญี่ปุ่นที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และคนญี่ปุ่นที่เป็นแม่บ้านเลือก สื่อโทรทัศน์เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าอาชีพที่ต่างกันจะเลือกสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 54 **แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น**

สื่อ / อาชีพ	โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		อื่น ๆ		บุคคล		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	69	60.0	36	31.3	6	5.2	4	3.5	115	100
ข้าราชการ	6	60.0	4	40.0	0	0.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	5	55.6	2	22.2	2	22.2	0	0.0	9	100
สื่อมวลชน	0	0.0	3	75.0	1	25.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	3	25.0	4	33.3	3	25.0	2	16.7	12	100
แม่บ้าน	52	71.2	18	24.7	3	4.1	0	0.0	73	100
อื่น ๆ	18	42.9	8	19.0	14	33.3	2	4.8	42	100
รวม	153	57.7	75	28.3	29	10.9	8	3.0	265	100

จากตารางที่ 54 พบว่าสำหรับทางด้านอาชีพ คนญี่ปุ่นที่ทำงานด้านสื่อสารมวลชน และคนญี่ปุ่นที่มาศึกษาต่อ โดยส่วนใหญ่เลือก สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น ด้านอาชีพนอกเหนือจากนั้นเลือก สื่อโทรทัศน์ เป็นส่วนใหญ่

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 55 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆเกี่ยวกับโลก / ประเทศอื่น ๆ

สื่อ / อาชีพ	โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		อื่น ๆ		บุคคล		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	81	70.4	26	22.6	4	3.5	4	3.5	115	100
ข้าราชการ	5	50.0	4	40.0	1	10.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	6	66.7	1	11.1	2	22.2	0	0.0	9	100
สื่อมวลชน	1	25.0	2	50.0	1	25.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	6	50.0	3	25.0	3	25.0	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	62	84.9	7	9.6	4	5.5	0	0.0	73	100
อื่น ๆ	24	57.1	6	14.3	12	28.6	0	0.0	42	100
รวม	185	69.8	49	18.5	27	10.2	4	1.5	265	100

จากตารางที่ 55 พบว่าสำหรับทางด้านอาชีพ คนญี่ปุ่นที่ทำงานสื่อมวลชนส่วนใหญ่เลือกใช้สื่อหนังสือพิมพ์ เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับโลก/ประเทศอื่นๆ นอกเหนือจากนั้นเลือก สื่อโทรทัศน์ เป็นส่วนใหญ่

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 56 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับประเภทข้อมูลข่าวสารที่ต้องการมากที่สุด

ประเภทข้อมูล / อาชีพ	สังคม		อื่น ๆ		ธุรกิจ		การเมือง		กีฬา		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	72	62.6	0	0.0	24	20.9	6	5.2	13	11.3	115	100
ข้าราชการ	5	50.0	0	0.0	0	0.0	5	50.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	5	55.6	1	11.1	1	11.1	2	22.2	0	0.0	9	100
สื่อมวลชน	2	50.0	1	25.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	6	50.0	4	33.3	1	8.3	0	0.0	1	8.3	12	100
แม่บ้าน	52	71.2	13	17.8	0	0.0	8	11.0	0	0.0	73	100
อื่น ๆ	24	57.1	13	31.0	5	11.9	0	0.0	0	0.0	42	100
รวม	166	62.6	32	12.1	31	11.7	22	8.3	14	5.3	265	100

จากตารางที่ 56 พบว่าคนญี่ปุ่นไม่ว่าจะอาชีพไหน เมื่อมาพำนักอยู่ในประเทศไทยประเภทข้อมูลข่าวสารที่มีความต้องการมากที่สุด คือ ข้อมูลข่าวสารด้านสังคม แสดงว่าข้อมูลข่าวสารด้านสังคมเป็นที่ต้องการของคนญี่ปุ่นในทุกอาชีพ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 57 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด

ข่าว / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		การเมือง		ต่างประเทศ		พระราชสำนัก		กีฬา		ธุรกิจ		อาชญากรรม		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	54	47.0	13	11.3	15	13.0	6	5.2	11	9.6	14	12.2	1	0.9	1	0.9	115	100
ข้าราชการ	0	0.0	7	70.0	0	0.0	0	0.0	2	20.0	1	10.0	0	0.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	2	22.2	3	33.3	2	22.2	0	0.0	0	0.0	1	11.1	0	0.0	1	11.1	9	100
สื่อมวลชน	1	25.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0	4	100
ศึกษาต่อ	1	8.3	0	0.0	6	50.0	0	0.0	1	8.3	0	0.0	4	33.3	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	18	24.7	25	34.2	13	17.8	9	12.3	3	4.1	1	1.4	4	5.5	0	0.0	73	100
อื่น ๆ	12	28.6	8	19.0	15	35.7	5	11.9	2	4.8	0	0.0	0	0.0	0	0.0	42	100
รวม	88	33.2	57	21.5	52	19.6	20	7.5	19	7.2	17	6.4	9	3.4	3	1.1	265	100

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จากตารางที่ 57 พบว่าในเรื่องความแตกต่างทางด้านอาชีพ เป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนญี่ปุ่นเปิดรับข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยต่างกัน โดยที่คนญี่ปุ่นที่เป็นข้าราชการโดยรัฐบาลส่งมา คนญี่ปุ่นที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว และคนญี่ปุ่นที่เป็นแม่บ้าน เปิดรับชมข่าวการเมืองบ่อยที่สุด ส่วนคนญี่ปุ่นที่มาทำงานโดยทางบริษัทแม่ส่งมา คนญี่ปุ่นที่มาศึกษาต่อ และคนญี่ปุ่นในอาชีพอื่นๆ จะเปิดรับชมข่าวต่างประเทศบ่อยที่สุด ส่วนคนญี่ปุ่นที่ทำงานด้านสื่อมวลชน เปิดรับชม ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ และข่าวอื่นๆในอัตราที่เท่าๆกัน

ตารางที่ 58 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับรายการบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด

รายการบันเทิง / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		ละคร		เกมโชว์		การ์ตูน		สารคดี		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	53	46.1	36	31.3	8	7.0	6	5.2	8	7.0	4	3.5	115	100
ข้าราชการ	3	30.0	4	40.0	0	0.0	0	0.0	2	20.0	1	10.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	4	44.4	3	33.3	0	0.0	1	11.1	1	11.1	0	0.0	9	100
สื่อมวลชน	2	50.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	0	0.0	6	50.0	2	16.7	1	8.3	3	25.0	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	16	21.9	25	34.2	12	16.4	16	21.9	3	4.1	1	1.4	73	100
อื่นๆ	11	26.2	15	35.7	11	26.2	3	7.1	2	4.8	0	0.0	42	100
รวม	89	33.6	91	34.3	33	12.5	27	10.2	19	7.2	6	2.3	265	100

จากตารางที่ 58 พบว่าคนญี่ปุ่นในทุกอาชีพ ต่างก็เปิดรับชมรายการบันเทิงประเภทละครทางสถานีโทรทัศน์ไทยบ่อยที่สุด ดังนั้นรายการบันเทิงที่คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยให้ความสนใจที่จะเปิดรับชมคือ ละคร

ตารางที่ 59 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับความถี่ในการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย

ชั่วโมง / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		1 ชั่วโมง		2 ชั่วโมง		3 ชั่วโมง		4 ชั่วโมง		มากกว่า 4 ชั่วโมง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	30	26.1	62	53.9	14	12.2	7	6.1	2	1.7	0	0.0	115	100
ข้าราชการ	0	0.0	10	100.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	0	0.0	6	66.7	3	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	9	100
สื่อมวลชน	1	25.0	3	75.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	1	8.3	6	50.0	4	33.3	1	8.3	0	0.0	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	13	17.8	34	46.6	13	17.8	1	1.4	0	0.0	12	16.4	73	100
อื่นๆ	1	2.4	20	47.6	15	35.7	6	14.3	0	0.0	0	0.0	42	100
รวม	46	17.4	141	53.2	49	18.5	15	5.7	2	0.8	12	4.5	265	100

จากตารางที่ 59 พบว่าคนญี่ปุ่นในทุกอาชีพโดยส่วนใหญ่ต่างก็รับชมสถานีโทรทัศน์โดยเฉลี่ยวันละ 1 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งเห็นได้ว่าความแตกต่างทางด้านอาชีพไม่ได้ส่งผลให้คนญี่ปุ่นรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยนานขึ้น

ตารางที่ 60 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับความจำเป็นของสถานีโทรทัศน์ไทย

ความจำเป็น / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		จำเป็นมาก		จำเป็น		ปานกลาง		ไม่ค่อยจำเป็น		ไม่จำเป็นเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน.	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	1	0.9	3	2.6	18	15.7	15	13.0	59	51.3	19	16.5	115	100
ข้าราชการ	0	0.0	0	0.0	6	60.0	1	10.0	3	30.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	0	0.0	1	11.1	3	33.3	2	22.2	2	22.2	1	11.1	9	100
สื่อมวลชน	0	0.0	0	0.0	1	25.0	0	0.0	3	75.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	0	0.0	0	0.0	3	25.0	5	41.7	3	25.0	1	8.3	12	100
แม่บ้าน	1	1.4	2	2.7	21	28.8	20	27.4	20	27.4	9	12.3	73	100
อื่นๆ	0	0.0	1	2.4	16	38.1	0	0.0	23	54.8	2	4.8	42	100
รวม	2	0.8	7	2.6	68	25.7	43	16.2	113	42.6	32	12.1	265	100

จากตารางที่ 60 พบว่าคนญี่ปุ่นในทุกอาชีพที่พำนักอยู่ในประเทศไทยส่วนใหญ่ เห็นว่าสถานีโทรทัศน์ไทยไม่ค่อยมีความจำเป็น ต่อการที่พำนักอยู่ในประเทศไทย เนื่องจากสถานีโทรทัศน์ไทยไม่ใช่ทางเลือกเดียวแต่ยังมีทางเลือกอื่น ซึ่งคนญี่ปุ่นสามารถรับชมรายการต่างๆ รวมถึงข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้จากเคเบิลทีวี

ตารางที่ 61 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับความจำเป็นของUBC เคเบิลทีวี

ความจำเป็น / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		จำเป็นมาก		จำเป็น		ปานกลาง		ไม่ค่อยจำเป็น		ไม่จำเป็นเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	15	13.0	48	41.7	29	25.2	21	18.3	2	1.7	0	0.0	115	100
ข้าราชการ	0	0.0	4	40.0	4	40.0	2	20.0	0	0.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	1	11.1	1	11.1	3	33.3	3	33.3	1	11.1	0	0.0	9	100
สื่อมวลชน	1	25.0	2	50.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	10	83.3	1	8.3	0	0.0	1	8.3	0	0.0	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	1	1.4	37	50.7	18	24.7	6	8.2	11	15.1	0	0.0	73	100
อื่น ๆ	7	16.7	8	19.0	13	31.0	1	2.4	13	31.0	0	0.0	42	100
รวม	35	13.2	101	38.1	68	25.7	34	12.8	27	10.2	0	0.0	265	100

จากตารางที่ 61 พบว่าคนญี่ปุ่นในทุกอาชีพที่พำนักอยู่ในประเทศไทยส่วนใหญ่ เห็นว่าเคเบิลทีวีมีความจำเป็นถึงจำเป็นมาก เนื่องจากเคเบิลทีวีมีรายการต่างๆให้เลือกมาก ทำให้สามารถเลือกรับชมหลากหลาย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 62 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับความจำเป็นของช่องNHK

ความจำเป็น / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		จำเป็นมาก		จำเป็น		ปานกลาง		ไม่ค่อยจำเป็น		ไม่จำเป็นเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	21	18.3	62	53.9	21	18.3	7	6.1	4	3.5	0	0.0	115	100
ข้าราชการ	0	0.0	7	70.0	1	10.0	2	20.0	0	0.0	0	0.0	10	100
ธุรกิจส่วนตัว	4	44.4	2	22.2	1	11.1	2	22.2	0	0.0	0	0.0	9	100
สื่อมวลชน	2	50.0	0	0.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	11	91.7	0	0.0	0	0.0	1	8.3	0	0.0	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	1	1.4	52	71.2	18	24.7	0	0.0	2	2.7	0	0.0	73	100
อื่นๆ	16	38.1	3	7.1	15	35.7	0	0.0	7	16.7	1	2.4	42	100
รวม	55	20.8	126	47.5	57	21.5	13	4.9	13	4.9	1	0.4	265	100

จากตารางที่ 62 พบว่าถึงแม้คนญี่ปุ่นจะเข้ามาพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย แต่ช่องNHK นั้นมีความจำเป็น ถึงจำเป็นมากที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าคนญี่ปุ่นเห็นถึงความจำเป็นของช่องNHK มากกว่าสถานีโทรทัศน์ไทย เนื่องจากรายการต่างๆที่ออกอากาศนั้น ออกอากาศเป็นภาษาญี่ปุ่น ทำให้ง่ายแก่การเข้าใจในเนื้อหาต่างๆ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 63 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ / อาชีพ	ฝึกภาษาไทย		ต้องการรู้ข่าวสารประเทศไทยให้มาก		รายการน่าสนใจสนุกสนาน		ไม่มีช่องทางอื่นให้เลือก		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	38	34.2	29	26.1	19	17.1	17	15.3	8	7.2	111	100
ข้าราชการ	4	30.8	6	46.2	3	23.1	0	0.0	0	0.0	13	100
ธุรกิจส่วนตัว	1	8.3	8	66.7	0	0.0	3	25.0	0	0.0	12	100
สื่อมวลชน	3	60.0	1	20.0	0	0.0	1	20.0	0	0.0	5	100
ศึกษาต่อ	8	44.4	2	11.1	2	11.1	6	33.3	0	0.0	18	100
แม่บ้าน	39	49.4	28	35.4	8	10.1	3	3.8	1	1.3	79	100
อื่นๆ	28	36.8	25	32.9	7	9.2	8	10.5	8	10.5	76	100
รวม	121	38.5	99	31.5	39	12.4	38	12.1	17	5.4	314	100

จากตารางที่ 63 พบว่าสาเหตุที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในแต่ละอาชีพของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทยเนื่องจากต้องการที่จะฝึกภาษาไทย และต้องการรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยให้มากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 64 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทาง UBC เคเบิลทีวี (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ / อาชีพ	ต้องการข่าวสารของประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น		รายการดี / น่าสนใจ / สนุกกว่าโทรทัศน์ไทย		ต้องการข่าวสารของโลกให้มากขึ้น		ไม่เข้าใจภาษาไทย		ข่าวสารทางโทรทัศน์ไทยมีไม่เพียงพอ		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	52	28.6	38	20.9	27	14.8	35	19.2	20	11.0	10	5.5	182	100
ข้าราชการ	9	37.5	4	16.7	5	20.8	4	16.7	2	8.3	0	0.0	24	100
ธุรกิจส่วนตัว	3	27.3	5	45.5	1	9.1	0	0.0	1	9.1	1	9.1	11	100
สื่อมวลชน	1	25.0	1	25.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	1	16.7	2	33.3	1	16.7	1	16.7	1	16.7	0	0.0	6	100
แม่บ้าน	34	26.2	26	20.0	24	18.5	24	18.5	14	10.8	8	6.2	130	100
อื่นๆ	14	19.7	23	32.4	14	19.7	2	2.8	9	12.7	9	12.7	71	100
รวม	114	26.6	99	23.1	73	17.1	67	15.7	47	11.0	28	6.5	428	100

จากตารางที่ 64 พบว่าสาเหตุที่คนญี่ปุ่นในทุกอาชีพเลือกกันมากในการรับชมรายการต่างๆ ทาง UBC เคเบิลทีวี เป็นสาเหตุที่ว่า เนื่องจากไม่เข้าใจภาษาไทย และ UBC เคเบิลทีวี มีรายการดี น่าสนใจ และสนุกกว่ารายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 65 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับสาเหตุในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางช่อง NHK (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

สาเหตุ / อาชีพ	เป็นภาษาญี่ปุ่น		ต้องการข่าวสารของประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น		รายการน่าสนใจสนุกสนานเพลิดเพลิน		ให้ความรู้สึกเหมือนอยู่ในประเทศตัวเอง		สมาชิกในครอบครัวต้องการดู		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	75	41.4	71	39.2	21	11.6	8	4.4	4	2.2	2	1.1	181	100
ข้าราชการ	8	33.3	9	37.5	3	12.5	2	8.3	2	8.3	0	0.0	24	100
ธุรกิจส่วนตัว	4	30.8	5	38.5	3	23.1	0	0.0	1	7.7	0	0.0	13	100
สื่อมวลชน	1	50.0	0	0.0	1	50.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	100
ศึกษาต่อ	1	33.3	1	33.3	1	33.3	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	100
แม่บ้าน	61	42.4	51	35.4	21	14.6	3	2.1	6	4.2	2	1.4	144	100
อื่นๆ	20	41.7	18	37.5	5	10.4	3	6.3	2	4.2	0	0.0	48	100
รวม	170	41.0	155	37.3	55	13.3	16	3.9	15	3.6	4	1.0	415	100

จากตารางที่ 65 พบว่าสาเหตุที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ในทุกอาชีพเลือกรับชมรายการต่างๆทางช่อง NHK คือ เนื่องจากเพราะรายการต่างๆออกอากาศเป็นภาษาญี่ปุ่น และเพราะต้องการรู้ข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นให้มากขึ้น เนื่องจากรายการของช่อง NHK ออกอากาศเหมือนที่ประเทศญี่ปุ่น ทำให้ได้รับรู้เหตุการณ์ความเป็นไปของประเทศญี่ปุ่นได้เหมือนกับอยู่ประเทศญี่ปุ่น นอกจากนั้นยังเห็นได้ว่าสาเหตุที่คนญี่ปุ่นเลือกกันมากอีกสาเหตุคือ เพราะรายการทางช่อง NHK นั้นน่าสนใจ ดูแล้วสนุกสนาน เพลิดเพลิน ทั้งนี้อาจเนื่องจากคุ้นเคย และชอบรายการต่างๆนั้นอยู่แล้วเหมือนตอนที่อยู่ในประเทศญี่ปุ่น

ตารางที่ 66 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับความเพียงพอต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว

ความเพียงพอ / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		เพียงพอที่สุด		เพียงพอ		ปานกลาง		ไม่ค่อยเพียงพอ		ไม่เพียงพอเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	11	9.6	1	0.9	1	0.9	9	7.8	22	19.1	71	61.7	115	100
รัฐบาล	0	0.0	0	0.0	1	10.0	1	10.0	3	30.0	5	50.0	10	100
ส่วนตัว	0	0.0	0	0.0	0	0.0	2	22.2	4	44.4	3	33.3	9	100
สื่อสารมวลชน	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	0	0.0	4	100.0	4	100
ศึกษาต่อ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	3	25.0	6	50.0	3	25.0	12	100
แม่บ้าน	5	6.8	0	0.0	1	1.4	4	5.5	24	32.9	39	53.4	73	100
อื่น ๆ	0	0.0	0	0.0	0	0.0	5	11.9	15	35.7	22	52.4	42	100
รวม	16	6.0	1	0.4	3	1.1	24	9.1	74	27.9	147	55.5	265	100

จากตารางที่ 66 พบว่าคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยในทุกอาชีพส่วนใหญ่ มีความเห็นในเรื่องความเพียงพอต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียวนั้น เห็นว่าอยู่ในระดับที่ไม่เพียงพอเลย เป็นเหตุทำให้คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเลือกที่จะเปิดรับชมรายการต่างๆทางUBC เคเบิลทีวี และช่อง NHK มากกว่าสถานีโทรทัศน์ไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 67 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับความเพียงพอต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารจาก UBC เคเบิลทีวีเพียงอย่างเดียว

ความเพียงพอ / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		เพียงพอที่สุด		เพียงพอ		ปานกลาง		ไม่ค่อยเพียงพอ		ไม่เพียงพอเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	16	13.9	12	10.4	29	25.2	38	33.0	19	16.5	1	0.9	115	100
รัฐบาล	0	0.0	0	0.0	6	60.0	3	30.0	1	10.0	0	0.0	10	100
ส่วนตัว	1	11.1	1	11.1	1	11.1	4	44.4	1	11.1	1	11.1	9	100
สื่อสารมวลชน	1	25.0	1	25.0	0	0.0	2	50.0	0	0.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	10	83.3	0	0.0	0	0.0	1	8.3	0	0.0	1	8.3	12	100
แม่บ้าน	1	1.4	11	15.1	32	43.8	25	34.2	4	5.5	0	0.0	73	100
อื่น ๆ	15	35.7	1	2.4	16	38.1	8	19.0	2	4.8	0	0.0	42	100
รวม	44	16.6	26	9.8	84	31.7	81	30.6	27	10.2	3	1.1	265	100

จากตารางที่ 67 พบว่าความเพียงพอต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารจากUBC เคเบิลทีวีเพียงอย่างเดียวนั้น คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยมีความเห็นว่า อยู่ในระดับที่ เพียงพอ ถึงแม้จะไม่รับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 68 แสดงความสัมพันธ์ของอาชีพคนญี่ปุ่น กับความเพียงพอต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารจาก ช่อง NHK เพียงอย่างเดียว

ความเพียงพอ / อาชีพ	ไม่แสดงความเห็น		เพียงพอที่สุด		เพียงพอ		ปานกลาง		ไม่ค่อยเพียงพอ		ไม่เพียงพอเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
บริษัทแม่ส่งมา	21	16.8	9	7.2	36	28.8	39	31.2	17	13.6	3	2.4	125	100
รัฐบาล	0	0.0	1	10.0	4	40.0	4	40.0	1	10.0	0	0.0	10	100
ส่วนตัว	4	44.4	0	0.0	1	11.1	3	33.3	0	0.0	1	11.1	9	100
สื่อสารมวลชน	2	50.0	0	0.0	0	0.0	1	25.0	1	25.0	0	0.0	4	100
ศึกษาต่อ	11	91.7	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	8.3	0	0.0	12	100
แม่บ้าน	1	1.4	8	11.0	24	32.9	24	32.9	13	17.8	3	4.1	73	100
อื่น ๆ	18	42.9	0	0.0	10	23.8	4	9.5	10	23.8	0	0.0	42	100
รวม	57	21.5	18	6.8	75	28.3	65	24.5	43	16.2	7	2.6	265	100

จากตารางที่ 68 พบว่าคนญี่ปุ่นในทุกสาขาอาชีพมีความเห็นในเรื่องความเพียงพอต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารจากช่อง NHK เพียงอย่างเดียวนั้น เห็นว่าอยู่ในระดับเพียงพอ ถึงแม้ว่าคนญี่ปุ่นดังกล่าวจะพำนักอยู่ในประเทศไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 69 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับสื่อที่เลือกใช้เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

สื่อ / ระดับทักษะ	โทรทัศน์		บุคคล		หนังสือพิมพ์		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	2	11.8	8	47.1	4	23.5	3	17.6	17	100
ดี	9	30.0	3	10.0	13	43.3	5	16.7	30	100
ปานกลาง	18	46.2	6	15.4	5	12.8	10	25.6	39	100
น้อยมาก	61	44.9	27	19.9	23	16.9	25	18.4	136	100
ไม่ได้เลย	23	53.5	17	39.5	2	4.7	1	2.3	43	100
รวม	113	42.6	61	23.0	47	17.7	44	16.6	265	100

จากตารางที่ 69 พบว่าคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ของทักษะการฟังภาษาไทยที่อยู่ในระดับดี ถึงดีมาก เลือก สื่อบุคคล และสื่อหนังสือพิมพ์มากที่สุดส่วนคนญี่ปุ่นที่มีทักษะการฟังภาษาไทยที่อยู่ในระดับไม่ได้เลย ถึงปานกลาง เลือก สื่อโทรทัศน์ มากที่สุด ในการเป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

ตารางที่ 70 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับข้อมูลข่าวสารต่างๆ เกี่ยวกับประเทศที่ต้องการ

ประเทศ / ระดับทักษะ	ญี่ปุ่น		ไทย		อื่นๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	11	64.7	5	29.4	1	5.9	17	100
ดี	16	53.3	13	43.3	1	3.3	30	100
ปานกลาง	17	43.6	21	53.8	1	2.6	39	100
น้อยมาก	86	63.2	46	33.8	4	2.9	136	100
ไม่ได้เลย	31	72.1	10	23.3	2	4.7	43	100
รวม	161	60.8	95	35.8	9	3.4	265	100

จากตารางที่ 70 พบว่าไม่ว่าคนญี่ปุ่นจะมีทักษะการฟังภาษาไทยอยู่ในระดับไหนต่างก็มีความต้องการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศตัวเอง (ประเทศญี่ปุ่น) มากที่สุด

ตารางที่ 71 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับสื่อที่ใช้เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆเกี่ยวกับประเทศไทย

สื่อ / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		บุคคล		โทรทัศน์		หนังสือพิมพ์		อื่น ๆ		วิทยุ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	0	0.0	8	47.1	5	29.4	3	17.6	1	5.9	0	0.0	17	100
ดี	0	0.0	6	20.0	9	30.0	8	26.7	7	23.3	0	0.0	30	100
ปานกลาง	0	0.0	12	30.8	16	41.0	5	12.8	6	15.4	0	0.0	39	100
น้อยมาก	2	1.5	52	38.2	35	25.7	23	16.9	19	14.0	5	3.7	136	100
ไม่ได้เลย	2	4.7	20	46.5	17	39.5	1	2.3	3	7.0	0	0.0	43	100
รวม	4	1.5	98	37.0	82	30.9	40	15.1	36	13.6	5	1.9	265	100

จากตารางที่ 71 แสดงให้เห็นว่าคนญี่ปุ่นที่มีทักษะการฟังภาษาไทยอยู่ในระดับดีมาก เลือกสื่อบุคคล เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยมากที่สุด และถึงแม้คนญี่ปุ่นที่มีทักษะการฟังภาษาไทยอยู่ในระดับน้อยมากถึงไม่ได้เลยก็ยังคงเลือก สื่อบุคคล เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยมากที่สุดเช่นเดียวกัน

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 72 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับรายการบันเทิงทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่เปิดรับชมบ่อยที่สุด

รายการบันเทิง / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		ละคร		เกมโชว์		การ์ตูน		สารคดี		อื่น ๆ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	5	29.4	5	29.4	2	11.8	2	11.8	3	17.6	0	0.0	17	100
ดี	5	16.7	15	50.0	8	26.7	1	3.3	1	3.3	0	0.0	30	100
ปานกลาง	13	33.3	14	35.9	3	7.7	3	7.7	6	15.4	0	0.0	39	100
น้อยมาก	53	39.0	41	30.1	14	10.3	19	14.0	5	3.7	4	2.9	136	100
ไม่ได้เลย	13	30.2	16	37.2	6	14.0	2	4.7	4	9.3	2	4.7	43	100
รวม	89	33.6	91	34.3	33	12.5	27	10.2	19	7.2	6	2.3	265	100

จากตารางที่ 72 พบว่าคนญี่ปุ่นนั้น เกี่ยวกับรายการบันเทิงจะชอบดู ละคร มากที่สุด ไม่ว่าจะมีทักษะทางการฟังภาษาไทยอยู่ในระดับใดก็ตาม

ตารางที่ 73 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับความชอบโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทย

ความชอบ / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		ชอบ		ไม่ชอบ		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	5	29.4	11	64.7	1	5.9	17	100
ดี	2	6.7	23	76.7	5	16.7	30	100
ปานกลาง	5	12.8	28	71.8	6	15.4	39	100
น้อยมาก	44	32.4	76	55.9	16	11.8	136	100
ไม่ได้เลย	8	18.6	25	58.1	10	23.3	43	100
รวม	64	24.2	163	61.5	38	14.3	265	100

จากตารางที่ 73 พบว่าในทุกระดับของทักษะการฟังภาษาไทยของคนญี่ปุ่น ส่วนใหญ่ชอบโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทย ถึงแม้จะฟังภาษาไทยอยู่ในระดับที่น้อยมากก็ตาม

ตารางที่ 74 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับภาษาที่รับฟังในขณะรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย

ภาษา / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		sound track		ภาษาไทย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	2	11.8	11	64.7	4	23.5	17	100
ดี	0	0.0	20	66.7	10	33.3	30	100
ปานกลาง	0	0.0	27	69.2	12	30.8	39	100
น้อยมาก	9	6.6	109	80.1	18	13.2	136	100
ไม่ได้เลย	3	7.0	38	88.4	2	4.7	43	100
รวม	14	5.3	205	77.4	46	17.4	265	100

จากตารางที่ 74 พบว่าในกรณีที่รายการทางโทรทัศน์ไทย เป็นรายการจากต่างประเทศที่สามารถเลือกเปิดรับฟังเสียง sound track (เสียงในฟิล์ม)ได้ ถึงแม้คนญี่ปุ่นที่ทักษะการฟังภาษาไทยที่อยู่ในระดับดีหรือดีมากยังคงเลือกที่จะรับฟังเสียง sound track (เสียงในฟิล์ม) เป็นส่วนใหญ่

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 75 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับภาษาที่รับฟังในขณะรับชม UBC เคเบิลทีวี

ภาษา / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		sound track		ภาษาไทย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	2	11.8	14	82.4	1	5.9	17	100
ดี	11	36.7	16	53.3	3	10.0	30	100
ปานกลาง	1	2.6	32	82.1	6	15.4	39	100
น้อยมาก	21	15.4	110	80.9	5	3.7	136	100
ไม่ได้เลย	10	23.3	23	53.5	10	23.3	43	100
รวม	45	17.0	195	73.6	25	9.4	265	100

จากตารางที่ 75 พบว่าในกรณีที่รายการทาง UBC เคเบิลทีวี เป็นรายการที่สามารถเลือกเปิดรับฟังเสียง sound track (เสียงในฟิล์ม)ได้ ถึงแม้คนญี่ปุ่นที่ทักษะการฟังภาษาไทยที่อยู่ในระดับดีหรือดีมากยังคงเลือกที่จะรับฟังเสียง sound track (เสียงในฟิล์ม) เป็นส่วนใหญ่ แม้รายการนั้นจะไม่ใช่รายการของประเทศญี่ปุ่น แต่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ยังคงเลือกที่จะรับฟังภาษาต่างประเทศมากกว่าภาษาไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 76 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับความถี่ในการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย

ชั่วโมง / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		1 ชั่วโมง		2 ชั่วโมง		3 ชั่วโมง		4 ชั่วโมง		มากกว่า 4 ชั่วโมง		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	0	0.0	13	76.5	4	23.5	0	0.0	0	0.0	0	0.0	17	100
ดี	1	3.3	13	43.3	11	36.7	2	6.7	0	0.0	3	10.0	30	100
ปานกลาง	3	7.7	24	61.5	5	12.8	7	17.9	0	0.0	0	0.0	39	100
น้อยมาก	35	25.7	70	51.5	17	12.5	3	2.2	2	1.5	9	6.6	136	100
ไม่ได้เลย	7	16.3	21	48.8	12	27.9	3	7.0	0	0.0	0	0.0	43	100
รวม	46	17.4	141	53.2	49	18.5	15	5.7	2	0.8	12	4.5	265	100

จากตารางที่ 76 พบว่าคนญี่ปุ่นนั้นแม้จะพำนักอยู่ในประเทศไทย และมีทักษะในการฟังภาษาไทยอยู่ในระดับดีหรือดีมาก แต่กลับไม่ค่อยให้ความสนใจในการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยเท่าที่ควร จะเห็นได้ว่าโดยเฉลี่ยใน 1 วัน คนญี่ปุ่นจะเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยเพียงแค่ 1 ชั่วโมงเป็นส่วนมาก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 77 แสดงความสัมพันธ์ของทักษะการฟังภาษาไทย กับอุปสรรคในการเปิดรับชมรายการต่าง ๆ ทางสถานีโทรทัศน์ไทย

อุปสรรค / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		มีอุปสรรคมากที่สุด		มีอุปสรรคมาก		มีปานกลาง		ไม่ค่อยมีอุปสรรค		ไม่มีอุปสรรคเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	0	0.0	1	5.9	3	17.6	2	11.8	4	23.5	7	41.2	17	100
ดี	0	0.0	11	36.7	7	23.3	5	16.7	7	23.3	0	0.0	30	100
ปานกลาง	1	2.6	14	35.9	6	15.4	5	12.8	9	23.1	4	10.3	39	100
น้อยมาก	8	5.9	81	59.6	21	15.4	17	12.5	8	5.9	1	0.7	136	100
ไม่ได้เลย	0	0.0	39	90.7	0	0.0	2	4.7	2	4.7	0	0.0	43	100
รวม	9	3.4	146	55.1	37	14.0	31	11.7	30	11.3	12	4.5	265	100

จากตารางที่ 77 พบว่าในการเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทยคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ที่มีทักษะการฟังภาษาไทยที่อยู่ในระดับไม่ได้เลยถึงระดับดี เห็นว่ามีอุปสรรคมากที่สุดในการเปิดรับชมรายการต่างๆ ทางสถานีโทรทัศน์ไทย ส่วนที่เห็นว่าไม่มีอุปสรรคเลยจะเป็นคนญี่ปุ่นที่มีทักษะการฟังภาษาไทยอยู่ในระดับที่ดีมาก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 78 แสดงความสัมพันธ์ทักษะการฟังภาษาไทย กับความเพียงพอต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารจาก สถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว

ความเพียงพอ / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		เพียงพอที่สุด		เพียงพอ		ปานกลาง		ไม่ค่อยเพียงพอ		ไม่เพียงพอเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	0	0.0	0	0.0	1	5.9	1	5.9	6	35.3	9	52.9	17	100
ดี	0	0.0	0	0.0	1	3.3	2	6.7	8	26.7	19	63.3	30	100
ปานกลาง	2	5.1	0	0.0	1	2.6	11	28.2	9	23.1	16	41.0	39	100
น้อยมาก	14	10.3	0	0.0	0	0.0	10	7.4	31	22.8	81	59.6	136	100
ไม่ได้เลย	0	0.0	1	2.3	0	0.0	0	0.0	20	46.5	22	51.2	43	100
รวม	16	6.0	1	0.4	3	1.1	24	9.1	74	27.9	147	55.5	265	100

จากตารางที่ 78 พบว่าถึงแม้คนญี่ปุ่นจะมีทักษะการฟังภาษาไทยอยู่ในระดับที่ดีมาก แต่ส่วนใหญ่ยังคงเห็นว่าสถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียวนั้น ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆได้อย่างเพียงพอ

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 79 ตารางแสดงความสัมพันธ์ทักษะการฟังภาษาไทย กับความเพียงพอ ต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารจาก UBC เคเบิลทีวีเพียงอย่างเดียว

ความเพียงพอ / ระดับทักษะ	ไม่แสดงความเห็น		เพียงพอที่สุด		เพียงพอ		ปานกลาง		ไม่ค่อยเพียงพอ		ไม่เพียงพอเลย		รวม	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ดีมาก	2	11.8	0	0.0	12	70.6	1	5.9	2	11.8	0	0.0	17	100
ดี	11	36.7	3	10.0	6	20.0	10	33.3	0	0.0	0	0.0	30	100
ปานกลาง	1	2.6	2	5.1	17	43.6	9	23.1	8	20.5	2	5.1	39	100
น้อยมาก	20	14.7	16	11.8	31	22.8	53	39.0	15	11.0	1	0.7	136	100
ไม่ได้เลย	10	23.3	5	11.6	18	41.9	8	18.6	2	4.7	0	0.0	43	100
รวม	44	16.6	26	9.8	84	31.7	81	30.6	27	10.2	3	1.1	265	100

จากตารางที่ 79 พบว่าแม้คนญี่ปุ่นที่มีทักษะการฟังภาษาไทยอยู่ในระดับดี ถึงดีมากนั้น เห็นว่า UBC เคเบิลทีวีเพียงอย่างเดียว ตอบสนองความต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆได้อย่างเพียงพอ มากกว่าสถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว และโดยรวมแล้วคนญี่ปุ่นในทุกระดับทักษะการฟังภาษาไทย เห็นว่า UBC เคเบิลทีวีเพียงอย่างเดียวเพียงพอต่อการตอบสนองด้านข้อมูลข่าวสารในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 6

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง " พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย " ใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล จากคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยตั้งแต่ 1ปีขึ้นไปและอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 265 ชุดเป็นหลัก โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาอุปสรรคและปัญหาที่เกิดขึ้นในการเลือกเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

6.1 <u>สรุปผลการวิจัย</u>

จากงานวิจัยครั้งนี้พบว่า คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยโดยจุดประสงค์หลัก คือ เพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งมีทั้งที่มาทำงานบริษัทโดยทางบริษัทแม่ส่งมา , ทำงานข้าราชการโดยรัฐบาลส่งมา , มาหางานทำในเมืองไทยและสมัครด้วยตนเองตามบริษัทต่างๆ คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ที่พำนักอยู่ในประเทศไทยจะทำงานโดยทางบริษัทแม่ส่งมา คนญี่ปุ่นเหล่านี้จะทำงานในบริษัทญี่ปุ่นที่ได้เข้ามาเปิดสาขาหรือเปิดบริษัทลูกในประเทศไทย นอกจากนั้นแล้วคนญี่ปุ่นบางส่วนยังทำงานในประเทศไทยโดยการเข้าสมัครทำงานด้วยตนเองซึ่งถือเป็นพนักงานท้องถิ่น (Local Staff) และส่วนใหญ่จะทำงานให้กับบริษัทญี่ปุ่นที่อยู่ในประเทศไทย

จุดประสงค์ของคนญี่ปุ่นที่มาพำนักอยู่ในประเทศไทยรองลงมาจากการพำนักเพื่อการประกอบอาชีพ คือ ติดตามมาอยู่กับครอบครัว (แม่บ้าน) , มาเพื่อศึกษาต่อในสายสาขาต่างๆ และมาประกอบธุรกิจการค้าในประเทศไทย โดยในอาชีพต่างๆที่ปรากฏในงานวิจัยครั้งนี้ คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่

จะเป็นเพศชาย ซึ่งมีอยู่ในทุกสายสาขาอาชีพ (ยกเว้นแม่บ้าน) โดยเฉพาะคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานในประเทศไทยโดยทางบริษัทแม่ส่งมาจะมีเพศชายมากที่สุด ส่วนเพศหญิงจะอยู่ในกลุ่มของแม่บ้านมากที่สุด

นอกจากนั้นระยะเวลาที่คนญี่ปุ่นเหล่านี้เข้ามาพำนักอยู่ในประเทศไทยจะแตกต่างกันออกไป โดยคนญี่ปุ่นที่เข้ามาทำงานโดยทางบริษัทแม่ส่งมา , คนญี่ปุ่นที่มาทำงานเป็นข้าราชการโดยทางรัฐบาลส่งมา , คนญี่ปุ่นที่มาเพื่อศึกษาต่อ รวมทั้งเข้ามาทำงานที่ประเทศไทยด้วยตนเอง และคนญี่ปุ่นที่มาพร้อมกับครอบครัว (แม่บ้าน) ระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทยจะอยู่ในช่วง 1 – 6 ปีมากที่สุด ส่วนระยะเวลาตั้งแต่ 6 ปีขึ้นไปจนถึงถาวร จะกระจายอยู่ในอาชีพประกอบธุรกิจอิสระส่วนตัว ซึ่งทำให้มีความจำเป็นที่จะต้องพำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นระยะเวลานาน ในส่วนของแม่บ่านนั้นจะมีการกระจายตัวในทุกช่วงของระยะเวลา เพราะบางส่วนได้แต่งงานมีครอบครัวอยู่กับคนไทย

ในทักษะทางด้านภาษาไทย คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยส่วนใหญ่ จะมีทักษะในด้านการพูดและการฟังมากกว่าทักษะด้านการอ่านและการเขียน ถึงแม้จะฟัง – พูดภาษาไทยได้ แต่ส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับที่น้อยมาก ส่วนในทักษะด้านภาษาอังกฤษ คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะมีความสามารถในทักษะด้านการฟัง – พูด – อ่าน – เขียนดีกว่าทักษะทางด้านภาษาไทย

จากงานวิจัยในครั้งนี้พบว่า ตัวแปรที่เป็นปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย คือ ตัวแปรด้านระยะเวลาที่พำนักอยู่ในประเทศไทย และตัวแปรด้านอาชีพ นอกจากนั้นตัวแปรทั้ง 2 อย่างที่กล่าวมายังเป็นปัจจัยที่มีผลต่อคนญี่ปุ่นในการเลือกเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ

คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เมื่อเข้ามาพำนักอยู่ในประเทศไทยคิดว่าโทรทัศน์ เป็นสื่อที่สะดวก ฉับไว ทันเหตุการณ์ และเข้าใจง่ายต่อการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด และคนญี่ปุ่นยังคงเลือก ‘ สื่อโทรทัศน์ ’ เป็นช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารมากที่สุด และด้วยความเป็นชาตินิยมของคนญี่ปุ่น แม้จะพำนักอยู่ในประเทศไทยก็ยังมีความต้องการที่จะรับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศของตัวเอง มากกว่าที่จะเลือกข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทย แต่เมื่อต้องเข้ามาทำงานและพำนักอยู่ในประเทศไทย คนญี่ปุ่นก็มีความจำเป็นที่จะต้องเปิดรับข้อมูลข่าวสารทั้งในประเทศที่ตัวเองอยู่และข้อมูลข่าวสารของประเทศอื่นๆ รวมถึงเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆของประเทศตัวเองด้วย

ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทย คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เลือกที่จะรับจาก ' สื่อบุคคล ' มากที่สุด โดยถามจากคนรอบข้าง จากคนในครอบครัว จากเพื่อนร่วมงาน เนื่องจากเข้าใจง่ายและได้ข้อมูลรวดเร็ว แต่คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย 12 ปีขึ้นไปถึงถาวร จะเลือก สื่อโทรทัศน์ เป็นช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยมากที่สุด ทั้งนี้เป็นผลจากตัวแปรระยะเวลา และคนญี่ปุ่นที่คิดว่าข่าวสารต่างๆในประเทศไทยควรที่จะเปิดรับจากโทรทัศน์ เนื่องจากโทรทัศน์มีรูปภาพให้ดูจึงเป็นการง่ายแก่การเข้าใจในเรื่องต่างๆ และเพราะรวดเร็วและสะดวกที่สุด นอกเหนือจากนั้นสื่อที่คนญี่ปุ่นให้ความนิยมกันมากที่ใช้เป็นช่องทางอีกอย่างหนึ่ง คือ Internet ซึ่งคนญี่ปุ่นให้ความเห็นว่า Internet มีตัวหนังสือให้อ่านเป็นภาษาอังกฤษซึ่งง่ายแก่การเข้าใจมากกว่า และข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยถ้าหาจาก Internet จะสามารถหาอ่านเป็นภาษาญี่ปุ่นได้ ในคนญี่ปุ่นส่วนน้อยที่มีทักษะทางภาษาอังกฤษดีถึงดีมากและทักษะทางภาษาไทยอยู่ในเกณฑ์ดี จะเลือกวิทยุเป็นสื่อในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ โดยให้ความเห็นว่า สื่อวิทยุในประเทศไทยมีสถานีวิทยุที่ออกอากาศเป็นภาษาอังกฤษ และไม่ว่าจะอยู่ที่ไหนในรถยนต์หรือในห้องก็สามารถเปิดรับฟังได้ทุกที่ทุกเวลา คลื่นวิทยุที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ฟังคือ FM 105.5 , 105.0 ,102.5 , 107.0 และ 100.0 สำหรับการรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยทางหนังสือพิมพ์ คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะอ่านหนังสือพิมพ์บางกอกซูโฮ , หนังสือพิมพ์ Bangkok Post , หนังสือพิมพ์ The Nation , หนังสือพิมพ์Yomiuri , หนังสือพิมพ์ไทยรัฐ , หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ , หนังสือพิมพ์ข่าวสด และหนังสือพิมพ์มติชน

ในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่น คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่เลือกเปิดรับจาก ' สื่อโทรทัศน์ ' มากที่สุด โดยให้เหตุผลว่าโทรทัศน์รับฟังได้ทั้งภาษาญี่ปุ่น และภาษาอังกฤษ จึงง่ายแก่การเข้าใจ สามารถรับรู้ข่าวได้ทันท่วงที และแค่เปิดปุ่มเปิดโทรทัศน์ก็จะสามารถรับข้อมูลข่าวสารต่างๆได้ เป็นวิธีที่ง่ายในการเปิดรับ รองลงมาคนญี่ปุ่นเลือกหนังสือพิมพ์ เพราะมีหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นวางขายในประเทศไทย และในการเดินทางไปทำงาน มีช่วงเวลาพอที่จะสามารถอ่านได้ หนังสือพิมพ์ที่คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่อ่านคือ หนังสือพิมพ์Yomiuri , หนังสือพิมพ์Asahi , หนังสือพิมพ์Nikkei , หนังสือพิมพ์Nihon-keisai , หนังสือพิมพ์Mainichi ตามลำดับ นอกจากนั้นการเปิดรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย คนญี่ปุ่นยังเปิดรับจาก Free Paper ต่างๆที่เป็นภาษาญี่ปุ่น และจาก Internet ซึ่งเป็นสื่อที่คนญี่ปุ่นให้ความนิยมในฐานะที่เป็นช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆ

ส่วนในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับโลก / ประเทศอื่นๆ สื่อที่คนญี่ปุ่นเลือกใช้เป็นช่องทางในการเปิดรับข้อมูลข่าวสารมากที่สุด คือ โทรทัศน์ รองลงมาเป็นหนังสือพิมพ์ และ Internet ตามลำดับ ในด้านการเปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับโลก / ประเทศอื่นๆทางวิทยุนั้น สถานีวิทยุที่คนญี่ปุ่นให้ความนิยม คือ FM 105.0 , 105.5 , 91.5 , 95.5 ตามลำดับ ทางด้านหนังสือพิมพ์ที่ถูกเลือกมากที่สุด คือ หนังสือพิมพ์ Bangkok Post และหนังสือพิมพ์ The Nation นอกจากนั้นยังมีคนญี่ปุ่นส่วนมากที่เปิดรับข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับโลก/ประเทศอื่นๆจากหนังสือพิมพ์ภาษาญี่ปุ่นคือ หนังสือพิมพ์Yomiuri , หนังสือพิมพ์Asahi และหนังสือพิมพ์ Japan Times

ในเรื่องประเภทเนื้อหาข้อมูลข่าวสารที่คนญี่ปุ่นต้องการมากที่สุดในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย ที่ถูกเลือกเป็นอันดับ 1คือ ด้านสังคม ด้านการเมือง และด้านธุรกิจ เพราะข้อมูลข่าวสารในด้านที่กล่าวมานั้นสำคัญ และเกี่ยวข้องกับงานที่ทำอยู่ และเมื่อใช้ชีวิตอยู่ในต่างประเทศก็ควรที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆให้กว้างขวาง นอกจากนั้นในฐานะที่อยู่ในสังคม ควรที่จะรับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆที่เกิดขึ้นในสังคม ในส่วนของข้อมูลข่าวสารด้านอื่นๆที่คนญี่ปุ่นได้ระบุมา เป็นความต้องการข้อมูลข่าวสารด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศไทย – ญี่ปุ่น ด้านเศรษฐกิจ ด้านวัฒนธรรมไทยและการทำอาหารไทย ด้านสุขภาพและความปลอดภัย ด้านการจราจร ด้านการพยากรณ์อากาศ ด้านบันเทิงและแฟชั่น

การเปิดรับสื่อโทรทัศน์

โทรทัศน์ที่ใช้ในที่พักอาศัยส่วนใหญ่ของคนญี่ปุ่น เป็นโทรทัศน์แบบที่ใช้ระบบเคเบิ้ลท้องถิ่น รองลงมาเป็นโทรทัศน์แบบที่ใช้ระบบจานดาวเทียม และโทรทัศน์แบบปกติที่รับได้แต่สถานีโทรทัศน์ภายในประเทศเท่านั้น แต่ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์แบบไหนก็สามารถเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทยได้ และในกรณีที่โทรทัศน์สามารถเปิดรับฟังได้ 2 ภาษา ถึงแม้จะเป็นการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ก็ยังไม่เลือกที่จะรับฟังรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทยเป็นภาษาไทยเป็นอันดับแรก

ในด้านสถานีโทรทัศน์ไทยที่คนญี่ปุ่นเลือกเปิดรับชมเป็นอันดับ 1 มากที่สุดคือ ช่อง itv , ช่อง 3 และช่อง 9 ตามลำดับ ส่วนข่าวทางสถานีโทรทัศน์ไทยที่คนญี่ปุ่นเลือกเป็นอันดับ 1มากที่สุดคือ ข่าวการเมือง รองลงมาเป็นข่าวต่างประเทศ ด้านรายการบันเทิงต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย ประเภท

ของรายการที่ถูกเลือกมากที่สุดคือ รายการบันเทิงประเภทละคร รองลงมาเป็นเกมโชว์ และการ์ตูน เนื่องจากต้องการที่จะฝึกภาษาไทย ลูกๆชอบดูการ์ตูน และเพราะการ์ตูนส่วนใหญ่เป็นการ์ตูนญี่ปุ่น ซึ่งสามารถเปิดรับฟังเป็นภาษาญี่ปุ่นได้ นอกจากนั้นในการดูละครไทยยังสามารถศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ (Life Style)ของคนในท้องถิ่นได้ และเพราะมีเพื่อนร่วมห้องเป็นคนไทยเมื่อเพื่อนดูก็เลยดูก็ดูด้วย

นอกเหนือจากข่าวและรายการบันเทิงประเภทต่างๆ โฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทยก็เป็นข้อมูลข่าวสารประเภทหนึ่งที่คนญี่ปุ่นให้ความสนใจ ในงานวิจัยครั้งนี้ มากกว่าครึ่งของคนญี่ปุ่นที่ได้ทำการสำรวจมาพบว่า คนญี่ปุ่นชอบสปอตโฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ไทย เพราะเนื่องจากเนื่อหาโฆษณาเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน สนุก ตลก เพลงประกอบเพราะ ดูแค่ภาพถึงแม้จะฟังภาษาไทยไม่ค่อยเข้าใจก็สามารถเข้าใจเนื้อหาของโฆษณาที่ต้องการจะสื่อได้ และในเนื้อหาของโฆษณายังเห็นถึงความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ในโฆษณามีความโดดเด่น ไม่เหมือนใคร มีการทำเป็นเรื่องราวสั้นๆ(short story) โฆษณาสินค้าบางอย่างเป็นสินค้าอย่างเดียวกันกับสินค้าที่ญี่ปุ่น แต่การโฆษณาสินค้าแตกต่างกัน ทำให้เกิดความน่าสนใจในการรับชม

ในปัจจุบันรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย ได้มีการนำรายการจากต่างประเทศเข้ามาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทยเป็นจำนวนมาก ทั้งรายการประเภทละคร เกมโชว์ การ์ตูน หรือสารคดีต่างๆ นอกจากนั้นระบบโทรทัศน์ในประเทศไทยได้พัฒนาและสามารถเลือกเปิดรับฟังได้ 2 ภาษา ดังนั้นในรายการของต่างประเทศต่างๆสามารถเปิดรับฟังเสียงในฟิล์ม (sound track)ได้ และในรายการของต่างประเทศที่นำเข้ามาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทย ก็มีมาจากประเทศญี่ปุ่นอยู่เป็นจำนวนไม่น้อย ซึ่งคนญี่ปุ่นเองก็เลือกที่จะเปิดรับฟังเสียงในฟิล์มมากกว่าเสียงพากษ์ที่เป็นภาษาไทย ซึ่งตัวแปรทั้งในเรื่องของระยะเวลา และอาชีพที่ต่างกัน ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีผลต่อคนญี่ปุ่นในการเลือกเปิดรับฟังภาษาทางโทรทัศน์

แต่ถึงกระนั้นก็ตามในประเทศไทย ช่องทางในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารไม่ได้มีแต่สถานีโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว ยังมีช่องทางและสถานีโทรทัศน์อื่นๆให้คนญี่ปุ่นได้เลือกเปิดรับชม ทำให้ความถี่ในการเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยของคนญี่ปุ่นที่พำนักอาศัยในประเทศไทยมีจำนวนค่อนข้างน้อย กล่าวคือ คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทยอยู่ในอัตราเฉลี่ย 1 ชั่วโมงต่อวัน ซึ่งส่งผลกระทบถึงการที่จะแนะนำให้เปิดรับชมรายการทางสถานีโทรทัศน์ไทยจากคนญี่ปุ่นสู่คนญี่ปุ่น

ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้พบว่า คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่ลังเลที่จะแนะนำเพื่อนคนญี่ปุ่นที่จะเข้ามาพำนักอาศัยในประเทศไทย ให้เปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย แต่ก็มีแนวโน้มค่อนข้างไปทางที่จะแนะนำ คนญี่ปุ่นได้ให้เหตุผลว่า ถ้าพำนักอยู่ในประเทศไทย ก็ควรที่จะรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยให้มาก และข้อมูลข่าวสารเหล่านั้นควรที่จะเปิดรับจากสถานีโทรทัศน์ไทยโดยตรง นอกจากนั้นแล้วยังมีประโยชน์ในการฝึกภาษาไทย ได้เรียนรู้วัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นที่อาศัยอยู่ ในรายการของต่างประเทศหรือรายการจากประเทศญี่ปุ่นที่นำมาออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ไทย ไม่ว่าจะเป็นภาพยนตร์ ละคร หรือรายการด้านบันเทิงต่างๆได้นำมาพากษ์เป็นภาษาไทย จึงทำให้เป็นการเรียนรู้ในอีกรูปแบบหนึ่ง

นอกเหนือจากสถานีโทรทัศน์ไทย ในประเทศไทยยังมีระบบเคเบิ้ลและดาวเทียมในการรับรายการต่างๆของต่างประเทศ ซึ่งก็คือ UBC เคเบิลทีวี ซึ่งรายการต่างๆทางสถานี UBC สามารถรับได้ทั้งทางเคเบิลและดาวเทียม แต่การที่จะรับชมรายการต่างๆได้นั้น จะต้องบอกรับการเป็นสมาชิกกับทาง UBC ซึ่งต้องเสียค่าติดตั้งระบบการรับ และเสียค่าบริการรายเดือน ทางด้านรายการต่างๆของทางสถานี UBC ก็มีหลากหลาย ทั้งรายการข่าวและรายการบันเทิงต่างๆ มีทั้งรายการที่นำมาพากษ์เป็นภาษาไทย และรายการที่ออกอากาศโดยใช้เสียงในฟิล์ม (sound track) และมีให้เลือกรับชมมากกว่า 20 สถานี ถึงแม้จะต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายในการบอกรับการเป็นสมาชิกกับทาง UBC แต่คนญี่ปุ่น 84.6% ของงานวิจัยครั้งนี้ เลือกที่จะบอกรับการเป็นสมาชิกกับทาง UBC

เนื่องจากคนญี่ปุ่นที่เข้ามาพำนักอยู่ในประเทศไทยในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ UBCได้รองรับด้วยการมีช่องสถานีจากประเทศญี่ปุ่นโดยเฉพาะคือ ช่อง 59 NHK เป็นช่องที่นำทั้งรายการข่าว และรายการบันเทิงต่างๆจากทางประเทศญี่ปุ่นมาออกอากาศในประเทศไทยพร้อมกันกับประเทศญี่ปุ่น แต่ในการรับชมช่อง 59 NHK นี้ จะต้องมีการเสียค่าใช้จ่ายในการเป็นสมาชิกต่างหากจากการเป็นสมาชิกกับทางUBC กล่าวคือ ในการจะเปิดรับชมช่อง 59 NHK จะต้องบอกรับการเป็นสมาชิกและเสียค่าใช้จ่าย 2ทาง คือจะต้องเป็นสมาชิกกับทางUBC ก่อน แล้วถึงสามารถบอกรับการเป็นสมาชิกกับช่อง 59 NHKได้ ซึ่งจะต้องเสียค่าสมาชิกเพิ่มในราคาที่ค่อนข้างสูง แต่คนญี่ปุ่น 78.5% ของงานวิจัยครั้งนี้เลือกที่จะบอกรับการเป็นสมาชิกกับช่อง 59 NHK

ทางด้านการเลือกเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานี UBC ของคนญี่ปุ่น ด้านรายการข่าว เนื่องจากคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่บอกรับการเป็นสมาชิกกับช่อง 59 NHK รายการข่าวที่คนญี่ปุ่นเลือกรับชม

เป็นอันดับ 1 มากที่สุดคือ ช่อง 59 NHK รองลงมาคือ ช่อง 53 CNN , ช่อง7 UBC NEWS และช่อง 54 BBC ตามลำดับ เหตุผลหลักของคนญี่ปุ่นที่เลือกเปิดรับชมช่อง 59 NHK เพราะเป็นภาษาญี่ปุ่น ส่วนช่อง7 UBC NEWS เพราะสามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับประเทศไทยเป็นภาษาอังกฤษได้ สำหรับช่อง 53 CNN และช่อง 54 BBC เป็นช่องที่คนญี่ปุ่นเลือกที่จะเปิดรับชมข้อมูลข่าวสารต่างๆเกี่ยวกับโลก/ประเทศอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อเป็นการฝึกภาษาอังกฤษไปด้วย และข่าวของทั้ง 2 ช่องดังกล่าว คนญี่ปุ่นเห็นว่าฉับไว ทันเหตุการณ์ทั่วทุกมุมโลก และคนประกาศข่าวออกเสียงชัดทำให้เข้าใจง่าย ทางด้านรายการบันเทิงของทางUBC คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะเปิดรับชมรายการบันเทิงประเภทภาพยนตร์ รองลงมาจะเป็นรายการวาไรตี้ของช่อง 37 UBC X-ZYTE เพราะรายการของช่องนี้มีรายการของประเทศญี่ปุ่นรวมอยู่ด้วย ส่วนในรายการต่างๆทางช่อง 59 NHK นอกจากรายการข่าวที่คนญี่ปุ่นเลือกเปิดรับมากที่สุดแล้ว รายการของช่อง 59 NHK ที่คนญี่ปุ่นเปิดรับชมกันมากคือ รายการประเภทละคร(Drama Serial) , รายการProject –X , Today's Close-up , Oversea Security Information , Health for Today , Cooking for Today , รายการกีฬาต่างๆ และรายงานพยากรณ์อากาศ

อุปสรรค ปัญหา และเหตุผลในการเลือเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบว่าการเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย มีอุปสรรคในเรื่องของภาษาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการเปิดรับและการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ทางสถานีโทรทัศน์ไทย ซึ่งระยะเวลาเป็นตัวแปรที่มีผลต่ออุปสรรคในการรับฟังภาษาไทยทางโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่น

ถึงแม้จะมีอุปสรรคแต่เพราะต้องการฝึกฟังภาษาไทย ต้องการรู้ข้อมูลข่าวสารของประเทศไทยให้มากขึ้น และบางรายการของทางสถานีโทรทัศน์ไทยน่าสนใจและสนุก จึงทำให้ยังคงเปิดรับชมรายการต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทย แต่มีคนญี่ปุ่นบางส่วนเลือกเปิดรับชมสถานีโทรทัศน์ไทย เพราะไม่มีช่องทางอื่นให้เลือก เนื่องจากไม่ได้เป็นสมาชิกUBC คนญี่ปุ่นยังได้ให้เหตุผลเพิ่มเติมนอกเหนือจากที่กล่าวมาคือ เพราะอยากรู้ว่าช่องไหนของสถานีโทรทัศน์ไทยเป็นอย่างไร มีรายการอะไร และจะเปิดดูสถานีโทรทัศน์ไทยเป็นครั้งคราวในตอนที่เบื่อหรือไม่มีอะไรจะทำเป็นการดูฆ่าเวลา และเมื่อ

ดูรายการต่างๆทางUBC แล้วไม่สนุกก็จะเปลี่ยนช่องมาดูรายการทางสถานีโทรทัศน์ไทย ส่วนในกรณีของคนญี่ปุ่นที่อยู่กับครอบครัวจะเปิดดูรายการทางสถานีโทรทัศน์ไทยเพราะลูกหรือคนในครอบครัวต้องการดูเลยนั่งดูด้วยกัน โดยส่วนใหญ่จะเป็นรายการประเภทการ์ตูน

เมื่อเทียบกับอุปสรรคในการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางUBC และช่องNHK แล้ว คนญี่ปุ่นจะไม่ค่อยมีอุปสรรคหรือปัญหาในการรับชมและแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากช่องดังกล่าว เนื่องจากมีให้เลือกหลากหลาย และไม่จำกัดในการนำเสนอในหลากหลายภาษา รายการต่างๆจากช่องดังกล่าวจึงได้รับการบริโภคจากคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยสาเหตุในการเปิดรับชมโทรทัศน์ทางUBC และช่องNHK เนื่องมาจากไม่เข้าใจภาษาไทย รายการต่างๆน่าสนใจและสนุกกว่ารายการทางสถานีโทรทัศน์ไทย รวมถึงเพราะข้อมูลข่าวสารต่างๆทางสถานีโทรทัศน์ไทยมีไม่เพียงพอและเพราะต้องการรู้ข้อมูลข่าวสารและความเป็นไปของโลกให้มากขึ้น ส่วนทางช่องNHK ออกอากาศเป็นภาษาญี่ปุ่น ทำให้ได้รับรู้ความเคลื่อนไหวต่างๆของประเทศญี่ปุ่นได้เหมือนอยู่ในประเทศญี่ปุ่นและรายการต่างๆน่าสนใจ สนุก ดูแล้วเพลินกว่าทางสถานีโทรทัศน์ไทย

จากงานวิจัยครั้งนี้พบว่า คนญี่ปุ่นเห็นว่าโทรทัศน์ไทยเพียงอย่างเดียว ตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารไม่เพียงพอเลย และในช่วงที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย โทรทัศน์ไทยไม่ค่อยมีความจำเป็นต่อคนญี่ปุ่นเท่าที่ควร เมื่อเทียบกับทางช่องUBC และช่องNHKแล้ว ทั้งๆที่คนญี่ปุ่นพำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย แต่กลับเห็นว่า UBC เพียงอย่างเดียว หรือช่องNHK เพียงอย่างเดียวตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารได้เพียงพอมากกว่าสถานีโทรทัศน์ไทย และเห็นว่าUBC และช่องNHK มีความจำเป็นมากในช่วงที่พำนักอาศัยอยู่ในประเทศไทย

สิ่งต่างๆที่ได้กล่าวมาทั้งหมดเป็นผลกระทบให้คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย เลือกที่จะเปิดรับชมและแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ทางUBC และช่องNHK มากกว่าที่จะเปิดรับจากสถานีโทรทัศน์ไทย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

6.2 <u>อภิปรายผลการทดสอบสมมติฐาน</u>

จากสมมติฐานของการวิจัยที่บอกไว้ว่า “คนญี่ปุ่นที่มีอาชีพแตกต่างกันมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างกัน” พบว่า คนญี่ปุ่นในทุกอาชีพมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารค่อนข้างไปในทางเดียวกัน คือ จะแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆส่วนมากจากสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับแรก และในความต้องการข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวกับประเทศไทย ประเทศญี่ปุ่น และโลก(ประเทศอื่นๆ) คนญี่ปุ่นในทุกอาชีพ ยกเว้นคนญี่ปุ่นที่มาเพื่อศึกษาต่อ มีความต้องการรับรู้และแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับแรก ส่วนญี่ปุ่นที่มาเพื่อศึกษาต่อมีความต้องการรับรู้และแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับประเทศไทยเป็นอันดับแรก

สมมติฐานถัดมาที่บอกไว่ว่า “ระยะเวลาในการพำนักอาศัยในประเทศไทยของคนญี่ปุ่น มีผลต่อพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย” พบว่า คนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยระยะเวลาตั้งแต่ 1 – 9 ปี มีความต้องการและแสวงข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวกับประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับแรก ส่วนคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทยเป็นระยะเวลานานคือ 9 – 12 ปีขึ้นไปทั้งแบบถาวรและไม่ถาวร จะมีความต้องการและแสวงข้อมูลข่าวสารต่างๆที่เกี่ยวกับประเทศไทยเป็นอันดับแรก กล่าวคือจะต้องการข่าวสารในที่ที่ตัวเองพำนักอาศัยอยู่เพิ่มขึ้น ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่างๆส่วนมากยังคงเลือกรับจากสื่อโทรทัศน์เป็นอันดับแรก

สมมติฐานสุดท้ายที่บอกไว่ว่า “คนญี่ปุ่นมีพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์จากเคเบิ้ลและดาวเทียมมากกว่าสถานีโทรทัศน์ในประเทศไทย” พบว่า ตรงตามที่ได้ตั้งสมมติฐานไว้ กล่าวคือ คนญี่ปุ่นส่วนใหญ่จะบอกรับการเป็นสมาชิกกับทาง UBC และช่อง 59 NHK และเห็นว่า UBC เพียงอย่างเดียว หรือช่องNHK เพียงอย่างเดียวตอบสนองความต้องการด้านข้อมูลข่าวสารได้เพียงพอมากกว่าสถานีโทรทัศน์ไทย และเห็นว่าUBC และช่องNHK มีความจำเป็นมากในช่วงที่พำนักอยู่ในประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 23 – 24 , ตารางที่ 26 , ตารางที่ 31-34 และตารางที่ 36 - 37

6.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และใช้วิธีการฝากแบบสอบถามและให้ส่งกลับคืนภายหลัง ผู้วิจัยจึงไม่มีโอกาสสัมผัสและสังเกตการณ์พฤติกรรมของคนญี่ปุ่นโดยตรง ดังนั้นเพื่อให้งานวิจัยเกี่ยวกับ พฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นที่พำนักอยู่ในประเทศไทย มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นควรได้ทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเข้าไปสังเกตการณ์ถึงพฤติกรรมการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ของคนญี่ปุ่นและสัมภาษณ์คนญี่ปุ่นโดยตรง เพื่อให้ทราบถึงความต้องการ สาเหตุ ปัญหา และอุปสรรคในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์ให้ได้รายละเอียดมากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งแนวการพัฒนา/ปรับปรุง และมุมมองของคนญี่ปุ่นควบคู่กันไป นอกจากนั้นในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างเพียง 300 คน หากมีการขยายกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น อาจได้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์เพิ่มมากขึ้น

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

ฉลองรัฐ ยิ่งไพบูลย์. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการปรับตัวของอาจารย์ชาวต่างประเทศของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : จุฬาฯ : 2538.

บุญเรียง ขจรศิลป์. การวิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลในการวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปSPSS for Windows. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.

ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพมหานคร : รุ่งเรืองสาสน์การพิมพ์, 2526.

พรทิพย์ วรกิจโภคาทร. ผู้รับสาร. เอกสารการสอนชุดวิชาหลักและทฤษฎีการสื่อสาร หน่วยที่ 6. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2535.

ภัทณิดา พันธุมเสน. การใช้ประโยชน์และความพึงพอใจจากสื่อมวลชนของนักเรียนในโรงเรียนสตรีนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : จุฬาฯ : 2536.

ยุบล เบญจรงค์กิจ. การวิเคราะห์ผู้รับสาร. กรุงเทพมหานคร : คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.

อังคณา วิชาดากุล. สำนักข่าวญี่ปุ่นจิจิ เพรส และบทบาทต่อชุมชนคนญี่ปุ่นในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร : จุฬาฯ : 2537.

ภาษาอังกฤษ

Atkin, C.K. New Model for Mass. Communication Research. New York : The Free Press, 1973.

De Fleur, Melvin L. Theories of Mass Communication. New York : David Mc. Kay Company, 1970.

Klapper, Joseph T. The Effects of Mass Communication. New York : The Free Press, 1955.

Schramm, Wilbur. Channels and Audience in Hand book of Communication. Chicago : Rand Mc. Nelly College Publishing Company, 1973.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นางสาวปิยะธิดา นีละคุปต์ เกิดที่จังหวัดกรุงเทพฯ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะมนุษยศาสตร์ สาขาวิชาเอกภาษาญี่ปุ่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพฯ ปัจจุบันทำงานอยู่ที่บริษัทเจแปน แอรีไลน์ แผนกต้องรับผู้โดยสารภาคพื้นดิน ท่าอากาศยานกรุงเทพ (ดอนเมือง)

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย