

โครงการจัดตั้งภาควิชาวิทยาศาสตร์  
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา ๔๑

บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติในเขต  
จังหวัดชลบุรี

นางสาวหนึ่งฤทัย นิมเจริญ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาวิชาการวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์  
ตามหลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาการประชาสัมพันธ์  
ภาควิชาวิทยาศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยบูรพา พ.ศ.2546

หัวข้อวิจัย                    บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของ  
ชาวต่างชาติ ในเขตจังหวัดชลบุรี  
โดย                                    นางสาวหนึ่งฤทัย นิ่มเจริญ  
ภาควิชา                            นิเทศศาสตร์  
อาจารย์ที่ปรึกษา                อาจารย์สุธิดา ชีโนดม

ภาควิชา นิเทศศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา อนุมัติ  
ให้รายงานวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา 215481 การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์

คณะกรรมการสอบงานวิจัย

.....  
(อาจารย์สุธิดา ชีโนดม)                    อาจารย์ที่ปรึกษา

.....  
(อาจารย์ประเสริฐ ช่วยแก้ว)                    กรรมการ

**หัวข้องานวิจัย**            บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของ  
ชาวต่างชาติในเขตจังหวัดชลบุรี  
**โดย**                            นางสาวหนึ่งฤทัย นิมเจริญ  
**สาขา**                        ประชาสัมพันธ์  
**ภาควิชา**                    นิเทศศาสตร์  
**ปีการศึกษา**                2546

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติในเขตจังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวต่างชาติที่อยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้การหาค่า Chi - Square ผลการวิจัยพบว่า

1. ลักษณะประชากรด้านอายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ และระยะเวลาการอยู่เมืองไทยกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ลักษณะทางประชากรด้านเพศและทวีปแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และลักษณะทางประชากรด้านอาชีพแตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
2. ลักษณะประชากรด้านเพศ ทวีป สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ลักษณะประชากรด้านอายุแตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และลักษณะประชากรด้านการศึกษา อาชีพ และระยะเวลาการอยู่เมืองไทยแตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01
3. การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่องบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจากหลายท่านที่ได้อนุเคราะห์ให้ความช่วยเหลืออย่างดียิ่ง อาจารย์สุธิดา ชีโนดม อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย อาจารย์สุชาดา ราชภูริรักษา ให้คำปรึกษา การเขียนโครงร่างงานวิจัย อาจารย์ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์ ให้ความรู้ในเรื่องของโปรแกรม SPSS และอาจารย์ประเสริฐ ช่วยแก้ว กรรมการสอบปากเปล่า ท่านทั้งหลายล้วนแต่สละเวลาอันมีค่า งานงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้ศึกษารู้สึกซาบซึ้งในความกรุณาของท่านและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง มา ณ ที่นี้

การศึกษานี้จะเสร็จลงไม่ได้หากขาดความช่วยเหลือจาก นางสาวอัญชลี แนบเขย นางสาววิไล สมุทรสิน นางสาวอรุณรัตน์ ธรรมขันตีพงศ์ นางสาวภักวดี ท้วจบ นายสิทธิศักดิ์ คงแถวทอง และนายอัศวิน สินธุประสิทธิ์ ที่ให้คำปรึกษาและให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณคุณแม่ ที่ให้กำลังใจตลอดระยะเวลาการทำงานวิจัยฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

หนึ่งฤทัย นิมเจริญ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
บทที่ 1 บทนำ	
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
สมมติฐานในการวิจัย.....	2
ขอบเขตการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์.....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
แนวคิดทางวัฒนธรรม.....	5
แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารต่างวัฒนธรรม.....	7
แนวคิดเรื่องการแสวงหาข่าวสาร.....	10
ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล.....	13
ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล.....	14
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	18
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย	
ตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัย.....	23
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	24
เกณฑ์การให้คะแนน.....	24
ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	26
วิเคราะห์ข้อมูล.....	26
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
ตอนที่ 1 จำนวนร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง.....	29
ตอนที่ 2 ทดสอบสมมติฐาน.....	35

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
สรุปผลการวิจัย.....	52
อภิปรายผล.....	55
ข้อเสนอแนะทั่วไป.....	60
ข้อเสนอแนะ.....	60

บรรณานุกรม

ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

## สารบัญตาราง

หน้า

### ตารางที่

1. จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	29
2. จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	29
3. จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทวีป.....	30
4. จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา.....	30
5. จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ.....	31
6. จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	31
7. จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	32
8. จำนวน ร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาการอยู่เมืองไทย.....	32
9. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการเปิดรับข่าวสาร.....	33
10. ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของการปรับตัวทางวัฒนธรรม.....	34
11. ลักษณะทางประชากร กับ การเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม.....	35
12. ลักษณะประชากร กับ การปรับตัวทางวัฒนธรรม.....	43
13. การเปิดรับข่าวสาร กับ การปรับตัวทางวัฒนธรรม.....	51

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

เป็นเวลาช้านานแล้วที่ประเทศไทยได้มีการติดต่อกับนานาชาติอารยประเทศ ทำให้เกิดการถ่ายเททางด้านภาษาและวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน และสื่อเป็นสิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของการถ่ายทอดและแลกเปลี่ยนวิทยาการ ตลอดจนวัฒนธรรมต่างๆ ในโลกปัจจุบัน

โลกที่เราเห็นอยู่ทุกวันนี้ เป็นโลกที่มีการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันของมนุษย์และวัฒนธรรม สิ่งที่เราเผชิญอยู่ คือ ความเป็นจริงของวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี ที่กำลังเปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาการดำเนินชีวิตแบบใหม่ๆ จึงต้องหมุนไปพร้อมกับความก้าวหน้าของมนุษย์ที่ยังจะมีต่อไปเรื่อยๆ เราต้องเรียนรู้ที่จะมองสิ่งต่างๆ ผ่านสายตาของผู้อื่นและเพิ่มเติมความรู้ที่เป็นของผู้อื่นมาไว้ในส่วนที่เป็นของเราด้วย (Guo-Ming Chen and William J. Starosta, 1996 อ้างถึงใน ธิดารัตน์ กนิษฐนาคะ, 2541 )

มนุษย์เรานั้นดั้งเดิมเกิดมาในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีอยู่ในโลกเช่นเดียวกับสัตว์โลกทั้งหลาย แต่มนุษย์สามารถเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาตินั้นให้เกิดประโยชน์แก่ตนมากที่สุด การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาตินี้ ทำให้มนุษย์เกิดความรู้และประสบการณ์อันเป็นสิ่งซึ่งมนุษย์จำเอาไว้ได้ และบอกเล่าต่อๆ กันจนเป็นการถ่ายทอดระหว่างมนุษย์ยุคหนึ่ง นอกจากนั้นก็เกิดผลเป็นวัตถุ เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนสิ่งก่อสร้างต่างๆ อันเป็นสิ่งที่ได้รับมรดกตกทอดกันมา เช่นเดียวกับสิ่งที่ได้ปลูกฝังทางวัตถุและทางปัญญา ทั้งหมดนี้รวมเรียกว่า วัฒนธรรม (culture) ความเจริญในทางวัตถุต่างๆ และความเจริญทางจิตใจหรือปัญญา ซึ่งก็หมายถึง ความรู้ต่างๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนา วรรณคดี และศิลปะทุกชนิด (กรรณิการ์ สุขเกษม, 25254 : 40)

ปัจจุบันนี้ สื่อมวลชนเป็นสื่อที่ได้รับความนิยมกันอย่างแพร่หลาย เนื่องจากได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตของคนเรามากขึ้น การติดต่อสื่อสารและการเผยแพร่ข้อมูลต่างๆ สามารถทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว จึงทำให้ผู้คนได้รับความรู้และรับทราบเรื่องราวต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วทุกมุมโลก สื่อมวลชนเป็นสื่อที่สามารถช่วยให้คนที่อยู่ห่างกัน มีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรมและ



สังคมความเป็นอยู่ ได้เรียนรู้สิ่งเหล่านี้จากการเปิดรับสื่อ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และอินเทอร์เน็ต

นอกจากนั้น สื่อมวลชนยังมีส่วนช่วยในการปรับตัว เช่น การให้ความรู้เกี่ยวกับประเทศต่างๆ เกี่ยวกับสภาพการเมือง เศรษฐกิจที่กำลังเป็นอยู่ในประเทศนั้น ซึ่งข้อมูลที่ได้จากสื่อมวลชนอาจมีทั้งข้อมูลที่มาจากการนำเสนอเป็นข่าวสารจากวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ เพื่อให้ทราบถึงความเป็นไปของประเทศนั้นๆ หรือ อาจเป็นข้อมูลที่นำเสนอความรู้เฉพาะเจาะจงในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง สำหรับผู้ที่สนใจต้องการแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องนั้นๆ เช่น สื่อประเภทหนังสือที่เขียนถึงเรื่องราวของประเทศต่างๆ เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ หรือ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งข้อมูลที่จะได้จากสื่อมวลชนนี้ อาจจะช่วยให้ผู้ที่จะเดินทางไปต่างแดนได้เตรียมปรับตัวล่วงหน้า สำหรับสิ่งที่ตนจะไปพบเห็นได้มากขึ้น

ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยต้องการทราบถึงบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ ว่า ได้มีการเปิดรับสื่อมวลชนมาก-น้อยเพียงไร และทางด้านไหน และมีการแสวงหาข้อมูลอย่างไร เพราะฉะนั้น ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ เพื่อจะได้ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงปัญหาและเป็นประโยชน์ต่อบุคคลอื่นๆ ไป

#### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ที่มีผลต่อการปรับตัวของชาวต่างชาติในเขตจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารต่างวัฒนธรรมที่มีอุปสรรคต่อชาวต่างชาติ

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. ชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน
2. ชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางประชากรแตกต่างกันมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน
3. ชาวต่างชาติที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกันมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

## ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาเฉพาะบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล ที่มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติในเขตจังหวัดชลบุรี

## นิยามศัพท์

**บทบาทของสื่อมวลชน** หมายถึง การใช้สื่อมวลชนของชาวต่างชาติ เพื่อสามารถรับรู้ข่าวสารและช่วยในการปรับตัว ซึ่งจะถูกนำไปใช้มาก-น้อยเพียงไร สื่อมวลชนที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ วิทยุ โทรทัศน์ นิตยสาร/วารสาร หนังสือพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต

**บทบาทของสื่อบุคคล** หมายถึง การใช้สื่อบุคคลของชาวต่างชาติที่ใช้ในการปรับตัว และถูกนำไปใช้มาก-น้อยอย่างไร

**การปรับตัวทางวัฒนธรรม** หมายถึง การที่ชาวต่างชาติสามารถสื่อสารกับคนไทย และสามารถปรับตัวให้เข้ากับคนไทยได้ ถึงแม้ว่าจะมีวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

**การสื่อสารต่างวัฒนธรรม** หมายถึง การติดต่อสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์กันระหว่างวัฒนธรรมหนึ่งกับอีกวัฒนธรรมหนึ่งที่มาอยู่ร่วมกัน ในที่นี้ คือ ชาวต่างชาติกับคนไทย

**รูปแบบการสื่อสาร** หมายถึง วิธีการใดที่ชาวต่างชาติใช้สื่อสารกับคนไทย และสื่อต่างๆ เช่น สื่อมวลชน สื่อบุคคล ฯลฯ

**การแสวงหาข้อมูล** หมายถึง วิธีการที่ชาวต่างชาติใช้ในการหาข้อมูล เพื่อการปรับตัว และการสื่อสารต่างวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วย แหล่งข้อมูลประเภทบุคคล สื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ

**ประเภทของข้อมูลประกอบด้วย** ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ข้อมูลเกี่ยวกับภาษา ข่าวสารที่เกิดขึ้นทุกวันทั้งในประเทศและต่างประเทศทั่วโลก หรือความสนใจเฉพาะบุคคล

**สื่อมวลชน** คือ ช่องทางในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้การศึกษาและความบันเทิง ซึ่งมีรูปแบบและเผยแพร่เนื้อหาเป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร และอินเทอร์เน็ต

**สื่อบุคคล** คือ ช่องทางในการเผยแพร่ข่าวสารที่ผ่านทางตัวบุคคล

**สื่อเฉพาะกิจ** คือ สื่อประเภทโสตทัศนอุปกรณ์ (Audio Visual Media) และสิ่งพิมพ์ (Printed Media) ซึ่งเป็นสื่อที่ใช้ติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยเฉพาะ

**ชาวต่างชาติ** คือ บุคคลที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ซึ่งมีวิถีในการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

**ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ**

1. เพื่อให้รู้ถึงปัญหาด้านการสื่อสารและวัฒนธรรม เพื่อที่จะได้เตรียมตัวและปรับตัวได้เมื่อเข้ามาอยู่ในสังคมไทย และสำหรับคนไทยเองก็จะทำให้เข้าใจปัญหาที่ชาวต่างชาติประสบและหาทางป้องกันแก้ไขเพื่อให้การสื่อสารประสบผลสำเร็จมากขึ้น
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ชาวต่างชาติผ่านทางสื่อมวลชนและสื่อบุคคล โดยศึกษาจากรูปแบบการสื่อสารและรูปแบบการแสวงหาข้อมูล

## บทที่ 2

### ทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ ได้ใช้แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คือ

1. แนวคิดทางวัฒนธรรม (Culture)
2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารต่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication)
3. แนวคิดเรื่องการแสวงหาข่าวสาร
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล
5. ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดทางวัฒนธรรม

##### ความหมายของวัฒนธรรม

วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตทั้งหมดของสังคมใดสังคมหนึ่ง (Linton, 1945:30 อ้างถึงใน สนิท สัมภการ, 2525:1)

พลตรีพระเจ้าวรวงศ์เธอกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ ได้ทรงบัญญัติคำว่า "วัฒนธรรม" ขึ้น และได้มีการใช้เป็นหลักฐานทางราชการครั้งแรกเมื่อ พ.ศ. 2483 ทั้งนี้ทรงได้แปลมาจากภาษาอังกฤษ คำว่า "Culture" นักมนุษยวิทยาหลายคนต่างก็ให้ความหมายที่แตกต่างกันไป Leslie A. White ได้ให้คำจำกัดความว่าวัฒนธรรมคือปรากฏการณ์ที่สร้างขึ้นอย่างมีระบบประกอบด้วยการกระทำ (แบบแผนของพฤติกรรม) วัตถุ (เครื่องมือ เครื่องใช้หรือสิ่งที่ใช้สร้างเครื่องมือเครื่องใช้) ความคิด (ความเชื่อ ความรู้) และความรู้สึก (ทัศนคติ ค่านิยม) ที่แสดงออกให้เห็นอย่างชัดเจน วัฒนธรรมเป็นผลงานที่มาจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์และมีลักษณะชัดเจน ดังนั้นจึงสามารถถ่ายทอดจากคนหนึ่งไปสู่คนอื่นได้ (White อ้างใน จำนง อติวัฒนธรรมและคณะ, 2540, น.15) นับนี้ความหมายของคำว่า "วัฒนธรรม" ก็คือ สิ่งที่มนุษย์กำหนดขึ้น ประดิษฐ์ขึ้น หรือสร้างสรรค์ขึ้นโดยไม่เกี่ยวข้องหรือมิใช่สิ่งที่มีมนุษย์ทำตามสัญชาตญาณ ไม่ว่าจะเป็นการประดิษฐ์สิ่งของหรือ

วัตถุดิบ หรือการกำหนดพฤติกรรม การกระทำ แบบแผนการดำเนินชีวิต หรือความคิด ตลอดจนวิธีการหรือระบบการทำงาน

วัฒนธรรมมีหน้าที่หลายประการอาทิ เป็นตัวกำหนดรูปแบบของสถาบัน ทำหน้าที่ ควบคุมสังคม หรือทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่แสดงว่าสังคมหนึ่งแตกต่างจากอีกสังคมหนึ่งเป็นต้น และสำหรับหน้าที่หลักอันหนึ่งของวัฒนธรรมก็คือ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างหล่อหลอม (Moulding) บุคลิกภาพทางสังคมให้กับสมาชิก บุคลิกภาพเป็นผลรวมความสัมพันธ์ระหว่างร่างกาย สภาพและการแสดงออกทางจิตใจ และประสบการณ์ที่เกี่ยวกับพฤติกรรมนั้น ดังนั้นตัวกำหนดบุคลิกภาพจึงน่าจะได้แก่ลักษณะทางชีวภาพและลักษณะทางวัฒนธรรม กล่าวคือ บุคลิกภาพของคนส่วนหนึ่งเป็นผลเนื่องมาจากลักษณะทางชีวภาพอันเป็นส่วนของกรรมพันธุ์ที่ได้จากยีนส์ (Genes) ของบิดามารดา อีกส่วนหนึ่งเป็นผลเนื่องมาจากการอยู่ร่วมติดต่อด้านสัมพันธ์กับผู้อื่น เพราะทำให้บุคคลได้รับการอบรมขัดเกลาจากกลุ่มและตัวแทนในการขัดเกลาที่ถ่ายทอดวัฒนธรรม สิ่งที่ถ่ายทอดก็คือแบบแผนหรือวิธีการและกฎเกณฑ์ในการดำเนินชีวิตทำให้บุคคลมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม (จำนง อติวัฒนธรรมสิทธิ์และคณะ, 2540, น.19)

งามพิศ สัตย์สงวน กล่าวว่ามนุษย์ได้สร้างวัฒนธรรมและส่งผ่านไปให้ลูกหลานแต่ในเวลาเดียวกัน วัฒนธรรมหล่อหลอมตัวมนุษย์ด้วยเช่นกัน ดังนั้นมนุษย์ในทุกชุมชน ทุกสังคมจะมีพฤติกรรมทางสังคม มีความคิดและความรู้สึกในโลกของวัฒนธรรมเท่านั้น และการจะเข้าใจพฤติกรรมของมนุษยชาติได้จะต้องทำความเข้าใจ “ความเหมือน” และ “ความต่าง” ทางวัฒนธรรม รวมทั้งต้องเข้าใจพัฒนาการทางวัฒนธรรมหรือการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม (งามพิศ สัตย์สงวน, 2539, น.2)

Victor Bamouw (1963:5) กล่าวว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีชีวิตของกลุ่มคน สิ่งที่ปรากฏทั้งหมด แบบอย่างทัศนคติของคนทั่วไปในสังคมของการเรียนรู้พฤติกรรมไม่มากนักน้อย ซึ่งสืบต่อกันมาจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่งโดยผ่านทางภาษา และการเลียนแบบ

ผจญจิตต์ อธิคมนันทะ (2519:4) สรุปว่า วัฒนธรรมได้แก่ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นทั้งหมด เป็นแบบแผนของพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติ วิถีชีวิต ฯลฯ รวมทั้งผลผลิตของพฤติกรรมดังกล่าวด้วย สมาชิกในสังคมมีส่วนเป็นเจ้าของ และมีการถ่ายทอดต่อไปยังชนรุ่นหลัง นอกจากนี้ วัฒนธรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ทัศนีย์ จันทร (2534:775) กล่าวว่า วัฒนธรรม หมายถึง สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น หรือ กำหนดจากความรู้ และประสบการณ์ หรือการยอมรับเข้ามาเพื่อช่วยแก้ปัญหา หรือตอบสนอง ความต้องการของสมาชิกในสังคม มีการสืบทอด เลือกลงร ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไข และกาลเวลาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ก่อให้เกิดแบบแผนในความคิด และการกระทำที่ยึด ถือปฏิบัติร่วมกัน และสืบทอดต่อมา เพื่อเป็นวิถีชีวิตโดยส่วนรวมของสังคมใดสังคมหนึ่ง ที่ทำให้ สมาชิกในสังคมอยู่ร่วมกันด้วยความราบรื่น

สุพัตรา สุภาพ (2536:98) กล่าวโดยสรุปว่า วัฒนธรรมมีความหมายครอบคลุมถึงทุกสิ่ง ทุกอย่าง อันเป็นแบบแผนในความคิด และการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม ของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง หรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้คิดสร้างระเบียบกฎเกณฑ์ วิธีการในการ ปฏิบัติ การจัดระเบียบ ตลอดจนระบบความเชื่อ ความนิยม ความรู้ และเทคโนโลยีต่างๆ ใน การควบคุม และใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ

ดังนั้น กล่าวโดยสรุปว่า วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิต ระเบียบแบบแผน ความคิด และการ กระทำใดๆ ที่มีมนุษย์ในสังคมนั้นๆ นำมาปฏิบัติ ปรับปรุงและแก้ไขจนกลายเป็นที่ยอมรับ เพื่อสื บทอดต่อให้กับชนรุ่นหลังได้รับรู้และเข้าใจให้ดำรงชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมนั้นอย่างราบรื่นและมี ความสุข

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารต่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication)

### ความหมายของการสื่อสารต่างวัฒนธรรม (Intercultural Communication Definition)

การสื่อสารต่างวัฒนธรรม คือ "กระบวนการถ่ายทอดและตีความหมายปฏิสัมพันธ์และ สัญลักษณ์ ระหว่างคนที่มาจากวัฒนธรรมที่ต่างกันภายใต้บริบททางการสื่อสารหนึ่งๆ"

การศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารต่างวัฒนธรรม จึงสนใจในด้านการสร้างความเข้าใจเกี่ยว กับความแตกต่างของแต่ละวัฒนธรรม สาเหตุและองค์ประกอบที่มีผลต่อความแตกต่างนั้นๆ ปัญหาและแนวทางแก้ไข เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่าง กัน (เมตตา วิวัฒนานุกูล, 2536)

## อุปสรรคในการสื่อสารต่างวัฒนธรรม

(Jandt, 1998 อ้างถึงใน ธิดารัตน์ กนิษฐนาคะ, 2541) กล่าวว่า เมื่อมีการสื่อสารกับผู้คนจากต่างวัฒนธรรม มีข้อสำคัญที่ควรจำไว้ว่า วัฒนธรรมและการสื่อสารมีความเกี่ยวข้องกันอยู่อย่างมาก วิธีการที่คนมองการสื่อสารคืออะไร ต้องทำอย่างไร และทำไมต้องทำอย่างนั้น เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรม โอกาสของความเข้าใจผิดระหว่างสมาชิกจากต่างวัฒนธรรมจะมีมากเมื่อความเกี่ยวข้องกันระหว่าง 2 สิ่งนี้ถูกลืมไป

อุปสรรคในการสื่อสารที่อาจพบได้ สามารถแบ่งได้เป็น

1. **ความกังวลใจ (anxiety)** เป็นความรู้สึกประหม่า ซึ่งจะสามารถส่งผลกระทบต่อ การสื่อสารเมื่อเราจดจ่อความรู้สึกของเราในเรื่องใดเรื่องหนึ่งมากเกินไป

2. **การคิดว่าจะมีความคล้ายคลึงกัน (Assuming similarity instead of differences)** สิ่งนี้มักจะเกิดขึ้นเสมอถ้าบุคคลนั้นไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับอีกวัฒนธรรมหนึ่ง การคิดเอาเองว่าวัฒนธรรมนั้นคงคล้ายกับวัฒนธรรมของตน อาจเป็นสาเหตุให้บุคคลนั้นละเลยต่อความแตกต่างที่สำคัญ

3. **การยึดเอาตนเองเป็นศูนย์กลาง (Ethnocentrism)** เป็นการตัดสินวัฒนธรรมอื่นในแง่ไม่ดีโดยใช้มาตรฐานในวัฒนธรรมของตนเองเป็นเครื่องตัดสิน และมักเชื่อว่า การกระทำในแบบวัฒนธรรมของตนดีกว่าของผู้อื่น

4. **การมีภาพกำหนดตายตัว (Stereotypes)** มีความหมายได้ทั้งการตัดสินในแง่ลบ และแง่บวกต่อบุคคลใดบุคคลหนึ่ง โดยอาศัยสิ่งที่สังเกตเห็นได้

5. **การมีอคติ (Prejudice)** คือ ความไม่ชอบ ความสงสัย หรือความเกลียดโดยไม่มีเหตุผลต่อคนกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง ต่อเชื้อชาติ ศาสนา หรือเพศ

6. **Racism** คือ นโยบาย การปฏิบัติ ความเชื่อ หรือทัศนคติที่เป็นองค์ประกอบของคุณลักษณะ หรือสถานภาพของบุคคลซึ่งขึ้นอยู่กับแต่ละเชื้อชาติ

7. ภาษา อาจเป็นอุปสรรคต่อการสื่อสารได้เมื่อมีการแปลความหมายของคำหรือประโยคในภาษานั้นอย่างไม่ถูกต้อง ปัญหาที่เกิดในการแปล คือ การมีคำศัพท์ สำนวน หรือหลักไวยากรณ์ที่ในอีกภาษาหนึ่งไม่มี

8. การตีความอวัจนภาษาอย่างผิด ๆ เมื่อการสื่อสารไม่ได้ใช้ภาษาเดียวกัน การใช้ภาษามือจึงอาจเกิดขึ้น ในสถานการณ์เช่นนี้ จึงจำเป็นต้องรู้ว่า ภาษามือและการแสดงท่าทางประกอบการสื่อสาร ไม่ใช่จะใช้ได้โดยมีความหมายเดียวกันในทุกวัฒนธรรม

### การปรับตัว

เมื่อมีการอยู่ร่วมกันระหว่างคนที่มาจากต่างวัฒนธรรม การปรับตัวในวัฒนธรรมข้ามชาติเป็นสิ่งจำเป็น และในกระบวนการของการปรับตัวนี้จะพบว่า ส่วนใหญ่แล้วจะต้องใช้การสื่อสารเข้ามาช่วย ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสารภายในตัวบุคคลเองหรือการสื่อสารกับสังคมภายนอก

ผู้ที่เข้าไปอยู่ในวัฒนธรรมใหม่ จะมีการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมใหม่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละคนมีมาก่อน และการยอมรับในสิ่งที่สังเกตเห็นว่าจะให้ผลตอบแทนและการปฏิเสธสิ่งที่สังเกตเห็นว่าไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ และในขณะเดียวกัน ประสบการณ์ของผู้มาใหม่จะถูกตั้งเป็นเงื่อนไขโดยสภาพแวดล้อมใหม่ที่ตนเข้าไปอยู่ โดยธรรมชาติของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางบุคคลกับปัจจัยทางสภาพแวดล้อม จะทำให้เกิดรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงทางด้านการปรับตัวได้

ปัจจัยอีกอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการปรับตัว คือ การเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงก่อนที่จะเข้าไปยังสภาพแวดล้อมใหม่ การมีความรู้เกี่ยวกับภาษา บรรทัดฐาน ประเพณี ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และระบบสังคม เศรษฐกิจ และการปกครองของประเทศที่จะไป จะเป็นส่วนช่วยเสริมความสามารถในการปรับตัวได้

นอกจากนี้ ลักษณะทางประชากรก็มีส่วนช่วยให้เกิดศักยภาพในการปรับตัวเพิ่มขึ้น เช่น ระดับการศึกษา การศึกษาจะช่วยขยายความสามารถในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และการใช้ชีวิตโดยทั่วไปให้กับผู้ที่เข้าไปอยู่ในวัฒนธรรมใหม่ได้



การที่ผู้ที่เข้าไปอยู่ในอีควัฒนธรรมหนึ่งมีความแตกต่างกันในการปรับตัว เช่น บางคนปรับตัวได้เร็วกว่า หรือดีกว่าคนหนึ่ง สามารถอธิบายได้จากการสื่อสารที่เกิดขึ้น ซึ่งการสื่อสารนี้ถือได้ว่าเป็นหัวใจของการปรับตัวต่างวัฒนธรรม เพราะการปรับตัวจะเกิดขึ้นได้ด้วยการสื่อสารระหว่างผู้มาใหม่กับสภาพแวดล้อมที่เขาเข้าไปอยู่ การสื่อสารเป็นเพียงหนทางเดียวเท่านั้น ที่จะทำให้ผู้มาใหม่เรียนรู้สัญลักษณ์ต่างๆ และสามารถทำกิจกรรมของตนเอง และร่วมกิจกรรมกับผู้อื่นได้อย่างประสบผลสำเร็จ

### 3. แนวคิดเรื่องการแสวงหาข่าวสาร

(ชแรมม์ Wilbur Schramm, 1973 อ้างถึงใน ธิติวรัตน์ กนิษฐนาคะ, 2541) ได้กล่าวถึงหลักทั่วไปของการเลือกความสำคัญของข่าวสารว่าขึ้นอยู่กับการใช้ความพยายามน้อยที่สุด แต่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ ซึ่งอยู่ในรูปของสูตรการเลือกรับข่าวสารคือ

$$\text{การเลือกรับข่าวสาร} = \frac{\text{สิ่งตอบแทนที่คาดหวัง (expectation of reward)}}{\text{ความพยายามที่ต้องใช้ (effort required)}}$$

สูตรนี้อาจจะใช้ได้ในการเลือกรับข่าวสารบางครั้งเท่านั้น เพราะยังมีปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น การมีประสบการณ์ต่างกันของผู้รับสาร ความสามารถในการประเมินสาระ ประโยชน์ของข่าวสาร ภูมิหลังสถานภาพตลอดจนภาวะทางสังคม และจิตใจของแต่ละคนด้วย แต่ถ้าพิจารณาเฉพาะจากสูตรนี้ จะเห็นได้ว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะเปิดรับข่าวสารที่ใช้ความพยายามน้อย เช่น ข่าวสารต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัวสามารถแสวงหาได้ง่าย แต่เป็นข่าวสารที่มีประโยชน์ต่อตัวเอง

แนวความคิดของชแรมม์ สอดคล้องกับแนวความคิดของชาร์ล แอทกิน (Charles Atkin, 1973) ที่กล่าวถึงการเลือกรับข่าวสารของคนเราว่า ขึ้นอยู่กับการประเมินผลที่ได้จากการเปรียบเทียบระหว่างผลรางวัลตอบแทน (Reward Value) กับการลงทุนลงแรง (Expenditures) และพันธะผูกพัน (Liabilities) ที่จะตามมา ถ้าผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่จะได้รับสูงกว่าการลงทุน คนเราจะตัดสินใจเลือกการแสวงหาข่าวนั้นๆ แต่ถ้าผลประโยชน์น้อยกว่าการลงทุน ก็อาจจะไม่สนใจต่อข่าวสารนั้นหรือหากการรับข่าวสารนั้นจะทำให้เกิดพันธะผูกพัน เช่น เกิดความไม่สบายใจ ก็อาจจะหลีกเลี่ยงจากข่าวสารนั้น แต่ถ้าการหลีกเลี่ยงต้องใช้ความพยายามหรือต้องลงทุนมากกว่าการรับข่าวสาร คนเราอาจจะต้องอยู่ในสภาวะจำยอมรับข่าวสารนั้นทั้งๆ ที่ไม่พอใจ

แอทคิน ยังกล่าวไว้ด้วยว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล เป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์ และมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมมากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย และคนเรานั้นก็มีความต้องการรู้ข่าวสารเพื่อนำไปปรับตัวด้วย ยิ่งคนเราเกิดความไม่แน่ใจในเรื่องใดมากเท่าไรความต้องการข่าวสารข้อมูลเพื่อนำไปใช้ปรับตัวก็มีมากขึ้นเท่านั้น

ความต้องการข่าวสารนั้นเกิดจากความไม่รู้หรือไม่แน่ใจของปัจเจกบุคคลที่เนื่องมาจาก

1. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างระดับความรู้ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับระดับความต้องการที่อยากจะรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) ยิ่งเป็นเรื่องที่สำคัญ ก็ยิ่งอยากมีความรู้ ความแน่ใจสูง
2. การมองเห็นความไม่สอดคล้องต้องกันระหว่างความรู้ที่มีอยู่ของปัจเจกบุคคลขณะนั้นกับความรู้ตามเป้าหมายที่ต้องการ ซึ่งกำหนดโดยระดับความสนใจส่วนบุคคลนั้นต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด (Intrinsic Uncertainty)

ข่าวสารที่จะลดความไม่รู้หรือความไม่แน่ใจที่เกี่ยวข้องกับความสนใจภายในส่วนบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (Intrinsic Uncertainty) และที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงสนุกสนานส่วนตัว (Intrinsic Desire) นั้นถือว่าเป็นข่าวสารที่ให้ความพึงพอใจทันทีในเชิงบริโภค (Immediate Consummatory Gratifications) ข่าวสารที่ลดความไม่รู้เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อมภายนอก (Extrinsic Uncertainty) เรียกว่า ข่าวสารที่ใช้ประโยชน์เป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ความคิดและแก้ปัญหาต่างๆ (Instrumental utilities) ในชีวิตประจำวัน ข่าวสารบางอย่างอาจจะให้ประโยชน์ทั้งการนำไปใช้และให้ความบันเทิงขณะเดียวกัน

ในการศึกษาเรื่องการแสวงหาข่าวสารนี้ มีผู้ที่ทำการศึกษไว้อีก คือ ดันเนอฮิว และ ทิปตัน (Donohew & Tipton,) โดยมีแนวคิดในการแสวงหา การหลีกเลี่ยง และการจัดกระบวนการข้อมูลว่า ปัจเจกบุคคลจะเก็บประสบการณ์ต่างๆ ในช่วงชีวิตของตนไว้ และประสบการณ์เหล่านี้ก็จะนำไปสู่การตั้งเป้าหมาย ความเชื่อ ความรู้ การสร้างภาพเกี่ยวกับตนเอง และการวางแผนเพื่อการปรับเข้ากับสภาพแวดล้อม และจากกลุ่มของหน่วยการรับรู้ดังกล่าวนี้ก็จะถูกเรียกว่า เป็น "จินตภาพ" ของแต่ละบุคคล ซึ่งจะนำไปสู่การตีความสิ่งที่แวดล้อมตนเอง และการเลือกกลวิธีในการปรับให้เข้ากับสภาพแวดล้อมนั้น

จินตภาพของแต่ละบุคคลแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนคือ

1. เป็นผลของการเก็บสะสมจากประสบการณ์ในช่วงชีวิต ซึ่งประกอบด้วย เป้าหมาย ความเชื่อ และความรู้ที่เขาแสวงหามา
2. ภาพความคิดรวบยอดเกี่ยวกับตนเองที่มีต่อการประเมินความสามารถของตน ในการเผชิญกับสถานการณ์ต่างๆ
3. การกำหนดกลวิธีการจัดการกับข้อมูล ซึ่งได้รับการพัฒนามาจากประสบการณ์ที่ผ่านมาและกลวิธีนี้เองที่อาจจะเป็นตัวควบคุมการเลือกสรรข้อมูลเพื่อใช้ในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม ซึ่งถือได้ว่าเป็นรูปแบบการแสวงหา และการจัดกระบวนการข้อมูลของแต่ละบุคคล

องค์ประกอบในการแสวงหาข่าวสาร ได้แก่

1. ผู้หาข่าวสาร คือ ชาวต่างชาติ
2. ข่าวสาร คือ ข้อมูลที่ได้รับจากแหล่งข่าวสาร
3. ช่องทาง คือ วิธีการที่ผู้หาข่าวสารใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข่าวสาร
4. แหล่งข่าวสาร คือ บุคคล หน่วยงาน หรือสื่อมวลชนที่ชาวต่างชาติใช้ในการแสวงหาข่าวสาร
5. การตัดสินใจ เพื่อวิเคราะห์การตัดสินใจของชาวต่างชาติในการตัดสินใจเลือกข่าวสาร เลือกช่องทาง และเลือกแหล่งข่าวสารประเภทไหน ต้องใช้ความพยายามมาก/น้อยแค่ไหน มีหลักเกณฑ์อะไรในการเลือกช่องทางและแหล่งข่าวสารว่าเลือกอะไร และเหตุผลในการเลือกมีหลักเกณฑ์อย่างไร การตัดสินใจเลือกข่าวสารนี้ ใช้หลักการเช่นเดียวกับการตัดสินใจโดยทั่วไป คือ เป็นการตกลงใจเลือกทางเลือกใดทางเลือกหนึ่งอย่างมีเหตุผลเพื่อให้ได้ทางเลือกที่ดีที่สุด ซึ่งอาจสรุปเป็นขั้นตอนได้ดังนี้ คือ (ฉลงรัฐ ยิ่งไพบุลย์, 2538)
  - ก. เมื่อตระหนักถึงสถานการณ์อย่างใดอย่างหนึ่งที่จะต้องตัดสินใจ
  - ข. ก่อนตัดสินใจเลือกทางเลือกใด จะต้องมีการค้นหาหรือแยกแยะสถานการณ์ที่ทำให้ต้องตัดสินใจ โดยมีสมมติฐานว่าในการตัดสินใจครั้งนี้ว่า ต้องการผลตอบแทนที่ดีที่สุดจากการตัดสินใจในเรื่องนั้นๆ
  - ค. เริ่มสร้างตัวเลือกหลาย ๆ ตัวขึ้นมาเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ซึ่งอาจจะมีแหล่งข้อมูลจากช่องทางเดียวหรือจากหลายช่องทาง
  - ง. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจที่จะได้มาซึ่งทางเลือกที่ดีที่สุด

- จ. การเปรียบเทียบจุดเด่น จุดด้อยของทางเลือก เพื่อให้ได้ผลที่คุ้มค่าที่สุด
- ฉ. การตัดสินใจทำการเลือก
- ช. การได้รับข้อมูลย้อนกลับเมื่อได้ทำการตัดสินใจแล้ว ข้อมูลที่ได้อาจส่งผลให้เกิดความรู้ใหม่ ๆ หรือก่อให้เกิดเกณฑ์ใหม่ ๆ ที่ใช้ในการตัดสินใจขั้นต่อไป ซึ่งความรู้ใหม่ที่ได้นี้ จะส่งผลกระทบต่อทำให้ผู้แสวงหาข้อมูลข่าวสารมีเกณฑ์ใหม่ในการตัดสินใจเพื่อเลือกแหล่งข่าวสารครั้งต่อไป

#### 4. ทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคล

สำหรับประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลนั้น นักวิชาการทางการสื่อสารส่วนใหญ่ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า สื่อมวลชนจะมีประสิทธิภาพมากกว่าสื่อบุคคลในการให้ข่าวสารเพื่อก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างถูกต้อง ส่วนสื่อบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าในการชักจูงใจให้บุคคลมีทัศนคติต่อเรื่องนั้น ๆ ตามแนวทางที่มุ่งหวัง เช่น

Rogers (1978 : 291) ได้กล่าวเปรียบเทียบประสิทธิภาพของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลไว้ว่า ผลการวิจัยต่าง ๆ พบว่า สื่อมวลชนสามารถเปลี่ยนแปลงการรับรู้ ซึ่งหมายถึงการเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่การสื่อสารระหว่างบุคคลนั้น มีประสิทธิภาพมากกว่าเมื่อวัตถุประสงค์ของผู้ส่งสารอยู่ที่การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

นอกจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลแล้ว ยังมีสื่ออีกชนิดหนึ่งที่ผู้ส่งสารใช้ในการถ่ายทอดข่าวสารข้อมูลไปยังมวลชน บุคคล หรือกลุ่มบุคคล สื่อดังกล่าวนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อให้ติดต่อกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เรียกว่า สื่อเฉพาะกิจ (Specialized Media) ได้แก่ สื่อประเภทโสตทัศนอุปกรณ์ (Audio visual Media) และสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ (Printed Media)

Adam (1977 : 162-167) ได้กล่าวถึงความสำคัญของสื่อเฉพาะกิจไว้ดังนี้ คือ สื่อเฉพาะกิจจัดว่ามีความสำคัญต่อการเผยแพร่ข่าวสารและข่าวสารข้อมูล เพราะสื่อเฉพาะกิจเป็นสื่อที่จัดทำขึ้นเพื่อสนับสนุนกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะการใช้สื่อเฉพาะกิจเป็นการให้ความรู้และข่าวสารที่เป็นเรื่องราวเฉพาะอย่าง โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้แน่นอน ตัวอย่างสื่อเฉพาะกิจได้แก่ การจัดพิมพ์เอกสาร จุลสาร แผ่นพับหรือแผ่นปลิวออกเผยแพร่ เป็นต้น

ลักษณะการใช้สื่อมวลชนเพื่อการปรับตัว มีความสำคัญเป็นอย่างมากในช่วงเริ่มแรกของการเข้าไปอยู่ในสังคมใหม่ เพราะในช่วงนี้ ผู้ที่เข้าไปอยู่ใหม่ยังไม่มีความสามารถเพียงพอในการ

พัฒนาความสัมพันธ์กับบุคคลกับคนในท้องถิ่น การสื่อสารแบบเผชิญหน้าอาจก่อให้เกิดความหงุดหงิด กระวนกระวายใจ และ/หรืออาจมีความรู้สึกแปลก ๆ ให้กับผู้เข้าไปอยู่ใหม่ได้ การได้รับปฏิกริยาตอบกลับโดยตรงในทางลบเมื่อมีการเผชิญหน้ากับคนในท้องถิ่น อาจสร้างความพอใจให้เกิดขึ้นได้ยาก และภายใต้สภาพแวดล้อมเช่นนี้เองที่ทำให้ผู้เข้าไปอยู่ใหม่พยายามที่จะหลีกเลี่ยงการติดต่อโดยตรง และหันไปใช้สื่อมวลชนแทน เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างความกดดันให้ และยังเป็นช่องทางที่สามารถเรียนรู้องค์ประกอบทางวัฒนธรรมได้เช่นเดียวกับการสื่อสารกับบุคคล

การใช้สื่อมวลชนเข้ามาช่วยจะทำให้เกิดการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ในสังคมนั้น เนื่องจากสื่อมวลชนจะสามารถถ่ายทอดค่านิยม บรรทัดฐานการประพฤติปฏิบัติ และแง่มุมต่าง ๆ ทางธรรมเนียม ประเพณีที่สะท้อนถึงแรงบันดาลใจ ตำนาน การทำงานและการละเล่น และเหตุการณ์อื่นๆ ของสังคมนั้นออกมาเพื่อทำให้ตีความสภาพสังคมนั้นได้ ประสบการณ์จากการใช้สื่อมวลชนเกิดขึ้นได้หลายแบบ เช่น การเปิดรับสื่อมวลชนโดยที่เนื้อหาของสารเป็นการให้ข้อมูล เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ข่าวโทรทัศน์ และรายการที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ พบว่า มีความสอดคล้องกับการปรับตัวที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับเนื้อหาที่เป็นความบันเทิง (Kim 1979b; Ryu 1978, Samovar and Porter, 1994, อ้างถึงใน ธิดารัตน์ กนิษฐนาคะ, 2541)

## 5. ทฤษฎีการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication)

### ความหมายและความสำคัญ

Dean Bamlund (1968:10) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ ความเกี่ยวเนื่องกับการเสาะหาความสัมพันธ์อย่างไม่เป็นทางการต่อสถานการณ์ในสังคม ซึ่งบุคคลมีการติดต่อในลักษณะการเผชิญหน้ากัน (face-to-face) โดยมีการแลกเปลี่ยนกันแบบที่ใช้วจนภาษา (verbal) และอวจนภาษา (non-verbal)

จากคำนิยามนี้ สามารถแบ่งเกณฑ์ของการสื่อสารระหว่างบุคคลได้ดังนี้

1. ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป
2. การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับการพึ่งพาซึ่งกันและกัน กล่าวคือ พฤติกรรมทางการสื่อสารของคนหนึ่งเป็นผลโดยตรงต่ออีกคนหนึ่ง ซึ่งเป็นเรื่องที่มีความสนใจร่วมกัน
3. การสื่อสารระหว่างบุคคลเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกัน
4. ข่าวสารที่ส่งผ่านกันอาจอยู่ในรูปของวจนภาษาและอวจนภาษา

5. การสื่อสารระหว่างบุคคลเป็นความสัมพันธ์แบบไม่มีโครงสร้างที่แน่นอนหรือไม่เป็นทางการ ซึ่งสามารถปรับเปลี่ยนได้

Barker และ Gaut (1996:50) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ การแบ่งปันความรู้สึก และความคิดต่อผู้อื่น โดยจะแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างไม่เป็นทางการระหว่างบุคคล 2 คน ในลักษณะใกล้ชิดกัน

อิรันท์ อนุชศิริวงศ์ (2526:16) ให้ความหมายว่า การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การถ่ายทอดความรู้สึก และความต้องการของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร และเกิดปฏิกิริยาตอบสนองโดยปกติแล้ว จะเป็นการสื่อสารโดยการพูด ที่ผู้พูดและผู้ฟังปรากฏตัวต่อหน้ากัน และเป็นการสื่อสารแบบสองทาง ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้จำนวนผู้ร่วมในการสื่อสารมีจำนวนน้อย อาจมีจำนวน 2 คน 3 คน หรือ 6 คน จำนวนสูงสุดจะเป็นเท่าใดนั้นขึ้นอยู่กับว่า การสื่อสารนั้นยังคงอยู่ในหลักเกณฑ์ 3 ประการของการสื่อสารระหว่างบุคคลหรือไม่ หลักเกณฑ์ 3 ประการ ดังกล่าวได้แก่

1. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารจะต้องอยู่ใกล้ชิดกัน
2. ทุกคนที่ร่วมในการสื่อสารมีบทบาทเป็นทั้งผู้ส่งและผู้รับสาร
3. สารที่ส่งกันนั้น ประกอบด้วยวจนสารและอวจนสาร

ประมะ สตะเวทิน (2540:35) การสื่อสารระหว่างบุคคล หมายถึง การสื่อสารที่ประกอบด้วยบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มาทำการสื่อสารกันในลักษณะตัวต่อตัว (person to person) กล่าวคือ ทั้งฝ่ายผู้ส่งสารและผู้รับสารสามารถที่จะติดต่อแลกเปลี่ยนสารกันโดยตรง ในขณะที่คนหนึ่งจะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร คนอื่น ๆ จะทำหน้าที่เป็นผู้รับสาร ในทำนองเดียวกัน การสื่อสารระหว่างบุคคลก็เกิดขึ้นได้ในกรณีของกลุ่มย่อย (small group)

Paul Lazafeld และ Herbert Manzel (1960:97) กล่าวว่า การสื่อสารระหว่างบุคคลมีความสำคัญ คือ มีการพูดคุยกันแบบเป็นกันเองและเป็นส่วนตัว ทำให้เกิดความคุ้นเคยระหว่างผู้พูดกับผู้ฟัง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ฟังยอมรับความคิดของผู้พูดได้ง่ายขึ้น การเห็นหน้าค่าตากัน เมื่อมองในแง่จิตวิทยาแล้ว จะทำให้ผู้ฟังซึ่งเป็นเป้าหมายในการชักจูงใจของผู้พูด มีความรู้สึกว่าตนเองได้รับรางวัลทันที อย่างน้อยที่สุดก็ในด้านที่แสดงความคิดเห็นของตนต่อผู้พูด

บุษบา สุธีธร (2535:251) ให้ความหมายของการสื่อสารระหว่างบุคคลว่า เป็นกระบวนการแลกเปลี่ยนข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารอย่างน้อยสองคน หรือเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคลในกลุ่มเล็ก ๆ ก็ได้ ทั้งนี้มีข้อแม้ว่าบุคคลในกลุ่มทุกคนสามารถร่วมมือกันเป็นทั้งผู้ส่งสารและผู้รับสาร

กล่าวโดยสรุป การสื่อสารระหว่างบุคคล คือ กระบวนการสื่อสารที่ไม่เป็นทางการที่มีความเกี่ยวเนื่องและสัมพันธ์กันระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปในลักษณะใกล้ชิดกัน ซึ่งมีการติดต่อในลักษณะเผชิญหน้ากัน (face-to-face) โดยจะมีการสื่อสารแบบวจนภาษา (verbal) และอวจนภาษา (non-verbal) คือ ผู้ส่งสารจะถ่ายทอดความรู้สึกไปยังผู้รับสารเพื่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองขึ้น

### หน้าที่ของการสื่อสารระหว่างบุคคล

หน้าที่ของการสื่อสารตามทฤษฎีของ Dance และ Larson (ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ, 2534:2)

#### 1. หน้าที่เชื่อมโยง (Linking Function)

การสื่อสารทำหน้าที่เชื่อมโยงบุคคลกับสิ่งแวดล้อม มนุษย์สร้างและพัฒนาความผูกพันทางวัฒนธรรม สังคม และสภาวะจิตใจกับโลกภายนอกตัวเอง จากการสื่อสาร มนุษย์จะเห็นความแตกต่างระหว่างตนเองกับผู้อื่น การสื่อสารช่วยสร้างภาพของตนเองของผู้อื่นและภาพความสัมพันธ์ระหว่างตนเองกับผู้อื่น ทำให้มองเห็นด้วยว่า ผู้อื่นมองเราอย่างไร ด้วยวิธีการนี้เราใช้กระบวนการทางการสื่อสารสองแบบ คือ

1. กระบวนการเปลี่ยนการรับรู้เกี่ยวกับสิ่งอื่น (assimilation) เช่น เปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับบุคคลอื่นทันทีที่รู้ว่าผู้อื่นมีค่านิยมขัดกับตน
2. กระบวนการเปลี่ยนการรับรู้เกี่ยวกับตนเอง (accommodation) เป็นการเปลี่ยนความคิดเกี่ยวกับตนให้สอดคล้องกับความรู้สึกที่ผู้อื่นมีต่อตนเอง

## 2. หน้าที่ไตร่ตรอง (Mentation Function)

การไตร่ตรอง คือ การคิดในเชิงรวบยอด ใช้ความสามารถในการจดจำ การวางแผน และคาดคะเน รวมทั้งประเมินคุณค่าด้วย

การสื่อสารสามารถทำให้เราทำสิ่งเหล่านี้ได้ มนุษย์สามารถคิดได้ไม่มีขีดจำกัด โดยอาศัยภาษาและความหมาย มนุษย์มีจินตภาพได้กว้างไกลไปกว่าในสถานที่ที่ตนเองอยู่ และเกินไปกว่าที่ที่ตนเองอยู่ (decentering) ซึ่งทำให้มนุษย์สามารถสร้างภาพเกี่ยวกับผู้อื่นได้ และนำไปสู่ความสามารถในการเข้าใจผู้อื่น (empathy) ได้

## 3. หน้าที่กำหนดกฎเกณฑ์ (Regulatory Function)

มนุษย์กำหนดกฎเกณฑ์ 3 สิ่ง คือ

1. ให้ผู้อื่นกำหนดพฤติกรรมตนเอง
2. กำหนดพฤติกรรมของตนเอง
3. กำหนดพฤติกรรมของผู้อื่น

## วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคล

วัตถุประสงค์ของการสื่อสารระหว่างบุคคลที่สำคัญมี 6 ประการ ซึ่งวัตถุประสงค์เหล่านี้เราอาจไม่ทราบหรือตระหนัก หรือตั้งใจในขณะที่ทำการสื่อสารระหว่างบุคคลอยู่ก็ได้ (DeVito, 1986:14-15 อ้างถึงใน ประทุม ฤกษ์กลาง, 2534:22) วัตถุประสงค์ดังกล่าวมีดังต่อไปนี้

1. การค้นพบตัวเอง (to discover oneself)
2. การค้นพบโลกภายนอก (to discover the external world)
3. การสร้างและดำรงความสัมพันธ์อันดี (to establish and maintain meaningful relationships)
4. เปลี่ยนแปลงทัศนคติและพฤติกรรม (to change attitude and behaviors)
5. เพื่อการเล่นและความบันเทิง (to play and entertain)
6. เพื่อการช่วยเหลือ (to help)



## งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. เสมสุข อุไรสวัสดิ์ (2529) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "การศึกษาการเปิดรับข่าวสาร และการแสวงหาข่าวสาร การรับสมัครงานของผู้สมัครเป็นอาสาพัฒนา กรรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย" โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจกับพฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาของผู้สมัครเป็นอาสาพัฒนาจากสื่อซึ่งมีวิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อบุคคลกับความสัมพันธระหว่างการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาสมัคร

ผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากวิทยุและหนังสือพิมพ์ ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ ส่วนการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากวิทยุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษา แต่ถ้าจากหนังสือพิมพ์มีความสัมพันธ์กับการศึกษา ส่วนรายได้มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารการรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากวิทยุ แต่ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปิดรับข่าวสารทั่วไปและข่าวสารรับสมัครงานอาสาพัฒนาจากหนังสือพิมพ์

2. วรณพร เนตรอำนวนย (2529) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง "ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการสื่อสารเพื่อแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับงานในต่างประเทศ โดยศึกษาเฉพาะคนงานที่จะเดินทางไปทำงานในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง" กลุ่มตัวอย่างคือคนงานเพศชายได้งานแล้วกำลังรอเดินทางไปทำงานในต่างประเทศ

ผลการศึกษาพบว่า คนงานส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จากการศึกษาระดับประถมศึกษาปีที่ 1-4 สมรสแล้ว มีบุตรจำนวน 1-2 คน มีสมาชิกในครัวเรือนจำนวน 4-7 คน อาชีพส่วนใหญ่คือรับจ้างทั่วไป รายได้น้อยกว่าปีละ 6,000 บาท

แหล่งข่าวสารแรกส่วนใหญ่คือสื่อบุคคลมากกว่าสื่ออื่น รองลงมาคือสื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ แหล่งข่าวสารเกี่ยวกับงานแม้ว่าจะเป็นสื่ออื่นก็ตาม คนงานยังคงติดต่อแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมจากสื่อบุคคลด้วย โดยมีลักษณะการแสวงหาข่าวสารผ่านแหล่งงานโดยตรงขั้นตอนเดียวและผ่านแหล่งงานหลายแหล่ง แหล่งข่าวสารที่เป็นทางการเกี่ยวกับงานในประเทศตะวันออกกลางจะให้ความรู้เกี่ยวกับงานถูกต้องมากกว่า

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการแสวงหาข่าวสารจากแหล่งข่าวสารต่างๆ พบว่า คนงานที่มีการศึกษา อาชีพเดิม รายได้เดิมและเหตุจูงใจในการหางานต่างกัน จะแสวงหาข่าวสารจากแหล่งต่างๆ ต่างกัน ส่วนคนงานที่มีอายุต่างกัน แสวงหาจากแหล่งต่างๆ ไม่ต่างกัน

3. สุदारัตน์ ควรสถาพรทวี (2529) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมของคนไข้ในการแสวงหาข่าวสาร เพื่อรับบริการด้านทันตสุขภาพและทันตสุขภาพศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร” กลุ่มตัวอย่างเป็นประชาชนทั่วไปที่มาใช้บริการในสถานบริการทันตกรรมของรัฐและเอกชน จำนวน 192 ราย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่มีปัญหาด้านทันตสุขภาพจะแสวงหาข่าวสารสารสนเทศด้วยการสอบถามหรือได้รับคำแนะนำโดยการสื่อสารระหว่างบุคคล และเมื่อตัดสินใจว่าจะรับบำบัดรักษา ก็จะแสวงหาข่าวสารเกี่ยวกับสถานบริการบำบัดรักษาและทันตแพทย์ที่ให้การบำบัดรักษาทั้งในด้านคุณภาพและค่าบริการ

4. ประวิณ พัฒนะพงษ์ (2534) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจต่อข่าวสาร เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของกรรมการหมู่บ้าน” โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอายุ การศึกษา รายได้ โอกาสการเปิดรับสื่อและค่านิยมทันสมัยกับพฤติกรรมการแสวงหาข่าวสารและความพึงพอใจต่อข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของกรรมการหมู่บ้านอำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

ผลการวิจัยพบว่า กรรมการหมู่บ้านที่มีอายุ การศึกษา รายได้ โอกาสการเปิดรับสื่อ ค่านิยมทันสมัยต่างกัน จะมีพฤติกรรมในการแสวงหาข่าวสารที่ต่างกัน เนื่องจากจุดมุ่งหมายในการเปิดรับสื่อแตกต่างกัน

โอกาสการเปิดรับสื่อ และค่านิยมทันสมัยสามารถร่วมกันอธิบายความสนใจต่อเนื้อหาข่าวสารและการเลือกใช้สื่อ อายุสามารถอธิบายความพึงพอใจต่อข่าวสารเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตได้

5. พิมพ์ใจ สุรินทรเสรี (2534) ศึกษาเรื่อง “กระบวนการหาข่าวสารของอาสาสมัครโครงการเกษตรและพัฒนาชนบท หน่วยสันติภาพสหรัฐอเมริกาประจำประเทศไทย” ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้หาข่าวสารเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี มีมากที่สุด การศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี แหล่งข่าวสารนี้มีทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุมากกว่า เท่ากับ

และน้อยกว่า อาสาสมัครได้รับความช่วยเหลือจากผู้อื่นในการหาข่าวสารมากกว่าการหาข่าวสารด้วยตนเอง การไหลของข่าวสารจากแหล่งข่าวสารไปสู่อาสาสมัครมีทั้งทางตรงและทางอ้อม การตัดสินใจเลือกแหล่งข่าวสารจะเลือกจากผู้นำที่เป็นทางการมากกว่าไม่เป็นทางการ การตัดสินใจเลือกสารจะขึ้นอยู่กับความจำเป็นในการจัดทำโครงการ

6. เมตตา วิวัฒน์านุกูล (2536) ทำการศึกษาเรื่อง "ลักษณะและปัญหาการสื่อสารต่างวัฒนธรรมในบริษัทนานาชาติในประเทศไทย" มีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะสำรวจค่านิยมที่สัมพันธ์กับการทำงาน และปัญหาการสื่อสารระหว่างบุคลากรไทยและต่างชาติในบริษัทนานาชาติในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาการสื่อสารที่บุคลากรไทยและต่างชาติระบุตรงกัน คือ ปัญหาเรื่องการใช้และการเข้าใจภาษาพร้อมกัน โดยเฉพาะเมื่อต่างฝ่ายใช้ภาษาอังกฤษไม่คล่อง และปัญหาด้านทัศนคติ และอคติต่อกัน ซึ่งปัญหานี้ บุคลากรทั้งชาวไทยและต่างชาติระบุตรงกัน ส่วนปัญหาด้านการสื่อสารและทำงานร่วมกันกับบุคลากรไทยซึ่งต่างชาติระบุ ได้แก่ การไม่สื่อความหมายตามที่ต้องการ การขาดความไว้วางใจและเปิดเผย การไหว้รู้สึกต่อการแสดงอวัจนภาษาบางอย่าง และการรับรู้ต่างกัน ส่วนปัญหาที่บุคลากรไทยระบุ ได้แก่ ปัญหาการสื่อสารทางเดียว การเอาตัวเองเป็นเกณฑ์ การขาดความยืดหยุ่น และมองข้ามความรู้สึก นอกจากนี้ยังพบว่า หน่วยงานราชการไทยยังมีบทบาทน้อยในการเผยแพร่ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับวัฒนธรรมไทยแก่บริษัทนานาชาติในประเทศไทย

7. ฉลองรัฐ ยิ่งไพบูลย์ (2538) ทำการศึกษาเรื่อง "การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการปรับตัวของอาจารย์ชาวต่างประเทศของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์" มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงแบบแผนการแสวงหาข้อมูลของผู้หาข่าวสาร เมื่อมาอยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ และเพื่อทราบถึงการตัดสินใจในการสำรวจข้อมูล การเลือกแหล่งข้อมูล การเลือกประเภทข่าวสาร และการเลือกวิธีการแสวงหาข่าวสาร โดยศึกษากลุ่มอาจารย์ชาวต่างประเทศของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ ที่เดินทางเข้ามาปฏิบัติหน้าที่กำหนดระยะเวลาคนละ 6 สัปดาห์ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การสัมภาษณ์และการสังเกต

ผลการศึกษาพบว่า แหล่งข่าวสารของอาจารย์ชาวต่างประเทศ คือ สื่อบุคคล รองลงมา ได้แก่ สื่อมวลชนประเภทหนังสือพิมพ์ภาษาอังกฤษ บางครั้งถึงแม้ว่าแหล่งข่าวสารแหล่งแรกเป็นสื่ออื่น อาจารย์ชาวต่างประเทศมักแสวงหาข่าวสารเพิ่มเติมจากสื่อบุคคลก่อน แหล่งข่าวสารมีทั้ง

ช่องทางเดียวและหลายช่องทาง ขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ โอกาส ประเภทของข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งระดับความยากง่ายในการได้ข้อมูลมา ประเภทของสารมีทั้งปัจจัยสี่ การทำงาน การบันเทิง และข้อมูลที่มีลักษณะเฉพาะ

8. สายธาร เทวอักษร (2541) ทำการศึกษาเรื่อง "บทบาททางการสื่อสารของผู้นำความคิดที่มีต่อการส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในนครลอสแอนเจลิส สหรัฐอเมริกา" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินการในการจัดกิจกรรมของผู้นำความคิดแต่ละคน โดยการศึกษาในครั้งนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการสื่อสารของคนไทยในลอสแอนเจลิส ได้แก่ การสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารโดยอาศัยสื่อมวลชน และการสื่อสารในองค์กร บทบาททางการสื่อสารของผู้นำความคิดแบ่งออกเป็น การเป็นผู้แจ้งข่าวสาร การเป็นผู้ให้ความรู้ การเป็นผู้โน้มน้าวใจ และการเป็นผู้ให้ความบันเทิง ผู้นำความคิดแต่ละคนมีบทบาทแตกต่างกันไป ได้แก่ บทบาททางด้านสังคม ศาสนา ขนบธรรมเนียม ประเพณีไทย การศึกษาและการทูต แต่มีคุณลักษณะร่วมกัน คือ การมีบทบาททางการสื่อสารเพื่อส่งเสริมวัฒนธรรมไทยในลอสแอนเจลิส ซึ่งมีการจัดกิจกรรมในรูปแบบต่างๆ ได้แก่ งานวันวัฒนธรรมไทย งานในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา และประเพณีไทย โรสพาเหรด โครงการวัฒนธรรมไทยคืนถิ่น โครงการอบรมภาษาและวัฒนธรรมไทย สื่อที่ผู้นำความคิดเลือกใช้ ได้แก่ สื่อบุคคล สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจ

9. ธิดารัตน์ กนิษฐนาคะ (2541) ทำการศึกษาเรื่อง "บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของนักเรียนแลกเปลี่ยนชาวต่างชาติ โครงการเอ เอฟ เอส" มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม และเพื่อศึกษาถึงรูปแบบการสื่อสารที่ต่างวัฒนธรรมของนักเรียนเอ เอฟ เอส ต่างชาติที่เดินทางมาอยู่ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า สื่อมวลชนมีบทบาทช่วยในการปรับตัวของนักเรียน โดย 1) เป็นแหล่งให้ข้อมูลระดับกว้างที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัว เช่น ความรู้เกี่ยวกับประเทศไทย และวัฒนธรรมไทยแบบกว้างๆ ข่าวสารสถานการณ์ในประเทศและต่างประเทศ 2) เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารสร้างความสัมพันธ์ระหว่างนักเรียนกับครอบครัวอุปถัมภ์ในประเทศไทยในช่วงก่อนเดินทางมา

และระหว่างนักเรียนกับครอบครัวในบ้านเกิดเมื่อมาอยู่ในประเทศไทยแล้ว 3) ช่วยลดความกังวลใจ 4) เป็นที่ระบายอารมณ์ 5) ให้ความเพลิดเพลิน 6) เป็นที่ฆ่าเวลาเมื่อนักเรียนไม่มีอะไรทำ

สำหรับบทบาทของสื่อบุคคลที่มีต่อการปรับตัวของนักเรียน ผลการวิจัยพบว่ามีบทบาท

1) เป็นแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัว 2) เป็นผู้สอนภาษาไทย 3) ให้คำปรึกษา 4) เป็นผู้ปลอบประโลม

ส่วนรูปแบบการสื่อสารต่างวัฒนธรรมมี 4 รูปแบบ คือ 1) รูปแบบการสื่อสารเพื่อแสวงหาข้อมูล โดยมีสื่อมวลชนที่ใช้คือ หนังสือพิมพ์, หนังสือเกี่ยวกับประเทศไทย, อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ โดยสื่อแต่ละประเภทจะถูกใช้มาก-น้อยต่างกัน 2) รูปแบบการสื่อสารเพื่อผ่อนคลายอารมณ์ สื่อที่ใช้มากที่สุด คือ โทรทัศน์ และสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ หนังสือทั่วไป, นิตยสาร และหนังสือ Pocket book 3) รูปแบบการสื่อสารกับการสร้างปฏิสัมพันธ์กับคนไทย พบว่า มีปัจจัยที่เกี่ยวข้องคือ ลักษณะนิสัย ทักษะคิด และการยึดติดกับวัฒนธรรมเดิม 4) รูปแบบการสื่อสารเพื่อติดต่อเชื่อมโยงกับครอบครัวในประเทศของนักเรียน โดยมีสื่อที่นักเรียนใช้ คือ อินเทอร์เน็ต เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงง่าย

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้การวัดแบบครั้งเดียว (One-Shot Case Study) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี

#### กลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน โดยแจกแบบสอบถามให้ชาวต่างชาติที่มีระยะเวลาการอยู่เมืองไทยตั้งแต่ 6 เดือนขึ้นไป ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

#### ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้สามารถแจกแจงตามสมมติฐานได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น            ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม            การเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ชาวต่างชาติที่มีลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น            ลักษณะทางประชากร

ตัวแปรตาม            การปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** ชาวต่างชาติที่มีการเปิดรับข่าวสารแตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

ตัวแปรต้น	การเปิดรับข่าวสาร
ตัวแปรตาม	การปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยนำแบบสอบถามไปขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่ต่างๆ เช่น ชายหาดบางแสน ชายหาดพัทยา และห้างสรรพสินค้า และขอรับคืนทันที

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นโดยการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือและเอกสารต่างๆ ซึ่งแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Questionnaire) โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

- |          |  |
|----------|--|
| ตอนที่ 1 | เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สัญชาติ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ และระยะเวลาการอยู่เมืองไทยของชาวต่างชาติ |
| ตอนที่ 2 | เป็นคำถามเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติ  |
| ตอนที่ 3 | เป็นคำถามเกี่ยวกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ  |

### เกณฑ์การให้คะแนน

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนในการวัดตัวแปรดังต่อไปนี้

1. การเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติ

การวัดค่าตัวแปรเกี่ยวกับการเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติ แบ่งเป็นสื่อประเภทสื่อมวลชน สื่อบุคคล และสื่อเฉพาะกิจ จำนวน 11 ข้อ เป็นการวัดโดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale โดยแบ่งเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มากำหนดระดับค่าเฉลี่ย การเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ

คะแนนระหว่าง 1.00 – 2.33 คะแนน จัดอยู่ในระดับต่ำหรือมีการเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติ น้อย

คะแนนระหว่าง 2.34 – 3.67 คะแนน จัดอยู่ในระดับปานกลางหรือมีการเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติ ปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.68 – 5.00 คะแนน จัดอยู่ในระดับสูงหรือมีการเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติ มาก

## 2. การปรับตัวทางด้านวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ

การวัดค่าตัวแปรเกี่ยวกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ จำนวน 13 ข้อ เป็นการวัดโดยใช้มาตราวัดแบบ Likert Scale มีการจัดเรียงลำดับคะแนนดังนี้

น้อยที่สุด	1	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
มาก	4	คะแนน
มากที่สุด	5	คะแนน

จากนั้นนำคะแนนที่ได้มากำหนดระดับค่าเฉลี่ย การปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ โดยแบ่งเป็น 3 ระดับ คือ



คะแนนระหว่าง 1.00—2.33 คะแนน จัดอยู่ในระดับต่ำหรือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม  
ของชาวต่างชาติ น้อย

คะแนนระหว่าง 2.34—3.67 คะแนน จัดอยู่ในระดับปานกลางหรือมีการปรับตัวทาง  
วัฒนธรรมของชาวต่างชาติ ปานกลาง

คะแนนระหว่าง 3.68—5.00 คะแนน จัดอยู่ในระดับสูงหรือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม  
ของชาวต่างชาติ มาก

### ขั้นตอนในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่แจกเสร็จเรียบร้อยแล้ว
2. นำคำตอบที่ได้จากการสำรวจในแบบสอบถามมาจัดรหัส
3. หลังจากนำแบบสอบถามมาจัดรหัสเรียบร้อยแล้ว นำมาลงรหัสข้อมูล (coding) ใน  
แบบสอบถามและบันทึกข้อมูลเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์
4. นำข้อมูลที่ได้ทำการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป  
ตามสถิติ SPSS for Windows

### การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยมีดังนี้

1. **สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic)** คือ การอธิบายถึงลักษณะของข้อมูล  
ตามความแตกต่างกันในลักษณะต่างๆ คือ เพศ อายุ สัญชาติ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ  
รายได้ ระยะเวลาการอยู่เมืองไทยของชาวต่างชาติ สื่อมวลชนและสื่อบุคคล กับการปรับตัวทาง  
วัฒนธรรมของชาวต่างชาติ

การทดสอบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประชากรกลุ่มตัวอย่าง มีสถิติที่นำมาใช้ดังรายละเอียด  
ดังต่อไปนี้

- การแจกแจงความถี่ (Frequencies) คือ การแจกแจงความถี่ของค่าที่วัดได้ของตัวแปร
- การจัดตำแหน่งการเปรียบเทียบ มีสถิติที่เกี่ยวข้อง คือ อัตราส่วน (Ratio) ร้อยละ (Percentage)
- การวัดแนวโน้มเข้าสู่ส่วนกลาง ได้แก่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)
- การวัดการกระจาย ได้แก่ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Analytical Deviation) เพื่อศึกษาว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารและการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติหรือไม่

- สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

วิธีการสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi – Square) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับสื่อของชาวต่างชาติ โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญของสถิติที่ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

- สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

วิธีการสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi – Square) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญของสถิติที่ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

- สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

วิธีการสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน คือ สถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi – Square) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญของสถิติที่ 0.05 ในการทดสอบสมมติฐาน

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติในเขตจังหวัดชลบุรี” โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจจากชาวต่างชาติ จำนวน 100 คน สามารถนำมาสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ตามลำดับต่อไปนี้

#### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยแสดงผลเป็นร้อยละและค่าเฉลี่ย

- 1.1 ลักษณะทางประชากร
- 1.2 การเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติ
- 1.3 การปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ

#### ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้วิธีการวิเคราะห์ค่าสถิติ

- 2.1 สมมติฐานที่ 1 ทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม โดยการหาค่าสถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi – Square)
- 2.2 สมมติฐานที่ 2 ทดสอบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม โดยการหาค่าสถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi – Square)
- 2.3 สมมติฐานที่ 3 ทดสอบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับข่าวสารกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม โดยการหาค่าสถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi – Square)

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

### 1.1 ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

Sex	จำนวน	ร้อยละ
Male	46	46.0
Female	54	54.0
Total	100	100.0

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 1 แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ เพศหญิงมีจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54.0 เพศชายมีจำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 46.0

ตารางที่ 2

ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

Age	จำนวน	ร้อยละ
15-24 years	37	37.0
25-34 years	23	23.0
35-44 years	18	18.0
45-54 years	12	12.0
55-64 years	6	6.0
65 years and above	4	4.0
Total	100	100.0

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 2 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคืออายุระหว่าง 25-34 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.0 และอันดับ 3 คืออายุระหว่าง 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.0

### ตารางที่ 3

#### ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามทวีป

Continent	จำนวน	ร้อยละ
Europe	53	53.0
Americas	17	17.0
Oceania	8	8.0
Asia	22	22.0
Total	100	100.0

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 3 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น ยุโรป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.0 รองลงมาคือ เอเชีย คิดเป็นร้อยละ 22.0 และอันดับ 3 คือ อเมริกา คิดเป็นร้อยละ 17.0

### ตารางที่ 4

#### ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

Education	จำนวน	ร้อยละ
High school or less	24	24.0
Certificate/Diploma	22	22.0
Bachelor Degree	39	39.0
Master Degree	13	13.0
Ph. D.	2	2.0
Total	100	100.0

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 4 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาคือระดับ มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า คิดเป็นร้อยละ 24 และอันดับ 3 คือระดับ อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 22

### ตารางที่ 5

#### ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสถานภาพ

Marital Status	จำนวน	ร้อยละ
Single	74	74.0
Married	22	22.0
Separated	1	1.0
Divorce	3	3.0
Total	100	100.0

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 5 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพเป็น โสด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาคือ แต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 22 และอันดับ 3 คือ หย่าร้าง คิดเป็นร้อยละ 3

### ตารางที่ 6

#### ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

Occupation	จำนวน	ร้อยละ
State enterprise	2	2.0
Government	5	5.0
Commercial personal	19	19.0
Student	43	43.0
Retired	10	10.0
Freelance	21	21.0
Total	100	100.0

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 6 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาคือ อิสระ คิดเป็นร้อยละ 21 และอันดับ 3 คือ ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 19

## ตารางที่ 7

## ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

Monthly Income	จำนวน	ร้อยละ
Less than \$1000	16	16.0
\$1001-\$2000	24	24.0
\$2001-\$3000	19	19.0
\$3001-\$4000	12	12.0
\$4001-\$5000	11	11.0
\$5001 and above	18	18.0
Total	100	100.0

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 7 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน \$1001-\$2000 มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 24 รองลงมาคือ \$2001-\$3000 คิดเป็นร้อยละ 19 และอันดับ 3 คือ \$5001หรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 18

## ตารางที่ 8

## ลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระยะเวลาอยู่เมืองไทย

How long	จำนวน	ร้อยละ
6 months – 1 year	11	11.0
1 year – 2 years	52	52.0
2 years – 3 years	13	13.0
3 years and more	24	24.0
Total	100	100.0

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 8 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระยะเวลาการอยู่เมืองไทย 1 - 2 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือ 3 ปีหรือมากกว่า คิดเป็นร้อยละ 24 และอันดับ 3 คือ 2 - 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 13

## 1.2 การเปิดรับข่าวสาร

ตารางที่ 9  
การเปิดรับข่าวสาร

Media	X	SD	แปรผล
<b>Mass Media</b>			
1. Radio	1.94	1.07	น้อย
2. Television	3.21	1.27	ปานกลาง
3. Newspaper	3.09	1.45	ปานกลาง
4. Magazine	2.11	1.13	น้อย
5. Internet	3.16	1.30	ปานกลาง
<b>Personal Media</b>			
1. Family	2.55	1.26	ปานกลาง
2. Friend/Relatives/Colleagues	3.07	1.23	ปานกลาง
<b>Specialized Media</b>			
1. Slide	1.48	0.78	น้อย
2. Cut – Out/Banner	1.71	0.95	น้อย
3. Folder/Pamphlet/Brochure	2.12	1.13	น้อย
4. Poster	2.11	1.25	น้อย
<b>รวมสื่อทุกประเภท</b>	<b>2.41</b>	<b>0.78</b>	<b>ปานกลาง</b>

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 9 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อทุกประเภทในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.41

กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อโทรทัศน์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.21 รองลงมาคือการเปิดรับข่าวสารจากสื่ออินเทอร์เน็ต โดยมีค่าเฉลี่ย 3.16 และอันดับ 3 คือ การเปิดรับข่าวสารจากสื่อหนังสือพิมพ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.09



## 1.3 การปรับตัวทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 10  
การปรับตัวทางวัฒนธรรม

Cultural Adoption	X	SD	แปลผล
1. Formal or informal learning.	2.66	1.35	ปานกลาง
2. communicate in Thai at your workplace.	2.38	1.19	ปานกลาง
3. Having conversation with your neighbour.	2.41	1.81	ปานกลาง
4. Listening	3.19	1.26	ปานกลาง
5. Speaking	2.80	1.23	ปานกลาง
6. Reading	2.07	1.20	น้อย
7. Writing	1.97	1.22	น้อย
8. Participating in Thai cultural events.	2.53	1.06	ปานกลาง
9. Practising Thai greeting manners with everyone you contact with.	3.02	1.06	ปานกลาง
10. Immitating Thai behavior from Thai people in your society.	3.08	1.13	ปานกลาง
11. Eating Thai cuisines.	3.80	1.01	มาก
12. Wearing Thai out-fits.	1.62	0.89	น้อย
13. Watching traditional Thai entertainment.	2.70	1.00	ปานกลาง
<b>รวมการปรับตัว</b>	2.63	0.78	ปานกลาง

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 10 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างของการวิจัยครั้งนี้ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมจากการรวมทุกประเภทในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 2.63

กลุ่มตัวอย่างมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมจากการรับประทานอาหารไทยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.80 รองลงมาคือการปรับตัวทางวัฒนธรรมจากการฟังภาษาไทย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.19 และอันดับ 3 คือ การปรับตัวทางวัฒนธรรมจากพฤติกรรมไทยของคนไทย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.08

## ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

ตารางที่ 11

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านเพศกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Sex		ระดับการเปิดรับสื่อ				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Male	จำนวน	19	27	-	46	10.58**
	ร้อยละ	41.3	58.7	-	100.0	
Female	จำนวน	31	17	6	54	
	ร้อยละ	57.4	31.5	11.1	100.0	

$P^{**} \leq 0.01$

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 11 ลักษณะทางประชากรด้านเพศที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศชายส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมน้อย คิดเป็นร้อยละ 41.3

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมน้อย คิดเป็นร้อยละ 57.4 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 31.5 และอันดับ 3 มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมมาก คิดเป็นร้อยละ 11.1

## ตารางที่ 12

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านอายุกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Age		ระดับการเปิดรับสื่อ				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
15 – 24 years	จำนวน	19	15	3	37	17.83
	ร้อยละ	51.4	40.5	8.1	100.0	
25 – 34 years	จำนวน	16	6	1	23	
	ร้อยละ	69.6	26.1	4.3	100.0	
35 – 44 years	จำนวน	4	13	1	18	
	ร้อยละ	22.2	72.2	5.6	100.0	
45 – 54 years	จำนวน	3	8	1	12	
	ร้อยละ	25.0	66.7	8.3	100.0	
55 – 64 years	จำนวน	4	2	-	6	
	ร้อยละ	66.7	33.3	-	100.0	
65 years and above	จำนวน	4	-	-	4	
	ร้อยละ	100.0	-	-	100.0	

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 12 ลักษณะทางประชากรด้านอายุที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

## ตารางที่ 13

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านทวีปกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Continent		ระดับการเปิดรับสื่อ				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Europe	จำนวน	19	32	2	53	18.21**
	ร้อยละ	35.8	60.4	3.8	100.0	
Americas	จำนวน	11	3	3	17	
	ร้อยละ	64.7	17.6	17.6	100.0	
Oceania	จำนวน	4	4	-	8	
	ร้อยละ	50.0	50.0	-	100.0	
Asia	จำนวน	16	5	1	22	
	ร้อยละ	72.7	22.7	4.5	100.0	

P\*\* ≤ 0.01

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 13 ลักษณะทางประชากรด้านทวีปที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นฐานอยู่ในทวีป ยุโรป ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60.4 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 35.8 และอันดับ 3 คือ มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 3.8

กลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นฐานอยู่ในทวีป อเมริกา ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 64.7 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 17.6 และอันดับ 3 คือ มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 17.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นฐานอยู่ในทวีป โอเชียเนีย ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีถิ่นฐานอยู่ในทวีป เอเชีย ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 22.7 และอันดับ 3 คือ มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 4.5

## ตารางที่ 14

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านการศึกษากับการ  
เปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Education		ระดับการเปิดรับสื่อ				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Highschool or less	จำนวน	15	9	-	24	8.84
	ร้อยละ	62.5	37.5	-	100.0	
Certificate/Diploma	จำนวน	11	9	2	22	
	ร้อยละ	50.0	40.9	9.1	100.0	
Bachelor Degree	จำนวน	19	17	3	39	
	ร้อยละ	48.7	43.6	7.7	100.0	
Master Degree	จำนวน	3	9	1	13	
	ร้อยละ	23.1	69.2	7.7	100.0	
Ph. D.	จำนวน	2	-	-	2	
	ร้อยละ	100.0	-	-	100.0	

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 14 ลักษณะทางประชากรด้านการศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิด  
รับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

## ตารางที่ 15

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพกับการ  
เปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Marital Status		ระดับการเปิดรับสื่อ				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Single	จำนวน	39	31	4	74	2.81
	ร้อยละ	52.7	41.9	5.4	100.0	
Married	จำนวน	9	11	2	22	
	ร้อยละ	40.9	50.0	9.1	100.0	
Separate	จำนวน	-	1	-	1	
	ร้อยละ	-	100.0	-	100.0	
Divorce	จำนวน	2	1	-	3	
	ร้อยละ	66.7	33.3	-	100.0	

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 15 ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิด  
รับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

## ตารางที่ 16

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านอาชีพกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Occupation		ระดับการเปิดรับสื่อ				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
State enterprise	จำนวน	-	1	1	2	22.18*
	ร้อยละ	-	50.0	50.0	100.0	
Government	จำนวน	2	3	-	5	
	ร้อยละ	40.0	60.0	-	100.0	
Commercial personal	จำนวน	4	14	1	19	
	ร้อยละ	21.1	73.7	5.3	100.0	
Student	จำนวน	28	12	3	43	
	ร้อยละ	65.1	27.9	7.0	100.0	
Retired	จำนวน	7	3	-	10	
	ร้อยละ	70.0	30.0	-	100.0	
Freelance	จำนวน	9	11	1	21	
	ร้อยละ	42.9	52.4	4.8	100.0	

$P^* \leq 0.05$

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 16 ลักษณะทางประชากรด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมมาก คิดเป็นร้อยละ 50

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ รัฐบาล ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 40

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 73.7 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 21.1 และอันดับ 3 คือ มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 5.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 65.1 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.9 และอันดับ 3 คือ มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 7

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ เกษียณส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 30

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ อิสระ ส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52.4 รองลงมาคือมีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 42.9 และอันดับ 3 คือ มีการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 4.8

#### ตารางที่ 17

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านรายได้กับการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Monthly Income		ระดับการเปิดรับสื่อ				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Less than \$1000	จำนวน	9	6	1	16	12.19
	ร้อยละ	56.3	37.5	6.3	100.0	
\$1001-\$2000	จำนวน	13	10	1	24	
	ร้อยละ	54.2	41.7	4.2	100.0	
\$2001-\$3000	จำนวน	8	10	1	19	
	ร้อยละ	42.1	52.6	5.3	100.0	
\$3001-\$4000	จำนวน	6	6	-	12	
	ร้อยละ	50.0	50.0	-	100.0	
\$4001-\$5000	จำนวน	5	3	3	11	
	ร้อยละ	45.5	27.3	27.3	100.0	
\$5001 and above	จำนวน	9	9	-	18	
	ร้อยละ	50.0	50.0	-	100.0	

(N = 100 คน)



จากตารางที่ 17 ลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการเปิดรับ  
ข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

ตารางที่ 18

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการอยู่  
เมืองไทยกับการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

How long		ระดับการเปิดรับสื่อ				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
6 months – 1 year	จำนวน	6	5	-	11	7.72
	ร้อยละ	54.5	45.5	-	100.0	
1 year – 2 years	จำนวน	30	20	2	52	
	ร้อยละ	57.7	38.5	3.8	100.0	
2 years – 3 years	จำนวน	3	9	1	13	
	ร้อยละ	23.1	69.2	7.7	100.0	
3 years and more	จำนวน	11	10	3	24	
	ร้อยละ	45.8	41.7	12.5	100.0	

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 18 ลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการอยู่เมืองไทยที่แตกต่างกัน ไม่มี  
ผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

ตารางที่ 19

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านเพศกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Sex		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Male	จำนวน	17	24	5	46	4.12
	ร้อยละ	37.0	52.2	10.9	100.0	
Female	จำนวน	14	38	2	54	
	ร้อยละ	25.9	70.4	3.7	100.0	

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 19 ลักษณะทางประชากรด้านเพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

## ตารางที่ 20

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านอายุกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Age		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
15 – 24 years	จำนวน	14	20	3	37	20.79*
	ร้อยละ	37.8	54.1	8.1	100.0	
25 – 34 years	จำนวน	2	20	1	23	
	ร้อยละ	8.7	87.0	4.3	100.0	
35 – 44 years	จำนวน	5	12	1	18	
	ร้อยละ	27.8	66.7	5.6	100.0	
45 – 54 years	จำนวน	3	9	-	12	
	ร้อยละ	25.0	75.0	-	100.0	
55 – 64 years	จำนวน	4	1	1	6	
	ร้อยละ	66.7	16.7	16.7	100.0	
65 years and above	จำนวน	3	-	1	4	
	ร้อยละ	75.0	-	25.0	100.0	

$P^* \leq 0.05$

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 20 ลักษณะทางประชากรด้านอายุที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 15-24 ปี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 54.1 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 37.8 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 8.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25-34 ปี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 87 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 8.7 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 4.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 35-44 ปี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 27.8 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 5.6

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 45-54 ปี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 25

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 55-64 ปี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 16.7 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 16.7

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 25

### ตารางที่ 21

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านทวีปกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Continent		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Europe	จำนวน	20	29	4	53	6.23
	ร้อยละ	37.7	54.7	7.5	100.0	
Americas	จำนวน	5	10	2	17	
	ร้อยละ	29.4	58.8	11.8	100.0	
Oceania	จำนวน	3	5	-	8	
	ร้อยละ	37.5	62.5	-	100.0	
Asia	จำนวน	3	18	1	22	
	ร้อยละ	13.6	81.8	4.5	100.0	

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 21 ลักษณะทางประชากรด้านทวีปที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

## ตารางที่ 22

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านการศึกษากับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Education		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Highschool or less	จำนวน	13	10	1	24	24.33**
	ร้อยละ	54.2	41.7	4.2	100.0	
Certificate/Diploma	จำนวน	10	10	2	22	
	ร้อยละ	45.5	45.5	9.1	100.0	
Bachelor Degree	จำนวน	4	33	2	39	
	ร้อยละ	10.3	84.6	5.1	100.0	
Master Degree	จำนวน	2	9	2	13	
	ร้อยละ	15.4	69.2	15.4	100.0	
Ph. D.	จำนวน	2	-	-	2	
	ร้อยละ	100.0	-	-	100.0	

$P^{**} \leq 0.01$

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 22 ลักษณะทางประชากรด้านการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา มัธยมศึกษาหรือต่ำกว่า ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 41.7 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 4.2

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา อนุปริญญา ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 45.5 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 45.5 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 4.2

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา ปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 84.6 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 10.3 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 5.1

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษา ปริญญาโท ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 69.2 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 15.4 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 15.4

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาปริญญาเอก ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 100

ตารางที่ 23

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Marital Status		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Single	จำนวน	22	46	6	74	2.82
	ร้อยละ	29.7	62.2	8.1	100.0	
Married	จำนวน	7	14	1	22	
	ร้อยละ	31.8	63.6	4.5	100.0	
Separate	จำนวน	-	1	-	1	
	ร้อยละ	-	100.0	-	100.0	
Divorce	จำนวน	2	1	-	3	
	ร้อยละ	66.7	33.3	-	100.0	

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 23 ลักษณะทางประชากรด้านสถานภาพที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม

## ตารางที่ 24

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านอาชีพกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Occupation		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
State enterprise	จำนวน	-	1	1	2	23.82**
	ร้อยละ	-	50.0	50.0	100.0	
Government	จำนวน	-	5	-	5	
	ร้อยละ	-	100.0	-	100.0	
Commercial personal	จำนวน	3	15	1	19	
	ร้อยละ	15.8	78.9	5.3	100.0	
Student	จำนวน	13	27	3	43	
	ร้อยละ	30.2	62.8	7.0	100.0	
Retired	จำนวน	8	1	1	10	
	ร้อยละ	80.0	10.0	10.0	100.0	
Freelance	จำนวน	7	13	1	21	
	ร้อยละ	33.3	61.9	4.8	100.0	

$P^{**} \leq 0.01$

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 24 ลักษณะทางประชากรด้านอาชีพที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ รัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 50

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ รัฐบาล ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 100

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ ธุรกิจส่วนตัว ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 78.9 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 15.8 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 5.3

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 62.8 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 30.2 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 7.0

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ เกษียณส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 10 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 10

กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ อิสระ ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 61.9 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 33.3 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 4.8

### ตารางที่ 25

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านรายได้กับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

Monthly Income		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
Less than \$1000	จำนวน	6	8	2	16	13.42
	ร้อยละ	37.5	50.0	12.5	100.0	
\$1001-\$2000	จำนวน	9	15	-	24	
	ร้อยละ	37.5	62.5	-	100.0	
\$2001-\$3000	จำนวน	4	13	2	19	
	ร้อยละ	21.1	68.4	10.5	100.0	
\$3001-\$4000	จำนวน	2	10	-	12	
	ร้อยละ	16.7	83.3	-	100.0	
\$4001-\$5000	จำนวน	1	9	1	11	
	ร้อยละ	9.1	81.8	9.1	100.0	
\$5001 and above	จำนวน	9	7	2	18	
	ร้อยละ	50.0	38.9	11.1	100.0	

( N = 100 คน )

จากตารางที่ 25 ลักษณะทางประชากรด้านรายได้ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม



## ตารางที่ 26

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรด้านระยะเวลาการอยู่ในเมืองไทยกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

How long		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
6 months – 1 year	จำนวน	8	3	-	11	17.70**
	ร้อยละ	72.7	27.3	-	100.0	
1 year – 2 years	จำนวน	18	32	2	52	
	ร้อยละ	34.6	61.5	3.8	100.0	
2 years – 3 years	จำนวน	2	10	1	13	
	ร้อยละ	15.4	76.9	7.7	100.0	
3 years and more	จำนวน	3	17	4	24	
	ร้อยละ	12.5	70.8	16.7	100.0	

$P^{**} \leq 0.01$

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 26 ลักษณะทางประชากรด้านการอยู่ในเมืองไทยที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่อยู่เมืองไทย 6 เดือน – 1 ปี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 27.3

กลุ่มตัวอย่างที่อยู่เมืองไทย 1 – 2 ปี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 61.5 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 34.6 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 3.8

กลุ่มตัวอย่างที่อยู่เมืองไทย 2 – 3 ปี ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 76.9 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 15.4 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 7.7

กลุ่มตัวอย่างที่อยู่เมืองไทย 3 ปีหรือมากกว่า ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 70.8 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 16.7 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 12.5

### สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

ตารางที่ 27

เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างการเปิดรับสื่อกับการปรับตัวทางวัฒนธรรม

เปิดรับสื่อ		ระดับการปรับตัว				รวมค่า $\chi^2$
		น้อย	ปานกลาง	มาก	รวม	
น้อย	จำนวน	22	26	2	50	14.39**
	ร้อยละ	44.0	52.0	4.0	100.0	
ปานกลาง	จำนวน	9	32	3	44	
	ร้อยละ	20.5	72.7	6.8	100.0	
มาก	จำนวน	-	4	2	6	
	ร้อยละ	-	66.7	33.3	100.0	

$P^{**} \leq 0.01$

(N = 100 คน)

จากตารางที่ 27 การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อ น้อย ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 44 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 4.0

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อ ปานกลาง ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 72.7 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม น้อย คิดเป็นร้อยละ 20.5 และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 6.8

กลุ่มตัวอย่างที่เปิดรับสื่อ มาก ส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรม ปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 66.7 รองลงมาคือมีการปรับตัวทางวัฒนธรรม มาก คิดเป็นร้อยละ 33.3

## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง บทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติในเขตจังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาถึงบทบาทของสื่อมวลชนและสื่อบุคคลกับการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติในเขตจังหวัดชลบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงการเปิดรับข่าวสารของชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี
3. เพื่อศึกษาถึงการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี

ลักษณะของการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) จากกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในเขตจังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งสิ้น 100 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากร เช่น เพศ อายุ สัญชาติ การศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ ระยะเวลาการอยู่เมืองไทย และค่าเฉลี่ย ค่าแจกแจงความถี่ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายถึงการเปิดรับข่าวสารและการปรับตัวทางวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ

ส่วนการทดสอบสมมติฐานนั้น ใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Chi – Square Test

#### สรุปผลการวิจัย

##### 1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

###### ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาจำนวนทั้งสิ้น 100 คน ส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุ 15 – 24 ปี มีถิ่นฐานอยู่ในทวีปยุโรป มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด เป็นนิสิตนักศึกษา มีรายได้ \$1000-\$2000 และระยะเวลาการอยู่เมืองไทย 1-2 ปี

## ส่วนที่ 2 การเปิดรับข่าวสาร

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักและรับข่าวสารในระดับปานกลาง โดยเปิดรับจากสื่อมวลชนมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารจาก โทรทัศน์ มากที่สุด รองลงมา คือ อินเทอร์เน็ตและหนังสือพิมพ์

## ส่วนที่ 3 การปรับตัวทางวัฒนธรรม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมในเรื่องของการรับประทานอาหารไทยมากที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มตัวอย่างมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมในเรื่องของการฟังภาษาไทย และอันดับ 3 คือ กลุ่มตัวอย่างมีการปรับตัวทางวัฒนธรรมในเรื่องของพฤติกรรมไทยของคนไทย

## 2. การทดสอบสมมติฐาน

**สมมติฐานที่ 1** ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า

### 1. เพศ

กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

### 2. อายุ

กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน

### 3. สัญชาติ

กลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

### 4. การศึกษา

กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน

### 5. สถานภาพ

กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน

6. อาชีพ  
กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน
7. รายได้  
กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน
8. ระยะเวลาการอยู่เมืองไทย  
กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการอยู่เมืองไทยแตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า

1. เพศ  
กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศแตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน
2. อายุ  
กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุแตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน
3. สัญชาติ  
กลุ่มตัวอย่างที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน
4. การศึกษา  
กลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาแตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน
5. สถานภาพ  
กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน
6. อาชีพ  
กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน
7. รายได้  
กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน
8. ระยะเวลาการอยู่เมืองไทย  
กลุ่มตัวอย่างที่มีระยะเวลาการอยู่เมืองไทยแตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 3** การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า

การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะว่าข่าวสารที่ชาวต่างชาติได้รับนั้น สามารถนำไปปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เข้าไปอยู่ใหม่ได้

## อภิปรายผล

### 1. การเปิดรับข่าวสาร

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่รู้จักและมีการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนมากที่สุด กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา อยู่ในระดับปริญญาตรี มักจะให้ความร่วมมือและสะดวกในการทำแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่ และมีถิ่นฐานอยู่ในทวีปยุโรป อาจเนื่องมาจากเพศหญิงเป็นเพศที่ชอบพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน มีความสนใจ อยากเรียนรู้สิ่งแปลกใหม่ ในขณะที่เพศชาย อาจจะสนใจแต่เรื่องเกมส์และกีฬามากกว่า ลักษณะการใช้สื่อมวลชนเพื่อการปรับตัว มีความสำคัญเป็นอย่างมากในช่วงเริ่มแรกของการเข้าไปอยู่ในสังคมใหม่ เพราะในช่วงนี้ ผู้ที่เข้าไปอยู่ใหม่ยังไม่มีความสามารถเพียงพอในการพัฒนาความสัมพันธ์กับบุคคลกับคนในท้องถิ่น การสื่อสารแบบเผชิญหน้าอาจก่อให้เกิดความหงุดหงิด กระวนกระวายใจ และ/หรืออาจมีความรู้สึกแปลก ๆ ให้กับผู้เข้าไปอยู่ใหม่ได้ การได้รับปฏิกริยาตอบกลับโดยตรงในทางลบเมื่อมีการเผชิญหน้ากับคนในท้องถิ่น อาจสร้างความพอใจให้เกิดขึ้นได้ยาก และภายใต้สภาพแวดล้อมเช่นนี้เองที่ทำให้ผู้เข้าไปอยู่ใหม่พยายามที่จะหลีกเลี่ยงการติดต่อโดยตรง และหันไปใช้สื่อมวลชนแทน เพราะสื่อมวลชนไม่สร้างความกดดันให้ และยังเป็นช่องทางที่สามารถเรียนรู้องค์ประกอบทางวัฒนธรรมได้เช่นเดียวกับการสื่อสารกับบุคคล

การใช้สื่อมวลชนเข้ามาช่วยจะทำให้เกิดการเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ในสังคมนั้น เนื่องจากสื่อมวลชนจะสามารถถ่ายทอดค่านิยม บรรทัดฐานการประพฤติปฏิบัติ และแง่มุมต่าง ๆ ทางธรรมเนียม ประเพณีที่สะท้อนถึงแรงบันดาลใจ ตำนาน การทำงานและการละเล่น และเหตุการณ์อื่น ๆ ของสังคมนั้นออกมาเพื่อทำให้ตีความสภาพสังคมนั้นได้ ประสบการณ์จากการใช้สื่อมวลชนเกิดขึ้นได้หลายแบบ เช่น การเปิดรับสื่อมวลชนโดยที่เนื้อหาของสารเป็นการให้ข้อมูล เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ข่าวโทรทัศน์ และรายการที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ พบว่า มีความสอดคล้องกับการปรับตัวที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับเนื้อหาที่เป็นความบันเทิง (Kim 1979b; Ryu 1978, Samovar and Porter, 1994, อ้างถึงใน ธิดารัตน์ กนิษฐนาคะ, 2541)

สื่อมวลชนที่มีการเปิดรับข่าวสารมากที่สุด คือ โทรทัศน์ ซึ่งเป็นสื่อที่ผู้รับสามารถเลือกเปิดรับข่าวสารได้หลายช่อง รองลงมาคือ อินเทอร์เน็ต เป็นสื่อที่เข้าถึงได้ง่าย มีความรวดเร็วและทันสมัย และอันดับ 3 คือ หนังสือพิมพ์ เป็นสื่อที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ และให้ข่าวสารที่รวดเร็ว ครอบคลุมกลุ่มคนจำนวนมาก เมื่อมีเหตุการณ์ใดๆ ที่ส่งผลกระทบต่อสังคมหรือประเทศชาติ สื่อมวลชนนี้จะนำเสนอเหตุการณ์นั้นให้สังคมได้รับรู้อย่างรวดเร็ว

นอกจากสื่อมวลชนจะเป็นสื่อที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารแล้ว สื่อบุคคลก็เป็นอีกสื่อหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสาร โดยมีมีการเปิดรับข่าวสารจากเพื่อนมากที่สุด ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า กลุ่มตัวอย่างอยู่ในช่วงวัยรุ่น เป็นวัยที่อยากรู้อยากเห็น จะนำสิ่งที่ตนเองได้รู้มาพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนๆ ซึ่งสอดคล้องในงานวิจัยของ (Roger, 1978 : 291 อ้างถึงใน ธิดารัตน์ กนิษฐนาคะ, 2541) ว่า สื่อมวลชน เป็นสื่อที่เปลี่ยนการรับรู้ ซึ่งหมายถึง การเพิ่มพูนความรู้ ความเข้าใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่สื่อบุคคล จะมีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

นอกจากสื่อมวลชนและสื่อบุคคลแล้ว ยังมีอีกสื่อหนึ่งที่กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารน้อย ที่สุด คือ สื่อเฉพาะกิจ เนื่องจากเป็นสื่อที่เสนอข่าวสารเฉพาะเรื่องและมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่แน่นอน

## 2. การปรับตัวทางวัฒนธรรม

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมจากการรับประทานอาหารไทยมากที่สุด อาจเป็นเพราะว่า อาหารไทยเป็นอาหารที่มีรสชาติกลมกล่อม ซึ่งแตกต่างจากอาหารชาติอื่นๆ ที่มีแต่ไขมัน รองลงมาคือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมจากการฟังภาษาไทย ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าภาษาไทยเป็นภาษาที่ฟังแล้วมีความไพเราะและการฟังอาจจะง่ายกว่าการพูด และอันดับ 3 คือ มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมจากการเห็นพฤติกรรมของคนไทย เช่น การไหว้ และการปรับตัวทางวัฒนธรรมนี้ ส่วนใหญ่แล้วจะมีการสื่อสารเข้ามาช่วย จึงทำให้เกิดการสื่อสารต่างวัฒนธรรมเกิดขึ้น เพราะการสื่อสารต่างวัฒนธรรมนี้สามารถช่วยในการปรับตัวเพื่อสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างบุคคลที่มาจากวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (อ้างถึงใน เมตตา วิวัฒนานุกูล, 2536)

### สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า เพศ มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน เนื่องจากลักษณะทางประชากรที่กลุ่มตัวอย่างมีเพศแตกต่างกัน คือ เพศหญิงส่วนใหญ่

เปิดรับข่าวสารได้มากกว่าเพศชาย เพราะผู้หญิงมีนิสัยชอบพูดคุย แสดงความคิดเห็นและอยู่ในสังคม ส่วนทางด้านทวิภักมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างเป็นชาวยุโรป อาจเป็นเพราะว่า ชาวยุโรปมักจะตื่นตัวอยู่เสมอ เรียนรู้เร็วและชอบเข้าสังคม จึงทำให้มีการเปิดรับข่าวสารต่างๆ ที่เข้ามาในชีวิต นำไปปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เข้ามาอยู่ใหม่ ส่วนทางด้านอาชีพก็มีส่วนต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน จากการวิจัยพบว่า ส่วนมากกลุ่มตัวอย่างเป็นนักเรียน นักศึกษา ซึ่งเป็นวัยที่อยากรู้อยากเห็น ต้องการรับสิ่งใหม่ๆ เข้ามาในชีวิต จึงมีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมอย่างมาก และส่วนใหญ่มีการเปิดรับข่าวสารด้านสื่อมวลชน ซึ่งสื่อมวลชนจะมีส่วนช่วยในการเรียนรู้สิ่งต่างๆ ในสังคมนั้น เนื่องจากสื่อมวลชนจะสามารถถ่ายทอดค่านิยม บรรทัดฐานการประพฤติปฏิบัติ และแง่มุมต่างๆ ทางธรรมเนียมประเพณีที่สะท้อนถึงแรงบันดาลใจ ตำนาน การทำงานและการละเล่น และเหตุการณ์อื่นๆ ของสังคมนั้นออกมาเพื่อทำให้ตีความสภาพสังคมนั้นได้ ประสบการณ์จากการใช้สื่อมวลชนเกิดขึ้นได้หลายแบบ เช่น การเปิดรับสื่อมวลชนโดยที่เนื้อหาของสารเป็นการให้ข้อมูล เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ชาวโทรทัศน์ และรายการที่ให้ข้อมูลข่าวสารต่างๆ พบว่า มีความสอดคล้องกับการปรับตัวที่ดีกว่า เมื่อเทียบกับเนื้อหาที่เป็นความบันเทิง (Kim 1979b; Ryu 1978, Samovar and Porter, 1994 อ้างถึงใน ธิดารัตน์ กนิษฐนาคะ, 2541)

ส่วนในด้านของอายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ ระยะเวลาการอยู่เมืองไทย มีผลต่อการเปิดรับข่าวสารเพื่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมไม่แตกต่างกัน จึงไม่เป็นไปตามสมมติฐาน อาจเนื่องมาจากลักษณะประชากรทางด้านอายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ และระยะเวลาการอยู่เมืองไทย มีส่วนช่วยให้เกิดศักยภาพในการปรับตัวเพิ่มขึ้น เช่น การศึกษาจะช่วยขยายความสามารถในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และการใช้ชีวิตโดยทั่วไปให้กับผู้ที่เข้าไปอยู่ในวัฒนธรรมใหม่ได้ และจากพื้นฐานทางวัฒนธรรมของมนุษย์แล้ว เมื่อต้องเข้าไปอยู่ในที่ที่ต่างวัฒนธรรมกันก็ต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่ในสังคมนั้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อ้างถึงใน ทศนีย์ จันทร์, 2534:775) ว่า วัฒนธรรม คือ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นหรือกำหนดจากความรู้ และประสบการณ์หรือการยอมรับเข้ามาเพื่อช่วยแก้ปัญหา หรือตอบสนองของความต้องการของสมาชิกในสังคม มีการสืบทอด เลือกลร ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตามเงื่อนไขและกาลเวลาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม ก่อให้เกิดแบบแผนในความคิด และการกระทำที่ยึดถือปฏิบัติร่วมกันและสืบทอดต่อมา เพื่อเป็นวิถีชีวิตโดยส่วนรวมของสังคมใดสังคมหนึ่งที่ทำให้สมาชิกในสังคมอยู่ร่วมกันด้วยความราบรื่น



## 2. สมมติฐานที่ 2 ลักษณะทางประชากรที่แตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน

จากผลการวิจัยพบว่า อายุ มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี เป็นนักเรียน/นักศึกษา ซึ่งในวัยนี้เป็นวัยที่มีความอยากรู้อยากเห็น ต้องการสิ่งแปลกใหม่เข้ามาในชีวิต รวมทั้งมีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ซึ่งการศึกษาในระดับนี้ ย่อมสามารถที่จะเข้าใจในสิ่งต่างๆ ที่เกิดขึ้นและมีการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ในสังคมนั้นได้ และมีระยะเวลาการอยู่เมืองไทย 1 - 2 ปีเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นระยะที่ต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและการปรับตัวนี้จะทำให้ผู้ที่เข้าไปอยู่ในวัฒนธรรมใหม่ จะมีการตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรมใหม่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่แต่ละคนมีมาก่อน และการยอมรับในสิ่งที่เล็งเห็นว่าจะให้ผลตอบแทนและการปฏิเสธสิ่งที่เล็งเห็นว่าจะก่อให้เกิดประโยชน์ และในขณะเดียวกัน ประสบการณ์ของผู้มาใหม่จะถูกตั้งเป็นเงื่อนไขโดยสภาพแวดล้อมที่ตนเข้าไปอยู่ โดยธรรมชาติของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางบุคคลกับปัจจัยสภาพแวดล้อม จะทำให้เกิดรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงทางด้านปรับตัวได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อ้างถึงใน งามพิศ สัตย์สงวน, 2539, น.2) ว่า มนุษย์ได้สร้างวัฒนธรรมและส่งผ่านไปให้ลูกหลาน แต่ในเวลาเดียวกัน วัฒนธรรมหล่อหลอมตัวมนุษย์ด้วยเช่นกัน ดังนั้นมนุษย์ในทุกชุมชน ทุกสังคมจะมีพฤติกรรมทางสังคม มีความคิดและความรู้สึกในโลกของวัฒนธรรมเท่านั้น และการจะเข้าใจพฤติกรรมของมนุษยชาติได้ต้องทำความเข้าใจ "ความเหมือน" และ "ความต่าง" ทางวัฒนธรรม รวมทั้งต้องเข้าใจพัฒนาการทางวัฒนธรรมหรือการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม

ส่วนในด้านเพศ สถานภาพ และรายได้ ไม่มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรม จึงไม่จำเป็นต้องไปตามสมมติฐาน เพราะไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือชายอยู่ในสถานภาพโสด สมรส หรือหย่าร้าง และมีรายได้เท่าไร ต่างก็มีการปรับตัวด้วยกันทั้งสิ้น ซึ่งเป็นไปได้ว่า การดำรงชีวิตของมนุษย์ที่มีวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดรูปแบบของสถาบัน ทำหน้าที่ ควบคุมสังคม หรือทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่แสดงว่าสังคมหนึ่งแตกต่างจากอีกสังคมหนึ่ง และหน้าที่หลักของวัฒนธรรม คือ เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้าง หล่อหลอมบุคลิกภาพทางสังคมให้กับสมาชิก บุคลิกภาพเป็นผลรวมความสัมพันธ์ระหว่างร่างกาย สภาพและการแสดงออกทางจิตใจ และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนั้น ดังนั้นตัวกำหนดบุคลิกภาพจึงน่าจะได้แก่ลักษณะทางชีวภาพและลักษณะทางวัฒนธรรม กล่าวคือ บุคลิกภาพของคนส่วนหนึ่งเป็นผลเนื่องมาจากลักษณะทางชีวภาพอันเป็นส่วนหนึ่งของกรรมพันธุ์ที่ได้จากยีนส์ของบิดามารดา อีกส่วนหนึ่งเป็นผลเนื่องมาจากการอยู่ร่วมติดต่อสัมพันธ์กับผู้อื่น เพราะทำให้บุคคลได้รับการอบรมขัดเกลาจากกลุ่มและตัวแทนใน

การขัดเกลาที่ถ่ายทอดวัฒนธรรม สิ่งถ่ายทอดก็คือแบบแผนหรือวิธีการและกฎเกณฑ์ในการดำเนินชีวิต ทำให้บุคคลมีบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไปในแต่ละสังคม

ส่วนทางด้านทวีป ไม่มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน อาจเป็นไปได้ว่า ชาวต่างชาติที่มาจากต่างทวีปกันก็ต้องมีปัจจัยเพื่อช่วยในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมหรือสถานที่ที่เข้าไปอยู่เหมือนกัน เช่น การเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลงก่อนที่จะเข้าไปยังสภาพแวดล้อมใหม่ การมีความรู้เกี่ยวกับภาษา บรรทัดฐาน ประเพณี ประวัติศาสตร์ ศิลปะ และระบบสังคม เศรษฐกิจ และการปกครองของประเทศที่จะไป

### **สมมติฐานที่ 3 การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกันมีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน**

จากผลการวิจัยพบว่า การเปิดรับข่าวสารที่แตกต่างกัน มีผลต่อการปรับตัวทางวัฒนธรรมแตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวน้อย มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารปานกลาง มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมปานกลาง กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับข่าวสารมาก มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมปานกลาง อาจเป็นไปได้ว่า การเปิดรับข่าวสารของกลุ่มตัวอย่างจะมากหรือน้อย ก็ต้องมีการปรับตัวเพื่อให้อยู่ในสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เข้าไปอยู่ใหม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อ้างถึงใน แอทคิน) กล่าวไว้ว่า บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมากย่อมมีหูตากว้างไกล เป็นคนทันสมัยทันเหตุการณ์ และมีความรู้ความเข้าใจในสภาพแวดล้อมมากกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวน้อย และคนเรานั้นก็มีความต้องการรู้ข่าวสารเพื่อนำไปปรับตัวก็มีมากขึ้นเท่านั้น

### ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. แก้ไขปัญหาด้านการสื่อสารและวัฒนธรรมที่ต่างกัน โดยให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง มีการเปิดโครงการอบรมแก่ชาวต่างชาติ เพื่อให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสภาพแวดล้อมที่เข้าไปอยู่ใหม่ได้

2. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตามศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารแก่ชาวต่างชาติอย่างทั่วถึง

### ข้อเสนอแนะ

1. จากงานวิจัยครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงปัญหาในการเก็บแบบสอบถามในด้านประชากร ควรมีการเพิ่มพื้นที่ขยายกว้างออกไปจากเดิม

2. จากงานวิจัยครั้งนี้ มีผลทำให้งานวิจัยครั้งต่อไปควรมีการสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของชาวต่างชาติในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับประเทศไทย

# บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ อักษรกุล สุขเกษม. วัฒนธรรมและบุคลิกภาพ. กรุงเทพมหานคร : อรุณการพิมพ์, 2542.
- งามพิศ สัตย์สงวน. หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ธรรมสภา, 2538
- ฉลองรัฐ ยิ่งไพบูลย์. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการปรับตัวของอาจารย์ชาวต่างประเทศของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต ภาควิชาการสื่อสารมวลชน บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538
- ดรณี ขวชาติ. "การสื่อสารในระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน" นิเทศสาร ปีที่ 1 ฉบับ 6 ธันวาคม 2515. หน้า 19 – 26.
- ถิรพันธ์ อนวัชศิริวงศ์. การสื่อสารระหว่างบุคคล. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2526.
- ทัศนีย์ จันทร. เอกสารการสอนชุดวิชาสื่อสารเพื่อการพัฒนา หน่วนที่ 9-15. นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2534
- ปรมะ สตะเวทิน. หลักนิเทศศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพมหานคร: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์, 2540.
- เมตตา ยิ่งไพบูลย์. การแสวงหาข้อมูลข่าวสารเพื่อการปรับตัวของอาจารย์ชาวต่างประเทศของสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ ศศินทร์. กรุงเทพมหานคร: คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2536.
- ยุบล เบ็ญจรงค์กิจและคณะ. ปริบทการสื่อสารระดับบุคคล กลุ่ม บุคคล องค์การ และสื่อสารมวลชน. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 2534.

# ภาคผนวก

## Questionnaire

The roles of mass and personal media in cultural adaptation of foreign.

Being a graduate student of the faculty of communication arts at Burapha University, I am required to undertake a research project.

It would be greatly appreciated if you would take a few minutes to complete this questionnaire.

### Part A : Demographic Data

Please respond to the following questions by marking (✓) in the box () or filling in the blanks.

1. Sex  Male  Female

2. Age  15-24  25-34  35-44  
 45-54  55-64  65 and above

3. Continent .....

4. What is your highest education?

High school or less  Certificate/Diploma  Bachelor Degree  
 Master Degree  Ph. D.

5. What is your marital status?

Single  Married  Separated  Divorce

6. What is your occupation?

State enterprise  Government  
 Commercial personal  Student  
 Retired  Freelance

7. What is the range of your monthly income (USD)?

- Less than \$1,000  
  \$1,001 – \$2,000  
  \$2,001 – \$3,000  
 \$3,001 – \$4,000  
  \$4,001 – \$5,000  
  \$5,001 and above

8. How long have you stayed in Thailand?

- 6 months – 1 year  
  1 - 2 years  
  2 - 3 years  
  3 years or more

**Part B : Which of the following media channel.**

Please indicate the frequency that you receive the news & information about Thai and/or Thailand through the following media.

Media	Frequency of receiving news & information about Thai/Thailand.				
	Very often	Often	Moderate	Rare	Very rare
<b>Mass Media</b>					
1. Radio					
2. Television					
3. Newspaper					
4. Magazine					
5. Internet					
<b>Personal Media</b>					
1. Family					
2. Friend / Relatives / Colleagues					
<b>Specialized Media</b>					
1. Slide					
2. Cut – Out / Banner					
3. Folder / Pamphet / Brochure					
4. Poster					



**Part C A : Cultural Adoption**

Please indicate how often you use the following methods to improve your Thai language skills.

Methods	Very often	Often	Moderate	Rare	Very rare
1. Formal or informal learning.					
2. Communicate in Thai at your workplace.					
3. Having conversation with your neighbour.					
4. Practise following skills by yourself. <ul style="list-style-type: none"> <li>- Listening</li> <li>- Speaking</li> <li>- Reading</li> <li>- Writing</li> </ul>					

**Part C B : Cultural Adoption**

Please indicate how often you use the following methods to improve your understanding of Thai cultures.

Cultural	Very often	Often	Moderate	Rare	Very rare
1. Participating in Thai cultural events.					
2. Practising Thai greeting manners with everyone you contact with.					
3. Immitating Thai behavior from Thai people in your society.					
4. Eating Thai cuisines.					
5. Wearing Thai out – fits.					
6. Watching traditional Thai entertainment.					



**Kob kun ka**