

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
	ประโยชน์ของการวิจัย.....	7
	ขอบเขตของการวิจัย.....	8
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	10
	สมมุติฐานการวิจัย.....	11
2	แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	13
	บริบทของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	13
	แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ (Model).....	14
	แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปรับตัว (Adaptation Model).....	23
	แนวคิดเรื่องการหลอมรวมสื่อ (Media Convergence).....	40
	ทฤษฎีอันตรกิริยา และการยืดหยุ่นปรับตัว (Interaction-adaption theory).....	45
	ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับสื่อมวลชน (Mass Media).....	46
	แนวคิดเกี่ยวกับสังคมออนไลน์และสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media).....	53
	แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานสื่อมวลชน.....	63
	แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์.....	67
	สภาพปัญหาของสื่อมวลชน.....	69
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	71
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	91
	วิธีดำเนินการวิจัย.....	91
	การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research).....	93
	การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quantitative Research).....	98

4	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	105
	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	105
5	สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	355
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	355
	วิธีดำเนินการวิจัย.....	355
	สรุปผลการวิจัย.....	357
	อภิปรายผล.....	367
	ข้อเสนอแนะ.....	376
	บรรณานุกรม.....	378
	ภาคผนวก.....	392
	ภาคผนวก ก รายนามผู้ทรงคุณวุฒิ.....	393
	ภาคผนวก ข - ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม.....	395
	- ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์.....	397
	ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	404
	ภาคผนวก ง ตารางวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์.....	418
	ประวัติย่อผู้วิจัย.....	460

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 สรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย.....	83
2 สรุปวัตถุประสงค์การวิจัยและวิธีวิจัย.....	92
3 สัดส่วนจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย.....	100
4 เกณฑ์การประเมินลักษณะของประเภทภาพยนตร์.....	125
5 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ.....	197
6 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ.....	197
7 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพ.....	198
8 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	198
9 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระดับการศึกษา.....	199
10 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ.....	199
11 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามจังหวัดที่อยู่.....	200
12 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเคยรับ ข้อมูลข่าวสารประเภทต่างๆ ผ่านสื่อ.....	202
13 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามช่องทาง การใช้สื่อออนไลน์.....	202
14 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเครื่องมือที่รับ สื่อออนไลน์.....	203
15 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลในการรับข้อมูล จากสื่อออนไลน์.....	204
16 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการเลือกรับชม สื่อออนไลน์.....	205
17 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามระยะเวลาในการใช้ สื่อออนไลน์/ครั้ง.....	206
18 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการใช้ สื่อออนไลน์/วัน (เวลารวมโดยเฉลี่ยใน 1 วัน)	206
19 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการแชร์ข้อมูลข่าวสาร จากสื่อออนไลน์ให้คนในครอบครัว/เพื่อน/คนรู้จัก.....	207

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
20 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความถี่ในการแชร์ข้อมูลข่าวสาร/วัน.....	208
21 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามประเภทข้อมูลที่แชร์มากที่สุด.....	209
22 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามการรับชมสื่อออนไลน์ที่เป็นช่องของท้องถิ่น.....	210
23 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเหตุผลที่เลือกชมสื่อออนไลน์ช่องท้องถิ่น.....	211
24 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความต้องการให้สื่อมวลชนท้องถิ่นนำเสนอข่าวออนไลน์ในปัจจุบันอย่างไร.....	212
25 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามความคาดหวังที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่ของสื่อมวลชนในท้องถิ่น.....	213
26 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม.....	214
27 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามเพศ.....	216
28 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ.....	219
29 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่.....	224
30 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามสถานภาพ.....	232
31 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามสถานภาพ เป็นรายคู่.....	237
32 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	239
33 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่.....	244

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
34 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา.....	258
35 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่.....	264
36 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ.....	296
37 การเปรียบเทียบความแตกต่างของของพฤติกรรมในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของประชาชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่.....	302

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แสดงพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ : ศูนย์แนะนำการศึกษา.....	9
2 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	11
3 รูปแบบเชิงระบบและสถานการณ์ (System Contingency Model) ของ Brown and Moberg (1980).....	18
4 แนวคิดทฤษฎีการปรับตัวของรอย (Roy's Adaptation Model).....	25
5 โครงสร้างการจัดองค์กรและรูปแบบการบริหารของสถานีวิทย์กระจายเสียงชุมชน.....	130
6 โครงสร้างกลุ่มธุรกิจเครือข่าย เนชั่น กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน).....	133
7 โครงสร้างการจัดการของกลุ่มบริษัท เนชั่น กรุ๊ป (ไทยแลนด์) จำกัด (มหาชน).....	133
8 โครงสร้างองค์กรของสำรักประชาสัมพันธ์ เขต 1 ขอนแก่น.....	136
9 สภาพปัญหาของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	358
10 การปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเข้าสู่สังคมออนไลน์...	359
11 โมเดลรูปแบบการปรับตัวของสื่อมวลชนท้องถิ่นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.....	365