



การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชา  
สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 - 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏนครราชสีมา : Study of new media usage behavior Under the new normal  
(New Normal) Case study Students of Information and Library Science, Year 1 - 3, Faculty  
of Humanities and Social Sciences Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย

จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ปีงบประมาณ 2564

(พฤศจิกายน 2564)



การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชา  
สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 - 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย  
ราชภัฏนครราชสีมา : Study of new media usage behavior Under the new normal  
(New Normal) Case study Students of Information and Library Science, Year 1 - 3, Faculty  
of Humanities and Social Sciences Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

รายงานการวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัย

จากคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ปีงบประมาณ 2564

(พฤศจิกายน 2564)

**ชื่อโครงการ** การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 - 3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

**ชื่อผู้วิจัย** นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

**ศิลปศาสตร์บัณฑิต** สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

**ปีที่ทำวิจัย พ.ศ.** 2564

**อาจารย์ที่ปรึกษาวิจัย** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภณิดา แก้วกูร

### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาในช่วงสภาวะปกติใหม่ (New Normal) ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ดำเนินการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ พรรณนาวิเคราะห์ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### ผลการวิจัยพบว่า

นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา แสดงให้เห็นว่า นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 มีการเข้าถึงรูปแบบของสื่อใหม่ในระดับมากและนิยมนำเข้าใช้เฟซบุ๊กและเมสเซนเจอร์ผ่านสมาร์ตโฟนหรือโทรศัพท์มือถือมากที่สุดเมื่อเทียบกับแอปพลิเคชัน

โปรแกรม และอุปกรณ์ในการเข้าถึงสื่อใหม่อื่นๆ เมื่อพิจารณาถึงกิจกรรมที่ทำกับสื่อใหม่มากที่สุดคือการ  
รับชมหนัง ชมวิดีโอต่างๆ ทางด้านการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ฟังเพลง ด้านการศึกษา การหาข้อมูล  
และในด้านของแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่นักศึกษามีการเข้าใช้สื่อใหม่มากที่สุดโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ซึ่ง  
เมื่อพิจารณาจะพบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่มากที่สุดเนื่องมาจากเข้าใช้เป็นกิจวัตร  
ประจำวัน ชอบเข้าใช้สื่อสังคม และทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้ตลอดเวลา

**คำสำคัญ :** สื่อใหม่, สภาวะปกติใหม่ (New Normal), พฤติกรรม





## กิตติกรรมประกาศ

การจัดทำรายงานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ที่ปรึกษาวิจัยโครงการวิจัย คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภณิดา แก้วกูร ที่คอยให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะตรวจแก้ไขงานวิจัยจนกระทั่งรายงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

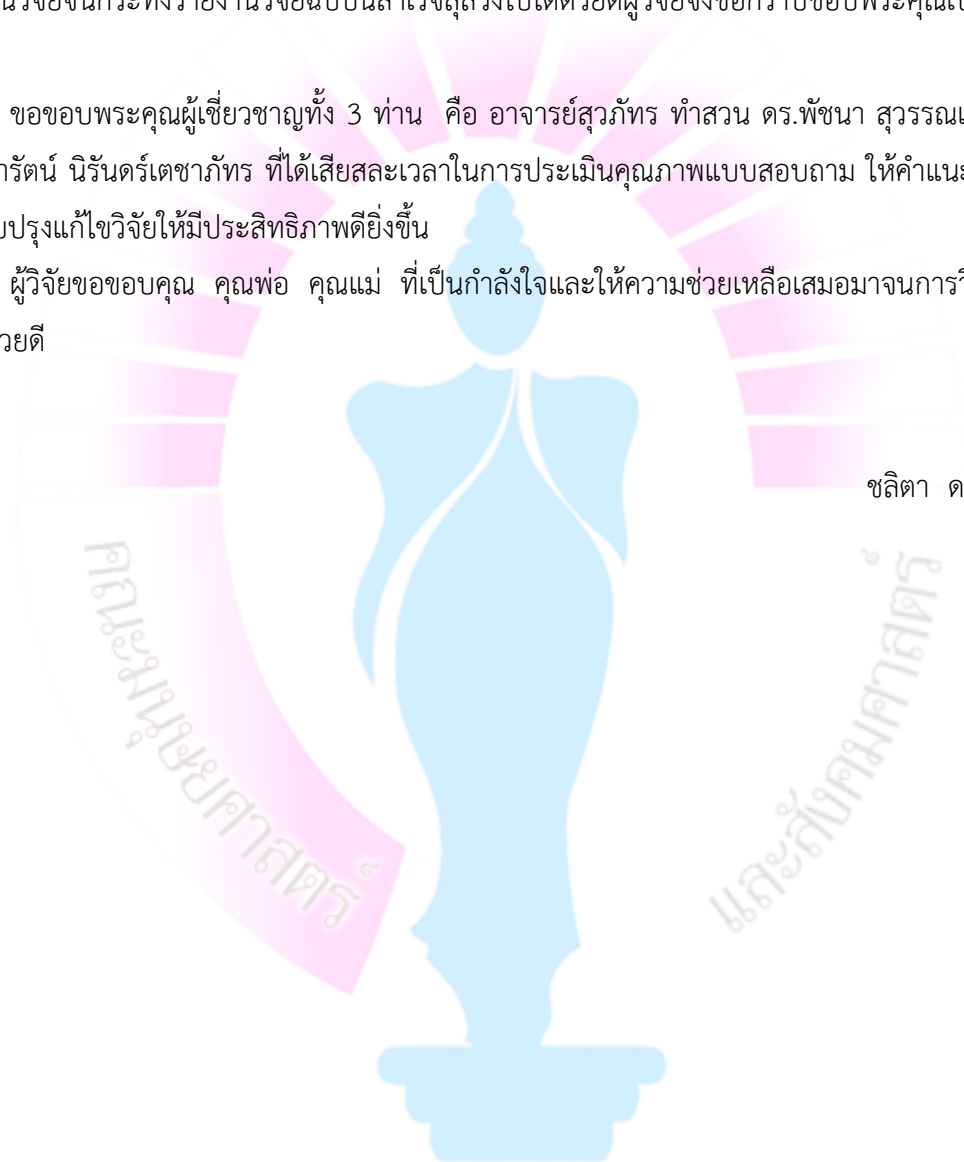
ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน คือ อาจารย์สุวิภัทร ทำสวน ดร.พชชา สุวรรณแสน และ ดร.วชิรารัตน์ นรินทร์เตชาภัทร ที่ได้เสียสละเวลาในการประเมินคุณภาพแบบสอบถาม ให้คำแนะนำต่างๆ เพื่อปรับปรุงแก้ไขวิจัยให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอขอบคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่เป็นกำลังใจและให้ความช่วยเหลือเสมอมาจนการวิจัยครั้งนี้สำเร็จด้วยดี

ชลิตา ดาษขุนทด

คณะมนุษยศาสตร์

และศึกษาศาสตร์



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
กิตติกรรมประกาศ.....	(3)
สารบัญ.....	(4)
สารบัญตาราง.....	(7)
สารบัญภาพ.....	(8)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์.....	4
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	5
กรอบแนวคิดวิจัย.....	5
2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media).....	7
ประเภทของสื่อใหม่ (New Media type).....	11
รูปแบบของสื่อใหม่ (New Media format).....	12
อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation).....	19
แนวคิดเกี่ยวกับความปกติใหม่ (New Normal).....	20
บริบทเกี่ยวกับประชากร.....	22
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	22

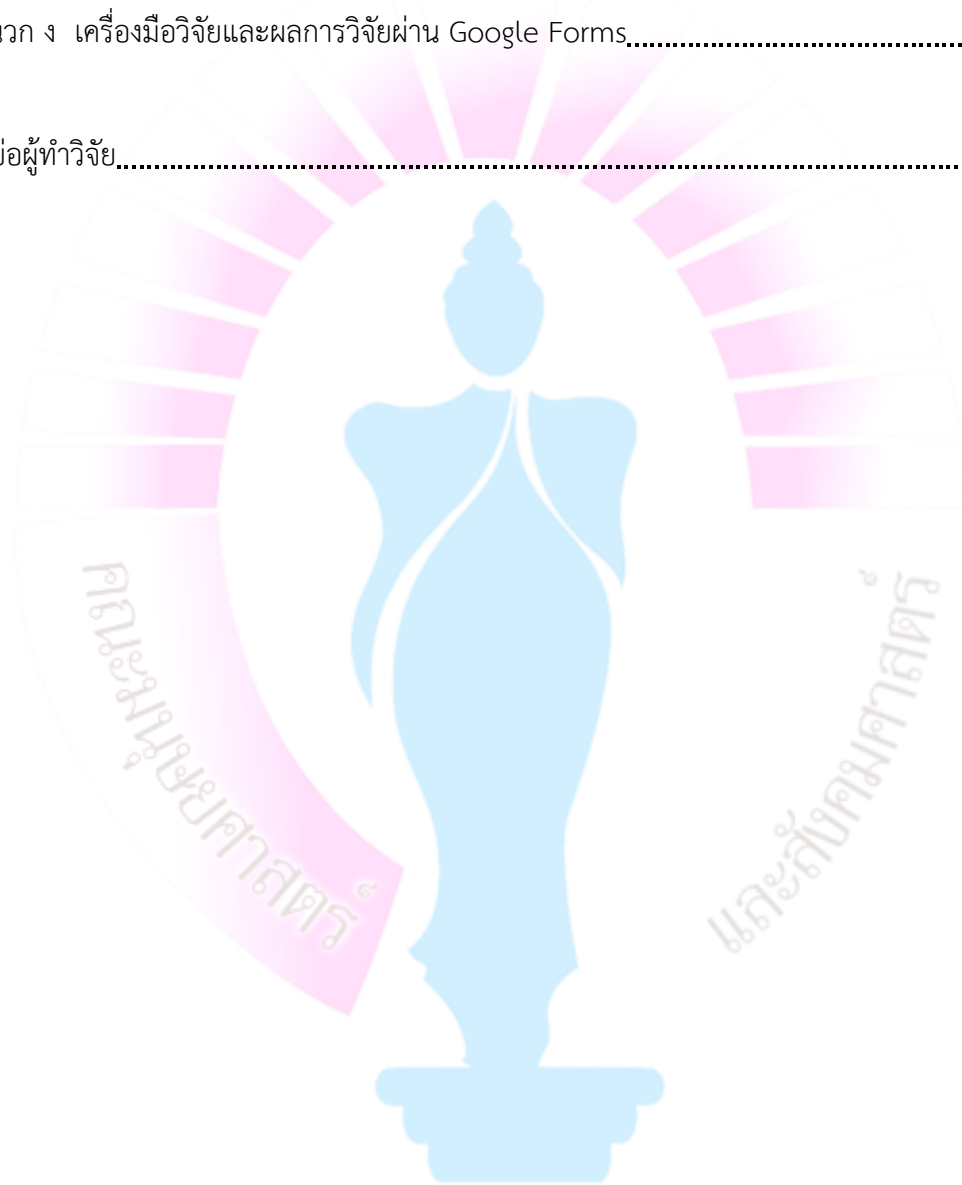
## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	25
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	25
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	26
การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ.....	26
การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ.....	28
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	28
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	28
4 ผลการวิจัย.....	30
การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	30
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	31
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	36
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	36
วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
สรุปผลการวิจัย.....	38
การอภิปรายผล.....	40
ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป.....	40
บรรณานุกรม.....	41
ภาคผนวก.....	47
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและหนังสือขอความอนุเคราะห์.....	48
ภาคผนวก ข แบบประเมินความสอดคล้อง (IOC).....	52

## สารบัญ (ต่อ)

หน้า

ภาคผนวก ค เครื่องมือวิจัย.....	68
ภาคผนวก ง เครื่องมือวิจัยและผลการวิจัยผ่าน Google Forms.....	74
ประวัติย่อผู้ทำวิจัย.....	97



## สารบัญตาราง

หน้า

1	ตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม.....	31
2	ตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพของรูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้.....	32
3	ตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่.....	33
4	ตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์คุณภาพของพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่.....	33
5	ตาราง 4.5 ผลการวิเคราะห์คุณภาพของแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่.....	34



# สารบัญภาพ

หน้า

1 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....5



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อใหม่ (New Media) คือ สื่อที่ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อเอื้ออำนวยในการสื่อสารที่ช่วยให้การสื่อสารในยุคปัจจุบันเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว ซึ่งสื่อใหม่ในยุคปัจจุบันสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานได้มากขึ้น เช่น ส่งข้อความ ส่งรูปภาพ ส่งวิดีโอ ส่งไฟล์งาน โทร/วิดีโอคอล เป็นต้น ในปัจจุบันมีการนำ สื่อใหม่มาใช้กับวงการสื่อข่าวผ่าน สมาร์ทโฟน แท็บเล็ต พาเลท หรือเครื่องคอมพิวเตอร์รับส่งข่าวสาร ผ่านทางจีเมล (Gmail) อีเมล (E-mail) เป็นต้น โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ปัจจุบันผู้รับข่าวสารสามารถอ่านหนังสือพิมพ์และนิตยสารได้จากหน้าจอโทรศัพท์เคลื่อนที่ในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ตลอดจนสามารถรับข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเอง ผ่านอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นการนำ นวัตกรรม การสื่อสารใหม่ๆ มาใช้โดยการทำ เว็บไซต์ การสร้างแอปพลิเคชัน ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม เฟซบุ๊ก แพนเพจ (ณัฐรัชดา วัฒนาชัยผล,2560)

ในปัจจุบันได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ได้เกิดการทวีความรุนแรงและส่งผลกระทบต่อในวงกว้างมากขึ้น โดยมีจำนวนผู้ติดเชื้อเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่การทำงานการดูแลสุขภาพอย่างเคร่งครัดแม้กระทั่งการจัดการเรียนรู้ที่จะต้องปรับตัวการดำเนินชีวิตใหม่ในหลากหลายประการด้วยกันได้แก่การรับประทานอาหาร การเดินทาง การพูดคุย เศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของคนหรือแม้กระทั่งการศึกษาเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมวลมนุษยชาติทั่วโลกสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด 19 ที่เกิดขึ้นช่วงปลายพ.ศ. 2562 ถึงพ.ศ. 2563 รวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่างๆ ทั่วโลกผู้คนเจ็บป่วยและล้มตายจำนวนมากเป็นความสูญเสียที่มนุษย์จำเป็นต้องป้องกันเพื่อให้ตนเองมีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่างๆในการดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีชีวิตแบบเดิมๆจึงเกิดวิถีชีวิตแบบ New normal ขึ้น (กาญจนา บุญภักดิ์,2563)

การสื่อสารนับเป็นกระบวนการนำส่งสารสนเทศจากผู้ส่งไปถึงผู้รับอย่างมีกระบวนการ โดยผ่านตัวกลางหรือเรียกว่าสื่อกลางในการนำสารสนเทศไปสู่ผู้รับ เดิมนั้นสื่อที่ใช้กันมาตั้งแต่อดีตมักเป็นสื่อที่สามารถสื่อสารทางเดียว (One-way communication) กล่าวคือ ผู้รับสามารถรับสารสนเทศหรือข่าวสารจากสื่อได้แต่ไม่สามารถตอบรับหรือสนองตอบต่อเนื้อหาภายในสื่อ นั้นได้โดยตรงหรือทันทีทันใด ตัวอย่างของสื่อดังกล่าว ได้แก่ โทรศัพท์ วิทยุกระจายเสียง หนังสือพิมพ์ หรือสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ต่อมาเมื่อ

เทคโนโลยีด้านการสื่อสารได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างก้าวกระโดด การพัฒนาสื่อได้รับอิทธิพลจากเทคโนโลยีมากขึ้นจึงเกิดรูปแบบการพัฒนาสื่อสำหรับการนำเสนอสารสนเทศต่อผู้รับในรูปแบบที่สามารถรองรับการตอบสนองจากผู้รับสื่อต่อสารสนเทศในสื่อได้อย่างทันทีทันใด เป็นการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way Communication) ตามความสามารถของเทคโนโลยีเครือข่ายคอมพิวเตอร์ มีการนิยามหรือเรียกสื่อลักษณะดังกล่าวว่าสื่อใหม่ (New Media) และเรียกสื่อแบบเดิมว่าสื่อดั้งเดิม (Traditional Media) หรือสื่อเก่า (Old Media)

จากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงมีนักวิชาการหลากหลายสาขาได้นิยามความหมายของสื่อใหม่ และอธิบายลักษณะของสื่อใหม่ ดังนี้

ในขณะที่ Cote (2020. Online.) นิยามคำว่าสื่อใหม่ไว้ในบทความ What is New Media? ว่าสื่อใหม่หมายถึง สื่อใดๆ จากบทความในหนังสือพิมพ์หรือบล็อก (blogs) ไปจนถึงเพลง และรายการวิทยุบนอินเทอร์เน็ตหรือพอดแคสต์ (Podcasts) โดยอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ส่งผ่านเว็บไซต์หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือแอปพลิเคชันถ่ายทอดสด รวมถึงสื่อทางอินเทอร์เน็ตอื่น ๆ ที่ใช้ในการสื่อสาร

ดังนั้น อาจสรุปได้ว่า สื่อใหม่ หมายถึง สื่อที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมในการทำงาน ซึ่งมีความสามารถหลากหลายประการในการทำงานทั้งการประมวลผลรวมไปถึงการแสดงผล สื่อใหม่เป็นได้ทั้งในรูปแบบของอุปกรณ์ (Hardware) และโปรแกรมซอฟต์แวร์ (Software) โดยสามารถสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กับผู้รับสื่อได้อย่างทันที

ในปี พ.ศ. 2563 ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จนกระทั่งปีพ.ศ. 2564 ยังมีผู้ติดเชื้ออย่างต่อเนื่องส่งผลกระทบต่อทั่วโลก รวมทั้งส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในวงกว้าง เนื่องด้วยเชื้อไวรัสดังกล่าวสามารถติดต่อกันด้วยการสัมผัสและผ่านลมหายใจในระยะ 1-2 เมตร ดังนั้นประเทศไทยและทั่วโลกจึงได้กำหนดแนวทางปฏิบัติตนเพื่อป้องกันการติดเชื้อไวรัสดังกล่าวซึ่งส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจนเรียกได้ว่าเป็นภาวะปกติใหม่ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของภาวะปกติใหม่ไว้ ดังนี้

จันทน์ เจริญศรี (2563) ได้ให้ความหมายของคำว่าความปกติใหม่ (New Normal) คือ สถานการณ์ พฤติกรรม การปฏิบัติต่าง ๆ ที่เราไม่คุ้นเคย หรือเคยเป็นสิ่งที่ผิดปกติก่อนหน้านี้แต่กลายมาเป็นมาตรฐานปกติในปัจจุบัน

ราชบัณฑิตยสภา (2563) ได้ให้ความหมายของคำว่าสภาวะปกติใหม่ คือ รูปแบบของการดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิมเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบจึงส่งผลให้วิธีการดำเนินชีวิตจากปกติเปลี่ยนแปลงไป



สุภาภรณ์ พรหมบุตร (2563) ได้อธิบายคำว่าความปกติใหม่ (New Normal) เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีตอันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคยรูปแบบวิถีชีวิตใหม่นี้ ประกอบด้วยวิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิถีสื่อสาร วิถีปฏิบัติ และการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะธำรงรักษาวิถีดั้งเดิมหรือหวนหาถึงอดีต

ดังนั้น ความปกติใหม่ (New Normal) หมายถึง สถานการณ์ รูปแบบ การใช้ชีวิตในรูปแบบเดิมที่เปลี่ยนแปลงไป มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น การใส่หน้ากากในการใช้ชีวิตประจำวันเพื่อป้องกันเชื้อโรค การทำงาน การเดินทาง และรวมไปถึงในด้านอื่นๆ เป็นการปรับตัวเพื่อป้องกันและยับยั้งการแพร่เชื้อในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

จากสภาวะโลกในปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป การดำเนินชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้พฤติกรรมของผู้คนจึงเปลี่ยนไปตามสถานการณ์จึงได้เกิดการใช้สื่อเข้ามาช่วยในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ซึ่งทำให้สื่อใหม่เข้ามามีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้น สื่อใหม่ที่ผู้คนเลือกใช้จึงขึ้นอยู่กับความเหมาะสมและลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกันไปตามลักษณะงานและบริบทหน้าที่ของแต่ละบุคคล ทำให้สื่อใหม่ที่เป็นอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต โทรศัพท์สมาร์ตโฟน และสื่อใหม่เป็นลักษณะของโปรแกรมซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน เช่น อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย คอมพิวเตอร์เกม (ฐิตินัน บัญญาภาพ คอมมอน, 2556) ได้มีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว

ซึ่งการปฏิบัติตนในภาวะปกติใหม่ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงแนวทางการปฏิบัติงาน จากเดิมที่ต้องปฏิบัติงานในสถานที่ทำงาน (On site) จึงจำเป็นต้องหาแนวทางปฏิบัติงานในรูปแบบที่ต้องอยู่ห่างจากบุคคลอื่นและลดความแออัดในสถานที่ หรือเรียกว่าการทำ Social Distancing โดยกำหนดให้มีการปฏิบัติงานจากที่บ้านหรือ Work from home ในทุกกลุ่มวิชาชีพรวมถึงการจัดการเรียนการสอนในทุกระดับ การต้องปฏิบัติงานหรือเรียนจากที่บ้านในทุกประเทศทั่วโลกนั้น ส่งผลให้เกิดการใช้สื่อใหม่เพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารระหว่างกัน การรับข้อมูลข่าวสาร รวมทั้งใช้เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติงานรวมถึงการเรียนของนักศึกษา

ทั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาในช่วงภาวะปกตินั้นเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงภาวะปกติ เนื่องจากมีความจำเป็นในการใช้งานอย่างเป็นทางการมากขึ้นกว่าช่วงปกติ จึงสนใจศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ทั้งในด้านอุปกรณ์ที่ใช้ ช่วงระยะเวลาในการใช้ แอปพลิเคชันและวัตถุประสงค์การใช้งาน เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับสาขาวิชา และผู้เกี่ยวข้องเพื่อใช้วางแผนในการจัดการเรียนการสอนหรือสนับสนุนสารสนเทศให้กับนักศึกษาได้ตรงตามความต้องการต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษา 1.พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ 2. รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ 3. อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และ 4.แรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาในช่วงสภาวะปกติใหม่ (New Normal) ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 ปีการศึกษา 2563 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ โดยทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ประชากรจำนวน 50 คน โดยสำรวจถึงการเลือกใช้สื่อใหม่ในชีวิตประจำวันและระยะเวลาในการเข้าใช้สื่อใหม่แต่ละสื่อว่ามีความมากน้อยเพียงใดในแต่ละวันของนักศึกษาในช่วงสถานการณ์ภาวะปกติใหม่ (New Normal) ซึ่งสืบเนื่องมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ที่ทำให้การดำเนินชีวิตมีรูปแบบที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะทำให้ทราบถึงการเข้าใช้งานสื่อใหม่ว่ามีการเข้าใช้มากน้อยเพียงใดในแต่ละวัน

### นิยามศัพท์

1.สื่อ หมายถึง สิ่ง หรือ สาร ที่ใช้เพื่อการสื่อสารให้ทราบถึงจุดประสงค์ของแต่ละฝ่ายเพื่อความเข้าใจกันและกัน

2.สื่อใหม่ หมายถึง สื่อ โปรแกรม หรือเครื่องมือที่นักศึกษานำเข้ามาใช้ในการเรียนและการใช้ชีวิตประจำวันที่สามารถตอบโต้/ตอบกลับกันได้ทันทีและใช้ในการสื่อสาร เช่น สื่อสังคม (เฟซบุ๊ก ไลน์ ทวิตเตอร์ ยูทูป) สื่อทางการเรียนออนไลน์ (Microsoft teams, Google Hangout Meet, Zoom Meeting)

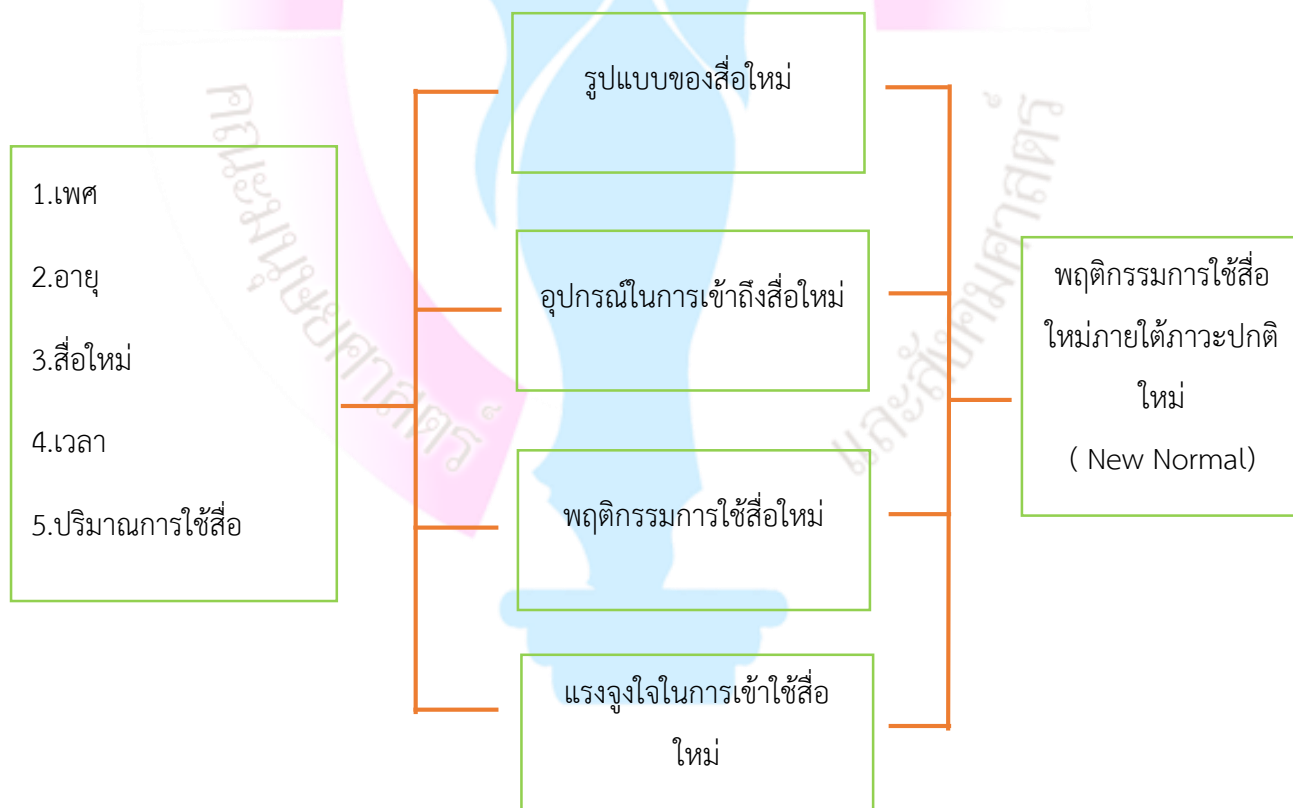
3.พฤติกรรม หมายถึง การแสดง กิริยา หรือ ท่าทาง การกระทำสิ่งต่างๆ

4.ความปกติใหม่ (New Normal) หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตใหม่หลังจากการแพร่ระบาดของของโรคระบาดโควิด-19

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงพฤติกรรมกรเลือกใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ ระยะเวลาในการเข้าใช้สื่อใหม่ในภาวะปกติใหม่ (New Normal) ในชีวิตประจำวันและในการเรียนของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### กรอบแนวคิดวิจัย



## บทที่ 2

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ในภาวะปกติใหม่ (New Normal) ในชีวิตประจำวันของนักศึกษาสาขาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสื่อใหม่ในภาวะปกติใหม่ (New Normal) โดยแนวคิดทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่

- 1.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)
- 2.ประเภทของสื่อใหม่ (New Media type)
- 3.รูปแบบของสื่อใหม่ (New Media format)
- 4.อุปสรรคในการเข้าถึงสื่อใหม่
- 5.แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior)
- 6.แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation)
- 7.แนวคิดเกี่ยวกับความปกติใหม่ (New Normal)
- 8.บริบทเกี่ยวกับประชากร
- 9.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1.แนวคิดเกี่ยวกับสื่อใหม่ (New Media)

กาญจนา แก้วเทพ และ นิคม ชัยชุมพล (2555) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของ “สื่อใหม่” ไว้ดังนี้

1 สื่อใหม่เป็นการสื่อสารสองทาง (Two way communication) และสามารถเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วกว่าการสื่อสารสองทางในสื่อดั้งเดิม ซึ่งทำให้เกิดการเสวนาและแลกเปลี่ยนความรู้ได้ตลอดเวลา ลักษณะเช่นนี้ยังทำให้ผู้รับสารมีโอกาสทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารได้

2 สื่อใหม่ง่ายต่อการเข้าถึงและการแพร่กระจายสารสนเทศ (Ease of access to and dissemination of information) เนื่องจากสื่อใหม่อยู่ในรูปแบบของดิจิทัล ซึ่งสามารถเกิดช่องทางการสื่อสารเพิ่มขึ้นอย่างมากมาและด้วยลักษณะการสื่อสารสองทางของสื่อใหม่ ทำให้ผู้รับสารสามารถเปลี่ยนบทบาทเป็นผู้แพร่กระจายสารสนเทศได้ด้วย

3 สื่อใหม่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง (Continuous learning) เพราะการรับสารจากสื่อใหม่มักจะเกิดสิ่งที่เรียกว่าความเข้าใจอย่างถ่องแท้ หรือ พุทธิปัญญา เนื่องจากผู้ใช้สื่อใหม่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับสารสนเทศอยู่ตลอดเวลา จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง

4 สื่อใหม่มีการวางตัวในแนวเดียวกันและเอื้อต่อการบูรณาการ (Alignment and Integration) เนื่องจากเนื้อหาของสื่อใหม่สามารถเชื่อมโยงบูรณาการเข้าด้วยกันได้โดยง่าย รวมทั้งยังพร้อมบูรณาการเข้ากับเนื้อหาความรู้เดิม ทำให้รูปแบบการนำเสนอของสื่อใหม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้เต็มที่และรวดเร็ว

5 สื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชน (Creation of community) เนื่องจากคุณลักษณะของสื่อใหม่เอื้อต่อการสร้างชุมชนได้ในทุกรูปแบบและทุกเป้าหมายโดยชุมชนที่เกิดจากสื่อใหม่จะกลายเป็นเครือข่ายความรู้ที่ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ จึงช่วยสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการจัดการความรู้ทั้งในกระบวนการสร้างความรู้ การแลกเปลี่ยนความรู้ การพัฒนาแนวคิดหรือโครงการใหม่และการเก็บสะสมความรู้ใหม่

6 สื่อใหม่มีลักษณะที่ง่ายต่อการเคลื่อนย้ายพกพาได้สะดวก (Portability) ทำให้เกิดการสื่อสารขึ้นได้ทุกเวลา และสามารถสื่อสารได้หลายรูปแบบ ทั้งเสียง ข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว เนื่องจากสื่อใหม่มีเครื่องมือในการผลิตและเผยแพร่สารในตัว

7 สื่อใหม่มีลักษณะที่หลอมรวมกัน (Convergence) เนื่องจากมีลักษณะการประสานสื่อหลายแบบเข้ามารวมกันไว้ในเครื่องมือการสื่อสารชิ้นเดียว ทั้งนี้ ในการหลอมรวมกันนั้นเกิดขึ้นใน 2 ลักษณะ คือ การหลอมรวมในแง่ของสื่อและการหลอมรวมในแง่ของธุรกิจ

8 สื่อใหม่มีลักษณะปฏิบัติงานร่วมกันได้ (Interoperability) ความสามารถในการปฏิบัติงานร่วมกันได้ของสื่อใหม่เกิดการที่สื่อใหม่ต่างอยู่ภายใต้รูปแบบโครงสร้างการทำงานเดียวกันคือระบบดิจิทัล จึงทำให้เครื่องมือสื่อสารที่เป็นสื่อใหม่สามารถทำงานร่วมกันได้ทั้งหมด และการปฏิบัติงานร่วมกันได้นี้ยังมีความเป็นไปได้ ทั้งในเชิงเทคนิค สังคม การเมือง และองค์กร

9 สื่อใหม่มีความสามารถที่จะประมวลเนื้อหาจากหลายแหล่งมาไว้รวมกัน (Aggregation of Content) เนื่องจากระบบการถ่ายโอนข้อมูล/สารสนเทศด้วยระบบดิจิทัลสามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว ทำให้สามารถตัดทอน ตัดแปลง คัดเลือก เนื้อหาใหม่จากเนื้อหาเก่าได้อย่างไม่จำกัด ขณะเดียวกันยังเอื้อให้ผู้รับสารสามารถสร้างเนื้อหาเองได้

10 สื่อใหม่เพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือก จากการที่สื่อใหม่เอื้อให้ ผู้รับสารสร้างผลิตเนื้อหา และเผยแพร่สารได้ด้วยตัวเองนั้น ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ ผลงานตามความสนใจเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มบุคคลขึ้นจำนวนมาก จึงเป็นการเพิ่มทางเลือกแก่ผู้รับสาร การสร้างสรรค์ผลงานตามความสนใจเฉพาะกลุ่ม แม้ในระยะแรกอาจไม่สามารถทำอะไรได้มาก เนื่องจากมีผู้รับสารจำนวนน้อย แต่กลับเป็นกลุ่มที่มีคุณภาพ หรือเป็นลักษณะของแฟนพันธุ์แท้ที่ชื่นชอบผลงานในลักษณะเดียวกัน

11 การทวนคืนกลับมาประสานครั้งใหม่ระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร สื่อใหม่นั้นผู้ส่งสารและผู้รับสารจะมีปฏิสัมพันธ์กันและกันและแลกเปลี่ยนในการเป็นผู้ส่งและผู้รับตลอดเวลา รวมทั้งการเปิดโอกาสให้ผู้รับเป็นผู้ผลิตและเผยแพร่สาร ซึ่งเป็นลักษณะการกระจายศูนย์อำนาจของการสื่อสาร ทั้งนี้ผู้รับสารหรือผู้ใช้สื่อจะเป็นผู้ควบคุมเนื้อหาที่บริโภคได้เอง ทำให้ผู้บริโภคเล่นบทเป็นผู้ส่งสาร

12 สื่อใหม่มีลักษณะส่งเสริมการรวมกลุ่มกันทางสังคมและการร่วมมือทางไซเบอร์ (Social collectivity & Cyber-cooperation) สื่อใหม่มีคุณลักษณะเด่นในการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนโดยทำให้บุคคล ซึ่งแม้ว่าจะเป็นคนแปลกหน้าสามารถมีการติดต่อปฏิสัมพันธ์กันได้ นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการรวมกลุ่มกันได้ ใน 4 รูปแบบ ได้แก่ การรวมกลุ่มของคนที่มีความสนใจร่วมกันการรวมกลุ่มเพื่อตัดสินใจฉันทน์ร่วมกัน การรวมกลุ่มเพื่อแบ่งปันทรัพยากรกันและการรวมกลุ่มเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ



13 การเกิดวัฒนธรรมแบบรีมิคซ์ (Remix Culture) สื่อใหม่ทำให้ผู้รับสารสามารถเลือกนำสารจากแหล่งต่าง ๆ มาดัดแปลง ตัดต่อ และปะติด เพื่อสร้างสารใหม่ ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ที่ถูกปิดกั้นซ่อนเร้นของคนธรรมดาได้แสดงออกมา จนกลายเป็นวิถีวัฒนธรรมแบบรีมิคซ์ หรือการผสมผสานขึ้น

14 การเปลี่ยนจากผลผลิต (product) มาสู่บริการ (Service) สื่อใหม่ทำให้ผลผลิตจากสื่อเก่าเปลี่ยนแปลงรูปแบบการบริโภค จากการจำหน่ายชิ้นงานเป็นการให้บริการแทน

15 สื่อใหม่เป็นสื่อที่อนุญาตให้ผู้รับสารเป็นผู้เปลี่ยนแปลงเนื้อหา (User-based transformation of new media) สื่อใหม่มีลักษณะเฉพาะ คือยินยอมให้ผู้รับสารสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาที่ไม่ได้อยู่ในต้นฉบับได้

ดังนั้น ลักษณะของสื่อใหม่ สรุปได้ว่า สื่อใหม่มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไปตามบริบทการใช้งาน การดัดแปลง การสร้างสรรค์ การทำงานในสถานที่และการนำมาประยุกต์ใช้ที่แตกต่างกันออกไป

ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2556) ได้นิยามคำว่าสื่อใหม่ไว้ว่า สื่อที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ซึ่งเป็นสื่อในรูปแบบที่เป็นอุปกรณ์ เช่น คอมพิวเตอร์ โน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต โทรศัพท์สมาร์ทโฟน และสื่อใหม่เป็นลักษณะของโปรแกรมซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน เช่น อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย คอมพิวเตอร์เกม

บุบผา เมฆศรีทองคำ และ ขจรจิต บุณนาค (2556) ได้นิยามคำว่าสื่อใหม่ไว้ว่า สื่อใหม่ หมายถึงสื่อที่ทำหน้าที่รายงานเรื่องราวหรือเหตุการณ์ที่เป็นข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยครอบคลุมสื่อหนังสือพิมพ์ออนไลน์ โทรทัศน์ออนไลน์ วิทยุออนไลน์ เคเบิลทีวี อินเทอร์เน็ตทีวี โทรทัศน์ผ่านดาวเทียม เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ และบล็อก

สุวิช ธีระโคตร และคณะ (2558 : 115-116) ให้ความหมายว่า สื่อใหม่ เป็นสื่อที่เกิดขึ้นจากพัฒนาการของเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ซึ่งทำให้ลักษณะของการติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงทำได้ไม่จำกัดพื้นที่เวลา และสถานที่ เกิดการจำลองสถานการณ์และโลกเสมือนจริง และเกิดปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้ใช้กับเทคโนโลยีสื่อใหม่ เช่น เว็บไซต์ บล็อก คอมพิวเตอร์มัลติมีเดีย เกมคอมพิวเตอร์ เครือข่ายสังคม แอนิเมชันและภาพยนตร์ดิจิทัล รวมถึงโทรทัศน์ดิจิทัล เป็นต้น โดยสื่อใหม่มีคุณลักษณะที่เด่นชัด 5 ประการ ได้แก่ ดิจิทัล (Digital) การหลอมรวม (Convergence) ไฮเปอร์มีเดีย (Hypermedia) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และความเสมือน (Virtual)

ณัฐชดา วัฒนาชัยผล (2560) ได้นิยามคำว่าสื่อใหม่ไว้ว่า สื่อใหม่ที่ผู้สื่อข่าวนำมาใช้ในกระบวนการสื่อข่าว อาทิ เว็บไซต์ อินเทอร์เน็ต อีเมล หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

มนวิภา วรจรีระ (2561) ได้นิยามศัพท์ของคำว่าสื่อใหม่ไว้ดังนี้ สื่อใหม่ คือ สื่อที่ทำให้สามารถเข้าถึงเนื้อหาที่ต้องการได้ทุกที่ ทุกเวลา โดยจะครอบคลุมถึง 1 สื่อใหม่ที่มีลักษณะเป็นอุปกรณ์ (hardware) 4 ประเภท ซึ่งได้แก่ คอมพิวเตอร์ (computer) โน้ตบุ๊ก (notebook) แท็บเล็ต (tablet) โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (smart phone) 2 สื่อใหม่ที่เป็นลักษณะของซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน (software programs and applications) ซึ่งได้แก่ โซเชียลมีเดีย (social media) เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (2561 : 198-201) กล่าวว่า สื่อใหม่ คือสื่อดิจิทัลที่มีความหลากหลายของสื่อในตัวเองและมีความสามารถในการปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้ได้ เพื่อใช้ในการส่งข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย ทั้งเฉพาะบุคคลและเครือข่าย คุณลักษณะหลักของสื่อใหม่ ต้องประกอบด้วย มีความเป็นดิจิทัล (Digitalization) มีการหลอมรวม (Convergence) สื่อกับผู้ใช้สื่อมีการปฏิสัมพันธ์ (Interactivity) สื่อสารจากหน่วยเดียว บุคคลเดียว กระจายสารไปยังกลุ่มหมู่มาก (One-to-many) และสื่อสาร กระจายสารจากกลุ่มคนไปยังกลุ่มอื่น (Many-to-many)

ศศิگانต์ สังข์ทอง (2562) ได้นิยามศัพท์ของคำว่าสื่อใหม่ไว้ดังนี้ สื่อใหม่ คือ สิ่งที่เกิดจากการพัฒนาเทคโนโลยีด้านสารสนเทศและการสื่อสาร โดยใช้ช่องทางสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ต สามารถสื่อสารได้หลายรูปแบบ ทั้งเสียง ข้อความ ภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว

ดังนั้น สื่อใหม่ หมายถึง สื่อที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและส่งเสริมในการทำงาน รวมไปถึงการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสามารถหลากหลายประการในการทำงานทั้งการประมวลผลรวมไปถึงการแสดงผล สื่อใหม่เป็นได้ทั้งในรูปแบบของอุปกรณ์ (Hardware) และโปรแกรมซอฟต์แวร์ (Software) มีรูปแบบที่หลากหลายแตกต่างกันออกไปตามแต่ละประเภทของสื่อ และสื่อใหม่จะถูกใช้โดยผ่านทางอินเทอร์เน็ต



## 2.ประเภทของสื่อใหม่ (New Media type)

ปิยะพร เขตบรรณพต (2553) ได้อธิบายประเภทของสื่อใหม่ไว้ดังนี้ ประเภทของสื่อใหม่คือรูปแบบของเนื้อหาดิจิทัลที่พบเห็นในปัจจุบันและมีแนวโน้มว่าจะมีบทบาทมากขึ้นในอนาคต และได้แบ่งประเภทของสื่อใหม่ออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่

### 1. เว็บ (The Web)

ในปี ค.ศ. 2004 ได้มีการพัฒนาเว็บเป็น 2.0 ซึ่งมีลักษณะของการกระจายข้อมูลมากขึ้น และเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนช่วยเจ้าของเว็บในการปรับเปลี่ยนหรือสร้างเนื้อหา (Content) ได้ตามต้องการ ทำให้เว็บ 2.0 มีลักษณะพิเศษ คือ ความเป็นชุมชนออนไลน์ (Community) และเนื้อหาที่สร้างสรรค์โดยผู้ใช้บริการ (Consumer-Created Content) ซึ่งทำให้เกิดเว็บไซต์ประเภทชุมชนออนไลน์และเว็บบล็อกจำนวนมาก เช่น Hi5, Facebook, Wordpress เป็นต้น

### 2. สื่ออินเทอร์เน็ต (Internet Media)

สื่ออินเทอร์เน็ตในปัจจุบันมีหลากหลายรูปแบบแต่ได้พัฒนาไปสู่ยุคการใช้โปรแกรมสืบค้นข้อมูล (Search) ให้เกิดประโยชน์เต็มที่และใช้เพื่อโฆษณาด้วย ในปัจจุบันโปรแกรมสืบค้นข้อมูลเป็นแอปพลิเคชันที่มีผู้ใช้งานมากที่สุด เพื่อหารายละเอียดสินค้าหรือบริการที่ตนต้องการ คำสำคัญ (Keyword) ที่เฉพาะเจาะจงที่ผู้ใช้บริการพิมพ์ลงในโปรแกรมสืบค้นข้อมูล คือคลังข้อมูลที่แสดงเจตนาและความตั้งใจของผู้ใช้งานและคนเหล่านี้มีแนวโน้มตอบรับข้อมูลหรือข้อเสนอที่สอดคล้องหรือใกล้เคียงกับความต้องการของเขาอีกด้วย

### 3. อีเมล (E-mail)

เป็นพัฒนาของการตลาดทางตรงที่มีลักษณะเป็นสื่อการตลาดเชิงรุก และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเฉพาะเจาะจง มีความคล่องตัวและคุ้มค่า

### 4. เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)

เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาส่วนใหญ่เกี่ยวกับโทรศัพท์มือถือ ซึ่งในปัจจุบันนับเป็นช่องทางสื่อสารดิจิทัลที่มีคนใช้มากที่สุดในโลก นอกจากการใช้โทรออกและรับสายแล้ว โทรศัพท์มือถือในปัจจุบันยังทำงานได้อีกหลายอย่าง

รัชนิกร ทรัพย์ชื่นสุข (2556) ได้อธิบายว่าสื่อใหม่แต่ละประเภทมีความโดดเด่นและแตกต่างกันตามประโยชน์และวัตถุประสงค์ในการใช้สื่อประเภทสื่อใหม่ สามารถสรุปได้มีดังนี้

- 1) เว็บไซต์ (Web site)
- 2) อินเทอร์เน็ต (Internet)
- 3) อีเมล (E-mail)
- 4) เทคโนโลยีสำหรับอุปกรณ์พกพาหรือแพลตฟอร์มเคลื่อนที่ (Mobile Platform)
- 5) วิดีโอเกม และโลกเสมือนจริง
- 6) ซีดีรอมมัลติมีเดีย
- 7) ซอฟต์แวร์
- 8) บล็อกและวิกิ
- 9) หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-Book)
- 10) ผู้ให้บริการสารสนเทศ
- 11) โทรศัพท์มือถือ
- 12) อุปกรณ์พกพาหรืออุปกรณ์เคลื่อนที่ เช่น โทรศัพท์มือถือ พีดีเอ พอดแคสต์
- 13) นวนิยายแบบข้อความหลายมิติ (Hypertext fiction)

จากนิยามข้างต้น สามารถสรุปประเภทของสื่อใหม่ได้ดังนี้ ประเภทของสื่อใหม่ คือ สื่อที่ทำหน้าที่ส่งสารได้หลายอย่างรวมกัน คือ ภาพ เสียง ข้อความ วิดีโอ ไฟล์ต่างๆ และสามารถโต้ตอบกันได้ทันที และรวดเร็วขึ้น

### 3.รูปแบบของสื่อใหม่ (New Media format)

ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2556) ได้อธิบายว่ารูปแบบของสื่อใหม่มีอยู่ 3 รูปแบบ คือ

1. รูปแบบของตัวอุปกรณ์ (Hardware) เช่น คอมพิวเตอร์ สมาร์ทโฟน เครื่องเล่นดีวีดี
2. รูปแบบของโปรแกรมซอฟต์แวร์ (Software) เช่น โซเชียลมีเดีย เกมออนไลน์

รวมทั้งแอปพลิเคชัน (Application) ต่างๆ

3. รูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network) เช่น ระบบสื่อสารดาวเทียม เคเบิลใยแก้ว เครือข่ายอินเทอร์เน็ต

มนวิภา วรจุจระ (2561) ได้นิยามศัพท์ของสื่อใหม่และแบ่งรูปแบบของสื่อใหม่ออกเป็น 2 รูปแบบ ได้แก่

1. รูปแบบอุปกรณ์ (Hardware) ซึ่งได้แก่ คอมพิวเตอร์ (computer) โน้ตบุ๊ก (Notebook) แท็บเล็ต (Tablet) โทรศัพท์สมาร์ทโฟน (Smart Phone)
  2. รูปแบบซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชัน (Software programs and applications) ซึ่งได้แก่ โซเชียลมีเดีย (Social media) เว็บไซต์บนอินเทอร์เน็ตที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสม
- ดังนั้น รูปแบบของสื่อใหม่ ขึ้นอยู่กับการจัดรูปแบบและการใช้งาน ซึ่งจะมีรูปแบบดังนี้ รูปแบบตัวของอุปกรณ์ (Hardware) รูปแบบของซอฟต์แวร์ (Software) รูปแบบแอปพลิเคชัน (Applications) และรูปแบบของเครือข่ายการสื่อสาร (Communication Network)

#### 4. อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่

พิมลพรรณ ไชยนันท์ และ พิงรอรจ รามสูต (2556) ได้นิยามถึงอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ ซึ่งสามารถเข้าถึงและเชื่อมต่อได้ผ่านอุปกรณ์เชื่อมต่อต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์พกพา และคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ เป็นต้น

ณัฐนันท์ ศิริเจริญ (2558) ได้อธิบายว่า การใช้สื่อใหม่นั้นสามารถใช้ผ่านโซเชียลมีเดียในโทรศัพท์มือถือ ซึ่งจะมีโปรแกรมประยุกต์ต่างๆ มากมาย ได้แก่ การใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) การใช้สไกป์ (Skype) การใช้โปรแกรมไลน์ (Line) การใช้อีเมล (Email) เป็นต้น

ณัฐรัชดา วัฒนาชัยผล (2560) ได้กล่าวถึงอุปกรณ์ในการเข้าใช้สื่อใหม่ไว้ว่า ในปัจจุบันมีการนำสื่อใหม่มาใช้กับวงการข่าวผ่านสมาร์ทโฟน แท็บเล็ต พาเลท หรือเครื่องคอมพิวเตอร์รับส่งข่าวสารผ่านทางจีเมล (Gmail) อีเมล (E-mail) เป็นต้น โดยอาศัยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

ดังนั้น อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ ประกอบไปด้วย โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก เป็นต้น

#### 5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม (Behavior)

ชุตดา จิตพิทักษ์ (2525) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรมหมายถึงการกระทำของบุคคลไม่เฉพาะแสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้นแต่รวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคลสังเกตเห็นไม่ได้โดยตรงเช่นคุณค่าที่เขายึดถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่างๆทัศนคติหรือเจตคติที่เขามี

ต่อสิ่งต่างๆความคิดเห็นความเชื่อรสนิยมและสภาพจิตใจซึ่งถือได้ว่าเป็นลักษณะของบุคลิกภาพของบุคคลที่กำหนดพฤติกรรม

ราชบัณฑิตยสถาน (2525) พฤติกรรม ( Behavior ) หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกทางกล้ามเนื้อ ความคิดของบุคคลที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าภายในจิตใจและภายนอก อาจทำไปโดยรู้ตัว ไม่รู้ตัว อาจเป็นพฤติกรรมที่พึงประสงค์ และไม่พึงประสงค์ ผู้อื่นอาจสังเกตการกระทำนั้นได้และสามารถใช้เครื่องมือทดสอบได้

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2527) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม คือ การกระทำหรือกิจการต่างๆของมนุษย์หรือสิ่งมีชีวิตกระทำลงไปหรือแสดงออกด้วยกิจกรรมความคิดเช่นการกิน การนอนการเดินการพูดแสดงความรู้สึกความคิดเห็นเป็นต้นสิ่งที่ได้แสดงออกมานั้นสามารถสังเกตและใช้เครื่องมือทดสอบได้

สิทธิโชค วรรณสันติกุล (2529) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม หมายถึง ปฏิกริยาและกิจกรรมทุกชนิดที่มนุษย์แสดงออกทางรูปร่าง นามธรรม ตลอดเวลา สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัส วาจา และการกระทำ สามารถแบ่งพฤติกรรมออกได้เป็น 2 ประเภท คือ พฤติกรรมภายนอก ( Overt Behavior ) ซึ่งเป็นการกระทำที่สังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสหรืออาจใช้เครื่องมือช่วย และ พฤติกรรมภายใน ( Covert Behavior ) ซึ่งเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ บุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตได้

กันยา สุวรรณแสง (2536) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ คือ อาการ บทบาท ลีลา ท่าทาง ความ ประพฤติ การกระทำที่แสดงออกให้ปรากฏ สัมผัสได้ด้วยประสาทสัมผัสหรือมีฉะนั้นก็สามารถวัดได้ด้วยเครื่องมือ

เฉลิมพล ต้นสกุล (2541) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ คือ กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นซึ่งอาจเป็นการกระทำที่บุคคลนั้นแสดงออกมา รวมทั้งกิจกรรมที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคลและกิจกรรมนี้อาจสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสหรือไม่สามารถสังเกตได้ สามารถแบ่งพฤติกรรมออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

1. พฤติกรรมภายนอก คือ การกระทำที่เกิดขึ้นสามารถสังเกตได้ด้วยประสาทสัมผัสหรือใช้ เครื่องมือช่วย

2. พฤติกรรมภายใน คือ กระบวนการที่เกิดขึ้นภายในจิตใจ บุคคลอื่นไม่สามารถสังเกตเห็นได้

ชุตตา จิตพิทักษ์ (2541) ได้นิยามคำว่าพฤติกรรมมนุษย์ไว้ดังนี้ พฤติกรรมมนุษย์ = สิ่งที่มีมนุษย์กระทำโดยอาการแสดงออกทางกาย วาจา และใจ

ลักขณา สริวัฒน์ (2544) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม คือ การกระทำซึ่งเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก นึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า ซึ่งอาจสังเกตเห็นได้โดยตรงหรือทางอ้อม บางลักษณะอาจสังเกตได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือช่วย หรือต้องใช้เครื่องมือช่วย

ธนากร ทองประยูร (2546) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม หมายถึง การกระทำที่แสดงออกของบุคคลที่กระทำตอบสนองสิ่งกระตุ้น ซึ่งการกระทำที่แสดงออกนั้น มีทั้งที่พึงประสงค์และไม่พึงประสงค์ พฤติกรรมหรือการแสดงออกนั้นสามารถวัดได้ ทั้งนี้ เป็นการแสดงออกที่สังเกตได้และสังเกตไม่ได้ โดยที่พฤติกรรมก่อให้เกิดการปฏิบัติและในการดำรงชีวิตของบุคคลนั้นต้องมีพฤติกรรมต่างๆ มากมาย

อรรรรณ ปิลันธน์โอวาท (2549) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรมคือ การกระทำหรือพฤติกรรมใดๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้ และทัศนคติของบุคคล การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกัน ก็เนื่องมาจาก การมีความรู้และทัศนคติที่ต่างกันเกิดขึ้นได้ก็เพราะความแตกต่างอันเนื่องมาจากการเปิดรับสื่อและความแตกต่างในการแปลความจากสารที่ตนเองได้รับ จึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

ศันสนีย์ ทุกข์สุญ (2550) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ หมายถึง กริยาอาการที่มนุษย์แสดงออกหรือปฏิกิริยาโต้ตอบเมื่อเผชิญกับสิ่งเร้า (Stimulus) หรือสถานการณ์ต่าง ๆ อาการแสดงออกต่าง ๆ เหล่านี้ อาจเป็นการเคลื่อนไหวที่สังเกตได้หรือวัดได้ เช่น การเดิน การพูด การเขียน การคิด การเต้นของหัวใจ เป็นต้น ส่วนสิ่งเร้าที่มากกระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมก็อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) และสิ่งเร้าภายนอก(External Stimulus) พฤติกรรมแบ่งเป็น 2 ประเภท

1. พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตาเปล่า โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือวัด มี 2 ลักษณะ

1.1 Moral Behavior พฤติกรรมที่สามารถสังเกตเห็นได้ด้วยตาเปล่า โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือวัด เช่น การเคลื่อนไหวของร่างกาย เดิน ยืน วิ่ง

1.2 Molecular Behavior พฤติกรรมที่ต้องอาศัยเครื่องมือช่วยในการวิเคราะห์จึงจะสามารถเห็นได้ เช่น การไหลเวียนโลหิต การเต้นของหัวใจ

2.พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้ หรือวัดได้โดยตรง เช่น ความรู้สึก การรับรู้ การจำ การคิด การตัดสินใจ การจินตนาการ เป็นต้น

บุญทอง เจนเวชประเสริฐ (2550) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรมคือ การกระทำของคนเราที่สังเกตเห็นได้ พฤติกรรมเป็นการกระทำของบุคคลเพื่อปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม พฤติกรรมเป็นการประพฤติกรรมปฏิบัติของบุคคลที่สามารถสังเกตเห็นได้

สมโภชน์ เอี่ยมสุภาชิต (2550) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำ แสดงออกมา ตอบสนอง หรือโต้ตอบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งสภาพการณ์ใด สภาพการณ์หนึ่งโดยที่ผู้อื่นสามารถสังเกตเห็นได้

สุรพงษ์ โสธนะเสียร (2550) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม คือ การกระทำใด ๆ ของคนเรา ส่วนใหญ่เป็นการแสดงออกของบุคคล โดยมีพื้นฐานมาจากความรู้และทัศนคติ การที่บุคคลมีพฤติกรรมแตกต่างกันเพราะมีความรู้และทัศนคติที่แตกต่างกัน เกิดขึ้นจากความแตกต่างของการเปิดรับสื่อและความแตกต่างการแปลความสารที่ตนเองได้รับจึงก่อให้เกิดประสบการณ์สั่งสมที่แตกต่างกัน อันมีผลกระทบต่อพฤติกรรมของบุคคล

นางสาวจิราพร เพชรดำ และคณะ (2554) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกของจิตใจทั้งภายในและภายนอก เป็นการกระทำเพื่อสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นสังเกต และใช้เครื่องมือทดสอบได้

ปวีณา วงษ์ช่อม (2557) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรมเป็นการกระทำของบุคคลในทุกลักษณะ ทั้งที่เป็นโดยธรรมชาติทางสรีระและที่จิตใจกระทำหรือเป็นการแสดงออกถึงความรู้สึก นึกคิด ความต้องการของจิตใจที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้าซึ่งอาจสังเกตและมองเห็นได้โดยตรงหรือไม่ก็ได้

อาภรณ์ รัชไช (2560) ได้อธิบายความหมายของพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม(Behavior)หมายถึง การกระทำหรือการแสดงออกของสัตว์ เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มากระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นทันทีหรือเกิดขึ้นหลังจากที่ถูกกระตุ้นมาแล้วระยะหนึ่ง พฤติกรรมเกี่ยวข้องกับการทำงานของระบบประสาท กล้ามเนื้อและฮอร์โมน การเรียนรู้พฤติกรรมของสัตว์ทำให้นักสัตวศาสตร์กินเป็นอาหารได้



แทนที่จะเป็นผู้ถูกล่า เพิ่มโอกาสในการอยู่รอดของหรือ Darwinian fitness มนุษย์ และสัตว์จะแสดงพฤติกรรมไปในทางที่ทำให้เกิด fitness สูงสุดต่อตัวเอง เช่น พฤติกรรมการกินอาหาร (เลือกกินอาหารพลังงานสูง) พฤติกรรมการเลือกคู่ (เลือกคู่ผสมพันธุ์ที่ทำให้ลูกที่เกิดมามีความสมบูรณ์ที่สุด) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมได้แก่ ยีน (Gene) และสิ่งแวดล้อม การศึกษาพฤติกรรมแบ่งออกเป็น 2 สาขาคือ Ethology และ Behavioral Ecology พฤติกรรมจำแนกออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. พฤติกรรมที่มีมาแต่กำเนิด (Innate behavior) แสดงออกเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าชนิด เป็นพฤติกรรมที่ได้มาจากกรรมพันธุ์ สัตว์สามารถแสดงออกได้โดยไม่ต้องเรียนรู้มาก่อน มีแบบแผนเดียวกัน (Stereotyped) ไม่ค่อยมีการปรับเปลี่ยนโดยการเรียนรู้ มีลักษณะเฉพาะของแต่ละสปีชีส์ (Species-specific) พฤติกรรมที่มีมาแต่กำเนิดแบ่งออกเป็น 3 แบบคือ

(1) Kinesis เป็นการเคลื่อนที่เข้าหาหรือออกจากสิ่งเร้าโดยมีทิศทางไม่แน่นอน

(2) Taxis เป็นการเคลื่อนที่เข้าหาหรือออกจากสิ่งเร้าโดยมีทิศทางแน่นอน

(3) พฤติกรรมที่มีแบบแผนแน่นอน (Fixed action pattern หรือ FAP) เมื่อสัตว์ถูกกระตุ้นโดยสิ่งเร้าจากภายนอกที่เรียกว่า Sign stimulus (releaser) จะทำให้เกิดพฤติกรรมที่มีแบบแผนแน่นอน

2. พฤติกรรมการเรียนรู้ (Learning behavior) สามารถปรับเปลี่ยนได้อันเป็นผลเนื่องมาจากประสบการณ์ ไม่ใช่เกิดจากการที่สัตว์มีอายุมากขึ้น (Maturation) พฤติกรรมการเรียนรู้ได้รับอิทธิพลจากทั้งยีนและสิ่งแวดล้อม จำแนกเป็น 6 ประเภทดังนี้

(1) พฤติกรรมความเคยชิน (Habituation) เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการที่สัตว์หยุดตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่ซ้ำๆกัน เนื่องจากไม่ได้รับการตอบสนองที่เหมาะสม

(2) พฤติกรรมการฝังใจ (Imprinting) เป็นพฤติกรรมที่ถูกกำหนดมาแล้วโดยยีน จะเกิดขึ้นเฉพาะในช่วงใดช่วงหนึ่งของชีวิต (Critical period) และมีลักษณะเป็น Irreversible learning สิ่งเร้าที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการฝังใจเรียกว่า Imprinting stimulus จากการศึกษาของนักชีววิทยาชาวเยอรมันชื่อ Konrad Lorenz พบว่าลูกห่านที่ฟักออกจากไข่จะเดินตามแม่ของมัน

(3) การเรียนรู้แบบมีเงื่อนไข (Classical conditioning) หมายถึงการที่สัตว์เรียนรู้ที่จะนำสิ่งเร้าใหม่เข้าไปทดแทนสิ่งเร้าเดิมในการกระตุ้นให้สัตว์เกิดการตอบสนองตามธรรมชาติ (Unconditioned response) สิ่งเร้าเดิมซึ่งปรกติกระตุ้นให้สัตว์เกิดการตอบสนองเรียกว่าสิ่งเร้าที่ไม่เป็นเงื่อนไข (Unconditioned stimulus) ส่วนสิ่งเร้าใหม่ซึ่งปรกติไม่กระตุ้นให้สัตว์แสดงการตอบสนองนี้เรียกว่าสิ่งเร้าที่เป็นเงื่อนไข (Conditioned stimulus)

(4) การลองผิดลองถูก (Operant conditioning หรือ Trial and error) หมายถึงการที่สัตว์เรียนรู้ที่จะเชื่อมโยงพฤติกรรมหนึ่งกับการได้รางวัลหรือการถูกลงโทษ เมื่อได้รางวัลสัตว์ก็จะแสดงพฤติกรรมนั้นซ้ำ แต่เมื่อถูกลงโทษสัตว์ก็จะหลีกเลี่ยงที่จะแสดงพฤติกรรมนั้นอีก

(5) การลอกเลียนแบบ (Observational learning) เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการที่สัตว์ดูพฤติกรรมของสัตว์อื่นและเรียนรู้ข้อมูลสำคัญบางอย่างแล้วทำตาม

(6) การรู้จักใช้เหตุผล (Insight learning หรือ reasoning) หมายถึง การที่สัตว์สามารถแสดงพฤติกรรมได้ถูกต้องตั้งแต่ครั้งแรกถึงแม้ว่าสัตว์นี้จะไม่เคยมีประสบการณ์มาก่อน

(7) การใช้ความคิดประมวลข้อมูลเพื่อการตัดสินใจ (Cognition) การคิดประมวลข้อมูล เป็น ลักษณะที่ถ่ายทอดทางพันธุกรรม และเป็นส่วนสำคัญในการแสดงออกของพฤติกรรม Behavioral Ecology –การแสดงผลของพฤติกรรมของสัตว์ส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับนิเวศวิทยาของสัตว์สี่ตีนนั้นๆ Behavioral rhythms --พฤติกรรมที่สัตว์แสดงเป็นประจำทุก 24 ชั่วโมง หรือทุกปี พฤติกรรมที่สัตว์แสดงทุก 24 ชั่วโมง เรียกว่า circadian (daily) rhythm (circa=ประมาณ, dies=วัน) พฤติกรรมที่สัตว์แสดงเป็นประจำ ทุกปีเรียกว่า circannual rhythm สัตว์สามารถแสดงพฤติกรรมที่เป็น rhythmic behavior ได้ เนื่องจากในตัวสัตว์มีนาฬิกาชีวภาพ (biological clock) ซึ่งเป็นกลไกทางสรีระที่ใช้บอกเวลาอยู่แล้ว แต่เวลาที่ถูกต้องในการเกิด rhythmic behavior จะต้องถูกกระตุ้นโดยปัจจัยภายนอก การอพยพ (migration) --การเคลื่อนที่ของสัตว์จากที่หนึ่งซึ่งมีสภาพแวดล้อมไม่เหมาะสม ไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งมีสภาพแวดล้อมเหมาะสมกว่า การเดินทางไปและกลับระหว่าง 2 ที่มักเกิดขึ้นในรอบ 1 ปี (circannualrhythm) การอพยพของสัตว์เกิดขึ้นได้โดยอาศัยกลไกต่อไปนี้piloting หมายถึง การที่สัตว์เคลื่อนที่จาก landmark หนึ่งไปยังอีก landmark หนึ่งจนกระทั่งถึงที่หมายที่ต้องการ วิธีนี้ใช้ในการเดินทางระยะใกล้ๆ ไม่เดินทางกลางคืน ไม่ข้ามมหาสมุทร orientation หมายถึง การที่สัตว์สามารถหาทิศและเดินทางเป็นเส้นตรงไปยังที่ศันั้นระยะทางหนึ่งหรือจนกว่าจะถึงจุดหมาย navigation นับว่าเป็นกระบวนการที่สลับซับซ้อนที่สุด สัตว์ต้องหาตำแหน่งของตัวเองโดยเปรียบเทียบกับตำแหน่งอื่นและต้องใช้ orientation ร่วมด้วย

อนงค์ จำปาจร (2561) ได้ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรมหมายถึงการกระทำของบุคคลไม่เฉพาะแสดงปรากฏออกมาภายนอกเท่านั้นแต่รวมถึงสิ่งที่อยู่ภายในจิตใจของบุคคล สังเกตเห็นไม่ได้โดยตรงเช่นคุณค่าที่เขายึดถือเป็นหลักในการประเมินสิ่งต่างๆทัศนคติหรือเจตคติที่เขามี



ต่อสิ่งต่างๆ ความคิดเห็นความเชื่อรสนิยมและสภาพจิตใจซึ่งถือได้ว่าเป็นลักษณะของบุคลิกภาพของบุคคลที่กำหนดพฤติกรรม

บุรฉัตร จันทร์แดง เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคนาภูมิ (2562) ได้ให้ความหมายของคำว่าพฤติกรรมไว้ดังนี้ พฤติกรรม หมายถึง การกระทำหรืออาการที่แสดงออกของจิตใจทั้งภายในและภายนอก เป็นการกระทำเพื่อสนองความต้องการของบุคคล ซึ่งบุคคลอื่นสังเกตและใช้เครื่องมือทดสอบได้

ไพบรมา เชียงราช (2562) ได้นิยามความหมายของคำว่าพฤติกรรมสารสนเทศไว้ว่า พฤติกรรมสารสนเทศ หมายถึง พฤติกรรมของนักศึกษาที่มีปฏิสัมพันธ์กับแหล่งที่เขาถึงสารสนเทศที่ตนต้องการ ความต้องการสารสนเทศ การแสวงหาสารสนเทศ และการใช้สารสนเทศ

ดังนั้น พฤติกรรม หมายถึง การกระทำ การแสดงออก กิริยาท่าทาง เพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้า หรือสิ่งที่มากระตุ้น (Stimulus) อาจเกิดขึ้นทันทีหรือเกิดขึ้นหลังจากที่ถูกกระตุ้นมาแล้วระยะหนึ่ง อาการแสดงออกต่าง ๆ เหล่านี้ อาจเป็นการเคลื่อนไหวที่สังเกตได้หรือวัดได้ เช่น การเดิน การพูด การเขียน การคิด การเต้นของหัวใจ เป็นต้น ส่วนสิ่งเร้าที่มากระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรมก็อาจจะเป็นสิ่งเร้าภายใน (Internal Stimulus) และสิ่งเร้าภายนอก(External Stimulus)

## 6.แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation)

มนตรี สืบดวง (2550) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า แรงจูงใจ คือ แรงกระตุ้นที่ทำให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมหรือกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาเพื่อตอบสนองแรงกระตุ้นอย่างมีจุดหมายคือความสุขของตน

รุ่งนภา กุลภักดี (2556) ได้ให้คำจำกัดความของแรงจูงใจซึ่งอธิบายไว้ดังนี้ แรงจูงใจ หมายถึง แรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นให้บุคคลปฏิบัติหรือแสดงพฤติกรรมด้วยความเต็มใจเพื่อที่จะนำมาซึ่งความต้องการของแต่ละบุคคล

ปรีลักษณ์ กลิ่นช้าง (2559) ได้นิยามศัพท์ความหมายของคำว่าแรงจูงใจไว้ดังนี้ แรงจูงใจหมายถึง สิ่งกระตุ้นจากทั้งภายในตัวบุคคลและภายนอกที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมออกมาเพื่อบรรลุเป้าหมาย

วัชรภรณ์ เปาโรหิตย์ (2559) ได้นิยามความหมายของแรงจูงใจไว้ดังนี้ แรงจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดความขยันขันแข็ง กระตือรือร้นมุ่งมั่นบากบั่นความพยายามไม่ท้อต่ออุปสรรคและปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อให้เกิดความก้าวหน้าและประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์

จิรววัฒน์ พิมพะนิตย และ ธชา รุญเจริญ (2560) ได้อธิบายแรงจูงใจไว้ดังนี้ แรงจูงใจ (Motivation) คือ คือสิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามดิ้นรนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้แรงจูงใจเกิดจากสิ่งเร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้นๆเองภายในได้แก่ความรู้สึกต้องการหรือขาดอะไรบางอย่างจึงเป็นพลังชักจูงหรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการนั้นส่วนภายนอกได้แก่สิ่งใดก็ตามที่มาเร้าเร้า นำของทางและมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอกแต่เพียงอย่างเดียวหรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้

ณัฐพัชร์ ลากบำรุงวงศ์ (2562) ได้อธิบายความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า คือ กระบวนการต่าง ๆ ทางร่างกายและจิตใจถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าให้เกิดการแสดงออกของพฤติกรรม เพื่อที่จะบรรลุจุดมุ่งหมายของเป้าหมายที่ต้องการ

ปานทิพย์ อิมจิต (2562) ได้อธิบายความหมายของแรงจูงใจไว้ว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูกกระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจให้กระทำหรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์บางอย่างซึ่งจะเห็นได้ พฤติกรรมที่เกิดจากการจูงใจเป็นพฤติกรรมที่มีใช่เป็นเพียงการตอบสนองสิ่งเร้าปกติธรรมดา แต่เพื่อเกิดแรงจูงใจที่จะผลักดันให้ปฏิบัติงานด้วยความมุ่งมั่นเต็มใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายโดยรวมขององค์การ

ดังนั้น แรงจูงใจ คือ กระบวนการต่างๆ ที่กระตุ้นหรือควบคุมพฤติกรรมมนุษย์ให้กระทำเป็นพลังชักจูงหรือกระตุ้นให้กระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ

## 7.แนวคิดเกี่ยวกับความปกติใหม่ (New Normal)

กาญจนา บุญภักดี (2563) ได้ให้อธิบายคำว่าความปกติใหม่ (New Normal) ไว้ดังนี้ New Normal หรือความปกติใหม่ เกิดขึ้นจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่การทำงานการดูแลสุขภาพอย่างเคร่งครัดแม้กระทั่งการจัดการเรียนรู้ที่จะต้องปรับตัวการดำเนินชีวิตใหม่ในหลากหลายประการด้วยกันได้แก่การรับประทานอาหารการเดินทางการพูดคุยเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อความเป็นอยู่ของคนหรือแม้กระทั่งการศึกษาเหล่านี้ล้วนส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ของมวลมนุษยชาติทั่วโลกสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโรคโควิด19 ที่เกิดขึ้นช่วงปลายพ.ศ. 2562 ถึงพ.ศ. 2563 รวดเร็วและรุนแรงจนแพร่กระจายไปในประเทศต่างๆทั่วโลกผู้คนเจ็บป่วยและล้มตาย

จำนวนมากเป็นความสูญเสียที่มนุษย์จำเป็นต้องป้องกันเพื่อให้ตนเองมีชีวิตรอดด้วยการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่างๆในการดำรงชีวิตที่ผิดไปจากวิถีชีวิตแบบเดิมๆจึงเกิดวิถีชีวิตแบบ New normal ขึ้น

จันทน์ เจริญศรี (2563) ได้ให้ความหมายของคำว่าความปกติใหม่ (New Normal) คือ สถานการณ์ พฤติกรรม การปฏิบัติต่าง ๆ ที่เราไม่คุ้นเคย หรือเคยเป็นสิ่งที่ผิดปกติก่อนหน้านั้นแต่กลายมาเป็นมาตรฐานปกติในปัจจุบัน

นายแพทย์ทวีศิลป์ วิษณุโยธิน (2563) ได้ให้ความหมายของคำว่าความปกติใหม่ (New Normal) คือวิถีชีวิตใหม่ เป็นแนวทางปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น ใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค ปรับธุรกิจให้ทันสถานการณ์ วิถีชีวิตใหม่จะเป็นอย่างไรขึ้นอยู่กับกรอบการทำงาน ทั้งตนเอง ครอบครัว การงาน เพื่อให้มีความสุขไปด้วยกัน

พัชรียา แก้วชู (2563) ได้นิยามศัพท์ของคำว่าวิถีปกติใหม่ไว้ดังนี้ วิถีปกติใหม่ (New Normal) หมายถึง ความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลักมาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย

ราชบัณฑิตยสภา (2563) ได้ให้ความหมายของคำว่าสภาวะปกติใหม่ คือ รูปแบบของการดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากเดิมเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบจึงส่งผลให้วิธีการดำเนินชีวิตจากปกติเปลี่ยนแปลงไป

รณชัย คนบุญ และ เสาวนีย์ ชูจันทร์ (2563) ได้ให้ความหมายของคำว่าความปกติใหม่ไว้ดังนี้ ในเชิงด้านระบบการศึกษาไทย จึงหมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตในสถานศึกษาแบบใหม่ ที่แตกต่างจากเดิม เนื่องมาจากผลกระทบของปัญหาการระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ในด้านการจัดการเรียนการสอน แผนการศึกษา การสื่อสาร และการใช้ชีวิตในสถาบันการศึกษา

ศรุตานนท์ ขอบประดิษฐ์ (2563) ได้นิยามศัพท์ของคำว่า สังคมในยุค new normal คือ การเรียนรู้วิถีชีวิตปกติรูปแบบใหม่เพื่อป้องกันตนเองและผู้อื่นให้ห่างไกลจากการระบาดของโรคไวรัสโควิด 19

สุภาภรณ์ พรหมบุตร (2563) ได้อธิบายคำว่าความปกติใหม่ (New Normal) เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีตอันเนื่องมาจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คนในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลัก

มาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคยรูปแบบวิถีชีวิตใหม่นี้ ประกอบด้วยวิถีคิด วิธีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิธีปฏิบัติ และการจัดการ การใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรงอย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะธำรงรักษาวีถีดั้งเดิมหรือหวนหาถึงอดีต

ดังนั้น ความปกติใหม่ (New Normal) หมายถึง สถานการณ์ รูปแบบ การใช้ชีวิตในรูปแบบเดิมที่เปลี่ยนแปลงไป มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เช่น การใส่หน้ากากในการใช้ชีวิตประจำวันเพื่อป้องกันเชื้อโรค การทำงาน การเดินทาง และรวมไปถึงในด้านอื่นๆ เป็นการปรับตัวเพื่อป้องกันและยับยั้งการแพร่เชื้อในสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

## 8.บริบทเกี่ยวกับประชากร

ราชบัณฑิตยสถาน (2554) ได้นิยามคำว่าประชากรไว้ดังนี้ ประชากร คือ หมู่คน, หมู่พลเมือง (เกี่ยวกับ จำนวน) บทนิยามดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ในความหมายทั่วไป ประชากร ใช้เฉพาะคนเท่านั้น แต่ปัจจุบัน ประชากรมีความหมายกว้างขึ้น ไม่ได้ใช้เฉพาะคน

ประชากรที่เลือกเก็บข้อมูลในการทำวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาศาสาสนศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ชั้นปีที่ 1 – 3 ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลให้เลือกนักศึกษากลุ่มนี้เนื่องจากเป็นนักศึกษาที่เรียนในศาสตร์ทั้งทางด้านบรรณารักษศาสตร์และสาสาสนศาสตร์ในด้านสาสาสนศาสตร์ ทำให้มีความเกี่ยวเนื่องในการที่จะเลือกใช้สื่อใหม่ของกลุ่มประชากรมีเหตุผล การคิด หรือหลักในการเลือกใช้สื่อใหม่ว่าสื่อที่เลือกใช้นั้นส่วนใหญ่จัดอยู่ในสื่อรูปแบบไหน และปัจจัยทางด้าน เพศ อายุ และระดับชั้นปีที่ศึกษามีผลเกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อใหม่อย่างไร

## 9.เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตินัน บุญภาพ คอมมอน (2556) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้สื่อใหม่กับการสร้างค่านิยมทางสังคมและการสร้างอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยพบว่า สื่อดิจิทัลสมัยใหม่มีบทบาทในการสร้างค่านิยมทั้งเชิงลบและเชิงสร้างสรรค์แก่เยาวชน นอกจากนี้ สื่อดิจิทัลสมัยใหม่ยังเข้ามามีบทบาทในฐานะเป็นเครื่องมือและพื้นที่ให้เยาวชนได้ใช้ค้นหา สำรวจ ทดลองและทดสอบอัตลักษณ์ของตนเอง รวมทั้งยังมีบทบาททางอ้อมในการขัดเกลาทางสังคมให้แก่เยาวชนอีกด้วย

เสกสรร สายสีสอด (2556) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจต่อการใช้สื่อใหม่เสริมการเรียนรู้ของนักศึกษานิเทศศาสตร์มหาวิทยาราชภัฏอุดรธานีพบว่านักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโน้ตบุ๊กและโทรศัพท์มือถือมากที่สุด แต่ละครั่งใช้เวลาออนไลน์มากที่สุดประมาณ 2-5 ชั่วโมง เพื่อเข้าเฟซบุ๊กและยูทูปมากที่สุด เพื่อการสนทนาและค้นคว้าข้อมูลและความรู้เพื่อประกอบการเรียน นักศึกษามีความพึงพอใจต่อกลุ่มเฟซบุ๊กทเรียนมากเพราะสามารถติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ได้ง่าย

มลพรรณ อาภาเวท, สาวิตรีชีวะสารณ์และชาญ เดชอัศวนง (2554) วิเคราะห์พฤติกรรมการสื่อสารในเฟซบุ๊กของนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร อายุเฉลี่ย 17 ปีพบว่า ประมาณร้อยละ 57 ใช้เฟซบุ๊กทุกวัน และใช้ประมาณ 2 ชั่วโมงต่อวัน เพื่อประโยชน์ในด้านความบันเทิงและสนุกสนาน ด้านการสนทนาด้านการค้นหาข้อมูลข่าวสารเรื่องเพื่อนและเรื่องทั่วไป ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนและสังคม ด้านการใช้เวลาวางด้านการแสดงความคิดเห็นของตนเองและด้านการนำข้อมูลข่าวสารไปตัดสินใจตามลำดับ โดยมีความพึงพอใจต่อการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนและคนอื่น และสร้างความสัมพันธ์กับเพื่อนและบุคคลอื่นๆ มากที่สุด

ภัทร์ศินี แสนสำแดง (2557) ศึกษาทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่นในจังหวัดสกลนคร โดยผลวิจัยพบว่า 1. วัยรุ่นในจังหวัดสกลนครมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่โดยรวมในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ดังนี้

- 1.1 โครงสร้างของความรู้ มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.87
- 1.2 แรงจูงใจในการตัดสินใจ หรือ จุดยืนส่วนบุคคล มีคะแนนเท่ากับ 3.13
- 1.3 เครื่องมือในการประมวลข้อมูล มีคะแนนเท่ากับ 3.60
- 1.4 กระบวนการวิเคราะห์และตีความหมายข้อมูล มีคะแนนเท่ากับ 3.33

2. การใช้สื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ มีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวันของวัยรุ่นทั้ง 3 รูปแบบ

2.1 การดำเนินชีวิตประจำวันในครอบครัว พบว่า มีการติดต่อสื่อสารกับสมาชิกในครอบครัวผ่าน Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ในขณะเดียวกัน การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้มีปฏิสัมพันธ์กับสมาชิกในครอบครัวลดลง ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.13

2.2 การดำเนินชีวิตประจำวันในการเรียน พบว่า การใช้สื่อมวลชนและสื่อ



สมัยใหม่ทำให้สะดวกสบายในการค้นคว้าหาความรู้เพื่อช่วยในการศึกษา ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.28, มีการนำสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่มาใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าหาความรู้เพื่อช่วยในการศึกษาในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.98 และการค้นคว้าหาความรู้จากสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้เข้าใจเนื้อหาในบทเรียนมากขึ้น ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.73

2.3 การดำเนินชีวิตประจำวันในการใช้เวลาว่างและการใช้สื่อมวลชน พบว่า มีการติดต่อสื่อสารกับเพื่อนผ่าน Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.26, การเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ทำให้รู้สึกผ่อนคลายความเครียดได้ในระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 4.09, กิจกรรมยามว่างส่วนใหญ่คือการเปิดรับสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.94 และมีเพื่อนใหม่ที่รู้จักผ่านทาง Social media เช่น Facebook, Instagram รวมทั้งโปรแกรมสนทนาออนไลน์ ในระดับมาก คะแนนเฉลี่ย 3.72

เกศรา ชั่งชวลิต (2544) พบว่า กลุ่มตัวอย่างใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อแสวงหาข่าวสารมากที่สุด และรับรู้ประโยชน์และพึงพอใจในการสื่อสารผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเพื่อการเรียนรู้ช่วยให้ผู้เรียนเลือกข้อมูลข่าวสารที่สนใจได้อย่างอิสระ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ช่วยให้ติดต่อสื่อสารกับอาจารย์ได้โดยไม่ต้องเดินทางและทำให้เกิดความยืดหยุ่นด้านเวลาที่จะทบทวนบทเรียนเวลาใดก็ได้

ดังนั้น งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้สื่อใหม่ พบว่า การเข้าใช้สื่อใหม่ส่วนใหญ่เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ใช้เพื่อการเรียนรู้ ใช้เพื่อสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของตนเอง รวมไปถึงการใช้สื่อใหม่เพื่อทำประโยชน์ต่างๆ และมีการเข้าถึงสื่อใหม่ผ่านโทรศัพท์มือถือมากที่สุด

## บทที่ 3

### ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกระเบียบวิธีวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีเครื่องมือคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) แบบคำถามให้เลือกตอบ และแบบ Likert Scale แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อใหม่ที่เลือกใช้ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่เพื่อตอบปัญหาการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

#### การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกระเบียบวิธีวิจัยแบบเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อทำการศึกษาถึงพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้คือ นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 50 คน ซึ่งได้มาจากจำนวนของนักศึกษาในปีการศึกษา 2563 แบ่งออกเป็น นักศึกษาชายจำนวน 12 คน และนักศึกษาหญิงจำนวน 38 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายปิด (Closed-ended Questionnaire) แบบคำถามให้เลือกตอบ แบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ชั้นปีการศึกษา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสื่อใหม่ที่เลือกใช้ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่

การสร้างและพัฒนาเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือ มีดังนี้

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการถอดองค์ความรู้การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของนักศึกษา ที่ใช้ในการวิจัยโดยมีขั้นตอนดังนี้

1.1 ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อทำแบบสอบถามในการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

1.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวลกำหนดขอบเขตของเนื้อหา เพื่อดำเนินการสร้างเครื่องมือให้ครอบคลุมเนื้อหา และกรอบแนวคิดของการวิจัย

1.3 สร้างแบบสอบถาม และกำหนดประเด็นที่ต้องการศึกษา ประกอบด้วย 2 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคล 2) เกี่ยวกับการเลือกใช้สื่อใหม่ พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ โดยมีเกณฑ์ในการสำรวจ

5 ระดับ ดังนี้

ระดับ 5 คือ ใช้สื่อใหม่เป็นประจำ หมายถึง เข้าใช้งานทุกวัน และใช้งานมากกว่า 7 ชั่วโมง/วัน

ระดับ 4 คือ ใช้สื่อใหม่บ่อยครั้ง หมายถึง เข้าใช้งานมากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ หรือใช้งานวันละ 5 – 6 ชั่วโมง



ระดับ 3 คือ ใช้สื่อใหม่บางครั้ง หมายถึง เข้าใช้งานใช้งาน 3-5 วันต่อสัปดาห์ หรือ ใช้งานวันละ 4 - 5 ชั่วโมง

ระดับ 2 คือ ใช้สื่อใหม่นาน ๆ ครั้ง หมายถึง เข้าใช้งานไม่เกิน 3 วันต่อสัปดาห์ หรือ ใช้งานวันละ 2 -3 ชั่วโมง

ระดับ 1 คือ ไม่เคยใช้สื่อใหม่ หมายถึง ไม่เคยเข้าใช้งานเลย

1.4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอความคิดเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นคำถามตามกรอบการคิดของวิจัย

1.5 นำแบบสอบถามที่ผ่านการแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ได้แก่

- 1) อาจารย์สุวิภัทร ทำสวน
- 2) ดร.พชชา สุวรรณแสน
- 3) ดร.วชิรรัตน์ นรินทร์เตชาภัทร

เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องและประมวลข้อสรุปของแบบสอบถามกับกรอบแนวคิดการวิจัยจากนั้นนำผลการประเมินมาคำนวณหาค่า ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามฉบับนี้ได้ 0.94 โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณา ดังนี้

เห็นว่าสอดคล้อง	ให้คะแนน	+1
ไม่แน่ใจ	ให้คะแนน	0
เห็นว่าไม่สอดคล้อง	ให้คะแนน	-1

1.6 ดำเนินการตรวจสอบและประมวลข้อสรุปแบบสอบถาม เพื่อปรับปรุง แก้ไข แล้วเสนอขอความเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย

1.7 สร้างเครื่องมือฉบับที่สมบูรณ์เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การทดสอบความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ของเครื่องมือ

ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือในเรื่องความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามดังนี้

1. พัฒนาแบบสอบถามตามกรอบทฤษฎีและแนวคิดที่เกี่ยวข้อง
2. ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามให้นักวิชาการด้านการสื่อสาร จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบว่าคำถามมีเนื้อหาครอบคลุมวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีหรือไม่และแก้ไขปรับปรุง
3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้นำไปเสนอขอความเห็นจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงแบบสอบถามให้สมบูรณ์ขึ้น แล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลเกี่ยวกับการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจมาหาค่าความเชื่อถือได้ (Reliability) แล้วสร้างเครื่องมือที่สมบูรณ์เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

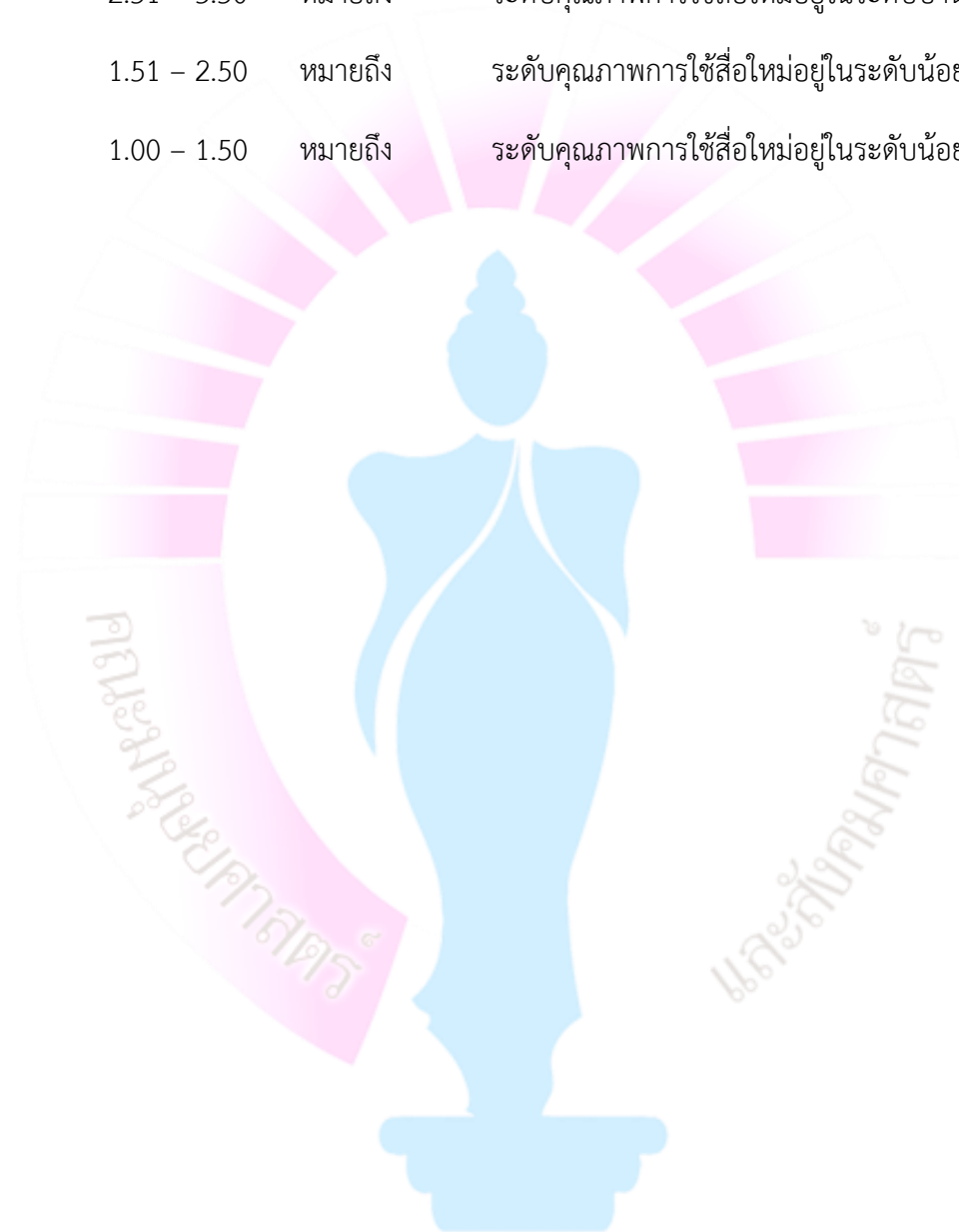
ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มประชากร/กลุ่มตัวอย่าง โดยดำเนินการดังนี้

1. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบเรียบร้อยแล้วไปมอบให้แต่ละชั้นปีทำการตอบแบบสอบถาม
2. โดยการจัดทำแบบสอบถามได้ทำขึ้นเป็นแบบออนไลน์ (Google Forms) แล้วส่งลิงค์และคิวอาร์โค้ด (QR Code) ให้นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 – 3 เพื่อตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดมาลงรหัสตามคู่มือลงรหัสที่ได้จัดทำขึ้นไว้เพื่อเปลี่ยนข้อมูลให้อยู่ในรูปของสัญลักษณ์ที่เครื่องคอมพิวเตอร์คำนวณได้จากนั้นจึงนำไปใช้ข้อมูลประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยการวิเคราะห์จะเป็น การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาแปลความหมายของค่าเฉลี่ยจัดระดับคุณภาพการใช้สื่อใหม่โดยใช้เกณฑ์ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	ระดับคุณภาพการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ระดับคุณภาพการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ระดับคุณภาพการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	ระดับคุณภาพการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	ระดับคุณภาพการใช้สื่อใหม่อยู่ในระดับน้อยที่สุด



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาคือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่

#### การเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 รูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์การเข้าถึงสื่อใหม่ พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ และแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

### ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามตัวแปรปรากฏผลดังตาราง 4.1 ดังนี้

**ตาราง 4.1** จำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ อายุ  
ชั้นปี

ลำดับที่	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
1	เพศ		
	ชาย	12	24
	หญิง	38	76
	<b>รวม</b>	50	100
2	ชั้นปี		
	ปี 1	13	26
	ปี 2	22	44
	ปี 3	15	30
	<b>รวม</b>	50	100
3	อายุ		
	18 ปี	1	2
	19 ปี	12	24
	20 ปี	17	34
	21 ปี	14	28
	มากกว่า 21 ปี	6	12
	<b>รวม</b>	50	100

จากตาราง 4.1 แสดงว่า นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ที่ตอบแบบสอบถามคิดเป็นร้อยละ

100 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76) เป็นนักศึกษาในชั้นปีที่ 2 (ร้อยละ 44) และอายุ 20 ปี (ร้อยละ 34)

**ตอนที่ 2 รูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์การเข้าถึงสื่อใหม่ พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ และแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ ของนักศึกษาศาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**

จำแนกตามตัวแปรปรากฏผลดังตาราง 4.2 ดังนี้

**ตาราง 4.2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของรูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้

ลำดับที่	รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1	Facebook	4.88	0.55	มากที่สุด
2	Line	4.49	0.90	มากที่สุด
3	Messenger	4.86	0.59	มากที่สุด
4	WeChat	2.14	1.43	น้อย
5	Instagram (IG)	4.43	1.02	มาก
6	TikTok	3.94	1.25	มาก
7	YouTube	4.73	0.69	มากที่สุด
8	โปรแกรม Zoom	3.31	1.04	ปานกลาง
9	โปรแกรม Google Meet	3.80	1.05	มาก
10	โปรแกรม Microsoft Teams	2.76	1.34	ปานกลาง
11	โปรแกรม Cisco Webex	2.02	1.50	น้อย
12	เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่านแอปต่างๆ	3.82	1.32	มาก
13	เว็บซื้อขายออนไลน์ เช่น Shopee Lazada เป็นต้น	3.98	1.25	มาก
14	แอปหาเพื่อนใหม่ เช่น Tinder Badoo เป็นต้น	2.27	1.66	น้อย
<b>รวม</b>		3.67	0.34	มาก

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ โดยรูปแบบของสื่อใหม่ที่นักศึกษาเลือกเข้าใช้มากที่สุด คือ Facebook ( $\bar{x}$  = 4.88, S.D. = 0.55) รองลงมา คือ Messenger

( $\bar{x}$  = 4.86, S.D. = 0.59) และน้อยที่สุด คือ โปรแกรม Cisco Webex ( $\bar{x}$  = 2.02, S.D. = 1.50) ตามลำดับ

**ตาราง 4.3** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่

ลำดับที่	อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1	โทรศัพท์มือถือ	5.08	0.14	มากที่สุด
2	แท็บเล็ต/ไอแพด	3.37	1.54	ปานกลาง
3	โน้ตบุ๊ก	3.96	1.08	มาก
4	คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	3.10	1.44	ปานกลาง
<b>รวม</b>		3.88	0.64	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ โดยอุปกรณ์ที่นักศึกษาเลือกใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ ( $\bar{x}$  = 5.08, S.D. = 0.14) รองลงมา คือ โน้ตบุ๊ก ( $\bar{x}$  = 3.96, S.D. = 1.08) และน้อยที่สุด คือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ( $\bar{x}$  = 3.10, S.D. = 1.44) ตามลำดับ

**ตาราง 4.4** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

ลำดับที่	พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1	ดูหนัง ดูวิดีโอ	4.92	0.44	มากที่สุด
2	ฟังเพลง	4.65	0.70	มากที่สุด
3	ติดต่อ สื่อสาร	4.67	0.73	มากที่สุด
4	ส่งข้อมูล	4.18	0.95	มาก
5	ค้นหาข้อมูล	4.16	0.88	มาก
6	ติดตามข่าวสาร	4.16	1.00	มาก
7	การศึกษา	4.39	0.79	มาก



ตาราง 4.4 (ต่อ)

ลำดับที่	พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
8	เล่นเกมส์	3.90	1.32	มาก
9	ช้อปปิ้งออนไลน์	3.98	1.33	มาก
10	หาเพื่อน	3.18	1.36	ปานกลาง
11	แชร์เรื่องราวต่าง ๆ	4.02	1.15	มาก
12	อัปโหลดรูปภาพ วิดีโอ เพลง	3.96	1.14	มาก
13	ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์	3.56	1.28	มาก
<b>รวม</b>		<b>4.13</b>	<b>0.29</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ด้านพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ โดยพฤติกรรมที่นักศึกษาใช้สื่อใหม่มากที่สุด คือ ดูหนัง ดูวิดีโอ ( $\bar{X} = 4.92$ , S.D. = 0.44) รองลงมา คือ ติดต่อ สื่อสาร ( $\bar{X} = 4.67$ , S.D. = 0.73) และน้อยที่สุด คือ หาเพื่อน ( $\bar{X} = 3.18$ , S.D. = 1.36) ตามลำดับ

ตาราง 4.5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่

ลำดับที่	แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1	เป็นกิจวัตรประจำวัน	4.88	0.46	มากที่สุด
2	ทำให้ได้ติดต่อกับบุคคลอื่นได้ตลอดเวลา	4.61	0.71	มากที่สุด
3	ชอบใช้สื่อสังคม เช่น Facebook YouTube เป็นต้น	4.80	0.54	มากที่สุด
4	ช่วยให้รู้ข้อมูลและเรื่องราวของผู้อื่น	4.33	0.94	มาก
5	ชอบแชร์เรื่องราวชีวิตของตนเองให้ผู้อื่นได้รู้และรู้จักตัวตนของตัวเอง	3.92	1.09	มาก
6	ใช้เพราะมีเวลาว่าง	4.43	0.85	มาก
7	ช่วยให้คนอื่นเข้าใจในตัวเอง	3.80	1.16	มาก
<b>รวม</b>		<b>4.39</b>	<b>0.27</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ด้านแรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่ โดยพบว่าแรงจูงใจที่นักศึกษาใช้สื่อใหม่มากที่สุด คือ เป็นกิจวัตรประจำวัน ( $\bar{x} = 4.88$ , S.D. = 0.46) รองลงมา คือ ชอบใช้สื่อสังคม Facebook YouTube ( $\bar{x} = 4.80$ , S.D. = 0.54) และน้อยที่สุด คือ ช่วยให้คนอื่นเข้าใจในตัวเอง ( $\bar{x} = 3.80$ , S.D. = 1.16) ตามลำดับ



## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเกี่ยวกับการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาในช่วงสภาวะปกติใหม่ (New Normal) ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

#### วิธีดำเนินการวิจัย

1.กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 50 คน

2.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form เกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาในช่วงสภาวะปกติใหม่ (New Normal) ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา จำนวน 1 ชุด แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาในช่วงสภาวะปกติใหม่ (New Normal) ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้วิจัยได้แบ่งข้อคำถามจำแนกหัวข้อออกเป็น 4 ด้าน รวมจำนวน 38 ข้อ ดังนี้

รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้	จำนวน 14 ข้อ
อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่	จำนวน 4 ข้อ
พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่	จำนวน 13 ข้อ
แรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่	จำนวน 7 ข้อ

ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบที่มี 5 ตัวเลือก ตามความถี่ในการใช้งานของสื่อใหม่ ซึ่งมีเกณฑ์การวัดตามความถี่ในการใช้ ไว้ 5 ระดับ ดังนี้

เป็นประจำ	หมายถึงเข้าใช้งานทุกวัน และใช้งานมากกว่า 7 ชั่วโมง/วัน ค่าคะแนนเท่ากับ 5
บ่อยครั้ง	หมายถึงเข้าใช้งานมากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ หรือใช้งานวันละ 5 - 6 ชั่วโมง ค่าคะแนนเท่ากับ 4
บางครั้ง	หมายถึงเข้าใช้งานใช้งาน 3-5 วันต่อสัปดาห์ หรือใช้งานวันละ 4 - 5 ชั่วโมง ค่าคะแนนเท่ากับ 3
นาน ๆ ครั้ง	หมายถึงเข้าใช้งานไม่เกิน 3 วันต่อสัปดาห์ หรือใช้งานวันละ 2 - 3 ชั่วโมง ค่าคะแนนเท่ากับ 2
ไม่เคย	หมายถึงไม่เคยเข้าใช้งานเลย ค่าคะแนนเท่ากับ 1

โดยใช้เกณฑ์การแปลผลจากค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง อยู่ในระดับ

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form เริ่มตั้งแต่ช่วงเวลา 11 พฤษภาคม - 18 พฤษภาคม 2564

4. การวิเคราะห์ข้อมูล นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์และนำมาวิเคราะห์ข้อมูลตามรายละเอียด

4.1 หาค่าสถิติพื้นฐานของข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 เปรียบเทียบระดับพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ของนักศึกษาในช่วงสภาวะปกติใหม่ (New Normal) ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัย เรื่องการศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 76 ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษาในชั้นปีที่ 2 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 44 และส่วนมากอายุ 20 ปี จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 34

2. ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งมี 4 ด้าน ดังนี้ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ พฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ และแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ เมื่อพิจารณาเป็นรายหัวข้อปรากฏผล ดังนี้

2.1 ด้านรูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ โดยรูปแบบของสื่อใหม่ที่นักศึกษาเลือกเข้าใช้มากที่สุด คือ Facebook ( $\bar{X} = 4.88$ , S.D. = 0.55) รองลงมา คือ Messenger ( $\bar{X} = 4.86$ , S.D. = 0.59) และน้อยที่สุด คือ โปรแกรม Cisco Webex ( $\bar{X} = 2.02$ , S.D. = 1.50) ตามลำดับ

2.2 ด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ โดยอุปกรณ์ที่นักศึกษาเลือกใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่มากที่สุด คือ โทรศัพท์มือถือ ( $\bar{X} = 5.08$ , S.D. = 0.14) รองลงมา คือ โน้ตบุ๊ก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 1.08) และน้อยที่สุด คือ คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ ( $\bar{X} = 3.10$ , S.D. = 1.44) ตามลำดับ

2.3 ด้านพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ โดยพฤติกรรมที่นักศึกษาใช้สื่อใหม่มากที่สุด คือ ดูหนัง ดูวิดีโอ ( $\bar{X} = 4.92$ , S.D. = 0.44) รองลงมา คือ ติดต่อ สื่อสาร ( $\bar{X} = 4.67$ , S.D. = 0.73) และน้อยที่สุด คือ หาเพื่อน ( $\bar{X} = 3.18$ , S.D. = 1.36) ตามลำดับ

2.4 ด้านแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ โดยพบว่าแรงจูงใจที่นักศึกษาใช้สื่อใหม่มากที่สุด คือ เป็นกิจวัตรประจำวัน ( $\bar{X} = 4.88$ , S.D. = 0.46) รองลงมา คือ ชอบใช้สื่อสังคม เช่น Facebook YouTube เป็นต้น ( $\bar{X} = 4.80$ , S.D. = 0.54) และน้อยที่สุด คือ ช่วยให้คนอื่นเข้าใจในตัวเอง ( $\bar{X} = 3.80$ , S.D. = 1.16) ตามลำดับ

### การอภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 - 3 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งส่วนใหญ่นักศึกษาเลือกใช้เฟซบุ๊กและเมสเซนเจอร์ อุปกรณ์ที่นักศึกษาเลือกใช้ในการเข้าถึงสื่อใหม่ ได้แก่ สมาร์ทโฟนหรือโทรศัพท์มือถือมากที่สุด และ

พฤติกรรมในการเข้าถึงสื่อใหม่อื่นๆ พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 – 3 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยกิจกรรมที่ทำกับสื่อใหม่มากที่สุดคือการชมหนัง ชมวิดีโอต่างๆ ทางด้านการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ฟังเพลง ด้านการศึกษา การหาข้อมูล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเสกสรร สายสีสด (2556) พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาใช้อินเทอร์เน็ตผ่าน โทรศัพท์มือถือและโน้ตบุคเพื่อเข้าเฟซบุ๊กและยูทูปมากที่สุดเพื่อการสนทนาและค้นคว้าข้อมูลและความรู้ เพื่อประกอบการเรียน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มลพรรณ อากาศ, สาวิตรี ชีวะสารณ์ และชาญ เดชอัศวอง (2554) กลุ่มตัวอย่างใช้สื่อใหม่เพื่อประโยชน์ในความเป็นบันเทิงและสนุกสนาน การสนทนา ด้านการค้นหา ข้อมูลข่าวสารเรื่องเพื่อนและเรื่องทั่วไป และการใช้เวลาว่าง

เมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่ พบว่า นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1 – 3 ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีการเข้าใช้สื่อใหม่อยู่ในเกณฑ์มาก และมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.39 ซึ่งเมื่อพิจารณาจะพบว่า นักศึกษามีแรงจูงใจในการเข้าใช้สื่อใหม่มากที่สุด เนื่องจากเข้าใช้เป็นกิจวัตรประจำวัน ชอบเข้าใช้สื่อสังคม และทำให้สามารถติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ได้ตลอดเวลา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ผศ.ดร.บุหงา ชัยสุวรรณ และ ดร.พรพรรณ ประจักษ์เนตร (2558) เรื่องพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น อายุระหว่าง 10-19 ปี ภายใต้โครงการพัฒนาคุณภาพการสื่อสารผ่านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนอย่างมีสุขภาวะ พบว่า กลุ่มตัวอย่าง เปิดรับสื่อใหม่ประเภทไลน์ และเฟซบุคผ่านสมาร์ตโฟน (Smartphone) มากที่สุดและเมื่อเปรียบเทียบระหว่างระดับชั้นที่กำลังศึกษา พบว่า นักเรียนระดับมัธยมศึกษาเปิดรับสื่อใหม่สูงกว่านักเรียนระดับประถมศึกษาโดยกิจกรรมที่ทำในสื่อใหม่มากที่สุดมีความสอดคล้องกันระหว่างผลการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพคือ การค้นหาวิดีโอคลิป การ์ตูน และภาพยนตร์ค้นหาเพลง ค้นหาข้อมูลสำหรับทำการบ้าน แชทกับเพื่อนที่เรียนโรงเรียนเดียวกัน เล่นเกมส์ค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับงานอดิเรกและสิ่งที่น่าสนใจ

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

- 1.ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างกัน เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่ชัดเจนและมีความแตกต่างของข้อมูลที่ได้ต่างกันออกไป
- 2.ควรมีรูปแบบวิธีการหรือเทคนิคอื่นๆ เข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำวิจัยให้มากขึ้น
- 3.ควรศึกษารูปแบบของสื่อใหญ่ที่เพิ่มเข้ามาในแต่ละช่วงและมีตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น





บรรณานุกรม

คณะมนุษยศาสตร์

และศึกษาศาสตร์

## บรรณานุกรม

- กฤตไนย์ แซ่อึ้ง และคณะ. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการเล่นเกมออนไลน์ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. (รายงานการวิจัย). นครราชสีมา : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- กาญจนา บุญภักดี. (2563). “การจัดการเรียนรู้ยุค New Normal” *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*. 19(2) : พฤษภาคม – สิงหาคม 2563. หน้า A1 – A6.
- จิรวัดมน พิมพะนิตย และ ธชา รุญเจริญ. (2560). “แรงจูงใจในการเล่นกีฬาออกก๊ของนักกีฬาออกก๊ทีมชาติไทย” *วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 11(2) : เมษายน - มิถุนายน 2560. หน้า 41 – 47.
- ชมพูนุท เมฆเมืองทอง และรัตนดา อาจวิชัย. (2563). “ความพึงพอใจของผู้ติดตามเฟซบุ๊กแฟนเพจ สาขาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารที่มีต่อสื่อใหม่เพื่อการประชาสัมพันธ์” *วารสารช่อพะยอม*. 31(2) : พฤษภาคม-สิงหาคม 2563. หน้า 110 – 123.
- ชุกดา จิตพิทักษ์. (2541). “วัฒนธรรมกับพฤติกรรมมนุษย์” *วารสารปาริชาติ*. 11(1) : เมษายน – กันยายน 2541. หน้า 33 – 37.
- ฐิตินัน บุญภาพ คอมมอน. (2556). บทบาทของสื่อใหม่ในการสร้างค่านิยมทางสังคมและอัตลักษณ์ของเยาวชนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณัฐกานต์ แก้วขำ และ ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ. (2564). “บทบาทของอุตสาหกรรมสื่อโทรทัศน์ในภูมิภาคของสื่อใหม่ภายใต้ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล” *วารสารนิเทศศาสตร์*. 39(1) : มกราคม – เมษายน 2564. หน้า 107 – 120.
- ณัฐชดา จันสุข. (2558). สื่อใหม่กับการเปลี่ยนแปลงกระบวนการสื่อขาว. (รายงานการวิจัย). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐพัชร์ ลากบำรุงวงศ์. (2562). “การประยุกต์ทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน” *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*. 9(2) : พฤษภาคม-สิงหาคม 2562. หน้า 161 – 171.

- ณัฐนันท์ ศิริเจริญ. (2558). “กรณีศึกษาการใช้สื่อใหม่ผ่านโซเชียลมีเดียในโทรศัพท์มือถือเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตสำหรับผู้สูงอายุกับสมาชิกในครอบครัว ณ ประเทศนิวซีแลนด์” *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ มหาวิทยาลัยศิลปากร*. 8(3) : กันยายน-ธันวาคม 2558. หน้า 96 – 117.
- ทัศนาศิริโชติ. (2557). ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. (รายงานการวิจัย). สงขลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- ธัญนันท์ สมบูรณ์รัตน์โชค และ วิสันต์ ลมธงใส. (2564). “วิถีชีวิตแบบ NEW NORMAL กับกลยุทธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจให้บริการโรงแรม” *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*. 17(3) : มกราคม – มีนาคม 2564. หน้า 191 – 203.
- บุรณัตร์ จันทร์แดง, เสาวลักษณ์ โกศลกิตติอัมพร และสัญญา เคนาภูมิ. (2562). “ปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม” *วารสารวิชาการธรรมทรศน์*. 19(4) : ตุลาคม - ธันวาคม 2562. หน้า 235 – 244.
- บุหงา ชัยสุวรรณ, และพรพรรณ ประจักษ์เนตร. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ของวัยรุ่น อายุระหว่าง 10 – 19 ปี ภายใต้โครงการพัฒนาคุณภาพการสื่อสารผ่านสื่อเพื่อเด็กและเยาวชนอย่างมีสุขภาวะ. (รายงานการวิจัย). นนทบุรี : สมาคมวิทยุและสื่อเพื่อเด็กและเยาวชน.
- ปรีลักษณ์ กลิ่นช้าง และ สุภาภรณ์ สุวรรณโอภาส. (2559). “แรงจูงใจและกลวิธีการเรียนรู้ภาษาเยอรมันของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลายในภาคใต้ของไทย” *วารสารวิชาการ*. 12(2) : กรกฎาคม -ธันวาคม 2559. หน้า 35 – 70.
- ปวีณา วงษ์อ่อม. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ของนิสิตภาคปทุมมหาวิทยาลัยบูรพา จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต).
- ปานทิพย์ อิมจิต. (2562). “แรงจูงใจกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของข้าราชการศาลยุติธรรมกรณีศึกษา : สำนักอำนวยการประจำศาลอาญารัชดา” *วารสารรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*. 2(3) : กันยายน-ธันวาคม 2562. หน้า 11 – 22.
- ปิยะพร เขตบรรพต. (2553). พฤติกรรมการรับการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมืองเชียงใหม่. (รายงานการวิจัย). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ไปรมา เชียงราช. (2562). “พฤติกรรมสารสนเทศของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม”  
วารสารชอพะยอ. 30(2) : มิถุนายน – ตุลาคม 2562. หน้า 241 – 248.
- พงษ์มนัส ดือด. (2563). “ทางเลือกทางการศึกษาภายใต้สภาวะปกติใหม่: บ้านเรียน” วารสารมหาจุฬานาครพรรศน์. 7(11) : พฤศจิกายน 2563. หน้า 384 – 395.
- พระปัญญาพัฒน์ แสงวงศ์ดี. (2563). “วิกฤติการณ์โลกกรณีการแพร่ระบาดของโรคติดต่ออุบัติใหม่ : บทบาทขององค์การอนามัยโลก สถานการณ์ในประเทศไทย และ New Normal” วารสารสังคมวิวัฒน์.
- พัชราภรณ์ ดวงชื่น. (2563). “การบริหารจัดการศึกษารับความปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19” วารสารศิลปการจัดการ. 4(3) : กันยายน – ธันวาคม 2563. หน้า 783 – 795.
- ภัทร์สินี แสนสำแดง. (2557). “ทักษะการรู้เท่าทันสื่อมวลชนและสื่อสมัยใหม่ของวัยรุ่น ในจังหวัดสกลนคร” วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 6 (12) : กรกฎาคม – ธันวาคม 2557. หน้า 47 – 58.
- มนตรี สืบด้วง. (2550). “แรงจูงใจในทัศนะทางพุทธศาสนา” วารสารศิลปศาสตร์. 7(2) : กรกฎาคม – ธันวาคม 2550.
- มนวิภา วงรจิริระ. (2561). “การเข้าถึงเนื้อหาสื่อใหม่ที่ไม่เหมาะสมของเด็กและเยาวชน” วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม. 8(2) : กรกฎาคม-ธันวาคม 2561. หน้า 248 – 266. หน้า 101 – 129.
- รุ่งนภา กุลภักดี. (2556). “ปัจจัยคัดสรรที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพในประชาคมอาเซียน” วารสารพยาบาลทหารบก. 14(3) : กันยายน – ธันวาคม 2556. หน้า 96 – 104.
- รัชนิกร ทรัพย์ชื่นสุข. (2556). การผลิตสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ของการรถไฟแห่งประเทศไทย. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสยาม.
- รณชัย คนบุญ และ เสาวนีย์ ชูจันทร์. (2563). “ความปกติใหม่” ของภาคการศึกษาไทย ในรูปแบบการจัดการเรียนการสอนสำหรับนักศึกษาพยาบาล. (รายงานการวิจัย). บุรีรัมย์.

รัตนดา อาจวิชัย, วิมล เขตตะ และ เกียรติศักดิ์ อ่อนตามา. (2562). “ผลการใช้สื่อใหม่แบบ Digital Content ที่มีต่อพฤติกรรมการเปิดรับสารของวัยรุ่นไทยต่อสื่อสารสุขภาพผ่านสื่อสังคมออนไลน์” *วารสารวิชาการการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม คณะเทคโนโลยีสารสนเทศมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*. 6(1) : มกราคม – มิถุนายน 2562.

หน้า 213 – 222.

ลฎาภา ศรีพิสดา, สุภาวดี สุวรรณแทน และ พงศกร ทองพันธุ์. (2561). “สื่อใหม่กับวัยรุ่นไทยใช้อย่างไรให้เกิดประโยชน์” *วารสารวิชาการหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*. 10(27) : มกราคม-เมษายน 2561. หน้า 227 – 235.

วจิราพร เพชรดำ และคณะ. (2554). ปัจจัยเสี่ยงที่มีผลต่อพฤติกรรมเบี่ยงเบนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น กรณีศึกษา จังหวัดนครนายก. (รายงานการวิจัย). นครนายก : สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครนายก.

วัชรภรณ์ เปาโรหิตย์. (2559). “ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการพัฒนาภาษาอังกฤษและคะแนนการสอบความเข้าใจการใช้ภาษาอังกฤษของนักเรียนพยาบาลทหารอากาศ” *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย*. 6(3) : กันยายน – ธันวาคม 2559.

หน้า 301 – 309.

ศรุตานนท์ ชอบประดิษฐ์. (2563). “วิกฤตโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางสังคมอย่างไร” *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์*. 3(2) : พฤษภาคม – สิงหาคม 2563. หน้า 1 – 14.

ศศิกานต์ สังข์ทอง. (2562). การบูรณาการการสื่อสารสื่อพื้นบ้านกับสื่อใหม่เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรมผ้ามัดย้อมครามจังหวัดสกลนคร. (วิทยานิพนธ์ดุขภูิบัณฑิต).

สายน้ำผึ้ง รัตนงาม, และอุบลัมภ์ ชมพู. (2561). “พุทธวิธีการรู้เท่าทันสื่อใหม่สำหรับเยาวชนเขตกรุงเทพมหานคร”. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร*. 6(2) : เมษายน-มิถุนายน 2561. หน้า 460 – 473.

สุวิษ ธีระโคตร และคณะ. (2558). “สื่อใหม่ : ความหมาย คุณลักษณะ และการวิจัย”. *วารสารสารสนเทศศาสตร์*. 33(3). กันยายน-ธันวาคม 2558. หน้า 112-129.

อนงค์ จำปาจร. (2561). “พฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา” *วารสารร้อยแก่นสาร อศคาเดมิ*. 3(2).

กรกฎาคม-ธันวาคม 2561. หน้า 47 – 61.

อรรณพ ดวงมณี และ ต่อตระกูล อุบลวัตร. (2561). “พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ และทัศนคติที่มีต่อการเข้าสู่สังคมไร้เงินสดของประชาชนในกรุงเทพมหานคร” *วารสารนิเทศสยามปริทัศน์*. 17(22) : หน้า 150 – 162.

อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว. (2561). สื่อศาสตร์ หลักการ แนวคิด นวัตกรรม. ปทุมธานี : นาคกร.

Cote, Joe. (2020). Online. What is New Media?. Available : <http://www.snhu.edu/about-us/newsroom/2020/02/What-is-New-Media> [18 March 2021].





ภาคผนวก

คณะมนุษยศาสตร์

และศึกษาศาสตร์





ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและ  
หนังสือขอความอนุเคราะห์



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ โทร.044-009009 ต่อ 3671.....

ที่..... วันที่..... มีนาคม 2564.....

เรื่อง..... ขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....

เรียน ดร. พัทธนา สุวรรณแสน

เนื่องด้วยนางสาวชลิตา ดาษขุนทด รหัสนักศึกษา 6140303117 นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ทั้งนี้การจัดทำวิจัยเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยแล้ว กลุ่มนักศึกษาดังกล่าว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยของนักศึกษา สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาวิเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภณิดา แก้วกูร)  
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ โทร.044-009009 ต่อ 3671.....

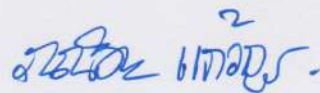
ที่ ..... วันที่ มีนาคม 2564.....

เรื่อง ขอลงความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....  
เรียน ดร. วชิรรัตน์ นรินทร์เตชาภัทร์

เนื่องด้วยนางสาวชลิตา ดาษขุนทด รหัสนักศึกษา 6140303117 นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ทั้งนี้การจัดทำวิจัยเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยแล้ว กลุ่มนักศึกษาดังกล่าว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยของนักศึกษา สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาวิเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภณิดา แก้วกฐ)   
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ โทร.044-009009 ต่อ 3671.....

ที่ ..... วันที่ มีนาคม 2564 .....

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย.....

เรียน อาจารย์สุวภัทร ทำสวน

เนื่องด้วยนางสาวชลิตา ดาษขุนทด รหัสนักศึกษา 6140303117 นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ทั้งนี้การจัดทำวิจัยเรื่องดังกล่าว นักศึกษาได้จัดทำเครื่องมือแบบสอบถามที่จะเก็บรวบรวมข้อมูล และได้รับความเห็นชอบเบื้องต้นจากอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัยแล้ว กลุ่มนักศึกษาดังกล่าว จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญด้านวิจัย ได้โปรดพิจารณาตรวจสอบและให้ความคิดเห็น เพื่อการปรับปรุงเครื่องมือวิจัยของนักศึกษา สำหรับรายละเอียดอื่น ๆ นักศึกษาจะนำเรียนด้วยตนเอง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาวิเคราะห์และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์รัตนา แก้วกุ่ม)  
อาจารย์ที่ปรึกษาโครงการวิจัย



ภาคผนวก ข

แบบประเมินความสอดคล้อง (IOC)

## แบบประเมินความสอดคล้องของข้อคำถาม

ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์ และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

เรื่อง ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้วิจัย นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

### จุดประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมเหตุผลของการเลือกใช้สื่อใหม่ในภาวะปกติใหม่ (New Normal) ในชีวิตประจำวันของ นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### คำชี้แจง

1. เครื่องมือฉบับนี้สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของท่าน ในฐานะเป็นผู้เชี่ยวชาญในการ ตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม ในงานวิจัยเรื่องศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งใช้เครื่องมือเป็นแบบประเมินการเลือกใช้สื่อใหม่

2. ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญทำเครื่องหมาย  $\checkmark$  ลงในช่องตรงกับความคิดเห็นของท่าน พร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป โดยมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความไม่มีความสอดคล้อง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ครั้งนี้

นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

## แบบประเมินความสอดคล้องของข้อความ

ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
เพศ				
ชาย				
หญิง				
อายุ				
18				
19				
20				
21				
มากกว่า 21 ปี				
ชั้นปีที่				
ปีที่ 1				
ปีที่ 2				
ปีที่ 3				



ตอนที่ 2 รูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้ และพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
<b>รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้</b>				
1. Facebook				
2. Line				
3. Messenger				
4. WeChat				
5. E-mail				ไม่แน่ใจว่า นับเป็นสื่อใหม่หรือไม่
6. Google				ไม่แน่ใจว่า นับเป็นสื่อใหม่หรือไม่
7. Instagram (IG)				
8. TikTok				
9. YouTube				
10. Clubhouse				
11.โปรแกรม Zoom				
12.โปรแกรม Google Meet				
13.โปรแกรม Microsoft Teams				
14.โปรแกรม Cisco Webex				
15.เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่าน แอปต่างๆ				
16.เว็บซื้อขายออนไลน์ เช่น Shopee Lazada เป็นต้น				
17.แอปหาเพื่อนใหม่ เช่น Tinder Badoo เป็นต้น				
อื่นๆ โปรดระบุ				
<b>อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง</b>				
1.ใช้โทรศัพท์มือถือ				
2.ใช้แท็บเล็ต/ไอแพด				
3.ใช้โน้ตบุ๊ก				

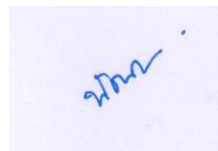
รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
4.ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ				
อื่นๆ โปรดระบุ				
<b>พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่</b>				
1.ดูหนัง ดูวิดีโอ	✓			
2.ฟังเพลง	✓			
3.ติดต่อ สื่อสาร	✓			
4.ส่งข้อมูล	✓			
5.ค้นหาข้อมูล	✓			
6.ติดตามข่าวสาร	✓			
7.การศึกษา	✓			
8.เล่นเกมส์	✓			
9.ช้อปปิ้งออนไลน์	✓			
10.หาเพื่อน	✓			
11.แชร์เรื่องราวต่าง ๆ	✓			
12.อัปโหลดรูปภาพ วิดีโอ เพลง	✓			
13.ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทาง เว็บไซต์	✓			
อื่นๆ โปรดระบุ				
<b>แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่</b>				
1.เป็นกิจวัตร เป็นนิสัย		✓		ปรับข้อความให้ชัดเจนยิ่งขึ้น กิจวัตรกับนิสัย เหมือนกันหรือไม่
2.ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ได้ตลอดเวลา		✓		ติดต่อกับเพื่อน อย่างเดียวหรือไม่
3.ชอบใช้สื่อสังคม เช่น Facebook YouTube เป็นต้น	✓			
4.ช่วยให้รู้ข้อมูลและเรื่องราวของ ผู้อื่น	✓			

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
5.ชอบแชร์เรื่องราวชีวิตของตนเองให้ผู้อื่นได้รู้	✓			
6.ทำให้มีความสุข ความสดชื่น สนุกสนาน		✓		ไม่ชัดเจนในข้อคำถาม เช่น ถ้ามีแค่ความสุข อย่างเดียวสามารถประเมินข้อนี้ได้หรือไม่
7.ใช้เพราะว่าง ไม่มีอะไรให้ทำ หรือไม่รู้จักทำอะไร	✓			
8.ช่วยให้คนอื่นเข้าใจในตัวเอง	✓			
9.ช่วยให้คนอื่นรู้จักตัวตนของตัวเอง	✓			
อื่นๆโปรดระบุ				

#### ข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญ

1. ในหัวข้อ รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้ ควรเป็นแค่ 1 ข้อคำถามที่ผู้ตอบสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ เนื่องจากผู้ตอบ อาจไม่จำเป็นต้องใช้ทุกสื่อ และจะไม่สามารถตอบได้ว่าความถี่ในการเข้าใช้เป็นอย่างไรร
2. ในหัวข้อ อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง ควรเป็นแค่ 1 ข้อคำถาม เหตุผลเช่นเดียวกับข้อ 1
3. ปรับเกณฑ์การวัดของพฤติกรรมให้เป็นในแนวทางเดียวกัน โดยแยกส่วนของพฤติกรรม และแรงจูงใจออกจากกัน

ลงชื่อ



( ดร. พัชณา สุวรรณแสน )

วันที่ 3 / พ.ค. / 2564

ผู้ประเมิน

## แบบประเมินความสอดคล้องของข้อคำถาม

ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์  
และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

เรื่อง ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศ  
ศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผู้วิจัย นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

### จุดประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมเหตุผลของการเลือกใช้สื่อใหม่ในภาวะปกติใหม่ (New Normal) ในชีวิตประจำวันของ  
นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### คำชี้แจง

1. เครื่องมือฉบับนี้สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของท่าน ในฐานะเป็นผู้เชี่ยวชาญในการ  
ตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม ในงานวิจัยเรื่องศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New  
Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และ  
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งใช้เครื่องมือเป็นแบบประเมินการเลือกใช้สื่อใหม่

2. ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องตรงกับความคิดเห็นของท่าน พร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็น  
ประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป โดยมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความไม่มีความสอดคล้อง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ครั้งนี้

นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

## แบบประเมินความสอดคล้องของข้อความ

ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
เพศ				
ชาย	✓			
หญิง	✓			
อายุ				
18		✓		} 18 ถึง 21 คือตอบแบบ 50 บวกหรือใหม่
19		✓		
20		✓		
21		✓		
มากกว่า 21 ปี		✓		
ชั้นปีที่				
ปีที่ 1	✓			
ปีที่ 2	✓			
ปีที่ 3	✓			

ตอนที่ 2 รูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้ และพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
<b>รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้</b>				
1. Facebook	✓			ลดเวลา ทบทวนข้อความ แยกประเภท
2. Line	✓			นสอใหม่ 6 ชั่วโมง
3. Messenger	✓			สร้าง ความสนใจ สามารถดูประวัติ
4. WeChat	✓			กดใช้งาน
5. E-mail	✓			
6. Google	✓			
7. Instagram (IG)	✓			
8. TikTok	✓			
9. YouTube	✓			
10. Clubhouse	พจน ✓			เพิ่มสื่อที่ส่งข้อความ iPhone.
11.โปรแกรม Zoom	✓			
12.โปรแกรม Google Meet	✓			
13.โปรแกรม Microsoft Teams	✓			
14.โปรแกรม Cisco Webex	✓			
15.เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่าน แอปต่างๆ	✓			
16.เว็บซื้อขายออนไลน์ เช่น Shopee Lazada เป็นต้น	✓			
17.แอปหาเพื่อนใหม่ เช่น Tinder Badoo เป็นต้น	✓			
อื่นๆ โปรแกรมฯ	✓			
<b>อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง</b>				
1.ใช้โทรศัพท์มือถือ	✓			
2.ใช้แท็บเล็ต/ไอแพด	✓			
3.ใช้โน้ตบุ๊ก	✓			



รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
4.ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	✓			
อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
<b>พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่</b>				
1.ดูหนัง ดูวิดีโอ	✓			
2.ฟังเพลง	✓			
3.ติดต่อ สื่อสาร	✓			ควรจัดกลุ่ม. { งานหรือทั่วไป ?
4.ส่งข้อมูล	✓			
5.ค้นหาข้อมูล	✓			
6.ติดตามข่าวสาร	✓			
7.การศึกษา	✓			✓
8.เล่นเกมส์	✓			
9.ช้อปปิ้งออนไลน์	✓			
10.หาเพื่อน	✓			
11.แชร์เรื่องราวต่าง ๆ	✓			
12.อัปโหลดรูปภาพ วิดีโอ เพลง	✓			
13.ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทาง เว็บไซต์	✓			
อื่นๆ โปรดระบุ	✓			
<b>แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่</b>				
1.เป็นกิจวัตร เป็นนิสัย	✓			ปัจจัยอื่นๆ ทำเป็นโปรแกรม / ซอฟต์แวร์
2.ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ได้ตลอดเวลา	✓			
3.ชอบใช้สื่อสังคม เช่น Facebook YouTube เป็นต้น	✓			
4.ช่วยให้รู้ข้อมูลและเรื่องราวของ ผู้อื่น	✓			





## แบบประเมินความสอดคล้องของข้อคำถาม

ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์

และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

**เรื่อง** ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

**ผู้วิจัย** นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

### จุดประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาพฤติกรรมเหตุผลของการเลือกใช้สื่อใหม่ในภาวะปกติใหม่ (New Normal) ในชีวิตประจำวันของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

### คำชี้แจง

1. เครื่องมือฉบับนี้สร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของท่าน ในฐานะเป็นผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม ในงานวิจัยเรื่องศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งใช้เครื่องมือเป็นแบบประเมินการเลือกใช้สื่อใหม่

2. ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญทำเครื่องหมาย  $\checkmark$  ลงในช่องตรงกับความคิดเห็นของท่าน พร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำไปพิจารณาปรับปรุงต่อไป โดยมีเกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามมีความสอดคล้อง

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อความไม่มีความสอดคล้อง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความอนุเคราะห์ครั้งนี้

นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

## แบบประเมินความสอดคล้องของข้อความ

ศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

**ตอนที่ 1** ข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
เพศ				
ชาย				
หญิง				
อายุ				
18	} +1			อายุปี 1 จะนับต่ำกว่า 18 ปี จะนับคะ อายุ 17-18 ปี
19				
20				
21				
มากกว่า 21 ปี				
ชั้นปีที่				
ปีที่ 1				
ปีที่ 2				
ปีที่ 3				

ตอนที่ 2 รูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้ และพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
<b>รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้</b>				
1. Facebook	}			อาจารย์ใช้ +1 นวดทากิจกรรม
2. Line				อย่ารู้ไรก็ตาม ขอเสนอแนะ
3. Messenger				แจ้งจัด กลุ่ม ข้อ คักกม หน่อยกับ
4. WeChat				ข้อ 16 , ข้อ 17
5. E-mail				เช่น ข้อ 1 ข้อ 7 ข้อ 8
6. Google				ใช้เป็น สื่อสังคม ออนไลน์
7. Instagram (IG)				นวดจากบท ทัศนวิสัย
8. TikTok				ข้อ 11 , 12 , 13 . ภาษาจ. รวม กันได้
9. YouTube		+1		
10. Clubhouse				
11.โปรแกรม Zoom				
12.โปรแกรม Google Meet				
13.โปรแกรม Microsoft Teams				
14.โปรแกรม Cisco Webex				
15.เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่าน แอปต่างๆ				
16.เว็บซื้อขายออนไลน์ เช่น Shopee Lazada เป็นต้น				
17.แอปหาเพื่อนใหม่ เช่น Tinder Badoo เป็นต้น				
อื่นๆ โปรดระบุ				
<b>อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง</b>				
1.ใช้โทรศัพท์มือถือ	}			
2.ใช้แท็บเล็ต/ไอแพด		+1		
3.ใช้โน้ตบุ๊ก				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
4.ใช้คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ	} +1			
อื่นๆ โปรดระบุ				
<b>พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่</b>				
1.ดูหนัง ดูวิดีโอ	} +1			* หนังสืง กับ ฟังเพลง
2.ฟังเพลง				รวมกันได้อีกมดะ
3.ติดต่อ สื่อสาร				
4.ส่งข้อมูล				ข้ง 3 กับ 4 ทำงกัน
5.ค้นหาข้อมูล				อย่างไรดะ
6.ติดตามข่าวสาร				
7.การศึกษา				
8.เล่นเกมส์				
9.ช้อปปีงออนไลน์				
10.หาเพื่อน				
11.แชร์เรื่องราวต่าง ๆ				
12.อัปโหลดรูปภาพ วิดีโอ เพลง				
13.ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทาง เว็บไซต์				
อื่นๆ โปรดระบุ				
<b>แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่</b>				
1.เป็นกิจวัตร เป็นนิสัย	} +1			
2.ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับเพื่อน ได้ตลอดเวลา				
3.ชอบใช้สื่อสังคม เช่น Facebook YouTube เป็นต้น				
4.ช่วยให้รู้ข้อมูลและเรื่องราวของ ผู้อื่น				

รายการ	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
	+1	0	-1	
5.ชอบแชร์เรื่องราวชีวิตของตนเองให้ผู้อื่นได้รู้	+1			
6.ทำให้มีความสุข ความสดชื่น สนุกสนาน				
7.ใช้เพราะว่าง ไม่มีอะไรให้ทำ หรือไม่รู้จะทำอะไร				คำถามดูเป็น เวิร์ลป ลองปรีป คิคถามอุนะ
8.ช่วยให้คนอื่นเข้าใจในตัวเอง		0		
9.ช่วยให้คนอื่นรู้จักตัวตนของตัวเอง	+1			ด. ทำให้ผู้อื่นรู้จักตัวตน ของเรามากขึ้น
อื่นๆโปรดระบุ				

เช่น ใช้เพราะ มีเวลาว่าง

ข้อ 8. อาจารย์ไม่ค่อยเข้าใจนะ

ข้อเสนอแนะผู้เชี่ยวชาญ

.....

.....

.....

.....

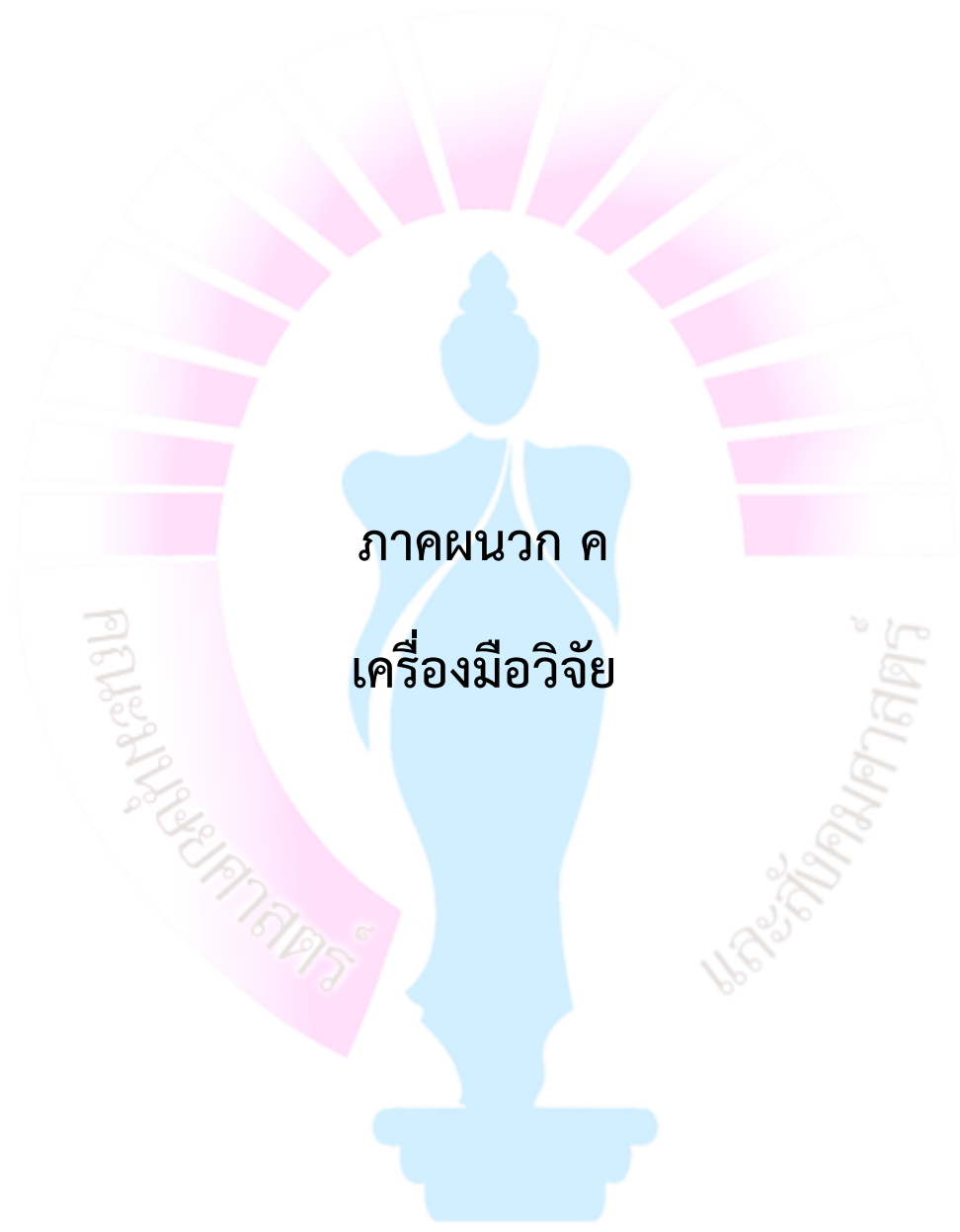
.....

ลงชื่อ..... ลืออักษร ทังสิน

(นางสาวสุวิภา ทังสิน )

วันที่ ...../...../.....

ผู้ประเมิน



ภาคผนวก ค  
เครื่องมือวิจัย

คณะมนุษยศาสตร์

และศึกษาศาสตร์



แบบประเมินพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชา  
สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
นครราชสีมา

### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ซึ่งผลการวิจัยในครั้งนี้จะเป็นประโยชน์ในการปรับเปลี่ยนและ  
ใช้สื่อที่เข้าถึงและตรงตามความต้องการของนักศึกษาได้มากขึ้น

2. แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 รูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้ และพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ ของนักศึกษาสาขาวิชา  
สารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
นครราชสีมา

3. การตอบคำถามของท่านถือเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาและวิจัยในครั้งนี้ โดยคำตอบของท่านจะไม่มี  
ผลกระทบใดๆ ต่อการเรียนหรือการปฏิบัติงานของท่าน

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในการอนุเคราะห์ครั้งนี้

นางสาวชลิตา ดาษขุนทด

นักศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

แบบประเมินศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษา  
สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดกรอกข้อมูลให้ครบถ้วน โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง และตรงกับความ  
คิดเห็นของท่านมากที่สุด

- |           |                                |  |                                |
|-----------|--------------------------------|--|--------------------------------|
| เพศ       | <input type="checkbox"/> ชาย   | <input type="checkbox"/> หญิง          |                                |
| ชั้นปีที่ | <input type="checkbox"/> 1     | <input type="checkbox"/> 2             | <input type="checkbox"/> 3     |
| อายุ      | <input type="checkbox"/> 18 ปี | <input type="checkbox"/> 19 ปี         | <input type="checkbox"/> 20 ปี |
|           | <input type="checkbox"/> 21 ปี | <input type="checkbox"/> มากกว่า 21 ปี |                                |

ตอนที่ 2 รูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้ และพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศ  
ศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ  
นครราชสีมา

คำชี้แจง : โปรดกรอกข้อมูลให้ครบถ้วน โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความเป็นจริง และตรงกับความ  
คิดเห็นของท่านมากที่สุด

โดยมีเกณฑ์ในการเลือกดังนี้

- |             |   |
|-------------|---|
| เป็นประจำ   | คือเข้าใช้งานทุกวัน และใช้งานมากกว่า 7 ชั่วโมง/วัน                  |
| บ่อยครั้ง   | คือเข้าใช้งานมากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ หรือใช้งานวันละ 5 - 6 ชั่วโมง  |
| บางครั้ง    | คือเข้าใช้งานใช้งาน 3-5 วันต่อสัปดาห์ หรือใช้งานวันละ 4 - 5 ชั่วโมง |
| นาน ๆ ครั้ง | คือเข้าใช้งานไม่เกิน 3 วันต่อสัปดาห์ หรือใช้งานวันละ 2 -3 ชั่วโมง   |
| ไม่เคย      | คือไม่เคยเข้าใช้งานเลย  |

รายการ	ระดับความถี่ในการใช้งาน				
	เป็นประจำ (มากที่สุด)	บ่อยครั้ง (มาก)	บางครั้ง (ปานกลาง)	นานๆครั้ง (น้อย)	ไม่เคย(น้อยที่สุด)
รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้	5	4	3	2	1
1. Facebook					
2. Line					
3. Messenger					
4. WeChat					
5. Instagram (IG)					
6. TikTok					
7. YouTube					
8.โปรแกรม Zoom					
9.โปรแกรม Google Meet					
10.โปรแกรม Microsoft Teams					
11.โปรแกรม Cisco Webex					
12.เล่นเกมออนไลน์ต่างๆผ่าน แอปต่างๆ					
13.เว็บซื้อขายออนไลน์ เช่น Shopee Lazada เป็นต้น					
14.แอปหาเพื่อนใหม่ เช่น Tinder Badoo เป็นต้น					

อื่นๆ โปรดระบุ.....

รายการ	ระดับความถี่ในการใช้งาน				
	เป็นประจำ (มากที่สุด)	บ่อยครั้ง (มาก)	บางครั้ง (ปานกลาง)	นานๆครั้ง (น้อย)	ไม่เคย(น้อย ที่สุด)
<b>อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1.โทรศัพท์มือถือ					
2.แท็บเล็ต/ไอแพด					
3.โน้ตบุ๊ก					
4.คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ					

อื่นๆ โปรดระบุ.....

รายการ	ระดับความถี่ในการใช้งาน				
	เป็นประจำ (มากที่สุด)	บ่อยครั้ง (มาก)	บางครั้ง (ปานกลาง)	นานๆครั้ง (น้อย)	ไม่เคย(น้อย ที่สุด)
<b>พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่</b>	<b>5</b>	<b>4</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>1</b>
1.ดูหนัง ดูวิดีโอ					
2.ฟังเพลง					
3.ติดต่อ สื่อสาร					
4.ส่งข้อมูล					
5.ค้นหาข้อมูล					
6.ติดตามข่าวสาร					
7.การศึกษา					
8.เล่นเกมส์					
9.ช้อปปิ้งออนไลน์					
10.หาเพื่อน					
11.แชร์เรื่องราวต่าง ๆ					
12.อัปโหลดรูปภาพ วิดีโอ เพลง					
13.ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์					

อื่นๆ โปรดระบุ.....

รายการ	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่	5	4	3	2	1
1. เป็นกิจวัตรประจำวัน					
2. ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น ได้ตลอดเวลา					
3. ชอบใช้สื่อสังคม เช่น Facebook YouTube เป็นต้น					
4. ช่วยให้รู้ข้อมูลและเรื่องราวของ ผู้อื่น					
5. ชอบแชร์เรื่องราวชีวิตของตนเอง ให้ผู้อื่นได้รู้และรู้จักตัวตนของตัวเอง					
6. ใช้เพราะมีเวลาว่าง					
7. ช่วยให้คนอื่นเข้าใจในตัวเอง					

อื่นๆ โปรดระบุ.....



ภาคผนวก ง

เครื่องมือวิจัยและผลการวิจัยผ่าน Google Forms

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

คณะศึกษาศาสตร์



# แบบประเมินพฤติกรรมการเลือกใช้สื่อใหม่ ภายใต้ภาวะปกติใหม่ (New Normal) กรณีศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

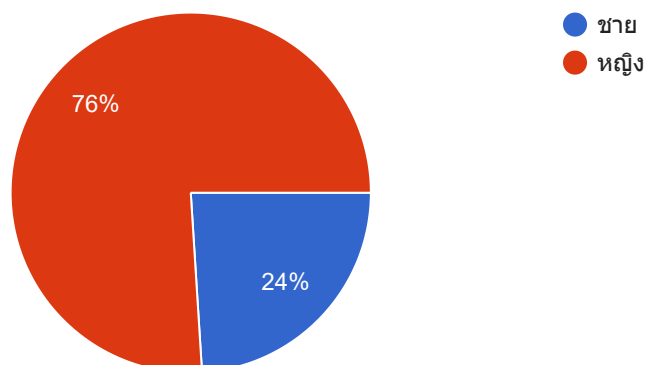
การตอบกลับ 50 รายการ

เผยแพร่การวิเคราะห์

## ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ

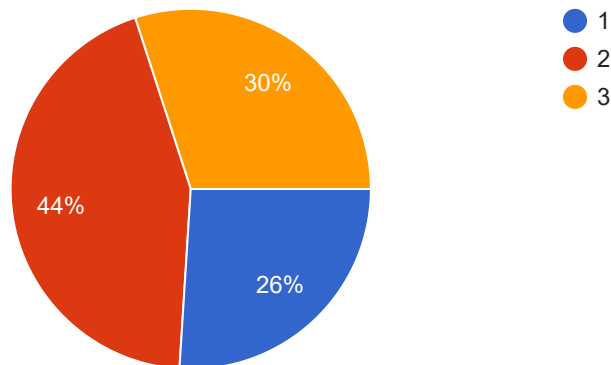
คำตอบ 50 ข้อ





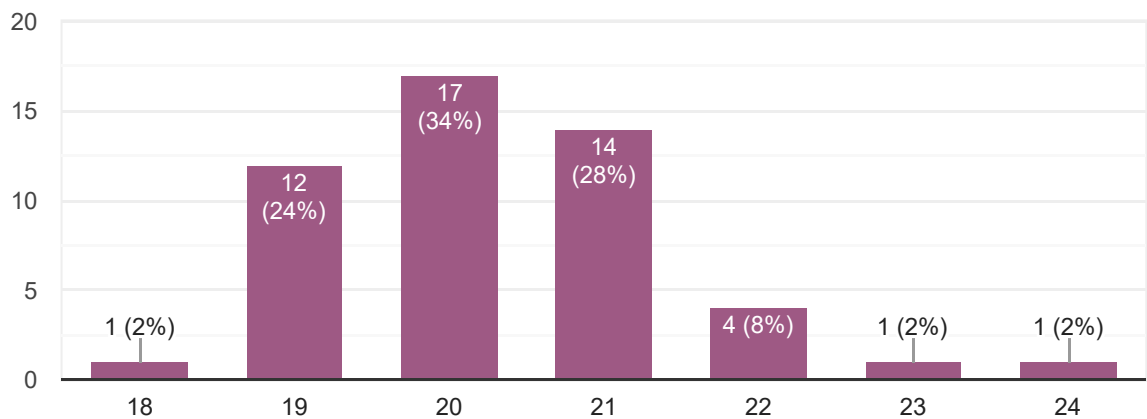
### ชั้นปีที่

คำตอบ 50 ข้อ



### อายุ

คำตอบ 50 ข้อ



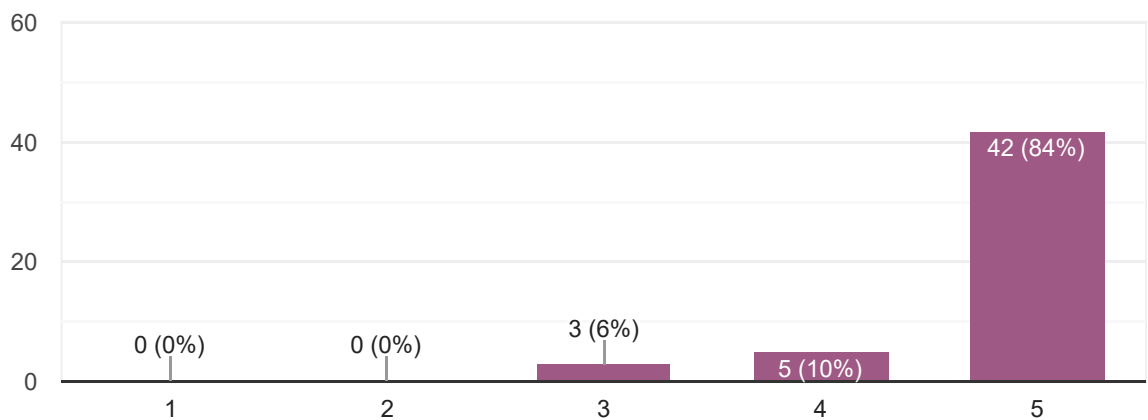
ตอนที่ 2 รูปแบบสื่อใหม่ที่เลือกใช้ และพฤติกรรมกรเลือกใช้สื่อใหม่ ของนักศึกษาสาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์ ชั้นปีที่ 1-3 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

รูปแบบของสื่อใหม่ที่เลือกใช้



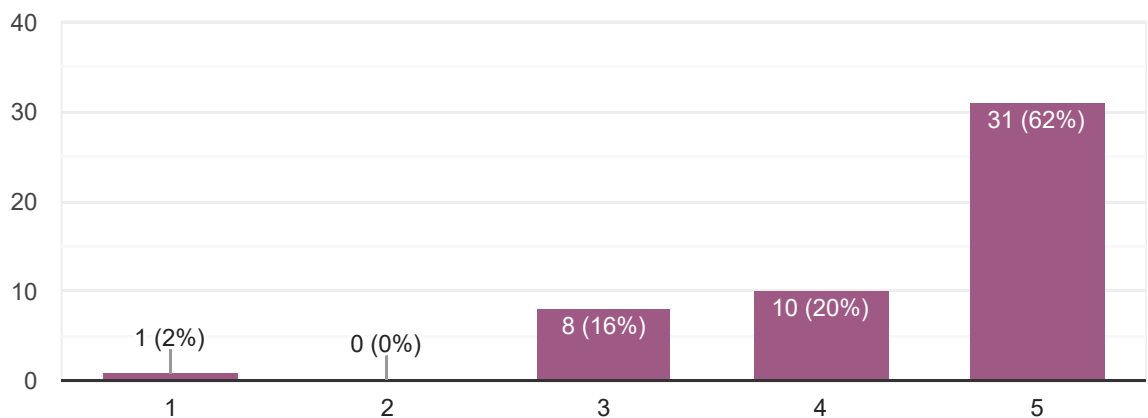
## 1. Facebook

คำตอบ 50 ข้อ



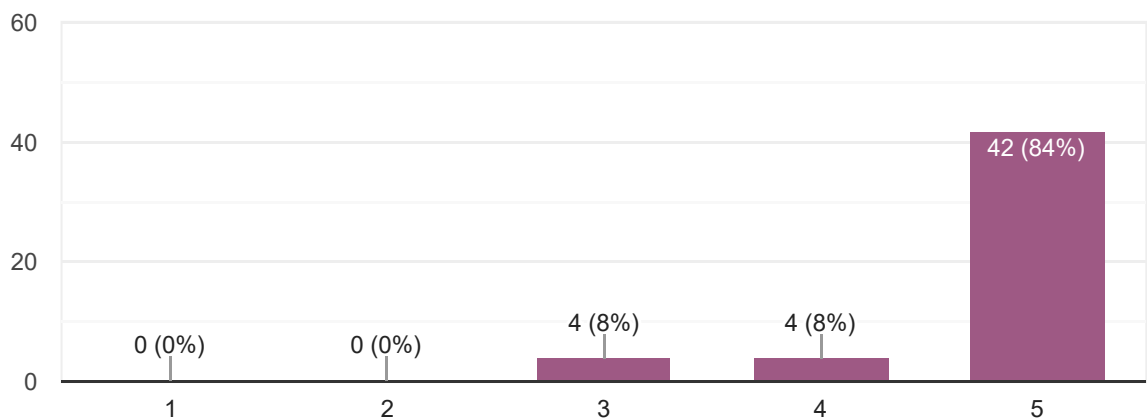
## 2. Line

คำตอบ 50 ข้อ



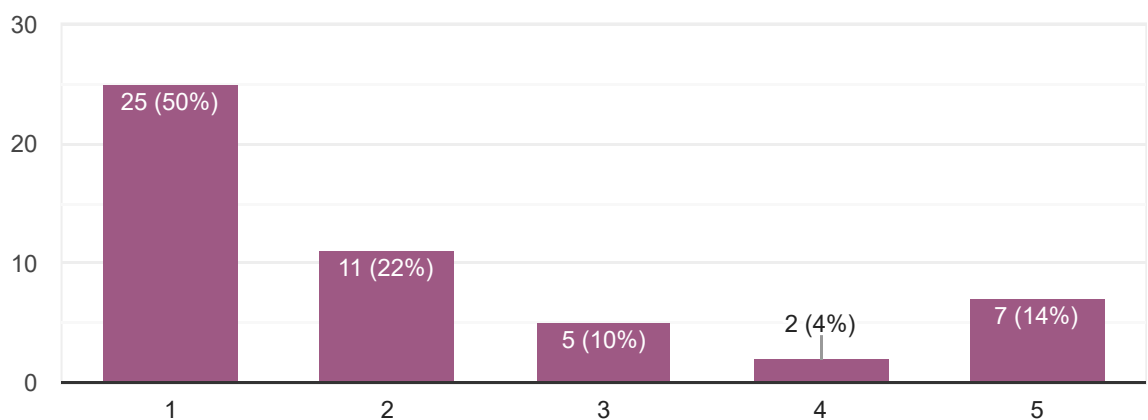
### 3. Messenger

คำตอบ 50 ข้อ



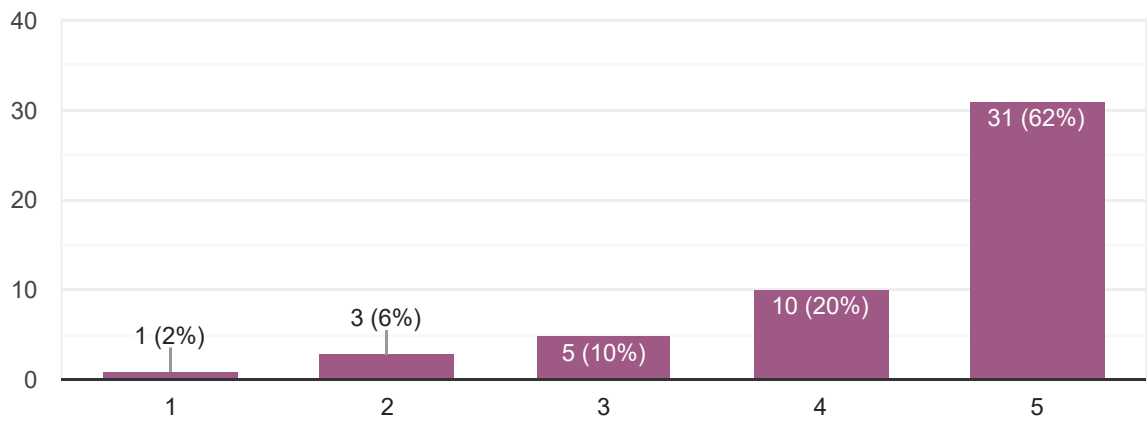
### 4. WeChat

คำตอบ 50 ข้อ



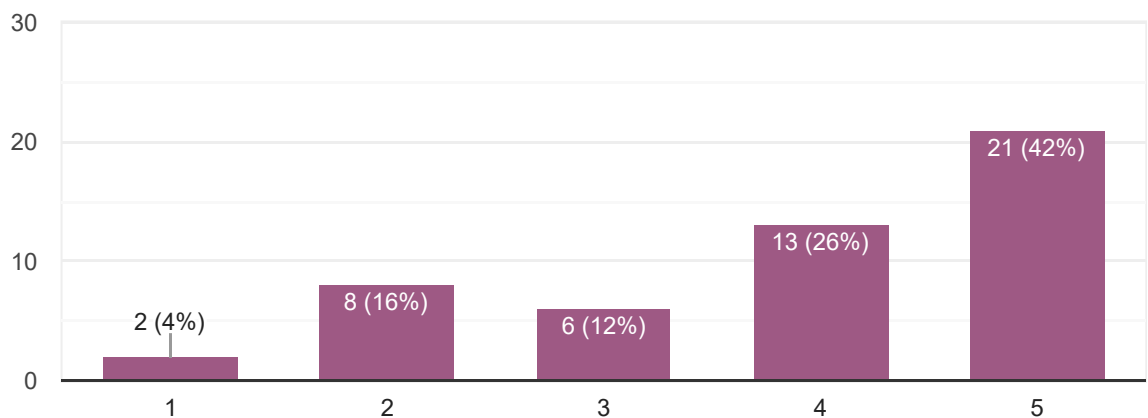
## 5. Instagram (IG)

คำตอบ 50 ข้อ



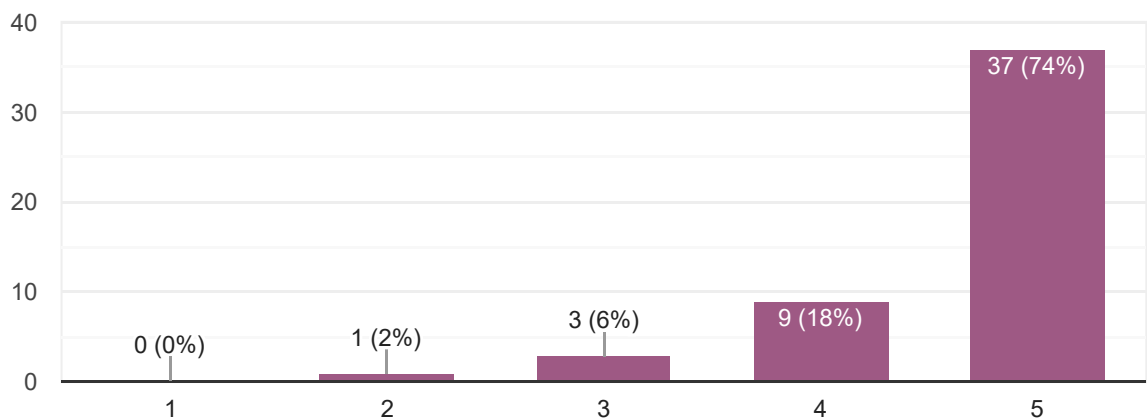
## 6. TikTok

คำตอบ 50 ข้อ



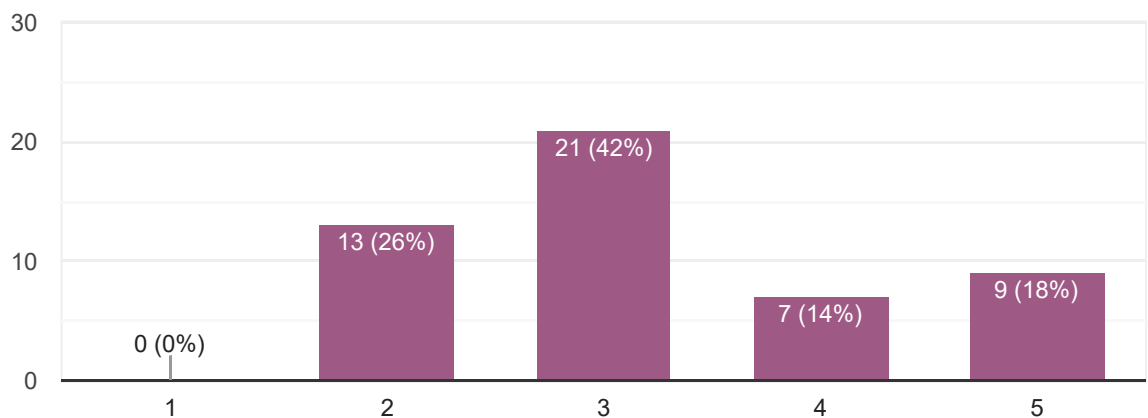
## 7. YouTube

คำตอบ 50 ข้อ



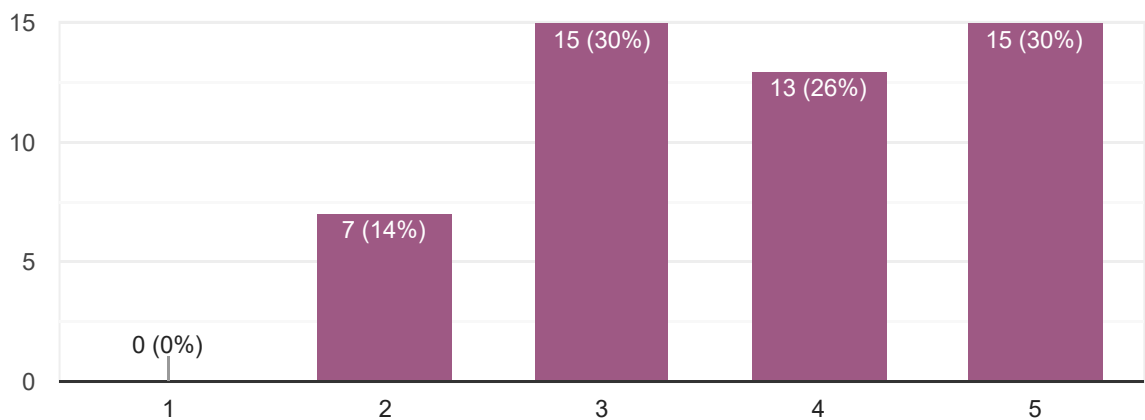
## 8. โปรแกรม Zoom

คำตอบ 50 ข้อ



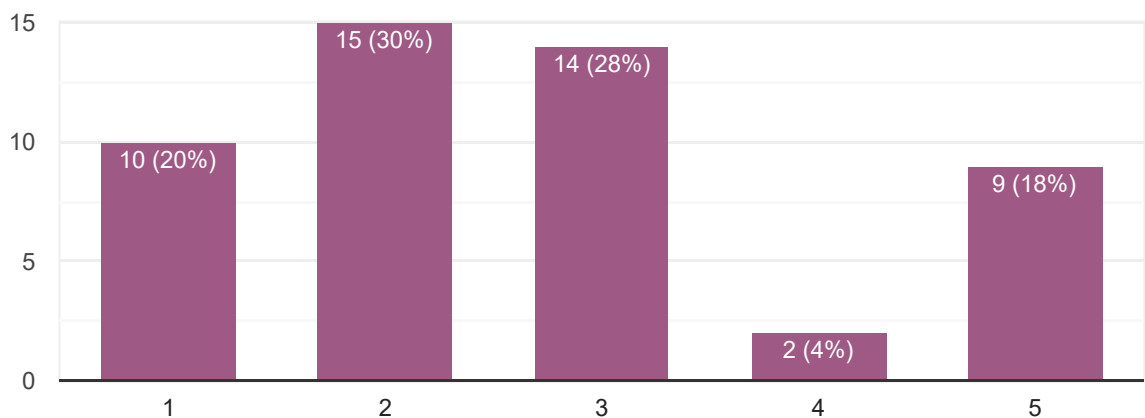
## 9. โปรแกรม Google Meet

คำตอบ 50 ข้อ



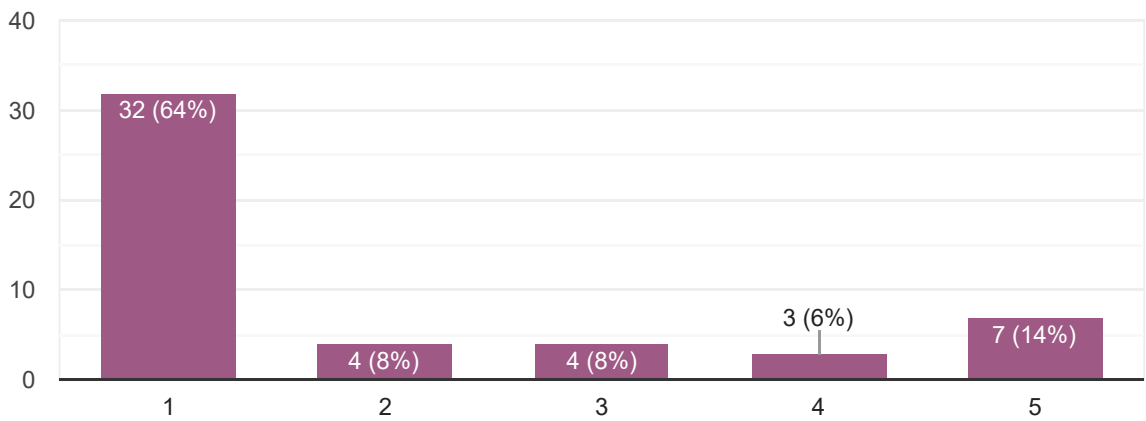
## 10. โปรแกรม Microsoft Teams

คำตอบ 50 ข้อ



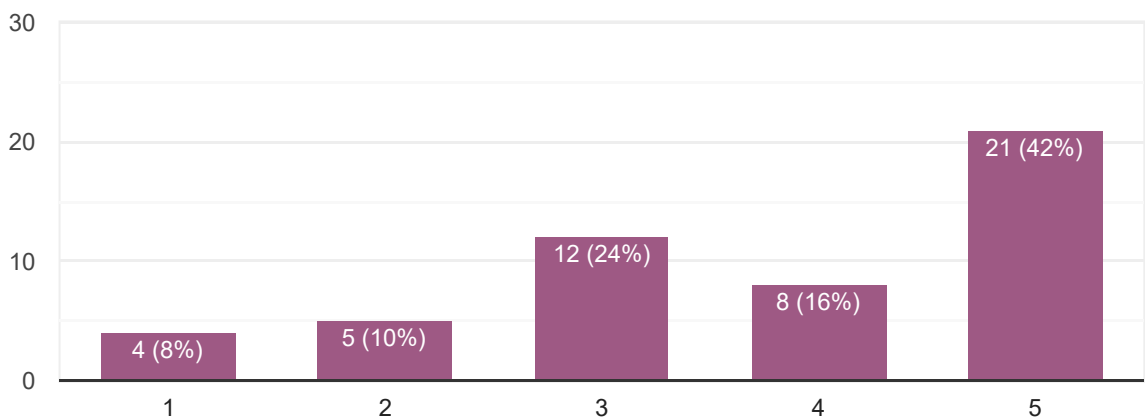
## 11. โปรแกรม Cisco Webex

คำตอบ 50 ข้อ



## 12. เล่นเกมออนไลน์ต่างๆ/ผ่านแอปต่างๆ

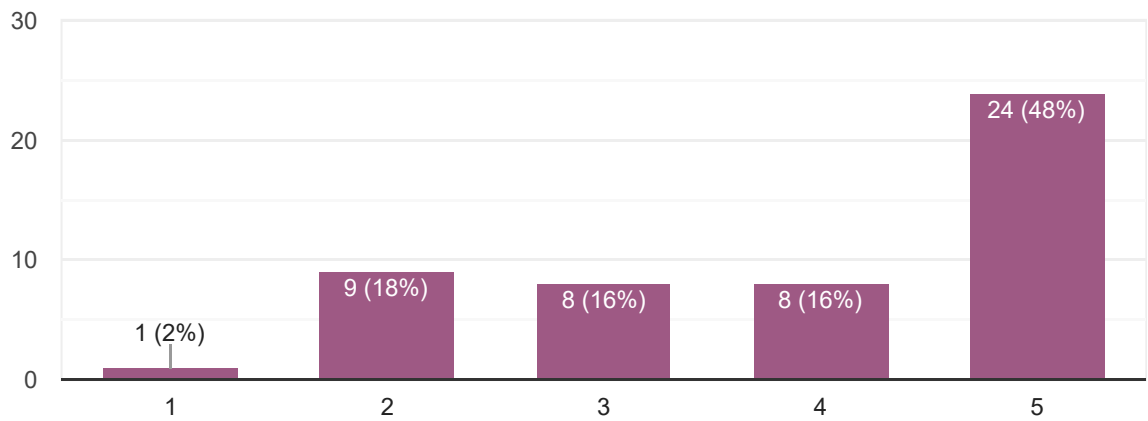
คำตอบ 50 ข้อ





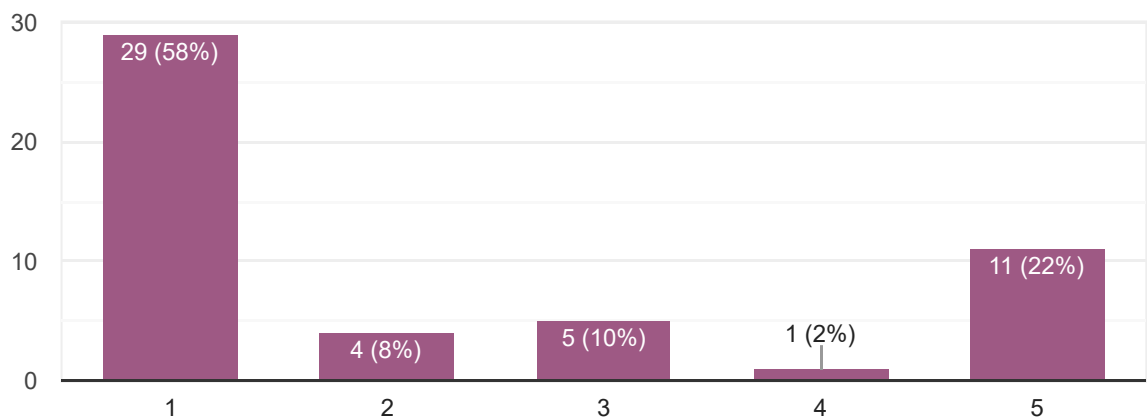
### 13. เว็บไซต์ซื้อขายออนไลน์ เช่น Shopee Lazada เป็นต้น

คำตอบ 50 ข้อ



### 14. แอปหาเพื่อนใหม่ เช่น Tinder Badoo เป็นต้น

คำตอบ 50 ข้อ



### อื่นๆ

คำตอบ 2 ข้อ

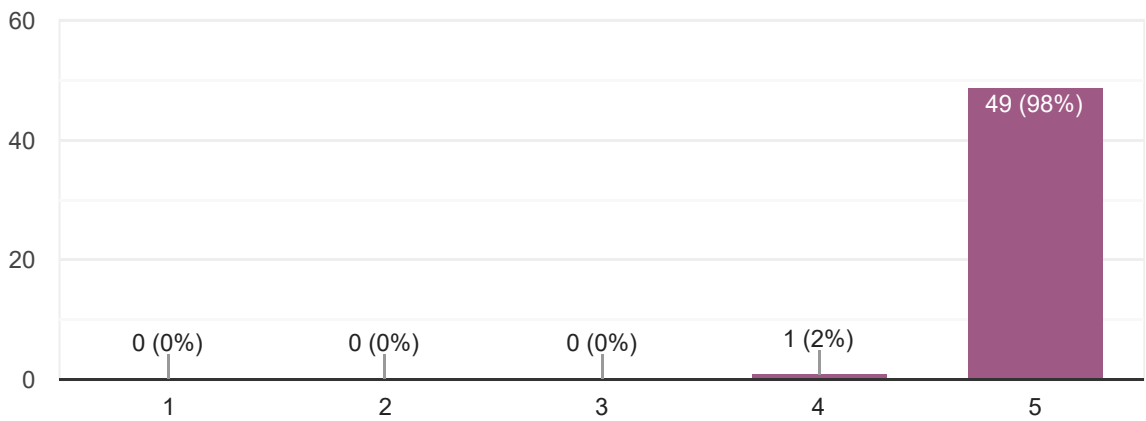
-



## อุปกรณ์ที่ใช้ในการเข้าถึง

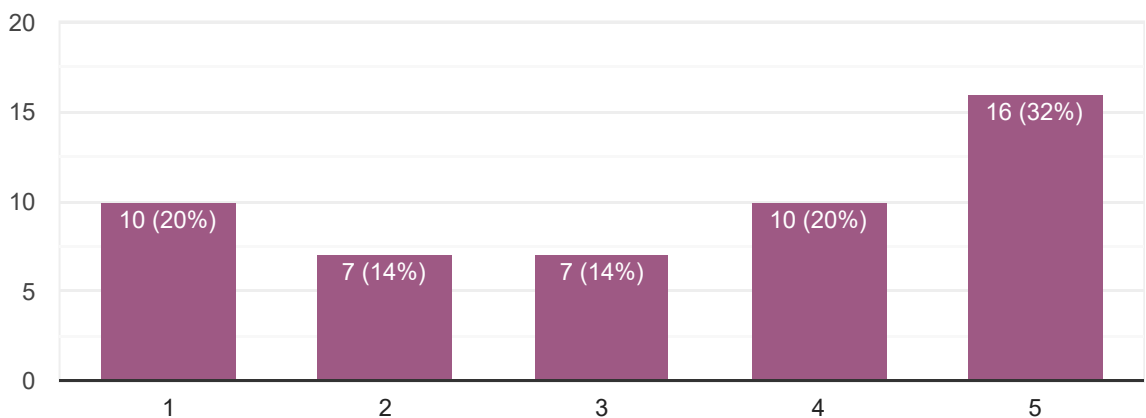
### 1. โทรศัพท์มือถือ

คำตอบ 50 ข้อ



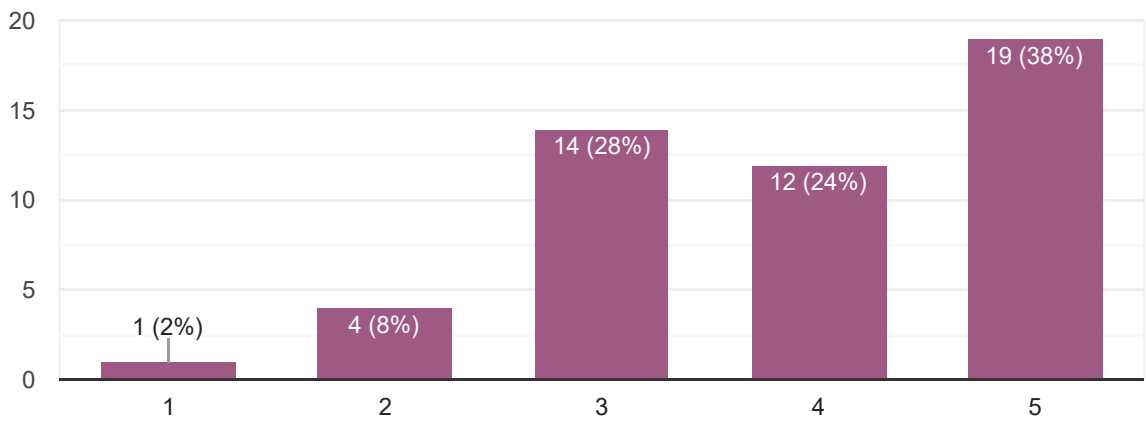
### 2. แท็บเล็ต/ไอแพด

คำตอบ 50 ข้อ



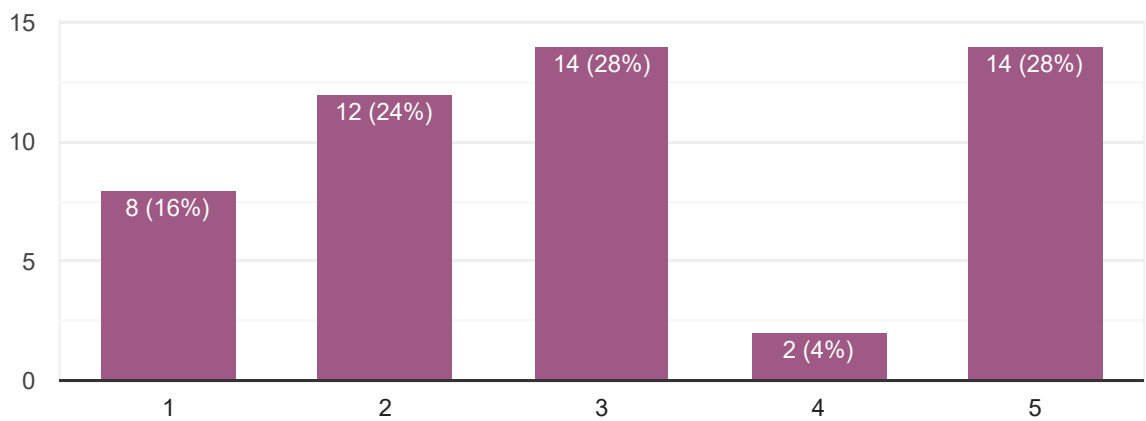
### 3. โน้ตบุ๊ก

คำตอบ 50 ข้อ



### 4. คอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ

คำตอบ 50 ข้อ



### อื่นๆ

คำตอบ 2 ข้อ

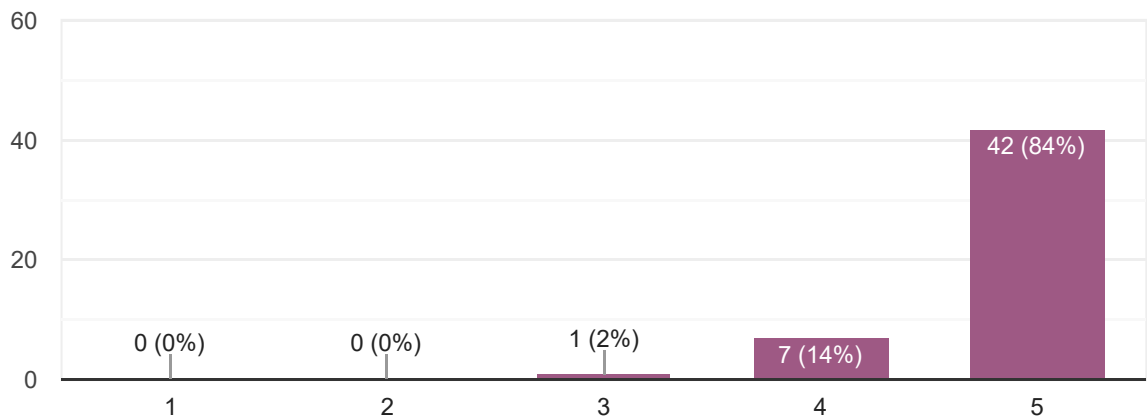
ไม่มีจับ



## พฤติกรรมการใช้สื่อใหม่

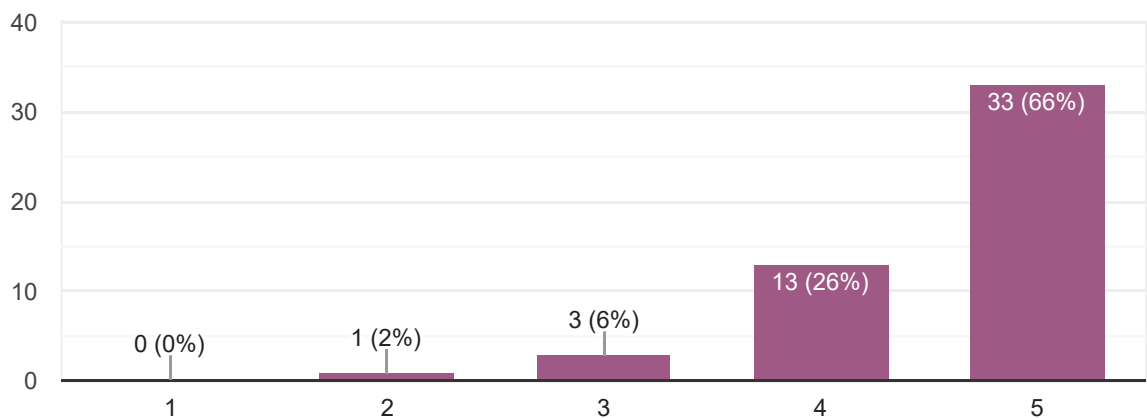
## 1. ดูนั่ง ดูวิดีโอ

คำตอบ 50 ข้อ



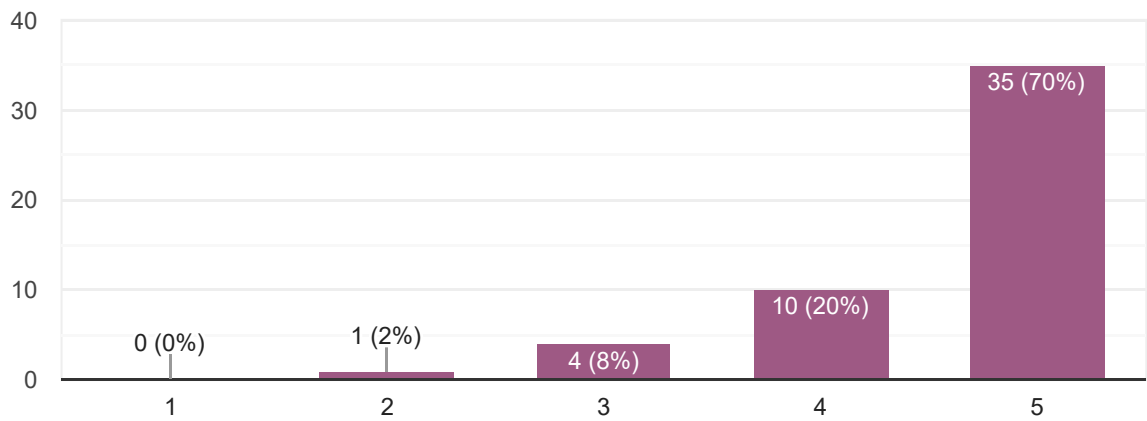
## 2. ฟังเพลง

คำตอบ 50 ข้อ



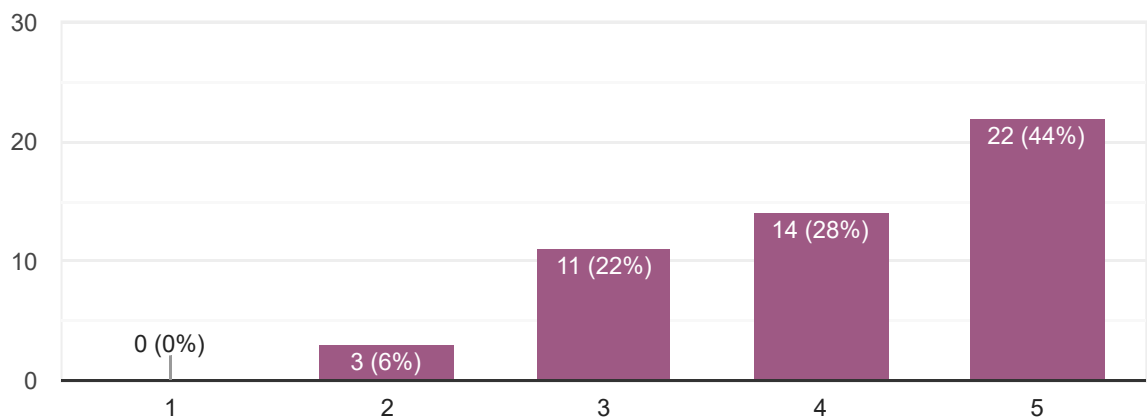
### 3. ติดต่อ สื่อสาร

คำตอบ 50 ข้อ



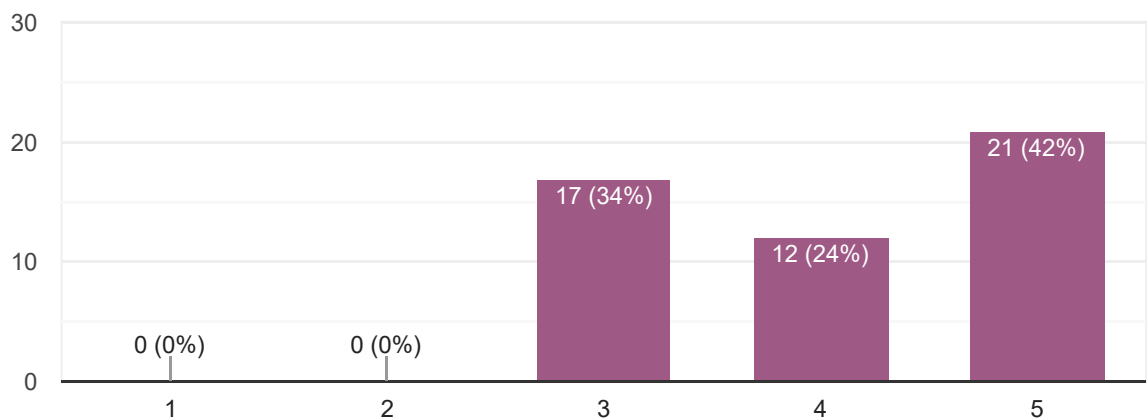
### 4. ส่งข้อมูล

คำตอบ 50 ข้อ



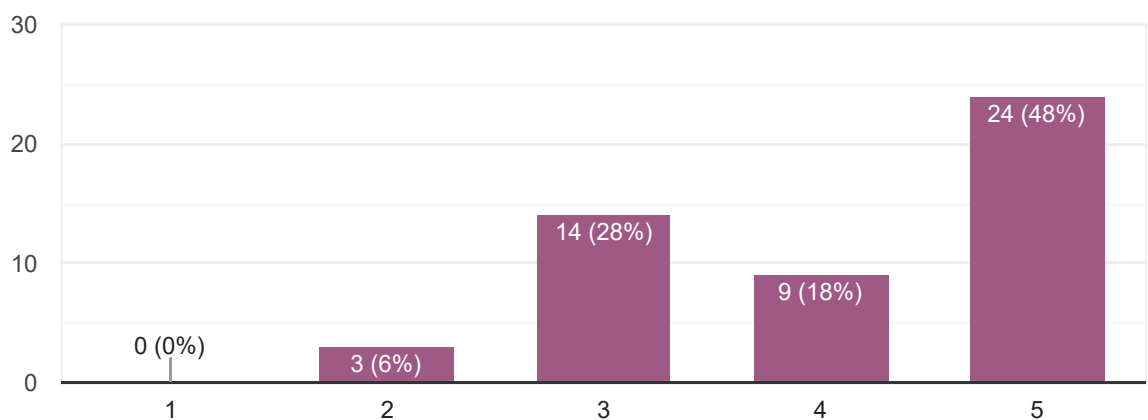
## 5. ค้นหาข้อมูล

คำตอบ 50 ข้อ



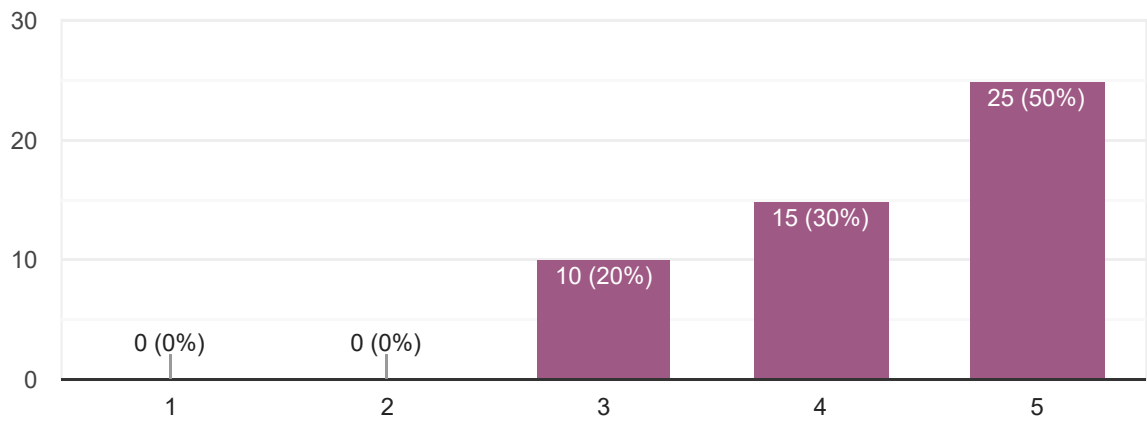
## 6. ติดตามข่าวสาร

คำตอบ 50 ข้อ



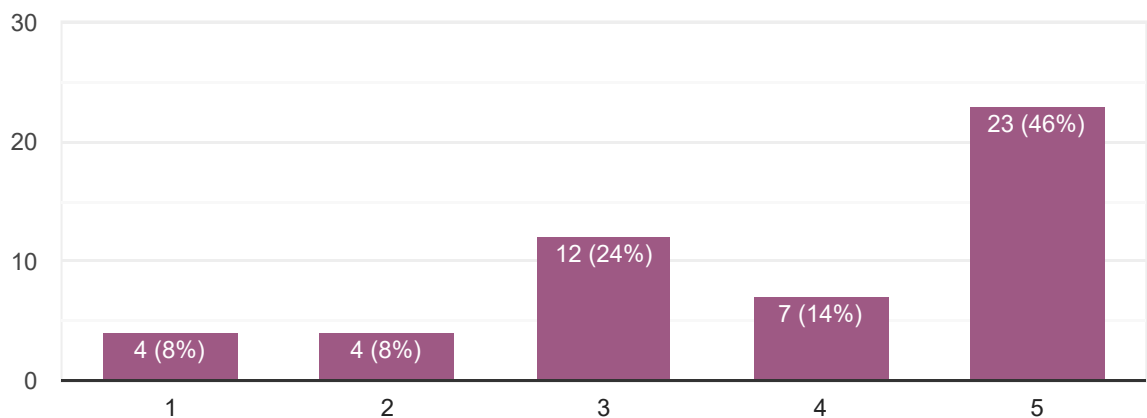
## 7. การศึกษา

คำตอบ 50 ข้อ



## 8. เล่นเกมส์

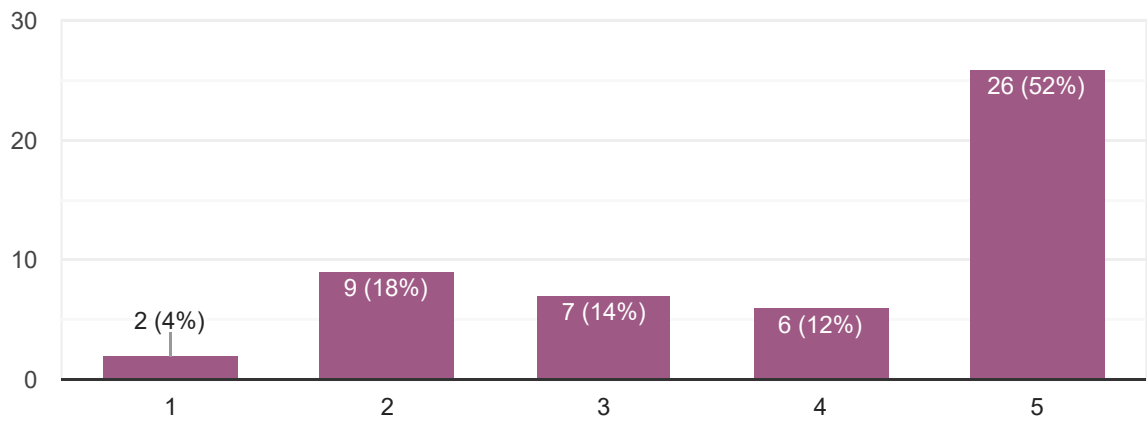
คำตอบ 50 ข้อ





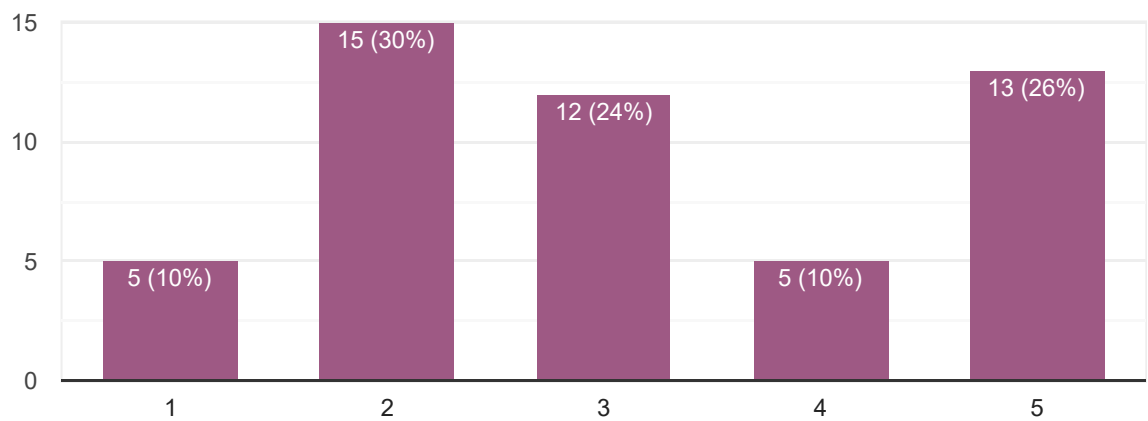
## 9. ข้อป้ังออนไลน์

คำตอบ 50 ข้อ



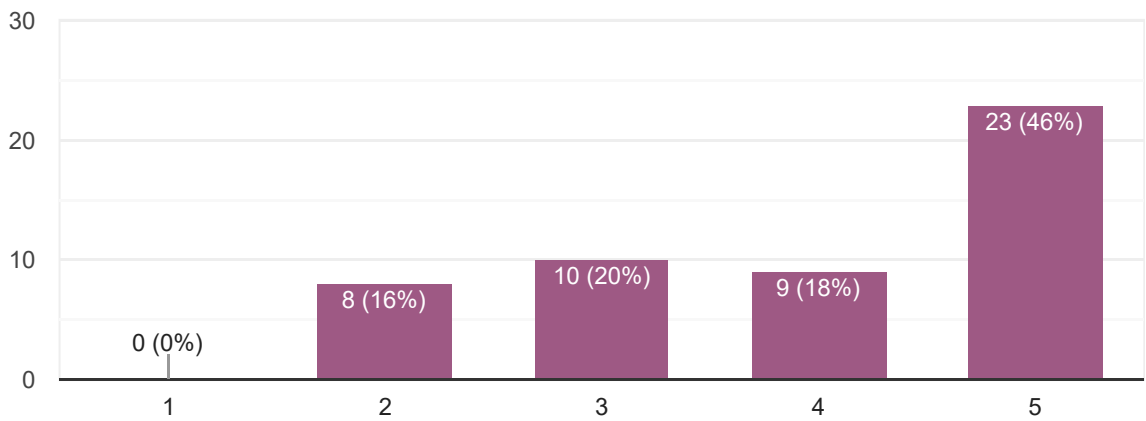
## 10. หาเพื่อน

คำตอบ 50 ข้อ



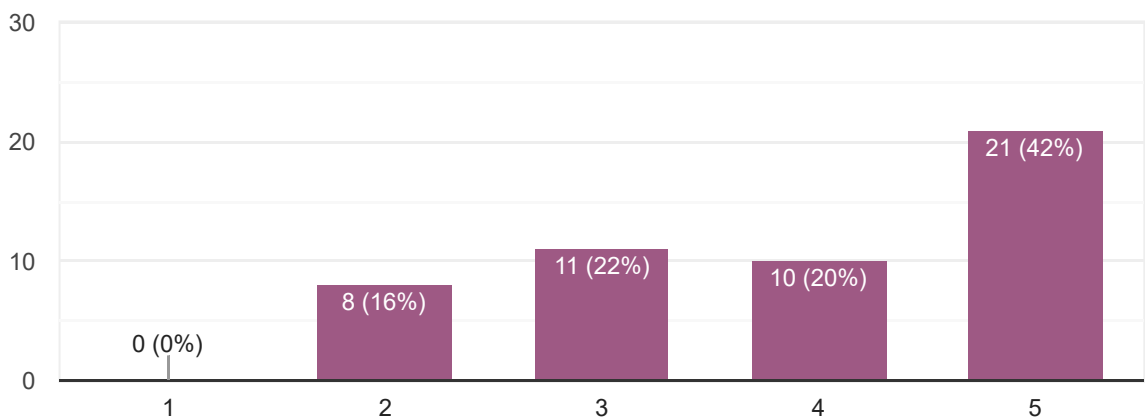
### 11. แชร์เรื่องราวต่าง ๆ

คำตอบ 50 ข้อ



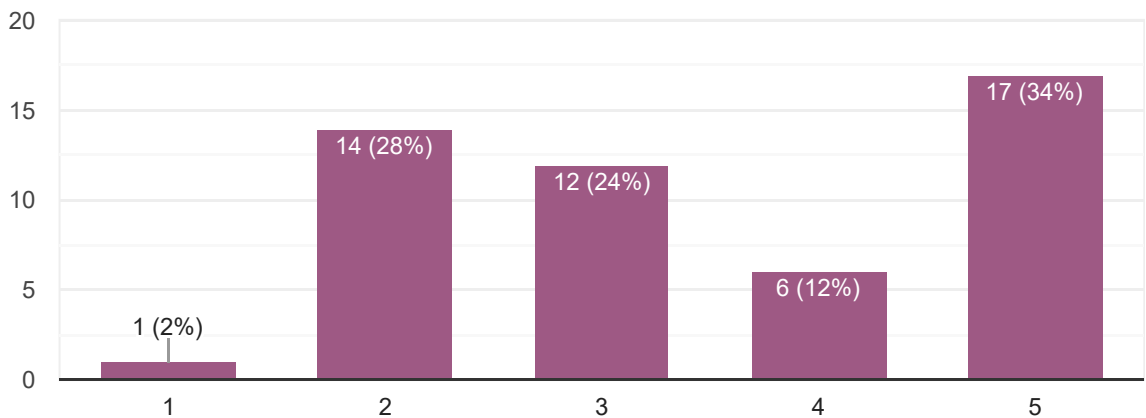
### 12. อัปโหลดรูปภาพ วิดีโอ เพลง

คำตอบ 50 ข้อ



### 13. ดาวน์โหลดไฟล์ข้อมูลทางเว็บไซต์

คำตอบ 50 ข้อ



### อื่นๆ

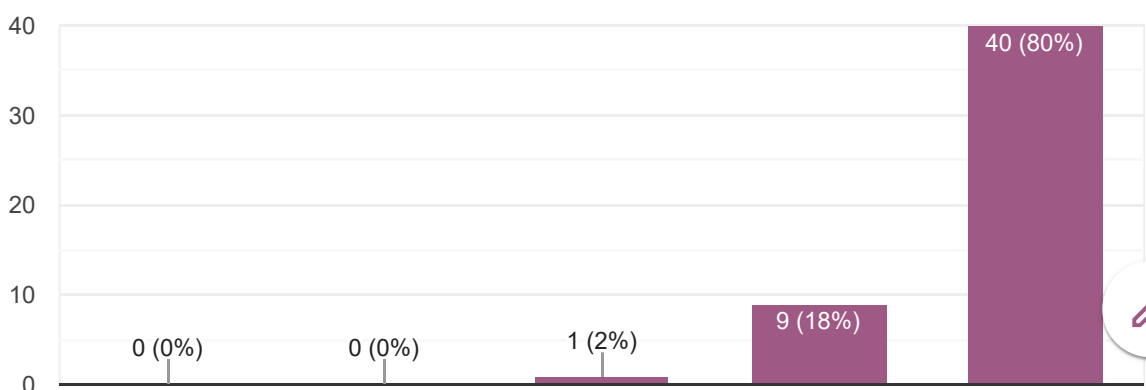
คำตอบ 1 ข้อ

.

### แรงจูงใจในการใช้สื่อใหม่

#### 1. เป็นกิจวัตรประจำวัน

คำตอบ 50 ข้อ



1

2

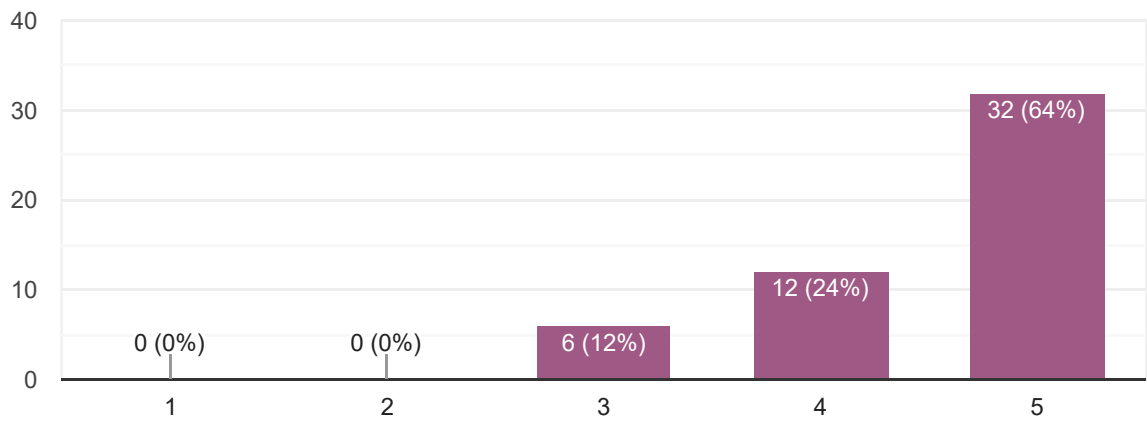
3

4

5

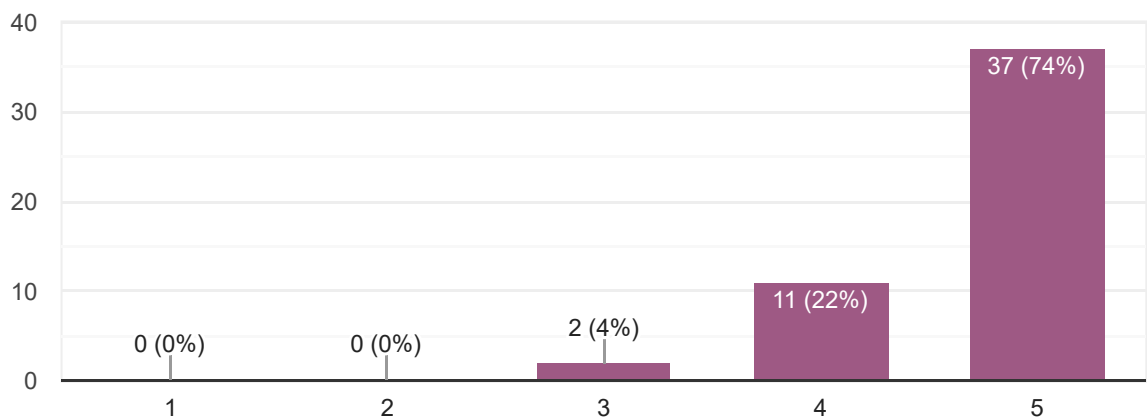
## 2. ทำให้ได้ติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่นได้ตลอดเวลา

คำตอบ 50 ข้อ



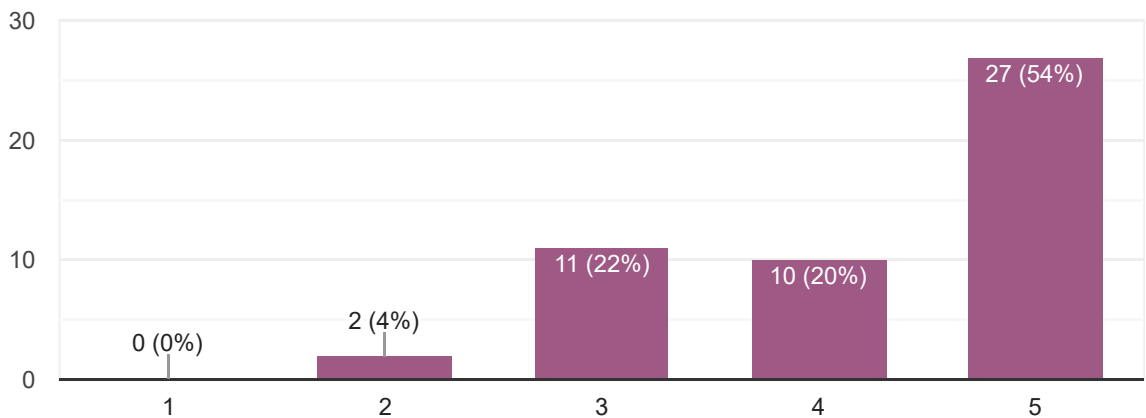
## 3. ชอบใช้สื่อสังคม เช่น Facebook YouTube เป็นต้น

คำตอบ 50 ข้อ



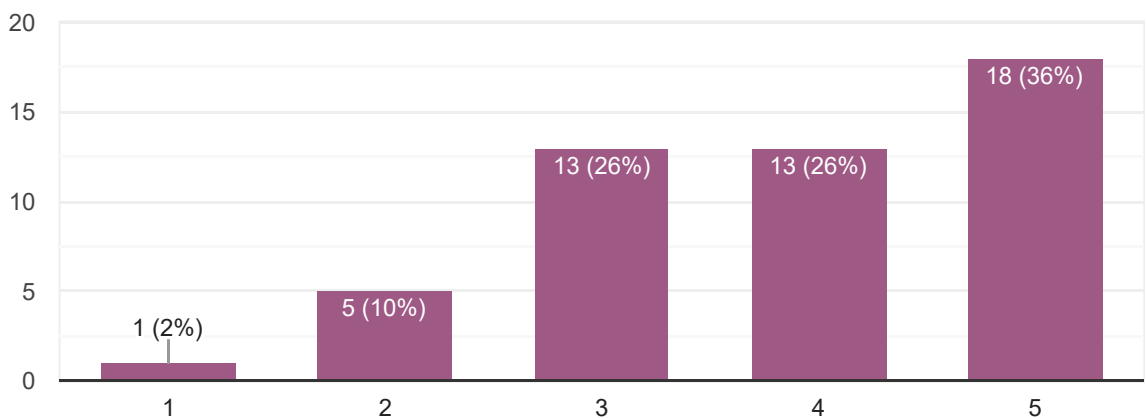
#### 4. ช่วยให้รู้ข้อมูลและเรื่องราวของผู้อื่น

คำตอบ 50 ข้อ



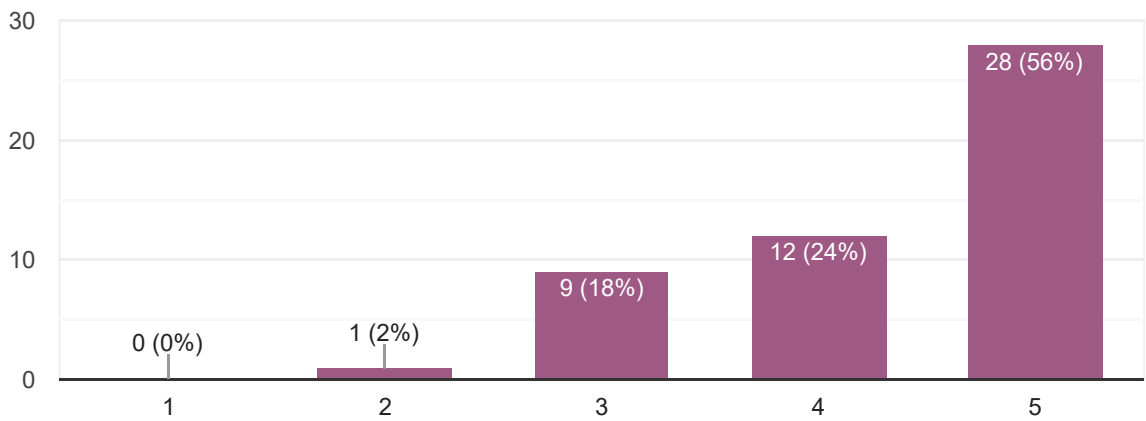
#### 5. ชอบแชร์เรื่องราวชีวิตของตนเองให้ผู้อื่นได้รู้และรู้จักตัวตนของตัวเอง

คำตอบ 50 ข้อ



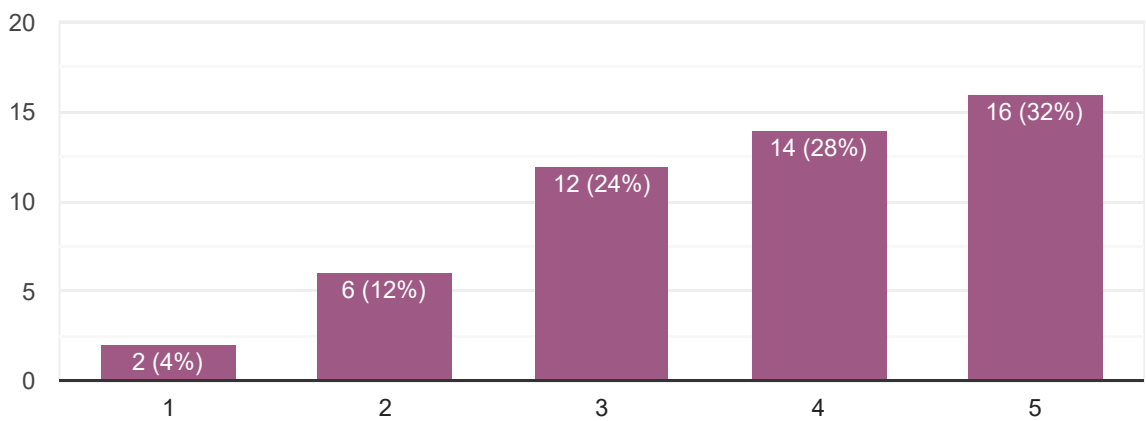
## 6. ใช้เพราะมีเวลาว่าง

คำตอบ 50 ข้อ



## 7. ช่วยให้คนอื่นเข้าใจในตัวเอง

คำตอบ 50 ข้อ



## อื่นๆ

คำตอบ 1 ข้อ



เนื้อหานี้ได้ถูกสร้างขึ้นหรือรับรองโดย Google [รายงานการละเมิด](#) - [ข้อกำหนดในการให้บริการ](#) - [นโยบายความเป็นส่วนตัว](#)

Google ฟอรัม



## ประวัติย่อผู้ทำวิจัย

ชื่อ	นางสาวชลิตา ดาษขุนทด
วันเดือนปีเกิด	1 มิถุนายน 2542
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลมหาราชนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	24 ม.5 ตำบลด่านโน อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา
ประวัติการศึกษา	พ.ศ.2555 มัธยมศึกษาตอนต้นโรงเรียนบ้านดอนด่านโน ตำบลด่านโน อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2557 วิทยุ-คณิต โรงเรียนมัธยมด่านขุนทด ตำบลด่านขุนทด อำเภอด่านขุนทด จังหวัดนครราชสีมา พ.ศ.2564 ปัจจุบันกำลังศึกษาอยู่มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา สาขาวิชาสารสนเทศศาสตร์และบรรณารักษศาสตร์